

La Gastronomía Sostenible en Piedecuesta

Jeymee Dayana Pabón Carvajal

María Ximena Acevedo

Juan Carlos Moncaleano

José Luis Pulido

Elizabeth Rodríguez

Rhene Alberto Moreno

Tutor

Universidad Nacional Abierta y a Distancia, UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios ECACEN

Tecnología en Gestión Comercial y de Negocios

2023

Resumen

Es importante contribuir a la investigación y desarrollo de proyectos que de muchas maneras influyan positivamente en el planeta, por ello nuestro proyecto tiene un fin social, económico y ambiental dentro de nuestra región andina en el nororiente de Colombia, enfocándonos en el municipio de Piedecuesta, Santander. El desarrollo de este proyecto nos permite identificar los problemas económicos que enfrenta el municipio y así mismo unificarlos con ideas de emprendimiento social.

Palabras clave: Investigación, Emprendimiento Social, Problemáticas, Piedecuesta

Abstract

It is important to contribute to the research and development of projects that in many ways positively influence the planet, for this reason our project has a social, economic and environmental purpose within our Andean Region in the northeast of Colombia, with a focus on the municipality of Piedecuesta., Santander. The development of this project allows us to identify the economic problems facing the municipality and likewise unify them with ideas of social entrepreneurship.

Keywords: Investigation, Social Entrepreneurship, Problematic, Piedecuesta

Tabla de Contenido

Introducción	8
Justificación	9
Objetivos	10
Problemática a Solucionar	11
Objetivo social	11
Modelo sostenible	12
Innovación transformadora	12
Ejemplos	13
Población beneficiada	13
Valor Social y modelo de trabajo	14
Aplicación Modelo Desing thinking	14
Empatía	14
Definición	15
Ideación	15
Prototipo	16
Testeo	17
Modelo de Negocio	18
Método Canvas	19
Estrategias de mercadeo	20
Atributos	20
Imagen	21
Target	21
Segmentación	21

Alianzas clave	21
Estrategias de mercadeo	22
Prototipos de net Works	23
Página web	24
Proyección Operativa y Financiera	28
Recursos Operativos	28
Disponibilidad de insumos	28
Fuentes de capital de inversión	40
Conclusiones	41
Recomendaciones	42
Referencias Bibliográficas	43

Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Información de insumos para desayuno</i>	29
Tabla 2 <i>Información de insumos de bebidas</i>	29
Tabla 3 <i>Información de insumos para almuerzos</i>	30
Tabla 4 <i>Ficha técnica de servicio</i>	31
Tabla 5 <i>Maquinaria y elementos operativos</i>	32
Tabla 6 <i>Información de utensilios de cocina</i>	32
Tabla 7 <i>Información de muebles y enseres</i>	33
Tabla 8 <i>Total devengado de la nómina</i>	35
Tabla 9 <i>Total deducible de la nómina</i>	35
Tabla 10 <i>Proyección de ventas primer año</i>	36
Tabla 11 <i>Costos fijos anuales</i>	36
Tabla 12 <i>Costos de mano de obra directa</i>	37
Tabla 13 <i>Costos Indirectos</i>	37
Tabla 14 <i>Proyección de ingresos anual</i>	38
Tabla 15 <i>Inversión total del proyecto</i>	39

Lista de Figuras

Figura 1 <i>Mapa de actores</i>	14
Figura 2 <i>Planeación motivaciones</i>	15
Figura 3 <i>Mapa de ofertas</i>	15
Figura 4 <i>Evaluación controlada</i>	16
Figura 5 <i>Testeo del movimiento gastronómico</i>	17
Figura 6 <i>Método canvas aplicado</i>	19
Figura 7 <i>Logotipo GERIDA</i>	21
Figura 8 <i>Logotipo Facebook</i>	23
Figura 9 <i>Página web GERIDA</i>	24
Figura 10 <i>Menú restaurante GERIDA</i>	25
Figura 11 <i>Historia restaurante GERIDA</i>	25
Figura 12 <i>Historia del origen de los productos</i>	26
Figura 13 <i>Contacto restaurante GERIDA</i>	26
Figura 14 <i>Ubicación restaurante</i>	27
Figura 15 <i>Historia restaurante</i>	27
Figura 16 <i>Organigrama</i>	34
Figura 17 <i>Mapa de ubicación del restaurante</i>	35

Introducción

La importancia de tener en cuenta las necesidades de los actores en este proyecto es nuestra primera regla. Obtener beneficios para todos es importante para mantener un ambiente sano, el proyecto de sostenibilidad tiene como fin optimizar recursos, disminuir los consumos excesivos tanto de energía como de agua, disminuir emisiones y aumentar el bienestar y la calidad de vida de todos para la creación de un futuro sostenible y seguro en la comunidad de Piedecuesta.

En este documento decidimos utilizar Design Thinking como herramienta beneficiaria. Para poder dividir en etapas el proyecto y darle la atención necesaria a todas las partes, en empatía, involucramos a los actores que influyen en la activación de esta economía sostenible en el municipio de Piedecuesta, luego definimos las necesidades y problemáticas en que se enfocan las soluciones, pasamos a idear y a generar lluvia de ideas creativas para dar las mejores opciones a nuestros actores y beneficiarlos con soluciones óptimas, por último prototipos para presentar las soluciones y estar más cerca de la realidad que quieren los actores y llevamos a cabo el testeado después de la aprobación del prototipo presentado. Para nosotros es importante tener en cuenta lo más mínimo porque es un proyecto que se está creando no solo para el presente sino para un futuro sostenible y seguro.

Justificación

Entre tantas problemáticas a tratar y mediar en el mundo elegimos la que nos brinde seguridad y aprendizaje, para nosotros fue un tiempo valioso ya que no solo investigamos sobre la sostenibilidad como temática en general de la vida sino como parte de nuestro futuro y el de las siguientes generaciones después de la nuestra.

Es importante tener en cuenta que la sostenibilidad es un tema demasiado extenso, pero esta vez elegimos tratarlo en un área bastante influyente a nivel global como lo es la gastronomía, pensamos que es importante crear una cultura de comida sostenible que no afecte nuestra vida en el presente ni en el futuro o que por lo menos genere menor impacto comparado con el que actual se está viviendo en el mundo gracias a la desinformación sobre las acciones y los actores que han influido por siempre en estos cambios negativos.

Objetivos

Objetivo General

Demostrar la problemática existente y las posibles soluciones que hay para un municipio cuyas áreas comerciales, sociales y ecológicas están siendo olvidadas por los altos mandos del país.

Objetivos Específicos

Conocer y gestionar el carácter de la gastronomía sostenible a fines sociales.

Desarrollar el conocimiento y habilidades en la aplicación de herramientas para el mejoramiento del comercio sostenible en el municipio.

Planificar, organizar y dirigir el funcionamiento de una cocina al natural, como departamento que se destaca por tener alta demanda en restaurantes e industrias hoteleras.

Contenido del Trabajo

Problemática a Solucionar “Falta de Gastronomía Sostenible”

La falta de apoyo por parte de la alcaldía municipal en programas que mejoren la calidad de la materia prima para que así mismo haya apertura en el mercado gastronómico sostenible es uno de tantos obstáculos, también lo es las alzas de precio en la canasta familiar, gasolina y otros, esto ocasiona que las personas desistan de usar productos de calidad y que ayuden al medio ambiente por su alto costo y difícil adquisición. Existe una falta de información por parte de la comunidad sobre maneras de usar materiales sostenibles ya sea en la gastronomía o en otras áreas.

