



CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR

CUN

PLANTEAMIENTO IDEA DE NEGOCIO

INTEGRANTES:

ANDRÉS FELIPE AUZA

DIEGO ALBERTO BELLO

GIOVANNI GOMEZ RODRIQUEZ

CREACIÓN DE EMPRESAS 1

GRUPO: 50103

BOGOTÁ

2020

Tabla de Contenido

●	Introducción.....	3
●	Compromiso.....	4
●	1. Análisis del entorno y contexto de la idea de negocio	5
●	1.1 ¿¿Es importante aumentar la agricultura sostenible y saludable?.....	6
●	1.2 Afectación En La Salud De Las Personas Por Consumo De alimentos Transgénicos....	7
●	1.3 Alimentos Transgénicos y su potencial peligro para la salud.....	10
●	2. Teoría del valor compartido.....	12
●	2.1 ¿Cómo adaptamos los ODS en nuestra idea de negocio?.....	14
●	2.2 Filosofía empresarial	15
●	2.3 Ejemplos de huertas urbanas en nuestra comunidad.....	16
●	3. Análisis del sector económico.....	16
●	3.1 Tecnologías disruptivas.....	16
●	3.2 Análisis Pestel.....	17
●	3.3 Descripción de la Idea de negocio.....	20
●	4. Innovación	21
●	4.1 Alternativas para nuestra idea de negocio	22
●	5. Fuerzas de la industria.....	23
●	5.1 Contextualización de la empresa.....	23
●	5.2 Análisis de la demanda.....	23
●	5.3 Análisis de la oferta.....	25
●	5.4 Análisis de la competencia.....	27
●	5.5 Análisis de lo proveedores.....	29
●	6. Segmentación del mercado.....	33
●	6.1 Respondemos sus preguntas.....	34
●	7. propuesta de valor.....	38
●	8. Diseño del producto.....	40
●	8.1 Fichas técnicas.....	41
●	8.2 Definición estratégica.....	44
●	8.3 Lista de materiales.....	45

● 8.4 Diagrama de bloques.....	47
● 8.5 Costos de valor unitario.....	48
● 8.6 Menú.....	50
● 9. Prototipo.....	51
● 10. Modeló Running Lean.....	53
● 11. Validación de la idea de negocio.....	54
● 11.1 Hipótesis de la idea de negocio.....	55.
● 11.2 Objetivos de la investigación.....	56
● 11.3 Formulario de encuesta.....	57
● 12. Análisis de resultados.....	58
● 13. Conclusiones.....	60.
● 14. Bibliografía.....	61

Introducción

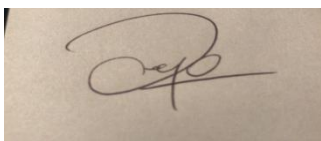
En este proyecto se plasmara una idea de negocio para la creación de una empresa que permita llevar a cabo todo el lineamiento establecido dentro de la asignatura y pueda darse a conocer el valor compartido y ambiental que queremos implementar en nuestra empresa, identificando una problemática social en cuanto a la alimentación y uso de agentes artificiales para el cuidado de las plantaciones, el cambio genético en los productos y el conocimiento que las personas sobre soluciones que permitan una mejora tanto ambiental como económica para cada una, otorgando herramientas para desarrollos de comunidades de bajos recursos.

Es un trabajo de investigación en conjunto con comunidades que nos permite llegar a soluciones alternas a problemas de hambre en las comunidades en las que vivimos, paso a paso mostraremos como podemos usar nuestras habilidades para los negocios en transformación de espacios urbanos pasando a zonas de desarrollo agroindustrial.

Tendremos presente la segmentación de nuestro campo de negocio y los tipos de clientes que buscamos, como podemos satisfacer sus necesidades y generar en ellos la satisfacción de encontrar lo que buscaban, un restaurante como el nuestro abrirá el camino a muchas más ideas sostenibles para las personas que nos rodean.

Compromiso

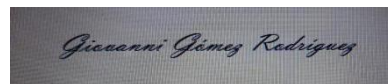
Nosotros (Andrés Auza , Diego Bello y Giovanni Gómez) identificados con numero de ciudadana (Andrés Auza CC. 1010229442) (Diego Bello CC 1022993796) (Giovanni Gómez CC 80241581) estudiantes del programa (Administración de empresas) declaramos: El contenido del presente documento es un reflejo de nuestro trabajo personal y manifestamos que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, somos responsables directos 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.



Diego Alberto Bello Montaña
CC: 1022992796



Andrés Felipe Auza
CC. 1010229442



Giovanni Gómez
CC 80241581



Socios

Andrés Auza

Diego Bello

Giovanni Gómez



Contáctanos

Facebook: Parrilla verde

Instagram: @parrillaverda

Dirección: Calle 24 sur # 35a-05

Cel: 3203986756

¿Es importante aumentar la agricultura sostenible y saludable?

Con la agricultura sostenible, buscamos garantizar que en el mundo se pueda utilizar aquellos espacios urbanos aptos para el trabajo, control y búsqueda de desarrollo autónomo por parte de las comunidades, dando herramientas de que las mismas tengan un papel fundamental en la implementación de ideas que garanticen el sustento alimenticio de sus familias y económicamente se genere rentabilidad.

Sabemos que por malas gestiones, en Colombia diariamente se pierden 9.76 Millones de toneladas de comida al año (según cifras del diario el TIEMPO, artículo “Semana Santa, una de las épocas en las que más se desperdicia comida”, abril de 2019), esto gracias en parte a terceros que, con métodos insuficientes transportan y distribuyen los alimentos en las principales ciudades del país, dando a los campesinos un margen de ganancias casi nulo en comparación de la gran rentabilidad generada para el oligopolio que controla el abastecimiento alimenticio de las ciudades.

Viéndolo de esta forma, para el campesino Colombiano resulta difícil determinar un costo a sus productos, dado que contando con que no cuentan con una forma directa de llevar los productos a las plazas de los pueblos y ciudades, deben venderlos a distribuidores que con los medios económicos suficientes, dictaran los precios de los productos en los comercios y resultado de esta “cadena” contaremos con costos superiores en las tiendas y supermercados de los barrios dado que deben comprar al precio dictado por el distribuidor, el vendedor de la plaza debe obtener una ganancia económica y el tendero igual.

Esto genera costos elevados en la compra de alimentos orgánicos, que, si se compraran directo al campesino contarían con precios justos que generen ganancias tanto al productor como al consumidor final, esto sin tener en cuenta el uso de factores de origen natural o artificial los cuales pueden resultar en afectaciones para la salud de los consumidores, el cambio genético en vegetales y frutas alterando su forma, tamaño y compuesto vitamínico son otros de los factores por los que la huerta en casa sería una solución rentable para un hogar que piense en la independencia alimentaria.

Los huertos urbanos pueden ser desarrollados como ideas familiares que integren y unan a todos sus miembros, dándoles un objetivo en común por el cual trabajen y colaboren para sacarlo adelante, los materiales para la construcción de esta obra ambiental son fáciles de encontrar y ayudaremos al medio ambiente reciclando y reutilizando objetos que irán a los rellenos sanitarios y su descomposición se hará en décadas.

Relacionaremos las consecuencias del uso de químicos en el proceso de producción de productos en nuestra agricultura y las afectaciones para nuestra salud, de igual manera y bajo la misma premisa veremos qué consecuencias tiene la modificaciones genéticas en los productos que consumimos diariamente, desarrollaremos la solución a la pregunta planteada ¿Qué tan importante es la agricultura Sostenible? Y como podemos usar el este conocimiento en el desarrollo de soluciones que proporcionen rentabilidad en un negocio donde la oferta es alta como los restaurantes, pero con soluciones innovadoras obtener de nuestra mano un restaurante auto-sostenible en productos orgánicos sin la obligatoriedad de ser un establecimiento de comida vegetariana.

Afectación En La Salud De Las Personas Por Consumo De alimentos Transgénicos.

Basados en las múltiples enfermedades que se generan a través de la mala alimentación hemos decidido junto a mis compañeros crear un restaurante llamado (PARRILLA VERDE) el cual está enfocado en comida colombiana la cual es aplicada con gran creatividad para romper la monotonía de los platos que normalmente se conocen y con este agregar un valor compartido que contribuya a la sociedad para evitar que se vea perjudicada su salud.

Es importante aclarar que desde hacer muchos años se han venido presentando alteraciones en los alimentos y en todos los productos que se consumen, esta tecnificación llamada OGM (Organismos Genéticamente modificados) o alimentos transgénicos a los cuales se les altera el ADN o se les agrega propiedades buscando optimizar las perdidas, generar mayor producción o aumentado sus beneficios aun así generando repercusiones negativas en la salud de las personas.

Las personas hoy en día debemos suplir la necesidad de alimentarnos claro está que la mayoría de la población no se preocupa por lo que consume ignorando la procedencia de los productos y así mismo como afecta a su salud por lo tanto hemos concluido que la importancia de conocer de dónde vienen los productos y que alteraciones se le han realizado es fundamental para empezar a crear conciencia en toda la cadena alimenticia buscando evitar que las personas padezcan enfermedades derivadas de los malos hábitos alimenticios y de los alimentos transgénicos.

El valor compartido que queremos implementar en nuestra empresa es poder brindar a las persona alimentos de calidad y orgánicos, así mismo dar uso de la tecnología generando acompañamiento virtual bajo asesoría de expertos nutricionistas que van a tener como prioridad

brindar información de los productos que manejamos haciéndole saber a nuestro clientes que los productos que van a consumir están seleccionados buscando beneficiar la salud de nuestros comensales.

¿Qué controles tiene Colombia ante estos problemas?

Ahora, con lo anteriormente mencionado, en nuestro país el Ministerio de Salud, en su página WEB (<https://www.minsalud.gov.co/>), por medio de una infografía nos explica desde el; que son los Alimentos genéticamente modificados, pasando por los tipos de alimentos que son tratados y cultivados en nuestro país (sin detallar a qué tipo de modificación genética son sometidos) y dando seguridad que basados en estudios de 15 años se obtienen pruebas de la seguridad del consumo de este tipo de alimentos por parte de seres humanos.

Tenemos en nuestro país a la multinacional más grande en productos de ingeniería genética a nivel mundial, Monsanto, que ya ha sido condenada por delitos contra el medio ambiente e incluso violación de los derechos humanos, proveedora de productos para la generación de alimentos genéticamente modificados y conocida también por comercializar el famoso y perjudicial GLIFOSATO, que aunque su fin no son los cultivos de alimentos, si no por lo contrario, su objetivo es eliminar las siembras de hoja de Coca y amapola, su daño al medio ambiente y al ser humano está demostrado, pero además los residuos de esos procedimientos quedaran en cultivos cercanos haciéndolos tóxicos para el consumo humano.

Alimentos Transgénicos y su potencial peligro para la salud.

Sabemos que los alimentos genéticamente alterados, son aquellos que han sido tratados por medio de organismos que pueden ser desde animal o vegetal, este tipo de alimentos puede causar daños irreparables para la salud del ser humano y convertirse en un problema global de no ser tratado a tiempo.

Con el avance de la tecnología y la ciencia, prácticamente todos los alimentos que consumimos hoy en día pueden ser tratados genéticamente para modificar sus propiedades, estos cambios pueden resultar perjudiciales para el hombre y generar consecuencias irreversibles.

La intoxicación por el consumo es uno de los menos graves en la lista de males causados por este tipo de alimentos, aunque en grandes cantidades consumidas de este tipo de alimentos pasamos de una intoxicación simple a un envenenamiento potencialmente mortal. La resistencia a antibióticos, en los que por la ingesta de productos tratados genéticamente algunos medicamentos perderá efecto en el cuerpo.

Huerta Hidropónica:

Los cultivos hidropónicos son cultivos especiales para huertas urbanas, dado que en su forma de desarrollo no necesita un consume de agua elevado y no es necesaria bastas extensiones de tierra para poder lograr la cosecha de vegetales, frutas u hortalizas frescas y buscando la abundancia.

Dado que Bogotá es una ciudad con un clima cambiante en la que el sol puede primar durante la mañana y en la tarde pueden haber lluvias torrenciales, desarrollamos la idea de la huerta en un espacio cerrado con una infraestructura en plástica transparente (tejas de plástica

que permitan la entrada de luz solar), una fuente de agua cercana, solucionable con canales de agua tomada de la lluvia o directamente agua potable.

Sabemos que cada uno de nuestros productos tendrá distintos enfoques al momento de la siembra y cosecha y que necesitaremos diferentes materiales para llevar a cabo nuestra idea, sin embargo son objetos cotidianos de uso diario y su precio no es elevado, pondremos en perspectiva este punto desarrollando un presupuesto anual especialmente para esta área de la empresa.

Tomamos ejemplos claros de compañías (no restaurants) que realizan procesos de siembra bajo este método, caso el de FruitFull Company (Facatativá), quienes cultivan fresas y otros productos con esta técnica y han desarrollado un nombre entre las empresas de cultivos urbanos dando a conocer las buenas prácticas y la gran labor que desarrollan dando ideas de sostenibilidad a las personas de la ciudad.

