

The page features decorative illustrations of leaves and branches in the corners. The top-left and bottom-right corners have light green leaf outlines with some solid teal leaves. The top-right and bottom-left corners have solid teal leaves and light green outlines. The background is a light yellow-green gradient.

# Orchard

sembramos juntos



ORCHARD



ORCHARD

## **CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL (CUN)**

### **CREACIÓN DE EMPRESA: PROYECTO ORCHARD**

**ANGIE LIZBETH BUSTAMANTE SANTOS**

**JULIETH DAYANA BUITRAGO VELÁSQUEZ**

#### **Nota del autor:**

Angie Lizbeth Bustamante Santos & Julieth Dayana Buitrago Velásquez, Universidad CORPORACIÓN  
UNIFICADA NACIONAL

La correspondencia relacionada con este trabajo debe ser dirigida a

Angie Lizbeth Bustamante Santos & Julieth Dayana Buitrago Velásquez

Universidad CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL sede Bogotá centro Cl. 12b ##4-79, Bogotá

Contacto: [angie.bustamante@cun.edu.co](mailto:angie.bustamante@cun.edu.co)/ [julieth.buitragov@cun.edu.co](mailto:julieth.buitragov@cun.edu.co)

## TABLA DE CONTENIDO

|   |           |
|---|-----------|
| Compromiso del autor .....  | 7         |
| Compromiso del autor .....  | 8         |
| <b>1.INTRODUCCIÓN .....</b>   | <b>10</b> |
| <b>2. OBJETIVOS.....</b>  | <b>11</b> |
| 2.1. Objetivo general .....   | 11        |
| 2.2. Objetivos específicos .....  | 11        |
| <b>3. RESUMEN EJECUTIVO .....</b>   | <b>12</b> |
| <b>4. ANÁLISIS DEL ENTORNO Y CONTEXTO DE LA IDEA DE NEGOCIO .....</b>                           | <b>12</b> |
| 4.1 Semana 2 .....  | 12        |
| 4.2. Tecnologías disruptivas: .....   | 19        |
| <b>5. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA, NECESIDAD, RETO U OPORTUNIDAD .....</b>                      | <b>22</b> |
| 5.1. Semana 3 .....   | 22        |
| 5.2 Se seleccionó la oportunidad de realizar el proyecto con huertas urbanas .....              | 24        |
| 5.3. PESTEL (Análisis Político, Económico, Socio-cultural, Tecnológico, Ecológico y Legal)..... | 24        |
| 5.4. Análisis DOFA .....  | 29        |
| 5.5. Árbol de Problemas.....  | 31        |
| 5.6. Pregunta problema.....   | 32        |
| 5.7. Árbol de objetivos.....  | 32        |
| <b>6. DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO.....</b>  | <b>33</b> |
| 6.1 Semana 4: Nombre y descripción de la idea de negocio .....                                  | 33        |
| 6.1.1. Técnica de ideación: <i>Lluvia de ideas</i> .....  | 33        |
| 6.1.2. Técnica de ideación: <i>6 Sombreros</i> .....  | 33        |
| 6.2 Idea de negocio .....   | 35        |
| 6.3 Solución idea de negocio estructurada .....   | 37        |
| <b>7. INNOVACIÓN.....</b>   | <b>38</b> |
| 7.1 Semana 5: Ideas de innovación .....   | 38        |
| 7.2 Competencias empresariales .....  | 39        |
| <b>8. FUERZAS DE LA INDUSTRIA .....</b>   | <b>45</b> |
| 8.1 Semana 6: Contextualización de la empresa: .....  | 45        |
| 8.2 Análisis de la demanda: .....   | 46        |

|  |           |
|--|-----------|
| 8.2.1 Influencias internas: .....  | 46        |
| 8.2.3 Cuota del mercado: .....   | 47        |
| 8.2.4 Poder Negociador: .....  | 49        |
| 8.3 Análisis de oferta o competencia: .....  | 49        |
| 8.4 Análisis de la comercialización y de los proveedores .....   | 54        |
| <b>9. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO .....</b>   | <b>59</b> |
| 9.1 Semana 7: Bondades que las huertas proporcionan. ....  | 59        |
| 9.2 Buyer Persona: .....   | 60        |
| 9.3 Descripción.....   | 62        |
| 9.3.1 ¿En dónde encuentra personas similares a su cliente ideal? .....   | 62        |
| 9.3.2 ¿Qué valores destacan a su cliente ideal? .....  | 63        |
| 9.3.3 ¿Qué encuentra en el entorno de su cliente durante la semana? .....  | 63        |
| 9.4 ¿Cómo nuestra idea de negocio se ajusta a nuestro cliente ideal? .....   | 64        |
| 9.4.1 Actores del mercado .....  | 65        |
| 9.4.1.1 Novacultivos Huertas Urbanas.....  | 65        |
| 9.4.1.2 Huertos para tu hogar!.....  | 65        |
| 9.4.1.3 Xue Aromas y Sabores Huertos Urbanos.....  | 66        |
| 9.4.1.4 Huertos para hogares .....   | 66        |
| 9.4.2 ¿Cuál es la población o negocios que potencialmente podrán comprar su<br>productos o productos similares al tuyo? .....              | 67        |
| 9.4.3 ¿Cuántas personas o negocios necesariamente deben suplir su necesidad con<br>un producto igual, similar o sustitutivo al suyo? ..... | 67        |
| 9.4.4 ¿Cuántas personas o negocios presentan alto potencial de adquirir su<br>producto?.....   | 67        |
| 9.4.5 ¿Cuántas personas o negocios definitivamente suplirían sus necesidades con su<br>producto?.....                                      | 67        |
| <b>10. PROPUESTA DE VALOR (Semana 8) .....</b>   | <b>68</b> |
| 10.1 Encuesta para conocer perfil del cliente .....  | 68        |
| 10.2 Perfil del cliente .....  | 76        |
| 10.2.1 Trabajos del cliente: .....   | 76        |
| 10.2.2 Frustraciones del cliente .....   | 76        |
| 10.2.3 Alegrías del cliente: .....   | 77        |
| 10.3 Mapa de valor .....   | 77        |
| 10.3.1 Productos y servicios .....   | 77        |
| 10.3.2 Aliviadores de frustraciones .....  | 78        |
| 10.3.3 Creadores de alegrías .....   | 79        |

|   |            |
|---|------------|
| <b>11. PRECIO DE VENTA .....</b>                            | <b>79</b>  |
| <b>11.1 Definición estratégica (Semana 9).....</b>          | <b>79</b>  |
| <b>11.2 Diseño en detalle .....</b>                         | <b>80</b>  |
| <b>11.2.1 Diagrama de bloques Cartillas .....</b>           | <b>80</b>  |
| <b>11.2.2 Cadena de distribución .....</b>                  | <b>82</b>  |
| <b>11.2.3 Costos de producción.....</b>                     | <b>83</b>  |
| <b>11.2.4 Validación y verificación.....</b>                | <b>83</b>  |
| <b>11.2.5 Producción.....</b>                               | <b>84</b>  |
| <b>11.2.5.1 Brochure .....</b>                              | <b>84</b>  |
| <b>11.2.5.2 Ficha técnica.....</b>                          | <b>85</b>  |
| <b>11.2.5.3 Ciclo de vida del producto .....</b>            | <b>85</b>  |
| <b>12. PROTOTIPO (Semana 10) .....</b>                      | <b>87</b>  |
| <b>12.1 Video de YouTube:.....</b>                          | <b>87</b>  |
| <b>12.2 Página web: .....</b>                               | <b>87</b>  |
| <b>12.3 Redes Sociales: .....</b>                           | <b>87</b>  |
| <b>13. VALIDACIÓN DE IDEAS DE NEGOCIO (Semana 12) .....</b> | <b>93</b>  |
| <b>14. VALIDACIÓN DE IDEAS DE NEGOCIO (Semana 13) .....</b> | <b>95</b>  |
| <b>14.1 objetivos de la investigación .....</b>             | <b>95</b>  |
| <b>14.2 Tipo de investigación a realizar .....</b>          | <b>96</b>  |
| <b>14.3 Formulación del cuestionario .....</b>              | <b>96</b>  |
| <b>14.4 Determinar el tamaño de la muestra .....</b>        | <b>102</b> |
| <b>15.CONCLUSIONES: .....</b>                               | <b>117</b> |
| <b>16.BIBLIOGRAFÍA: .....</b>                               | <b>119</b> |



**Compromiso del autor**

Yo **Julieth Dayana Buitrago Velásquez** identificada con C.C **1030688068** estudiante del programa **Diseño Gráfico** declaro que: El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Handwritten signature of Julieth B.V. in black ink, written in a cursive style.

**Compromiso del autor**

Yo **Angie Lizbeth Bustamante Santos** identificada con C.C **1073722546** estudiante del programa **Diseño Gráfico** declaro que: El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

A handwritten signature in black ink that reads "Angie Bustamante". The signature is written in a cursive style with a small star-like flourish at the end of the name.

# PRIMER



# CORTE

## 1. INTRODUCCIÓN

El presente proyecto brinda información respecto a las huertas urbanas, con lo que se apunta a fomentar el interés y sensibilizar a la población sobre el uso, cuidado y preservación del medio ambiente. Una de las intenciones es generar innovación en lo ya existente, en donde se tendrán presentes normatividades y leyes para el establecimiento de un marco legal que le de sustento a la idea de negocio, para ello, se tiene en cuenta los Objetivos de Desarrollo Sostenible y normatividades enmarcadas en planes de desarrollo a nivel nacional y distrital.

Por tanto, teniendo en cuenta los impactos que se buscan generar a nivel económico, social y ambientales, además de la generación de métodos informativos que incidan de manera positiva en las acciones que lleva a cabo la población interesada en la producción y consumo responsable; la idea de negocio planteada, le apuesta a desarrollar material de apoyo desde métodos innovadores pensados en lograr un mayor impacto social, a partir de los cuales las personas tengan mayor interés y opten por implementar las huertas en sus hogares o comunidades.

En donde las personas tengan presente la importancia de estas; para esto se genera la propuesta de apoyo constante y permanente, es cual se brindará en la totalidad del proceso, para así evitar frustraciones y posibles abandonos de huertas urbanas, ya sea por diversos factores, como lo pueden ser muerte de las semillas, infertilidad de la tierra, etc. Asimismo, se tiene en cuenta, las necesidades de los clientes, tales como fruto de la constancia y perseverancia en el trato y cuidado que se le pudo haber brindado durante todo el proceso a las huertas.

## **2. OBJETIVOS**

### **2.1. Objetivo general**

\*Desarrollar una idea de negocio en la cual se tenga contemplado el valor corporativo junto con los objetivos de desarrollo sostenible, a través de la implementación de huertas urbanas frente a la seguridad y soberanía alimentaria, con el fin de generar un impacto positivo a nivel social y ambiental frente a la producción de alimentos sanos y nutritivos que contribuyan al cuidado y preservación del medio ambiente.

### **2.2. Objetivos específicos**

\*Informar a la población sobre cómo las huertas urbanas contribuyen a la seguridad y soberanía alimentaria, por medio de la implementación de cartillas informativas y tecnologías disruptivas (Página web, redes sociales), para la implementación de espacios destinados a la cultivación de frutas, hortalizas, plantas aromáticas entre otros productos a escala doméstica.

\*Fomentar el interés para la elaboración de huertas urbanas, a través de canales de información tales como las cartillas y /o plataformas digitales, para motivar a la población a incidir en un impacto positivo del cuidado y preservación del medio ambiente.

\*Implementar factores innovadores en la idea de negocio, a través del análisis del entorno teniendo en cuenta métodos de producción, canales de distribución, costos competencia y productos sustitutos, que puedan afectar el desarrollo de la idea de negocio dentro de un mercado, con el fin de que la idea se encuentre correctamente estructurada para su implementación.

### **3. RESUMEN EJECUTIVO**

Orchard es un emprendimiento que ofrece huertas urbanas, con el fin de promover una seguridad y soberanía alimentaria, concientizando a la población sobre la importancia de generar cambios pequeños que impliquen un impacto mayor, para el cuidado y preservación del medio ambiente, mediante un proceso práctico y sostenible que implica beneficios a nivel personal, social, económico y ambiental.

Esta idea de negocio pretende ofrecer una estructura para la implementación de la huerta urbana, junto con un kit de plantación y una cartilla inicial en donde se muestren conceptos como ¿Qué es la soberanía alimentaria? ¿Qué es la seguridad alimentaria?, pasos para implementar la huerta, tips de cuidado, entre otros. Adicional a ello la cartilla inicial cuenta con un código QR que re direcciona a la página web, en donde el usuario podrá ver videos instructivos que le permitirá ampliar sus conocimientos con respecto a este tema, encontrando artículos de interés como recetas saludables elaboradas con los frutos cosechados; también contará con enlaces a las redes sociales cargadas de diversas piezas gráficas que muestren tips de cuidado y mantención para el huerto. Adicional a ello, se ofrecerá una suscripción en donde el usuario podrá recibir cartillas mensuales que muestren temas relacionados con la siembra.

La propuesta de valor "sembramos juntos", que se plantea para este proyecto es el elemento diferenciador, ya que se pretende, que las distintas personas que adquieran el producto sientan una asesoría y apoyo constante al momento de implementar y mantener sus huertas urbanas, con el fin de evitar que desistan de esta actividad, sino que por el contrario se vuelva parte de su vida cotidiana, pasando esta práctica a generaciones futuras, que permitan crear un impacto positivo a largo plazo.

### **4. ANÁLISIS DEL ENTORNO Y CONTEXTO DE LA IDEA DE NEGOCIO**

#### **4.1 Semana 2**

Tabla 1  
Análisis del entorno y contexto de la idea de negocio

|   | <b>Idea 1</b>  | <b>Idea 2</b>  | <b>Idea 3</b>   |
|---|--|--|---|
| <b>Idea<br/>(Problema,<br/>reto,<br/>oportunidad o<br/>necesidad)</b> | <p><b>Huertas urbanas<br/>(Oportunidad)</b></p> <p>La oportunidad que se logró identificar es la creación de huertas urbanas (en interiores y exteriores) las cuales se sujetan a un desarrollo sostenible, reduciendo la huella ecológica por medio de una transformación en los hábitos de producción y consumo, concientizando a las personas del beneficio de las mismas.</p> <p>Es por esto, que se realizarán las huertas urbanas, ya que la población puede iniciar procesos de siembra de ciertos productos básicos de la canasta familiar, al igual que de algunos de interés (ejemplo: plantas aromáticas-medicinales), con ello, se contribuye a una agricultura local, sin la necesidad de trasladarse a otros lugares.</p> <p>Uno de los beneficios que incluye tener huertas urbanas, se basa en poder realizar sus propios cultivos, mediante los mismos medios que se tienen, es decir, de un vegetal, fruta o especia, pueden salir muchas más de las mismas. Ya que de sus propias raíces y tallos, pueden</p> | <p><b>Bolsas de Cemento reutilizables<br/>(Problema)</b></p> <p>Debido al aumento poblacional a nivel mundial, los daños provocados al medio ambiente, el uso inconsciente del agua, la tierra y los cambios climáticos causados por el calentamiento global; donde el principal autor es el ser humano el cual influyó en esto por su modelo de extracción, consumo y desechos que genera. Es por esto que se toma la empresa de Cementos Argos la cual implementó el programa de reciclaje pionero en Colombia, en donde consta de recolectar los sacos verdes de cemento vacíos con el fin de</p> | <p><b>Enfoque ecológico<br/>Empresa Publicidad P.O.P Soluciones<br/>(Necesidad)</b></p> <p>La empresa Publicidad P.O.P Soluciones, es una organización que se encarga de ofrecer productos promocionales mayormente a aquellas empresas gremiales encargadas de realizar eventos corporativos; el problema radica en que muchas de estas piezas son materiales de un solo uso, y estas se producen en gran cantidad, generando impacto ambiental.</p> <p>Por tal motivo, la empresa Publicidad P.O.P Soluciones requiere ofrecer a sus clientes soluciones ecológicas realizando el debido tratamiento a los productos en su ciclo de vida,</p> |

|  |  |  |  |
|--|--|--|--|
|  | <p>reproducirse, así usando el mínimo de implementos incluyendo semillas, para así alcanzar el objetivo final que es tener sus propios alimentos, sin dudar de su procedimiento y/o tratamiento.</p>   | <p>triturarlos y convertirlos en fibrocemento para proporcionarlos a empresas que fabrican tejas.</p>  | <p>permitiendo que estos tenga un declive adecuado por medio de la implementación de materiales amigables con el medio ambiente, como el papel erpac o las tintas eco solventes, dando así como resultado que estos no se conviertan en basura que afecten el medio ambiente, sino que por el contrario sea tratada de la mejor manera y aprovechada según estas lo permita.</p> |
| <p><b>Nivel (Social , económico, político o ambiental)</b></p> | <p><b>Ambiental</b></p> <p>La implementación de las huertas sostenibles apunta a generar concientización de la población sobre la importancia de la seguridad y soberanía alimentaria desde su entorno local, en la medida que se realice un manejo adecuado y sostenible de recursos, al igual que tener acceso a la disponibilidad de alimentos sanos y nutritivos.</p> <p><b>Social</b></p> <p>Las huertas urbanas como espacios educativos en el fortalecimiento del tejido social en las comunidades.</p> | <p><b>Ambiental</b></p> <p>Debido a que la problemática principal, es debido a que las bolsas terminan en vertientes, ríos o quebradas, las cuales son resultantes de contaminación ecológica y ambiental.</p> | <p><b>Ambiental</b></p> <p>La industria de artes gráficas es una de las que más contamina al medio ambiente, debido a los residuos que estos generan y la contaminación por ciertos químicos con los que se elaboran ciertos productos publicitarios.</p>  |

|   |  |  |   |
|---|--|--|---|
| <p><b>Población afectada (edad, género, estrato, clima, cultura, características importantes)</b></p> | <p>Kennedy es la localidad octava de la ciudad de Bogotá, ubicada en el suroccidente de la ciudad que limita con la localidad de Fontibón la norte, la localidad de Bosa al sur y al oriente con la localidad de Puente Aranda, por otra parte, limita en una pequeña parte con las localidades de Tunjuelito y Ciudad Bolívar, el total de la localidad es de 3855.45 hectáreas de las cuales el 98.1% es área urbana y 1.8% es área rural. En relación con la extensión del Distrito Capital, la localidad de Kennedy representa el 11,12%, el tercer puesto en extensión. (tomado de <a href="http://www.kennedy.gov.co/content/localidad-kennedy">http://www.kennedy.gov.co/content/localidad-kennedy</a>).</p> <p>Articulado lo anterior la localidad cuenta con una población aproximada de 823.722 habitantes, con una población mayormente joven en la cual el 2,54 % es menor de 15 años y el 4,8 % es mayor a los 64 años; además la fuerza de trabajo de la localidad está situada en 735.038 personas que corresponde al 42,95% del total de la población. (Alcaldía Mayor de Bogotá D.C, 2011, p.5)</p> <p>Por otra parte la población con quien se desea iniciar esta idea comprende los barrios, Carimagua, Lucerna y Los Cristales ubicado entre la calle 39 sur , entre las carreras 72 K - 72M, estos se encuentra ubicado en la UPZ 45 Carvajal que cuenta con mayor extensión dentro de la localidad y es la tercera frente a la cantidad de</p> | <p><b>Camacol (Cámara Colombiana de la construcción)</b></p> <p>Asociación gremial de carácter nacional sin ánimo de lucro.</p> <p>Quienes se identificarán para la manipulación de dichos sacos residuales serán los que estén involucrados en una construcción.</p> <p>En estos espacios de trabajo se encuentran varios perfiles de usuarios en donde uno de ellos son los obreros de construcción quienes en su mayoría se dedican a esta ocupación debido a su falta de escolaridad, o por su edad (entre los 18 y 67 años), falta de oportunidades en otros sectores laborales.</p> <p>También se evidencia la participación de género, mujeres, sin embargo, la gran población de trabajadores son hombres.</p> | <p>La población que se desea impactar son las empresas gremiales, aquellas que se ven caracterizadas por realizar eventos corporativos como lo son; <b>Asofondos, Asocajas, Asofiduciaria, Confecámaras, Fedebiocombustibles, Cámara Colombiana de la infraestructura, Fedelonjas</b></p> <p>Ubicadas en una zona residencial - comercial, desde la carrera 7 desde la estación de Museo Nacional hacia la zona norte de la ciudad ( de estrato 3 -5)</p> |
|---|--|--|---|

población , presentando una densidad de 223 habitantes por hectárea ,los barrios en mención pertenecen al estrato económico 3 que representa el 66% de la población de la UPZ zona residencial con la presencia de propiedad horizontal, actividad económica en cuanto a vivienda comercio e industria demarcado como un sector de estrato tres, por otra parte según la *caracterización general de escenarios de riesgo*( 2018). Se manifiesta que: *En cuanto a los recursos hídricos, la “Agenda Ambiental de Kennedy” (Secretaría de Ambiente - 2009) destaca: “La localidad se encuentra ubicada sobre dos terrazas de diferentes niveles: la parte alta que corresponde a la zona oriental y la parte baja, conocida como El Tintal, que forma parte del valle natural de inundación del río Bogotá”. Por la localidad pasan los ríos Bogotá, Fucha y Tunjuelo y se encuentran los humedales de Techo, El Burro y La Vaca.”* (Consejo local de gestión del riesgo y cambio climático- localidad de Kennedy, p. 6)

En cuanto a la educación Kennedy ocupa el primer puesto en número de estudiantes matriculados en el sector oficial con 139.339 personas, equivalente al 13,6% del total de Bogotá. La tasa de cobertura bruta en Kennedy es de 85,4% esta situación de escolaridad ha permitido que en Kennedy la tasa de analfabetismo sea de 1,6%.(Consejo local de gestión del

|   |   |  |  |
|---|---|--|--|
|   | riesgo y cambio climático-localidad de Kennedy, 2018 p. 10).  |  |  |
| <b>Objetivo desarrollo sostenible con el que se relaciona y por qué (mínimo 1 máximo 3)</b> | <p><b>Objetivo 12: Producción y consumo responsable</b></p> <p><i>Meta N°2 y 8</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>De aquí a 2030, lograr la gestión sostenible y el uso eficiente de los recursos naturales.</i></li> <li>• <i>De aquí a 2030, asegurar que las personas de todo el mundo tengan la información y los conocimientos pertinentes para el desarrollo sostenible y los estilos de vida en armonía con la naturaleza.</i></li> </ul> <p>Tomado de:<br/> <a href="https://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals/goal-12-responsible-consumption-and-production.html#targets">https://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals/goal-12-responsible-consumption-and-production.html#targets</a></p> <p>Se toman estos objetivos, debido a que, mediante la implementación de las huertas urbanas, pueda llegar a aplicar un uso consciente de los recursos naturales. Generando una producción sostenible, e informándose de la misma.</p> | <p><b>Objetivo 11: Ciudades y comunidades sostenibles</b></p> <p><i>Meta N° 6</i></p> <p><i>De aquí a 2030, reducir el impacto ambiental negativo per cápita de las ciudades, incluso prestando especial atención a la calidad del aire y la gestión de los desechos municipales y de otro tipo.</i></p> <p>Tomado de:<br/> <a href="https://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals/goal-11-sustainable-cities-and-communities.html#targets">https://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals/goal-11-sustainable-cities-and-communities.html#targets</a></p> <p>Se emplea este objetivo, debido a que la empresa Argos, se encuentra asociada con una empresa especializada en la</p> | <p><b>Objetivo 9: Industria, Innovación e infraestructura (Una industria sostenible)</b></p> <p><i>Meta N°4</i></p> <p><i>De aquí a 2030, modernizar la infraestructura y reconvertir las industrias para que sean sostenibles, utilizando los recursos con mayor eficacia y promoviendo la adopción de tecnologías y procesos industriales limpios y ambientalmente racionales, y logrando que todos los países tomen medidas de acuerdo con sus capacidades respectivas</i></p> <p>Tomado de:<br/> <a href="https://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals/goal-9-industry-">https://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals/goal-9-industry-</a></p> |

|   |   |  |  |
|---|---|--|--|
|   |   | <p>realización de tejas, la cual recibe el material residual (bolsas de cemento vacías Argos) para así dar como resultado la fabricación de tejas ecológicas.</p>              | <p><a href="#"><u>innovation-and-infrastructure.html</u></a></p> <p>La empresa publicitaria busca dar a conocer nuevas opciones amigables con el medio ambiente en donde se logren los mismos resultados de promoción con productos que sean ecológicos.</p>   |
| <p><b>¿Qué aporta la teoría de valor corporativo?</b></p> | <p>*Dar a conocer los beneficios que representan las huertas urbanas frente a la sostenibilidad alimentaria.</p> <p>*Se busca generar alianzas con distintas entidades públicas o privadas, entre otras (Jardín Botánico).</p> <p>*Establecer asociaciones y / alianzas con colectivos ambientales y espacios pedagógicos de educación respecto al cuidado y preservación del medio ambiente, en donde puedan:</p> <p>*Comercializar sus productos en espacios como las <b>Ferias Locales Campesinas</b>, en donde las personas asociadas con nuestra empresa puedan hacer venta de sus productos y tener ingresos económicos adicionales.</p> <p>2.Espacios de Adquisición de nuevos saberes para el fortalecimiento de procesos en el manejo de huertas y cuidado del</p> | <p>Aporte ambiental, en donde se usará al máximo los residuos restantes, en donde se emplearán nuevamente como material para tejas.</p> <p>Empresa de fibrocemento Plycem.</p> | <p>Publicidad P.O.P Soluciones quiere manejar este nuevo enfoque ecológico en donde da a conocer estas nuevas opciones a sus clientes y presenta una asociación con la empresa Ecoplanet la cual se encarga de hacer una adecuada disposición de los residuos sólidos generados en dichos eventos.</p> |

*Orchard: sembramos juntos*

|  |  |  |  |
|--|--|--|--|
|  | <p>medio ambiente (Empresa Eco House (Colombia) - Oferente de diplomados ecológicos).</p> <p>*Establecer conexiones con proveedores de pequeñas y medianas empresas para la adquisición de productos de la presente idea de negocio, con el fin de apoyar emprendimientos.</p> |  |  |
|--|--|--|--|

Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Tabla análisis del entorno y contexto de la idea de negocio. Tabla de datos. Elaboración propia.