Objetivo Social

Impulsar la gastronomía sostenible en el municipio de Piedecuesta con el fin de obtener crecimiento de este campo a nivel nacional y mundial lo cual representa una oportunidad en mejorar la calidad de gran parte de sus habitantes tanto en zona urbana como rural, por las diferentes actividades que se relacionan con este tipo de proyecto se puede llegar a cumplir los objetivos del desarrollo social sostenible ya que también se logra crecimiento en sectores rurales y hacen parte de ello los campesinos, su gran labor se verá beneficiada por este proyecto de gastronomía sostenible y con esto logramos activar el regionalismo para que se realicen grandes proyectos gastronómicos en todo el país.

Modelo Sostenible

Para activar la sostenibilidad gastronómica en el municipio de Piedecuesta, es necesario tener en cuenta las políticas existentes en innovación transformadora, ya que estas mismas nos ayudarán a entender y respetar el proceso que se debe llevar a cabo para influir positivamente con la sociedad, el medio ambiente y la economía.

Propuesta para el Modelo de Restaurante Sostenible

Utilizar alimentos de temporada, realizar compras locales, reducir residuos permitiendo que los clientes y personas que necesiten se lleven consigo las sobras y así no se tira a la basura, utilizar utensilios de cocina sostenible e impulsar a que los trabajadores lo apliquen en sus hogares también, usar productos de limpieza biodegradable y sostenibles que no contengan componentes agresivos para el medio ambiente, Lograr donar alimentos que sobran a los habitantes de las calles, así se ayuda socialmente y no se desperdicia comida, ahorro de energía en el establecimiento y por ultimo realizar campañas con la comunidad para influir en el uso sostenible de alimentos y materiales etc.

Innovación Transformadora

La idea de negocio gastronómico sostenible en el municipio de Piedecuesta trae como innovación un modelo diferente al que existe en el municipio, si bien se ofrecerán platos típicos regionales, se buscará de manera inminente dar una identidad especial en la consecución de los suministros, la preparación de los alimentos, su presentación y consumo amigable con la salud y el medio ambiente utilizando suministros de primera calidad adquiridos directamente con los productos locales, generando desarrollo económico para la región, esto bajo una constante supervisión en la cadena de suministro garantizando los estándares de calidad exigidos para el desarrollo de esta idea.

Ejemplo:

Granjas con criadores de caprinos, bovinos, porcinos, avícolas y peces con manuales aseo y alimentación para los animales garantizando la calidad de estos productos al momento de ser dispuestos para el consumo, huertas orgánicas para la producción de las verduras y hortalizas garantizando el cuidado del medio ambiente y la no utilización de agentes químicos contaminantes que afecten la calidad de estos productos al momento del consumo, organizar de manera eficaz y efectiva la cadena de suministro para que los productos estén a tiempo y en buenas condiciones para su utilización y consumo, la manipulación de los alimentos se debe hacer bajo la normatividad existente garantizando así la salud y el buen manejo de las técnicas en la cocina en las mesas e implementar en todos los procesos la logística inversa para la buena utilización de todos los recursos.

Población beneficiada

Empresarios, campesinos, turistas, hotelería, estudiantes, familia y comerciantes.

Valor Social y Modelo de Trabajo

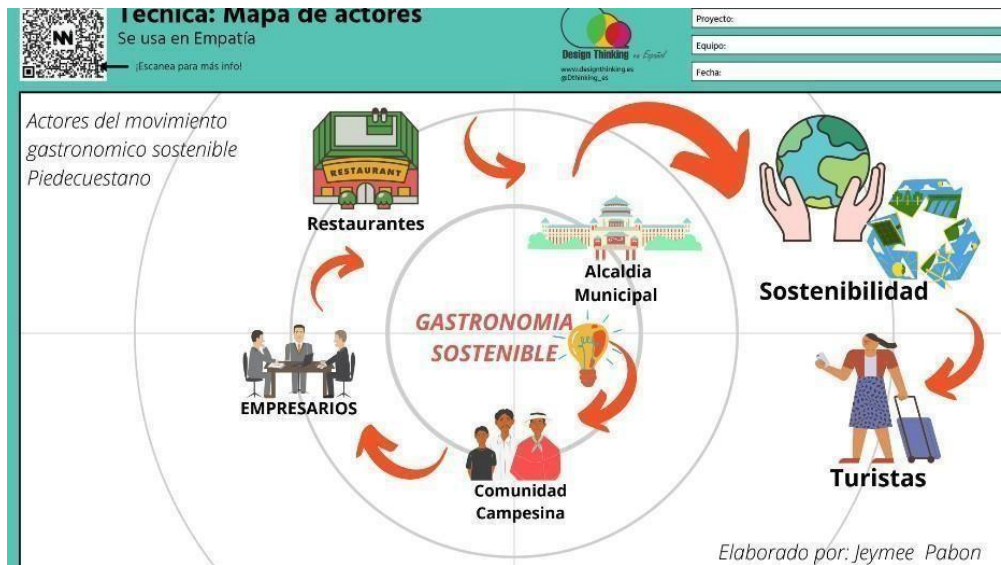
Se busca brindar oportunidades a los productores locales, para que sus productos se compren a precios justos, la comunidad tenga comida de calidad, saludable, y amigable con la salud y el medio ambiente.

Aplicación del Modelo Desing Thinking

Empatía

Figura 1.

Mapa de actores que influyen en la dinámica de la gastronomía sostenible



Nota. Adaptado de Desing Thinking <https://www.designthinking.es/inicio/index.php>

Definición

Figura 2.

Planeación motivacional del proyecto de gastronomía sostenible

Técnica: Matriz de motivaciones
Se usa en Definición
¡Escanea para más info!

Proyecto: Gastronomía sostenible | Equipo: Referente para tecnología, gestión y servicios | Fecha: Octubre, 2022

	AGRICULTORES	CHEFS Y MESEROS	EMPRESARIOS	CONSUMIDORES
AGRICULTORES	producción con técnicas ambientalmente responsables	Claridad en como desean los productos	Pagos justos y a tiempo, incrementos graduales en compras	conciencia y promoción en que los productos son creados sosteniblemente
CHEFS Y MESEROS	Productos estén en buen estado en cuanto tamaño y calidad	Creatividad, colaboración, implementación de nuevas técnicas de cocina	buenas condiciones laborales, pagos justos y materias primas necesarias	interés por consumir nuevas experiencias rescatando algunos platos típicos de la región
EMPRESARIOS	Productos de buena calidad a precio justo	Productos de buena calidad a precio justo	Cooperación entre diversos restaurantes en pro de los objetivos sostenibles	calificación y promoción de los productos que han consumido
CONSUMIDORES	Sean productos sanos para el consumo humano	Calidad y variedad tanto en el producto como en de servicio	compromiso en la mejora y evolución de la gastronomía sostenible	respeto y buen ambiente en los espacios.

Asociaciones:

dingo

Nota. Adaptado de Desing Thinking <https://www.designthinking.es/inicio/index.php>

Ideación

Figura 3.

Ofertas relacionadas con el restaurante

mapa de ofertas

ideación

La ideación es el origen y el desarrollo de un proceso que permite generar una idea, fortalecer y comunicar un concepto, un proyecto. Puede decirse que la ideación consiste en el trabajo intelectual que posibilita crear ideas para resolver un problema en particular o para proponer algo nuevo. En este marco se le da forma a una acción que luego puede materializarse de distintas maneras. Con el objetivo de generar ideas.

Antes de diseñar un proceso de ventas en la localidad debes conocer el mercado. De los diferentes competidores, cuáles son sus tácticas para captar y fidelizar, profundizar sus necesidades, gustos, intereses, hábitos de compra, situación familiar y estado de vida. Un buen análisis de mercado.

