



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES: 1704



AGRICULTURA URBANA
Creación de un Restaurante Gourmet

IVÁN FERNANDO ROMERO LÓPEZ

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
ADMINISTRACION DE EMPRESAS AGROPECUARIAS
BOGOTÁ
2019

SEDE PRINCIPAL BOGOTÁ - PBX: (571) 587 87 97 Línea gratuita nacional: 01 8000 111 180
Carrera 9.ª n.º 51-11 / contactenos@usantotomas.edu.co
www.usta.edu.co

VICERRECTORÍA GENERAL DE UNIVERSIDAD ABIERTA Y A DISTANCIA -VUAD-
PBX: (571) 595 00 00 ext. 2044 / Carrera 10.ª n.º 72-50 / admisiones@ustadistancia.edu.co
www.ustadistancia.edu.co



RESUMEN

La forma más eficiente que se ha manejado las problemáticas de seguridad alimentaria es por medio de la agricultura urbana y periurbana que en grandes ciudades no tiene espacios para generar un cultivo de gran escala pero si desarrollar una práctica en el que puedan consumir productos cosechados en sitios no convencionales, todo con el fin de disminuir la desnutrición.

Colombia ha sido uno de los países que se ha preocupado por ello y está en crecimiento la agricultura urbana y periurbana ha sido un crecimiento bueno pero en familias de pocos recursos como las de la comuna 4 de Altos de Cazucá que se encuentran fortaleciendo estos programas no tiene una buena comercialización solo apoyan en la alimentación de niños de la FUNDACIÓN SOCIAL POR BOGOTÁ, debido a ello de ahí nace la necesidad de crear un restaurante gourmet en el que se compraran productos frescos semanalmente de las personas que cultiven los productos necesarios para preparar la comida, estos en favor de generar ingresos y crear empleo, en apoyar a jóvenes en innovación de infraestructuras que les permitan cultivar más, para generar más ingresos, siendo sustentables y poder darle a nuestros clientes que van a consumir la comida gourmet un producto más orgánico y de calidad.

Para tener más rotación y generación de los productos se iniciaran nuevas capacitación en el Municipio de Soacha en la comuna 4 de Altos Cazucá con el fin de dar a



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES: 1704



todas las personas que no tengan ingresos económicos se vean beneficiados por proyectos de seguridad alimentaria.

SEDE PRINCIPAL BOGOTÁ - PBX: (571) 587 87 97 Línea gratuita nacional: 01 8000 111 180
Carrera 9.ª n.º 51-11 / contactenos@usantotomas.edu.co
www.usta.edu.co

VICERRECTORÍA GENERAL DE UNIVERSIDAD ABIERTA Y A DISTANCIA –VUAD–
PBX: (571) 595 00 00 ext. 2044 / Carrera 10.ª n.º 72-50 / admisiones@ustadistancia.edu.co
www.ustadistancia.edu.co





TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN	2
1. INTRODUCCIÓN	7
2. OBJETIVOS	8
2.1 Objetivo General.	8
2.2 Objetivos Específicos.	8
3. MARCO TEÓRICO	9
4.1. Generalidades.	9
4. DISEÑO METODOLÓGICO	14
4.1 Metodología	14
4.1.2 Determinar la producción de alimentos cultivados de forma orgánica en el Jardín infantil Loma Linda, como principal abastecedor del restaurante a implementar.	14
4.1.2 Analizar los principales aspectos legales para el funcionamiento de un restaurante de comida orgánica.	14
4.2. Localización.	16
4.3. Costos de Investigación	17
5. PROPUESTA EMPRESARIAL	19
5.1 Descripción de la propuesta Empresarial	19
5.2. Diagrama de Procesos.	19
5.3. Requerimiento de Insumos.	20
Para apoyar al productor de las zonas urbanas que tienen pequeñas granjas agrícolas como las que se encuentran en Altos de Cazucá, más exactamente en Loma linda es la compra de sus productos que ellos encuentren que pueden ser vendidos.	20
5.4. Descripción y análisis del producto.	20
5.4.1. Atributos del servicio.	20



5.4.2. Análisis de la Demanda.....	21
5.4.3. Análisis del Sector Económico.....	22
5.4.4. Análisis del Precio.....	23
5.4.5 Descripción de otros Restaurantes.....	24
6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	25
6.1. Cargos.....	25
6.2. Proyección de Nomina.....	26
7. RESULTADOS.....	27
7.1. Demanda potencial.....	27
7.2. Flujo de Caja en 5 años.....	29
8. BIBLIOGRAFIA	31

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Estado de Resultado de cada año que se encuentre el Restaurante para llegar a un punto de ganancia.....	15
Tabla 2. En la siguiente tabla se representan los costos desarrollados para la realización de la investigación del proyecto de Agricultura Urbana.....	17
Tabla 3. Insumos de previos para la apertura y de donde provendrá.....	20
Tabla 4: Aproximación del salario a devengar por cada empleado.....	21
Tabla 5: Costos fijo mensuales programados según valor actual de año en vigencia.....	21
Tabla 6: Flujo de Caja.....	29
Tabla 7: VPN y TIR.....	30

LISTA DE GRAFICAS

Grafica No 1. Vive cerca al Centro Comercial Plaza de las Américas.....	27
Grafica No 2. Cada cuanto frecuenta los lugares cerca al Centro Comercial de las Américas.....	28
Grafica No 3. Edad de los Encuestados.....	28

ANEXOS

A. Encuesta para altos de Cazucá.....	33
B. Encuesta creación de un restaurante gourmet.	34
C. Fotos.....	35

1. INTRODUCCIÓN

El presente proyecto se realizó con el fin de satisfacer la demanda de hortalizas que requiere implementar un restaurante tipo gourmet con la producción de estas, bajo un modelos de agricultura urbana en Altos de Cazucá, para la cual fue necesario la siembra de diferentes hortalizas bajo el modelo mencionado, analizando la viabilidad de sostenibilidad económico y ambiental, a través de la contribución a la generación de empleo, capacitación, innovación en métodos de siembra, teniendo en cuenta el contexto donde se desarrolla la actividad.

