

# CULTIVA TU HOGAR



Equipo  
401

# INDICE DE CONTENIDOS

01 DESAFÍO

02 SOLUCIÓN

03 MERCADO

04 GENERACIÓN DE VALOR

05 IMPACTO

06 EQUIPO

07 CAPACIDADES

08 ALIADOS

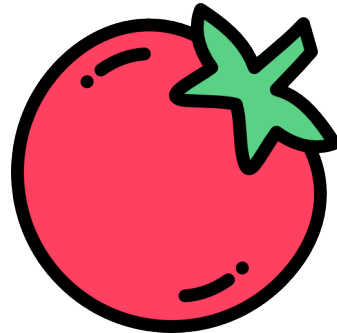
09 VALOR DIFERENCIAL

01

DESAFÍO



Durante el aislamiento preventivo en la coyuntura del COVID-19 muchas personas se ven en dificultades económicas y de abastecimiento para obtener los alimentos que aportan a sus necesidades nutricionales poniendo en riesgo su seguridad alimentaria.





02

SOLUCIÓN

*Cultiva tu Hogar* busca proveer a las comunidades de autonomía y seguridad alimentaria en tiempos donde la movilidad para adquirir alimentos es limitada y los recursos monetarios escasean debido a la pandemia del COVID-19, mediante la instalación de estructuras o módulos para el cultivo de alimentos dentro de los hogares.



Como principal diferenciador basado en los integrantes de la familia se incluyen indicaciones de que alimentos deben ser producidos de acuerdo con los perfiles nutricionales para asegurar una alimentación balanceada y nutritiva con un enfoque personalizado hacia el curso de vida.



03

MERCADO

*Cultiva tu Hogar* será lanzado en dos fases inicialmente e influenciado principalmente por los clientes/usuarios objetivo así:

## FASE 1

La primera fase, 3 a 4 meses, consiste en ofrecer *Cultiva tu Hogar* a población urbana clase media (nivel de ingreso 10 a 50 USD/día) y a población urbana considerada en vulnerabilidad (nivel de ingreso 4 a 10 USD/día) en la localidad de Suba, en la ciudad de Bogotá, Colombia y en Puebla, México.

### POBLACIÓN CLASE MEDIA Y VULNERABLE

74%



78%



## FASE 2

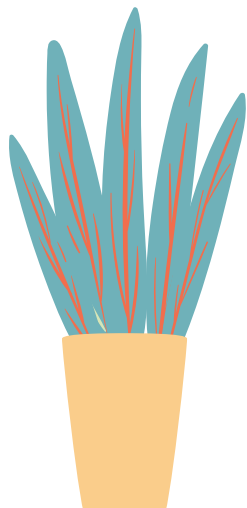
En la segunda fase y superados los meses críticos de la pandemia, expandiremos la oferta a población clase media, vulnerable, en pobreza moderada y extrema en áreas urbanas y periurbanas de la localidad de Suba en Bogotá, Colombia y la ciudad de Puebla, México.



Estas poblaciones fueron seleccionadas porque se encuentran en alto riesgo alimentario dado que sus ingresos se ven impactados por despidos del lugar de trabajo o porque pertenecen a la economía informal y/o no poseen las tierras para producirlo por su propia cuenta, como el caso de la población rural.

04

# GENERACIÓN DE VALOR

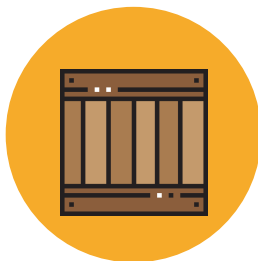


# PRODUCTO

El producto consta de estructuras o módulos para el cultivo de alimentos dentro de los hogares. Incluye:



- Materiales para estructura de soporte, que pueden ser en aluminio, madera o plástico.



- Contenedores tipo maceta que pueden ser en madera, plástico, malla metálica.



- Plantulas y semillas de las especies especificadas por el perfil nutricional.



- Guías de usuario: guía de armado, guía nutricional y guía de siembra, cuidado y cosecha.

# PRODUCTO

Prototipo



# FASE 1

En las comunidades objetivo será ofrecido el modelo "Autónomo", que consiste en autoabastecimiento instalando tantos módulos como espacio se tenga disponible buscando satisfacer la demanda del hogar. Inicialmente, los módulos contarán con semillas preinstaladas para facilitar el uso.