1. Analizar el mercado

Aumentar las ventas en el municipio de Piedecuesta necesitamos encontrar comida única de valor y fortalecer y Motivar al cliente y que elija viajar a nuestro municipio

2. Ventajas competitivas

Un estudio reveló que el 87 % de los consumidores abandonan los lugares si el proceso es muy complicado y el 55 % de ellos no volverá. Para evitarlo, garantiza de que tu proceso de compra es lo más sencillo posible

3. proceso de compra

Considerar que en la actualidad gran parte de los clientes esperan que las empresas de gastronomía personalizar su experiencia de compra brindándoles información que les ayude a decidir, mostrándose disponibles para resolver sus dudas y ofreciendo diferentes opciones de entrega

4. atención al cliente

Nota. Adaptado de Canva https://www.canva.com/es_419/

Prototipado

Figura 4.

Calificación del método de Evaluación controlada

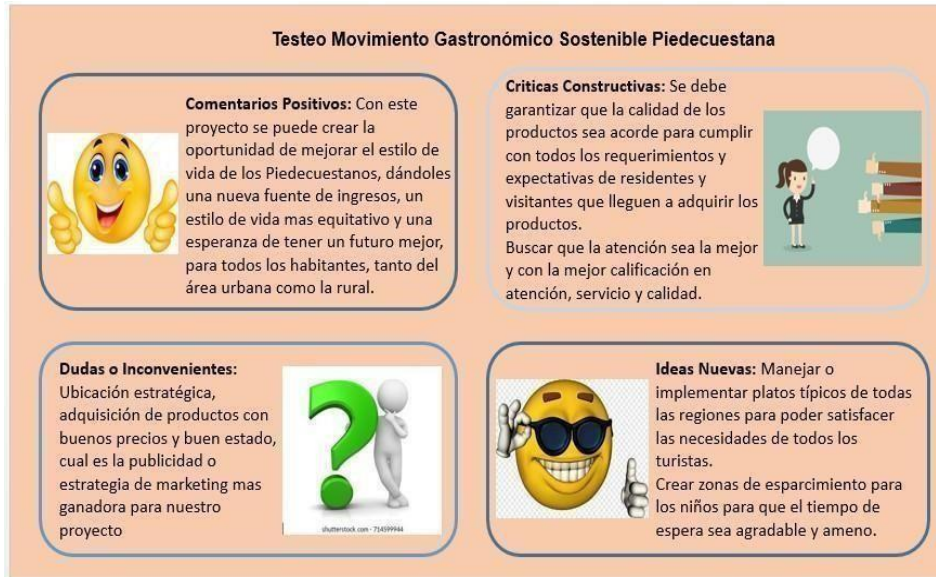


Nota. Adaptado de Blog Spot [http://alexandrafuenmayor09.blogspot.com/2015/06/taller-de-
evaluacion.html](http://alexandrafuenmayor09.blogspot.com/2015/06/taller-de-evaluacion.html)

Testeo

Figura 5.

Ilustración del movimiento gastronómico sostenible de Piedecuesta



Nota. Autoría propia

Modelo de Negocio

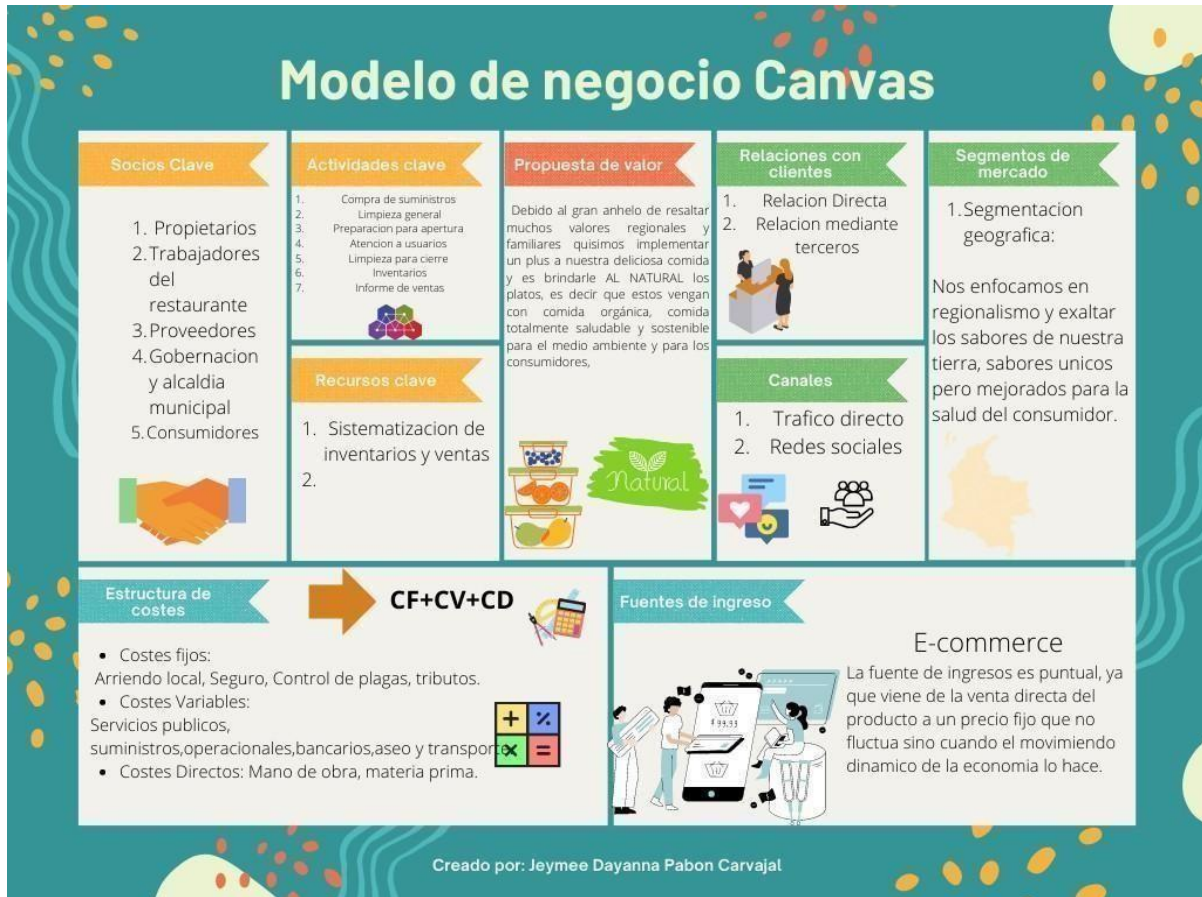
La gastronomía sostenible en Piedecuesta será llevada a cabo por una ideología de restaurante que obtendrá un modelo de negocio estratégico cuyos mecanismos tienen un único fin y será generar ingresos y otros beneficios, es importante tener un plan para poder ofrecer un servicio óptimo a los clientes, no solo se desea activar el comercio en la zona sino implementar una cultura sana de cocina. El modelo estratégico elegido es el modelo canvas cuyo formato nos permite describir, visualizar, evaluar y modificar modelos de negocio.

En este modelo encontramos los segmentos del mercado que se identifican regionalmente, los clientes serán las mismas personas de la zona y los turistas, luego viene nuestra propuesta de valor que es un ambiente literalmente natural y con natural hacemos referencia al estilo de cocina y el manejo de la temática de gastronomía sostenible, también tenemos en cuenta canales de comunicación como el tráfico directo y las redes sociales que actualmente tienen mucho peso en la comunidad y estadísticamente será demasiado beneficioso, es importante tener en cuenta el vínculo que queremos que se realice con nuestros clientes, no solo queremos impactar con una estrategia de mercado sino crear cultura y sentido de pertenencia por nuestras raíces y la tierra que nos vio crecer.

