

**PLAN DE NEGOCIOS DE LA ESCUELA GASTRONÓMICA SOSTENIBLE**

**DIANA PATRICIA CUARTAS VALENCIA  
CLAUDIA TATIANA OSPINA VÉLEZ  
JULLY CRISTINA SALDARRIAGA RAMÍREZ**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA  
FACULTAD DE CIENCIAS AMBIENTALES  
PROGRAMA DE TURISMO SOSTENIBLE  
PEREIRA  
2016**

## **PLAN DE NEGOCIOS DE LA ESCUELA GASTRONÓMICA SOSTENIBLE**

**DIANA PATRICIA CUARTAS VALENCIA  
CLAUDIA TATIANA OSPINA VÉLEZ  
JULLY CRISTINA SALDARRIAGA RAMÍREZ**

**Para Optar al Título de  
TECNÓLOGO EN GESTIÓN DEL TURISMO SOSTENIBLE**

**JUAN CAMILO RIVERA ARANZAZU  
DIRECTOR DEL PLAN DE NEGOCIOS  
ADMINISTRADOR AMBIENTAL  
MAGISTER EN COMUNICACIÓN EDUCATIVA**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA  
FACULTAD DE CIENCIAS AMBIENTALES  
PROGRAMA DE TURISMO SOSTENIBLE  
PEREIRA  
2016**

Nota de Aceptación

---

---

---

---

Presidente del Jurado

---

Jurado

---

Jurado

PEREIRA 13 DE JUNIO 2016

## TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN .....	10
ABSTRACT .....	11
1. INTRODUCCIÓN.....	12
2. JUSTIFICACIÓN.....	13
3. OBJETIVOS.....	14
Objetivo general .....	14
Objetivos específicos .....	14
4. PLAN DE NEGOCIOS.....	15
4.1 RESUMEN EJECUTIVO .....	15
4.2 MÓDULO DE SERVICCIÓN .....	16
4.2.1 Área de influencia .....	16
4.2.2 Ficha técnica de servicio turístico.....	22
4.2.2.1 Ficha técnica de los productos o servicios a ofrecer .....	23
4.2.2.2 Estado del arte de los servicios a ofrecer .....	23
4.2.2.3 Unidades de gestión .....	26
4.2.2.3.1 Recurso turístico.....	26
4.2.2.3.2 Actividad Turística .....	30
4.2.2.3.3 Servicio Turístico .....	30
4.2.2.3.4 Oferta turística .....	37
4.3 MÓDULO DE MERCADOS.....	38
4.3.1 Descripción y delimitación del mercado .....	38
4.3.2 Análisis de la oferta.....	44
4.3.3 Análisis de la demanda.....	49
4.3.4 Estrategia de comunicación.....	55
4.3.5 Estrategia publicitaria.....	56
4.4 MÓDULO DE ORGANIZACIÓN.....	58
4.4.1 Marco legal de la organización .....	58
4.4.2 Análisis estratégico organizacional .....	60
4.4.2.1 Matriz DOFA .....	60

4.4.2.2	Definición de objetivos organizacionales .....	62
4.4.2.3	Cuadro de mando integrado.....	63
4.4.2.4	Misión.....	64
4.4.2.5	Visión .....	64
4.4.2.6	Valores corporativos .....	64
4.4.2.7	Políticas empresariales .....	65
4.4.3	Manual de estructura .....	66
4.4.4	Manual de funciones.....	68
4.5	SISTEMA DE GESTIÓN AMBIENTAL.....	81
4.5.1	Introducción.....	81
4.5.2	Objetivo del sistema de gestión ambiental.....	81
4.5.3	Alcance.....	81
4.5.4	Términos o definiciones .....	82
4.5.5	Matriz de impactos y aspectos ambientales.....	86
4.5.6	Propuesta basada en los requisitos de sostenibilidad .....	87
4.5.6.1	Código de Conducta Escuela Gastronómica Sostenible .....	101
4.5.6.2	Procedimiento mejora continua.....	102
4.5.6.3	Procedimiento sensibilización y capacitación .....	103
4.5.6.4	Política de sostenibilidad .....	105
4.6	MÓDULO DE FINANZAS.....	106
4.6.1	Inversiones .....	106
4.6.2	Financiamiento.....	107
4.6.3	Flujo de Caja (5 años).....	108
4.6.4	Ingresos y costos .....	109
5.	CONCLUSIONES .....	111
6.	BIBLIOGRAFÍA.....	113
7.	ANEXOS .....	115