Misión

Satisfacer las necesidades gastronómicas de nuestros comensales, dándoles a conocer alimentos exquisitos y servicios con la más alta calidad, donde se sobrepasen las expectativas de nuestros clientes y ser un espacio de trabajo que permita la formación personal y el Desarrollo de todos los colaboradores.

Visión

En 2025 ser un restaurante autónomo en la producción de ingredientes vegetales que permitan un bajo costo en estos y así garantizar platos de calidad excelente y precios razonables, dando la experiencia al cliente de conocer los procesos de siembra y cosecha, participar en ellos y llevarse un pedacito de nuestra idea a casa.

Objetivos Específicos

- Implementar un establecimiento gastronómico basado en comida colombiana aplicando la preparación del mismo de una manera única y creativa rompiendo los estereotipos.
- Ser un restaurante autónomo en la producción de al menos el 60% de los ingredientes vegetales, dando mejor uso al presupuesto anual.
- Brindar acompañamiento a nuestros clientes para el desarrollo de huertas urbanas, brindando inspiración y conocimientos para que puedan lograr la misma autonomía alimenticia en sus hogares.
- Hacer uso de los espacios para el desarrollo de huertas urbanas pensando en la sostenibilidad propio de nuestro restaurante.

Objetivo General

Desarrollar un restaurante con pensamiento ecológico, que tenga la sostenibilidad en la generación de ingredientes orgánicos de origen vegetal de manera propia y de ese modo obtener segmentos de negocio amplios para la comercialización de elementos para granjas urbanas donde nosotros seamos los guías del proyecto en todas sus fases desarrollando así, un pensamiento ambientalista y autosuficiente por parte de nuestros clientes.

¿Cómo adaptamos los ODS en nuestra idea de negocio?

Trabajamos en pos de una independencia alimenticia, que permita a las comunidades el desarrollo de espacios en las áreas urbanas para la creación de huertas urbanas teniendo una fuente de abastecimiento de frutas y vegetales para su consumo, dándoles la tranquilidad que el proceso de siembra, cuidado y cosecha no fue manipulado por agentes para alterar sus características físicas o compuestos con el fin de incrementar sus ganancias económicas.

Nuestra idea de innovación es la comercialización de pequeños “espacios” que permitan tener en casa una planta que pueda ser usada como fuente de alimentos (Tomate cherry, cilantro, legumbres, frutas), tomando desde embaces plásticos de gaseosas y demás bebidas, hasta maderas que no requieran un uso diferente en los hogares, dando además la oportunidad de reciclar y reutilizar elementos que no son biodegradables y causarían afectaciones ambientales al momento de ser trasladados a los rellenos sanitarios o estar en las calles.

- **Nivel Económico:** Somos una empresa dedicada a la preparación de platos de excelente calidad y con nuestra huerta, esta idea será implementada en sectores donde el nivel socioeconómico es bajo, con el fin de aportar nuestros conocimientos para la sostenibilidad de las familias vulnerables.
- **Nivel Social:** Tener una comunidad que se puede alimentar de manera autónoma mientras busca recursos para suplir otras necesidades, será nuestra bandera, en la cual basaremos nuestras políticas de responsabilidad social.
- **Nivel Medio-Ambiental:** Nuestro enfoque de negocio se basa en la forma de aportar soluciones a los temas de calentamiento global y contaminación del aire, dando la oportunidad a muchos de nuestros clientes de establecer sus pequeñas plantaciones en casa, buscando así, que cada vez más, tengamos zonas verdes en todos los espacios de la ciudad.

Nuestra filosofía empresarial

Somos 3 jóvenes emprendedores que desean mostrar al mundo como el desarrollo responsable con la adecuación de espacios mejorara la calidad de vida de muchas personas, teniendo como premisa el cuidado del medio ambiente en todo momento y la ayuda a las comunidades que nos vieron crecer y convertirnos en los próximos empresarios del gremio de los restaurantes, con la salvedad de productos fuera de lo común en un restaurante, la inclusión de los clientes en diferentes actividades.

Un ejemplo de ello, es el proyecto en el que uno de nuestros socios está involucrado, Diego Alberto Bello quien es un estudiante de administración de empresas de la CUN, forma parte de un colectivo social (Colectivo social MFC) que en la localidad de Usme busca ayudar a los más necesitados enfocándose en los menores de edad con programas de reciclaje y recuperación de la quebrada Chuniza, dando el espacio para que familias den inicio a cultivos de alimentos para su consumo propio.



Las alianzas estratégicas con fundaciones, colectivos, líderes comunitarios etc. Llevaran a que nuestro mensaje sea masivo, queremos que las nuevas generaciones entiendan la importancia del cuidado ambiental, los peligros de los alimentos tratados genéticamente y los potenciales peligros de agentes químicos en el cuidado de cosechas que será finalmente para el consumo humano siendo así un cambio positivo en el pensamiento de la comunidad.

Ejemplos de huertas urbanas en nuestra comunidad

Tenemos el ejemplo de la familia Carrillo Silva, habitantes del barrio Bellavista en la localidad quinta de Usme, quienes fueron pioneros en el desarrollo de una huerta a orillas de la quebrada Chuniza, ellos vieron la oportunidad una vez el colectivo social hizo la limpieza de basuras de la quebrada y con los conocimientos de su experiencia en campo cuando eran niños empezaron un cultivo de maíz, el cual usan para sustento de su familia y consumo propio, por ser un espacio público no pueden utilizar el área que ellos deseen, pero con una plantación pequeña, independiente y libre de los males expuestos anteriormente.

Sin embargo según ellos, han tenido que lidiar con otros problemas que no veían como amenazas, los roedores que viven sobre la quebrada, los cuales intentan alimentarse del maíz cultivado y los hurtos hechos por personas que pueden o no pertenecer a la misma comunidad, haciendo que el trabajo se doble para mantener a salvo su proyecto, Nuestra empresa, quiere inspirar a mas Bogotanos así como la familia Carrillo se inspiró por una acción simple, queremos llevar esa huerta de maíz a los hogares de cientos de personas y cuando coman en nuestro restaurante sepan que ese tomate, lechuga, espinaca fue cultivado y cuidado por nosotros para que su consumo sea gratificante y genere cambios en la forma de comercialización de estos productos.

Análisis del sector económico

Dado el potencial que presenta la idea de poder tener a la mano los ingredientes cultivados por nosotros mismos para un restaurante, la tecnología no tiene tanta cabida en el proceso de siembra, cuidado y cosecha, pero si en la parte de la comunicación y publicidad de nuestra empresa, dado que la forma que nos haremos conocer tendrá las bases en plataformas de redes sociales, app de domicilios y de opinión.

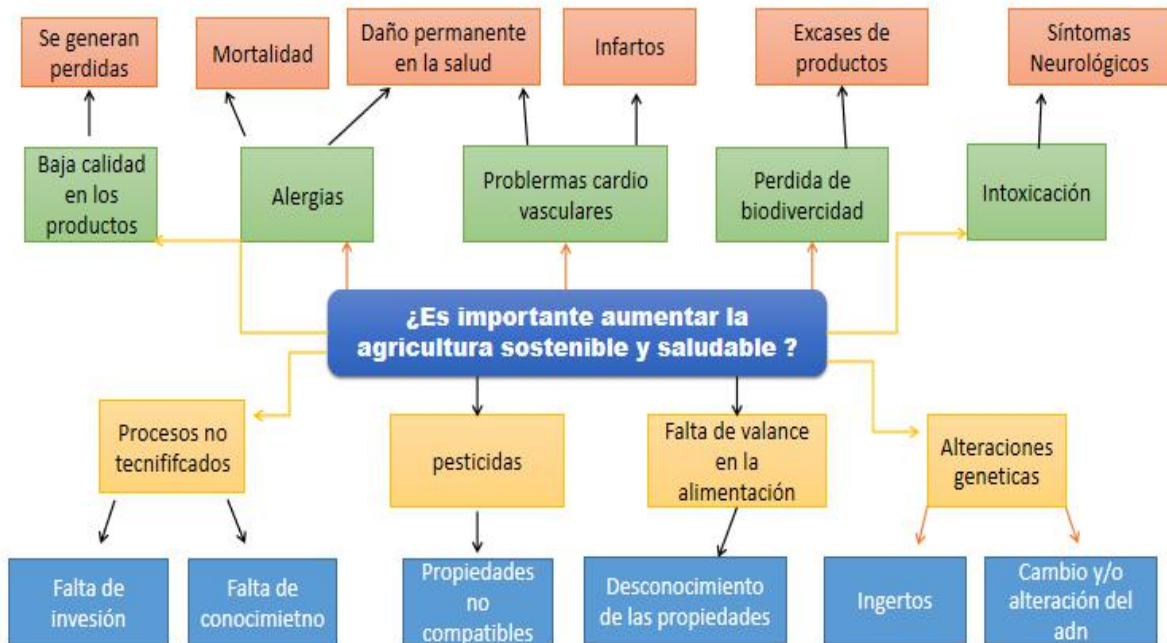
Análisis PESTEL

Criterio	Económico	Social	Ecológico
Conocimiento o experiencia	3: Uno de los integrantes del grupo (Andrés Auza) tiene experiencia en el manejo de restaurantes.	4: Contamos con el apoyo de la comunidad a la que servimos.	3: Nuestro proyecto se basa en un implementación de huertas urbanas.
Asesoramiento de un experto (Si se quiere, ¿lo tenemos?)	2: En cuanto a emprendimientos, solo tenemos la enseñanza de las clases.	2: No tenemos un guía que asesore el proyecto.	4: Uno de los integrantes (Diego Bello) trabaja en proyectos de huertas urbanas.
Alcance (técnico ¿ tenemos las Herramientas, ¿podemos desplazarnos Para evaluar el problema? , ¿tenemos acceso a información/datos/cifras, ¿Puedo darle alguna solución?)	3: Contamos con algunas de las herramientas necesarias para el proyecto.	3: Estudiamos nuestros posibles clientes y un estudio de mercado.	2: En áreas rurales tenemos el acompañamiento técnico para llevar a cabo el proyecto.
Tiempo (Posible solución)	3: En cuanto al diligenciamiento de solicitudes y ejecución del proceso de sembrado cada uno tendrá su responsabilidad.	3: El factor del tiempo debe ser evaluado ya que todos los integrantes del grupo tenemos un trabajo.	3: Tiempo de gestión de cultivo planificado previamente por el equipo.
Costo (Posible solución)	2: Nuestra idea en la parte económica requiere una inversión	2: Uso de relaciones sociales para captar inversionistas.	5: Costos muy bajos comparados con los beneficios a corto y

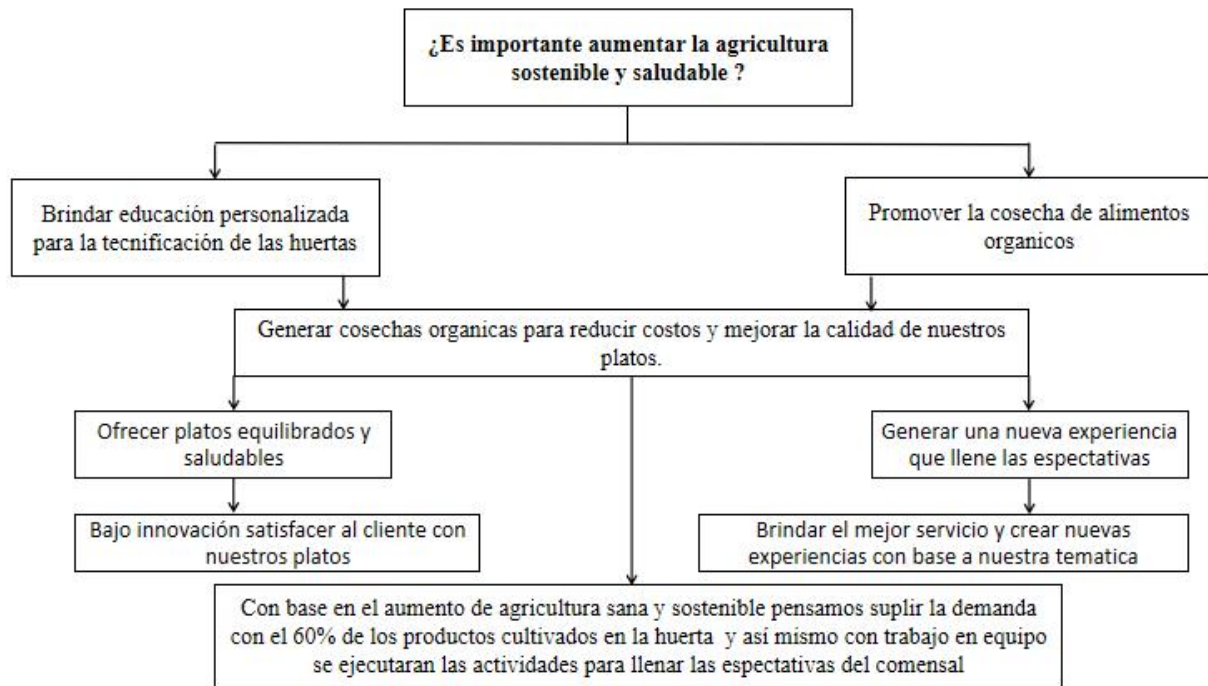
	grande, la cual debemos solicitarla mediante préstamos bancarios.		largo plazo.
Impacto ¿es trascendental? ¿Representa un desafío para ustedes?	5: Requiere mover una cantidad importante de dinero, la cual tendremos que solicitar de préstamos bancarios.	4: La comunidad apoya las iniciativas que tengan por base el desarrollo ambiental.	5: Buscamos llenar la ciudad de huertas y espacios verdes.
¿Qué tanto les llama la atención el desarrollo del problema?	5: Es un proyecto que nos genera rentabilidad.	5: Mejoraremos la calidad de vida de muchas personas.	5: Buscamos tener influencia en el combate frente a los cambios climáticos y la contaminación.
TOTAL	23	22	20

Criterio	Económico	Social	Ecológico
Problema	Dificultad de financiación para la ejecución del proyecto.	Desperdicio de espacios en zonas urbanas que pueden ser utilizados en ideas ambientales positivas.	Incremento de cargas de CO2 como consecuencia de la ausencia de vegetación que permita el ciclo de generación de oxígeno.
Necesidad	Abastecimiento de alimentos para el restaurante a precios razonables que permitan generar utilidad.	Generar aportes a las comunidades para el desarrollo de huertas urbanas.	Crear espacios de trabajo comunitario en el campo de la agricultura urbana.
Oportunidad	Desarrollo de un restaurante con un menú auto sostenible por lo menos en un 80%.	Ser los guías en el desarrollo de espacios urbanos de agricultura, teniendo rentabilidad por varios factores.	Apoyar la lucha contra el cambio climático, creando lugares con vegetación en lugares nunca antes imaginados.