**3-4 MESES**

**ETÁPA CRÍTICA DE LA  
PANDEMIA**

## FASE 2

En esta fase se implementará el modelo de Cluster porque se espera que el acercamiento humano sea permitido o al menos sea menos estricto que en la actualidad.

El modelo Cluster consiste en llegar a zonas con más área disponible (como las periurbanas) para la producción de más alimentos y que estos sean intercambiados a modo de trueque o vendidos a precios muchos mas bajos que los mercados tradicionales.



**POST ETAPA CRÍTICA**

# FUENTES DE INGRESO

## FASE 1

Para iniciar se realizará una prueba preliminar en dos barrios de Suba, Bogotá y dos barrios de Puebla, Puebla (con población de ingresos medios y en condición de vulnerabilidad), con el apoyo de una o más empresas patrocinadoras como parte de su programa de responsabilidad social.



En esta prueba se asignará gratuitamente *Cultiva tu Hogar* a un total de 50 familias con el fin de evaluar la efectividad del modelo, ajustar donde sea necesario (SCAMPER) y pasar a la siguiente etapa.

## FASE 1: PAGOS

No se cargará ningún precio a las familias porque *Cultiva tu Hogar* estaría patrocinado por las empresas vinculadas. En contraprestación, se pedirá colaboración por parte de las familias en el levantamiento de información concerniente al rendimiento del producto y así aplicar mejora continua afinando el producto antes de la etapa 2.





# FUENTES DE INGRESO

## FASE 2

Basados en los resultados de la prueba en la primera etapa se buscará convencer a las empresas patrocinadoras de incrementar su inversión en *Cultiva tu Hogar*, a su vez se buscarán nuevos convenios con más empresas que estén interesadas en promover la autonomía alimentaria, así como ONGs, agremiaciones y/o asociaciones.

Se crearán convenios con fundaciones (por ejemplo, de agricultura urbana) para vender de manera más ágil *Cultiva tu Hogar* a los gobiernos, y así llegar a las poblaciones objetivo.

Otra vía de ingresos sería implementar un modelo de comercialización de venta directa a través de:  
Grandes superficies - Otros emprendimientos de enseñanza de agricultura urbana - Viveros locales  
Compra directa online

## FASE 2 : PAGOS

Aquí tenemos dos situaciones, pago del producto por parte de los gobiernos, a través de las fundaciones y pagos por compra directa con canales como: efectivo (pago contra entrega) y pago digital (transferencia electrónica o a través de plataforma de pago PSE, PayU).

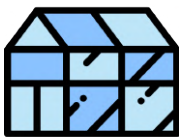


Adicionalmente se prevé establecer sistemas de trueque con agremiaciones, asociaciones o fundaciones vinculadas a la autonomía alimentaria para desarrollar proyectos paralelos.

A modo de incentivo se ofrecerán precios especiales para personas que se asocien con el fin de crear huertas comunitarias.

# RECURSOS

En el escenario de la de la fase 1 (zonas urbanas), los recursos necesarios para ofrecer el kit completo, compuesto por una guía de instalación, de mantenimiento y de productos recomendados para siembra, así como materiales y herramientas, son:



- Materiales para estructura de soporte, que pueden ser en aluminio, madera o plástico.



- Contenedores tipo maceta que pueden ser en madera, plástico, malla metálica.



- Plantulas y semillas de las especies especificadas en el diagnóstico.



- Guías de usuario: guía de armado, guía nutricional y guía de siembra, cuidado y cosecha.

# RELACIÓN CON CLIENTES



La primera interacción será vía telefónica/internet para identificar las potenciales familias que entrarán en la etapa de prueba.



En la segunda etapa, con los nuevos usuarios se mantendrá una relación uno a uno telefónica/internet similar a la planteada en la prueba piloto, pero con los ajustes que se requieran después de la prueba.



Finalmente se habilitará un canal de servicio al cliente en caso de dudas o problemas con el producto vía telefónica/internet.