Nuestro E-commerce será del servicio y producto dado ósea de las ventas directas del restaurante, los recursos claves serán la sistematización aplicada a nuestras ventas e inventarios, nuestras actividades clave principalmente son la atención al usuario y el manejo óptimo del restaurante, nuestros socios clave son los actores principales en esta dinámica, los trabajadores, los proveedores, los consumidores y los propietarios, nuestra estructura de costes será de costes fijos, costes variables y directos, con esto definimos nuestro modelo de negocio canvas enfocado en la gastronomía sostenible.

Figura 6.

Método canvas aplicado de la gastronomía sostenible en Piedecuesta



Nota. Adaptado de Canva https://www.canva.com/es_419/

Estrategias de Mercadeo

Nuestro servicio hace parte de una era innovadora, es un servicio cuyo fin no solo beneficia a quien lo adquiere sino absolutamente a todo el mundo, así es, más allá de prestar un servicio de atención al cliente, nos enfocamos en la voz a voz de la historia sobre la gastronomía sostenible y de nuestra decisión por inculcar la culturización de un sentido de pertenencia en los consumidores, esta motivación la tomamos de ver las situaciones que se han presentado en los últimos años en el mundo con sus problemas ambientales, económicos y sociales, problemas que nos llevan a los extremos y retroceder a esas épocas donde el uso de la materia prima y el trato a la naturaleza era más respetuoso y limitado, como una forma de dar gracias al mundo por dejarnos habitarlo, también como ayuda ambiental para crear terrenos futuros sostenibles y por ultimo y no menos importante, para mantener una mejora económica con más opciones sanas en su campo.

Atributos del proyecto

Olores a tierra santandereana, sensación a comida familiar, cantidad que cumple con estándares de salud, ingredientes provenientes de la tierra de nuestros campesinos, ingredientes con sello de sostenibilidad, precios justos tanto para el usuario como para los campesinos quienes proveen la mayoría de la materia prima, calidad (comida hecha con ingredientes que no afecten al medio ambiente en gran porcentaje), marketing sano, innovador, certificado y avalado por sellos de sostenibilidad del planeta.

Imagen

Figura 7.

Logotipo elaborado por los participantes del proyecto gastronomía sostenible de Piedecuesta



Nota. Autoría propia

Target

Familias de Bucaramanga y del área metropolitana y zonas rurales, turistas, gremios de empresas de la zona, reuniones sociales y eventos familiares, activistas ambientales: quienes nos ayudan a conocer más del tema de cuidado al planeta, y a mejorar el consumo sano y responsable.

Segmentación

Como competidores principales tenemos propuestas de cocina de autor, chefs con trayectoria que colocaron la vista en la tradición santandereana algunos con huertas de su propiedad como el caso de Elvia cocina, estos restaurantes le apuestan al sabor con experiencias e innovación: Elvia Cocina-Barichara, El Patio- Socorro, Maíz pelao en Bucaramanga.

Alianzas Clave

Proveedores

Los productores agrícolas, cárnicos, y de suministros del municipio, realizar con ellos alianzas en donde se les garantice a ellos la compra de sus productos con precios justos y ellos a su vez se comprometen a recibir la capacitación pertinente y a garantizar la calidad de los productos que ofrecen.

Logística

La cadena de suministro tanto de ingreso al proyecto como la logística inversa en la que se aprovechen todos los recursos existentes realizando alianzas y convenios para el transporte, almacenamiento y distribución de las materias primas y del producto final en condiciones óptimas de acuerdo a la calidad que ofrece el proyecto.

Autoridades

Realizar acuerdos de apoyo cultural en donde se pueda acceder al material necesario para los recorridos culturales por la historia de la región, esto es casas de cultura, libros, galerías de fotos etc., permisos para lugares de parqueo y vigilancia permanente de la policía en el sector para garantizar la tranquilidad de los clientes, también deseamos hacer alianzas clave con instituciones que formen e incentiven el conocimiento para poder usar productos y servicios sostenibles que a futuro puedan mejorar la cultura de nuestro país completamente, Alianzas con el SENA, para poder fortalecer el conocimiento previo del manejo de materiales y materia prima sostenibles con cursos pedagógicos sobre el tema y sus beneficios, y alianzas con el ICBF, es importante que desde pequeños se inculque una cultura desarrollada y que más que darle esa oportunidad a niños que necesitan emprender para poder surgir en sus proyectos de vida.

Estrategias de Mercadeo

Las estrategias son demasiado importantes para impulsar nuestro emprendimiento y si tiene fines sociales es aún más importante tener en cuenta las estrategias precisas que evoquen lo que necesitamos.

Estrategia de Comunicación

Nos vamos a enfocar en mostrar o resaltar lo propio de nuestra región, vamos a trabajar en los productos regionales y nuestras tradiciones como lo es vestuario, dichos, historia, que sea llamativo para grandes y chicos.

Estrategias de posicionamiento

Para esta estrategia vamos a utilizar las diferentes redes sociales ya que en esta época son la forma más completa, rápida y eficaz de impulsar un producto y servicio, parte de esta estrategia es contar con la ayuda de Influencia Santandereanos, que promuevan en venir, conocer y disfrutar de los sabores y olores de la tierra Santandereana.

Estrategia de diferenciación

Tener alianzas con las empresas de la región con tarifas especiales para darles Bonos de compra al portador por diferentes valores según lo requieran. De esta forma tendremos un número fijo de consumidores en el mes, adicional se tendría obsequio especial para fecha de cumpleaños, tarifas especiales para el homenajeado (día del padre, de la madre).

Prototipos de Net Works

Facebook

Figura 8.

Logotipo de Facebook



Nota. Adaptado de Google <https://www.google.com/>

Facebook es una plataforma que a lo largo de los años nos ha demostrado cambios

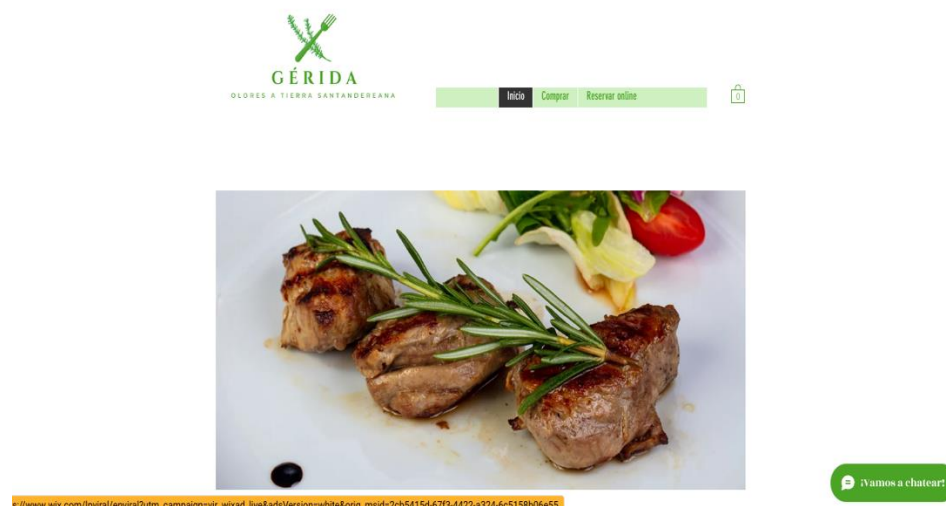
bastante drásticos en lo digital pero también en nuestro planeta tierra, esta red social a partir del 2020 se unió a las compañías que comenzaron a dejar huella positiva en el planeta después de causar daños grandes, su primer aspecto a mejorar eran temas energéticos y por eso comenzaron a usar 100% energía renovable alcanzando cero emisiones. Así como esta compañía, nosotros también queremos apostar el todo por el todo a mejorar la calidad de vida y como el propósito de esta red social es avanzar limpiamente nos unimos a su huella positiva y por medio de esta red social vamos a plasmar nuestros proyectos compartiendo las maneras más eficaces de aportar desde la facilidad del hogar o de una oficina, también se compartirá material de desarrollo sano para temas que abarcan en la vida generalmente, junto con este material estarán las historias desde el campo hasta la mesa, historias de nuestra comida que obtienen procesos sanos para nuestra salud y para nuestra pacha mama.