A partir de la investigación llevada a cabo en el jardín de la FUNDACIÓN SOCIAL POR BOGOTÁ con su comedor infantil y disponibilidad de una producción constante de auto abastecimiento, se plantea la creación de una huerta en espacios poco convencionales que pueda abastecer un restaurante gourmet, al crear una empresa de innovación en el sector de la comida gourmet teniendo productos orgánicos y comprados directamente a los productores en las cercanías de la ciudad con ello se contribuye al medio ambiente con la disminución de agroquímicos utilizados en el campo y en la salud a minorando los costos, al dar mayor calidad , rentabilidad, y un producto orgánico al cliente, con la iniciativa de generación de empleos.



2. OBJETIVOS

2.1 Objetivo General.

Viabilidad financiera para la implementación de un restaurante de comida orgánica, el cual se abastecerá de unidades productivas agropecuaria bajo un modelo de sostenibilidad y huertas urbanas de Altos de Cazucá.

2.2 Objetivos Específicos.

- Analizar los principales aspectos legales para el funcionamiento de un restaurante de comida orgánica.
- Determinar la producción de alimentos cultivados de forma orgánica en el Jardín infantil Loma Linda, como principal abastecedor del restaurante a implementar.
- Establecer la viabilidad financiera del restaurante como unidad de emprendimiento.

3. MARCO TEÓRICO

4.1. Generalidades.

Se entiende por agricultura urbana cuando se refiere a pequeñas superficies (solares, huertos, márgenes, terrazas, recipientes) situadas dentro de una ciudad y destinadas a la producción de cultivos y la cría de ganado menor o vacas lecheras, para el consumo propio o la venta en mercados de los alrededores. (FAO, 1999)

La expresión agricultura periurbana se refiere a unidades agrícolas cercanas a una ciudad, que explotan intensivamente granjas comerciales o semi comerciales para cultivar hortalizas y otros productos hortícolas, criar pollos y otros animales, así como producir leche y huevos. (FAO, 1999)

La agricultura urbana ha sido promovida por diferentes ONGs, las cuales se encuentran integradas en el Comité Nacional de Impulso y cuyo propósito fundamental es promover la implementación de políticas públicas para el desarrollo de la agricultura urbana en Colombia, mediante la articulación de acciones para la economía solidaria la cual es que no se priorice el capital sino que se valore el ser humano.

Dado lo anterior, estas políticas públicas como lo son PSAN – Conpes 113 de 2007 mediante el Decreto 2055 de 2009, para incentivar la agricultura urbana se enmarcan dentro del gran objetivo de disminuir la pobreza, mejorar la calidad de vida, los ingresos a las familias agricultoras, mediante un óptimo fortalecimiento de la capacidad social y económica, que puedan obtener una mayor participación en factores relacionados con la tierra, el financiamiento, apoyo a la comercialización de sus productos, que se les

reconozca su aporte a la seguridad alimentaria, a la sostenibilidad del medio ambiente y un acceso más directo a los servicios que debe prestar el Estado.

Es de merecer especial atención a aquella parte de población que se encuentra en pobreza y vulnerabilidad, dado a la falta de políticas en el sector es poco valorado el desarrollo agrícola y la seguridad alimentaria. “Es así como, el Programa Seguridad Alimentaria y Nutricional de la Secretaría de Desarrollo Social y Participación Comunitaria realizó cuatro entregas con suplementos alimenticios como: aceite vegetal de maíz, arroz, frijol fortificado y bienes tarina a 950 niños mayores de 6 meses y menores de 5 años, y 141 madres gestantes o lactantes.” (Periodismo público, 2017)

Debe tenerse en cuenta que la agricultura urbana se considera como una base de relevada importancia para la producción sostenible de aquellos alimentos necesarios para erradicar la pobreza y que contribuyen de manera directa a la seguridad alimentaria de la mayor parte de la población, recalando que en Colombia la concentración de la propiedad de la tierra es alta, pero también existe un alto nivel de violencia y un atraso significativo del campo, aspectos estos que no han logrado disminuir la significancia de la agricultura familiar.

Es importante para ello promulgar la producción, reconocer el valor de los productos de las familias agricultoras, intensificar su comercialización, mejorar su acceso a los mercados, capacitarlos en asuntos relacionados con la negociación, la protección del medio ambiente, fortalecer la infraestructura y la asignación de recursos, de tal forma que se pueda conseguir un fortalecimiento óptimo de sus organizaciones

El sector conocido como Altos de Cazucá, zona limítrofe con Ciudad Bolívar (Bogotá), empieza sobre la autopista Sur, en el Kilómetro 8 y cubre un área de 600.000 más. (Cundinamarca, 1989) En el municipio de Soacha, donde residen 42.567 personas está constituido por barrios marginales en situación de extrema pobreza y aislamiento. Este sector se ha convertido en el refugio de gran parte de la población desplazada que llega al municipio recepcionando el 40.32% del total de desplazados registrados en Soacha y que asciende a 14.326 personas, 3.173 hogares, entre ellos de Quibdó y otras poblaciones de la Costa Pacífica, que se han concentrado principalmente en el sector denominado La Isla, que alberga el 4.04% de los desplazados, 578 personas. La Isla refugia desplazados por la violencia desde la Costa Pacífica, que inmediatamente llegan a Bogotá encuentran en este sector un poco de sus costumbres y cultura reunida en un solo lugar; su ubicación representa la ampliación de los ya extensos cordones de miseria que rondan la ciudad de Bogotá, ciudad que como consecuencia del crecimiento poblacional de su área metropolitana se ha fusionado geográficamente con el municipio de Soacha, al cual pertenece este sector. (Fronteras, 2006).