## LISTA DE TABLAS

TABLA 1. MATRIZ DESCRIPTIVA DEL ÁREA DE INFLUENCIA DE LA EMPRESA. FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA. 2016.....	16
TABLA 2. FICHA TÉCNICA DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS A OFRECER. FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA. 2016.....	23
TABLA 3. MATRIZ DE VALORACIÓN DE LOS RECURSOS CULTURALES DEL PCI. FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA. 2016 .....	27
TABLA 4. CUANDO EL RECONOCIMIENTO DEL ATRACTIVO SE DA EN DOS REGIONES (DEPARTAMENTOS, ESTADOS, PROVINCIAS) FRONTERIZAS SE LE DEBE DAR PUNTAJE COMO REGIONAL. (MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. OP. CIT) .....	28
TABLA 5. ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DEL SERVICIO. FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA. 2016 .....	35
TABLA 6. FORMATO DE CONTROL DE CALIDAD A PROVEEDORES. FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA. 2016....	36
TABLA 7. IDENTIFICACIÓN DE RESIDUOS. FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA. 2016 .....	37
TABLA 8. FORMATO DE REGISTRO CONTROL DE EQUIPOS. FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA. 2016.....	37
TABLA 9. CONTROL DE ENTRADAS DE MATERIA PRIMA. FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA. 2016.....	37
TABLA 10. CARACTERIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS OFRECIDOS POR LA EGS. FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA. 2016 .....	39
TABLA 11. CARACTERIZACIÓN DE LOS SERVICIOS OFRECIDOS POR LA EGS FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA. 2016.....	39
TABLA 13. GASTO DE CONSUMO FINAL INTERNO DE LOS HOGARES POR FINALIDAD 2015-TERCER TRIMESTRE FUENTE: DANE. 2015.....	41
TABLA 12. COMPORTAMIENTO DEL PIB POR RAMAS DE ACTIVIDAD ECONÓMICA 2015-TERCER TRIMESTRE. FUENTE: DANE 2015.....	40
TABLA 14. PERSONAL ADMINISTRATIVO CONTRATADO 2006-2015 FUENTE: ESTADÍSTICAS E INDICADORES ESTRATÉGICOS OFICINA DE PLANEACIÓN. UTP. 2016.....	43
TABLA 15. ESTUDIANTES MATRICULADOS EN POSGRADO FUENTE: ESTADÍSTICAS E INDICADORES ESTRATÉGICOS OFICINA DE PLANEACIÓN. UTP. 2016.....	43
TABLA 16. RESUMEN DE LA OFERTA EN PEREIRA FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA. 2016.....	45
TABLA 17. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA. FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA. 2016.....	45
TABLA 18. FICHA TÉCNICA - ENCUESTA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA EGS. ELABORACIÓN PROPIA. 2016.....	47
TABLA 19. PRECIOS DE LA COMPETENCIA. FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA. 2016.....	49
TABLA 20. MATRIZ DE IMPACTOS Y ASPECTOS AMBIENTALES. FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA. 2016.....	86
TABLA 21. REQUISITOS LEGALES. FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA. 2016.....	88
TABLA 22. PROGRAMA DE GESTIÓN DE SOSTENIBILIDAD. FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA. 2016. ....	90
TABLA 23. DISEÑO DE INDICADORES PARA EL MONITOREO Y EVALUACIÓN DE LA GESTIÓN PÚBLICA. FUENTE: <a href="http://es.slideshare.net/tarazonajimenez/diseo-de-indicadores-para-el-monitoreo-y-evaluacin-de-la-gestin-publica">HTTP://ES.SLIDESHARE.NET/TARAZONAJIMENEZ/DISEO-DE-INDICADORES-PARA-EL-MONITOREO-Y-EVALUACIN-DE-LA-GESTIN-PUBLICA</a> . 2016. ....	90
TABLA 24. PLAN DE CAPACITACIÓN. FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA. 2016.....	92
TABLA 25. PLAN DE USO EFICIENTE Y DE AHORRO DE AGUA Y ENERGÍA. FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA. 2016.....	94
TABLA 26. PLAN DE USO DE ECO-TECNOLOGÍAS. FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA. 2016. ....	95
TABLA 27. PROGRAMA DE LIMPIEZA Y DESINFECCIÓN. FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA. 2016.....	95
TABLA 28 . CARACTERIZACIÓN DE RESIDUOS POR SESIONES. FUENTE: <a href="https://www.uis.edu.co/intranet/calidad/documentos/bienestar_estudiantil/guias/gbe">HTTPS://WWW.UIS.EDU.CO/INTRANET/CALIDAD/DOCUMENTOS/BIENESTAR_ESTUDIANTIL/GUIAS/GBE</a> .PDF. 2016.....	98