Página Web

<https://erodriguez1986.wixsite.com/gerid>

Figura 9.

Página web restaurante GERIDA



Nota. Adaptado de <https://erodriguez1986.wixsite.com/gerid>

Figura 10.

Opción menú restaurante GERIDA



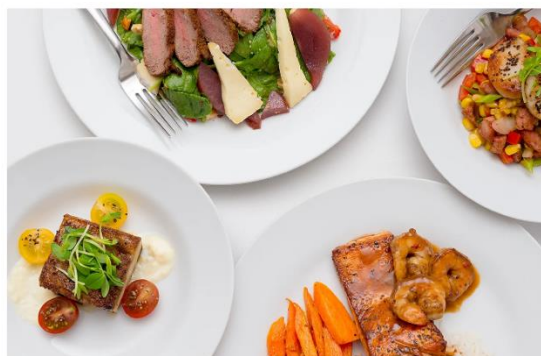
Nota. Adaptado de <https://erodriguez1986.wixsite.com/gerida>

Figura 11.

Historia del restaurante GERIDA

Sobre nosotros

Gastronomía sostenible en el municipio de Piedecuesta ofrece una experiencia alrededor de la tradición y sabores de nuestra región llevando a los consumidores variedad de platos inspirados en nuestra cultura con toques modernos e innovadores, es decir rescatar sabores que han quedado en el pasado y llevarlos en una nueva versión de platos con creatividad de los chefs, ofreciendo calidad en el servicio, nuevas experiencias y además utilizando materias primas y demás recursos que fortalezcan la economía, el agro y el turismo de Santander.





Nota. Adaptado de <https://erodriguez1986.wixsite.com/gerida>

Figura 12.

Orígenes de los productos del restaurante GERIDA

Nuestros Productos


Descubre todo el sabor



Orígenes

"GERIDA" una palabra del lenguaje de los Guanes; antigua de nuestra región santandereana que tiene un gran significado:
GERIDA = GE: parecido; semejante. GUICA: cielo. Parecido al cielo.

Esta palabra describe a totalidad la experiencia que disfrutará los clientes de nuestro proyecto, parecido al cielo, hace referencia al disfrutar cada detalle desde su gran diversidad de sabores excepcionales con historia, platos que nos llevan a gratos recuerdos, presentación del lugar de paz, así mismo como la atención que se brinda.



[¡Vamos a chatear!](#)

Nota. Adaptado de <https://erodriguez1986.wixsite.com/gerida>

Figura 13.

Contacto de restaurante GERIDA



Especial del chef

Nuestra más reciente creación se ha convertido en un clásico entre nuestros comensales. De día o de noche, el(a) (su/su) Especial del chef es(en) un(los) platillo(s) ideal(es) para despertar tus sentidos. (No sildes preguntar por nuestras guarniciones especiales)

Estilo de vida

Nuestro proyecto incentiva a un estilo de vida sostenible, cuidado de nuestros recursos y tradiciones, también generamos experiencias y que nuestros consumidores recuerden un momento especial, conectando los platos con un significado explicando el origen de estos, contar una historia y generarle emociones al cliente para lograr una mayor conexión emocional.



Contacto

Piedecueva, Santander, Colombia
gerida@hotmail.com
123-456-7890

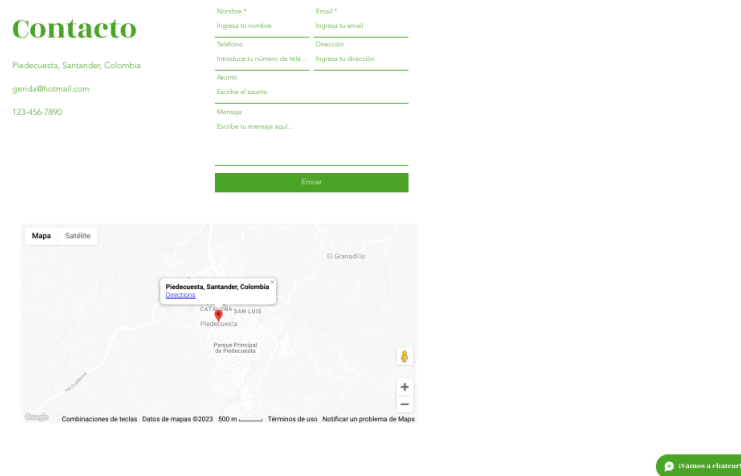
Nombre *	Email *
<input type="text"/>	<input type="text"/>
Telefono	Direccion
<input type="text"/>	<input type="text"/>
Numero	
<input type="text"/>	
Mensaje	
<input type="text"/>	

[¡Vamos a chatear!](#)

Nota. Adaptado de <https://erodriguez1986.wixsite.com/gerida>

Figura 14.

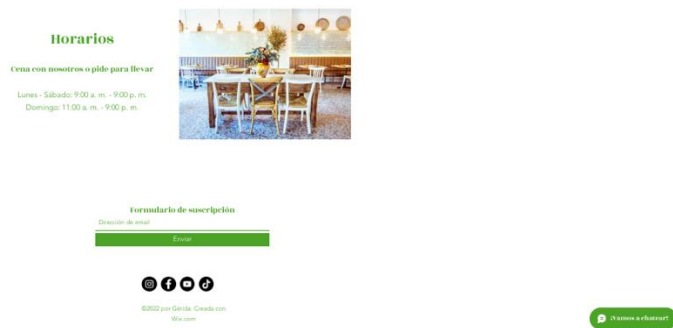
Ubicación restaurante GERIDA



Nota. Adaptado de <https://erodriguez1986.wixsite.com/gerida>

Figura 15.

Horarios restaurante GERIDA



Nota. Adaptado de <https://erodriguez1986.wixsite.com/gerida>

Proyección Operativa y Financiera

Recursos Operativos

Capacidad Instalada

Un cliente sentado a la mesa ocupa aproximadamente 1 metro cuadrado (m²). Si a esta cantidad se le adicionan 20 cm² por concepto de tránsito en los pasillos, muebles auxiliares, zonas comunes, tendremos que un cliente ocupa en promedio un espacio de 1,20 m². Con estos datos calculamos la capacidad estimada del restaurante. Se planea contar con una sala que tenga las siguientes dimensiones 20 metros de largo y 14 metros de ancho y se determina la capacidad estimada de comensales $20 \text{ m cuadrados} \times 12 \text{ m cuadrados} = 240 \text{ Metros cuadrados}$, por lo tanto, la capacidad será: $240 \text{ metros cuadrados} / 1,20 \text{ metros cuadrados} = 200 \text{ comensales}$.

Disponibilidad de Insumos

Las fuentes de insumos serán granjas con criadores de caprinos, bovinos, porcinos, avícolas y peces, también huertas orgánicas para la producción de las verduras y hortalizas garantizando el cuidado del medio ambiente y la no utilización de agentes químicos contaminantes que afecten la calidad de estos productos al momento del consumo, todo esto en el municipio de Piedecuesta Santander. Cuando el 60% de lo que se compre en inventario mensualmente se consuma, se compara nuevamente según lo presupuestado para el próximo mes.