#### **4.2. Tecnologías disruptivas:**

A partir de las huertas urbanas se plantea manejar una comunicación por medio de redes sociales en donde se informe ciertos aspectos de las huertas, denotando los beneficios y el producto que se ofrece; a su vez promoviendo la implementación de una página web que permita mostrar datos diversos de este tema como sus beneficios, modo de implementación, videos instructivos, enlaces para la comunicación, eventos, información y contacto de entidades que promuevan y apoyen el proyecto de huertas urbanas, además del cuidado y preservación del medio ambiente.

De acuerdo a lo anterior, es importante resaltar que la implementación de esta idea contribuye a procesos relacionados con Eco Huertas, las cuales a diferencia de huertas tradicionales busca eliminar la presencia de factores químicos en proceso de cultivos, por tanto:

La Agricultura Urbana es un sistema de producción de alimentos definida como la práctica agrícola que se realiza en espacios urbanos dentro de la ciudad o en los alrededores (agricultura urbana y periurbana), en zonas blandas (como antejardines, lotes) o en zonas duras (terrazas, patios), utilizando el potencial local como la fuerza de trabajo, el área

*Orchard: sembramos juntos*

disponible, el agua lluvia, los residuos sólidos, articulando conocimientos técnicos y saberes tradicionales, con el fin de promover la sostenibilidad ambiental y generar productos alimenticios limpios para el autoconsumo y comercialización, fortaleciendo el tejido social. (Jardín Botánico de Bogotá José Celestino Mutis, 2010, p.8)

En este sentido se busca que la implementación de técnicas agrícolas sea de manera natural generando beneficios a los espacios de producción y la planeación de factores como dinero, tiempo y trabajo.

Por esta razón, es importante que en el desarrollo e implementación de las huertas urbanas se usen tecnologías limpias estas comprendida como la promoción y aplicación de buenas prácticas para el:

manejo y aprovechamiento de residuos sólidos orgánicos para producir sustratos seguros, con el fin de disminuir los riesgos ambientales y de salud asociados con el manejo de la materia prima, los procesos de descomposición y su uso. Esta práctica se orienta hacia la reutilización de residuos inorgánicos como recipientes o contenedores, el uso eficiente del agua lluvia para el riego y la energía solar con la adaptación de secadores solares unidos a iniciativas productivas. (Jardín Botánico de Bogotá José Celestino Mutis, 2010, p.38)

Entre estas tecnologías limpias se presentan varias prácticas que son de fácil acceso y bajo costo, además su uso genera cambios de gran impacto y contribuye al mejoramiento de hábitos de consumo, entre los que se encuentran (Jardín Botánico de Bogotá José Celestino Mutis, 2010, p.38-44):

**Reciclaje y utilización:** La separación adecuada de residuos sólidos y utilización de estos residuos en otras actividades evitando productos de un solo uso y así son aprovechados en los procesos de agricultura. Generando así una gestión integral de dichos residuos.

**El compostaje:** Considerado como un proceso que consiste en la degradación biológica controlada en la se implementan residuos orgánicos domésticos y

*Orchard: sembramos juntos*

agroindustriales, se presentan diferentes métodos de hacer el compostaje, la importancia de este radica en que el producto final obtenido de este proceso e obtenga de materia prima limpia es decir sin mezcla de plásticos, metales o desechos sanitarios.

**Lombricultivo:** Apoya el proceso de compostaje domiciliario mejorar las condiciones de este como sustrato agrícola. posee características que favorecen el desarrollo radicular y su acción sobre el suelo es hacer más asimilable nutriente como fósforo, calcio, potasio y otros micro nutrientes. (p.41). Este proceso consiste en la siembra de la *Eisenia Fetida* o Lombriz roja californiana con residuos ya precompostados, en donde deben manejarse temperaturas óptimas entre los 20°C a 30°C, además de una buena ventilación y un ambiente oscuro que permita un adecuado proceso, que permita la obtención del lixiviado conocido como un abono orgánico.

**Reutilización de agua lluvia:** Consiste en la recolección, captación y conducción de este elemento vital con la finalidad de hacer un aprovechamiento para el riego de los cultivos.

**Aprovechamiento de energía solar:** Consiste en utilizar la energía solar como energía alternativa, se utiliza para aplicar técnicas de secado en hojas de plantas, tallos, raíces o frutas, con el fin de conservar los tejidos y sus propiedades nutricionales, medicinales o aromáticas, en condiciones adecuadas de sanidad e inocuidad para su aprovechamiento en el autoconsumo o comercialización a pequeña escala. (p.44)

Las anteriores técnicas incentivan a ser conscientes que desde lo cotidiano se pueden genera cambios que tienen repercusiones importantes en nuestros hábitos y cuidado del medio ambiente, estas son algunas que se asocian al manejo y uso de

*Orchard: sembramos juntos*

huertas urbanas, sirviendo así de complemento para tener una mayor productividad de las huertas.

## 5. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA, NECESIDAD, RETO U OPORTUNIDAD

### 5.1. Semana 3

*Tabla 2*  
*Análisis de problemas*

| <b>Criterio</b>  | <b>Huertas urbanas</b> | <b>Bolsas de Cemento reutilizables</b> | <b>Enfoque ecológico Empresa Publicidad P.O.P Soluciones</b> |
|--|------------------------|--|--|
| <b>Conocimiento o experiencia</b>  | 3                      | 3                                      | 4  |
| <b>Asesoramiento de un experto (si se requiere ¿lo tenemos?)</b>   | 4                      | 3                                      | 3  |
| <b>Alcance (técnico ¿tenemos las herramientas?, ¿podemos desplazarnos para evaluar el problema?, ¿Tenemos acceso a información /datos/cifras, ( ¿puede darle alguna solución?)</b> | 4                      | 3                                      | 3  |
| <b>Costos (posible solución)</b>   | 2                      | 2                                      | 2  |

*Orchard: sembramos juntos*

|  |    |    |    |
|--|----|----|----|
| <b>Impacto ¿es trascendental?<br/>¿Representa un desafío para usted?</b> | 4  | 3  | 4  |
| <b>¿Qué tanto les llama la atención el desarrollo del problema?</b>      | 5  | 4  | 3  |
| <b>TOTAL</b>   | 22 | 18 | 19 |

Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Tabla identificación del problema, reto u oportunidad. Tabla de datos. Elaboración propia.

De acuerdo al contenido de la tabla anterior, como equipo de trabajo en el desarrollo de la búsqueda de la idea de negocio se plantearon ítems que permitieron reconocer la viabilidad de la misma frente a los retos e intereses que esta supone, dentro de la cual se pudo identificar que entre la idea de *Huertas Urbanas* y la idea desde *P.O.P. Soluciones*, se presentaban aspectos que contribuían a impactos positivos en el medio ambiente y por tanto las dos ideas evidenciaban un alto grado de viabilidad para el equipo de trabajo, ya que se cuenta con las herramientas necesarias para el desarrollo de las mismas.

En concordancia a ello, el equipo de trabajo en su interés por generar un impacto positivo al cuidado y preservación del medio ambiente, optó por la idea de *las Huertas Urbanas*, debido a que su proceso es más cercano a la población a diferencia de la idea de *P.O.P. Soluciones* que es un proceso a nivel industrial; por ello, desde el desarrollo de las huertas urbanas se busca incidir en cambios de hábitos saludables y en la perspectiva de consumo de la población a quien se direcciona el proyecto, en este sentido se desea que quienes se vinculen a la ejecución desde la idea de negocio asuman su responsabilidad en el cuidado del medio ambiente, generando conciencia en como su movilización en el medio

*Orchard: sembramos juntos*

afecta al entorno, las generaciones presentes y futuras, en tanto se toman acciones contundentes hacia el cambio.

## **5.2 Se seleccionó la oportunidad de realizar el proyecto con huertas urbanas**

A partir de la investigación y realización de la tabla, se logró seleccionar la iniciativa de huertas caseras que compete a un tema en donde se genera un gran interés por parte del equipo de trabajo debido a los beneficios que esta conlleva, en cuanto al desarrollo del objetivo sostenible y el enfoque social que esta representa.

## **5.3. PESTEL (Análisis Político, Económico, Socio-cultural, Tecnológico, Ecológico y Legal)**

### **❖ Político: Estabilidad del gobierno - Impuestos (gastos fijos)**

Las huertas urbanas se acogen al propósito número 2 del plan de desarrollo distrital el cual estipula “*Cambiar nuestros hábitos de vida para reverdecer a Bogotá y adaptarnos y mitigar la crisis climática*”, en donde las huertas se ven como una herramienta para generará la producción de productos sanos, fortaleciendo un tejido social y reduciendo los desechos orgánicos que innecesariamente llegan al relleno Doña Juana mitigando el impacto que esta genera en nuestro ambiente; hemos logrado identificar que el Jardín Botánico plantea un proyecto de huertas urbanas en donde presta una capacitación frente a este tema otorgando los insumos necesarios junto con asistencia técnica.

*Orchard: sembramos juntos*

Estrategias del Propósito 2. Para alcanzar este propósito se deberán desarrollar estrategias que mejoren la calidad del medio ambiente natural, construido y regional desde la perspectiva de la generación de condiciones de bienestar para la población y los demás seres vivos presentes en el territorio; promoviendo la transformación de hábitos y espacios, y la construcción de consciencia sobre nuestros consumos, manejo de residuos y valoración de todas las formas de vida. (Anales del Concejo de Bogotá, D.C Proyecto de Acuerdo No. 123 de 2020, p 8).

❖ **Económico (contexto en el que se desarrolla el proyecto):** *Crecimiento económico - inflación (identificar costos y variables)*

Las huertas urbanas, pertenecen al sector de *Agricultura en el boletín de PIB*, en donde se ve reflejada la inflación en el 2020-1 y 2019-1 de un 6,8%

(DANE. 2020)

❖ **Sociocultural:** *Demografía (quién es nuestro público)*

El presente proyecto se enfoca hacia la población conformada por jóvenes adultos contemplados entre las edades de 25 a 32 años, que cuenten con una vinculación laboral e independencia económica, los cuales se asuman como responsables del medio ambiente y el impacto que generan sus acciones, por ello, buscan generar cambios desde sus hábitos en el cuidado, protección y preservación del medio ambiente, es así que, asumen retos de manera constante y tienen la plena convicción que con pequeños cambios poco a poco se puede generar un gran impacto ecológico, además de ello, buscan tener una vida saludable, se preocupan por el cuidado del planeta y participan en movimientos o espacios que busquen estos mismos cambios.

*Orchard: sembramos juntos*

En este sentido, el proyecto se centrará en la Localidad octava de Kennedy en los barrios de Carimagua, Los Cristal y Lucerna, zona residencial con la presencia de propiedad horizontal y demarcado como un sector de estrato tres. En cuanto a nivel de ventas de kit para la huerta se ve proyectado a personas con poder adquisitivo que sientan el interés de preocuparse por su seguridad alimentaria motivados a generar cambios progresivos en ser conscientes en su consumo. (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2011)

En este sentido, la presente idea de negocio desea establecerse en un primer momento en Kennedy que es la localidad octava de la ciudad de Bogotá, ubicada en el suroccidente de la ciudad que limita con la localidad de Fontibón la norte, la localidad de Bosa al sur y al oriente con la localidad de Puente Aranda, por otra parte, limita en una pequeña parte con las localidades de Tunjuelito y Ciudad Bolívar, el total de la localidad es de 3855.45 hectáreas de las cuales el 98.1% es área urbana y 1.8% es área rural. En relación con la extensión del Distrito Capital, la localidad de Kennedy representa el 11,12%, el tercer puesto en extensión. (tomado de <http://www.kennedy.gov.co/content/localidad-kennedy>).

Articulado lo anterior la localidad cuenta con una población aproximada de 823.722 habitantes, con una población mayormente joven en la cual el 2,54 % es menor de 15 años y el 4,8 % es mayor a los 64 años; además la fuerza de trabajo de la localidad está situada en 735. 038 personas que corresponde al 42, 95% del total de la población. (Alcaldía Mayor de Bogotá D.C, 2011, p.5)

Por otra parte, la población con quien se desea iniciar esta idea comprende los barrios, Carimagua, Lucerna y Los Cristales ubicado entre la calle 39 sur , entre las carreras 72 K - 72M, estos se encuentra ubicado en la UPZ 45 Carvajal que cuenta con mayor extensión dentro de la localidad y es la tercera frente a la cantidad de población , presentando una densidad de 223 habitantes por hectárea ,los barrios en mención pertenecen al estrato

*Orchard: sembramos juntos*

económico 3 que representa el 66% de la población de la UPZ zona residencial con la presencia de propiedad horizontal, actividad económica en cuanto a vivienda comercio e industria demarcado como un sector de estrato tres, por otra parte según la **caracterización general de escenarios de riesgo** (2018). Se manifiesta que:

En cuanto a los recursos hídricos, la “Agenda Ambiental de Kennedy” (Secretaría de Ambiente - 2009) destaca: “La localidad se encuentra ubicada sobre dos terrazas de diferentes niveles: la parte alta que corresponde a la zona oriental y la parte baja, conocida como El Tintal, que forma parte del valle natural de inundación del río Bogotá”. Por la localidad pasan los ríos Bogotá, Fucha y Tunjuelo y se encuentran los humedales de Techo, El Burro y La Vaca.” (Consejo local de gestión del riesgo y cambio climático- localidad de Kennedy, p. 6)

En cuanto a la educación Kennedy ocupa el primer puesto en número de estudiantes matriculados en el sector oficial con 139.339 personas, equivalente al 13,6% del total de Bogotá. La tasa de cobertura bruta en Kennedy es de 85,4% esta situación de escolaridad ha permitido que en Kennedy la tasa de analfabetismo sea de 1,6%. (Consejo local de gestión del riesgo y cambio climático- localidad de Kennedy, 2018 p. 10).

❖ **Tecnológico:** *Transferencia tecnológica (Cómo nos afecta tecnológicamente) - Influencia en el desarrollo que tenemos.*

Las nuevas tecnologías que, a lo largo, va creciendo exponencialmente, la cual hoy en día se ve involucrada en la aplicación de huertas urbanas. Esta nueva idea, nace en Alemania, en donde lo primordial se basa en tomar el control de producir y cultivar nosotros mismos, nuestros alimentos.

Farmbot Genesis quiere ayudarnos a cambiar la forma de producir nuestra comida apoyándonos en la tecnología. Una combinación de automatización, hardware libre,

*Orchard: sembramos juntos*

tecnología y el tan de moda hoy día, “hazlo tú mismo”. Un sistema automatizado que trabaja 24 horas al día, 7 días a la semana, 365 días al año para cultivar y producir nuestros propios alimentos ecológicos.

Farmbot siembra en tu huerto las semillas que quieras cultivar, con cualquier patrón y densidad, las regará de la forma eficiente dependiendo del tipo de planta, tomando en cuenta su variedad, edad, tamaño, las condiciones de la tierra o el clima local. Utiliza una placa Arduino Mega, Raspberry Pi 2, 17 servomotores y una gran estructura que puede ser personalizada dependiendo de nuestras necesidades. (EcoInventos green technology. 11 febrero 2017)

❖ **Ecológico (impacto ambiental):** *Restricciones - Cambio climático (situación actual del medio ambiente)*

La Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI), quien está regido bajo lineamientos de carácter ecológico, el cual según su sector especifica información del comportamiento del mismo, en este sentido la ANDI manifiesta que:

Lideramos la transformación hacia la agricultura sostenible y su impacto en el bienestar de los colombianos, dialogando con la sociedad permanente y transparentemente. (ANDI. 2020. Quiénes Somos).

❖ **Legal:** *Leyes regionales - Leyes del gobierno (industria en la que se trabaja) -estímulos del gobierno-*

“Aprobada recientemente por el **Consejo de Planeamiento Estratégico (COPE)**, el proyecto **Ley de Huertos Urbanos como espacios de equidad establece que el Ejecutivo de la Ciudad**, a través de los organismos contralores (Ministerio de Ambiente y Espacio Público y/o el Ministerio de Hábitat y Desarrollo Humano), apoyará y estimulará todas las iniciativas ciudadanas individuales o colectivas para desarrollar huertos agrícolas con perspectiva de

*Orchard: sembramos juntos*

género” (PRESENTE. 24 noviembre 2016. La importancia de tener una ley de huertas urbanas).

ACUERDO 605 DE 2015 "Por el cual se formulan los lineamientos para institucionalizar el programa de agricultura urbana y periurbana agroecológica en la ciudad de Bogotá".

#### 5.4. Análisis DOFA

Tabla 3  
Análisis DOFA

| Positivos  | Negativos  |
|--|--|
| <p><b>Fortalezas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Disposición e interés de realizar el proyecto.</li> <li>- Manejo de plataformas digitales para la difusión de la idea.</li> <li>- Conocimientos en el área de diseño para realizar la identidad visual de la marca, elementos que la componen y así mismo su publicidad.</li> <li>- Posibilidad de asociaciones para darle cuerpo al proyecto.</li> <li>- Bases teóricas para el desarrollo de las huertas urbanas.</li> <li>- El producto se presta para ser ajustable en cualquier espacio.</li> <li>- Se fundamenta en dar respuesta al objetivo sostenible N° 12: Producción y consumo responsable.</li> <li>- Las huertas urbanas son de fácil adopción y adaptación de tecnologías sencillas, de fácil implantación, lo que permite una replicación de la experiencia.</li> </ul> | <p><b>Debilidades:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Principiantes dentro del mercado.</li> <li>- Falta de experiencia práctica.</li> <li>- Reconocimiento completo de la normativa en relación al proyecto.</li> </ul> |

|   |   |
|---|---|
| <p><b>Oportunidades:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Diferentes asociaciones con entidades relacionadas al tema como del Jardín Botánico.</li> <li>- Difusión del producto por herramientas digitales.</li> <li>- Difusión de información acerca del proyecto en la zona residencial previamente identificada, por medio de una voz a voz entre los residentes del sector.</li> </ul> | <p><b>Amenazas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Cambios climáticos impredecibles.</li> <li>- Variación de costos en los insumos.</li> <li>-Falta de compromiso por parte de los proveedores.</li> <li>- Manejo inadecuado de los recursos naturales para la implementación de la huerta.</li> </ul> |
|---|---|

Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Tabla FODA. Tabla de fortalezas, oportunidades, debilidades, amenazas frente al proyecto. Elaboración propia.

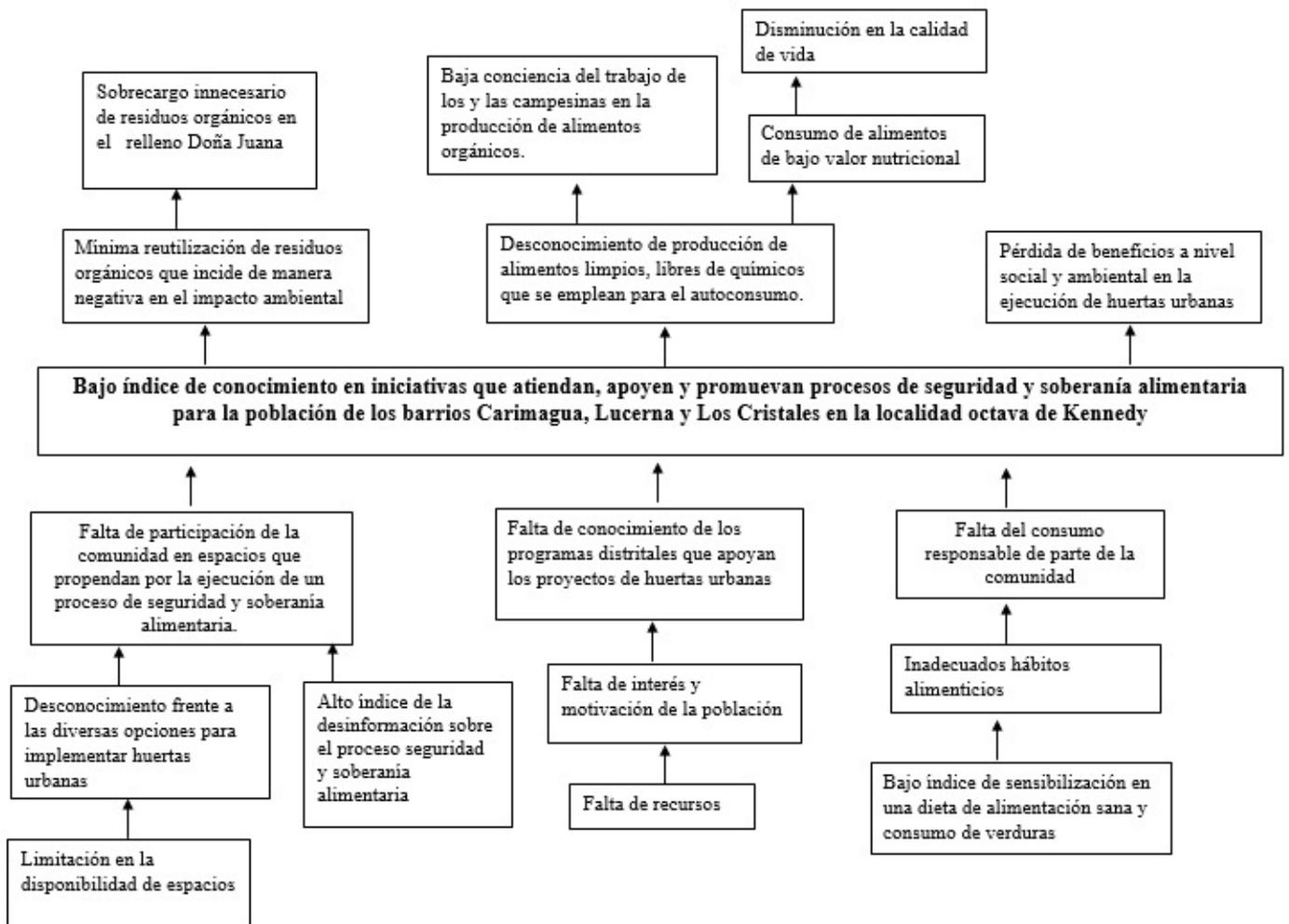
Después de realizar el análisis DOFA, pudimos evidenciar como equipo de trabajo de manera más detallada características de la idea de negocio que permitían evaluar algunos procesos en el planteamiento, ejecución y proyección, en este sentido, se pudo evidenciar que aunque somos nuevos en el mercado el proceso investigativo permite la adquisición de conocimientos y recopilación de experiencias que permiten una proyección más segura de la idea de negocio, buscando genera beneficios a quienes Se vinculan con nosotros, además de contar con conocimientos en el manejo de diseño para la elaboración de publicidad de los productos, reconociendo las necesidades de los potenciales cliente; por otra parte, es clave mencionar que el proyecto tiene como objetivo contribuir al cumplimiento del objetivo 12 de desarrollo sostenible lo que permite la asociación con entidades públicas y privadas que trabajan por este objetivo y desarrollan actividades en pos del cuidado y preservación del medio ambiente.