## LISTA DE GRÁFICAS

GRÁFICA 1. PERSONAL OCUPADO POR CATEGORÍA DE CONTRATACIÓN Y REMUNERACIÓN, EN ACTIVIDADES DE RESTAURANTE, CATERING Y BARES. TOTAL NACIONAL 2014 FUENTE: DANE. 2015.....	42
GRÁFICA 2. ¿CON QUÉ EMPRESA CONTRATA ESTOS SERVICIOS? FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA. 2016 ..	47
GRÁFICA 3. ¿CON QUÉ EMPRESA CONTRATA ESTOS SERVICIOS (REFRIGERIOS)?. FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA. 2016.....	48
GRÁFICA 4. ¿REQUIERE ESTA DEPENDENCIA EL SERVICIO DE ALMUERZOS Y REFRIGERIOS PARA SUS EVENTOS, REUNIONES, CAPACITACIONES? FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA. 2016.....	50
GRÁFICA 5. ¿CON QUE FRECUENCIA SOLICITA ALMUERZOS? Y SEGÚN LA RESPUESTA ANTERIOR, ¿QUÉ CANTIDAD DE VECES REQUIERE EL SERVICIO DE ALMUERZO? FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA. 2016.	50
GRÁFICA 6. ¿CUÁNTOS ALMUERZOS PIDE? FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA. 2016.....	51
GRÁFICA 7. ¿QUÉ TIPO DE ALMUERZO HA CONTRATADO? FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA. 2016.....	51
GRÁFICA 8. ¿CON QUE FRECUENCIA SOLICITA REFRIGERIOS? Y SEGÚN LA RESPUESTA ANTERIOR, ¿QUÉ CANTIDAD DE VECES REQUIERE EL SERVICIO DE REFRIGERIO? FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA. 2016 .....	52
GRÁFICA 9. ¿CUÁNTOS REFRIGERIOS PIDE? FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA. 2016.....	52
GRÁFICA 10. ¿CUÁNTOS REFRIGERIOS PIDE? FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA. 2016.....	53
GRÁFICA 11. ¿LE GUSTARÍA CONTAR CON UN NUEVO SERVICIO DE CATERING (SERVICIO PROFESIONAL QUE SE DEDICA PRINCIPALMENTE A LA PRESTACIÓN A DOMICILIO DEL SUMINISTRO DEL SERVICIO DE COMIDA PREPARADA) QUE ESTUVIERA LIDERADO POR PERSONAS VINCULADAS A LA CARRERA DE TURISMO ...	53
GRÁFICA 12. ALUMNOS DE POSGRADO. FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA. 2016.....	54
GRÁFICA 13. EMPLEADOS ADMINISTRATIVOS UTP. FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA. 2016.....	55