Se debe tener en cuenta que la demanda de productos orgánicos ha creado también nuevas oportunidades de exportación para el mundo en desarrollo. La agricultura orgánica todavía es apenas una pequeña rama de la actividad económica, pero está adquiriendo creciente importancia en el sector agrícola de algunos países, independientemente de su estadio de desarrollo. En Austria y en Suiza, la agricultura orgánica ha llegado a representar hasta un 10% del sistema alimentario, y en Estados Unidos, Francia, Japón y Singapur se

están registrando tasas de crecimiento anual superiores al 20%. Es una gran oportunidad porque habitualmente las exportaciones orgánicas se venden a unos sobrepuestos impresionantes, a menudo hasta un 20% superior a los de productos idénticos producidos en granjas no orgánicas. Sin embargo, la rentabilidad final de las granjas orgánicas es variable y se han realizado pocos estudios para evaluar las posibilidades de obtener esos sobrepuestos del mercado a largo plazo. No obstante, cuando las circunstancias son adecuadas, la rentabilidad de la agricultura orgánica en el mercado puede contribuir a la seguridad alimentaria local y a aumentar los ingresos familiares. (FAO, 1999)

En Colombia se encuentran entidades las cuales son las encargadas de certificar los productos agrícolas y abonos o insecticidas orgánicos que se usan diariamente en agricultura urbana y orgánica estas son: **Biotrópico** es una entidad que certifica productos como los abonos orgánicos líquidos, abonos de lombrices o lombri-abono, entre otros, y controla más de 80.000 hectáreas de producción limpia en Colombia, donde se obtienen productos de origen animal y cultivos de palma africana, banano, café, frutales, caña de azúcar, hortalizas, cereales, raíces y pastos. La **CCI** Corporación Colombiana Internacional es una entidad comprometida con el campo colombiano. La gran mayoría de departamentos del país con plantaciones y cría de animales ambientalmente sanos, han recibido certificación de esta entidad. **Ceres** es una entidad que certifica la producción vegetal, ganadera, exportaciones e importaciones entre otros. **Cotecna S.A.** tiene una gran expansión mundial. No sólo mira la calidad ecológica de los productos, sino que además, certifica el cumplimiento de las normas para poder venderlos. **BCS OKO Garantie** esta

entidad cuenta muchos especialistas con experiencia en inspección de empresas agrícolas y en general, todas las ramas de la industria alimenticia. **SGS COLOMBIA S.A.** es una certificadora que se encuentra en 140 países y su principal objetivo es obtener pruebas y verificar los procesos de producción en la industria alimentaria. **Ecocert** ofrece certificación de cosméticos orgánicos y naturales, en todo el mundo, que se elaboran con productos totalmente naturales. **Control Unión Colombia**, tiene oficinas en todos los continentes del planeta, se especializa en investigación, certifica la calidad y la cantidad en la producción y venta de los alimentos. (Fundación Manuel Mejía, 2019)

Cuando un alimento pasa por todo un proceso de estudio de análisis para la realización de certificación de un producto orgánico y ecológico recibe el ‘**Sello Único Nacional de Alimento Ecológico**’. Este sello asegura a los consumidores, que el producto que van comprar fue obtenido cumpliendo todos los requisitos de calidad orgánica y lo brinda el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural si usted presenta la carta de certificación que le da la entidad. (Fundación Manuel Mejía, 2019)

4. DISEÑO METODOLÓGICO

4.1 Metodología

4.1.2 Determinar la producción de alimentos cultivados de forma orgánica en el Jardín infantil Loma Linda, como principal abastecedor del restaurante a implementar.

Para realizar la intervención en la comunidad del barrio Loma Linda, se contó con la participación de 57 personas aproximadamente, en las cuales se cuenta con tanto adultos 83% y adultos mayores 17%, en el que se explicó el destino del desarrollo, para la intervención se aplicó la metodología de la Investigación Acción Participativa (IAP), la cual consistió en la aplicación de la herramienta encuesta con un total de doce (12) preguntas en el que nos daría como resultado si la comunidad les gustaría realizarla, si por sus pocos espacios y recursos estuvieran dispuestos a desarrollarlo. Con el fin de realizar un proceso de análisis de que ellos se encontraran dispuestos a vender productos de los que ellos cultivaran para un restaurante.

4.1.2 Analizar los principales aspectos legales para el funcionamiento de un restaurante de comida orgánica.

Para cumplir con las normas colombianas y evitar sanciones es importante que quienes se encuentran interesados en abrir al público un establecimiento de expendio de productos alimenticios cumplan los siguientes requisitos de carácter obligatorio según decreto 1879 de 2008:

1. Matricula mercantil Vigente.

2. Certificado Sayco & Acinpro.
 3. Registro Nacional de Turismo.
 4. Concepto Sanitario.
 5. Otras normas: Uso de suelo, Registro de Publicidad Exterior e Interior o una Certificación de Intensidad Auditiva.
 6. Concepto técnico de seguridad humana y protección contra incendios.
 7. Lista de precios.
 8. Inscripción RUT (Registro Único Tributario).
 9. Inscripción RIT (Registro de Información Tributaria).
 10. Certificado de Manipulación de Alimentos.
 11. Un trámite voluntario es el Depósito de Enseñanza Comercial.
- 4.1.3 Establecer la viabilidad financiera del restaurante como unidad de emprendimiento.

Tabla 1. Estado de Resultado de cada año que se encuentre el Restaurante para llegar a un punto de ganancia.

ESTADO DE RESULTADOS PRESUPUESTADO					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos	281.846.575	300.292.595	321.505.312	345.886.580	373.914.026
Costo de Ventas	57.589.834	61.300.856	65.564.377	70.472.386	76.108.211
Utilidad Bruta	224.256.741	238.991.739	255.940.935	275.414.194	297.805.815
G. Operacionales	190.576.099	198.271.558	206.477.721	212.327.468	221.711.630
Utilidad Operacional	33.680.642	40.720.181	49.463.214	63.086.726	76.094.185
Leasing operativo	0	0	0	0	0
Gastos Financieros	51.763.506	52.206.276	45.166.652	33.895.986	15.851.288
Utilidad Antes de Impuestos	-18.082.864	-11.486.095	4.296.563	29.190.740	60.242.897
Provisión de Impuestos	6.966.000	-3.790.411	1.417.866	9.632.944	19.880.156
Utilidad Neta - o Perdida	-25.048.864	-7.695.683	2.878.697	19.557.796	40.362.741
Reserva Legal	0	-769.568	287.870	1.955.780	4.036.274
Resultado del Ejercicio	-25.048.864	-6.926.115	2.590.827	17.602.016	36.326.467

-Se puede observar que la utilidad neta durante los dos primeros años es negativa

- Las utilidades van aumentando año tras años, por el incremento del volumen de ventas.
- Los egresos en el primer año, son gastos fijos que por mínimo tienen que realizarse para el buen funcionamiento de la empresa, donde no supera a los ingresos anuales de la empresa y su rentabilidad.