En cuanto a las debilidades, son aspectos que desde un trabajo investigativo y en asociación con entidades conectoras del tema pueden ser fortalecidos y nos motivan a estar al tanto de las últimas tendencias relacionadas a huertas urbanas y temáticas que tienen

*Orchard: sembramos juntos*

relación con las mismas, permitiendo optimizar el proyecto. Por otra parte, las amenazas permiten analizar y evaluar la implementación de alternativas y estrategias que puedan dar respuesta al proyecto sin desmejorar su calidad y la atención óptima de los potenciales clientes. +

## 5.5. Árbol de Problemas



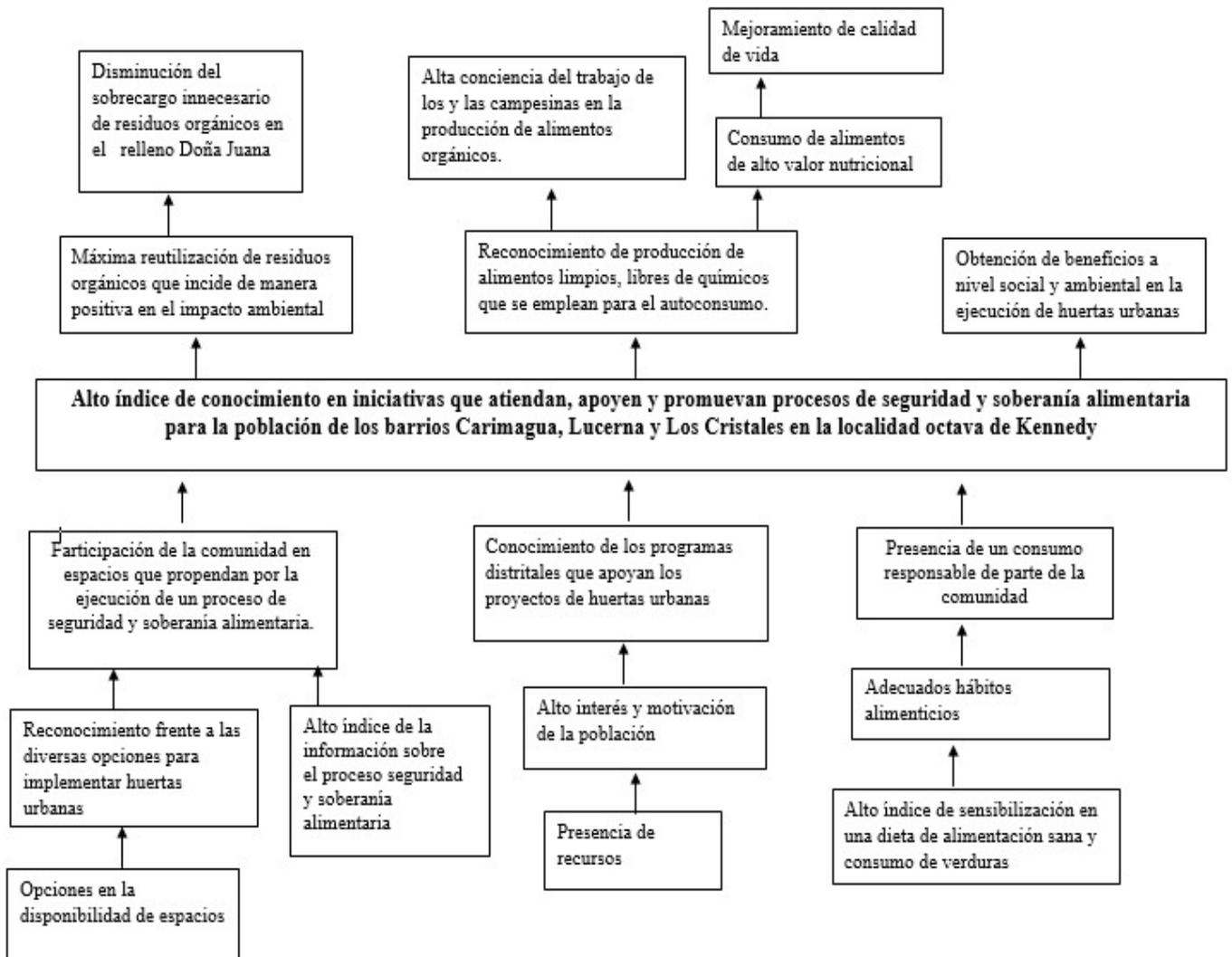
Esquema 1 Árbol de Problemas. Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Elaboración propia.

*Orchard: sembramos juntos*

## 5.6. Pregunta problema

¿Cómo sensibilizar y vincular a la población de los barrios Carimagua, Lucerna y Los Cristales de la localidad octava de Kennedy en iniciativas que atiendan, apoyen y promuevan procesos de seguridad y soberanía alimentaria?

## 5.7. Árbol de objetivos



Esquema 2 Árbol de objetivos. Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Elaboración propia.

## 6. DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

### 6.1 Semana 4: Nombre y descripción de la idea de negocio

#### 6.1.1. Técnica de ideación: *Lluvia de ideas*



Esquema 3 Técnica lluvia de ideas. Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Elaboración propia.

#### 6.1.2. Técnica de ideación: *6 Sombreros*

Para estructurar la idea de negocio, se implementó la técnica de los seis sombreros en donde cada miembro del equipo tomo una postura diferente (moderador, neutral, pasional,

*Orchard: sembramos juntos*

negativo, creatividad y positivo), con los cuales se logró examinar la idea en puntos de vista diferentes, observando los pros y contras que antes no se tenían contemplados, plantando soluciones, generando nuevas ideas, analizando nuevas perspectivas que permitieron estructurar de una manera más concreta la idea de negocio.

### **SOMBRERO AZUL (MODERADOR)**

La idea de negocio busca sensibilizar y vincular a la población de los barrios Carimagua, Lucerna y Los Cristales de la localidad octava de Kennedy con iniciativas que atiendan, apoyen y promuevan procesos de seguridad y soberanía alimentaria, para ello, se generan alianzas con entidades públicas o privadas que tengan manejo técnico de temáticas, igualmente se ofertan kits para el desarrollo de huertas urbanas. Algunos aspectos a tener en cuenta son:

- \*Que beneficios tiene la implementación y uso de huertas urbanas.
- \*La rentabilidad en la creación, diseño, uso y difusión de la página web y redes sociales.
- \*El proceso de suscripción permitirá una vinculación del cliente al proceso dándole beneficios exclusivos (Cartilla mensual, acceso a secciones de la página web)
- \*Se cuenta con la posibilidad de generar alianzas con entidades que desarrollan el tema como el Jardín Botánico.
- \*Generar asociaciones con emprendiendo que cuenten con la creación de bases y estructuras para las huertas urbanas.
- \* Un porcentaje de las ventas de *kits de huertas urbanas* y *la revista mensual*, será donado para implementar huertas urbanas con poblaciones de escasos recursos.

### **SOMBRERO BLANCO (NEUTRAL)**

- \*La página web resulta ser viable porque se genera un lazo con los clientes, donde se generó una base de datos que permita establecer alianzas y redes con otras entidades.
- \*Es importante tener claro que puede que no todos los grupos poblacionales tengan acceso a la página por cuestiones de accesibilidad o manejo de la plataforma.
- \*Generar asociaciones es una buena idea ya que permite un avance con entidades que tengan una experiencia técnica y práctica en el manejo de las huertas urbanas.
- \*La idea de negocio busca responder a un objetivo sostenible en pro del progreso social y cuidado del medio ambiente.

### **SOMBRERO ROJO (PASIONAL)**

- \*Es imposible conseguir buenas alianzas con personas que acabábamos de conocer la gestión de productos como la base de las huertas urbanas.
- \*Me genera angustia el cuidado que demandan los cultivos y que la no tener suficiente tiempo tenga una pérdida económica y material.
- \*Al ser nuevos en el mercado de las huertas caseras, los clientes potenciales no perciban como inexpertos y no deseen adquirir nuestros productos.
- \*Se genera temor, en la medida que los clientes potenciales no perciban la visión de la idea de negocio como un proceso viable para el cuidado del medio ambiente y la seguridad alimentaria.

**SOMBRERO NEGRO (NEGATIVO)**

- \*La página web no resulta ser una herramienta inclusiva porque excluye a poblaciones como adulto mayor o niños y niñas que no tiene acceso a diferentes plataformas virtuales.
- \*La página web no resulta ser una buena idea ya que la mayoría de clientes potenciales solo quieren un producto y no generar un vínculo con la idea de negocio.
- \*Que les hace pensar que las huertas urbanas son buena idea de negocio para genera sostenibilidad y cumplir con el objetivo de desarrollo.
- \*Porque en vez de enseñar a hacer huertas urbanas no vemos más viable dar mercados a poblaciones vulnerables y evitar tantas gestiones para la implementación de la idea.
- \*Si deseamos que la población tenga una alimentación nutritiva, sería más viable que compren sus productos en almacenes de cadena.

**SOMBRERO VERDE (CREATIVIDAD)**

- \*La implementación de la huerta no solo contribuye a una seguridad alimentaria, sino que también permite generar una ayuda ambiental en cuanto a los desechos orgánicos que desaprovechamos.
- \*Podemos genera piezas gráficas que a través de su composición podamos llegar a impactar y generar emociones a los usuarios para que ellos hallen valor en nuestra idea de negocio.
- \*Es importante ver como a través de la idea de negocio no solo fomentamos alternativas para la seguridad y soberanía alimentaria, sino que educamos a la población con tips y consejos sencillos y de fácil aplicabilidad.
- \*Es importante ver como las tecnologías disruptivas como la página web y redes sociales no permiten abarcar un mayor público y llegar a nuevos clientes potenciales como jóvenes interesados en contribuir al cambio ambiental y además estamos informados de las nuevas tendencias entorno a nuestra idea de negocio.

**SOMBRERO AMARILLO (POSITIVO)**

- \*El manejo de tecnologías disruptivas permite tener una mayor interconexión con entidades públicas y privadas, mejorando el desarrollo de la idea de negocio y estableciendo asociaciones para mejorar el producto ofertado
- \*Con esta idea de negocio si podemos concientizar a la población de que es posible desde su cotidianidad generar una seguridad alimentaria desde proceso de fácil acceso.
- \*Es valioso poder comprender términos de seguridad y soberanía alimentaria desde la elaboración de huertas urbanas fortaleciendo vínculos familiares y de la comunidad.
- \*La idea de negocio aporta a la concientización de buenos hábitos alimenticios contribuyendo al bienestar de los clientes potenciales.
- \*Con las ventas que se tengan de los kits de huertas urbanas y las suscripciones se aportará un porcentaje a una causa social, implementando así el valor corporativo a la idea de negocio, que busca genera una transformación social y ambiental.

Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Técnica 6 Sombreros. Elaboración propia.

**6.2 Idea de negocio**

Tabla 4

## Análisis Idea de Negocio

|  |  |
|--|--|
| <p><b>¿Cuál es el producto o servicio?</b></p>       | <p>Producto: Huertas urbanas, junto con kit de preparación y cartillas informativas sobre beneficios, la cual se dará por medio de suscripción, en donde se promociona la página web, redes sociales empleadas como canal de informa y difusión de la idea de negocio (piezas gráficas llamativa e informativas, recetas de cocina saludables elaboradas con los productos cosechados, tips de cuidado para las plantas , seguimiento de crecimiento para las huertas)</p>   |
| <p><b>¿Quién es el cliente potencial?</b></p>        | <p>Jóvenes adultos contemplados entre las edades de 25 a 32 años, que cuenten con una vinculación laboral e independencia económica, los cuales se asuman como responsables del medio ambiente y el impacto que generan sus acciones.</p> <p>Residentes de la localidad octava de Kennedy, específicamente en los barrios de Carimagua, Lucerna y Los Cristales, interesados en aportar en la seguridad y soberanía alimentaria desde sus hábitos de consumo en la vida cotidiana.</p> <p>Además de ello, se contempla a un público que podamos alcanzar a través de las redes sociales con las mismas características y/o que se proyectan hacia una independencia total.</p> |
| <p><b>¿Cuál es la necesidad?</b></p>                 | <p>Concientizar a las personas ubicadas en este sector acerca de los beneficios que conllevan la implementación de las huertas caseras a un nivel personal, social y ambiental.</p>  |
| <p><b>¿Cómo funciona el producto o servicio?</b></p> | <p>La idea de negocio desea brindar Kits para la elaboración de huertas urbanas, cartillas informativas y la implementación de tecnologías disruptivas que informen de manera clara y concisa sobre los beneficios que trae la implementación de huertas caseras para una mejor calidad de vida a nivel personal y social, en donde se ofrecerá como servicio adicional una suscripción que</p>  |

|  |   |
|--|---|
|  | <p>permitirá que los clientes reciban una cartilla informativa mensual a parte de unos espacios exclusivos en la página web que los orienten y motiven en el proceso de sus huertas, así a su vez, genera en las personas mayor interés por cultivar sus propios alimentos.</p>   |
| <p><b>¿Por qué lo preferirían?</b></p> | <p>Porque serán cartillas las cuales fortalecerán la información que ya existe, haciendo énfasis en beneficios, tips, cuidado, tratamiento y preparación de los posibles alimentos que podrán cultivar en sus huertas caseras.</p> <p>Por otra parte, serán tarifas competitivas, las cuales no serán de valores extraordinariamente costosos, para su fácil asequibilidad.</p> <p>Además, se propone hacer implementación de tecnologías disruptivas con el fin de que el cliente sienta un acompañamiento por parte de la idea de negocio, donde se pueda informar de temáticas relacionados con las huertas, seguridad, soberanía alimentaria a nivel nacional e internacional y la gestión de proyecto e iniciativas de tipo gubernamental y no gubernamental a las cuales se vincular o aportar.</p> |

### 6.3 Solución idea de negocio estructurada

Tabla 5

¿Cómo informar los beneficios de la implementación de huertas urbanas?

| Verbo  | Tema u objetivo  | Características   |
|--|--|---|
| <p><b>Informar</b><br/><b>Concientizar</b></p> | <p>Kits de huertas urbanas, junto con cartillas informativas y plataformas digitales (Páginas web - redes sociales)<br/>Sobre la implementación de huertas urbanas</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>● Rentable</li> <li>● Asequible</li> <li>● Amigable con el medio ambiente</li> <li>● Sostenible</li> </ul> |

Tabla 6

¿Para quién va dirigida la idea de negocio?

| Usuarios   | Verbo inspirador                   | Propósito inspirador   |
|--|------------------------------------|--|
| <p>Jóvenes adultos contemplados entre las edades de 25 a 32 años, que cuenten con una vinculación laboral e independencia económica, los cuales se asuman como responsables del medio ambiente y el impacto que generan sus acciones.</p> <p>Residentes de la localidad octava de Kennedy, específicamente en los barrios de Carimagua, Lucerna y Los Cristales, interesados en aportar en la seguridad y soberanía alimentaria desde sus hábitos de consumo en la vida cotidiana.</p> <p>Además de ello, se contempla a un público que podamos alcanzar a través de las redes sociales con las mismas características y/o que se proyectan hacia una independencia total.</p> | <p>Incentivar<br/>Sensibilizar</p> | <p>La seguridad y soberanía alimentaria, incide en el mejoramiento de la calidad de vida en una alimentación sana ya saludable, contribuyendo a un impacto positivo al medio ambiente.</p> |

## 7. INNOVACIÓN

### 7.1 Semana 5: Ideas de innovación

- 1. Mejora del servicio:** Implementación de tecnologías disruptivas (Página web, redes sociales y tecnologías limpias en el proceso de huertas urbanas) que permitan nuevos ambientes donde el cliente pueda interactuar con temáticas relacionadas a las huertas caseras.
- 2. Ambiente nuevo:** Generación de asociaciones con entidades públicas y privadas para el desarrollo de capacitación y manejo de huertas urbanas de manera tecnificada.

- 3. Innovación del servicio:** Realizando métodos nuevos, como lo son los Kits para el desarrollo de huertas urbanas. Asimismo, se brindarán suscripciones mensuales con información de interés sobre el producto y se presentan los beneficios de los mismos.
  
- 4. Innovación sostenible:** Se basará en implementar residuos orgánicos, los cuales sirven como abono para la tierra en las huertas, reduciendo así los residuos sólidos que son direccionados al relleno Doña Juana.

En este sentido desde la idea de negocio se busca orientar, informar y sensibilizar a la comunidad a ser partícipes del cambio para el cuidado, protección y preservación del medio ambiente, desde cambios pequeños que al ser implementados en sus hogares y desde acciones en la cotidianidad pueden genera impacto ecológico frente a la concientización en acciones de consumo. Buscamos como equipo de trabajo, reflejar la importancia de cuidar los recursos naturales como generaciones presentes para brindar espacios de vida digna, en la mitigación de la huella de carbono para las generaciones futuras.

Además de ello, vemos la necesidad de hacerlo de manera creativa en la medida que se implementen tecnologías disruptivas, con las cuales nuestros clientes puedan interactuar y sentirse parte del cambio, en el que la información esté al alcance de un clic y también en formato físico. Porque creemos que la desinformación es quizás uno de los mayores obstáculos en este proceso de generar cambios oportunos y de impacto como el que proponemos.

## **7.2 Competencias empresariales**

Orchard: sembramos juntos

Tabla 7

Competencias Empresariales

| Nombre de la entidad   | Tipo de entidad   | Materiales  | Precios   | Canales de distribución  | Tipos de clientes   |
|--|---|---|---|--|---|
| <p><b>Novacultivos Huertas Urbanas:</b></p> <p>Huertos urbanos, fundamentalmente se crearon para para sembrar en el hogar.</p> | <p><b>Privada</b></p> <p><i>Sembrando esperanza cultivando el cambio ¡Hagámoslo juntos! #huertosurbanos Huertos para el hogar</i></p>   | <p>-Bases en madera para desarrollo de huertas, de varios niveles para piso o pared.</p> <p>-Tierra y plantas de acuerdo a disponibilidad y / o gustos de cliente.</p> <p>- Piezas graficas informativas, sobre consejos y tips en el cuidado de preservación de huertas caseras.</p> | <p>Valores aproximados entre \$ 258.000 - \$450.000</p> | <p>Redes sociales tales como Facebook, Instagram y WhatsApp.</p> | <p>Seguidores en redes sociales, de acuerdo a gustos personales.</p>                            |
| <p><b>Jardín Botánico:</b></p> <p>Implementación de las huertas urbanas, asociado con el Distrito de Bogotá.</p>               | <p><b>Pública</b></p> <p><i>la agricultura urbana se fomenta como una estrategia que aporta al conocimiento de la flora y agro biodiversidad del distrito capital, capacitando a la población para el manejo del patrimonio</i></p> | <p>Capacitaciones mensuales, convocatoria pública, cuya inscripción se debe hacer en la taquilla de la entidad.</p> <p>Capacitaciones en otro espacio diferente a la entidad se be contar con</p>   | <p>Acceso por convocatoria pública</p>                  | <p>Plataformas digitales como página web – sitio oficial.</p>    | <p>Ciudadanía interesada en realizar los talleres que se ofertan, personas mayores de edad.</p> |

## Orchard: sembramos juntos

|   |  |   |  |   |   |
|---|--|---|--|---|---|
|   | <i>genético por medio de la conservación de semillas, el mejoramiento de la cobertura vegetal, la mitigación de los efectos del cambio climático, el aprovechamiento de los residuos orgánicos, la implementación de tecnologías apropiadas y el fomento de la seguridad alimentaria.</i>  | mínimo aforo de 25 personas inscritas. A través de solicitud previa   |  |   |   |
| <b>Coomeva Medicina Prepagada:</b><br><br>Fomenta la responsabilidad del cuidado del medio ambiente y proceso de impedimento, además brindan información sobre la elaboración de huertas caseras, trasplante de semilleros y tips de ideas ecológicas que se pueden implementar desde el hogar. | <b>Privada</b><br><br><i>*El Grupo Empresarial Cooperativo Coomeva está catalogado entre los 20 más importantes de Colombia. Genera más de 15.000 empleos directos en 24 departamentos del país.</i><br><br>*Ofrece múltiples de previsión, aseguramiento, educación, financieros, emprendimiento, desarrollo empresarial, recreación, | Se comparte la información de expertos en el tema a través de eventos por plataformas digitales como Zoom, pero cada participante debe por cuenta propia hacerse cargo de adquirir los productos para las actividades de forma externa. | En lo evidenciado en las plataformas digitales, no se presentan costo por la adquisición de las clases, algunas son para todo el público y otras exclusivas de asociados Coomeva.<br><br><b>Para Todo público</b><br><br>Facebook Live de Huertas en casa y trasplante | Página oficial de Facebook y página web: Coomeva. | *Asociados de Coomeva con a alguno de los múltiples servicios que oferta.<br><br>*Público en general que sigue a la entidad por redes sociales. |

|  |                                     |  |   |  |  |
|--|-------------------------------------|--|---|--|--|
|  | cultura, turismo, salud y vivienda. |  | <p>semillero<br/>(Sin costo - sin material)</p> <p>Página Web<br/>Taller<br/>Huertas<br/>Caseras (Sin costo -sin material)</p> <p><b>Asociados de Coomeva</b></p> <p>Taller:<br/>Agente de cambio ecológico y solidario (noviembre 2020), ofertado para jóvenes entre los 12 y 17 años.</p> <p>(Subsidiado 100% por Coomeva, restricción de aforo).</p> |  |  |
|--|-------------------------------------|--|---|--|--|

**Novacultivos Huertas Urbanas:** [https://www.instagram.com/novacultivos\\_huertas/](https://www.instagram.com/novacultivos_huertas/)

**Jardín Botánico:** <http://www.jbb.gov.co/index.php/agricultura-urbana>

**Coomeva Medicina Prepagada:** <https://www.facebook.com/CoomevaMPOficial/>

<https://www.coomewa.com.co/>

De acuerdo a la información anterior, la idea de negocio Orchard no solo le apuesta al cuidado y preservación del medio ambiente, sino que desea hacerlo de una manera creativa e interactiva, donde el cliente se sienta acompañado durante todo el ciclo de vida de la huerta urbana, no simplemente en el proceso de compra, por ello, mediante la implementación de tecnologías disruptivas buscamos que el cliente no solo sienta que le vendemos un producto sino que a su vez hacemos todo lo posible para brindar información de una manera asertiva y verídica, que nutra su interés y lo motive para educarse de manera constante en proceso que contribuyen en el cambio de hábitos que generan impactos positivos en el medio ambiente.



# SEGUNDO



# CORTE



## **8. FUERZAS DE LA INDUSTRIA**

### **8.1 Semana 6: Contextualización de la empresa:**

**-Nombre de la empresa:** Orchard.

**-Actividad económica:**

La empresa se contextualiza con una actividad económica de distribuidor, desempeñándose en un canal de distribución corto, en donde por medio de proveedores se obtendrán los recursos para la comercialización del producto ofertado, (infraestructura de las huertas y kit) ecológico, en donde la elaboración de las cartillas, manejo de redes sociales y página web, serán netamente manejado por la empresa y no por terceros.

Generalmente se estima hacer una distribución de huertas urbanas, en donde se ofrece la estructura, tierra y semillas para iniciar la plantación de las mismas; adicional a ello, se brinda una cartilla inicial que tienen consignado temáticas como la soberanía alimentaria, seguridad alimentaria, los beneficios personales, sociales y ambientales que estas conllevan.

También contiene un proceso instructivo que muestra cómo empezar la siembra y aspectos a tener en cuenta; en caso tal de que el cliente quiera seguir recibiendo información más profunda acerca del cuidado y mantenimiento de las huertas puede remitirse a la página web, en donde encontrará diversos temas como recetas que se pueden realizar con los productos cosechados, consejos de cuidado, actividades relacionadas con el tema y muchas cosas más, no obstante esta tendrá espacios exclusivos para aquellos clientes que deseen adquirir una suscripción especial que les dará el privilegio de acceder a contenido exclusivo y recibir cartillas mensuales las cuales hablan sobre temas de cultivos más específicos y detallados que la cartilla principal.

*Orchard: sembramos juntos*

**-Lugar de Ubicación:** Localidad octava de Kennedy, en un punto central entre los barrios Carimagua, Cristales y Lucerna, espacios que se caracterizan por ser zonas residenciales.

**-Tamaño:** Microempresa.

## **8.2 Análisis de la demanda:**

### **8.2.1 Influencias internas:**

Para este proyecto se busca llegar a una población de jóvenes adultos que cuenten con una vinculación laboral contemplados entre el rango de edad de 25 - 32 años, los cuales tengan un grado de independencia económica; estos se caracterizan por ser personas responsables, trabajadoras, que asumen retos, constantes, que tienen la plena convicción que con pequeños cambios poco a poco se puede generar un impacto, les importa el planeta, buscan una vida saludable, piensan en los demás, le gusta compartir, comprende el valor del trabajo con esfuerzo, dedicados, responsables, cuidadosos.

### **8.2.2 Influencia externa:**

Podemos observar que en los barrios aledaños de los lugares en los que se desea hacer un posicionamiento se encuentra en un estrato medio. Contemplando una población de 444.872 habitantes, en donde su mayor concentración se encuentra “en las UPZ de Timiza (23,9%), Castilla (23,2%), Kennedy Central (20,2%), Carvajal (15,9%) y Américas (14,3%)”. (Localidad Kennedy consejo local de gestión de riesgos y cambio climático, 2018, p8). Según datos extraídos de la **Secretaría Social de la Localidad de Kennedy**, el porcentaje de la población con edad suficiente para trabajar consta de un 84,36% en donde es posible ver que

*Orchard: sembramos juntos*

la tasa de ocupación es de un 56,07%, siendo un 40% trabajos informales, y un 9,88% de desempleo, evidenciando con estos valores que la tasa de desempleo en esta localidad es baja.

En cuanto al estado de vivienda según el documento de Diagnóstico **Kennedy 2019**, 46.095 personas viven solos, 92.980 personas viven dos por domicilio, 109.079 personas viven tres por domicilio y 141.145 personas viven de cuatro o más en el domicilio, con base a esto el indicador económico nos señala que el 11,7% recibe 1 SMMLV, el 22,4% obtiene 1 a 2 SMMLV, el 34,5% de 2 a 4 SMMLV y el 9% más de 8 SMMLV, por tanto, evidenciamos que la mayoría de la población recibe entre 2 a 8 SMMLV.