## LISTA DE ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN 1. CLASIFICACIÓN DEL SUELO 2014. FUENTE: POT (PLAN DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL) PEREIRA. 2014 .....	18
ILUSTRACIÓN 2. PLANO GENERAL URBANO. FUENTE: SISTEMA DE INFORMACIÓN GEOGRÁFICO, PEREIRA. 2015	
IMAGEN 2. PLANO GENERAL URBANO. FUENTE: SISTEMA DE INFORMACIÓN GEOGRÁFICO, PEREIRA. 2015 .....	18
ILUSTRACIÓN 3. MAPA TURÍSTICO PEREIRA. FUENTE: ALCALDÍA DE PEREIRA. 2011.....	19
ILUSTRACIÓN 4. VÍAS DE ACCESO A LA UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA. FUENTE: GOOGLE MAPS. 2016.....	20
ILUSTRACIÓN 5. ATRACTIVOS NATURALES, CULTURALES Y ARQUEOLÓGICOS. FUENTE: MAPA TURÍSTICO DE PEREIRA. ALCALDÍA DE PEREIRA. 2011 .....	20
ILUSTRACIÓN 6. ASIGNACIÓN DE PUNTAJES, PATRIMONIO INMATERIAL. FUENTE: METODOLOGÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS. 2010 .....	26
ILUSTRACIÓN 7. FLUJOGRAMA SERVICIO DE CATERING. FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA. 2016.....	31
ILUSTRACIÓN 8. FLUJOGRAMA PEDIDO A PROVEEDORES. FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA. 2016.....	32
ILUSTRACIÓN 9. FLUJOGRAMA DINÁMICA DEL SERVICIO DE CATERING. FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA. 2016.....	33
ILUSTRACIÓN 10. FLUJOGRAMA CONOCIMIENTO Y ELABORACIÓN DE RECETAS-FORMACIÓN. FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA. 2016.....	34
ILUSTRACIÓN 11. FLUJOGRAMA FACTURACIÓN. FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA. 2016.....	34
ILUSTRACIÓN 12. MEJORA CONTINUA. FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA. 2016.....	93
ILUSTRACIÓN 13 . MANEJO DE RESIDUOS. FUENTE: <a href="http://2.bp.blogspot.com/BGWUXMBA4QI/UDGuz7bW45I/AAAAAAAAADK/JA_v1GPUNPA/s1600/AMBIENTE2.JPG">HTTP://2.BP.BLOGSPOT.COM/BGWUXMBA4QI/UDGuz7bW45I/AAAAAAAAADK/JA_v1GPUNPA/s1600/AMBIENTE2.JPG</a> . 2016.....	96
ILUSTRACIÓN 14. CLASIFICACIÓN DE RESIDUOS. FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA. 2016. ....	97
ILUSTRACIÓN 15. PROCEDIMIENTO. FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA. 2016 .....	103



## LISTA DE ANEXOS

ANEXOS 1. INFRAESTRUCTURA EN LA QUE SE APOYARÁ LA ESCUELA GASTRONÓMICA SOSTENIBLE .....	115
ANEXOS 2. ENCUESTA .....	118
ANEXOS 3. GRÁFICA ¿CUÁNTO PAGA POR ALMUERZO? .....	122
ANEXOS 4. GRÁFICA ¿CÓMO SOLICITA EL SERVICIO? .....	122
ANEXOS 5. GRÁFICA ¿POR QUÉ SELECCIONA ESTA EMPRESA? .....	122
ANEXOS 6. GRÁFICA ¿CUÁNTO PAGA POR REFRIGERIO? .....	123
ANEXOS 7. GRÁFICA ¿CÓMO SOLICITA EL SERVICIO DE REFRIGERIO? .....	123
ANEXOS 8. GRÁFICA ¿CON QUÉ EMPRESA CONTRATA ESTOS SERVICIOS? .....	123
ANEXOS 9. GRÁFICA ¿CUÁNTO PAGA POR ALMUERZO? .....	124
ANEXOS 10. GRÁFICA ¿VISITARÍA UN CAFÉ AL PASO QUE ESTUVIERA UBICADO DENTRO DE LA UNIVERSIDAD Y QUE LE OFRECIERA DIFERENTES PREPARACIONES DE CAFÉ? .....	124
ANEXOS 11. GRÁFICA ¿HA REQUERIDO SERVICIO DE COMIDA VEGETARIANA? .....	124
ANEXOS 12. LEY 1258 DE 2008 .....	125
ANEXOS 13. CÓMO CONSTITUIR LEGALMENTE UNA EMPRESA .....	125
ANEXOS 14 INVENTARIO INICIAL (PROGRAMA DE TURISMO SOSTENIBLE).....	131
ANEXOS 15 PLAN DE VENTAS EN UNIDADES.....	133

## ABREVIATURAS

**SGA:** Sistema de Gestión Ambiental

**UTP:** Universidad Tecnológica de Pereira

**EGS:** Escuela Gastronómica Sostenible

**PTS:** Programa de Turismo Sostenible

## RESUMEN

El siguiente proyecto propone la creación de la Escuela Gastronómica Sostenible como plan de negocios, enfocándose principalmente en la Salvaguardia de las Cocinas Tradicionales, rescatándolas y dándolas a conocer mediante la prestación del servicio de catering dentro de la Universidad Tecnológica de Pereira en donde se trabajará con el apoyo del Grupo de Investigación en Gestión en Cultura y Educación Ambiental en la Línea de Turismo, Comunidades y Patrimonio.