Árbol de Problemas



Árbol de Objetivos



Descripción de nuestra idea de negocio

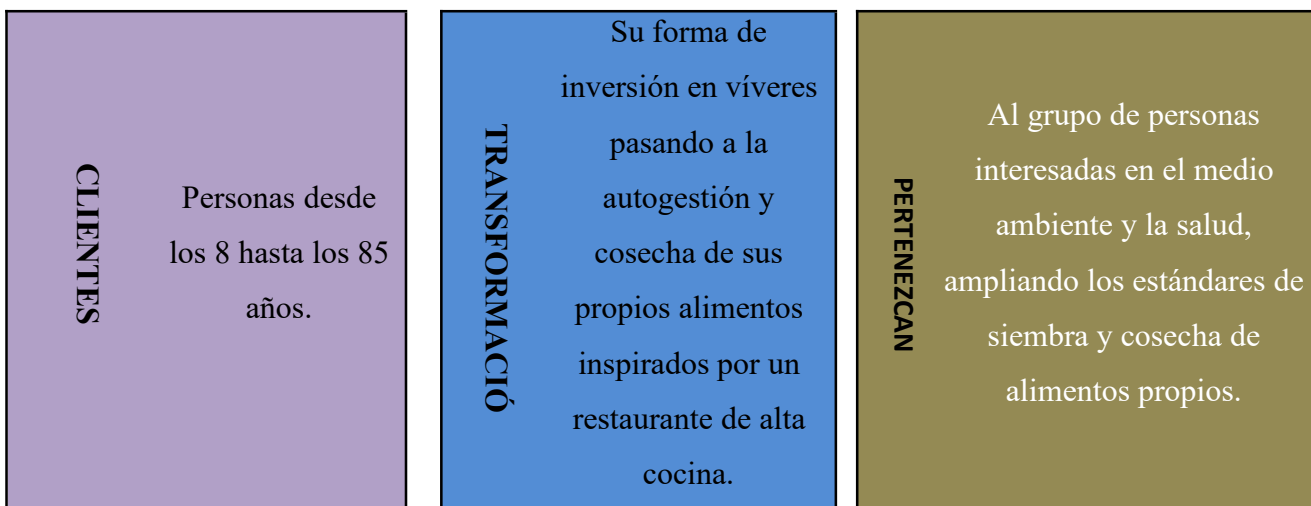
A continuación les presentamos los aspectos más importantes de nuestra empresa, como nuestro cliente podrá elegirnos y como el entenderá la importancia del proyecto para darle mayor alcance a la idea de cambio.

¿Cuál es el producto o servicio?	<ul style="list-style-type: none">-Comidas elaboradas con ingredientes sembrados y cosechados en la huerta propia del restaurante.-Venta de elementos para el cultivo de granjas propias (Plus de la huerta en nuestro restaurante).
¿Quién es el cliente potencial?	<ul style="list-style-type: none">-Personas con gustos gastronómicos exquisitos pero sin un nivel de ostentar lugares de precios exagerados.-Amantes del medio ambiente.-Familias interesadas en formar su huerta urbana.
¿Cuál es la necesidad?	<ul style="list-style-type: none">-Satisfacer la necesidad de consumo de ingredientes limpios de elementos perjudiciales para la salud humana apoyando la creación de espacios de creación de cultivos en casa, oficina o espacios recuperados.
¿Cómo?	<ul style="list-style-type: none">-Estableciendo la zona de trabajo para el restaurante la cual permita la implementación de nuestra idea innovadora.
¿Por qué lo preferirán?	<ul style="list-style-type: none">-Ofrecemos precios accesibles para las personas comunes con platos que normalmente no se encontrarían disponibles de ese modo.-Dar a conocer nuestro modo de trabajo ambientalmente responsable y apoyo a las comunidades.

¿Cómo podemos?



¿Para qué nuestros?



Alternativas para nuestra idea de negocio:

Nuestra idea es innovadora ya que establece el uso y desarrollo de huertas urbanas en los espacios del restaurante para el cultivo de nuestros ingredientes o la mayoría de ellos, esto, a su vez que genera un impacto ambiental positivo, da margen de ganancias mayores a que si tuviéramos que proveernos de distintos medios para lograr llevar a cabo todo el proceso, adicional a ser simplemente un restaurante, queremos darle la oportunidad a nuestros clientes de tener a su disposición las herramientas para emprender por si mismos con su propia huerta casa, comercializando los elementos para esta actividad, por ello, presentamos las siguientes opciones que tenemos para sacar a flote **La Parrilla Verde**.

•**Restaurantes auto sostenibles:** Nuestra idea de negocio no es simplemente un restaurante, queremos dar a nuestros clientes ingredientes de primera calidad, cultivados y cosechados en nuestra huerta hidropónica, dando también la oportunidad a quienes nos visiten de conocer los cultivos y ver de primera mano como nosotros realizamos todo el proceso, desde la “siembra” hasta la selección y cosecha de cada producto.

•**Productos limpios de químicos:** Aunque los pesticidas y demás elementos de control de plagas para los cultivos están controlados y regulados por entidades de salud, somos conscientes que no se cumplen a cabalidad estos protocolos, por eso el uso de ese tipo de productos será nulo.

•**Llevar la Huerta a casa:** Nuestros clientes podrán tener la oportunidad de empezar su cultivo en su hogar, ofrecemos la opción de compra de conjunto de artículos (Caja con tierra abonada y fertilizada, semillas, herramientas básicas para cuidado).

•En caso que nuestros clientes no tengan la posibilidad de llevar a casa su idea para cultivo, pueden empezar con un proyecto de cultivo en nuestra huerta, enseñándoles procesos, cuidados y

que pueda dar seguimiento por medio de herramientas digitales y contar con el apoyo de los trabajadores del restaurante.

Fuerzas de la Industria

Fuerzas de la industria Nuestra empresa está compuesta por 3 socios fundadores, somos Verde Parrilla S.A.S, con código CIIU 5521 “Expendio A La Mesa De Comidas Preparadas, En Restaurantes” y 0130 por “Actividad Mixta (Agrícola Y Pecuaria)” según el documentos expuesto por el ministerio de salud donde contiene la lista de los diferentes códigos CIIU para cada actividad económica. Somos una microempresa dedicada al expendio de comidas preparadas y cosecha de productos orgánicos con fines alimenticios, contamos con 8 colaboradores ya incluidos los 3 socios y demás trabajadores del restaurante.

Análisis de la demanda

Estamos ubicados en Calle 42 13-84 en la ciudad de Bogotá, contamos con el espacio requerido para el desarrollo completo de nuestras funciones y la atención a clientes empresariales de la zona, estamos ubicados cerca de la universidad Piloto, empresas de salud y otras industrias que atraerán clientes interesados en conocer la innovadora idea y claro, obtener platos de alta calidad.

La zona cuenta con varios restaurantes de todo tipo de comidas, tan conocidos como Kokoriko hasta restaurantes de comida casera que centran su mercado en la venta de platos económicos.

Por ello planteamos un menú apto para poder competir con los restaurantes ya ubicados con las diferencias anteriormente expuestas en el desarrollo del presente documento, para así

captar la atención de los nuevos clientes y lograr la implementación de los modelos de cultivos sostenibles que queremos comercializar.

Realizamos un estudio de mercado directamente en la zona, revisando que tipo de personas normalmente circulan en el sector y que tipo de restaurantes están allí, los tipos de menú y precios de sus platos para así tener una idea de que necesitamos para lograr un crecimiento y estabilidad de nuestro proyecto.

A una Calle, queda un centro médico de Compensar, al cual acuden personas de todas las edades y todos los estratos socioeconómicos, además empresas del sector de odontología, quienes venden elementos para el desarrollo de esta profesión al por mayor, cuentan con horarios extensos y tiempos promedios de almuerzo de 45 minutos.

Justo en frente contamos con uno de nuestros públicos objetivos, los estudiantes de la institución de educación superior Ceart, quienes son personas entre los 16 y 25 años, estudiantes de artes (diseño gráfico, artes plásticas, modelado en 3D), los cuales serán más abiertos a la idea de la cosecha de sus propios alimentos, comidas libres de agentes perjudiciales y cultivados en el país.

Según mencionamos anteriormente, Ceart, será nuestro objetivo primordial, ya que allí, están nuestros clientes ideales, jóvenes estudiantes de temas publicitarios, artísticos y diseño, con inclinaciones ambientales, de allí y con un muestreo mayor, incluyendo estudiantes de diseño gráfico y publicidad de la CUN, quisimos hacer una pequeña encuesta donde con números, nos indique que tan factible es, obtener a estos estudiantes como clientes frecuentes de nuestro restaurante e implementar en ellos el “chip” de las huertas urbanas.

Solo en la universidad contamos con cerca de 360 estudiantes de las diferentes carreras y semestres, contabilizamos un total de 14 tiendas de distribución de objetos odontológicos en el que en promedio trabajan 4 personas en turnos completos y el dato de los trabajadores, pacientes y familiares que visitan el edificio de Compensar.

Hablando cuestiones numéricas, hablamos de por lo menos 516 personas entre estudiantes y trabajadores, que están en el lugar de ubicación del restaurante, dando así un amplio espacio para incursionar con nuestra idea de negocio innovador.

Análisis de la oferta

Los restaurantes del sector, como lo mencionamos anteriormente, se encargan de brindar un servicio básico (almuerzos corrientazos o ejecutivos) o bien de prestigio de la marca pero poco saludables (Pollo frito, hamburguesas). En este sector de la ciudad contamos con clientes potenciales quienes llegaran a disfrutar de nuestra comida, expuesto anteriormente esta los estudiantes y profesores de Ceart, Compensar, INESCO y dueños y trabajadores de empresas distribuidoras de elementos médicos y odontológicos.

Restaurantes como Loncheria el Jordan, Asadero La Vega Santandereana, Restaurante Asadero Gran Sabor Santandereano, quienes ofrecen comida típica Colombiana y de la región de los santanderes, sus precios van desde el almuerzo corrientazo, hasta platos a la carta de carnes que van desde los \$9.000 hasta los \$ 170.000 pesos.

Adicional a estos restaurantes también existen Subway, Kokoriko y Esencia pura, restaurantes de un nombre conocido a nivel nacional y que proporcionan a sus clientes comidas de rápida preparación como Subway y Kokoriko, hasta platos preparados de cocina italiana como Esencia pura.

De nuestra competencia en el sector vivos estrategias que podemos adaptar cambiándolas a nuestro pensamiento y responsabilidad social, los precios que manejan para productos de fácil preparación y rápido despacho pueden generar un espacio en nuestro restaurante que además tendría como premisa el cuidado del sector, delegando a uno de nuestros colaboradores diariamente para la limpieza de las calles donde estaremos ubicados, por parte de Esencia Pura, la elaboración de platos de comida Italiana a precios razonables son otro de los puntos a tener en cuenta ya que sin elevar los precios, podemos llamar a los interesados en conocer nuestro negocio.