Tabla 1*Información de insumos para desayuno restaurante GERIDA*

Materia prima e insumos	Cantidad mensual	Valor unidad	Valor Req mensual	Valor Requerimiento Anual
Huevos	15 canasteros	\$1.000	\$ 150.000	\$1.800.000
Chocolate	(150gr)	\$2.500	\$ 50.000	\$ 600.000
Café	18 libras	\$5.000	\$ 90.000	\$1.080.000
Yogurt	100 litros	\$3.000	\$ 300.000	\$3.600.000
Pan	2000	\$ 150	\$ 300.000	\$3.600.000
Papa	1 bulto	\$ 0	\$ 40.000	\$ 480.000
Total			\$ 930.000	\$11.160.000

Nota. Esta tabla nos muestra la lista de desayunos y sus costos.

Tabla 2*Información de insumos de bebidas restaurante GERIDA*

Materia prima e insumos	Cantidad mensual	Valor unidad	Valor Req mensual	Valor Requerimiento Anual
Café	10Lb	\$ 6.000	\$ 60.000	\$ 720.000
Azúcar	Bulto (50kl)	\$ 90.000	\$ 90.000	\$1.080.000
Leche	200Lts	\$ 1.500	\$ 300.000	\$3.600.000
Chocolate	15 frascos (150Gr)	\$ 2.500	\$ 37.500	\$ 450.000
Panela	7 bloques	\$ 1.500	\$ 10.500	\$ 126.000
Avena	4 kl (500gr)	\$ 1.000	\$ 4.000	\$ 48.000
Mangos	4 cajas 100 Unid	\$ 30.000	\$ 120.000	\$1.440.000
Banana	Caja (150 Unds)	\$ 15.000	\$ 15.000	\$ 180.000
Papaya	4 caja 12 Und	\$ 25.000	\$ 100.000	\$1.200.0
Naranja	2 bultos (150 und)	\$ 30.000	\$ 60.000	\$ 720.000
Maracuyá	4 bultos 25 kl	\$ 32.000	\$ 128.000	\$1.536.000
Uvas	50 bandejas	\$ 10.000	\$ 500.000	\$6.000.000

Guayaba	50 bandejas	\$	8.000	\$	400.000	\$4.800.000
Fresa	40 bandejas	\$	9.000	\$	360.000	\$4.320.000
Piña	30 Und	\$	8.000	\$	240.000	\$2.880.000
			Total		\$2.425.000	\$29.100.000

Nota. Esta tabla nos muestra la utilización de materia prima para bebidas y sus cantidades para las bebidas.

Tabla 3

Información de insumos para almuerzos restaurante GERIDA

Materia prima e insumos	Cantidad mensual	Valor unidad	Valor Req mensual	Valor Requerimiento Anual			
Carne de cerdo	80 kilos	\$	10.000	\$	800.000	\$	9.600.000
Carne de res	50kilos	\$	11.000	\$	550.000	\$	6.600.000
Sal	1 bulto	\$	20.000	\$	20.000	\$	240.000
Limonas	2 bultos	\$	25.000	\$	50.000	\$	600.000
Cebolla larga	1 atado 3 kl	\$	5.000	\$	5.000	\$	60.000
Ajo	1 atado 3 kl	\$	5.000	\$	5.000	\$	60.000
Tomillo	1 atado 2 kl	\$	2.500	\$	2.500	\$	30.000
Laurel	3 paquetes	\$	2.500	\$	7.500	\$	90.000
Orégano	2 paquetes	\$	1.500	\$	3.000	\$	36.000
Pollo	100 kilo	\$	15.000	\$	1.500.000	\$	18.000.000
Queso	5 paquetes	\$	4.500	\$	22.500	\$	270.000
Jamón	4 paquetes	\$	5.000	\$	20.000	\$	240.000
Repollo	1 bulto	\$	14.000	\$	14.000	\$	168.000
Piña	3 docenas	\$	10.000	\$	30.000	\$	360.000
Arroz	2 bultos	\$	100.000	\$	200.000	\$	2.400.000
Coco	1 docena	\$	10.000	\$	10.000	\$	120.000
Espinaca	2 atado	\$	4.000	\$	8.000	\$	96.000
Alverja	1 bulto	\$	25.000	\$	25.000	\$	300.000
Aceite	40Litros	\$	5.000	\$	200.000	\$	2.400.000
Mayonesa	3 pts.	\$	5.500	\$	16.500	\$	198.000
Lechuga	2 bulto	\$	25.000	\$	50.000	\$	600.000
Platanitos	3 cajas	\$	20.000	\$	60.000	\$	720.000
			Total		\$3.599.000		\$43.188.000

Nota. Esta tabla nos muestra la cantidad de alimentos para los almuerzos del restaurante Gerida relación peso y precios.

Tabla 4*Ficha técnica del servicio restaurante GERIDA*

Denominación del servicio	Prestación de servicio al cliente en el restaurante
Denominación técnica del servicio	Servicio de comida a la carta
Unidad de medida	Personal: 1 administrador, 1 contador, 3 meseros, 1 jefe de cocina y 3 auxiliares de cocina. Equipos: Utensilios de cocina, nevera, cocina industrial, estufa, horno, vitrinas, mesas, escritorios, etc.
Descripción General	Prestación de servicio de comida orgánica sostenible de excelente relación calidad-precio, en un lugar cómodo y moderno.
Especificaciones	El local estará ubicado en una zona comercial, en un horario de atención de: Lunes a viernes de 8 am a 3 pm Sábado de 9 am a 4pm Domingos de 9am a 12Am Características de prestación del servicio: El servicio que se prestará estará caracterizado por atención exclusiva donde los clientes encontrarán un lugar cómodo y confortable y con un amplio menú que se adapte a sus necesidades. Se contará con espacios que permita a los clientes tener una experiencia diferente en cuanto a los platos de la carta, ya que siempre se busca innovar para una experiencia excelente y así conseguir fidelizar a los clientes.

Nota. En esta tabla encontramos información acerca de la ficha técnica y sus especificaciones del servicio ofrecido por el restaurante GERIDA.

Tabla 5*Maquinaria y Elementos Operativos del restaurante GERIDA*

Actividad	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Lavaplatos	2	250.000	500.000
Cocina industrial con plancha	1	2.000.000	2.000.000
Mesa de trabajo	1	1.000.000	1.000.000
Estufa industrial	1	800.000	800.000
Extractor de olores	1	300.000	300.000
Estufa Mabe	1	1.300.000	1.300.000
Horno challenger	1	900.000	900.000
Vitrinas calefactoras	1	220.000	220.000
Aire acondicionado	2	2.000.000	4.000.000
Nevecon	1	4.200.000	4.200.000
Total			15.220.000

Nota. Esta tabla proporciona información acerca de las máquinas de cocina sostenibles para el uso en el restaurante GERIDA.

Tabla 6*Información de utensilios de cocina restaurante GERIDA*

Utensilios de cocina			
Cuchillo profesional	5	50.000	250.000
Olla de presión	3	180.000	540.000
Rodillo profesional	3	35.000	105.000
Juego de ollas	5	150.000	750.000
Canasta para cubiertos	6	13.000	78.000
Frascos para salsas	15	4.000	60.000
Toallas de cocina	10	5.000	50.000
Plato tortero	70	10.000	700.000
Plato mediano	75	5.000	375.000
Plato Bandeja	60	6.000	360.000

Copas de agua	80	8.000	640.000
Copas de Vinotinto	80	10.000	800.000
Cucharas reciclables por 100 Unds	5 paq	3.000	15.000
Cuchillos por 100 Unds	5 paq	4.000	20.000
Tenedores por 100 Unds	5 paq	4.000	20.000
Total			\$4.763.000

Nota. En esta tabla observamos los utensilios de material sostenible necesarios para el restaurante GERIDA junto con sus precios y cantidades.