La Escuela Gastronómica Sostenible cuenta con una estructura organizacional definida legalmente y mediante su programa de mercadeo se hizo un análisis que dio como resultado la factibilidad del proyecto por la aceptación que demostró el público objetivo; posteriormente se evaluó la viabilidad económica mediante herramientas financieras con las cuales se elaboró la proyección de ventas con resultados positivos.

Finalmente, pensando desde la sostenibilidad, se estableció un Sistema de Gestión Ambiental con sus respectivas acciones de mejora para mitigar los impactos negativos que puedan generarse en el ambiente durante la realización de las actividades para la prestación del servicio.

## ABSTRACT

The following project proposes the creation of Sustainable Culinary School as a business plan, focusing mainly on the Safeguarding of Traditional Kitchens, rescuing them and making them known through the presentation of catering services in the Technological University of Pereira, where we will work with the support of the management resource Group Tourism line, Communities and Heritage.

The sustainable culinary school counts with a legally defined through a marketing program we did analysis that resulted the feasibility of the project by the acceptance of the public. Later, we evaluated the economic viability through financial tools in which we elaborated the projection of sales with positive results.

Finally, thinking from the sustainable, we established an environmental management system with its positive respective action of improvement for mitigating the negative impacts that could generate in the environment during the realization of the activities for the presentation of the service.

## 1. INTRODUCCIÓN

La Escuela Gastronómica Sostenible, en adelante –EGS-, se plantea por medio de un ejercicio de plan de negocios en el Programa de Turismo Sostenible –PTS-, de la Universidad Tecnológica de Pereira –UTP-, para evaluar la factibilidad de la prestación de servicio de catering para las diferentes dependencias de la UTP y en donde se hace uso del espacio de la cocina para generar capacitaciones y monitorias a los estudiantes del PTS en sus ciclos de formación y se impulsa el fomento de la investigación de la cocina tradicional colombiana.

El plan de negocios se fortalece por la investigación y recuperación de la cocina tradicional por parte de la EGS generando un valor agregado en la prestación del servicio.

El plan de negocios se estructura con los capítulos de Servucción, Mercadeo, Organización, Sistema de Gestión Ambiental y Financiero, donde se evidencia la oportunidad de crear la EGS con el enfoque de la recuperación de saberes de la cocina tradicional, el reconocimiento a los cocineros tradicionales y promover la investigación en este campo.

Su estructura se desarrolla con un enfoque sostenible implementando sus tres ámbitos de estudio: lo económico, social y ambiental. En lo ambiental, organizando planes de manejo para minimizar los impactos que se puedan generar por el desarrollo de la actividad de catering y que afecten tanto a las personas que laboren allí como a la comunidad en general; en lo económico, obtener dividendos financieros por la prestación del servicio y en lo social, se proveerán empleos tanto para los estudiantes como para la comunidad aledaña así como la contratación de proveedores locales y, salvaguardar la cocina tradicional a través del apoyo que se hará a los grupos de investigación y darles reconocimiento a los cocineros tradicionales.

Este trabajo de grado hace parte del proyecto “Caracterización de las manifestaciones del Patrimonio Cultural Inmaterial asociadas a las cocinas tradicionales para su inclusión en procesos turísticos sostenibles de base comunitaria en la zona de influencia del Salado de Consotá” desarrollado por el Grupo de Investigación en Gestión en Cultura y Educación Ambiental en la línea de Turismo, comunidades y patrimonio.

## 2. JUSTIFICACIÓN

El Programa de Turismo Sostenible en su Ciclo Tecnológico se crea para formar profesionales con pautas administrativas desde la planeación, organización, dirección y control en las diferentes áreas del turismo. Con capacidades y habilidades para la formulación, creación e innovación de planes de emprendimiento empresarial con calidad y con enfoques sociales, culturales y ambientales.

La creación de un modelo de negocios lleva a los estudiantes a analizar, comprender, interpretar, argumentar y desarrollar propuestas turísticas que complementan su formación profesional, aplicando a este proceso los conocimientos y las pautas para la creación de la propuesta. Lleva al estudiante a identificar las necesidades y las oportunidades que se presentan en la actualidad, creando propuestas con productos o servicios turísticos para satisfacer las necesidades de un mercado actual, de esta forma complementa, conoce y perfecciona las ventajas competitivas que tiene su formación profesional.