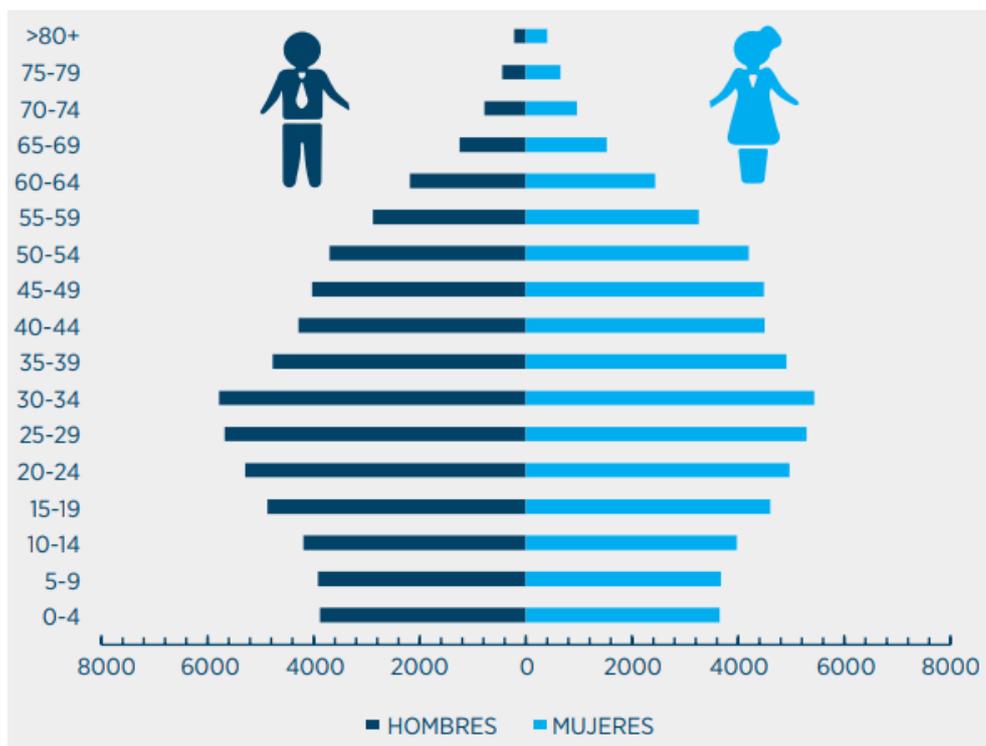
**8.2.3 Cuota del mercado:**

Población entre los 25 - 32 años:

Según cifras extraídas del documento **Secretaria social de la localidad de Kennedy**, se sacó un aproximado de porcentajes poblacionales en donde se estima que existe una cantidad de 7.860 habitantes masculinos y 7.480 habitantes femeninas para un aproximado de 15.160 personas a las cuales deseamos dirigir el producto segmentados en la edad de 25 años a 32 años. Por lo tanto, de acuerdo a los datos anteriormente brindados se evidencia que el

*Orchard: sembramos juntos*

número equivalente a esta población se aproxima a 1,210% de la población total de la localidad de Kennedy que son 1'252.014 habitantes.



*Imagen 1 Alcaldía Mayor de Bogotá ( 2017).Secretaria social de la localidad de Kennedy.  
[http://old.integracionsocial.gov.co/anexos/documentos/2018documentos/12092018\\_Kennedy%20diagn%C3%B3stico%202017%20-%20SDIS.pdf](http://old.integracionsocial.gov.co/anexos/documentos/2018documentos/12092018_Kennedy%20diagn%C3%B3stico%202017%20-%20SDIS.pdf)*

Se logró identificar que podemos llegar a más personas con este rango de edad por medio de la implementación de redes sociales, por tal motivo se encontró en la página digital **MiniTIC (Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones)**, que la cantidad aproximada de usuarios de Facebook en la ciudad de Bogotá es de 6,5 millones en donde teniendo en cuenta el porcentaje de población entre los 25-32 años hallado en la Localidad de Kennedy (1,210%), se estima que podamos llegar a 72.000 personas contempladas entre este rango de edad a nivel de la ciudad de Bogotá.

*Orchard: sembramos juntos*

### 8.2.4 Poder Negociador:

Con respecto al poder negociador en cuanto a los proveedores, se podría llegar un acuerdo ya que se pretende que estos sean microempresas con los cuales podamos generar un crecimiento mutuo, en donde dependiendo de los pedidos que tengamos se generen descuentos en cuanto a los precios teniendo en cuenta la cantidad de productos solicitados en donde ambas partes salgan beneficiadas.

### 8.3 Análisis de oferta o competencia:

*Tabla 8*  
*Tamaño del mercado*

| Nombre del competidor               | Producto        | Precio   | Servicio (ventaja competitiva)  | Ubicación          |
|-------------------------------------|-----------------|--|---|--------------------|
| <b>Novacultivos Huertas Urbanas</b> | Huertos urbanos | Desde \$258.000<br>Hasta \$450.000<br><br><b>Costos:</b><br><br><ul style="list-style-type: none"> <li>Novacultivo 2 niveles *2 plantas tipo pared. (Para 4 plantas en total)<br/>Madera solera \$288.000<br/>Madera Pino \$258.000</li> <li>Novacultivo 2 niveles *3 plantas tipo pared. (Para 6 plantas en total)<br/>Madera Solera \$324.000<br/>Madera Pino \$292.000</li> <li>Novacultivo 3 niveles *2 plantas tipo pared.</li> </ul> | Se encuentran situados en Bogotá, Colombia. Ellos se caracterizan por comercializar principalmente con macetas, empleadas para las huertas. Estas vienen en diferentes tamaños y formas para su uso a conveniencia; dichas estructuras se proporcionan en dos tipos de maderas que se encuentran aisladas con plástico para evitar un posible deterioro a corto o largo plazo, dichos materiales son madera Solera y Pino; en donde dependiendo de la elección del cliente varía su precio. Tanto como en tamaño y distribución del producto. | Bogotá<br>Colombia |

|                                |                 |   |   |                      |
|--------------------------------|-----------------|---|---|----------------------|
|                                |                 | <p>Madera Solera \$450.000</p> <p>Madera Pino \$365.000</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Novacultivo 3 niveles *3 plantas tipo pared. (9 plantas en total)</li> </ul> <p>Madera Solera \$450.000</p> <p>Madera Pino \$410.000</p> | <p>Ofrecen huertas tipo pared, las cuales se adecuan mucho más a los espacios reducidos. Debido a la calidad y diseño de la madera, estas son de costos elevados, es por esto que su público son personas que oscilan entre 2 a 4 SMMLV para costear el producto.</p> <p>Además de esto, Novacultivos Huertas Urbanas, proporciona información y colaboración en cuanto al uso y cuidado de las mismas. Las cuales son bastante útiles para quienes apenas están empezando a tratar y cultivar plantas.</p> <p>Su potencial de venta se enfoca en los diseños y calidad que brindan frente a los productos, es por ello que tienen un gran alcance en reconocimiento en sus medios de comunicación los cuales son Instagram y Facebook.</p> |                      |
| <b>Huertos para tu hogar !</b> | Huertos Urbanos | <p>Desde \$160.000</p> <p>Hasta \$500.000</p> <p><b>Costos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Madera fibra de coco (se venden desde 12 und) \$15.000</li> <li>• Huerto Batea (para 4 plantas) \$120.000</li> </ul>             | <p>Se encuentran situados en Medellín, Colombia. Se caracterizan por ser comercializadores de macetas, las cuales son propiamente para huertas urbanas, sus productos varían en cuanto a tamaños, asimismo en estas varia el precio.</p>  | Medellín<br>Colombia |

|                             |  |   |  |                  |
|-----------------------------|--|---|--|------------------|
|                             |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>● Huerto Cajón Ruedas (para 5 plantas) \$160.000</li> <li>● Huerto Cajón Básico (para 6 plantas) \$180.000</li> <li>● Huerto Mesa de Siembra (para 7 plantas) \$200.000</li> <li>● Huerto Escalera (para 8 plantas) \$240.000</li> <li>● Huerto para Pared (para 12 plantas) \$380.000</li> <li>● Huerto Maxi (para 10 plantas) \$400.000</li> <li>● Huerto Piramidal (para 12 a 14 plantas) \$500.000</li> <li>● Mi Primer Huerto (para 3 plantas) \$120.000</li> </ul> | <p>Principalmente sus tamaños son grandes, para espacios amplios, así como también se encuentran los pequeños, para espacios reducidos. Son elaboradas en diferentes tipos de materiales, comúnmente madera, la cual está protegida por pintura especial en su interior, para la debida protección contra humedad.</p> <p>Oferta huertas por lo general para piso, no obstante, cabe resaltar que son de alto costo, debido a esto, puede analizarse que la mayoría de su público objetivo son individuos con los medios socioeconómicos para costear los gastos que estas puedan acarrear.</p> <p>Proporciona información muy útil en cuanto a los cuidados, beneficios y tratamientos para una durabilidad tanto del producto, como de las plantas. Principalmente sus ventas surgen debido a la distribución del espacio del producto; debido a esto su gran reconocimiento es Instagram.</p> |                  |
| <b>Huertos para hogares</b> | Estructuras de huertas, plántulas de los productos | Desde: \$125.000<br>Hasta: \$735.000  | Esta empresa ofrece diversos tipos de estilos para huertas caseras, en donde podemos observar  | Bogotá, Colombia |

|  |                        |  |   |  |
|--|------------------------|--|---|--|
|  | y plantas ornamentales | <p><b>Costos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Huertas tipo mesa (2 plantas) \$125.00</li> <li>● Huertas tipo mesa (3 plantas) \$145.00</li> <li>● Huertas tipo mesa (4 plantas) \$175.00</li> <li>● Huertas tipo baranda de balcón (2 plantas) \$155.00</li> <li>● Huertas tipo baranda de balcón (3 plantas) \$175.00</li> <li>● Huertas tipo baranda de balcón (4 plantas) \$195.00</li> <li>● Huerta mini cama de cultivo \$235.000</li> <li>● Huerta maxi cama de cultivo \$395.000</li> <li>● Huerto tipo escalera (7 plantas) \$335.000</li> <li>● Huerto tipo escalera (9 plantas) \$395.000</li> <li>● Huerto tipo escalera (12 plantas) \$535.00</li> <li>● Huerto tipo pared (\$325.000-\$735.000)</li> </ul> | <p>como los precios varían según el estilo, tamaño y plantas que se pueden cultivar en ellas.</p> <p>Sus productos se ofertan como kits, en donde podemos encontrar que incluye la estructura, plantas, letreros que indican los nombres de las plantas e insumos de siembra como tierra abonada, humus líquido y cascarilla. Cada huerta es elaborada con pino y se encuentra aislado en su interior con plástico.</p> <p>Esta compañía ofrece dos maneras de entregar las huertas, en una brinda la opción de que el usuario realice por sí mismo la plantación en donde se le entregan los insumos correspondientes para la misma, y la otra entrega ya la estructura con los elementos ya dispuestos para su funcionamiento.</p> <p>Cuentan con una opción de entrega de pedidos con recargo entre semana y gratis fines de semana en la zona norte de Bogotá, ofrece servicio de instalación, de huertas, macetas, estantes para colocar macetas e insumos para las huertas de manera individual en donde ofrecen una promoción por la compra de 5 plantas obsequian 2 hortalizas, 1 bolsa de tierra abonada de 5 kilos.</p> <p>Su potencial de ventas se encuentra en el servicio del cliente y en los diseños de huertas que</p> |  |
|--|------------------------|--|---|--|

|  |   |   |  |                          |
|--|---|---|--|--------------------------|
|  |   |   | <p>manejan.</p> <p>Su publicidad principal está dada a través de canales de redes sociales tales como Instagram y Facebook</p>   |                          |
| <p><b>Xue aromas y sabores huertos urbanos</b></p> | <p>Desde \$75.000<br/>Hasta \$300.000</p> | <p><b>Costos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Huertos caseros \$60.000</li> <li>● Huerteros (de 3 tipos) \$60.000 und</li> <li>● Madera metálica \$60.000</li> <li>● Kits para niños (semillas, tierra abonada, maceta, pala o rastrillo, juguete sorpresa) \$30.000</li> <li>● Huertos artesanal y casero de barro \$90.000</li> <li>● Huertos caseros XUE (trae 3 semillas) \$60.000</li> <li>● Huerto XUE \$65.000</li> <li>● Huerto en pino seco (6 plantas) \$165.000</li> <li>● Kit anti hongos (2 palas, 1 rastrillo, tierra abonada, insecticida o fungicida y humus de lombriz líquida) \$40.000</li> <li>● Huertos (6 plantas) \$165.000</li> <li>● Mini Jardín \$110.000</li> <li>● Huerto casero \$75.000</li> <li>● Mini Jardín Elevado (estructura metálica, madera en pino +3 plantas) \$140.000</li> </ul> | <p>Ellos se caracterizan por comercializar principalmente con macetas, las cuales son para uso de huertas. Estas vienen en diferentes tamaños y formas para su uso a conveniencia. Principalmente son en tamaños pequeños o comúnmente llamados mini jardines.</p> <p>Ofrece variedades de macetas y productos para el cuidado de las mismas. Debido a la calidad y diseño, sus costos son variables, es por esto que su público puede ser cualquier tipo de individuo, ya que su accesibilidad a los precios se acomoda a los ingresos económicos que pueda tener. Además de esto, Xue Aromas y Sabores, proporciona información y colaboración en cuanto al uso y cuidado de las mismas. Las cuales son bastante útiles para quienes apenas están empezando a tratar y cultivar plantas.</p> <p>Su potencial de venta se enfoca en los diseños y</p> | <p>Bogotá, Colombia.</p> |

*Orchard: sembramos juntos*

|  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|
|  |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>● Huerto para pared (con 2 cajones de 6 plantas) \$195.000</li> <li>● Mueble de pared (4 plantas) \$130.000</li> <li>● Mini Jardín elevado dobles (estructura metálica para 6 plantas) \$220.000</li> <li>● Brotes germinados (caja, vaso germinador, tapa, soporte para vaso, semillas a elección) \$70.000</li> </ul> | <p>calidad que brindan frente a los productos, es por ello que tienen un gran alcance en reconocimiento principalmente en Instagram.</p> |  |
|--|--|--|--|--|

*Barón, S; Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Tabla análisis del tamaño del mercado o competidores. Tabla de datos. Elaboración propia.*

**Novacultivos Huertas Urbanas:** [https://www.instagram.com/novacultivos\\_huertas/?hl=es-la](https://www.instagram.com/novacultivos_huertas/?hl=es-la)

**Huertos para tu hogar!:** <https://www.instagram.com/kasaorganica/?hl=es-la>

**Huertos para hogares:** [https://instagram.com/huertos\\_para\\_hogares?igshid=1pp8vs235kr1r](https://instagram.com/huertos_para_hogares?igshid=1pp8vs235kr1r)

<https://www.flipsnack.com/huertosparahogares/cat-logo-huertos-para-hogares-v2-uplrf3xu3.html>

**Xue aromas y sabores huertos urbanos:** <https://www.instagram.com/xuehuertos/?hl=es-la>

#### 8.4 Análisis de la comercialización y de los proveedores

##### Semillas HOMECENTER

- Cebollín 0,5 grs \$6.000 und
- Toronjil 0,2 grs \$6.900 und
- Hierbabuena 0,1 gr \$6.900 und

*Orchard: sembramos juntos*

- Ají jalapeño 1,5 grs \$4.900 und
- Semilla orgánica Cilantro 1 gr \$5.900 und
- Albahaca 1 gr \$6.900 und
- Perejil 2,5 grs \$4.900 und

<https://www.homecenter.com.co/homecenter-co/category/cat1690120/semillas-y-bulbos/>

**Semillas pack x6 PAQUA****Contiene:**

- Apio
- Cilantro
- Tomate
- Acelga
- Zucchini
- Ahuyama

**Total: \$7.600**

<https://paqua.co/producto/semillas-pack-x-6>

**Tierra abonada tumatera**

- 1kg \$5.000
- 200grs \$3.000
- 4kg \$7.000
- 12kg \$10.000

<https://tumatera.co/products/tierra-abonada-seleccionada-x-12-kg>

*Orchard: sembramos juntos*

## **Madera HOMECENTER SODIMAC**

### **Tablero 1.8x40x100cm pino con nudos**

- 1.8x40x100cm \$45.000

### **Tablón Pino 1X10 Pulgadas**

- 3.2 mts Cepillado 1.9X 23 cm \$51.9000

<https://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/70635/Pino-1X10-Pulgadas-32-mts-Cepillado-19X23-cm/70635>

<https://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/153661/Tablero-18x40x100cm-pino-con-nudos/153661>

Cada uno de los proveedores mencionados anteriormente, tienen como contacto página web, las cuales son de fácil acceso,

## **Impresión de Cartillas (Publicidad POP Soluciones)**

### **Cartillas de 32 páginas impresas en papel Earth Pact con acabados**

- Tamaño de la cartilla 21 cm x 17cm \$ 15.000 (el precio varía dependiendo de la cantidad a imprimir)

<https://www.popsoluciones.com.co/>

## **Localización geográfica:**

**-HOMECENTER:** Se encuentran situados en Bogotá, cuentan con grandes cantidades de sucursales, las cuales están distribuidas en diferentes puntos de la ciudad. Esta cuenta con una experiencia de 68 años en el mercado de construcción, cuidados para el hogar, etc. Sin

*Orchard: sembramos juntos*

embargo, una posible asociación puede ser baja, ya que, por ser una gran empresa, cuenta con bastantes clientes y/ o empresas. A sus clientes afiliados, les generan descuentos por compras por volumen (en grandes cantidades).

Los proveedores hallados, se encuentran situados en la ciudad de Bogotá, los cuales cuentan con una amplia experiencia en el mercado, en donde sus puntos físicos son de gran accesibilidad.

**-PAQUA:** Se encuentran situados en Bogotá, esta empresa es promotora de la agricultura en Latinoamérica, promoviendo el eco diseño y la innovación. Brindando productos tales como huertos, plántulas, insumos, semillas y materas. Es por esto que puede lograrse una posible asociación, por los productos que emplean.

**-TUMATERA:** Se encuentran situados en km 1 vía Chía Cota / Bogotá, esta empresa brinda productos tales como materas, accesorios, abonos y sustratos, ellos brindan estos productos a sus clientes los cuales están asociados a esta empresa, estos son:

- Terpel
- HOMECENTER
- Amarilo
- Falabella
- Grupo Nutresa
- MOVICH hoteles
- Easy
- Comfama
- LAS AMÉRICAS Cartagena de Indias
- Ingeurbe
- Autogermana

*Orchard: sembramos juntos*

- Smartchoice Group
- Cityexpress hoteles
- Constructora concreto
- Corferias
- Santafé mi mundo
- Portal 80 centro comercial
- Centro chía naturalmente único

**-Publicidad Pop Soluciones:**

Se encuentran ubicados en el barrio Carvajal en la localidad de Kennedy, cuentan con una experiencia de 5 años dentro del mercado de las artes gráficas, por tal motivo ya cuenta con bastante experiencia en cuanto a la reproducción de piezas gráficas, implementar una asociación con esta compañía es totalmente posible debido a que como son una micro empresa situada en el barrio donde se desea implementar la idea de negocio ,brinda la posibilidad de generar una alianza donde podamos fomentar el crecimiento mutuo, resaltando que existe un poder negociador entre las empresas.

En cuanto a los canales de distribución se implementa un corto, en donde nosotros pasamos los diseños y ellos se encargan de la impresión de las carillas, donde posteriormente las distribuimos a nuestros clientes.

Debido a lo anterior mencionado, la probabilidad de asociación es muy baja, debido a que sus clientes son empresas grandes, las cuales ya cuentan con una amplia experiencia en el mercado en general.

*Orchard: sembramos juntos*

**Ámbito Legal:** *Leyes regionales - Leyes del gobierno (industria en la que se trabaja) - estímulos del gobierno-*

“Aprobada recientemente por el **Consejo de Planeamiento Estratégico (COPE)**, el proyecto **Ley de Huertos Urbanos como espacios de equidad establece que el Ejecutivo de la Ciudad**, a través de los organismos contralores (Ministerio de Ambiente y Espacio Público y/o el Ministerio de Hábitat y Desarrollo Humano), apoyará y estimulará todas las iniciativas ciudadanas individuales o colectivas para desarrollar huertos agrícolas con perspectiva de género”

ACUERDO 605 DE 2015 "Por el cual se formulan los lineamientos para institucionalizar el programa de agricultura urbana y periurbana agroecológica en la ciudad de Bogotá".

## **9. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO**

### **9.1 Semana 7: Bondades que las huertas proporcionan.**

Durante el proceso de investigativo del proyecto, se ha logrado identificar ciertas bondades que ofrecen las huertas urbanas, entre ellas tenemos:

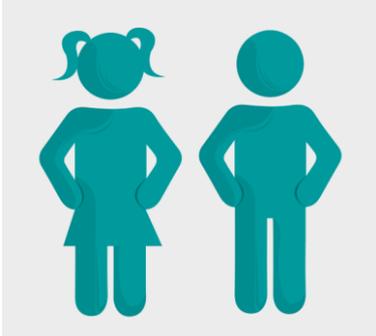
1. Permite tener una seguridad alimentaria, ya que brinda el acceso a productos sin químicos, limpios, orgánicos y saludables.
2. Logra generar una conciencia en cuanto a los desechos orgánicos aprovechables para el compostaje, reduciendo de este modo el impacto generado al medio ambiente por la falta de aprovechamiento de estos desechos.
3. Permite concientizar al consumidor sobre el valor de un trabajo constante, permitiendo que este vea y logre entender la importancia de la labor realizada por los campesinos.
4. Permiten estimular la mejora de los hábitos alimenticios.

*Orchard: sembramos juntos*

5. Logra disminuir la huella de carbón, reduciendo el transporte empleado para productos que se pueden cultivar en la ciudad.
6. Genera ahorro de dinero y proporciona alimentos frescos.
7. Fomenta el valor de la responsabilidad
8. Genera constante aprendizaje e incentiva a la investigación
9. Brinda satisfacción de pequeños logros que aumentan la autoestima.
10. Reduce el estrés
11. En su implementación y cuidado brinda un espacio que puede ser compartido con la familia, amiga y /o conocidos en donde se pueden fortalecer los lazos afectivos.
12. Permite tener un espacio natural y fresco en casa.
13. Se puede implementar en espacios reducidos, implementando la estructura adecuada.
14. Es un producto que puede ser sostenido mediante tecnologías limpias, aprovechando y cuidando los recursos naturales al máximo.
15. El implemento de las huertas urbanas permite que el consumidor pueda generar ingresos personales con la venta de sus productos cosechados.

**9.2 Buyer Persona:**

Tabla 9  
Análisis Buyer Persona

|  |  |  |
|--|--|--|
| <p><b>FOTO DEL CLIENTE</b></p> <p>Hombres y mujeres de 25 a 32 años</p>   | <p><b>MIEDOS FRUSTRACIONES Y ANSIEDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- No poder sobrellevar una vida con independencia económica.</li> <li>- No poder suplir sus propios gastos.</li> <li>- No contar con una entrada financiera.</li> <li>- No lograr encontrar maneras en las que puedan llevar una vida sustentable generando el menor impacto al medio ambiente.</li> <li>- No conoce los procesos químicos con los que están las frutas, verduras y /o hortalizas que consume.</li> <li>- No lograr las metas que se propone.</li> <li>- Sentir que no dan lo mejor de sí en el desarrollo de un proyecto.</li> </ul>   | <p><b>DESEA NECESITA ANHELA Y SUEÑA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Ser independiente</li> <li>- Llevar una vida sostenible en donde busca opciones que le permita reducir el impacto negativo que se le da al medio ambiente.</li> <li>- Implementar en su vida cotidiana tecnologías limpias.</li> <li>- Ahorrar dinero, reduciendo gastos</li> <li>- Llevar una vida de alimentación saludable</li> <li>- Evitar el consumo de alimentos tratados o procesados con productos químicos</li> </ul>  |
| <p><b>DEMOGRÁFICOS Y GEOGRÁFICOS</b></p> <p><b>Edad:</b> 25 -32 años.<br/> <b>Género:</b> Masculino- femenino<br/> <b>Residencia:</b> Se encuentra ubicado en la Localidad octava de Kennedy, en un punto central entre los barrios Carimagua, Cristal y Lucerna, zona residencial.<br/> <b>Ingresos:</b> Entre 2 a 8 SMMLV.</p> | <p><b>QUE ESTÁN TRATANDO DE HACER Y POR QUE ES IMPORTANTE PARA ELLOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Busca opciones que le permitan ser auto sostenible cuidando al medio ambiente.</li> <li>- Poder cosechar cierta parte de vegetales, frutas y /o hortalizas, teniendo seguridad de que dichos alimentos son totalmente orgánicos.</li> <li>-Desea llevar una vida más saludable.</li> <li>-Desea hacer el mayor aprovechamiento de las de los desechos que genera.</li> <li>- Trata de implementar en su vida las tecnologías limpias.</li> <li>- Desea generar un impacto en su vida y en la de los que lo rodean por medio de pequeños cambios de hábitos que permitan un cambio mayor frente al medio ambiente.</li> </ul> | <p><b>CÓMO ALCANZAN ESAS METAS HOY, HAY ALGUNA BARRERA EN SU CAMINO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Busca diferentes opciones en cuanto a los productos que consume, los cuales sean amigables con el medio ambiente.</li> <li>-Busca empresas o marcas que le ayuden a implementar la sostenibilidad ecológica en su vida cotidiana.</li> <li>-Investiga cómo a partir del cambio de hábitos puede transformar su estilo de vida a uno en donde sea más consciente con la conservación del medio ambiente.</li> <li>-Es constante frente a los procesos que le permiten alcanzar sus metas.</li> </ul> <p><u>Barreras:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Puede ser difícil encontrar productos o marcas que vayan a fin con su meta de ayudar al medio ambiente.</li> <li>- No tiene claridad de cómo puedo implementar las tecnologías limpias en su diario vivir.</li> </ul> |

|  |  |   |
|--|--|---|
|  |  | - Puede enfrentar frustraciones en cuanto a que los resultados que esperaba en el cambio de hábitos a unos más sostenibles con el medio ambiente no generan resultados tan rápido o sea difícil adaptarse a ellos en un comienzo. |
| <b>FRASES QUE MEJOR DEFINAN SU EXPERIENCIA</b>             | “El trabajo constante, y el esfuerzo que implementamos en cambiar ciertos hábitos que utilizamos en nuestra vida conlleva a varios beneficios personales y a futuro a una comunidad” | “Es gratificante poder ver que con el esfuerzo y dedicación podemos que implementar en una huerta podemos obtener nuestros propios alimentos, seguros de que realmente son nutritivos y saludables”                               |
| <b>EXISTEN OTROS FACTORES QUE DEBERÍAN TENER EN CUENTA</b> | Los esfuerzos que se implementan para generar cambios resultan generar un impacto no solo en nuestras vidas si no en aquellos que nos rodean   | La efectividad del producto depende del esfuerzo, dedicación y cuidado que le de cada persona que lo implemente.  |

*Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Tabla Análisis Buyer Persona. Elaboración propia.*

## 9.3 Descripción

### 9.3.1 ¿En dónde encuentra personas similares a su cliente ideal?

Podemos encontrar personas similares a nuestro cliente ideal en cualquier sector de la ciudad o el país, lo que define realmente a nuestro público objetivo es que tenga el deseo de contribuir con sus acciones al medio ambiente, tener ese anhelo de ser independiente y ser auto sustentable, el cual desee implementar en su vida una seguridad alimentaria, esté dispuesta a cambiar ciertos hábitos de su vida para generar un menor impacto al medio ambiente , como es la implementación de tecnologías limpias, las cuales aportan en gran medida al sustento de los huertos urbanos de una manera más sostenible

*Orchard: sembramos juntos*

### **9.3.2 ¿Qué valores destacan a su cliente ideal?**

- Es una persona responsable.
  