Conocer nuestra competencia:

En Colombia, son pocos los restaurantes que muestran este tipo de forma de producción de sus ingredientes, sin embargo los que pudimos ver y analizar como potencial competencia en nuestro sector son los siguientes:

- Huerta Cocteleria Artesanal: Su página oficial está fuera de uso, sin embargo pudimos obtener información desde la web de TripAdvisor y conocer un poco sobre ellos “Desde el inicio, la idea ha sido ofrecer experiencias únicas usando una variedad de sabores que resaltan el espíritu local siendo auto sostenibles y cuidando el medio ambiente. Nos caracterizamos por un concepto único ya que aprovechamos nuestro propio cultivo para ofrecer los mejores y más frescos ingredientes para elaborar nuestra coctelería. Al igual que nuestros procesos artesanales y nuestra carta de licores de alta calidad. En Huerta todos nuestros cócteles y platos nacieron en momentos especiales, con historias únicas de nuestras experiencias juntos, creando y compartiendo en familia. Te invitamos para que vivas una experiencia Huerta porque creemos en cambiar al mundo un cóctel a la vez!”(TripAdvisor.com/ Reviews-Huerta_Bar_Cocteleria_Artesanal-

Bogotá). Ubicados en Bogotá, exactamente en la Calle 69a # 10-15, obtienen un sitio cerca a los cerros orientales y a zonas empresariales, lo cual hace de su ubicación un punto estratégico.

- Delicias de la Huerta: Sobre esta empresa no pudimos obtener mucha información ya que denota que su página web, hace mucho tiempo no es actualizada, sin embargo logramos encontrar un pequeño blog donde nos cuentan a grandes riesgos sobre la empresa y su función:

- (Alimentación para gourmets) le ofrece a Ud. un nuevo modelo comercial. Ha establecido un servicio que satisface la necesidad de aquellas personas que, por los horarios a cumplir en su puesto de trabajo, tienen pocas posibilidades de suministrarse adecuadamente de productos perecederos.

- Cuenta con un amplio surtido y complementos para el desarrollo de una cocina sana y moderna.

- Gastos de estructura reducidos, con la consiguiente economía de costes para el cliente.

- Especializada en frutas y hortalizas de temporada, se abastece en la medida de lo posible de los agricultores locales.

- También ofrece un surtido de plantas aromáticas, germinados y productos ecológicos.

Sobre más restaurantes con esta misma idea de negocio no obtuvimos más información de este tipo de prácticas, por ende en el desarrollo de un mercado tan extenso como los restaurantes podemos concluir que no son muy comunes (por lo menos en la ciudad de Bogotá) que pongan en práctica el desarrollo de sistemas auto sostenibles de abastecimiento de ingredientes.

Análisis frente a nuestra competencia

Analizando el sector de restaurantes en la ciudad de Bogotá, podemos encontrar casi que cualquier tipo de comida de cualquier parte del mundo, sin embargo como lo expresamos

anteriormente, no es muy común la práctica del cultivo y cosecha de ingredientes en el establecimiento, dado que con estas características solo logramos encontrar 2 restaurantes en la ciudad, aunque por nombres de “Huerta” o “cosecha” encontrarán muchos más en páginas web, no serían considerados como competencia en nuestro ámbito de negocio.

Ante estas huertas o restaurantes con este tipo de emprendimiento, coincidimos en el no uso de agentes químicos que puedan ocasionar problemas de salud inmediatos o futuros a nuestros clientes, como lo explicamos en la parte inicial de nuestro trabajo, conocemos las consecuencias que pueden tener estos productos en perjuicios al ser humano, somos conscientes que no podremos cosechar el 100% de nuestros productos, pero si una cantidad mayor al 65% y garantizar que todos nuestros clientes vean el trabajo que hacemos para cuidar la calidad de nuestros platos.

Queremos motivar a las personas, queremos que vean la importancia de la agricultura y el trabajo que puede llevar cuidar y obtener productos de las plantas, nuestra opción para que el cliente lleve a su domicilio una partecita de nuestra huerta, tiene un significado emotivo y ecológico, ya que el cliente podrá elegir qué tipo de producto quiere cosechar y obtener el acompañamiento por parte nuestra, esto despertara en los bogotanos un hábito de cuidado hacia nuestro medio ambiente y ecosistemas.

Ningún restaurante mencionado anteriormente, dará al cliente esta experiencia ni esta posibilidad, por ende es innovador y obtiene un valor agregado a todo lo anteriormente mencionado por parte nuestra.

Por otra parte sabremos que clientes nuestros, aunque quieran no tienen el espacio, el tiempo o simplemente no pueden hacerse cargo de un cultivo en casa, por eso les ofrecemos un

espacio en nuestra huerta, en el que con tu fotografía “bautices” tu planta y puedas dar cuidado a distancia atreves de nosotros, pagando cuotas módicas y siendo los frutos de esas plantas de tu propiedad.

Solución innovadora

Nuestra idea es fresca, es innovadora desde todos los puntos, ya que podemos administrar comida de primera calidad, preparada con ingredientes frescos y sin adicionales químicos, nuestro restaurante auto sostenible es una idea de negocio real, que será puesto en práctica por las 3 personas que venimos trabajando en el proyecto desde hace 1 año, tenemos la ambición y el conocimiento para emprender en este camino, aunque por situaciones que no dependen de nosotros como la crisis de salud mundial causada por el virus COVID -19, nuestro restaurante pronto empezara su operación.

Optaremos por un negocio que tenga ingresos desde la venta de platos gourmet preparados con ingredientes cultivados en nuestra huerta, hasta la venta de Mini-Huertos para cultivos del hogar y el alquiler de espacios en nuestra huerta, es un conjunto de ideas innovadores enfocadas hacia el mismo objetivo, que nuestro restaurante pueda ser auto sostenible en cuanto a proveer sus ingredientes.

Tenemos todo para emprender con una idea que sea desarrollada con pasión y con autocrítica, dando todo de nosotros para que sea una realidad.

Análisis de Competencia

Teniendo como base, que el principal objeto de nuestra actividad comercial es la distribución de alimentos preparados (restaurante), nos basaremos en el estudio de competencias en este espacio, para la venta de utensilios de Huertas lo estudiaremos de otro modo ya que no es nuestra actividad principal.













Nombre del competidor	Producto	Precio	Servicio(Ventaja competitiva)	Ubicación
Subway	Sándwich del día	\$ 9.900	Rápida preparación del sándwich a pedido del cliente con limitantes de ingredientes por ese costo.	Carrera 13 41-54
Esencia pura	Comida vegetariana, Menú del día	\$13.500	Practica del taoísmo entonces no se cocina ni con cebolla ni ajo ya que no son del todo buenos para el organismo	Calle 41 13A-5
Asadero La Vega Santandereana	Menú de Carnes, Parrillada Santandereana	\$ 30.000	Inclusión de comida típica del oriente del país, experiencia en manejo de carnes a las brasas.	Calle 41 13A-41

Análisis de los Proveedores

Para nuestra idea de negocio, tenemos el objetivo de ser auto sostenibles en el abastecimiento de los ingredientes orgánicos llegando, en los próximos 5 años a obtener un 60% de independencia en esta área, sin embargo habrían productos e ingredientes que no podemos cultivar en estos espacios por lo que será de vital importancia las alianzas correctas para que los

costos de cada plato sean acordes para dar un precio de venta competitivo y atractivo para nuestros clientes.

Sección de Carnes: La empresa Frubana identificada con el NIT 901109174-1 con domicilio en la ciudad de Bogotá D.C, con más de 18 años de experiencia en el mercado, maneja precios en la sección de carnes que son aptas para los restaurantes, además que manejan una variedad importante que puede ser utilizada en la preparación de distintos platos para nuestros clientes.

 <p>Res- Muchacho Nutreland \$22.100 x KG</p> <p>Agregar</p>	 <p>Res- Punta de Anca Nutreland \$20.150 x KG</p> <p>Agregar</p>	 <p>Res- Costilla Nutreland \$12.350 x KG</p> <p>Agregar</p>	 <p>Res- Cadera Nutreland \$19.596 x KG</p> <p>Agregar</p>	 <p>Res - Carne Molida (80% músculo - 20% grasa) - L... \$16.500 x KG</p> <p>Agregar</p>	 <p>Res - Costilla de Res - La vianda \$10.400 x KG</p> <p>Agregar</p>
 <p>Costilla de Res Cerdnovillo \$11.111 x KG</p>	 <p>Milanesa de Res Cerdnovillo \$13.889 x KG</p>	 <p>Cerdo - Costillas Ahumadas Calypso \$20.108 x KG</p>	 <p>Tocineta Ahumada Calypso \$15.680 x KG</p>	 <p>Cerdo- Lomo Nutreland \$17.590 x KG</p>	 <p>Cerdo- Milanesa Nutreland \$13.250 x KG</p>

Compra directa de Tubérculos.

La compra directa de tubérculos, papa, papa criolla, yuca, arracacha, fueron cotizados a la asociación de campesinos del pueblo de Usme, quienes para venta directa sin incluir el transporte, comercializan a un precio de \$ 32.700, para la Yuca manejan precios de \$ 53.140 por bulto y en la arracacha tendría un precio de \$ 63.000 por bulto.

Esta cotización no formal, entregada por uno de los representantes en el pueblo de Usme de los agricultores, se mantiene a lo largo del tiempo de cosecha, pueden variar dependiendo la oferta que se tenga del producto en las temporadas del año, aunque aseguran que por compra

directa y para los restaurantes tratan de mantener los precios en un rango de \$15.000 pesos por encima por bulto.

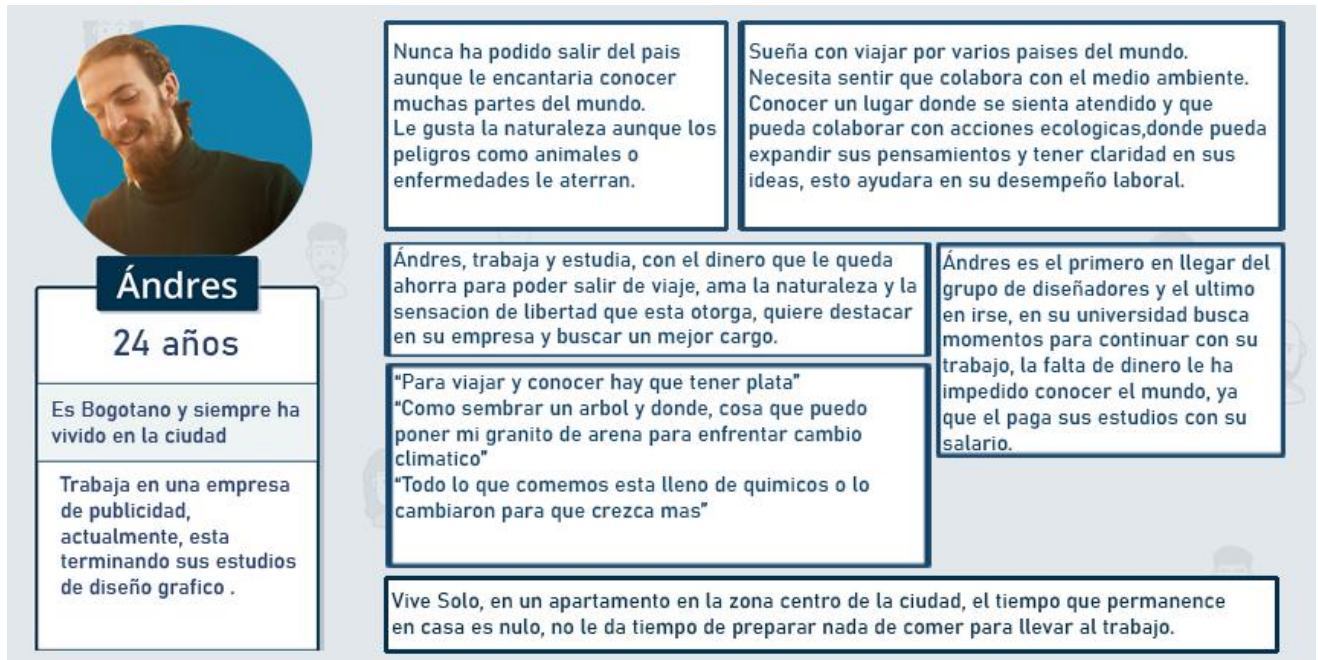
Compra de Vegetales

Los vegetales que no puedan ser cultivados en nuestra huerta, serán comprados a la empresa waruwa SAS, distribuidora de vegetales, frutas y hortalizas, cuya política de trabajo se adapta a la nuestra destacando la producción y consumo responsable y las acciones por el clima, manejan precios muy competitivos para la capital del país, siendo aptos para ser proveedores de los ingredientes que no hagan parte de nuestra huerta.

Ubicados en la Av Américas 50-15 en Bogotá, se encargan de la producción directa de los productos y su distribución quitando los gastos de transporte por terceros que incrementa los precios de los productos.

Los precios varían de acuerdo al producto, sin embargo tienen secciones de venta para restaurantes donde manejan costos inferiores y venta por cantidades altas.

Buyer Persona



The image shows a buyer persona for a man named Andrés. On the left, there is a circular portrait of a man with a beard and a blue background. Below the portrait, a dark blue box contains the name "Ándres" in white, and below that, a white box contains "24 años". To the right of the portrait, there are several text boxes with blue borders containing information about his preferences, habits, and needs. The text boxes are arranged in a grid-like fashion, with some overlapping. The overall layout is clean and organized, using a color palette of blue, white, and dark blue.

Ándres
24 años

Es Bogotano y siempre ha vivido en la ciudad

Trabaja en una empresa de publicidad, actualmente, esta terminando sus estudios de diseño grafico .

Nunca ha podido salir del país aunque le encantaría conocer muchas partes del mundo. Le gusta la naturaleza aunque los peligros como animales o enfermedades le aterran.