El Plan de Negocios está articulado con las asignaturas prácticas y teórico prácticas de la línea de profundización en gastronomía de la Escuela de Turismo Sostenible. Su importancia radica en la coherencia con la estructura curricular del programa con el Proyecto Educativo del mismo y con el Proyecto Educativo Institucional. La EGS está siendo coherente con los tres ejes de construcción de la dogmática universitaria en la docencia, la investigación y la extensión, este último para una segunda instancia del proyecto.

Para el caso que ocupa este plan de negocios sobre la creación de la EGS, es pertinente su creación, no solo por la oportunidad económica que representa actualmente sino por el enfoque de la recuperación de saberes de la cocina tradicional representada en un producto innovador y sostenible para el sector de catering en Colombia. De igual forma, la oportunidad se presenta por la facilidad y la agilidad con que este servicio puede prestarse desde dentro de la misma universidad, ofrecido con una excelente calidad y competitividad.

### 3. OBJETIVOS

#### Objetivo general

Diseñar un plan de negocios para la creación de la Escuela Gastronómica Sostenible (EGS) del Programa de Turismo Sostenible (PTS), en la Universidad Tecnológica de Pereira (UTP).

#### Objetivos específicos

- Realizar un estudio de mercado conducente a la identificación de la competencia y el segmento de mercado
- Elaborar el plan de mercadeo para la EGS
- Evaluar la viabilidad financiera del proyecto EGS a través de la definición de herramientas básicas para obtener una proyección de ventas.
- Establecer parámetros de sostenibilidad y calidad para minimizar los impactos ambientales negativos que se puedan generar durante la ejecución de las actividades de la EGS.
- Definir el modelo y la estructura organizacional de la EGS.

## 4. PLAN DE NEGOCIOS

### 4.1 RESUMEN EJECUTIVO

El plan de negocios de la Escuela Gastronómica Sostenible (EGS) quiere dar a conocer una propuesta innovadora sobre la prestación del servicio de catering, generando nuevas recetas en los menús de los almuerzos y refrigerios con la salvaguardia de los saberes de la cocina tradicional, apoyados por el grupo de investigación en Gestión en Cultura y Educación Ambiental en la línea de Turismo, Comunidades y Patrimonio que están comprometidos con la recuperación de los saberes y el reconocimiento de los cocineros tradicionales.

Se encuentra aceptación de la propuesta por parte del público objetivo que está representando en primera instancia por las dependencias administrativas y de posgrados de la Universidad Tecnológica de Pereira (UTP).

La EGS cuenta con una oportunidad frente a la competencia actual y es la facilidad en la prestación del servicio ya que estará ubicada dentro de las instalaciones de la UTP; se entraría a competir con calidad, eficiencia e innovación frente a las empresas que realizan esta labor hoy, ya que el servicio de catering está cubierto en su totalidad.

El compromiso con el cuidado del ambiente será primordial, proponiendo desde la EGS un esbozo de un Sistema de Gestión Ambiental (SGA) basados en la Norma Técnica Sectorial Colombiana 004 para establecimientos gastronómicos y bares, que minimizaría los impactos que se generaría por la prestación del servicio, teniendo en cuenta factores sociales, ambientales y culturales. Comprometidos en toda la actividad desde la compra del producto hasta la prestación del servicio.

La EGS busca promover a los cocineros tradicionales y sus recetas y que estas sirvan para la creación de nuevos menús, fusionados con la cocina actual para conceptos de calidad y presentación. La salvaguarda de los saberes de la cocina tradicional generará un valor agregado a la EGS y al servicio de catering.