- Son personas trabajadoras
  
- Adquieren responsabilidades y las cumplen de la mejor manera.
  
- Son personas dedicadas.
  
- Se esfuerzan por conseguir sus objetivos.
  
- Es una persona empática.
  
- Les gusta llevar una vida saludable
  
- Le gusta compartir con las personas que están en su entorno
  
- Son personas pacientes
  
- Son constantes

### **9.3.3 ¿Qué encuentra en el entorno de su cliente durante la semana?**

Con entorno, nos referimos a cómo y con quienes se relaciona durante una semana normal.

Es una persona que trabaja durante la semana, en donde se relaciona con sus compañeros de trabajo, sostiene conversaciones con los mismos; en los fines de semana realiza actividades de ocio, en donde comparte con su familia y genera espacios con los que pueda estar con sus amigos y conocidos. Realiza deporte, mantiene una vida saludable busca

*Orchard: sembramos juntos*

espacios de convivencia, le gusta estar en sitios naturales en donde se encuentre mucha vegetación.

### **9.3.4 ¿Cuáles cree que sean las necesidades más urgentes que presenta su cliente ideal?**

Principalmente podemos ver que las necesidades más urgentes del cliente son las básicas, como lo es tener una vivienda estable, una vestimenta, una alimentación sana, tener un espacio para socializar, tener momentos de tranquilidad y distensión que lo liberen del estrés acumulado durante la semana, sentir satisfacción por un trabajo bien hecho.

### **9.4 ¿Cómo nuestra idea de negocio se ajusta a nuestro cliente ideal?**

Tome las bondades descritas en el numeral 1 y explique cómo se ajustan a su cliente ideal descrito en el numeral dos, teniendo muy en cuenta sus anotaciones del numeral 3.

El público objetivo planteado para este proyecto va ligado a las bondades que ofrecen las huertas urbanas, ya que buscan una seguridad alimentaria en donde puedan sentirse confiados de que lo que consuman sean realmente orgánico, limpio y saludable, permite que ellos puedan satisfacer el deseo de contribuir con el medio ambiente por medio del cultivo urbano que provoca una disminución en la huella de carbono al evitar la transportación de ciertos alimentos a la ciudad que perfectamente pueden ser cultivados en la misma; también brinda la posibilidad de implementar tecnologías limpias para el mantenimiento de las huertas urbanas la cual se contempla como otra forma de disminuir la contaminación que se genera a diario.

### *Orchard: sembramos juntos*

En este sentido, el grupo de personas es constante y le gusta esforzarse por alcanzar sus metas, este producto permite generar una satisfacción al momento en el surge la cosecha retribuyendo el cuidado y tiempo implementado en el mismo, en donde también mediante el proceso va adquiriendo conocimientos y generando empatía con la labor de los campesinos. Por otro lado, podemos resaltar que permite que se genere un lazo y colaboración con las personas que ayudan a cuidar la huerta ya que fomenta el trabajo en equipo y el apoyo mutuo, valores importantes para este grupo de personas.

#### **9.4.1 Actores del mercado**

##### **9.4.1.1 Novacultivos Huertas Urbanas**

Se encuentran situados en Bogotá, Colombia. Esta empresa genera la distribución de huertas urbanas, tanto para espacios amplios, como para espacios reducidos. Sus productos son elaborados en dos clases de maderas, las cuales estas son impermeabilizadas, para que, al pasar el agua, esta no llegue a deteriorarse con el paso del tiempo, para así darle larga vida al producto. Esta misma empresa proporciona información en el uso, tratamiento y cuidado de las plantas, huertas y demás, para quienes no tienen conocimiento frente al tema. Esta información principalmente la dan a conocer mediante sus redes sociales.

##### **9.4.1.2 Huertos para tu hogar!**

Se encuentran situados en Medellín, Colombia. La empresa brinda productos para la realización de huertas urbanas, principalmente macetas. Las cuales están elaboradas en diferentes tipos de materiales, principalmente madera, la cual está impermeabilizada con pintura, para evitar daños a futuro. El precio de los mismos, varía según el tamaño, diseño y material. Todos los productos son realizados con el fin de generar comodidad en el cliente, es decir, si el cliente cuenta con poco espacio en su residencia, el producto ideal es una huerta de pared, así para diferentes casos que se puedan presentar. **Huertos para tu hogar!**

*Orchard: sembramos juntos*

proporciona información muy útil en cuanto a los cuidados, beneficios y tratamientos para una durabilidad tanto del producto, como de las plantas. Esta información la proporcionan mediante sus redes sociales.

#### **9.4.1.3 Xue Aromas y Sabores Huertos Urbanos**

Se encuentran situados en Bogotá, Colombia. Se caracterizan por generar productos para la realización de huertas urbanas. Principalmente cuentan con grandes variaciones en tamaños, diseños, y precios. Estos son de gran accesibilidad para clientes que recién están iniciando en el tema. La información que proporciona esta empresa, la presentan mediante sus redes sociales, comúnmente en Instagram.

#### **9.4.1.4 Huertos para hogares**

Estructuras de huertas, plántulas de los productos y plantas ornamentales. Esta empresa ofrece diversos tipos de estilos para huertas caseras, donde los precios varían según el estilo, tamaño y plantas que se pueden cultivar en ellas. Sus productos se ofertan como kits, en donde incluye la estructura, plantas, letreros que indican los nombres de las plantas e insumos de siembra como tierra abonada, humus líquido y cascarilla. Cada huerta es elaborada con pino y se encuentra aislado en su interior con plástico.

Esta compañía ofrece dos maneras de entregar las huertas, en una brinda la opción de que el usuario realice por sí mismo la plantación en donde se le entregan los insumos correspondientes para la misma, y la otra entrega ya la estructura con los elementos ya dispuestos para su funcionamiento. Estos cuentan con entregas de sus pedidos por encargo entre semana y gratis los fines de semana, en la zona norte de Bogotá, inclusive cuentan con servicio de instalación, de huertas, macetas y estantes para huertas.

*Orchard: sembramos juntos*

#### **9.4.2 ¿Cuál es la población o negocios que potencialmente podrán comprar su productos o productos similares al tuyo?**

Individuos los cuales pueden ser desde jóvenes, hasta adultos, de edades de 25 a 32 años. Los cuales principalmente tienen independencia económica. Estos principalmente se caracterizan por ser personas responsables, trabajadoras, los cuales están de acuerdo que, empezando con pequeños cambios, poco a poco se puede lograr un gran impacto. En donde estos buscan independencia alimentaria, proteger el medio ambiente, vida saludable etc.

#### **9.4.3 ¿Cuántas personas o negocios necesariamente deben suplir su necesidad con un producto igual, similar o sustitutivo al suyo?**

Novacultivos Huertas Urbanas y Huertos para hogares son dos empresas, que generan productos bastante similares, generando información, acompañamiento, asesoría y demás a los clientes que deseen adquirirlos, en donde pueden estos mismos, llamar la atención de los usuarios que deseen este tipo de características. Es por esto, que Novacultivos Huertas Urbanas y Huertos para hogares, podrían llegar a suplir a esta empresa.

#### **9.4.4 ¿Cuántas personas o negocios presentan alto potencial de adquirir su producto?**

Las personas que pueden llegar a adquirir el producto, son personas quienes tienen más acceso y permanencia en redes sociales, los cuales en la localidad de Kennedy son de un (1,210%) aproximadamente 15.160 personas contempladas entre este rango de edad (25 - 32), las cuales constituyen en la localidad de Kennedy, como anteriormente se ha mencionado.

#### **9.4.5 ¿Cuántas personas o negocios definitivamente suplirían sus necesidades con su producto?**

### *Orchard: sembramos juntos*

Como anteriormente mencionado, según la Secretaría social de la localidad de Kennedy, aproximadamente son 15.160 habitantes que cuentan con el rango de edad (25-32 años), de los cuales como microempresa le apuntamos a un 15% de la población social la cual es de 101.066 habitantes en la localidad. En esta cantidad aproximada, estimamos satisfacer las necesidades de los clientes con nuestros productos.

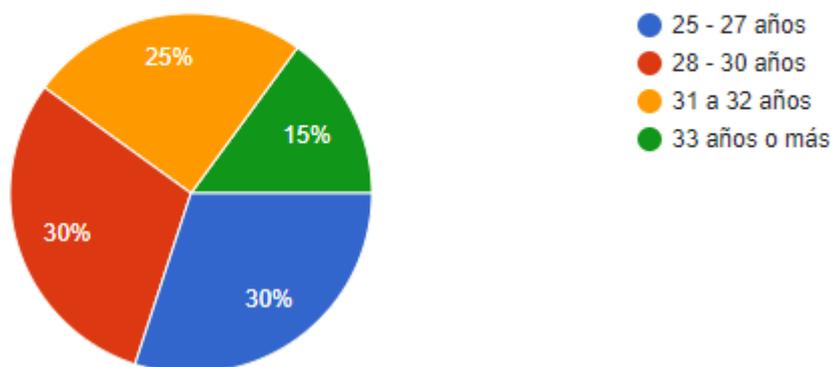
## 10. PROPUESTA DE VALOR (Semana 8)

### 10.1 Encuesta para conocer perfil del cliente

Para el desarrollo de esta actividad se generó la encuesta *Proyecto de investigación: Orchard (2020)*, por medio de la plataforma de Google Forms 8, dirigido a 20 personas que cumplen con las características de nuestro público objetivo, con lo cual se obtuvo mayor claridad en cuanto a su perfil, frustraciones y alegrías que estas poseen, con dichos resultados se esclarecieron ciertos aspectos importantes para el desarrollo de esta actividad.

#### 1. ¿En que rango de edad se encuentra usted?

20 respuestas



A continuación, se presentan los resultados obtenidos:

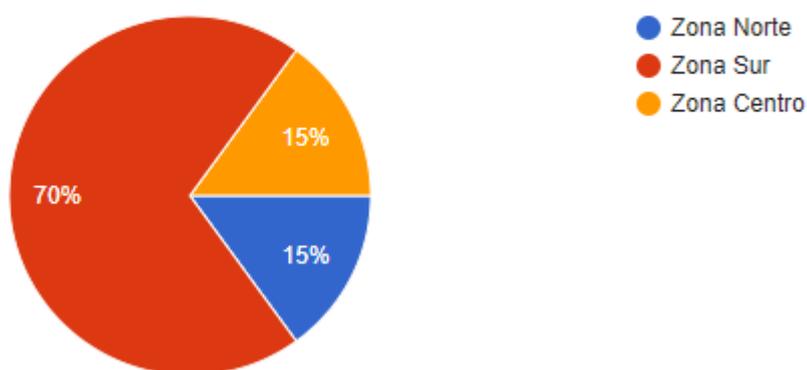
*Imagen 2 Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Encuesta. Proyecto de investigación: Orchard. Elaboración propia.*

*Orchard: sembramos juntos*

En esta pregunta podemos evidenciar entre el público objetivo que mayormente se encuentran registradas las edades de 25 a 32 años constituyendo un 85% de la población total entrevistada.

## 2. ¿En que sector de la ciudad reside?

20 respuestas



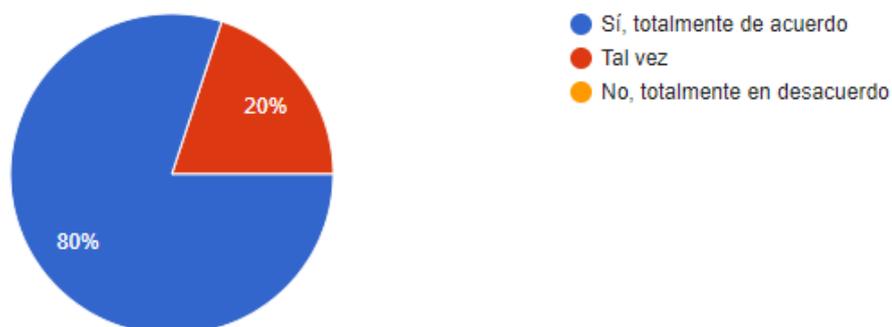
*Imagen 3 Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Encuesta. Proyecto de investigación: Orchard. Elaboración propia.*

Se refleja que el 70% de la población encuestada se encuentra ubicada en la zona sur de la ciudad.

*Orchard: sembramos juntos*

3. ¿Cree que los pequeños cambios en los hábitos de consumo que usted tiene, pueden generar gran impacto frente al cuidado del medio ambiente?

20 respuestas

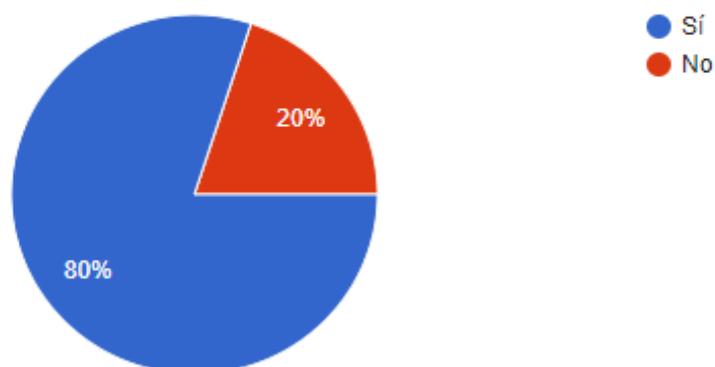


*Imagen 4 Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Encuesta. Proyecto de investigación: Orchard. Elaboración propia.*

En esta pregunta el 80 % está a fin con la creencia principal de la idea de negocio.

4. ¿Conoce usted qué son las huertas urbanas?

20 respuestas



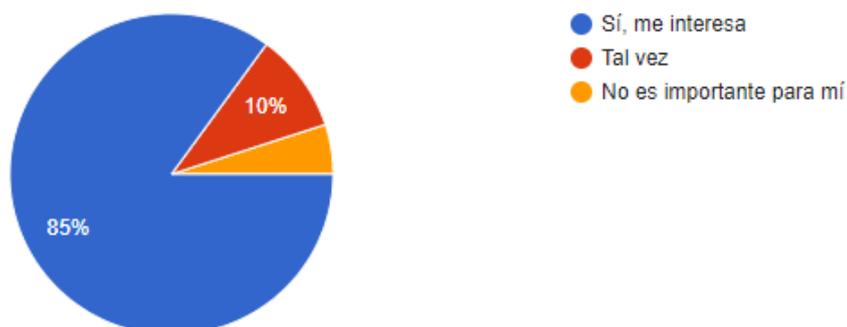
*Imagen 5 Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Encuesta. Proyecto de investigación: Orchard. Elaboración propia.*

Se evidenció que el 80 % tiene conocimiento con respecto a lo que son la huerta urbana.

*Orchard: sembramos juntos*

5. ¿Le interesaría ser participe en estrategias de producción y consumo responsable de alimentos sanos y nutritivos, que contribuyan al cuidado del medio ambiente?

20 respuestas

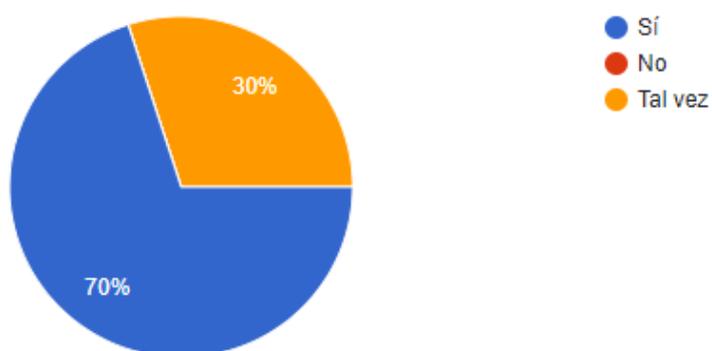


*Imagen 6 Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Encuesta. Proyecto de investigación: Orchard. Elaboración propia.*

Se logró evidenciar que el 85% de las personas desea se participe en estrategias de producción y consumo responsable de alimentos sanos y nutritivos.

6. ¿Estaría usted dispuesto a implementar huertas caseras en su lugar de residencia?

20 respuestas



*Imagen 7 Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Encuesta. Proyecto de investigación: Orchard. Elaboración propia.*

Esta pregunta refleja que el 70% de los encuestados si presentan un interés por implementar huertas urbanas en su lugar de residencia.

7. ¿Cómo considera usted a nivel general, sus conocimientos frente a los procesos químicos implementados en la producción de vegetales y/o frutas que usted consume regularmente?

20 respuestas

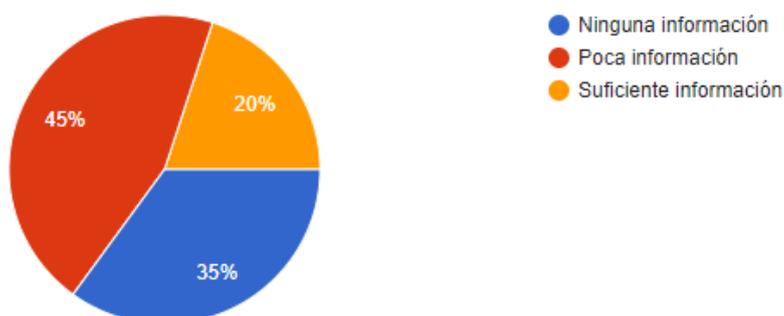


Imagen 8 Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Encuesta. Proyecto de investigación: Orchard. Elaboración propia.

Vemos que el 44% de las personas tienen poco conocimiento con respecto al proceso químico que se implementan en la producción y/o frutas que se consumen.

8. ¿Cree que la implementación de huertas urbanas contribuye a una alimentación sana y nutritiva?

20 respuestas



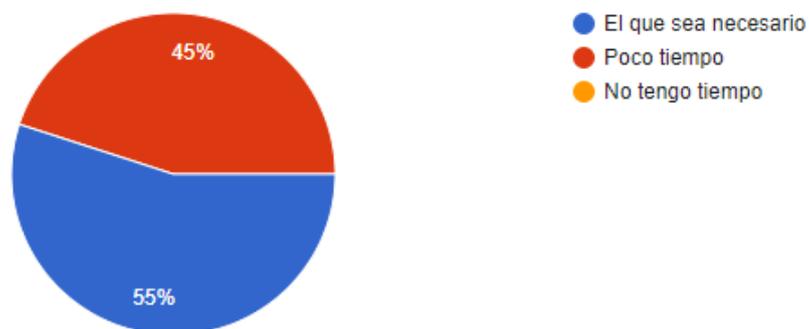
Imagen 9 Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Encuesta. Proyecto de investigación: Orchard. Elaboración propia.

Se evidenció que el 95% de los encuestados, considera que la implementación de las huertas urbanas contribuye a la gestión de una alimentación sana y nutritiva.

*Orchard: sembramos juntos*

9. ¿Cuánto tiempo cree usted que puede dedicarle a una huerta casera?

20 respuestas

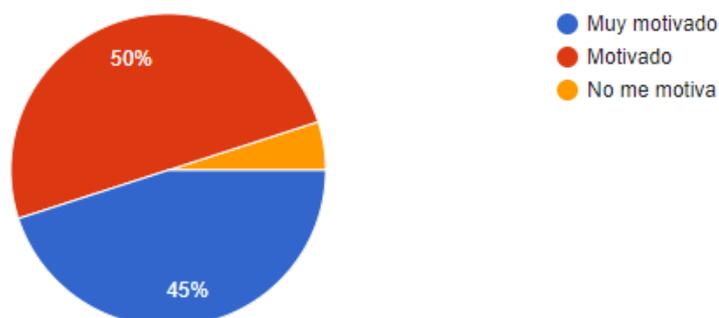


*Imagen 10 Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Encuesta. Proyecto de investigación: Orchard. Elaboración propia.*

Con esta pregunta pudimos constatar que el 55% manifiesta estar dispuesto a dedicar el tiempo que sea necesario para la gestión, mantenimiento y cuidado de las huertas.

10. ¿Qué tan motivado se sentiría en iniciar una huerta casera, si contara con asesoramiento desde plataformas digitales?

20 respuestas



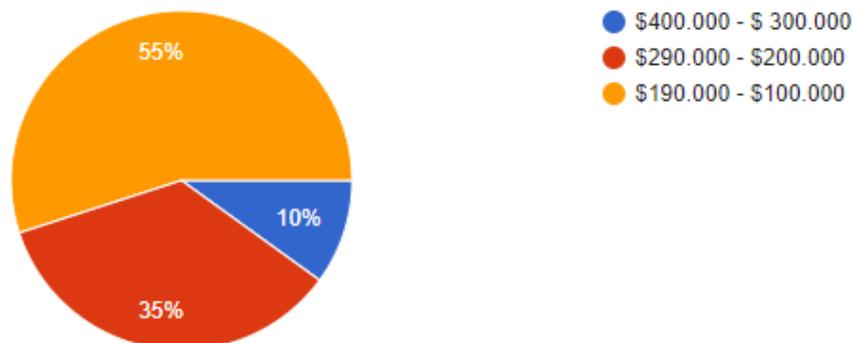
*Imagen 11 Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Encuesta. Proyecto de investigación: Orchard. Elaboración propia.*

Encontramos que el 45% de las personas que realizaron la encuesta, se encuentran muy motivadas por implementar huertas urbanas en sus residencias en la medida que tengan a su alcance un debido asesoramiento por medio de plataformas digitales.

*Orchard: sembramos juntos*

11 ¿Cuánto estaría dispuesto a invertir en una huerta casera personalizada, para una producción de 2 a 4 frutas, hortalizas, aromáticas y / o especias?

20 respuestas



*Imagen 12 Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Encuesta. Proyecto de investigación: Orchard. Elaboración propia.*

Pudimos observar que el 90% de personas entrevistadas, se encuentra en la disponibilidad económica de invertir entre \$100.000 a \$ 2900.000 pesos colombianos para implementar huertas urbanas en sus lugares de residencia.

12. Si se realizara un sitio web sobre huertas urbanas y temas relacionados con ellas, ¿Lo visitaría?

20 respuestas



*Imagen 13 Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Encuesta. Proyecto de investigación: Orchard. Elaboración propia.*

El 60% de la población entrevistada, registro que si visitaría una página web que contenga temas relacionados con la huerta urbana.

12. ¿Estaría dispuesto a pagar una suscripción mensual, donde reciba una cartilla interactiva sobre cultivos propicios para huertas caseras y contenidos exclusivos en el sitio web?

20 respuestas

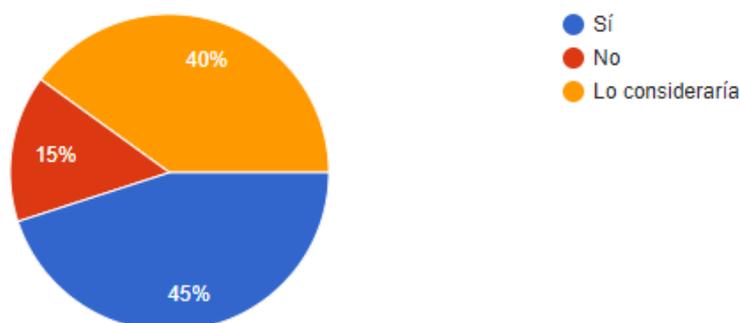


Imagen 14 Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Encuesta. Proyecto de investigación: Orchard. Elaboración propia.

Un 45% de la población, está dispuesto a pagar por una suscripción que le brinda múltiples beneficios para el desarrollo de huertas urbanas.

13. ¿Usted cree que los conocimientos adquiridos al implementar las huertas urbanas son importante a pesar de que los resultados sean satisfactorios o no?

20 respuestas

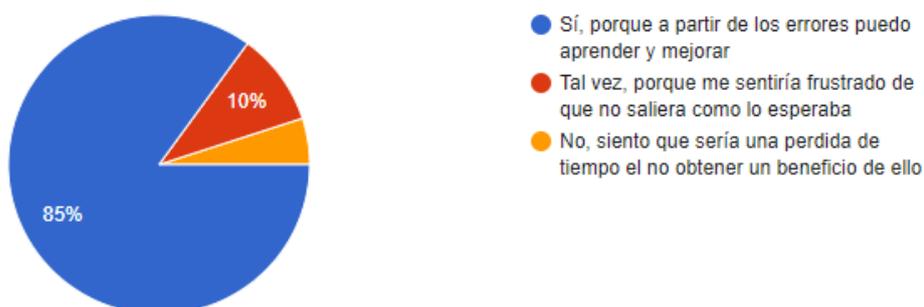


Imagen 15 Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Encuesta. Proyecto de investigación: Orchard. Elaboración propia.