4.2. Localización.

- Delimitación temporal

Debido a investigaciones anteriores, realizadas con ayuda de la Fundación y las constantes capacitaciones se ha fomentado el desarrollo a una buena alimentación y ser gracias a las capacitaciones, y generar pequeños cultivos, tanto para generar ingresos como para ayudar a los jóvenes a que tengan otras labores en que centrasen, más el fomento de seguridad alimentaria y nutricional que se ha visto en la Fundación.

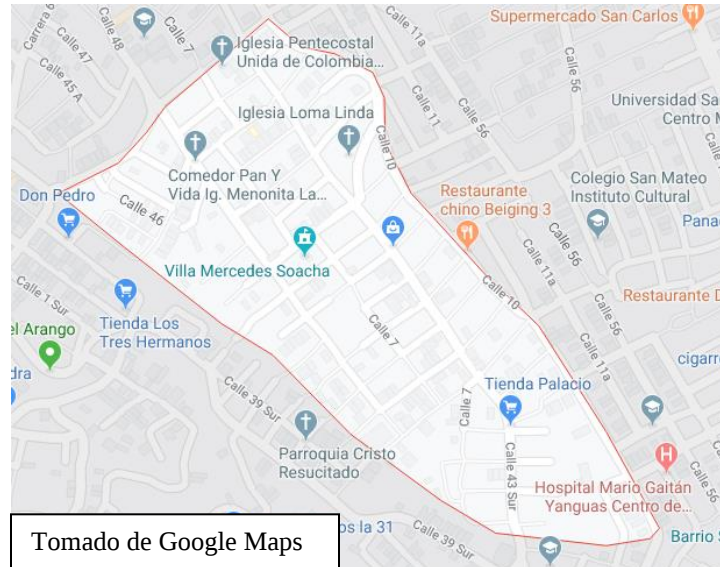
Todo con el fin, de crear capacitaciones constantes de incentivar la agricultura urbana y periurbana para de ahí llevar ello a la creación de un restaurante gourmet que se ha sostenible con productos cultivados, cosechados por ellos mismo, o comprados a las diferentes familias que se encuentran beneficiadas en las capacitaciones, generando ingresos extras para esta comunidad vulnerable.

- Delimitación espacial
- * Norte: La Comuna 5 de San Mateo (Carrera 1 y Transversal 9 este, Calle 55 y Carrera 2)
- * Sur: La vereda Panamá
- * Occidente: La Comuna 5 de San Mateo (Av. Terreros Calle 38)



- * Oriente: La Localidad bogotana de Ciudad Bolívar (Barrios Potosí, Caracolí, Tres Reyes, Santa Viviana, Casacollas, Nueva Estancia)

Mapa 1: Comuna 4 Cazucá del municipio de Soacha Cundinamarca.



4.3. Costos de Investigación

Tabla 2. En la siguiente tabla se representan los costos desarrollados para la realización de la investigación del proyecto de Agricultura Urbana.

Proyecto Investigación Costos				
DESCRIPCION	VALOR UNIDAD	CANT.	EGRESOS	INGRESOS
Material de realización de Encuestas				
Hojas de Papel	\$22	500	\$11.000	
Carpetas	\$3.000	4	\$12.000	
Diseño formato encuestas	\$500	57	\$28.500	
Esferos	\$700	12	\$8.400	



Impresiones	\$100	5	\$500	
Fotocopias	\$100	300	\$30.000	
Marcadores	\$2.200	8	\$17.600	
Transporte				
Pasajes	\$6.800	16	\$108.800	
Honorarios				
Pago encuestadores/	\$35.000	16	\$560.000	
Alimentación				
Refrigerio encuestador	\$3.000	16	\$48.000	
Almuerzo	\$7.000	16	\$112.000	
Realización de Tabulación				
Internet 4 horas.	\$925	4	\$3.700	
Otros Gastos				
Imprevistos			\$18.000	
Ingresos				
Aportes				\$940.900
			\$940.900	
Total INGRESOS				\$940.900
SALDO			\$0	



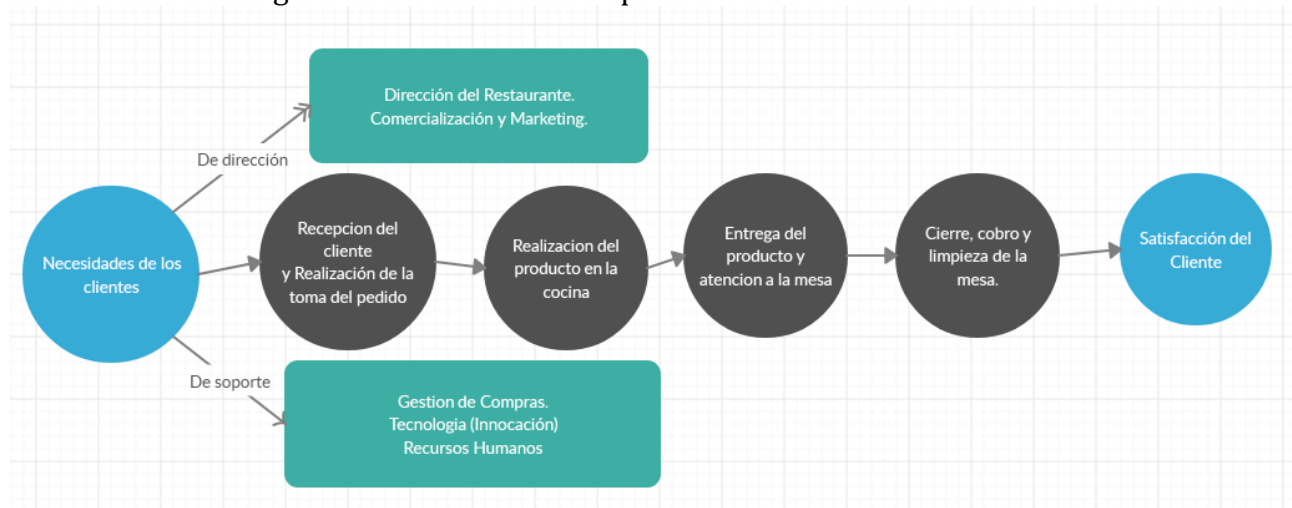
5. PROPUESTA EMPRESARIAL

5.1 Descripción de la propuesta Empresarial

La propuesta empresarial es la realización de un restaurante en la ciudad de Bogotá el cual se encontrara localizado cerca al Centro Comercial Plaza de Las Américas, este ofrecerá comida gourmet, la mayor cantidad de productos que se utilicen para la preparación de las comidas serán comprados a las personas que decidan vender sus productos cultivados en Altos de Cazucá, los demás productos serán conseguidos a través del voz a vos pero deben ser comprados directamente a las personas que los cultivan y cosechan con el fin de no tener intermediarios y así garantizar que los ingresos queden directamente en el productor.