Sueña con viajar por varios países del mundo. Necesita sentir que colabora con el medio ambiente. Conocer un lugar donde se sienta atendido y que pueda colaborar con acciones ecológicas, donde pueda expandir sus pensamientos y tener claridad en sus ideas, esto ayudaría en su desempeño laboral.

Ándres, trabaja y estudia, con el dinero que le queda ahorra para poder salir de viaje, ama la naturaleza y la sensación de libertad que esta otorga, quiere destacar en su empresa y buscar un mejor cargo.

Ándres es el primero en llegar del grupo de diseñadores y el último en irse, en su universidad busca momentos para continuar con su trabajo, la falta de dinero le ha impedido conocer el mundo, ya que él paga sus estudios con su salario.

"Para viajar y conocer hay que tener plata"
"Como sembrar un árbol y donde, cosa que puedo poner mi granito de arena para enfrentar cambio climático"
"Todo lo que comemos está lleno de químicos o lo cambiaron para que crezca más"

Vive solo, en un apartamento en la zona centro de la ciudad, el tiempo que permanece en casa es nulo, no le da tiempo de preparar nada de comer para llevar al trabajo.

Bondades de nuestros productos

Las bondades o beneficios de nuestros productos son tomados en base a lo que la empresa busca brindar a cada uno de nuestros clientes y en base a eso, darles la posibilidad de entender cuál es el objetivo final de nuestra innovación.

- Los ingredientes no son tratados con pesticidas o agentes químicos.
- Los ingredientes no son alterados genéticamente.
- La comida estará lista en menos de 5 minutos.
- Conocerás el proceso de siembra y cosecha de algunos de los ingredientes.
- Chef y auxiliares preparados para experimentar sabores que permitan tener nuevas experiencias gastronómicas a nuestros clientes.
- Comida gourmet a precios accesibles.
- Atención profesional por parte de los camareros que no actúen como vendedores.
- Un menú de comidas con todas las posibilidades, desde comida típica Colombiana como internacional.
- Entrega de elementos de cultivo en casa de "Pequeñas huertas" (Esquejes De 162 Cavidades, Semillas, tierra abonada).

- Guía de siembra y cuidado de huertas caseras.
- Alquiler de espacios en nuestra huerta para la siembra y cuidado de plantas, dando la oportunidad de empezar tu siembra si en casa no tienes espacio.
- Acceso e inclusión de todo tipo de clientes, dando un 0% de espacios a discriminación de cualquier clase.
- Ambientes libres de humo de tabaco (incluido espacios abiertos).
- Espacio para domicilios de todos los productos gastronómicos y de la huerta por domiciliarios propios app externas.
- Uso de medios de pago en efectivo y digitales (Tarjetas de crédito y débito, app bancarias, app externas).

Respondemos sus preguntas:

a. ¿En dónde encuentra personas similares a su cliente ideal?

Nuestro cliente ideal es aquel estudiante que busca conocer o experimentar, los estudiantes de temas vinculados al arte y creación son ideales para que conozcan y es enamoren de nuestro negocio.

¿Qué valores destacan a su cliente ideal?

- Persona amante de la naturaleza.
- Preocupada por su bienestar y salud.
- Preparada y dedicada a mejorar cada día.
- Curiosa y deseosa de conocimientos nuevos.
- Una persona amable con todos sin importar el lugar o circunstancia.
- Siente y defiende la libertad en todas sus formas.
- Respetuosa de los gustos y pensamientos de todos los individuos.
-

b. ¿Qué encuentra en el entorno de su cliente durante la semana?

Debe convivir con muchas personas en su día a día, desde compañeros de trabajo con mayor experiencia que él en el negocio de la publicidad, hasta aprendices en búsqueda de ayuda.

En su universidad ve al compañero con quien colabora y realiza todos los trabajos y actividades, como también a aquellos que no simpatizan con él.

Su familia vive en una localidad al sur de la ciudad y no los ve con frecuencia ya que cuando no está en el trabajo, Andrés está realizando trabajos de su carrera.

c. ¿Cuáles cree que sean las necesidades más urgentes que presenta su cliente ideal?

Dado que las necesidades se catalogan en distintos “grupos” como lo estableciera Maslow, tendríamos como las fundamentales las necesidades fisiológicas, aquellas que todo ser humano tiene; Respirar, alimentarse, Descansar etc., aquellas que si no suples no puedes vivir.

Ándres vive en una zona de Bogotá que es central, su apartamento y su ubicación le da la sensación de seguridad debido a la hora en la que sale de su casa al trabajo y la hora en la que llega de su universidad, tiene un buen empleo y hace todo para conservarlo ya que le brinda las prestaciones de salud, pensión, cesantías y demás. Tiene un grupo de amigos cerrado, su pareja lleva con él 2 años donde se siente feliz, busca siempre destacar en todo lo que hace.

Pero las necesidades que nos enfocaremos en suplir en Andrés será la parte de autorrealización, nuestro espacio le dará la forma en que pueda pensar y descansar su mente mientras disfruta de platos de distintas partes del mundo, él llevara a casa su “Huerta en Casa” dando la oportunidad de contribuir con espacios verdes en zonas urbanas viendo como de a poco su planta va creciendo y literalmente dará frutos, esos

frutos podrán ser consumidos con total tranquilidad ya que él conoce el procedimiento de siembra, cuidado y cosecha.

Nuestras Bondades y Nuestro Cliente:

Ándres, nuestro cliente ideal, conoce los perjuicios que traen para la salud aquellos químicos con los que cuidan las cosechas industrializadas para generar un crecimiento mayor y rápido, causando en él perjuicios de la comida con la que se alimenta.

Que come y el cuidado que tiene para su salud es muy importante, por eso cuida mucho de los lugares que visita, busca distintas opciones que sean saludables y Parrilla Verde tiene la opción de brindarle tanto platos de vegetales con ensaladas o verduras en distintas presentaciones hasta carnes de alta calidad y cocinadas con el cuidado necesario.

Nuestros colaboradores buscaran siempre que se sienta como en casa, por eso una atención personalizada y no “comercial” hará que se sienta tranquilo, que pueda explorar nuestras zonas verdes y conocer el proceso de germinado de semillas que hacemos en nuestra huerta.

Con Parrilla verde, encontrara la enseñanza que busca, de cómo empezar con un proyecto que implique a la naturaleza como a la experiencia de siembra y cosecha de frutos, contribuyendo a la creación de zonas verdes en los espacios urbanos, dándole la satisfacción de ayudar al planeta con pequeñas acciones y conseguir su propio alimento.

1. Otros actores del mercado que ofrecen cosas similares a su producto.

En Bogotá D.C ningún restaurante ofrece esta clase de servicios o productos con lo que nos lleva a poder posicionarnos como el primer restaurante con ingredientes cultivados en las mismas instalaciones y con un amplio catálogo de productos para nuestros clientes que van desde platos únicos hasta experiencias de germinación, cuidado y cosecha de productos naturales.

Cuál es la población total de personas o negocios que potencialmente podrían comprar su producto o productos similares al suyo.

Las personas que busquen donde poder comer de manera rápida, saludable y probar comida del mundo, nuestro enfoque serán los estudiantes y empleados de las empresas de venta de productos odontológicos del sector, para el personal de Compensar que estará cerca, tendremos valeras de almuerzo y detalles especiales.

2. Cuantas personas o negocios necesariamente deben suplir su necesidad con un producto igual, similar o sustituto al suyo.

Todas aquellas que busquen mejorar su alimentación, contribuir con el desarrollo agrícola es la ciudad y quienes busquen salir de su rutina de comidas dándole paso a conocer nuevos sabores y experimentar sensaciones que no estarán fuera del alcance económico de nuestros clientes objetivo.

3. ¿Cuantas personas o negocios presentan alto potencial de adquirir su producto?

Los universitarios sin duda serán un público objetivo en la zona, las personas que laboran en la parte medica del centro de Compensar ubicado a pocos metros de nuestro restaurante tendrán mejores precios y posibilidades con el fin de dar una ayuda a nuestros empleados de salud.

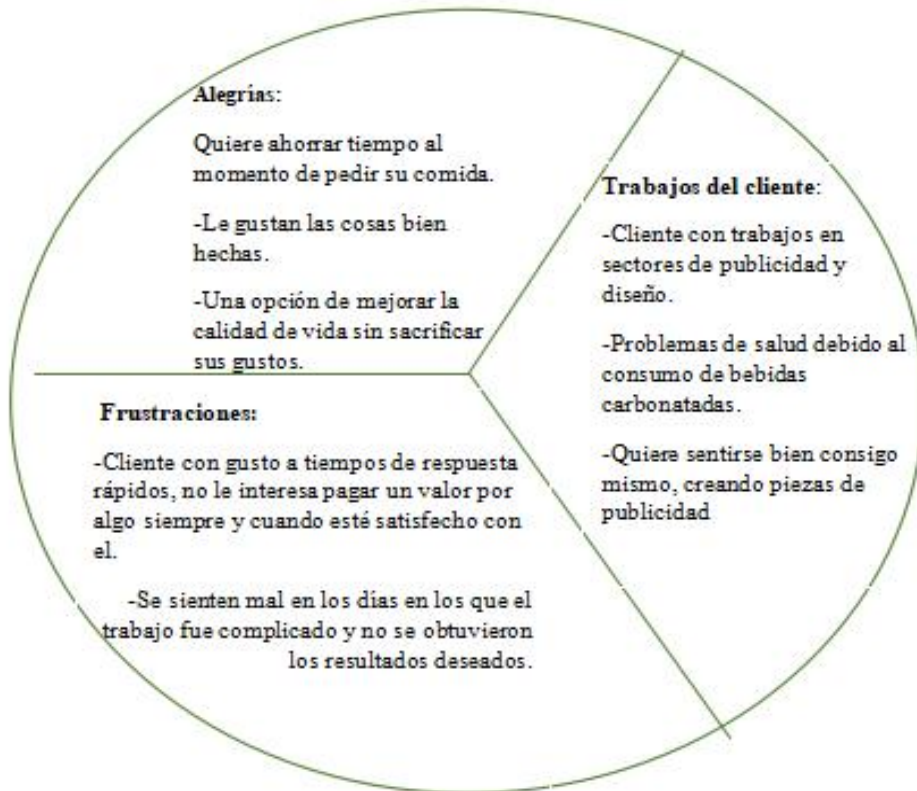
4. ¿Cuántas personas o negocios definitivamente suplirían sus necesidades con su producto?

Los universitarios abiertos a nuevas experiencias y en búsqueda de objetivos ambientales que les den la opción de colaborar con alternativas que no impacten de manera negativa al medio ambiente.

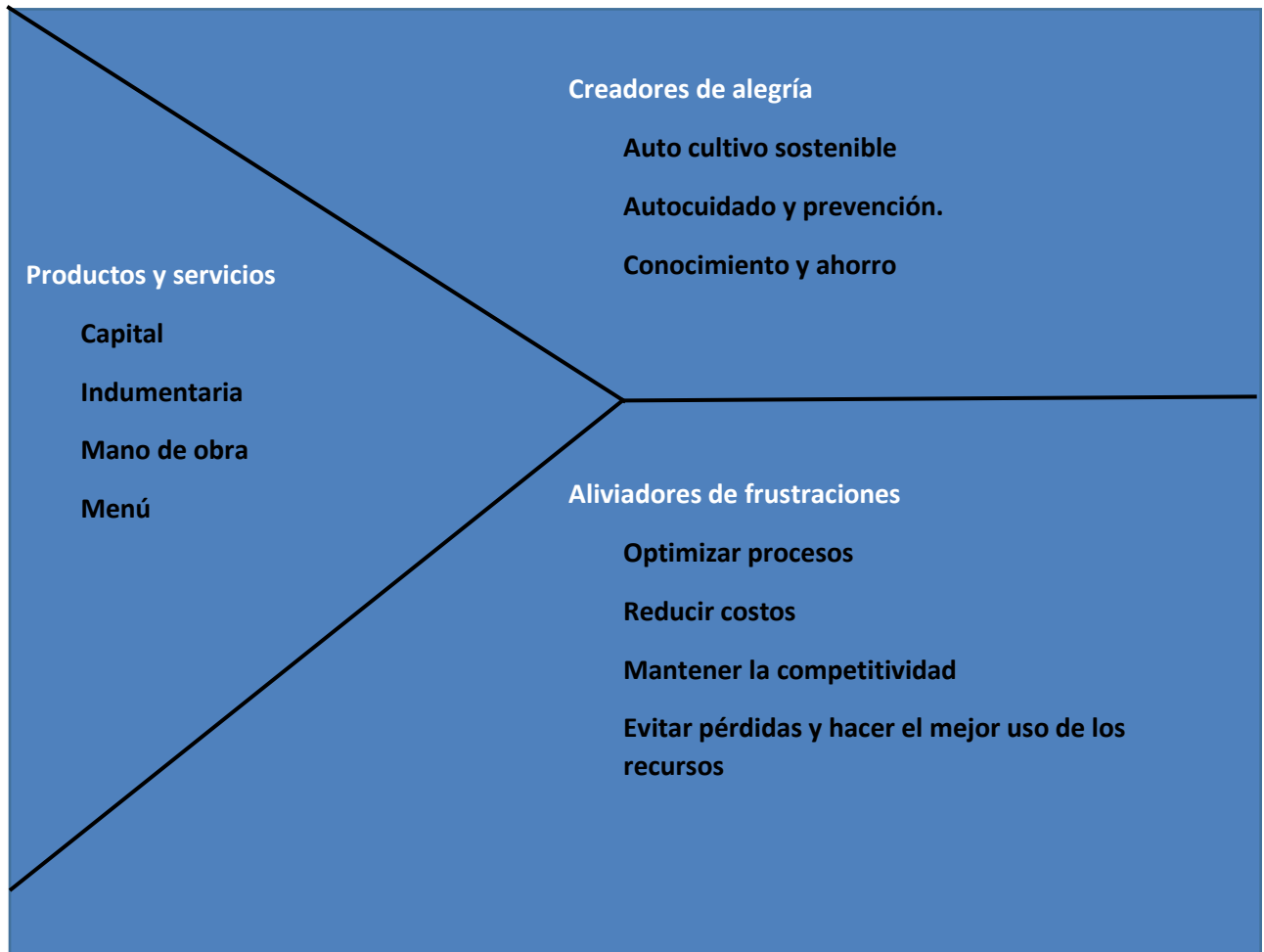
Propuesta de valor

Somos un restaurante, en búsqueda de la salud de nuestros clientes, con la mentalidad de dar calidad en los servicios prestados y apreciando el tiempo de nuestros clientes, somos la mezcla de una comida exquisita, alternativas ambientales y un servicio hacia nuestros clientes excelente.