El 85% considera que a pesar de que los resultados no sean los esperados al implementar las huertas urbanas, los conocimientos adquiridos son valiosos porque les permite aprender y superar sus procesos hacia una mejora continua.

## Orchard: sembramos juntos

14. ¿Le interesaría hacer parte de asociaciones con entidades en las cuales pudiera vender los productos de su huerta y tener un ingreso económico adicional?

20 respuestas

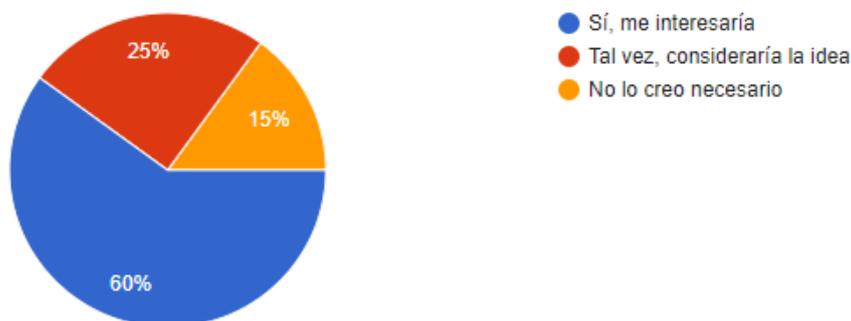


Imagen 16 Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Encuesta. Proyecto de investigación: Orchard. Elaboración propia.

El 60% de los encuestados manifiestan interés en generar asociación con entidades en las cuales puedan vender los cultivados en sus huertas urbanas y a partir de ello generar un ingreso económico adicional.

## 10.2 Perfil del cliente

### 10.2.1 Trabajos del cliente:

- Desea ser auto sostenible
- Quiere mantener una seguridad alimentaria.
- Tener una vida más saludable disminuyendo los productos vegetales que están elaborados con químicos.
- Desea sentir que con sus actividades diarias está contribuyendo al cuidado del medio ambiente.
- Está interesado en participar en estrategias de producción y consumo responsable para alimentos sanos y nutritivos.
- Desea sentir la satisfacción de alcanzar metas propuestas.

### 10.2.2 Frustraciones del cliente

- Los clientes definen muy costoso un valor que sobrepase el valor de \$400.000

### *Orchard: sembramos juntos*

- No encontrar alternativas rápidas para mantener las huertas
- Cierta parte de los clientes siente que sería decepcionante que su primer intento de siembra en la huerta fracase, sin importar los conocimientos adquiridos.
- No tener el tiempo suficiente para lograr que la huerta tenga éxito.
- Implementación de tecnologías limpias cambiando ciertos hábitos para la mantención de las huertas y beneficio ambiental.

#### **10.2.3 Alegrías del cliente:**

- Satisfacción de ver el esfuerzo invertido en la cosecha de alimentos.
- Mantener una constante asesoría de las huertas por medios digitales.
- Obtención de conocimiento en cuanto al proceso de la siembra y cosecha de los productos orgánicos de la huerta
- La estructura y kit de plantación sea estéticamente agradable y que los productos sean de buena calidad.
- Que el tiempo para la implementación de las huertas sea corto.
- Poder obtener alimentos libres de químicos y saludables.
- Saber que con la implementación de las huertas urbanas se reduce la mancha de carbón en el medio ambiente.
- Un ahorro en cuanto a los productos que se pueden consumir.

### **10.3 Mapa de valor**

#### **10.3.1 Productos y servicios**

La idea de negocio pretende que las personas logren ver las huertas urbanas más allá que algo que simplemente se tiene por un momento, sino que estas se vuelvan en parte de sus vidas y así mismo puedan trascender a las futuras generaciones en donde comprendan el valor que existe en ellas, por tal motivo, se pretende que los clientes se sientan acompañados en su

*Orchard: sembramos juntos*

proceso de implementación de las huertas, no únicamente en la parte inicial sino durante todo el proceso estableciendo una relación corporativa con el cliente en donde él pueda hallar en los diferentes plataformas digitales (página web y redes sociales) información importante que lo motive a seguir con la huerta y no renunciar a la primera frustración que se le presente, debido a que este es un producto que requiere constancia, esfuerzo y dedicación.

Por tal motivo, se encuentra pertinente que a través de la información brindada ya sea que el cliente la tenga de manera gratuita (página web y redes sociales) o de manera más exclusiva por medio de la suscripción, se pretende seguir motivando y permitir que el usuario visualice que las huertas no solo traen un beneficio individual, sino que a su vez trae consigo un beneficio social y ambiental.

**10.3.2 Aliviadores de frustraciones**

- Por medio de la venta de las huertas se promueve la implementación de tecnologías limpias que permiten la mantención de huertas en donde estas se van incluyendo como cambios de pequeños hábitos que a la larga no consumen mucho tiempo y se termina realizando de una manera cotidiana.

- Brinda un ahorro a mediano y largo plazo ya que los usuarios pueden generar sus propios alimentos por una cantidad muy reducida de dinero en donde esta resulta ser autosustentable, ya que por medio de los frutos cosechados se pueden seguir generando más con el debido cuidado.

-Se da la información necesaria para cuidar los cultivos y se dan consejos motivacionales para seguir intentando si los resultados en la primera cosecha no son los deseados.

-Se informa y orienta para que los usuarios puedan optimizar su tiempo para la mantención de la huerta de una manera que ellos la puedan acomodar a su rutina diaria.

**10.3.3 Creadores de alegrías**

-Los productos se entregan con la mayor calidad posible en donde el cliente pueda observar que la estructura, tierra, semillas y cartilla contiene una buena presentación, generando una confianza en adquirir los productos.

- Se indica la página web y redes sociales que el usuario puede consultar en donde encontrará cómo mantener sus huertas, tips de cuidado, como puede empezar a implementar tecnologías limpias en su vida diaria de manera fácil, recetas saludables que se pueden elaborar con los productos cosechados, información con respecto a eventos distritales, locales relacionados con el tema, entre otros.

-Se brinda una suscripción en donde el usuario logre sentir un mayor acompañamiento y reciba mayor información sobre temas específicos por medio de contenidos exclusivos en la página web y cartillas que se entregan semanalmente.

**Frase de propuesta de valor: “Sembramos juntos”**

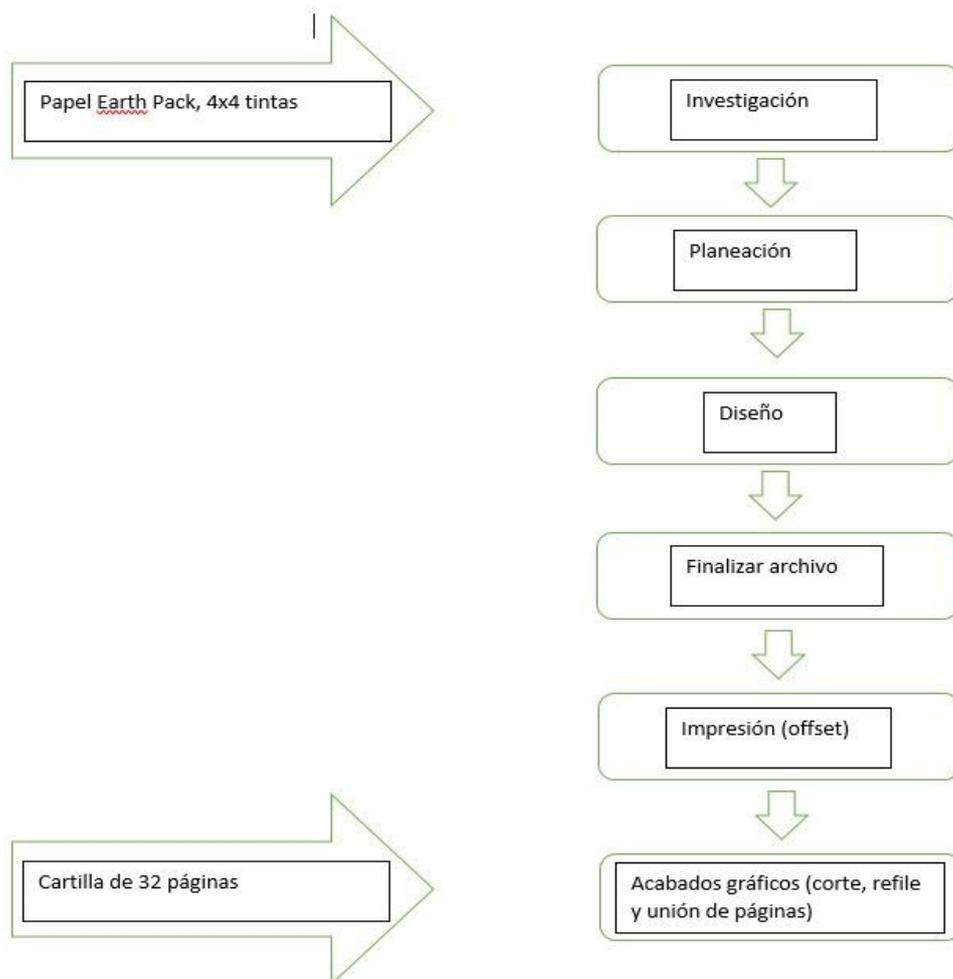
**11. PRECIO DE VENTA****11.1 Definición estratégica (Semana 9)**

**Leyes que se ajustan al proyecto:** *Leyes regionales - Leyes del gobierno (industria en la que se trabaja) -estímulos del gobierno-* “Aprobada recientemente por el **Consejo de Planeamiento Estratégico (COPE)**, el proyecto **Ley de Huertos Urbanos como espacios de equidad establece que el Ejecutivo de la Ciudad**, a través de los organismos contralores (Ministerio de Ambiente y Espacio Público y/o el Ministerio de Hábitat y Desarrollo Humano), apoyará y estimulará todas las iniciativas ciudadanas individuales o colectivas para desarrollar huertos agrícolas con perspectiva de género”

ACUERDO 605 DE 2015 "Por el cual se formulan los lineamientos para institucionalizar el programa de agricultura urbana y periurbana agroecológica en la ciudad de Bogotá".

## 11.2 Diseño en detalle

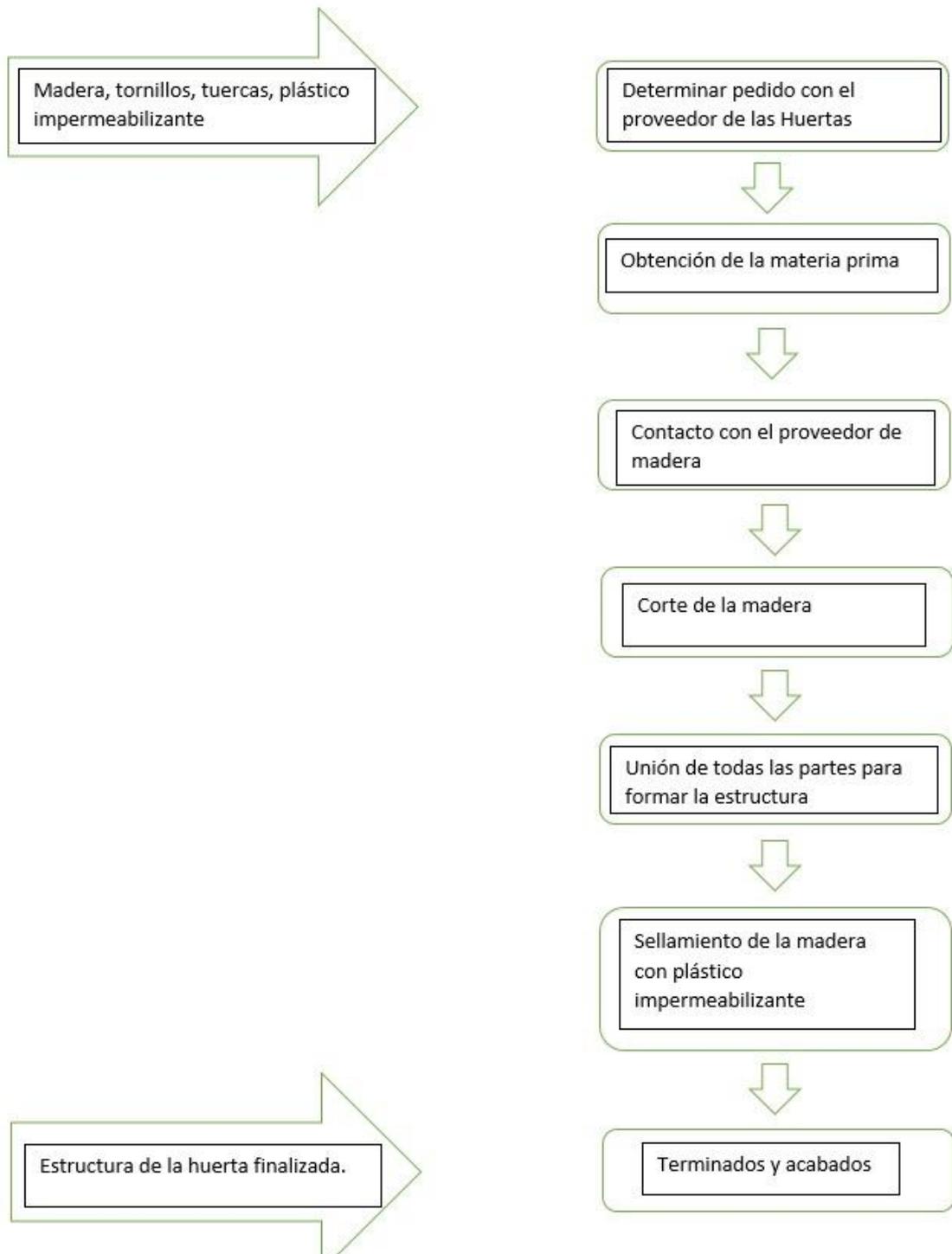
### 11.2.1 Diagrama de bloques Cartillas



Esquema 4 Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Diagrama de Bloque. Elaboración propia.

*Orchard: sembramos juntos*

**Estructura huertas urbanas:**



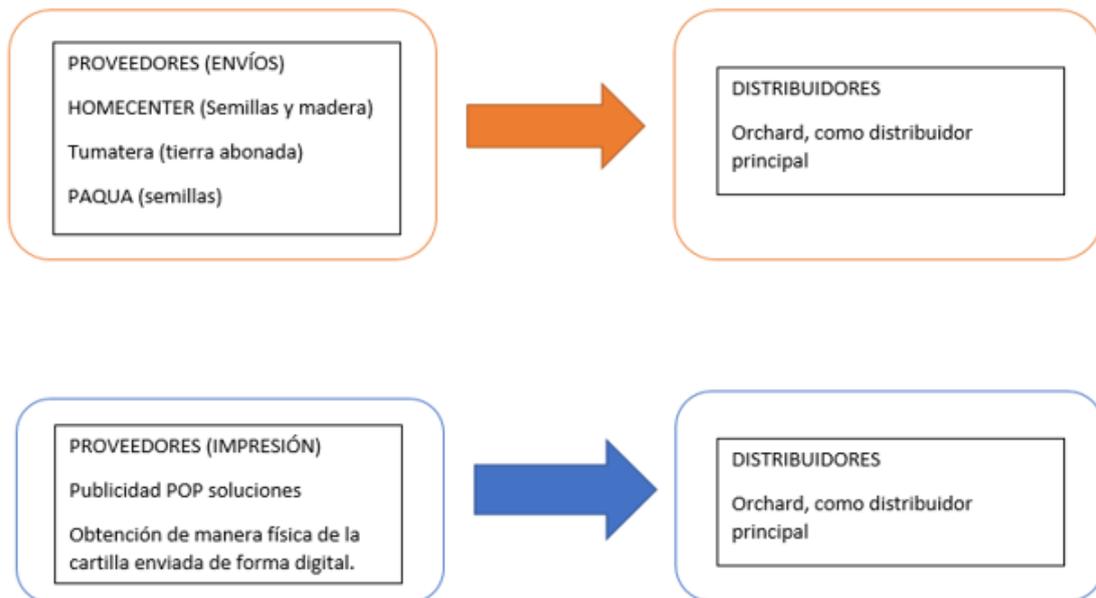
*Esquema 5 Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Diagrama de Bloque. Elaboración propia.*

Se evidencia el proceso por el cual es implementada la elaboración y estimados para la construcción de los productos requeridos a comercializar.

### 11.2.2 Cadena de distribución

La cadena de distribución es corta, debido a que los proveedores son quienes nos brindan los implementos necesarios para la composición del producto final (estructura de huertas, tierra, semillas, impresión de cartillas), siendo Orchard el distribuidor que promociona y distribuye el producto completo a los usuarios.

#### Cadena de distribución:



*Esquema 6 Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Cadenas de Distribución. Elaboración propia.*

Se evidencia que la cadena de distribución es corta, ya que los proveedores son quienes nos brindan los implementos necesarios para la realización final del producto para así distribuirlo.

*Orchard: sembramos juntos*

### 11.2.3 Costos de producción

*Tabla 10*

*Costos de Producción*

|  |                   |
|--|-------------------|
| Costos unitarios de materiales (huerta urbana) - Estructura (\$45.000) Tierra abonada (\$5.000) Semillas (\$7.600) | \$ 96.000         |
| Costos unitario de mano de obra  | \$ 100.000        |
| Costo unitario de CIF  | \$ 95.000         |
| <b>COSTO TOTAL UNITARIO</b>  | <b>\$ 436.500</b> |

*Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Tabla Costos de Producción. Elaboración propia.*

### 11.2.4 Validación y verificación

*Tabla 11*

*Validación y verificación 12*

| <b>ESTRATEGIAS</b>   | <b>CUMPLE / NO CUMPLE</b> |
|--|---------------------------|
| Crear una empresa que genere un legado en el pasar de las generaciones.  | <b>OK</b>                 |
| Acompañamiento permanente en el proceso de implementación de huertas.  | <b>OK</b>                 |
| Información gratuita mediante sitio web y redes sociales.<br>Información exclusiva por medio de una suscripción. | <b>OK</b>                 |
| Fomentar la motivación en los usuarios.  | <b>OK</b>                 |
| Generar conexión de usuarios y huertas.  | <b>OK</b>                 |
| Orientación y confianza hacia los clientes cuando vayan a realizar la compra.                                    | <b>OK</b>                 |
| Información importante para superar retos o dificultades que puedan presentarse.                                 | <b>OK</b>                 |

## Orchard: sembramos juntos

|  |    |
|--|----|
| Informarle al usuario los beneficios que trae a su vida la implementación de las huertas.    | OK |
| Transmitir información respecto al valor en la vida que traen las huertas.                   | OK |
| Implementación de las cartillas informativas para los usuarios que opten por la suscripción. | OK |

Buitrago, J & Bustamante, A. (2020). *Tabla Validación y Verificación. Elaboración propia.*

## 11.2.5 Producción

### 11.2.5.1 Brochure



### **11.2.5.2 Ficha técnica**

#### **FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO/ SERVICIO**

- A.** Nombre del producto o servicio: ORCHARD
- B.** Composición del producto (materias primas, líneas de servicio): Madera, Semillas, Tierra Abonada, Página Web, Cartilla
- C.** Normas de calidad:
- D.** Presentaciones comerciales: (Tamaños, tipo, kits, suscripciones)
- E.** Tipo de empaque o embalaje: Página web y Cartilla
- F.** Material de empaque: Brochure
- G.** Condiciones de conservación: Cuidados, evitar golpes, caídas, evitar cercanía al fuego.
- H.** Vida útil estimada/ garantía: 3 meses, por defectos de fábrica.
- I.** Porción recomendada, servicios adicionales:

*Buitrago, J & Bustamante, A. (2020). Ficha técnica. Elaboración propia.*

### **11.2.5.3 Ciclo de vida del producto**

La fase en la que se encuentra es Introducción, ya que el producto es nuevo en el mercado y está disponible para su venta y comercialización. A pesar de que las huertas urbanas ya existen, este cuenta con un factor innovador, el cual pretende brindar el acompañamiento a los usuarios mediante el proceso de implementación inicial, hasta la finalización de la misma. La diversa información que se le proporcionará será mediante la página web, redes sociales y cartilla, para que así tengan conocimiento de cómo mantener y cuidar correctamente su huerta.



TERCER



CORTE

## 12. PROTOTIPO (Semana 10)

Para el prototipo se realizaron 3 redes que muestran los diseños propuestos para las huertas, los cuales se ubicaron en una video explicativo que indica los productos y servicios que se proponen para el emprendimiento; adicional a ello se elaboró una página web, enlazada con redes sociales para ver el interés que se presenta por la idea de negocio.

### 12.1 Video de YouTube:

[https://www.youtube.com/watch?v=U1edXgLFRcQ&ab\\_channel=OrchardColombia](https://www.youtube.com/watch?v=U1edXgLFRcQ&ab_channel=OrchardColombia)

### 12.2 Página web:



*Imagen página web.*

<https://orchardcolombia.wixsite.com/tienda>

### 12.3 Redes Sociales:

-Instagram

## Orchard: sembramos juntos



Imagen red social instagram Orchard\_col

[https://www.instagram.com/orchard\\_col/](https://www.instagram.com/orchard_col/)

Facebook

*Orchard: sembramos juntos*



*Imagen red social facebook Orchard col*

<https://www.facebook.com/Orchard-Col-109716904274584>

### 13. MODELO RUNNING (Semana 11)

*Tabla 12  
Modelo Running*

| <b>Problema</b>  | <b>Solución</b>   | <b>Propuesta de Valor única</b>  | <b>Ventaja especial</b>   | <b>Segmento de clientes</b>   |
|--|---|--|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>-Falta de seguridad alimentaria</li> <li>-Consumo de alimentos de bajo valor nutricional</li> <li>-Falta de consumo responsable.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Proporción de la estructura y kit de plantación para lograr generar un espacio natural en cualquier espacio, ya sea grande o reducido.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>-La propuesta de valor del emprendimiento ORCHARD, se resume en la frase <b>“Sembramos juntos”</b></li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Se brinda información del por qué las huertas son tan importantes para alcanzar un bienestar personal, social y ambiental.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Población entre los 25 - 32 años</li> <li>Localizados en la localidad de Kennedy en los barrios de Carimagua, Lucerna, en donde según el documento de</li> </ul> |

|  |   |   |   |  |
|--|---|---|---|--|
| <p>- Ausencia de alimentos orgánicos y nutritivos sin químicos.</p> <p>- Ausencia de espacio para tener un huerto en el hogar.</p> <p>- Falta de conocimiento, de cómo llevar una alimentación sostenible</p> <p>- Desconocimiento de procesos en la vida cotidiana que ayudan al medio ambiente.</p> <p>- Falta de recursos para las huertas.</p> | <p>- Se brinda la información sobre lo que es la soberanía y seguridad alimentaria y como esta se puede aplicar en la implementación de las huertas urbanas por medio de una cartilla entregada a la hora de la compra de la estructura y el kit</p> <p>- Obtención de productos naturales y libres de químicos por medio de la cosecha de la huerta.</p> <p>- Se brinda información de métodos para la mantención de huerta que ayuden en el medio ambiente como es la reutilización de desechos orgánicos e implementación de tecnologías limpias.</p> <p>- Tips para llevar una alimentación</p> | <p>Dando a conocer servicio y experiencia que se desea brindar a los usuarios, en donde se pretende que estos se sientan acompañados en su proceso de implementación de las huertas con material de ayuda a través de las redes sociales, página web y cartillas brindadas por medio de una subscripción, motivando a las personas a continuar con un estilo de vida sostenible con las huertas urbanas. En donde se obtienen productos orgánicos, nutritivos y saludables, ayudando a la conservación del medio ambiente con la reducción de la huella de carbono e implementación de tecnologías limpias.</p> | <p>- Se muestran varios apoyos para implementar y mantener las huertas por medio de la página web y redes sociales.</p> <p>- Se muestran diferentes recetas saludables que se pueden hacer con los productos cosechados.</p> <p>- Permite llevar una alimentación sostenible.</p> <p>- Genera seguridad alimentaria.</p> <p>- Brinda una conciencia ecológica.</p> <p>- Brinda un lugar natural en cualquier espacio sea amplio o reducido.</p> <p>- Contiene beneficios emocionales.</p> | <p><b>Secretaria social de la localidad de Kennedy</b>, en donde se sacó un aproximado de porcentajes poblacionales en donde se estima que existe una cantidad de 7.860 habitantes masculinos y 7.480 habitantes femeninas para un aproximado de 15.160 personas a las cuales deseamos dirigir el producto segmentados en la edad de 25-32. Por lo tanto de acuerdo a los datos anteriormente brindados se evidencia que el número equivalente a esta población se aproxima a 1,210% de la población total de la localidad de Kennedy que son 1'252.014 habitantes. Se logró identificar que se puede llegar a más personas con este rango de edad por medio de la implementación de redes</p> |
|--|---|---|---|--|

|  |   |  |   |   |
|--|---|--|---|---|
|  | sostenible por medio de redes sociales y página web   |  |   | sociales, por tal motivo se encontró en la página digital <b>MiniTIC (Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones)</b> , que la cantidad aproximada de usuarios de facebook en la ciudad de Bogotá es de 6,5 millones en donde teniendo en cuenta el porcentaje de población entre los 25-32 años hallado en la localidad de Kennedy (1,210%), se estima que podemos llegar a 72.000 personas contempladas entre este rango de edad a nivel de la ciudad de Bogotá |
|  | <p><b>Métricas Clave</b></p> <p>-Tráfico en la página web (Cantidad de personas que entran a la página web)</p> <p>-Número de visitas para el sitio Web (Por qué canales se está generando el tráfico en el sitio web)</p> <p>-Cantidad de compras realizadas por la página web y compras sin finalizar.</p> <p>-Activación de compra (por medio del servicio y las diferentes opciones que se dan para ampliar sus</p> |  | <p><b>Canales:</b></p> <p>-En el papel de actividad económica como distribuidor se manejan canales de distribución propios, donde la compra se realiza por medio de la página web, al igual que la suscripción.</p> |   |

*Orchard: sembramos juntos*

|  |   |  |  |  |
|--|---|--|--|--|
|  | <p>conocimientos en las huertas y cómo mantenerlas).</p> <p>-<br/>Comprobación de la satisfacción e insatisfacción por parte del cliente con respecto al producto y servicio.</p> <p>-Cuántos usuarios se mantienen activos en el emprendimiento por medio de la adquisición de la suscripción y compra por medio de la página web.</p> <p>-Estadísticas del movimiento de las redes sociales, evaluando si el contenido y difusión de información por este medio está siendo efectivo hacia el público objetivo.</p> |  |  |  |
|--|---|--|--|--|

|  |   |
|--|---|
| <p><b>Estructura de costos</b></p> <p><u>Costos fijos:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Seguros laborales y SOAT.</li> <li>-Salario.</li> <li>-Facturas</li> <li>-Licencias.</li> <li>-Promoción de piezas gráficas por medio de redes sociales.</li> <li>- Dominio de la página web.</li> </ul> <p><u>Costos variables:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Materia prima para la elaboración de la estructura de las huertas.</li> <li>- Compra de sustrato y semillas según la demanda del producto.</li> <li>-Combustible para el transporte de huertas.</li> </ul> | <p><b>Fuentes de ingresos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Los clientes pagarán por una estructura y un kit de cultivo por medio electrónico o consignación en diferentes cuentas, brindándole varios métodos de pago al comprador.</li> <li>-Los precios que se manejan serán fijos.</li> </ul> |
|--|---|

*Buitrago, J & Bustamante, A. (2020). Modelo Running Lean. Elaboración propia*

En la anterior tabla, se evidencia la idea de negocio de una manera más global contemplando elementos importantes como el problema que se decidió afrontar junto a sus soluciones, la propuesta de valor para generar una diferencia frente a la competencia, estableciendo métricas claves para estar en una constante evaluación del crecimiento del emprendimiento, segmentando del mercado, examinando los costos y fuentes de ingresos, para estructurar de una manera más sólida el proyecto a desarrollar.