5.2. Diagrama de Procesos.

Diagrama 1: Administrar los procesos del Restaurante.





5.3. Requerimiento de Insumos.

Tabla 3. Insumos de previos para la apertura y de donde provendrá.

INSUMOS BASICOS			
DESCRIPCION	BASICOS	COMPRAR	VECINOS DE AGRICULTURA URBANA Y PERIURBANA
Abarrotes	Harina, Azúcar, latas de conserva, sal, condimentos, mermeladas, agregados.	Directamente en proveedores mayoristas.	
Carnes y embutidos	Pollo, pescado, carnes rojas, mariscos, carnes frías	Directamente en plaza.	
Productos lácteos	Leche, crema, queso.		Conseguir proveedor de leche y queso fresco.
Barra	Agua embotellada, refrescos, jugos, vinos, licores y hielo.	Proveedores tradicionales.	
Frutas y verduras	Frescas y congeladas.		Utilizar y comprar productos cultivados por la comunidad de Altos de Cazucá.
Productos de limpieza	Laca loza, detergentes, escobas, esponjas, desengrasantes.	Productos en proveedores tradicionales	

Para apoyar al productor de las zonas urbanas que tienen pequeñas granjas agrícolas como las que se encuentran en Altos de Cazucá, más exactamente en Loma linda es la compra de sus productos que ellos encuentren que pueden ser vendidos.

5.4. Descripción y análisis del producto.

5.4.1. Atributos del servicio.

El atributo del servicio es el factor primordial porque, como restaurante el proceso del servicio comienza desde que el comensal entra al restaurante y termina cuando sale de este mismo lo que se hace es brindar un servicio que haga que los comensales deseen regresar creando así poco a poco la lealtad al cliente el personal se encargara de dar a los clientes una experiencia de servicio única haciéndolo sentir que su satisfacción es lo más importante conservando siempre el respeto.

Propuesta Misión: Es una empresa dedicada a la producción y venta de productos alimenticios nutricionales de excelente calidad, a través de una oferta integral y oportuna de productos y servicios, para satisfacer las necesidades de los clientes en el contexto nacional.

Propuesta Visión: quiere ser reconocida, en menos de dos años, como una organización comprometida con sus productos cumpliendo con los más estrictos estándares de calidad, productividad y competitividad para satisfacer las necesidades de los clientes y consumidores. Permitiendo así, llegar a posicionarse y mantenerse como líder en la categoría de Restaurante Gourmet Nutritiva por su buen desempeño como producto y por garantizar el desarrollo social y económico de los asociados productores y trabajadores.

5.4.2. Análisis de la Demanda

La demanda se halla insatisfecha en la adquisición de productos saludables que contribuyan a la conservación de la salud ya que quienes expenden productos manejan

precios a los que pocas personas pueden acceder, o la calidad no llena sus expectativas por cuanto su sabor no es el más apetecido.

Hoy en día, sin importar el desarrollo de los países, las personas se están inclinando por consumir alimentos sanos. La obesidad es la razón principal por la cual el mundo está tomando conciencia al cuidar la salud y evitar posibles enfermedades; según la revista Catering de LEGIS, mil setecientos millones (1.700M) personas en el mundo sufren de sobrepeso y de estas trescientos millones (300M) son consideradas obesas. Al ver esta situación, los establecimientos de comidas rápidas, han buscado con sus productos mejorar la calidad de vida de las personas supliendo sus necesidades y brindándoles una mejor alimentación con tablas nutricionales que especifiquen el contenido de los alimentos, platos bajos en grasas y carbohidratos. (Daza Carlos, 2006)

En Colombia, la cultura de comer sano se ha convertido en un estilo de vida, aunque las cifras no son tan alarmantes como en otros países, existen doce (12) millones de personas con sobrepeso que no han medido la importancia de cuidarse y de evitar enfermedades cardiovasculares o cánceres, al no llevar una dieta balanceada saludable. (DANE)

5.4.3. Análisis del Sector Económico.

Bogotá tiene una amplia oferta de restaurantes pero pocos de ellos están ajustados a ofrecer productos orgánicos y que estos productos que son comprados provengan directamente de los que los cultivan y cosecha, estos no serán de alto costo por que no hay



intermediarios para la compra de ellos. Se enfocara en mejorar el servicio, la salud de los comensales no invirtiendo esfuerzos en obtener mayor rentabilidad a costa de la salud, si no ofrecer productos variados y de nuestra propia gastronomía nacional teniendo en cuenta que el cliente siempre debe estar satisfecho y que no se resigne a consumir cualquier alimento que se oferta en el mercado. En Bogotá se encuentra cuatro restaurantes de comida orgánica como La criolla en el barrio la Macarena, Suna que se encuentra en el centro, Quinua y Amaranto en el barrio la Candelaria, y Bioplaza en el Barrio Chico.

5.4.4. Análisis del Precio.

Los propósitos de esta estrategia de precios son:

- Proveer márgenes de utilidad sanos.
- Connotar alta calidad.
- Restringir la demanda a niveles que no salgan de las capacidades de producción del negocio.
- Proporcionar flexibilidad a la empresa, ya que es mucho más fácil bajar un precio inicial que choca con la resistencia del consumidor que subirlo si ha resultado demasiado bajo para cubrir los costos.