Tabla 7

Informacion de muebles y enseres del restaurante GERIDA

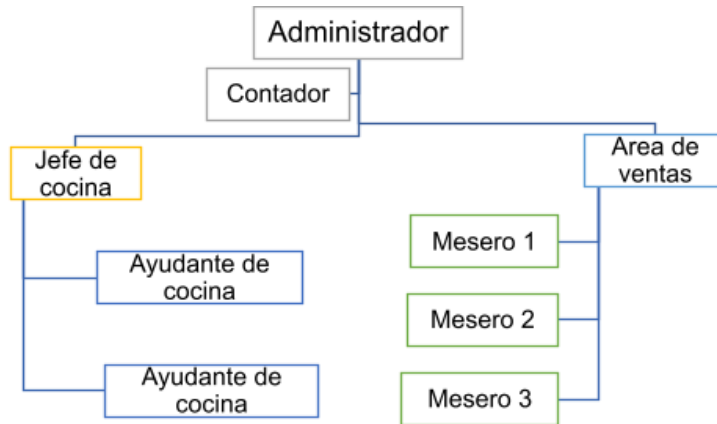
Equipo de comunicación y computo	2	2.000.000	4.000.000
Escritorio	2	500.000	1.000.000
Estantería	3	700.000	2.100.000
Mesas para niños	5	1.000.000	5.000.000
Datafono	1	700.000	700.000
Impresora	1	800.000	800.000
Teléfono móvil	3	600.000	1.800.000
Archivador	3	500.000	1.500.000
Juego de mesas y sillas (4 Puestos)	25	500.000	12.500.000
Juego de mesas y sillas (6 Puestos)	30	700.000	21.000.000
Televisores plasmas	3	1.500.000	4.500.000
Basureros	8	20.000	160.000
Mantelería	80	20.000	1.600.000
			Total \$56.660.000

Nota. Esta tabla contiene informacion sobre los muebles y enseres sostenibles del restaurante GERIDA.

Organigrama

Figura 16.

Organigrama de los puestos de trabajo del restaurante GERIDA



Nota. Autoría propia

Tabla 8

Información del total devengado de la nómina del restaurante Gerida

Apellidos Nombres	Cargo	Salario Básico	Días	Sueldo	Aux. Trans	Total, Devengado
Jorge Fandiño	Administrador	\$2'000.000	30	\$2'000.000	\$117.172	\$2'117.172
Andrés Orozco	Jefe cocina	\$2'500.000	30	\$2'500.000	\$117.172	\$2'617.172
Claudia Monte	Mesera	\$1'000.000	30	\$1'000.000	\$117.172	\$1'117.172
Isabel Pertuz	Mesera	\$1'000.000	30	\$1'000.000	\$117.172	\$1'117.172
Andrés Pertuz	Ayudante Coci	\$1'000.000	30	\$1'000.000	\$117.172	\$1'117.172
Julián Vega	Ayudante Coci	\$1'000.000	30	\$1'000.000	\$117.172	\$1'117.172
José Vega	Mesero	\$1'000.000	30	\$1'000.000	\$117.172	\$1'117.172
Pedro Ariza	Contador	\$1'500.000	30	\$1'500.000	\$117.172	\$1'617.172
TOTALES		\$11'000.000		\$11'000.000	\$937.376	\$11'937.376

Nota. Esta tabla muestra la información del total devengado de la nómina del restaurante

GERIDA.

Tabla 9

Informacion del total deducido de la nómina del restaurante Gerida

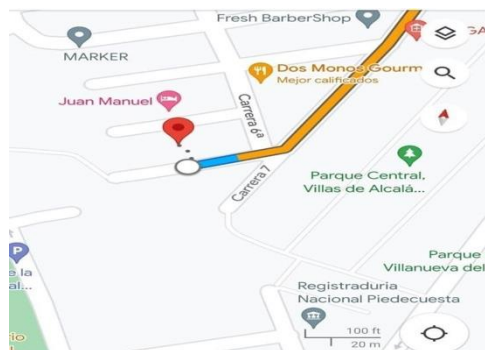
Apellidos Nombres	E.P.S	Pensión	Total, Deducido
Jorge Fandiño	\$ 80.000	\$80.000	\$160.000
Andrés Orozco	\$ 100.000	\$100.000	\$200.000
Claudia Monte	\$ 40.000	\$40.000	\$80.000
Isabel Pertuz	\$ 40.000	\$40.000	\$80.000
Andrés Pertuz	\$ 40.000	\$40.000	\$80.000
Julián Vega	\$ 40.000	\$40.000	\$80.000
José Vega	\$ 40.000	\$40.000	\$80.000
Pedro Ariza	\$ 80.000	\$80.000	\$160.000
TOTALES	\$460.000	\$460.000	\$920.000

Nota. Esta tabla nos muestra informacion sobre el deducible de la nómina del restaurante Gerida.

Localización

Figura 17.

Mapa de ubicación del restaurante Gerida



Nota. Adaptado de <https://www.google.com/maps/@20.276338,-98.964443,17z?hl=es-MX>

Tabla 10*Proyección de ventas del primer año del restaurante GERIDA*

	Año 1			
	Desayunos	Bebidas	Almuerzo	Total
Enero	500	2.000	3.000	5.500
Febrero	500	2.000	3.000	5.500
Marzo	500	2.000	3.000	5.500
Abril	500	2.000	3.000	5.500
Mayo	500	2.000	3.000	5.500
Junio	500	2.000	3.000	5.500
Julio	500	2.000	3.000	5.500
Agosto	500	2.000	3.000	5.500
Septiembre	500	2.000	3.000	5.500
Octubre	500	2.000	3.000	5.500
Noviembre	500	2.000	3.000	5.500
Diciembre	500	2.000	3.000	5.500

Nota. En la anterior tabla encontramos proyección de ventas en el primer año. Se incluyen todas las comidas del día vendidas.

Tabla 11*Costos fijos anuales del restaurante GERIDA*

	Costos fijos anuales	Mensual
Arrendamiento	15.000.000	1.250.000
Depreciación	5.000.000	416.667
Papelería	2.000.000	166.667
Aseo	100.000	8.333
Mercadeo	2.000.000	166.667
Salario personal Adm.	23.486.064	1.957.172

Total	47.586.064	3.965.505
--------------	-------------------	------------------

Nota. Esta tabla nos brinda información anual de los costos fijos del restaurante y su variación con los mensuales.

Tabla 12

Costos de mano de obra directa del restaurante GERIDA

Mano de obra directa	Costos mensuales	Costos anuales
Jefe de cocina	\$2'617.172	\$34'023.236
Ayudante 1	\$1'117.172	\$13'406.064
Ayudante 2	\$1'117.172	\$13'406.064
Total	\$4'851.516	\$60'835.364

Nota. Esta tabla nos da información de los costos mensuales y anuales que acarrearán la contratación de los integrantes de la cocina del restaurante.

Tabla 13

Costos indirectos del restaurante GERIDA

Costos indirectos	Costos mensuales	Costos anuales
Energía	500.000	6.000.000
Agua	150.000	1.800.000
Gas	600.000	7.200.000
Total		15.000.000

Nota. En esta tabla visualizamos los costos de los servicios públicos del restaurante GERIDA.