### **13. VALIDACIÓN DE IDEAS DE NEGOCIO (Semana 12)**

Teniendo en cuenta el método de Running Lean, se desea validar la propuesta de valor ya que es el factor por el cual la idea de negocio se diferencia de los distintos competidores que existe en el mercado.

*Orchard: sembramos juntos*

Esta consiste en mantener un acompañamiento con los clientes por medio de redes sociales y página web, en donde ellos puedan sentirse aconsejados en el proceso de la instalación y mantención de la huerta urbana, por tal motivo se desea fortalecer las herramientas que se emplean para dicho proceso, ya que los usuarios pueden sentir que la información brindada por estos medios es ajena al proceso personal de la implementación del producto.

Planteamiento de la hipótesis:

Para mejorar la propuesta de valor se planea generar un acompañamiento más cercano por medio de una aplicación en donde los usuarios personalicen su proceso, seleccionado el tipo de producto que se plantará, con el fin de que la plataforma pueda ser más específica en sus recomendaciones de cuidado, dándole a conocer al cliente si las semillas sembradas son compatibles o no, evitando que estas se hagan daño a sí mismas; también tendrá un control con respecto a los ciclos de crecimiento de las plantas, el cual se mostrará semanalmente indicando cómo debería ser su desarrollo y cuando el fruto está listo para su consumo; adicional a esto generará recordatorios para el riego de las mismas y su cuidado.

## **14. VALIDACIÓN DE IDEAS DE NEGOCIO (Semana 13)**

### **14.1 objetivos de la investigación**

**La investigación se realizará por medio de una encuesta, en donde se pretende validar la idea de negocio e hipótesis de mejora para la propuesta de valor, que constan en la implementación de una aplicación con la meta de generar una experiencia más personalizada del usuario. Para ello se estructuró un objetivo principal con 3 objetivos específicos, demarcando la información que se desea recolectar por medio de esta herramienta.**

#### **Objetivo general:**

Recolectar información del público objetivo por medio de una encuesta que permita validar la idea de negocio y reforma de la propuesta de valor.

#### **Objetivos específicos:**

- Comprobar la aceptación del producto, para la implementación del mismo dentro del nicho de mercado por medio de preguntas sencillas y concretas.
- Verificar que los servicios ofertados dentro del producto suplan las necesidades del público objetivo en la implementación y desarrollo de las huertas urbanas, por medio de la validación de datos recolectados dentro de la encuesta.
- Determinar la viabilidad de la nueva propuesta de valor, comprobando la aceptación de los contenidos en la aplicación por parte de los clientes potenciales por medio de preguntas cerradas en el cuestionario.

*Orchard: sembramos juntos*

## **14.2 Tipo de investigación a realizar**

Se realizará una investigación de carácter cuantitativo debido a que esta “utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base a la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin de establecer pautas de comportamiento y probar teorías” (Hernández, Fernández & Baptista, 2014, p.4), determinando la aceptación de la idea de negocio e hipótesis de la prueba de valor frente al público objetivo, por medio de estadísticas y cuantificación de los datos recolectados.

## **14.3 Formulación del cuestionario**

Se realizó un cuestionario de 18 preguntas por medio de la plataforma Google Form, las cuales fueron distribuidas de manera electrónica logrando recaudar los datos de manera digital.

Link del formulario en Google Form: <https://forms.gle/fZQZH9dhLrWrY2tq9>

Preguntas que se formularon en el cuestionario:

Orchard es un emprendimiento de huertas urbanas, que tiene la plena certeza de que juntos podemos generar un cambio positivo en nuestro entorno, por medio de plantaciones urbanas, que conllevan a una alimentación sostenible mediante procesos amigables con el medio ambiente, generando una transformación a nivel personal y social.

Por tal motivo, quisiéramos que nos ayude a contestar algunas preguntas ya que consideramos su opinión valiosa para nosotros.

Gracias por su colaboración.

1. ¿En qué rango de edad se encuentra usted?

*Orchard: sembramos juntos*

25 - 27 años

28 - 30 años

31 a 32 años

33 años o más

2. ¿En qué sector de la ciudad reside?

Zona Norte

Zona Sur

Zona Centro

3. ¿Cree que los pequeños cambios en los hábitos de consumo que usted tiene, pueden generar gran impacto frente al cuidado del medio ambiente?

Sí, totalmente de acuerdo

Tal vez

No, Estoy en desacuerdo

4. ¿Conoce usted qué son las huertas urbanas?

Sí

No

5. ¿Le gustaría saber todos los beneficios que representan las huertas urbanas, a través de medios virtuales como redes sociales y sitios web?

*Orchard: sembramos juntos*

Sí

No

Tal vez

6. ¿Cree que la implementación de las huertas urbanas, contribuye a una alimentación sana y nutritiva?

Sí

No

Tal vez

7. ¿Estaría usted dispuesto a implementar huertas urbanas en su lugar de residencia?

Sí

No

Tal vez

8. ¿Le gustaría adquirir alguna huerta con estos diseños?

*Orchard: sembramos juntos*



*Buitrago, J & Bustamante, A. (2020). Imagen de huertas. Elaboración propia*

Buitrago, J & Bustamante, A. (2020). Imagen de huertas. Elaboración propia

Sí

No

Tal vez

Me gustaría ver más opciones

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a invertir en una huerta casera personalizada, para una producción de 2-4 frutas, hortalizas, aromáticas y/o especias?

*Orchard: sembramos juntos*

\$400.000 - \$ 300.000

\$290.000 - \$200.000

\$190.000 - \$100.000

10. ¿Estaría dispuesto a realizar compras por medio de un sitio web?

Sí

No

Tal vez

11. ¿Le interesaría ver un sitio web relacionado con las huertas urbanas en donde tenga temas como: ¿Tips de cuidado, recetas saludables que se pueden realizar con productos cosechados, tipos de siembra, entre otros temas?

Sí

No

En ocasiones consultaría la página

12. ¿Estaría dispuesto a pagar una suscripción mensual, donde recibirá una cartilla interactiva sobre cultivos propicios para huertas caseras y contenidos exclusivos en el sitio web?

Sí

No

Lo consideraría

*Orchard: sembramos juntos*

13. ¿Qué tan motivado se sentiría en iniciar una huerta casera, si contara con asesoramiento desde plataformas digitales?

Muy motivado

Motivado

No me interesa

14. ¿Estaría dispuesto a descargar una aplicación, que le ayudará en el proceso de implementación de las huertas?

Sí

No

15. ¿Le gustaría que la aplicación se ajuste a su proceso, seleccionando el producto que usted va a plantar en específico, con el fin de evitar siembras no compatibles a su cosecha?

Sí

No

16. ¿Estaría interesado en conocer el ciclo de crecimiento semanal que tiene las semillas que plantó, indicándole cuándo es el momento propicio para su consumo, por medio de la aplicación?

Sí

No

*Orchard: sembramos juntos*

17. ¿Estaría interesado que la aplicación genere recordatorios de cuando es oportuno regar su huerta?

Sí

No

18. ¿Le interesaría recibir recomendaciones de qué semillas puede plantar según la época del año?

Sí

No

#### **14.4 Determinar el tamaño de la muestra**

Para la determinar el tamaño de la muestra se tuvo en cuenta la segmentación del mercado anteriormente planteada en la localidad de Kennedy que comprende a jóvenes adultos entre la edad de 25 - 32 años en donde se estima una cantidad de 15.160 habitantes, por otro lado se contempló la cifra de personas dentro de este rango de edad que emplean redes sociales como Facebook a nivel Bogotá, constando de 72.000 habitantes, ya que la difusión y venta del producto se da por medios digitales , teniendo en cuenta esto, el total de la población es de 81.160 personas.

Para esta encuesta, se estima un nivel de confianza de 95% y un grado de error de 5 % en la fórmula para determinar la muestra.

Fórmula de tamaño de muestra:

-Nivel de confianza(Z):1,96

*Orchard: sembramos juntos*

-Grado de error (E): 0,05

-Universo (N): 81.160

-Probabilidad de ocurrencia (P):0,5

-Probabilidad de no ocurrencia (Q): 0,5

Fórmula:

$$N= ((196)^2 (0,5) (0,5) (81.160)) / (81.160) (0,5) + (196)^2 (0,5) (0,5))$$

$$N= (3,84) (0,25) (81.160) / (81.160) (0,0025) +(3.84) (0,25))$$

$$N= 77.915 / 194,784$$

$$N= 383$$

El total de la muestra es de 383 personas, en donde se encuestaron 50 personas.

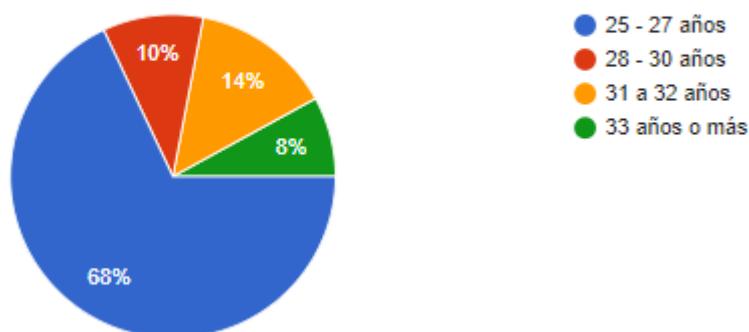
## **15. TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN (Semana 14)**

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos por medio de la encuesta, se realizará una tabulación y análisis de cada pregunta elaborada en el cuestionario, con el fin de entrar a evaluar los resultados y constatar la efectividad del producto y servicio ofrecido ante el público objetivo; en donde a su vez se desea comprobar la aceptación de la hipótesis planteada para la propuesta de valor.

*Orchard: sembramos juntos*

1. ¿En qué rango de edad se encuentra usted?

50 respuestas

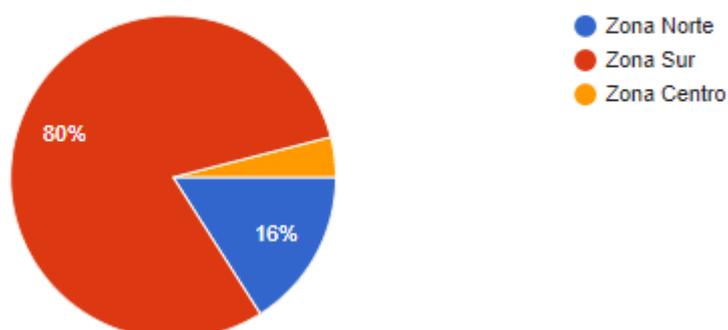


*Encuesta 1 Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Encuesta. Proyecto de investigación: Orchard. Elaboración propia*

De las 50 personas encuestadas 34 (68%) se encuentran en el rango de edad entre los 25 - 27 años, en donde dentro del nicho de mercado son los que más presencia tienen; por consiguiente, se pretende generar un mayor impacto para este segmento de la población.

2. ¿En qué sector de la ciudad reside?

50 respuestas



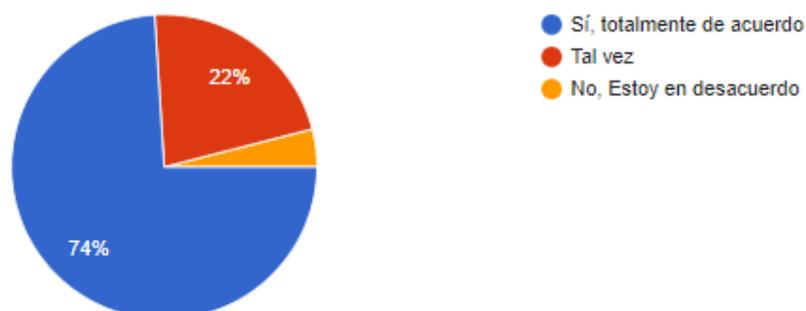
*Encuesta 2 Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Encuesta. Proyecto de investigación: Orchard. Elaboración propia*

*Orchard: sembramos juntos*

El 80% (40 personas) de la población encuestada se encuentra ubicada en la zona sur, en donde resulta ser beneficiosos para el emprendimiento ya que al momento de realizar los envíos representa una menor cantidad de gastos frente al transporte para la entrega del producto.

3. ¿Cree que los pequeños cambios en los hábitos de consumo que usted tiene, pueden generar gran impacto frente al cuidado del medio ambiente?

50 respuestas



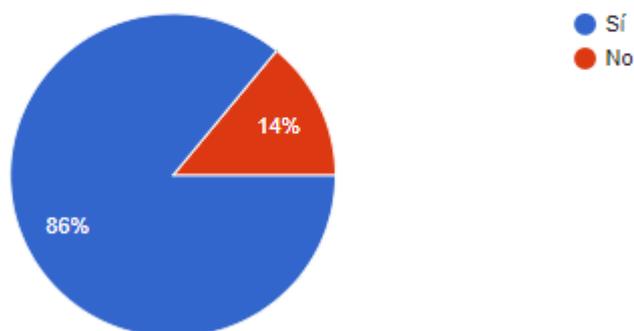
*Encuesta 3 Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Encuesta. Proyecto de investigación: Orchard. Elaboración propia*

El 74% (37 personas) de la población encuestada tienen afinidad con respecto a la idea central del proyecto, en donde se plantea que el cambio frente al consumo de alimentos de una manera más sostenible genera un impacto positivo en el medio ambiente. Por tal motivo se logra analizar que existe una posibilidad de afectar y convencer al 22% (11 personas) de la idea central del proyecto, logrando tener una mayor conexión con el nicho de mercado en cuanto al propósito del emprendimiento.

*Orchard: sembramos juntos*

4. ¿Conoce usted qué son las huertas urbanas?

50 respuestas

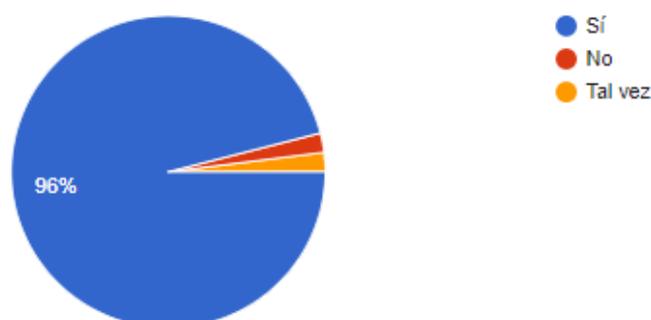


*Encuesta 4 Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Encuesta. Proyecto de investigación: Orchard. Elaboración propia*

El 86% de la población (43 personas) tienen conocimiento de que son las huertas urbanas, es decir que el producto que se pretende ofertar ya tiene reconocimiento dentro de un mercado por la mayor parte de los individuos.

5. ¿Le gustaría saber todos los beneficios que representan las huertas urbanas, a través de medios virtuales como redes sociales y sitios web?

50 respuestas



*Encuesta 5 Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Encuesta. Proyecto de investigación: Orchard. Elaboración propia*

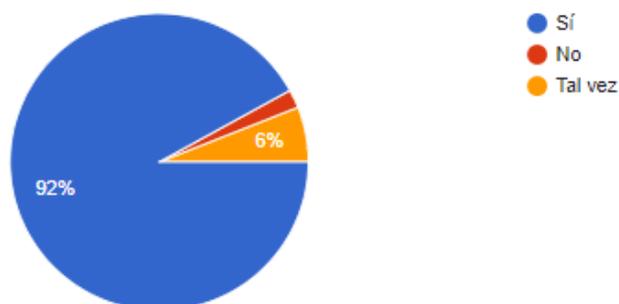
El 96% (48 individuos) de las personas se encuentra interesada en ver información relacionada con las huertas urbanas por medio de página web y redes sociales, comprobando

*Orchard: sembramos juntos*

así la efectividad de la implementación de estas dos herramientas para complementar y potenciar el producto ofertado.

6. ¿Cree que la implementación de las huertas urbanas, contribuye a una alimentación sana y nutritiva?

50 respuestas

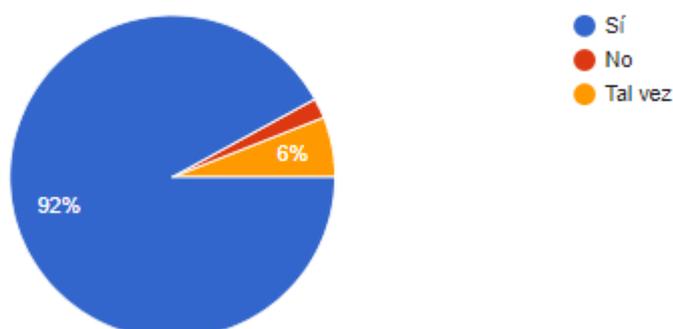


*Encuesta 6 Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Encuesta. Proyecto de investigación: Orchard. Elaboración propia*

El 92% (46 personas) de la población cree que la implementación de las huertas, ayuda a tener una alimentación sana y nutritiva. Permitiendo rectificar ante la población esta idea por medio de la venta del producto.

7. ¿Estaría usted dispuesto a implementar huertas urbanas en su lugar de residencia?

50 respuestas



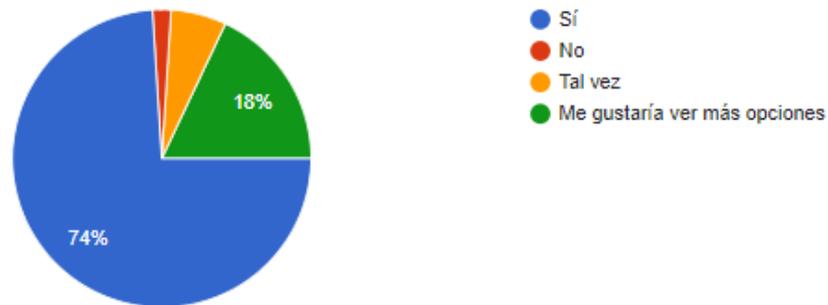
*Encuesta 7 Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Encuesta. Proyecto de investigación: Orchard. Elaboración propia*

*Orchard: sembramos juntos*

El 92% (46 personas) de la población encuestada estaría dispuesta a implementar huertas urbanas en sus hogares, dando así un panorama positivo en cuanto a la aceptación del producto que se desea introducir en el mercado.

8. ¿Le gustaría adquirir alguna huerta con estos diseños?

50 respuestas



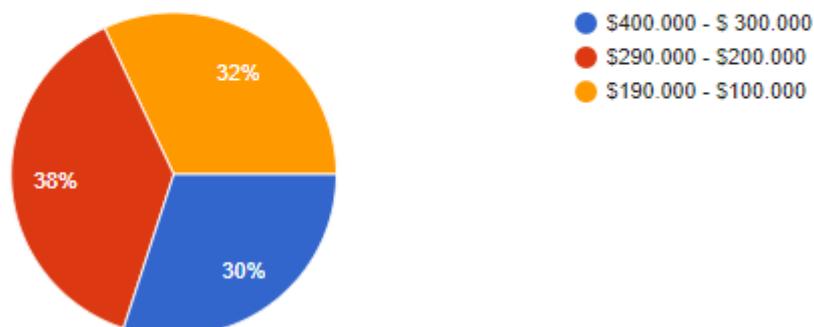
*Encuesta 8 Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Encuesta. Proyecto de investigación: Orchard. Elaboración propia*

El 74 % (37 personas) de la población acepta los modelos de huerta mostrados en la encuesta por medio de reder, 6% (3 personas) contestaron tal vez y el 18% (9 personas) desearían ver más modelos; denotando que los diseños propuesto tienen una buena aceptación, pero es factible generar más propuestas de estructuras en donde los usuarios tengan una gama mayor para escoger.

*Orchard: sembramos juntos*

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a invertir en una huerta casera personalizada, para una producción de 2-4 frutas, hortalizas, aromáticas y/o especias?

50 respuestas

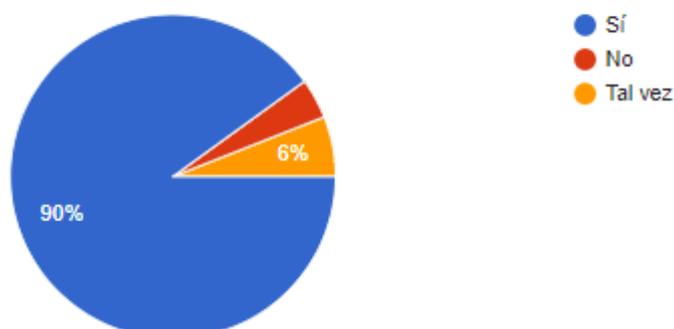


*Encuesta 9 Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Encuesta. Proyecto de investigación: Orchard. Elaboración propia*

Para esta pregunta los resultados no presentaron mayor variación, en donde el 38% (19 personas) optó por precios entre \$290.000 – \$200.000, el 32% (16 personas) prefiere un valor entre \$190.000 - \$100.000 y el 30% (15 personas) \$400.000 – \$300.000, brindando la posibilidad de manejar precios variados que sean aceptables para el nicho de mercado.

10. ¿Estaría dispuesto a realizar compras por medio de un sitio web?

50 respuestas



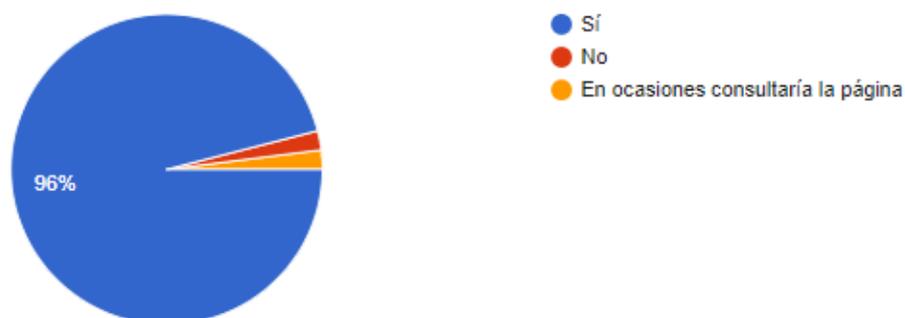
*Encuesta 10 Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Encuesta. Proyecto de investigación: Orchard. Elaboración propia*

*Orchard: sembramos juntos*

El 90% (45 personas) de la población estaría dispuesto a realizar compras por medio de un sitio web y el 6% (3 personas) no se cierra a esta opción; denotando la viabilidad de método de compra del producto por medio electrónico.

11. ¿Le interesaría ver un sitio web relacionado con las huertas urbanas en donde tenga temas como: Tips de cuidado, recetas saludables que se pueden realizar con productos cosechados, tipos de siembra, entre otros temas?

50 respuestas



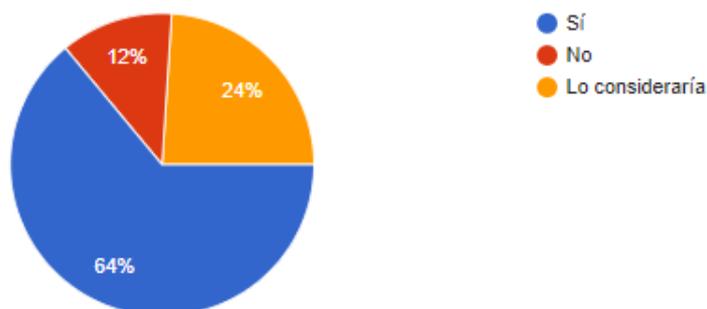
*Encuesta 11 Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Encuesta. Proyecto de investigación: Orchard. Elaboración propia*

El 96% (48 personas) de la población le gustaría ver contenidos relacionados con las huertas urbanas en el sitio web, permitiendo complementar el producto con estas herramientas haciéndolo más interesante para el usuario y demarcando una diferencia frente a la competencia.