Según la encuesta realiza sobre los precios a los restaurantes que frecuenta de alto y bajo costo nos muestra la Grafica que las personas pagan un costo de 5.000 a 15.000 pesos con un 70% y de 16.000 a 50.000 pesos el 20% esto reflejaría que para competir con estos otros restaurantes se debe tener un plato intermedio o corriente de 8.000 y un ejecutivo de 12.000, platos especiales de 12.500 en adelante con el fin de generar ingresos rápidos

rotación de productos perecederos teniendo en cuenta que la preparación de las comidas se realiza con productos frescos y comprados directamente a los cultivadores y cosechadores.



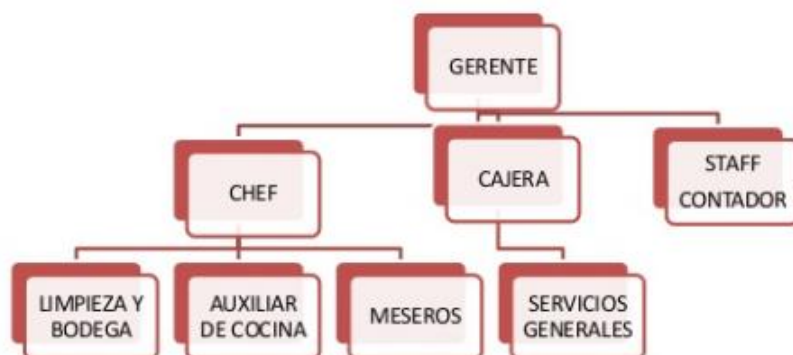
5.4.5 Descripción de otros Restaurantes.

CREPES & WAFFLES

Es una marca insignia en el país. Sus crepes de sal y dulce, ensaladas artísticas, panne cooks, pitas, sopas, helados artesanales, postres, waffles, bebidas frías y calientes entre otros productos de su menú, hacen parte de la idiosincrasia gastronómica colombiana. Crepes & Waffles es, además, una empresa reconocida por su sentido de responsabilidad social, al emplear solo mujeres, la mayoría de ellas madres cabeza de familia y también trabajan en alianza con campesinos de diferentes regiones del país. Si buscas una oferta gastronómica honesta y de calidad, no dudes en visitar cualquiera de sus restaurantes.

6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

6.1. Cargos.



-Gerente: Controlar el funcionamiento general de la compañía. Tener control sobre las finanzas. Manejar de manera óptima el recurso humano de la empresa.

-Chef: Asegurar los procesos de producción se ejecuten según las políticas. Producir las cantidades necesarias. Verificar la calidad de la materia prima e insumos que llegan al establecimiento.

-Auxiliar de Cocina: Estar al pendiente de las órdenes del chef, en la preparación de alimentos, en el aseo de cocina.

-Meseros: Responsables en la buena atención del cliente siempre atendiendo a cada inquietud del mismo, con el fin de siempre satisfacer la necesidad del cliente.

-Cajera: Responsable del manejo de efectivo en cada apertura y cierre del establecimiento, estar al pendiente del aseo del lugar.

-Staff Contador: El encargado del control de facturas, impuestos, control semanal, mensual, y anual de declaración de impuestos.

6.2. Proyección de Nomina.

Tabla 4: Aproximación del salario a devengar por cada empleado.

Nombre del empleado	Devengado								Deducciones					Neto pagado	Firma del empleado
	Salario básico	Días liquidados	Salario devengado	Horas extras	Recargos nocturnos	Trabajo dominical y festivo	Auxilio de transporte	Total devengado	Salud	Pensión	Fondo de solidari	Ret enc	Otr as		
GERENTE	1.200.000	25	1.000.000				80.860	1.080.860	40.000	40.000	-	-	-	1.000.860	
ADMINISTRADOR	854.617	30	854.617	30.000		25.000	97.032	1.006.649	36.385	36.385	-	-	-	933.880	
CHEF	854.617	30	854.617	30.000		25.000	97.032	1.006.649	36.385	36.385	-	-	-	933.880	
MESERO	854.617	30	854.617	30.000		25.000	97.032	1.006.649	36.385	36.385	-	-	-	933.880	

Tabla 5: Costos fijo mensuales programados según valor actual de año en vigencia.

Costos Fijos Mensuales	
Arrendamientos	\$ 1.200.000
Servicios Públicos	\$ 550.000
Seguros	\$ 600.000
Nomina Administrativa y de Ventas	\$ 3.499.875
Útiles y Papelería	\$ 100.000
Aseo y Cafetería	\$ 500.000
Reparaciones	\$ 150.000
transportes	\$ 300.000
Publicidad	\$ 3.700.000
Gastos Diversos	\$ 1.000.000
Total	\$ 11.599.875

7. RESULTADOS.

7.1. Demanda potencial.

En el gráfico número 1 podremos evidenciar que más del 75% de los encuestados están cerca del C.C plaza de las Américas y menos del 25% no viven cerca C.C plaza de las Américas.

Es importante porque la frecuencia de personal visitantes es alta lo cual hay una demanda potencial para colocar un restaurante y que este tenga flujo constante de comensales.

Grafica No 1. Vive cerca al Centro Comercial Plaza de las Américas.

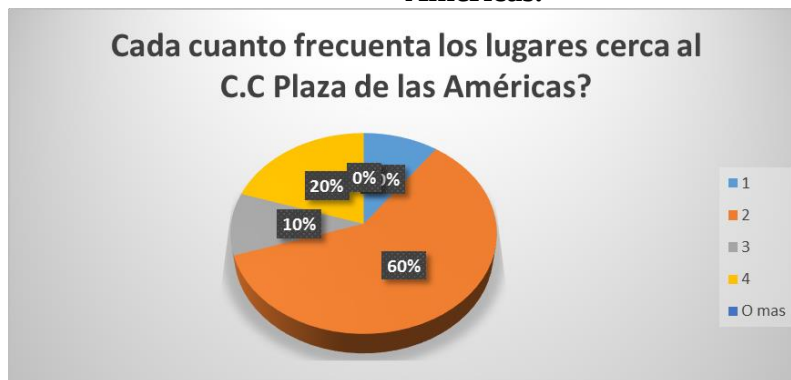


En el gráfico número 2 podremos evidenciar que más del 60% de los encuestados frecuentan lugares cerca al Centro Comercial Plaza de las Américas.