Perfil de cliente



Mapa de valor



Fichas técnicas





A continuación se mostraran unas de las fichas técnicas de los alimentos que manejamos tanto en el restaurante donde hay productos que no pueden ser fabricados en las huertas como los productos orgánicos que si se elaboran en las huertas con base en la pirámide nutricional donde se reflejaran los criterios evaluados en los productos que manejamos, cabe aclarar que con base en las finchas técnicas se desarrolla la ingeniera del menú.



Ficha técnica N° 0001		Año: 2020
ARROZ		
		
Nombre	Español: Arroz Científico: Oryza sativa	
Características organolepticas	Color: Blanco Olor: Almidón Textura: Duro crudo y suave bajo cocción Sabor: Característico del mismo (Dulce o salado)	
Composición Nutricional	Hidratos de carbono: 77 g, proteína 7,6 g, grasas 1,7 g, fibra 0,3 g, fósforo 180 mg, potasio 120 mg, Vit B1 0,06 mg, Vit B2 0,03 mg	
Periodo estacional	El proceso se genera durante todo el año, en enero y febrero comienza el ciclo del arroz, en marzo y abril de deja descansar la tierra, en mayo se llena los campos de agua, a principio de junio se siembra el arroz dejándose crecer hasta mediados de agostos para recolectar en setiembre.	
Lugar de producción	Tierras altas, terreno húmedo, aguas profundas, suelos arenosos	
Método de conservación	Una vez cosechado el arroz se debe mantener seco en un lugar donde no entre la luz directa del sol.	
Recetas	Este producto sera parte del cabohidrato en nuestros platos y se preparara en diferentes presentaciones como es arroz de coco, arroz blanco, arroz verde, arroz al pimentón entre otros.	

Ficha técnica N° 0002		Año: 2020
ZANAHORIA		
		
Nombre	Español: Zanahoria Científico: Daucus Carota	
Características organolépticas	Color: Anaranjado, morado, blanco Olor: Dulce propio de la misma Textura: Rugosa áspera Ligeramente dulce Sabor:	
Composición Nutricional	Tiene un gran contenido en hierro, sodio, fósforo, magnesio, cloro y altas calorías, además de eso puede alcanzar hasta hasta 26 cm de largo.	
Periodo estacional	Se cosechan zanahoria durante todo el año pero su mejor época de cosecha es a finales de primavera	
Lugar de producción	Es originaria de Afganistán aunque se cosecha en diferentes partes del mundo en este caso en una huerta orgánica propia de la compañía.	
Método de conservación	Se deben mantener en un lugar fresco y aireado a temperatura ambiente, no aconsejable lavarla si no se van a usar en el mismo momento y en la nevera se podría alargar su vida hasta 2 semanas más.	
Recetas	Con este productos se puede realizar tortas, jugo, mermelada, estofados, como relleno de carnes, etc...	

Ficha técnica N° 0003		Año: 2020
CARNE DE RES		
		
Nombre	Español: Res Científico: Bos taurus	
Características organolépticas	Color: Diferentes tonalidades de rojo Olor: Sangre Textura: Suave o dura dependiendo el corte Sabor: Propio de la misma	
Composición Nutricional	La carne de res cuenta con proteínas 31,86 gr, grasa saturada 9,355 g, Colesterol 105 mg, Sodio 465 mg, Potasio 381 mg entre otras.	
Periodo estacional	La carne de res puede ser producida durante todo el año y cabe aclarar que nos basamos en su calidad ya que en el proceso de transporte hacia su sacrificio pasan por un proceso de estrés el cual puede llegar a causar la pérdida de la carne o su dureza.	
Lugar de producción	Fincas agrícolas y otro tipo de terrenos.	
Método de conservación	Se debe mantener en refrigeración entre 0° y 5° grados de temperatura para alargar la vida útil por más de 1 semana, en caso de querer alargar la vida útil debe llevarse a congelación a menos 10° grados para conservar hasta 2 meses la carne.	
Recetas	Con los diferentes cortes de la res se aplicaran diferente métodos de cocción como (A la parrilla, a la plancha, al trapo , estofado entre otras.	

Definición estratégica

Certificado de manipulación de alimentos. Este es de carácter obligatorio para todos los empleados que manipulen alimentos y se debe renovar anualmente. Existen varios institutos que cuentan con la autorización como Empresa Capacitadora en Manipulación Higiénica de Alimentos.

Concepto sanitario. Todo establecimiento debe cumplir con las condiciones sanitarias que se describen en la Ley 9 de 1979, que está compuesta por títulos de carácter general como los de protección del medio ambiente, suministro de agua, y salud ocupacional, así como algunos específicos como el título V denominado Alimentos, en el que se establecen las normas específicas a las que están sujetos los establecimientos industriales y comerciales en los que se realicen actividades que se relacionan con alimentos.

Inscripción en el RUT. Los comerciantes deben estar inscritos en el RUT (Registro Único Tributario) y, si pertenecen al régimen simplificado, deben indicar su RUT en un lugar visible del establecimiento.

Lista de materiales

Indumentaria Restaurante: Para la ejecución de la operación se deben tener claras cuáles son las herramientas que permiten desarrollar las actividades de una manera eficiente y seleccionando productos de calidad a bajos costos, toda la indumentaria debe ir con base en el plan de saneamiento el cual deben desarrollar todos los establecimientos de gastronómicos.

A continuación algunas de las herramientas que se necesitan para llevar a cabo la operación.

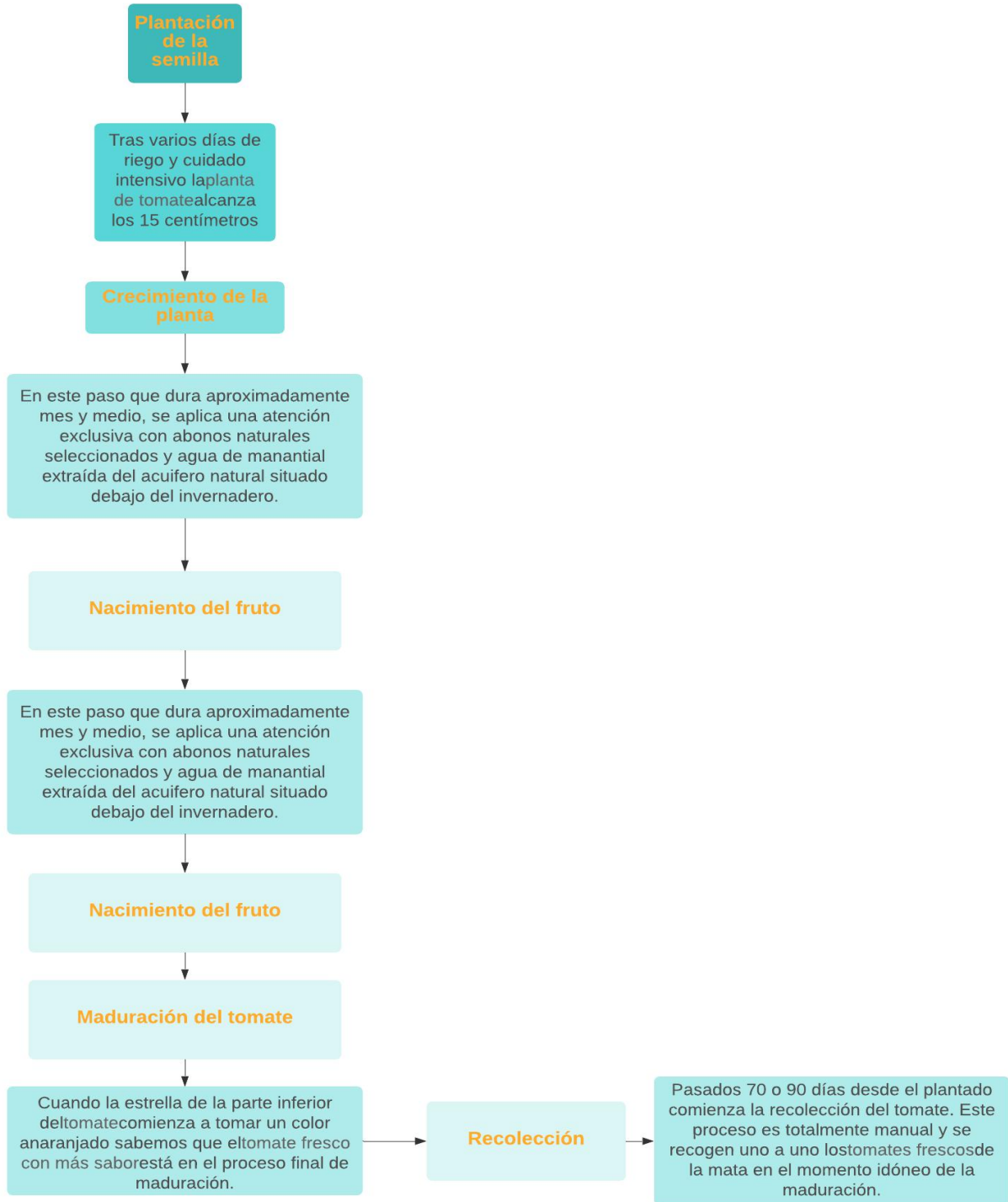
TABLA DE PICAR	
	La tabla de picar es indispensable en la operación de los establecimientos gastronómicos para el corte y procesamiento de los alimentos, es importante mencionar que las tablas son de diferentes colores por lo tanto cada una cumple diferentes funciones: (Amarilla : Aves) (Verde : Vegetales y frutas) (Roja: Carnes Rojas) (Azul: alimentos de mar) (Blanca: alimentos en cocción)
CUCHILLOS	
	La clasificación de los cuchillos y la identificación de los mismos es fundamental para nuestros cocineros por lo tanto se debe especificar el uso de cada uno : (Cuchillo de sierra: Corte de pan) (Cuchillo pequeño: Para pelar frutas y verduras) (Cuchillo grande: Para picar carnes y aves) (Cuchillo más pequeño: Decoraciones en platos con verduras y frutas)
UTENSILIOS DE COCINA	
	Dentro de los utensilios de cocina a simple vista pareciera que todos funcionarían para desarrollar lo mismo lo cual no es así, cada utensilio de cocina cumple una función específica que a través de los estudios y la práctica se va dando el buen uso de las herramientas.
PRODUCTOS DE LIMPIEZA Y DESINFECCIÓN	
	Los productos químicos que se manejan dentro de la organización juegan parte significativa de la operación ya que con ellos se llevan a cabo todas las actividades de limpieza en superficies exteriores, interiores, limpieza de puntos ciegos, desinfección de herramientas y desinfección de alimentos. -Algunos de los productos son: (Jabón, desengrasante , clorox, clorin, sanitzer,

Indumentaria Huerta

Las herramientas que se manejan en la huerta son indispensables y no solo basta con tenerlas también de debe de contratar personal capacitado con experiencia en huertas.

GUANTES	
	Los guantes cumplen una labor beneficiosa para los colaboradores ya que deben realizar trabajos pesados que sin los guantes lo único que se causaría es una herida por lo tanto es una política establecida la cual se debe cumplir en diferentes funciones.
PALAS	
	La palas son utilizadas para escavar en la tierra y poder realizar las siembra de los productos, también son utilizadas para poder transportar tierra a otros terrenos.
SEMILLAS	
	Las semillas son las base de la huerta ya que sin ellas no existiría, son más de 20 semillas de frutas, tubérculos, verduras, hortalizas y granos que son sembrados de manera orgánica lo cual aumenta sus propiedades nutricionales y evita futuros efectos en la salud.
OTRAS HERRAMIENTAS	
	Otras herramientas que se necesitan en la huerta son, regadores, mangueras, rastrillos, macetas, carretillas, botas, cercas, plásticos, fertilizantes, etc....