*Orchard: sembramos juntos*

12. ¿Estaría dispuesto a pagar una suscripción mensual, donde recibirá una cartilla interactiva sobre cultivos propicios para huertas caseras y contenidos exclusivos en el sitio web?

50 respuestas

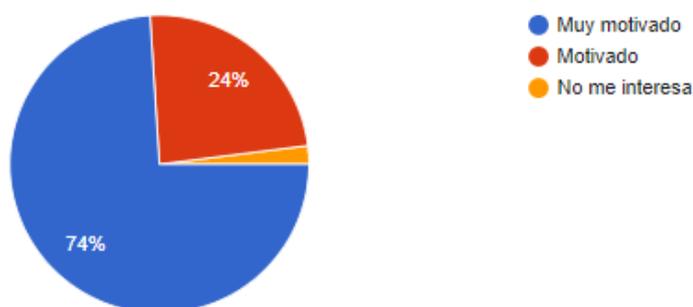


*Encuesta 12 Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Encuesta. Proyecto de investigación: Orchard. Elaboración propia*

EL 64% (32 personas) población estaría dispuesta a pagar una suscripción para recibir cartillas informativas mensualmente, el 24% (12 personas) lo considerarían y el 12% (6 personas) no les interesaría; por tal motivo se considera importante potenciar la idea de la suscripción por medio de publicidades que demuestren los beneficios de esta opción haciendo que las personas que podrían considerar la idea, la acepten y deseen adquirir esta parte del producto.

13. ¿Qué tan motivado se sentiría en iniciar una huerta casera, si contara con asesoramiento desde plataformas digitales?

50 respuestas



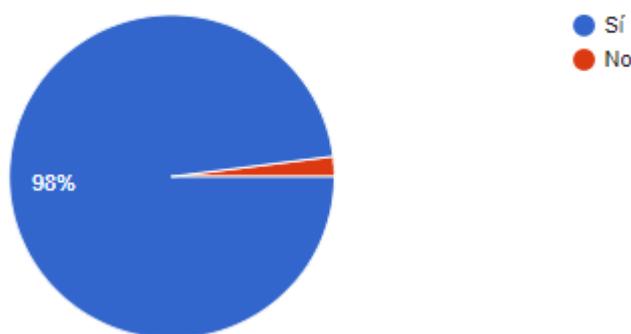
*Encuesta 13 Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Encuesta. Proyecto de investigación: Orchard. Elaboración propia*

*Orchard: sembramos juntos*

El 74% (37 personas) de la población contestó que se sentiría muy motivado recibiendo asesoramiento por medio de plataformas digitales y el 24% (12 personas) se sentiría motivando, mostrando que la propuesta de valor “Sembramos juntos”, puede ser implementada por medios digitales como página web y redes sociales.

14. ¿Estaría dispuesto a descargar una aplicación, que le ayudará en el proceso de implementación de las huertas?

50 respuestas



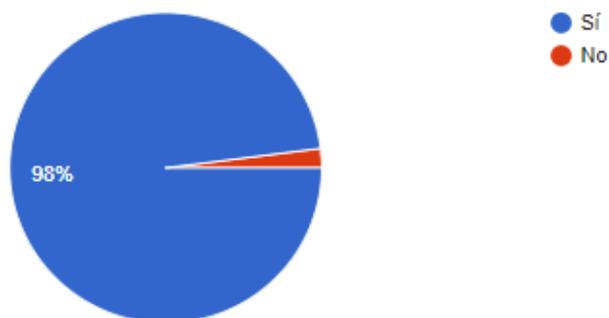
*Encuesta 14 Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Encuesta. Proyecto de investigación: Orchard. Elaboración propia*

El 98% (48 personas) de la población estaría interesada en una aplicación que le ayudará en el proceso de implementación para las huertas urbanas, validando de este modo la hipótesis para mejorar la propuesta de valor, permitiendo que los usuarios sientan una asesoría más cercana y depositen su confianza en la marca.

*Orchard: sembramos juntos*

15. ¿Le gustaría que la aplicación se ajuste a su proceso, seleccionando el producto que usted va a plantar en específico, con el fin de evitar siembras no compatibles a su cosecha ?

50 respuestas

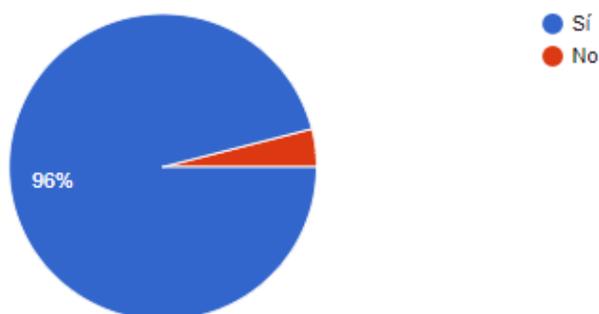


*Encuesta 15 Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Encuesta. Proyecto de investigación: Orchard. Elaboración propia*

El 98% (48 personas) de la población estaría interesada en un proceso personalizado de asesoramiento por medio de la aplicación, dándole recomendaciones más específicas que sean oportunas para su proceso de implementación y cuidado. Brindando una mayor seguridad al usuario para adquirir el producto que se ofrece, mostrando una diferencia frente a la competencia que se encuentra en el mercado.

16. ¿Estaría interesado en conocer el ciclo de crecimiento semanal que tiene las semillas que plantó, indicándole cuándo es el momento propicio para su consumo, por medio de la aplicación?

50 respuestas



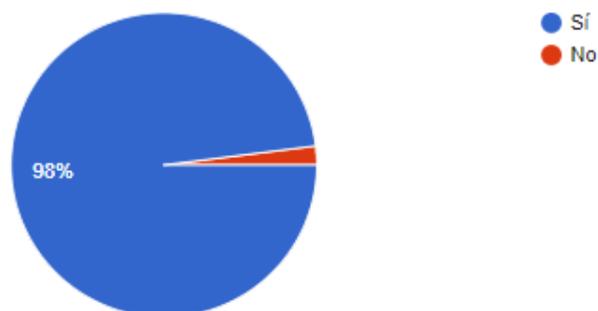
*Encuesta 16 Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Encuesta. Proyecto de investigación: Orchard. Elaboración propia*

*Orchard: sembramos juntos*

El 96% (48 personas) de la población encuestada estaría interesada en conocer los ciclos de crecimiento de los productos plantados, en donde el usuario pueda conocer el momento oportuno para consumir los elementos cosechados. Permitiendo obtener mayor cercanía entre el usuario y el emprendimiento.

17. ¿Estaría interesado que la aplicación genere recordatorios de cuando es oportuno regar su huerta?

50 respuestas



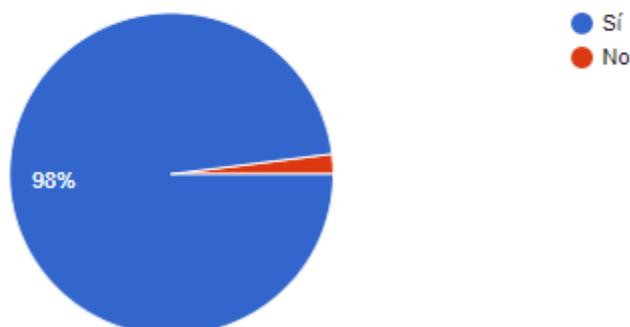
*Encuesta 17 Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Encuesta. Proyecto de investigación: Orchard. Elaboración propia*

El 98% (49 personas) de la población se encuentra interesada en recibir recordatorios por medio de la aplicación para el cuidado de su huerta. Aceptando este contenido para dicha plataforma

*Orchard: sembramos juntos*

18. ¿Le interesaría recibir recomendaciones de que semillas que puede plantar según la época del año?

50 respuestas



*Encuesta 18 Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Encuesta. Proyecto de investigación: Orchard. Elaboración propia*

El 98% (49 personas) de la población estaría interesada recibir recomendaciones de qué tipo de semillas son viables de sembrar según la época del año. Mostrando la viabilidad del contenido para la aplicación.

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos en la encuesta anteriormente realizada se logró identificar que el rango de edad que más se encuentra dentro del nicho de mercado es de 25-27 años, por tanto el emprendimiento contempla esta población como un foco central dentro del público que se desea impactar; también se hizo evidente la aceptación de la idea de negocio junto a sus factores complementarios como lo es la implementación de redes sociales y pagina web para el acompañamiento y asesoramiento por parte de la marca hacia los distintos usuario que Orchard llegue a tener, se logró constatar que la venta por medios electrónicos es aceptable ante el segmento poblacional, viendo que este método de compra no representa ningún problema para ellos, identificando que es posible manejar diferente variedad de precios entre los \$100.000 - \$ 400.000, ya que se tiene la disponibilidad y accesibilidad económica para poder adquirir este producto dentro de los precios anteriormente nombrados. No obstante, se identificaron ciertos aspectos de mejora para

*Orchard: sembramos juntos*

potenciar el proyecto, como la implementación de nuevos diseños para las estructuras de las huertas y realizar procesos publicitarios para denotar los beneficios que contiene la suscripción que se desea ofrecer.

Por otro lado, se logró constatar que la hipótesis para mejorar la propuesta de valor por medio de una aplicación es aceptada por parte de los clientes potenciales, y que los contenidos que se proponen para esta, representan interés hacia el público objetivo, permitiendo que la marca sea más cercana hacia sus clientes y estos logren depositar su confianza en ella a lo largo del proceso que emprenden en la implementación de las huertas urbanas.

## **15.CONCLUSIONES:**

\*A lo largo del desarrollo del presente trabajo se logró observar que las huertas urbanas resultan ser una buena alternativa en la concientización del cuidado del medio ambiente y la gestión adecuada y oportuna de los recursos naturales, teniendo incidencia en la seguridad y soberanía alimentaria de las comunidades, generando impactos a nivel social en cuanto alimentación sana y nutritiva y en el medio ambiente a un impacto positivo en el manejo adecuado de residuos.

\*El manejo técnico y práctico de las huertas urbanas permite tener una visión aproximada a la labor de los y las campesinas en el agro colombiano, entendiendo la importancia de la gestión de su labor, reconociendo las políticas y normas que regulan la gestión campesina, además de contribuir al cuidado y preservación del medio ambiente.

\*Se concluye que la importancia del procesamiento de los alimentos, influye en las decisiones de las personas, debido al desconocimiento que tienen sobre los mismos. Es por esto que las huertas urbanas son de gran significación debido al tratamiento personal que le dan las personas, sin poner en duda su procedencia.

\*Debido a la problemática se concluyen nuevos modelos de innovación en donde se verán reflejados en la sociedad, incentivando al cambio y a la información de calidad, la cual es de suma importancia para el cuidado personal y aporte ecológico.

\* Se planea Implementar códigos QR los cuales, al ser escaneados por dispositivos móviles, próximamente serán dirigidos a la página web, en donde encontrarán videos de apoyo, los cuales fortalecerán la información que llegue a presentarse anteriormente.

*Orchard: sembramos juntos*

Asimismo, contarán con acompañamiento constante desde el primer instante en el que adquieran la huerta; en donde se aplicará la frase planteada Siembra con nosotros, la cual refleja el esfuerzo y dedicación que se emplea en la producción y realización de ORCHARD.

\*Se evidenció que la idea de negocio es factible, ya que al realizar la encuesta y tabular sus datos, denoto que la gran mayoría de la población presentaba interés hacia la implementación de las huertas urbanas y los beneficios que estas contienen.

\*Por medio de la generación de hipótesis para mejorar la idea de negocio, se restructuro la propuesta de valor, generando la idea de implementar una aplicación para brindar un acompañamiento personalizado a los usuarios donde se brinden consejos más puntuales para el proceso de cultivo personal.

## 16. BIBLIOGRAFÍA:

Anales de Consejo de Bogotá. (mayo 27 del 2020). Proyecto de Acuerdo No. 123 de 2020.

“Por medio del cual se adopta el plan de desarrollo económico, social, ambiental y de obras públicas del distrito capital 2020-2024”. Disponible en línea:

[http://www.sdp.gov.co/sites/default/files/edici\\_n\\_3001\\_pa\\_123\\_sd\\_de\\_2020.pdf](http://www.sdp.gov.co/sites/default/files/edici_n_3001_pa_123_sd_de_2020.pdf)

Alcaldía Mayor de Bogotá D.C. (2020). Alcaldía Local de Kennedy. Disponible en línea.

<http://www.kennedy.gov.co/content/localidad-kennedy>

Alcaldía Mayor de Bogotá. (2011). POT - UPZ N° 45 Carvajal- Revisión documento de soporte. Disponible en línea

[http://www.sdp.gov.co/sites/default/files/upz\\_no\\_45\\_carvajal.pdf](http://www.sdp.gov.co/sites/default/files/upz_no_45_carvajal.pdf)

Alcaldía Mayor de Bogotá. (2019). Hábitat en las Localidades- Diagnostico Kennedy.

Subdirección de Información Sectorial y Subdirección de Planeación Política. Bogotá Mejor para Todos. Documento en línea:

<http://habitatencifras.habitatbogota.gov.co/documentos/boletines/Localidades/Kennedy.pdf>

ANDI. (2020). Quiénes Somos. Tomado de: [http://www.andi.com.co/Home/Pagina/1-](http://www.andi.com.co/Home/Pagina/1-quienes-somos)

[quienes-somos](http://www.andi.com.co/Home/Pagina/1-quienes-somos)

Jardín Botánico de Bogotá José Celestino Mutis. (2010). Cartilla Agricultura Urbana:

“Conciencia ambiental por un cambio cultural profundo, para el buen vivir de todas y todos”. Subdirección Técnica Operativa Programa de Agricultura Urbana. Alcaldía Mayor de Bogotá D. C. Bogotá Positiva. Recuperado en línea:

[http://www.jbb.gov.co/documentos/tecnica/2018/Agricultura\\_urbana2010.pdf](http://www.jbb.gov.co/documentos/tecnica/2018/Agricultura_urbana2010.pdf)

Cindy Castiblanco. (21 agosto 2020). Huertas urbanas: Iniciativas ciudadanas sostenibles en medio de la pandemia. Alcaldía distrital de Bogotá. Disponible en línea:

<https://bogota.gov.co/mi-ciudad/ambiente/huertas-urbanas-para-empoderar-sociedades-en-tiempos-de-covid-19>

Consejo Local de gestión del Riesgo y Cambio climático. (2019). Localidad de Kennedy- Caracterización General de Escenarios de Riesgo. Disponible en línea:

*Orchard: sembramos juntos*

<file:///D:/Downloads/PLAN%20LOCAL%20DE%20GESTION%20DE%20RIESGO%20KENNEDY.pdf>

DANE. (2020). Boletín Técnico Producto Interno Bruto- BIP – Primer Trimestre 2020 Preliminar. Tomado de:

[https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/bol\\_PIB\\_Itrim20\\_produccion\\_y\\_gasto.pdf](https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/bol_PIB_Itrim20_produccion_y_gasto.pdf)

El Consejo de Bogotá. (agosto 27). Acuerdo 605 de 2015. "Por el cual se formulan los lineamientos para institucionalizar el programa de agricultura urbana y periurbana agroecológica en la ciudad de Bogotá". Tomado de:

[file:///D:/Downloads/Acuerdo%20605%20\(1\).pdf](file:///D:/Downloads/Acuerdo%20605%20(1).pdf)

EcoInventos greentechnology (11 febrero 2017). El primer robot con hardware libre que cultivará tu comida en el jardín. Tomado de: <https://ecoinventos.com/farmbot-genesis-agricultura-ecologica/>

EcoInventos greentechnology (10marzo 2020). La revolución de los huertos urbanos. Tomado de: <https://ecoinventos.com/los-huertos-urbanos-han-llegado-para-quequedarse/>

Homecenter. (2020). Semillas y Bultos. Catálogo de productos. Página web:

<https://www.homecenter.com.co/homecenter-co/category/cat1690120/semillas-y-bulbos/>

Huertos para hogares. (s.f). Catálogo Huertos para hogares. Documento recuperado de:

<https://www.flipsnack.com/huertosparahogares/cat-logo-huertos-para-hogares-v2-uplrf3xu3.html>

huertos\_para\_hogares.(2020).Link:

[https://instagram.com/huertos\\_para\\_hogares?igshid=1pp8vs235krlr](https://instagram.com/huertos_para_hogares?igshid=1pp8vs235krlr)

kasaorganica.(2020).Link: <https://www.instagram.com/kasaorganica/?hl=es-la>

Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. (2020). Colombia es uno de los países con más usuarios en redes sociales en la región. Sala de Prensa.

Recuperado de: <https://mintic.gov.co/portal/inicio/Sala-de-Prensa/Sabia-Ud-que/2713:Colombia-es-uno-de-los-paises-con-mas-usuarios-en-redes-sociales-en-la-region>

novacultivos\_huertas. (2020). Link:

[https://www.instagram.com/novacultivos\\_huertas/?hl=es-la](https://www.instagram.com/novacultivos_huertas/?hl=es-la)

*Orchard: sembramos juntos*

PRESENTE. (24 noviembre 2016). La importancia de tener una ley de huertas urbanas.

Tomado de: <https://presentarse.com/la-importancia-de-tener-una-ley-de-huertas-urbanas/>

Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo. (2020). Objetivo 12: Producción y consumo responsable. Objetivos de Desarrollo Sostenible. Tomado de:

<https://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals/goal-12-responsible-consumption-and-production.html#targets>

Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo. (2020). Objetivo 11: Ciudades y comunidades sostenibles. Objetivos de Desarrollo Sostenible. Tomado de:

<https://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals/goal-11-sustainable-cities-and-communities.html#targets>

Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo. (2020). Objetivo 9: Industria, innovación e infraestructura. Objetivos de Desarrollo Sostenible. Tomado

de: <https://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals/goal-9-industry-innovation-and-infrastructure.html>

Alcaldía Mayor de Bogotá. (2018). Secretaria Social – Localidad de Kennedy. Bogotá Mejor para Todos. Recuperado en línea:

[http://old.integracionsocial.gov.co/anexos/documentos/2018documentos/12092018\\_Kennedy%20diagn%C3%B3stico%202017%20-%20SDIS.pdf](http://old.integracionsocial.gov.co/anexos/documentos/2018documentos/12092018_Kennedy%20diagn%C3%B3stico%202017%20-%20SDIS.pdf)

Semillas y Semillas S.A.S (2017). Semillas de Hortalizas 100& Importadas. Recuperado de.

<https://semillasysemillas.com/wp-content/uploads/2017/07/catalogo-hortalizas.pdf>

xuehuertos. (2020). Link: <https://www.instagram.com/xuehuertos/?hl=es-la>

Hernández. R, Fernández. C & Baptista. P. (2014). Definiciones de los enfoques cualitativo y cuantitativos, sus similitudes y diferencias. Métodos y técnicas de investigación

social. Instituto Nacional Electoral. Recuperado en línea:

[https://www.academia.edu/38217933/Definiciones\\_de\\_los\\_enfoques\\_cuantitativo\\_y\\_cualitativo\\_sus\\_similitudes\\_y\\_diferencias](https://www.academia.edu/38217933/Definiciones_de_los_enfoques_cuantitativo_y_cualitativo_sus_similitudes_y_diferencias)

**INDICE DE TABLAS**

|   |    |
|---|----|
| Tabla 1 Análisis del entorno y contexto de la idea de negocio.....                  | 13 |
| Tabla 2 Análisis de problemas .....   | 22 |
| Tabla 3 Análisis DOFA .....   | 29 |
| Tabla 4 Análisis Idea de Negocio .....  | 36 |
| Tabla 5 ¿Cómo informar los beneficios de la implementación de huertas urbanas?..... | 37 |
| Tabla 6 ¿Para quién va dirigida la idea de negocio?.....                            | 38 |
| Tabla 7 Competencias Empresariales .....  | 40 |
| Tabla 8 Tamaño del mercado.....   | 49 |
| Tabla 9 Análisis Buyer Persona .....  | 61 |
| Tabla 10 Costos de Producción.....  | 83 |
| Tabla 11 Validación y verificación 12.....  | 83 |
| Tabla 12 Modelo Running .....   | 89 |

**INDICE DE ESQUEMAS**

|           |   |    |
|-----------|---|----|
| Esquema 1 | Árbol de Problemas. Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Elaboración propia.      | 31 |
| Esquema 2 | Árbol de objetivos. Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Elaboración propia.      | 32 |
| Esquema 3 | Técnica lluvia de ideas. Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Elaboración propia. | 33 |
| Esquema 4 | Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Diagrama de Bloque. Elaboración propia.      | 80 |
| Esquema 5 | Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Diagrama de Bloque. Elaboración propia.      | 81 |
| Esquema 6 | Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Cadenas de Distribución. Elaboración propia. | 82 |

**INDICE DE IMÁGENES**

|  |    |
|--|----|
| Imagen 1 Alcaldía Mayor de Bogotá ( 2017).Secretaria social de la localidad de Kennedy.<br><a href="http://old.integracionsocial.gov.co/anexos/documentos/2018documentos/12092018_Kennedy%20diagn%C3%B3stico%202017%20-%20SDIS.pdf">http://old.integracionsocial.gov.co/anexos/documentos/2018documentos/12092018_Kennedy%20diagn%C3%B3stico%202017%20-%20SDIS.pdf</a> ..... | 48 |
| Imagen 2 Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Encuesta. Proyecto de investigación:<br>Orchard. Elaboración propia.....   | 68 |
| Imagen 3 Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Encuesta. Proyecto de investigación:<br>Orchard. Elaboración propia.....   | 69 |
| Imagen 4 Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Encuesta. Proyecto de investigación:<br>Orchard. Elaboración propia.....   | 70 |
| Imagen 5 Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Encuesta. Proyecto de investigación:<br>Orchard. Elaboración propia.....   | 70 |
| Imagen 6 Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Encuesta. Proyecto de investigación:<br>Orchard. Elaboración propia.....   | 71 |
| Imagen 7 Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Encuesta. Proyecto de investigación:<br>Orchard. Elaboración propia.....   | 71 |
| Imagen 8 Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Encuesta. Proyecto de investigación:<br>Orchard. Elaboración propia.....   | 72 |
| Imagen 9 Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Encuesta. Proyecto de investigación:<br>Orchard. Elaboración propia.....   | 72 |
| Imagen 10 Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Encuesta. Proyecto de investigación:<br>Orchard. Elaboración propia.....  | 73 |
| Imagen 11 Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Encuesta. Proyecto de investigación:<br>Orchard. Elaboración propia.....  | 73 |
| Imagen 12 Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Encuesta. Proyecto de investigación:<br>Orchard. Elaboración propia.....  | 74 |
| Imagen 13 Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Encuesta. Proyecto de investigación:<br>Orchard. Elaboración propia.....  | 74 |
| Imagen 14 Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Encuesta. Proyecto de investigación:<br>Orchard. Elaboración propia.....  | 75 |
| Imagen 15 Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Encuesta. Proyecto de investigación:<br>Orchard. Elaboración propia.....  | 75 |
| Imagen 16 Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Encuesta. Proyecto de investigación:<br>Orchard. Elaboración propia.....  | 76 |

**INDICE DE GRAFICOS SEGUNDA ENCUESTA**

|   |     |
|---|-----|
| Encuesta 1 Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Encuesta. Proyecto de investigación:<br>Orchard. Elaboración propia.....  | 104 |
| Encuesta 2 Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Encuesta. Proyecto de investigación:<br>Orchard. Elaboración propia.....  | 104 |
| Encuesta 3 Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Encuesta. Proyecto de investigación:<br>Orchard. Elaboración propia.....  | 105 |
| Encuesta 4 Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Encuesta. Proyecto de investigación:<br>Orchard. Elaboración propia.....  | 106 |
| Encuesta 5 Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Encuesta. Proyecto de investigación:<br>Orchard. Elaboración propia.....  | 106 |
| Encuesta 6 Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Encuesta. Proyecto de investigación:<br>Orchard. Elaboración propia.....  | 107 |
| Encuesta 7 Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Encuesta. Proyecto de investigación:<br>Orchard. Elaboración propia.....  | 107 |
| Encuesta 8 Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Encuesta. Proyecto de investigación:<br>Orchard. Elaboración propia.....  | 108 |
| Encuesta 9 Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Encuesta. Proyecto de investigación:<br>Orchard. Elaboración propia.....  | 109 |
| Encuesta 10 Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Encuesta. Proyecto de investigación:<br>Orchard. Elaboración propia..... | 109 |
| Encuesta 11 Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Encuesta. Proyecto de investigación:<br>Orchard. Elaboración propia..... | 110 |
| Encuesta 12 Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Encuesta. Proyecto de investigación:<br>Orchard. Elaboración propia..... | 111 |
| Encuesta 13 Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Encuesta. Proyecto de investigación:<br>Orchard. Elaboración propia..... | 111 |
| Encuesta 14 Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Encuesta. Proyecto de investigación:<br>Orchard. Elaboración propia..... | 112 |
| Encuesta 15 Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Encuesta. Proyecto de investigación:<br>Orchard. Elaboración propia..... | 113 |
| Encuesta 16 Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Encuesta. Proyecto de investigación:<br>Orchard. Elaboración propia..... | 113 |
| Encuesta 17 Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Encuesta. Proyecto de investigación:<br>Orchard. Elaboración propia..... | 114 |
| Encuesta 18 Bustamante, A & Buitrago, J. (2020). Encuesta. Proyecto de investigación:<br>Orchard. Elaboración propia..... | 115 |