# ACTIVIDADES CLAVE

- Elaboración de guías didácticas (instalación, operación, producción, mantenimiento, comercialización).
- Desarrollo de Red de apoyo directo o de soporte intermediaria que garantice la continuidad del proyecto, soporte comercial y técnico.
- Creación de red de distribución con altos estándares de seguridad que minimicen el riesgo de contagio.
- Identificación de proveedores de materias primas certificados en sostenibilidad.
- Efectiva comunicación de promesa de valor a través de campañas de mercadeo.
- Canal de comunicación con los clientes vía pagina web/ telefónica..
- Implementación de etapa piloto.
- Plan de expansión tipo franquicia a países seleccionados a través de los canales definidos.
- Evaluación de efectividad de uso, producción y optimización de operación para tropicalización.
- Desarrollo de varias opciones de invernadero base de acuerdo con espacios tipo y definición de kits con cada módulo opcional.



# SOCIOS CLAVE

Para llegar a los usuarios, en la primera etapa se necesitan empresas interesadas en patrocinar iniciativas de autonomía alimentaria dentro de sus programas de responsabilidad social, además entidades, fundaciones o asociaciones que sirvan como intermediarios para la distribución de alimentos frescos, como:

**AGROSAVIA**  
Corporación colombiana de investigación agropecuaria



**DICONSA**

**SAGARPA**  
SECRETARÍA DE AGRICULTURA,  
GANADERÍA, DESARROLLO RURAL,  
PESCA Y ALIMENTACIÓN



Centro de Investigación  
en Alimentación y Desarrollo

# SOCIOS CLAVE

En la segunda etapa, adicional a las mencionadas, fundaciones que permitan el acercamiento al gobierno a través de ellos, cadenas de grandes superficies para venta directa, ONGs, agremiaciones y/o asociaciones.

Otro posible aliado sería Techo, que se dedica a la construcción de casas para población de bajos ingresos. Estas viviendas se entregarían con un sistema integrado para la agricultura urbana.



# PROVEEDORES

Materiales para la estructura y macetas.

Semillas y/o plántulas seleccionadas.

Abonos y control de plagas.

Diseño gráfico e impresión de las cartillas informativas.

Sistema de producción y distribución del producto.





05

IMPACTO



# BENEFICIOS



Beneficios económicos por el autoabastecimiento de alimentos. Por ejemplo, en Colombia una familia que invierte en agricultura urbana puede reducir sus gastos en alimentación diaria en un 50%, pasando de invertir entre 2 a 4 USD a menos de 2 USD.



Mejora los hábitos alimenticios y la calidad nutricional al disponer de alimentos orgánicos. En Colombia se ha demostrado que la agricultura urbana ha permitido aumentar al doble la diversidad dietaria en la canasta familiar, pasando de 6 a 15 especies de verduras y frutas .

# BENEFICIOS



Se ha demostrado que, tras la implementación de agricultura urbana por parte de una familia esta puede en solo 6 meses aumentar el consumo de frutas y verduras pasando de 47 a 62 gramos por día per cápita.

Mitigación y adaptación al cambio climático. Iniciativas de agricultura urbana permitirán aumentar la resiliencia ante los posibles efectos del cambio climático. En ciudades desérticas aumentan las áreas verdes y en áreas densamente pobladas, mejora la recarga de los acuíferos evitando derrumbes o inundaciones .

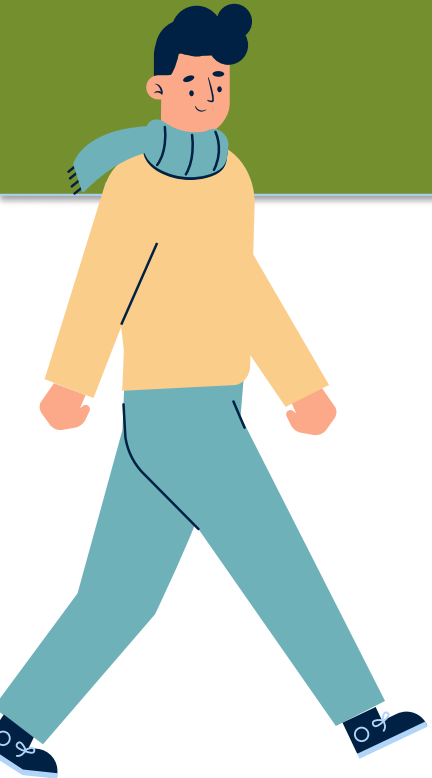
# BENEFICIOS



Mayor disposición de los gobiernos a invertir en seguridad alimentaria. En Brasil, a través del Ministerio de Desarrollo Social se han invertido más de 5 millones de dólares anualmente para apoyar temas de agricultura urbana y periurbana .