Diagrama de Bloques; Proceso de cultivo Del tomate



Costos unitarios del producto

	Valor
Costo unitario de Materiales	4.158
Costo unitario Mano de Obra	3721
Costos indirectos de Fabricacion	754
Costo Unitario	8.633
Precio de Venta	10791
% De utilidad	20%

RECETA ESTANDAR : A continuación se anexaran unas de las recetas estándar que manejamos en la compañía con el fin costear los platos y determinar el precio de venta junto con la utilidad.

						
FORMATO RECETA ESTANDAR						
Preparación:		SUCHI PAISA		Origen:		Colombia
Clasificación		Fuerte		Temperatura:		140°
Fecha:		1/11/2020		Número de pan:		1
COD	Indredientes	Cantidad	Unidad	Valores		Valor total
				Unitario	Total	
1	Arroz	200	gr	\$ 3.800	\$ 3,8	\$ 760,0
2	Cebolla cabezona	50	gr	\$ 1.200	\$ 1,2	\$ 60,0
3	Tomate chonto	50	gr	\$ 1.400	\$ 1,4	\$ 70,0
4	Frijol	100	gr	\$ 4.000	\$ 4	\$ 400
5	Aguacate	40	gr	\$ 2.000	\$ 2,0	\$ 80,0
6	Algas Nori	2	gr	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 7.000
7	chicharrón	20	gr	\$ 4.000	\$ 4,0	\$ 80,0
8	Áceite	0,5	ml	\$ 3.500	\$ 3,5	\$ 1,8
9	Sal	0,5	gr	\$ 700	\$ 0,7	\$ 0,4
10	Pimienta	0,5	gr	\$ 300	\$ 0,3	\$ 0,2
11						
Costo total ingredientes					\$	8.452,3
Margen de erro o variación 10%					\$	845,2
Costo total de la preparación					\$	9.297,5
Costo porción					\$	10.142,7
Porcentaje materia prima establecida 40%						40%
Valor de venta					\$	25.356,8
Impuesto al consumo					\$	3.169,6
Valor total					\$	28.526,3
Procedimiento: Primero se verifica que el corte sea blando y luego se procede a sellar en la plancha, mientras tanto se corta en julianas la cebolla y el tomate y una ves sellada la carnes se saltean las verduras y se agrega la carne junto con sal y pimienta, por ultimo una ves este el bistec se frit a un huevo para ponerle encima al servir el plato.						
Firma chef :			Firma finaciera:			



FORMATO RECETA ESTANDAR

Preparación:	DRY MARITNI	Origen:	Colombia			
Clasificación	Fuerte	Temperatura:	140'			
Fecha:	1/11/2020	Número de pax:	1			
COD	Indredientes	Cantidad	Unidad	Valores		Valor total
				Unitario	Total	
1	Martini extra seco	20	ml	\$ 50.000	\$ 50,0	\$ 1.000
2	Ginebra	20	ml	\$ 50.000	\$ 50,0	\$ 1.000
3	Aceitunas	3	und	\$ 4.000	\$ 4,0	\$ 12
4	Limon	5	gr	\$ 1.800	\$ 2	\$ 9
5						
6						
7						
8						
9						
10						
11						
Costo total ingredientes					\$	2.021,0
Margen de erro o variación 10%					\$	202,1
Costo total de la preparación					\$	2.223,1
Costo porción					\$	2.425,2
Porcentaje materia prima establecida 40%						40%
Valor de venta					\$	6.063,0
Impuesto al consumo					\$	757,9
Valor total					\$	6.820,9
<p>Procedimiento: Primero se verifica que el corte sea blando y luego se procede a sellar en la plancha, mientras tanto se corta en julianas la cebolla y el tomate y una ves sellada la carnes se saltean las verduras y se agrega la carne junto con sal y pimienta, por ultimo una ves este el bistec se frit a un huevo para ponerle encima al servir el plato.</p>						
Firma chef :			Firma finaciera:			

Diseño del producto

MENÚ

El menú que elegimos es corto y está basado en inspirar Curiosidad en los platos que se realizan llamando así la atención del consumidor para generar gran impacto al momento de probar nuestros platos y cumplir sus expectativas.

PARRILLA VERDES

El hogar de la carne recién asada...

CARNES

Filete de Res	\$20.000
Costillas de Brisket	\$22.000
Chuleón	\$25.000
Bisteque	\$18.000
Solomillo	\$20.000
Hamburguesa	\$15.000
Barbacoa de pollo	\$22.000
Barbacoa de cerdo	\$22.000
Pollo y costillas	\$19.000
Costillas de cerdo	\$25.000
Salchichas	\$12.000

PLATOS TÍPICOS

Suchi paisa	\$32.000
Ajiacocho	\$28.000
Currulao	\$35.000
Pusandao	\$30.000
Estofado de morrillo	\$28.000
Caracoles Guisados	\$38.000
Mazzamorra cachaca	\$29.000

ENSALADAS

Ensalada Cesar	\$22.000
Bosques acuaticos	\$25.000
Metropolitana	\$25.000
Cierra nevada	\$18.000
Jardin de avel	\$21.000
Ensalada Tay	\$28.000

ACOMPAÑAMIENTOS

Porción de chicharrón	\$9.000
Porción de yuca	\$5.000
Porción de papa criolla	\$5.000
porción de furta	\$5.000
porción de ensalada	\$8.000
Abornajados	\$7.000
Marranitas	\$7.000
Pastel de arracacha	\$8.000

BEBIDAS

jugos naturales	\$6.000
Té	\$5.000
Goseosa	\$3.500
Cerveza Poker	\$4.000
Club colombia	\$5.000
Cocteles	\$12.000
Copa de vino	\$15.000

POSTRES

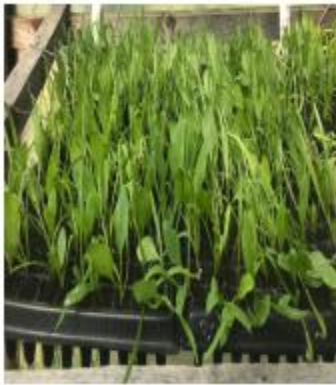
Mil hojas	\$7.500
Frutos amazonicos	\$10.000
Ice fusión	\$8.000
Tiramisu	\$6.000

COCTELES

Mojito	\$12.000
Dry martini	\$15.000
Noche de fiesta	\$12.000
Alexander	\$12.000

Prototipo

Aquí algunos de los productos que se pueden encontrar en el menú que están preparados en diferentes métodos y tipos de cocción como lo es al vapor, asados, sudado, cocinado, a la parrilla o bebidas frías a base de licor y frutas, dentro de los productos que podemos encontrar en la huerta esta diferentes vegetal y leguminosas que son tratadas de manera especial con fértiles y la buena mano de obra en lugares que cumplan con las condiciones de temperatura para su cosecha orgánica.



Canales de distribución

Nuestra empresa, al ser una empresa dedicada a la preparación de alimentos, platos de cocina gourmet de distintas partes del mundo, consecuencia de ello, nuestro servicio se ofrece principalmente en nuestro establecimiento comercial, sin embargo presentamos las diferentes alternativas para que clientes de cualquier lugar pueda optar comprar por nuestros productos.

- **Punto de venta físico:** Nuestra restaurante cuenta con un punto físico de distribución de nuestros productos, en el cual el cliente puede, mientras esta listo su plato, visitar nuestra huerta y conocer el proceso de siembra de los ingredientes que consumirá.
- **Página Web:** Nuestro sitio web WWW.PARRILLAVERDE.COM.CO (Hosting en construcción), permite la opción de realizar la compra, ya sea de uno de nuestros platos para que un domiciliario de nuestra empresa lleve su pedido a las zonas de cobertura, o los utensilios para el mantenimiento de las huertas en casa.
- **App especializadas en comida:** Por medio de aplicaciones móviles, más de nuestros clientes podrán disfrutar de nuestros productos, ya que atreves de Rappi, Domicilios.com, o nuestra propia app, podrán desde sus teléfonos móviles, pedir su producto a domicilio, facilitando para cada cliente los tiempos de respuesta.

Modelo Running Lean

<p>PROBLEMA: Los malos hábitos alimenticios lo cual conllevan a afectos negativos que se pueden evitar mediante el modeló de negocio de huerta en casa o un menú bajo productos orgánicos.</p>	<p>SOLUCIÓN:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Seguimiento -Alimentos orgánicos -Calidad 	<p>PROPOSICIÓN DE VALOR ÚNICA:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Parrilla verde no solo esta enfocada a suplir la necesidad de cliente si no también a brindar acompañamiento personalizado. 	<p>VENTAJA ESPECIAL:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Creatividad 	<p>SEGMENTO DE CLIENTES:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Los productos que se ofrecen van dirigido a todo publico de estrato 2 en adelante.
<p>ESTRUCTURA DE COSTES : Los principales costes de la compañía serán fijos y variables como : Servicios públicos, arriendos,trasporte,insumos,sueldo del personal,maquinas,etc..</p>	<p>FLUJO DE INGRESOS: Al generar la primera oferta se aseguraran a los clientes brindándoles el mejor servicio, platos exquisitos y todos el modelo de negocio del cual pueden hacer parte no solo para suplir su necesidad de alimentarse si no también mejorar su hábitos alimentación y generar bien a la salud.</p>			
<p>METRICAS CLAVE:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Mejoramiento en la salud de los comensales - Tipos de producto más consumidos -Implementación de nuevas huertas 	<p>CANALES: Los productos serán distribuido en diferentes medios de transporte como carro, moto , camiones y también se abrirán las puertas al publico.</p>			

La importancia de aumentar la agricultura urbana con consumo responsable

A partir de la investigación del mercado se ha establecido que es una necesidad para las personas no solo alimentarse sino implementar en sus vidas nuevos y buenos hábitos a través del consumo de alimentos orgánicos desarrollados por ellos mismos.

Se ha identificado que la idea de negocio es factible para el segmento de mercado escogido, ya que por medio de investigaciones y conocimiento en procesos gastronómicos se genera el crecimiento de la compañía.

Para nosotros ha sido importante tomar esta decisión de enfocar nuestro producto y servicio a toda la población pero más aún a los universitarios los cuales estudian cerca del establecimiento y son interesados por el autocultivo ya que gran parte son independientes y no solo buscan economía si no también cuidar su salud bajo buenos hábitos alimenticios.

Es bastante importante resaltar que la exigencia hacia el buen servicio y el acompañamiento personalizado es muy alta por eso buscamos ofrecer productos y servicios de calidad que realmente ayuden a resolver esa necesidad de la mejor manera generando la mejor experiencia para el cliente.

Seguramente la competencia irá creciendo pero al ser pioneros en esta idea se trabajará para mejorar y estar en constante innovación y crecimiento para al final terminar siendo elegidos por los clientes no solo por sus productos si no por este aprendizaje que les cambiara la vida y les permitirá tener buena salud.

Validación de ideas de negocio

1. Defina el objetivo de la investigación: Nuestra investigación busca tener en valores numéricos, cuantas de las personas que normalmente frecuentan el lugar en el que estamos ubicados y/o tienen su lugar de estudio o trabajo allí, ven como un elemento importante los temas ambientales y salubres al momento de escoger su comida.

Queremos saber si nuestra idea innovadora es atractiva para ellos, especialmente para los estudiantes, con lo que nos dará una visión de que tan rentables podemos ser, los porcentajes de que tan importante es el cuidado de los ingredientes con que se elaboran las comidas.

2. Determine el tipo de Investigación a realizar (cualitativo y cuantitativo)

Queremos realizar una investigación cuantitativa, buscamos datos numéricos que nos den un horizonte en cuanto a la cantidad de posibles clientes que ven nuestro restaurante como una opción para elegir dónde comprar sus alimentos.

Esto se realizara a través de una encuesta utilizando la herramienta de Google Formularios, recolectando los datos para posteriormente analizarlos y poder tomar decisiones respecto al menú, servicio, publicidad y demás factores que influyen en el correcto funcionamiento de nuestro negocio.

Esto lo elegimos dado a lo importante que resulta tener cifras que or

3. Diseña el Formulario de encuesta, entrevista o focus grupal

Formato del formulario de encuesta para nuestros futuros clientes:

- **Nombre:**
- **¿En qué rango de edad te encuentras?**
 - A: 16 a 20 años
 - B: 21 a 27 años
 - C: 28 a 35 años
 - D: 36 años o mas
- **¿Qué carrera te encuentras estudiando en Ce-art?**
 - A: Diseño gráfico
 - B: Publicidad
 - C: Diseño de modas
 - D: Otros
- **¿El cuidado de los ingredientes son un factor importante al momento de elegir un restaurante?**
 - A: Si
 - B: No
- **¿Un restaurante que cultiva en una huerta la mayoría de sus ingredientes, ubicada en el mismo restaurante, es una idea atractiva para elegir dónde comer?**
 - A: Si
 - B: No
 - C: Es indiferente
- **¿Si pudieras llevar los elementos a casa para empezar tu propia huerta, sería un proyecto interesante para ti?**
 - A: Si
 - B: No
 - C: Si, aunque en casa no tengo espacio
 - D: Si, pero el tiempo no me da para ocuparme en ello.
- **¿Qué rango de precio estarías dispuesto a pagar por un almuerzo en los días de estudio?**
 - A: 10.000 a 20.000 pesos
 - B: 21.000 a 30.000 pesos
 - C: 31.000 a 40.000 pesos
 - D: No almuerzo durante el horario de universidad.