Tabla 14*Proyección de ingresos anual del restaurante GERIDA***INGRESOS POR
VENTAS 1 AÑO**

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN
Jugos	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000
Café	1.250.000	1.250.000	1.250.000	1.250.000	1.250.000	1.250.000
Sándwich	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000
Tortillas	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000
Huevos y pure	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000
Arroz con carne asada	11.667.000	11.667.000	11.667.000	11.667.000	11.667.000	11.667.000
Arroz con pollo asado	13.333.000	13.333.000	13.333.000	13.333.000	13.333.000	13.333.000
Arroz con cerdo	7.500.000	7.500.000	7.500.000	7.500.000	7.500.000	7.500.000
Sopas	3.125.000	3.125.000	3.125.000	3.125.000	3.125.000	3.125.000
TOTAL	44.675.000	44.675.000	44.675.000	44.675.000	44.675.000	44.675.000

	JUL	AGOS	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	55.000.000
1.250.000	1.250.000	1.250.000	1.250.000	1.250.000	1.250.000	1.250.000	15.000.000
600.000	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000	7.200.000
1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	12.000.000
1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	14.400.000
11.667.000	11.667.000	11.667.000	11.667.000	11.667.000	11.667.000	11.667.000	140.004.000
13.333.000	13.333.000	13.333.000	13.333.000	13.333.000	13.333.000	13.333.000	159.996.000
7.500.000	7.500.000	7.500.000	7.500.000	7.500.000	7.500.000	7.500.000	90.000.000
3.125.000	3.125.000	3.125.000	3.125.000	3.125.000	3.125.000	3.125.000	37.500.000
44.675.000	44.675.000	44.675.000	44.675.000	44.675.000	44.675.000	44.675.000	531.100.000

Nota. En esta tabla se visualizan proyecciones de todos los meses del año y sus respectivos ingresos.

Tabla 12*Inversión total del proyecto del restaurante GERIDA*

Rubro	Concepto	Valor
Activos fijos	Maquinaria y equipo (hornos, parrillas, cafeteras, cocina integralizada)	\$15'220.000
	Equipo de cocina (mesas de trabajo, ollas, sartenes, platos etc,todo sostenible)	\$4'763.000
	Terrenos	\$0
	Muebles y enseres (mobiliario de mesas y sillas en madera maciza)	\$56'660.000
Instalaciones y puesta en marcha	Equipo de transporte	\$8'000.000
	Estudios de viabilidad	\$0
	Adecuación del local o espacio de producción	\$35'000.000
	Gastos legales de constitución	\$3'500.000
	Marketing	\$5'000.000
	Arriendo	\$1'250.000
	Sueldos	\$11'000.000
	Chef 1	\$2'500.000
	Aux de cocina 1	\$1'000.000
	Aux de cocina 2	\$1'000.000
Mesero 1	\$1'000.000	
Mesero 2	\$1'000.000	
Mesero 3	\$1'000.000	
Contador	\$1'500.000	

Administrador	\$2'000.000
Capital de trabajo	\$50'000.000
TOTAL	\$200'000.000

Nota. En esta tabla se aprecia la inversión total al restaurante GERIDA.

Fuentes de capital de inversión

Capital propio: El 30% de la inversión será parte de capital propio de socios y

Financiación; crédito reaccionario a 4 años con una tasa anual del 34,3% + pago anual de abono a capital.

Conclusiones

El desarrollo de esta actividad nos permite tener una visión más amplia de todas las etapas, dudas y fortalezas que podemos presentar durante la planeación y programación de nuestro plan de desarrollo, el gestionamiento de la gastronomía sostenible también nos permite integrar problemas sociales de la comunidad.

Las herramientas de diseño nos brindan opciones para comunicar una idea exacta de que queremos lograr y qué fases influyen en esta misma, por ello la metodología canvas es una herramienta como su nombre lo dice que nos permite tener claridad en los pasos a seguir de un proyecto de emprendimiento social como el actual de la gastronomía sostenible en el departamento.

El valor social aportado a este proyecto está inclinado hacia la mejora de la sostenibilidad del municipio con fines económicos sociales, este proyecto también nos permitió concluir que siempre es importante planificar, organizar y dirigir en pro al buen uso de las ideas socioambientales, respetando su naturaleza para así obtener todos sus beneficios.

Recomendaciones

Considerando la importancia que tiene este proyecto y en función a los resultados que se han de efectuar con la investigación que se realizó, es importante tener en cuenta los manejos necesarios para mantener la sostenibilidad en la cocina no solo de un emprendimiento gastronómico sino en la cocina de nuestro hogar también podemos aplicar toda esta serie de recomendaciones para así mismo comenzar desde casa una cultura que quede implantada desde los más chicos a los más grandes.

Por ello se aconseja difundir la temática de la sostenibilidad como único método de progreso del medio ambiente, es necesario que tomemos las precauciones necesarias tanto en la gastronomía como en todas las áreas de la vida para poder tener un futuro óptimo para nosotros y nuestros hijos.

Referencias Bibliográficas

Aguilar Morales, S. (Coord.) Ocampo Carapia, L. A. (Coord.). (2018). *De emprendedor a empresario: haga que su negocio ¡sea negocio!*. Grupo Editorial Patria.

<https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/111870>

Boero, C. (2020). *Evaluación de proyectos*. Jorge Sarmiento Editor - Universitas.

<https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/172500>

Cavazos Arroyo, J. (2019). *Gestión de empresas sociales: creación del valor social y económico para conseguir el cambio social*. Editorial Miguel Ángel Porrúa.

<https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/191619?page=136>

Camacho, L. D. (2020). *Empresas sociales*. <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/31810>

Cavazos Arroyo, J. (2019). *Gestión de empresas sociales: creación del valor social y económico para conseguir el cambio social*. Editorial Miguel Ángel Porrúa.

<https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/191619?page=12>

Cavazos Arroyo, J. (2019). *Gestión de empresas sociales: creación del valor social y económico para conseguir el cambio social (capítulo 1 y 2)*. Editorial Miguel Ángel Porrúa.

<https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/191619>

Giraldo Oliveros, M. (II.), Juliao Esparragoza, D. (II.) & Acevedo Navas, C. (2017). *Gerencia de marketing*. Ecoe Ediciones.

<https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/122439>

Giraldo Oliveros, M. E. Herrero Vicente, D. O'Callaghan Muñoz, X. (II.) & Vicente Díaz, M.

(Coord.). (2021). *Marketing para abogados*. Wolters Kluwer España.

<https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/175778>

Level Communications, H. Maciá, F. (Dir.) & Santoja, M. (Dir.). (2018). *Marketing en redes sociales*. Difusora Larousse - Anaya Multimedia.

<https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/122932>

Mejía Martínez, A. (19,11,2018). *OVI unidad 3 Modelo de Negocio Design Thinking*. [Archivo de video]. <http://hdl.handle.net/10596/2168>

Ortiz Velásquez, M. & De Castro Abello, M. (2021). *Marketing: una versión gráfica*. Universidad del Norte.

<https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/185006>

Quaranta, N. (2020). *Planes de negocio*. Editorial Universidad Adventista del Plata.

<https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/130238>

Sánchez de Puerta, P. (2019). *Fundamentos del plan de marketing en marketing*. COMM025PO.

IC Editorial. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/124250>

Uribe Palacios, V. J. (2021). *Manual del emprendedor: la caja de herramientas para crear tu modelo y plan de negocios*. Editorial Uniagustiniana.

<https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/199380>

Villa Sánchez, A. (2021). *Un modelo de formación para desarrollar el emprendimiento social:*

A training model for developing social entrepreneurship = Un model formatiu per al desenvolupament de l'emprenedoria social. *Educar*, 57(1), 97–116.

<https://doi-org.bibliotecavirtual.unad.edu.co/10.5565/rev/educar.1153>