Es importante porque la frecuencia de visitas en las semana es alta por lo cual nos determinaría que la demanda potencial es estable dándonos una mayor incentivación para el crecimiento del restaurante.



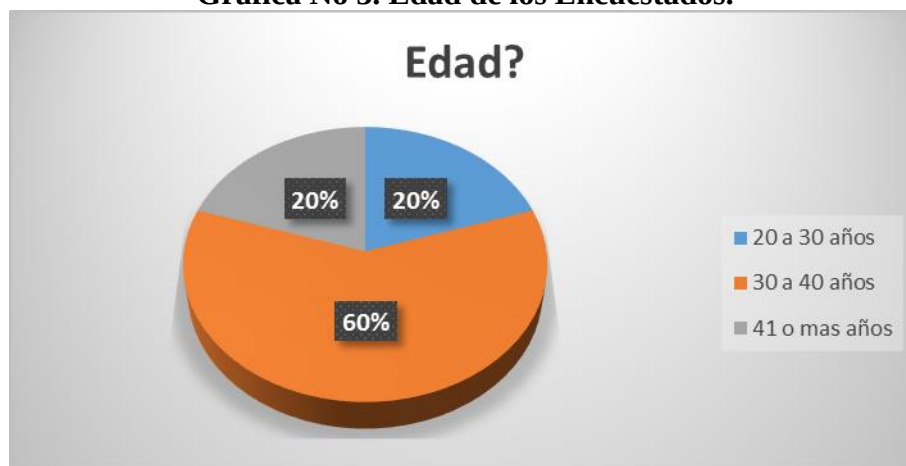
Grafica No 2. Cada cuanto frecuenta los lugares cerca al Centro Comercial de las Américas.



En el gráfico número 3 podremos evidenciar que más del 60% de los encuestados pertenecientes entre las edad de 20 a 30 años son los que más se encuentran en esta zona, de 30 a 40 años un 20%.

La importancia de que se han de edad joven y adulta ayuda a que quieran tener un gusto hacia ellos mismo de entrar a un restaurante gourmet en el que se les ofrecerá alimento sano, nutritivo y orgánico según la necesidad de cada cliente.

Grafica No 3. Edad de los Encuestados.





7.2. Flujo de Caja en 5 años.

Tabla 6: Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA LIBRE					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad Operativa	33.680.642	40.720.181	49.463.214	63.086.726	76.094.185
Menos Provisión Impuestos	11.451.418	13.437.660	16.322.861	20.818.620	25.111.081
Utilidad Neta	22.229.223	27.282.521	33.140.354	42.268.107	50.983.104
Mas Depreciación	16.120.022	16.120.022	16.120.022	13.203.355	13.203.355
Flujo de Caja Bruto	38.349.245	43.402.543	49.260.375	55.471.462	64.186.459
(-) Incremento del KTNO	24.450.859	26.049.938	27.888.857	30.002.439	32.432.072
Reposición De Activos Fijos	0	-13.203.355	-13.203.355	-13.203.355	-13.203.355
Flujo de Caja Libre	13.898.386	30.555.960	34.574.873	38.672.377	44.957.742

-Punto de equilibrio se da cuando las ventas cubren los costos, es decir cuando los ingresos son iguales a los costos totales; en este caso la cifra es de \$212.478.533 pesos. Se debe vender 53.120 unidades para lograr el punto de equilibrio.

-La inversión se recupera en el primer mes del quinto año, ya que según el flujo de caja y la diferencia que se tiene con la inversión inicial, es en ese momento dentro del horizonte de planeación que se ve la recuperación total de la inversión.

-El flujo de cada libre aumenta a medida que las utilidades aumentan, en este caso desde el primer año se piensa tener en caja \$13.898.386.

-El valor presente Neto es positivo, lo que indica que se tendrá un incremento equivalente al monto del VPN, indicando la rentabilidad del negocio, la Tasa Interna de Retorno es mayor a la tasa de interés (4%), lo cual se concluye que el rendimiento que se obtendría realizando la inversión es mayor que el lograría en la mejor inversión alternativa, por lo tanto, es viable realizar la inversión.

-En la relación costos -benéfico, el Valor Presente ingresos es mayor al Valor Presente egresos, lo que beneficiaría a la empresa.



Tabla 7: VPN y TIR

Periodo	Flujo
0	-120.505.590
1	13.898.386
2	30.555.960
3	34.574.873
4	38.672.377
5	44.957.742
VALOR PRESENTE NETO	\$ 21.855.179,15
TASA INTERNA DE RETORNO	9,4%
RELACION COSTO - BENEFICIO	1,181362368
VP Ingresos	142.360.769
VP Egresos	120.505.590



8. BIBLIOGRAFIA

Cundinamarca, I. U. (1989). Trabajo de Grado. En *Soacha ayer y hoy* (pág. 184). Bogotá.

Fronteras, M. S. (2006). <http://www.acnur.org/>. Obtenido de

http://www.acnur.org/t3/uploads/media/COI_1582.pdf

Entrepreneur, (2019) Equipo básico para abrir un restaurante, Descubre la lista del personal y los utensilios que necesitas para tu negocio, así ya no comprarás demás.

<https://www.entrepreneur.com/article/262698>

FAO, (2019) Agricultura Urbana. <http://www.fao.org/urban-agriculture/es/>

Nueva Sociedad 262, (Marzo-Abril 2016), La agricultura Urbana: un fenómeno global.

<https://nuso.org/articulo/la-agricultura-urbana-un-fenomeno-global/>

Periodismo Público, Julio 23, 2010, Soacha, Agricultura urbana y emprendimiento, una estrategia de desarrollo y oportunidades. <https://periodismopublico.com/agricultura-urbana-y>

Bogotá Lure, 2018, Restaurantes y Bares. <http://www.lurebogota.com/crepes-waffles/>

Periodismo público, 2017, <https://periodismopublico.com/soacha-fortalece-la-seguridad-alimentaria-en-ninos-madres-gestantes-y-lactantes>

FAO, Enero de 1999 Enfoques, La agricultura Orgánica.

<http://www.fao.org/ag/esp/revista/9901sp3.htm>

Fundación Manuel Mejía, 2019, Agricultura Limpia, Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural Derechos reservados, distribución gratuita.