4. Determine el Tamaño de la muestra: La población como lo especificamos en puntos anteriores, es de aproximadamente 360 personas/estudiantes que actualmente son parte de la institución de educación superior Ce-art, haremos un muestreo con 150 de ellos, lo que representa un 41% del total de estudiantes, para esto contamos con la ayuda de Sandra Patricia Porras Gutiérrez, quien es familiar de uno de los integrantes de nuestro proyecto, nos colaborara haciendo el envío del enlace para obtener las respuestas y así verificar los datos que allí arrojan.

Tabulación y análisis de la información: A continuación revisaremos los datos recolectados de 148 estudiantes de la Universidad Ce-Art, los cuales serán analizados para determinar lo viable de la idea de negocio.

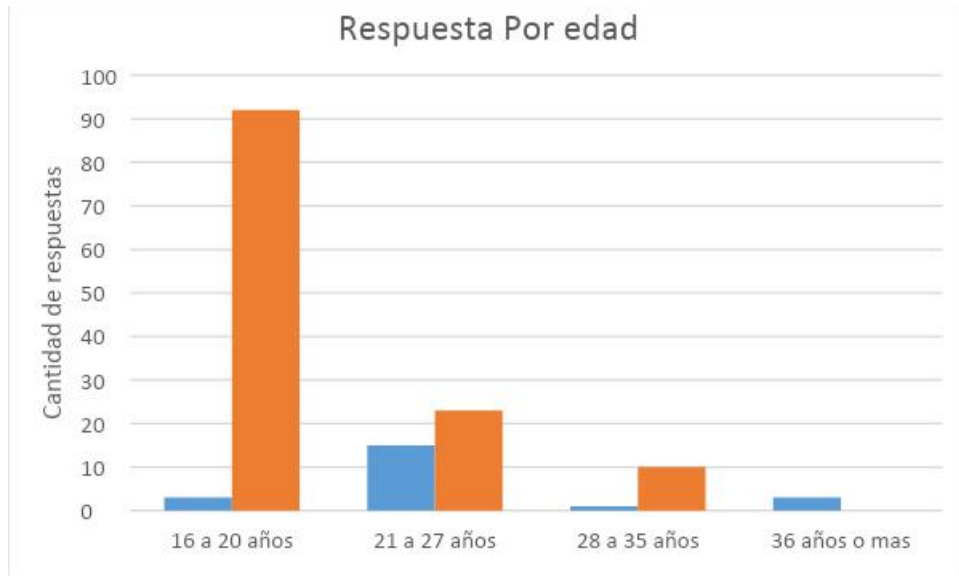
- **¿Qué carrera te encuentras estudiando en Ce-art?**

Según las respuestas que obtuvimos en la primera pregunta, vemos una clara tendencia a que los estudiantes de Ce-art, principalmente tienen como preferencias la carrera de diseño gráfico y publicidad, dándonos un enfoque de qué tipo de clientes serán.

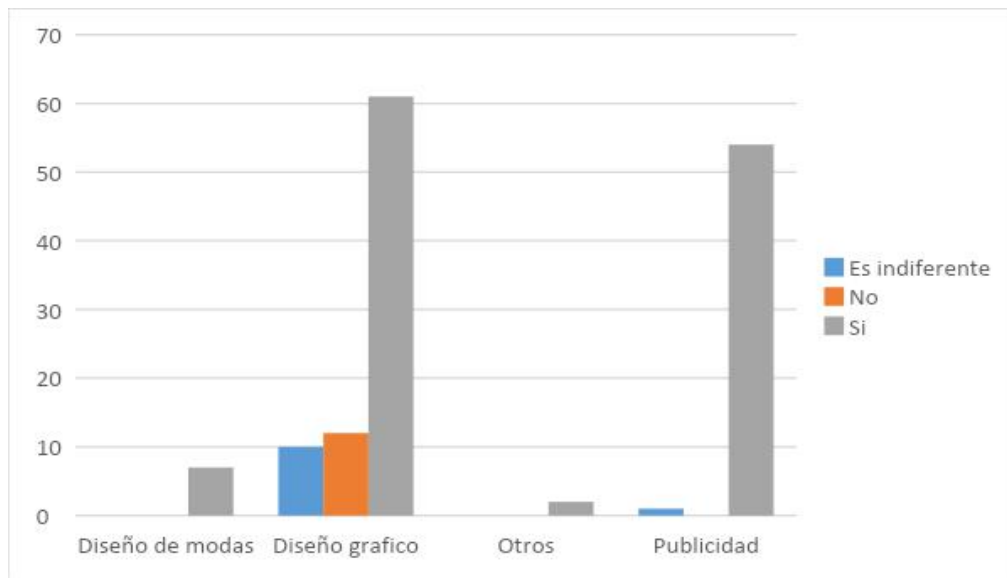


- **¿El cuidado de los ingredientes son un factor importante al momento de elegir un restaurante?**

En esta pregunta, obtuvimos una respuesta afirmativa de 125 y negativa de 22, lo cual muestra la preocupación de un estudiante disgregado por edades.

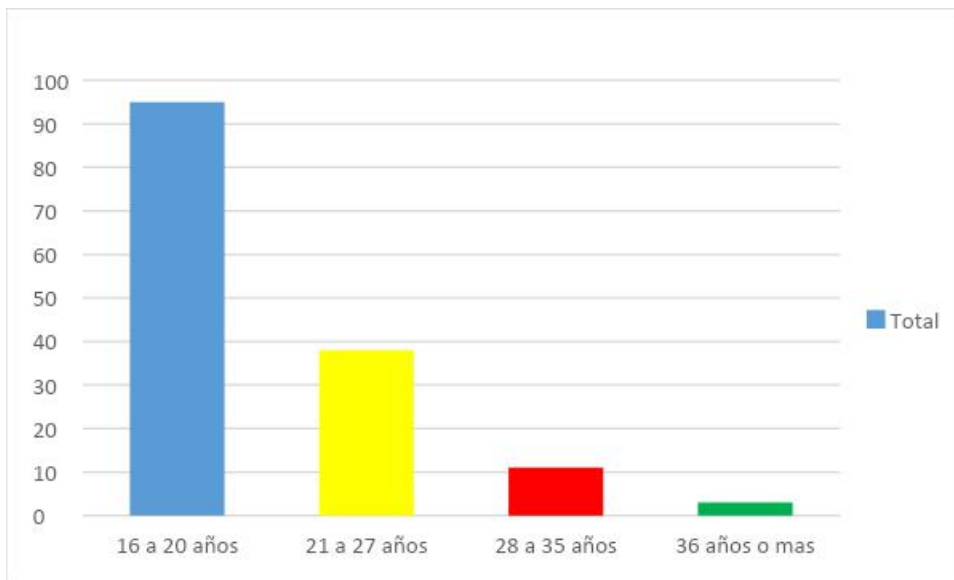


- **¿Un restaurante que cultiva en una huerta la mayoría de sus ingredientes, ubicada en el mismo restaurante, es una idea atractiva para elegir dónde comer?**
Vemos que según los datos que arroja la encuesta, los estudiantes de Diseño



- **¿Si pudieras llevar los elementos a casa para empezar tu propia huerta, sería un proyecto interesante para ti?**

Con esta información, evidenciamos que para el rango de edad que predomina en la universidad, es un proyecto viable el tener una huerta en casa, que les proporcione alimentos según sus gustos al momento de plantar, adicional a ello tenemos una tendencia al ver que a mayor edad el interés disminuye.



Con los datos que obtuvimos en la encuesta realizada a un gran grupo de estudiantes, directamente de la universidad Ce-art, conseguimos tener una visión de cómo afrontar el mercado, cuáles son sus interés reales frente a decisiones que en teoría no tendrían mayor relevancia como lo es escoger un restaurante para comer, pero que una idea que se adapte a su pensamiento como las soluciones ambientales podrán hacer que esa decisión sea escoger a Parrilla Verde, como la opción principal para disfrutar de platos deliciosos y aprender mucho sobre cultura ambiental.

Conclusiones

Durante el desarrollo de nuestro trabajo, vimos como a medida de las clases nuestra idea de negocio tomo más y más forma, siguiendo los contenidos vistos y los ejemplos que, para un aprendizaje más practico llevo cada tema a una experiencia real y verificable, desde el planteamiento del negocio hasta conocer que otros emprendedores han pensado en una opción como la nuestra, vimos nuestras ventajas y desventajas frente a muchos de los sectores y conocemos nuestras fortalezas.

Avanzaremos conforme la materia y las clases no lo van exigiendo y lo haremos con la convicción de lograr materializar lo expuesto en este trabajo llegando a posicionar nuestro restaurante entre los más conocidos tanto por su comida como por su filosofía y forma de desarrollo auto sostenible.

Tenemos todos los elementos y conocimientos para empezar tan pronto sea posible con el proyecto, tener presente los datos recolectados y cómo piensan nuestros clientes, para lograr un éxito comercial y dejar nuestro grano de arena en la conciencia ambiental de cada uno de nuestros consumidores.

Agradecemos a los docentes de nuestra institución, su tiempo y dedicación con nosotros, resolver nuestras dudas y a pesar de los cambios obligados por el momento histórico que estamos viviendo, transmitir todos los conocimientos de manera natural y fácil de entender.

Bibliografía

- La huerta popular, Cesar Marulanda, Santiago de Chile, 2003.
- Sistema ambiental universitario, Yenny Constanza Román Núñez, 2017, UNIVERSIDAD PILOTO
- Análisis de los costos de producción y la cadena de valor de las plantas tradicionales que cultivan los campesinos de Cundinamarca, Colombia, Soraya Husain-Talero, 2018
- <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/pesticide-residues-in-food>, Febrero de 2018, Residuos de plaguicidas en los alimentos.
- <https://www.who.int/features/qa/87/es/#:~:text=Sin%20embargo%2C%20los%20plaguicidas%20tambi%C3%A9n,sistemas%20reproductivo%2C%20inmunitario%20o%20nervioso.>, Mayo de 2016, ¿Residuos de plaguicidas en los alimentos?.
- Ensayo Las ideas locas también están permitidas, Maritza Arias Hernández, 2012
- <https://viaorganica.org/conozca-5-danos-a-la-salud-por-alimentos-transgenicos/#:~:text=1.,resultado%20de%20su%20consumo%20frecuente>, Conozca 5 daños a la salud por alimentos transgénicos, Por Revolución tres punto cero, 7 de enero de 2014.
- https://www.semillas.org.co/apc-aa-files/5d99b14191c59782eab3da99d8f95126/informe-pais-ogm-2018_web.pdf, German Velez, 2018.
- Economía ambiental, Perelló-Sivera, Juan, 1996, Digitalia
- https://especiales.semana.com/alimentos-transgenicos/?_ga=2.150676406.1483175755.1598791738-1603065274.1579834321.
- <https://www.infobae.com/sociedad/2017/04/18/monsanto-hallado-culpable-por-danos-a-la-salud-y-el-ambiente-crimes-de-guerra-y-ecocidio/>, Monsanto, hallado culpable por daños a la salud y el ambiente, crímenes de guerra y ecocidio, Por Juan Parrilla 18 de Abril de 2017.
- <https://www.eltiempo.com/colombia/otras-ciudades/criticas-a-monsanto-por-danos-al-medio-ambiente-y-a-los-seres-humanos-419474>, Gloria Helena Rey, 03 de octubre 2019, ¿Hay que temerle a la gigante multinacional Monsanto?.

- <https://www.semillas.org.co/es/huertas-urbanas-en-la-selva-de-cemento>, Isabel Guevara, Diciembre 10 de 2015, Huertas urbanas en la selva de cemento.
- <http://www.deliciasdelahuerta.com/servicio.htm>
- https://www.tripadvisor.co/Attraction_Review-g294074-d10440409-Reviews-Huerta_Bar_Cocteleria_Artesanal-Bogota.html
- <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/1/RUAF%20ACTIVECON.pdf>
- Semana Santa, una de las épocas en las que más se desperdicia comida, citynoticias, 2019.
- <https://tienda.waruwa.com/categoria>
- https://co.frubana.com/bog/proteinas-frescas?gclid=Cj0KCQjwt4X8BRCPARIsABmcnOoyw6R-77qOJn1xDZ3LE8iAuU4VuvuzJ94Beym0bRufwMEscCBpcRUaAiaoEALw_wcB
- <https://www.casadellibro.com/libro-el-management-segun-maslow-una-vision-humanista-para-la-empresa-de-hoy/9788449316982/1017087>
- <https://catedraalimentacioninstitucional.files.wordpress.com/2017/02/90711227-formato-de-costeo-estandar-gastronomia-a-libreta-abierta-1.pdf>
- <https://www.lahuertinadetoni.es/que-herramientas-necesito-para-empezar-en-mi-huerta/>
- <http://saboratomate.es/paso-paso>