Potencial fuente de empleo, puesto que con una inversión de aproximadamente 500 USD en agricultura urbana se puede generar un puesto de trabajo. Esto brindaría a la población vulnerable una oportunidad laboral.

06



EQUIPO



# NUESTRO EQUIPO



**GERMAN A. ZAMORA**

Mentor

[germanz27@outlook.com](mailto:germanz27@outlook.com)

[www.linkedin.com/in/german-a-zamora-m/](https://www.linkedin.com/in/german-a-zamora-m/)



**DIANA C. PINZÓN SILVA**

Participante

[dicapisi@gmail.com](mailto:dicapisi@gmail.com)



**MARÍA FERNANDA TUTA**

Participante

[mf.tutab@gmail.com](mailto:mf.tutab@gmail.com)

# NUESTRO EQUIPO



**JOAQUIN MONTAÑO**

Participante

creedar2020@gmail.com  
consultoriamontano@yahoo.com



**CLAUDIA MARCELA ESPEJO**

Participante

claudiamespejo@gmail.com



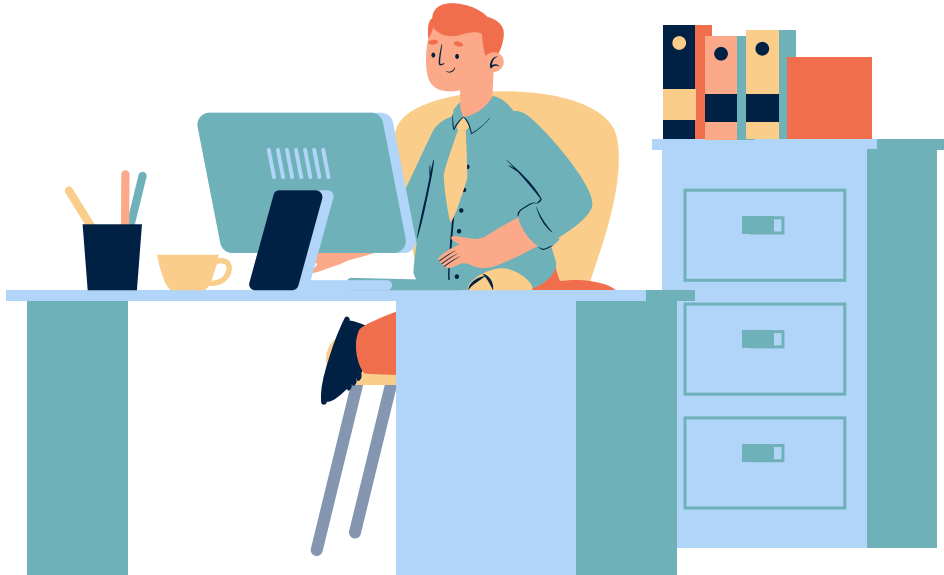
**NATALIA M. GUTIERREZ A.**

Participante

nataliamonserrat.gutierrez@upaep.edu.mx

07

# CAPACIDADES





# GERENCIA DEL PROYECTO Y CADENA DE VALOR

**GERMAN A. ZAMORA M.**

Ciclista, Ingeniero Industrial, MBA y MSc en Business Analytics con experiencia en consumo masivo enfocado en Supply Chain Planning y Project Management.

**CLAUDIA M. ESPEJO V.**

Estudiante de octavo semestre de Ingeniería Industrial, Universidad Nacional de Colombia. Experiencia en proyectos de digitalización de la información.

# GESTIÓN TÉCNICA EN AGRICULTURA URBANA Y SEGURIDAD ALIMENTARIA

**DIANA C. PINZÓN SILVA**

Bacterióloga, especialista en Ambiente y Desarrollo Local y magíster en Salud Pública. Trabaja en el Instituto de Biotecnología de la Universidad Nacional de Colombia, en el laboratorio de Cultivo de Tejidos Vegetales.

**JOAQUIN MONTAÑO Y.**

Ing. Químico, FQ-UNAM. Especialista en tratamiento de Agua industrial, sistemas solares FV y agua caliente, sistemas de ventilación. Orgulloso padre de Ceci, seleccionada femenil de rugby, y de Rodrigo ciclista enduro , amante de la vida, los animales, y agradecido de Claudia mi esposa, mi Madre y de Dios.