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES: 1704



Cámara de Comercio, Abril 2016, Boletín Nro. 3 Conozca los requisitos para abrir un nuevo negocio de productos alimenticios, <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-Lacteo-de-Bogota-Region/Noticias/2016/Abril-2016/Conozca-los-requisitos-para-abrir-un-nuevo-negocio-de-productos-alimenticios>.

Economía Solidaria, Septiembre 28 del 2017, Portafolio, <https://www.portafolio.co/economia/solidaria-modelo-para-buscar-el-bien-comun-510170>

DAZA, Carlos, 2006. La obesidad: un desorden metabólico de alto riesgo para la salud <http://colombiamedica.univalle.edu.co/Vol33No2/cm33n2a5.htm>.



ANEXOS

A. ENCUESTA PARA ALTOS DE CAZUCA

Ciudad _____ Fecha _____

Vive usted en Altos de Cazucá? _____

Edad: _____

Responda utilizando: X

1. Hace cuanto vive en el barrio? 5____ 4____ 3____ 2____ 1____
Meses _____ o Años _____
2. Con cuantas personas vive? 1____ 2____ 3____ o mas _____
3. Son menores de edad? SI____ NO____. Cuantos? _____
4. Hay adultos mayores? SI____ NO____. Cuantos? _____
5. Cuantas personas tienen ingresos fijos en su hogar? 1____ 2____ 3____ 0____
6. Le gustaría saber que es la agricultura urbana? SI____ NO____
7. Sabe usted si podría hacer un cultivo en su terraza? SI____ NO____
8. Que le gustaría sembrar? Aromáticas _____ Legumbres _____ u
Otro _____. Cual? _____
9. Sabe los beneficios de sembrar Hierbas Aromáticas? SI____
NO _____
10. Sabe cuáles son las legumbres de fácil Producción? SI____ NO____
11. Usted cree que podría darle esta capacitación de agricultura urbana una
alternativa para obtener ingresos fijos? SI____ NO____
12. Usted al tener la posibilidad de realizar un cultivo, vendería los productos?
SI____ NO____. O Solo lo haría para consumo propio del
hogar _____



B. ENCUESTA CREACION DE RESTAURANTE GOURMET

1. Vive cerca al C.C Plaza de Las Americas? SI_____NO_____
2. Cada cuanto frecuenta los lugares cerca al C.C Plaza de las Américas?
1____2____3____4____ o Mas_____ a la semana.
3. EDAD: _____
4. Frecuenta algún restaurante en los alrededores del C.C Plaza de las Américas?
SI_____ NO_____. Cual? _____
5. Conoce algún restaurante de Comida Gourmet? SI_____ NO_____
6. Estos restaurantes que frecuenta son de Alto o Bajo Costo? No sé _____ Si desde
5.000 a 15.000 pesos_____ 16.0000 a 50.000 pesos_____
7. Estos establecimientos son de fácil Acceso? Si todos _____ Algunos_____ Muy
costos_____ No se _____
8. Al ingresar a estos restaurantes exigen etiqueta? SI _____ NO_____
Algunos_____
Cuales?_____
9. El restaurante ofrece atención para todas las edades? SI_____ NO_____
10. Como le parece la infraestructura de estos restaurantes? Mala_____
Regular_____ Buena_____ Excelente_____
11. Que le parece el horario de atención a los clientes? Buena_____ Regular _____
Mala_____
12. Le gustaría que le ofrecieran la opción de reservar su mesa? SI_____NO_____
13. Que le gustaría además de comidas y bebidas encontrar en los restaurantes? Servicio
de Wiffi (Internet)_____ Recargas a celular_____ Juegos/Entretenimiento
infantil_____ Tomacorrientes para Celular/PC_____
14. Que debe tener un restaurante para que nazca ir a conocerlos? Buena
Infraestructura_____ Excelente Higiene_____ Reconocido/Recomendado_____
Excelente Servicio y personal_____
15. Le gustaría que a la hora de leer la carta especifique los ingredientes por el cual está
preparado? SI_____ NO_____



FOTOS



Fotos de fortalecimiento de las competencias en agricultura urbana.



Fotos de realización de la encuesta.



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES: 1704



Fotos de la práctica de agricultura urbana en Altos de Cazucá

SEDE PRINCIPAL BOGOTÁ - PBX: (571) 587 87 97 Línea gratuita nacional: 01 8000 111 180
Carrera 9.ª n.º 51-11 / contactenos@usantotomas.edu.co
www.usta.edu.co

VICERRECTORÍA GENERAL DE UNIVERSIDAD ABIERTA Y A DISTANCIA -VUAD-
PBX: (571) 595 00 00 ext. 2044 / Carrera 10.ª n.º 72-50 / admisiones@ustadistancia.edu.co
www.ustadistancia.edu.co





UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES: 1704



SEDE PRINCIPAL BOGOTÁ - PBX: (571) 587 87 97 Línea gratuita nacional: 01 8000 111 180
Carrera 9.ª n.º 51-11 / contactenos@usantotomas.edu.co
www.usta.edu.co

VICERRECTORÍA GENERAL DE UNIVERSIDAD ABIERTA Y A DISTANCIA -VUAD-
PBX: (571) 595 00 00 ext. 2044 / Carrera 10.ª n.º 72-50 / admisiones@ustadistancia.edu.co
www.ustadistancia.edu.co





UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES: 1704

ACREDITACIÓN
INSTITUCIONAL
DE ALTA CALIDAD
MULTICAMPUS

Res. MEN No. 01456 del 28 de enero de 2016
Vigencia por seis años



SEDE PRINCIPAL BOGOTÁ - PBX: (571) 587 87 97 Línea gratuita nacional: 01 8000 111 180
Carrera 9.ª n.º 51-11 / contactenos@usantotomas.edu.co
www.usta.edu.co

VICERRECTORÍA GENERAL DE UNIVERSIDAD ABIERTA Y A DISTANCIA -VUAD-
PBX: (571) 595 00 00 ext. 2044 / Carrera 10.ª n.º 72-50 / admisiones@ustadistancia.edu.co
www.ustadistancia.edu.co





UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES: 1704



Fotos tomadas en la Comunidad Altos de
Cazucá.
Por el Autor de la Tesis.