**NATALIA M. GUTIERREZ A.**

Estudiante de sexto semestre de Administración de instituciones, UPAEP. Cofundadora "Del corazón a tu mesa" y "Dulces PAKOS"

# DISEÑO DE PRODUCTO E IMAGEN CORPORATIVA

**MARÍA FERNANDA TUTA B.**

Arquitecta con opción en Diseño de la Universidad de Los Andes, Colombia. Master en diseño de Espacios y Experiencias culturales y experiencia en el trabajo Social y Colaborativo.

# 08

## ALIADOS



# FUNDACIONES Y EMPRESAS



Centro de Investigación  
en Alimentación y Desarrollo



09

# VALOR DIFERENCIAL



*Cultiva tu Hogar* es una solución integral para el autoabastecimiento de alimentos.

Como principal diferenciador *Cultiva tu Hogar* ofrece una guía con indicaciones sobre el tipo de alimentos que deben ser producidos, considerando los perfiles nutricionales de los integrantes del hogar, para asegurar una alimentación balanceada y nutritiva.

Además, la guía contiene pautas del proceso de siembra, cuidado y cosecha de alimentos, control de plagas, manejo de residuos orgánicos (abono orgánico, semillas) y de olores por lixiviados.



# GRACIAS!

¿Tienes alguna duda o te interesa el modelo?

Contáctanos  
[germanz27@outlook.com](mailto:germanz27@outlook.com)

CREDITS: This presentation template was created by **Slidesgo**, including icons by **Flaticon**, and infographics & images by **Freepik**.





# REFERENCIAS

- [https://repository.agrosavia.co/bitstream/handle/20.500.12324/11561/109607\\_67555.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repository.agrosavia.co/bitstream/handle/20.500.12324/11561/109607_67555.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- <https://www.undp.org/content/dam/rblac/docs/Research%20and%20Publications/IDH/Cuaderno%20Transiciones%20de%20Pobreza%20WEB%20.pdf>
- <https://www.dinero.com/economia/articulo/el-74-poblacion-colombiana-habita-zonas-urbanas/147272>
- [http://cuentame.inegi.org.mx/poblacion/rur\\_urb.aspx?tema=P](http://cuentame.inegi.org.mx/poblacion/rur_urb.aspx?tema=P)
- <https://www.un.org/development/desa/es/news/population/2018-world-urbanization-prospects.html>
- [https://www.elnorte.com/aplicacioneslibre/preacceso/articulo/default.aspx?\\_\\_rval=1&urlredirect=https://www.elnorte.com/acabaria-hasta-julio-cuarentena-en-mexico/ar1912180?referer=-7d616165662f3a3a6262623b727a7a7279703b767a783a--](https://www.elnorte.com/aplicacioneslibre/preacceso/articulo/default.aspx?__rval=1&urlredirect=https://www.elnorte.com/acabaria-hasta-julio-cuarentena-en-mexico/ar1912180?referer=-7d616165662f3a3a6262623b727a7a7279703b767a783a--)
- <https://bogota.gov.co/mi-ciudad/localidades/suba>
- <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/2793/4803%20suba%20y%20usaquen.pdf?sequence=1>
- <https://www.coneval.org.mx/coordinacion/entidades/Puebla/Paginas/Pobreza-2016.aspx>
- [https://www.worldometers.info/coronavirus/?utm\\_campaign=homeAdvegas1?](https://www.worldometers.info/coronavirus/?utm_campaign=homeAdvegas1?)
- <https://www.infobae.com/america/fotos/2020/03/20/aislamiento-social-y-cuarentena-asi-lucen-las-principales-ciudades-del-mundo-por-el-coronavirus/>
- <https://www.ipes.org/index.php/publicaciones/send/2-agricultura-urbana/52-huertos-organicos-urbanos-en-azoteas-terrazas-y-patios-traseros>
- <https://www.elespectador.com/noticias/medio-ambiente/agricultura-urbana-un-reto-permanente-y-sostenible-articulo-745373>
- <https://www.ipes.org/index.php/publicaciones/send/2-agricultura-urbana/55-memorias-y-experiencias-de-agricultura-urbana>