## 4.2 MÓDULO DE SERVICIO

### 4.2.1 Área de influencia

<b>Ubicación geográfica</b>	<b>Departamento</b>	Risaralda
	<b>Municipio</b>	Pereira
	<b>Corregimiento, vereda, caserío, barrio</b>	Vereda la Julita, sur oriente de Pereira.
<b>Características climatológicas</b>	<b>Altitud (msnm)</b>	1.560 msnm
	<b>Precipitación anual (mm)</b>	2.750 mm
	<b>Temperatura °C</b>	15 a 23°C
<b>Características ecológicas</b>	<b>Superficie Terrestre</b>	No aplica
	<b>Relieve</b>	No aplica
	<b>Agua, aire, suelo, fauna y flora</b>	<i>El Jardín Botánico de la UTP posee una oferta ambiental, donde se destacan los diferentes tipos de colecciones existentes y gran diversidad de especies vegetales. De acuerdo a varias identificaciones realizadas por expertos, hasta el momento se han registrado 53 familias, con 91 géneros y 160 especies. (Risaralda Turística, 2016).</i>
<b>Características sociales</b>	<b>Usos actuales del sitio</b>	Según el Plan de Ordenamiento Territorial 2015 de Pereira, la Universidad Tecnológica de Pereira está ubicada en la Comuna Universidad en una zona residencial.
	<b>Organizaciones comunitarias</b>	FAVI-UTP (Fondo de Ahorro y Vivienda UTP); Asociación de Jubilados; AFROUTP (Organización de estudiantes afrocolombianos de la Universidad Tecnológica de Pereira); Cabildo Indígena Universitario.
	<b>Organizaciones gremiales</b>	Asociación de Egresados UTP, Asociación Sindical de Profesores Universitario (ASPU), AIESEC (es una organización global, independiente, no política, sin fines de lucro y totalmente gestionada por jóvenes estudiantes y recién graduados de instituciones de educación superior.)

Tabla 1. Matriz descriptiva del área de influencia de la empresa. Fuente: Elaboración propia. 2016



El Paisaje Cultural Cafetero se encuentra ubicado en las estribaciones de los ramales Central y Occidental de la imponente cordillera de Los Andes y está compuesto por veredas que cumplen todos los criterios definidos por la UNESCO para otorgarle esta declaratoria. *Las veredas se identificaron a partir de una metodología unificada en cuya definición participaron grupos de trabajo de los cuatro departamentos, que involucraron autoridades locales, académicos y representantes del gremio cafetero. Se identificaron 16 atributos, de los cuales siete son atributos técnicos como: café de montaña, institucionalidad cafetera y redes afines, predominancia de café, cultivo en ladera, edad de la caficultura, patrimonio natural y disponibilidad hídrica.* (Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, 2012)

Entre pendientes suaves y escarpadas, colinas, valles, volcanes y nevados se encuentra una de las más importantes y representativas áreas cafeteras, que reúne zonas de los departamentos de Caldas, Quindío, Risaralda y Valle. El Paisaje Cultural Cafetero se encuentra en 47 municipios y 411 veredas. (Risaralda Turística, 2008)

El área metropolitana de Pereira, conformado por los municipios de Pereira, La Virginia y Dosquebradas, hace parte, junto con el resto del departamento de Risaralda y los departamentos de Antioquia, Caldas, Quindío y Valle del Cauca (sin el Municipio de Buenaventura), de lo que se conoce como la región de los Andes Occidentales. Esta se encuentra localizada entre las cordilleras Occidental y Central, lo cual la ha caracterizado con una diversidad de climas y de recursos naturales.

El departamento de Risaralda está conformado por catorce municipios a lo largo de más de 4.000 km<sup>2</sup>. Debido a que la altura sobre el nivel del mar oscila entre los 900 y los 1.800 metros, la temperatura de su territorio se encuentra entre los 18 y 21 °C. <sup>1</sup> (Pérez, et al. 2014)

En el espacio urbano de la ciudad se puede encontrar la zona residencial de la Comuna Universidad, en donde está ubicada la UTP creada “*por medio de la Ley 41 de 1958, se crea la Universidad Tecnológica de Pereira como máxima expresión cultural y patrimonio de la región y como una entidad de carácter oficial seccional*” (Univesidad Tecnológica de Pereira, 2010). La EGS estará situada dentro del Campus Universitario, en el antiguo Bloque L, en el segundo piso del Centro de Innovación y Desarrollo Tecnológico. Esta área cuenta con un clima entre los 15 y 23 °C, se encuentra en una zona húmeda que está rodeada de bosques primarios y secundarios a una altura de 1560 msnm.

---

<sup>1</sup> (Pérez, González, & Cardona, 2014)

✓ **Condiciones del uso actual de esta zona:**

La ciudad de Pereira está dividida en 19 comunas y la Universidad Tecnológica de Pereira se encuentra en la Comuna Universidad (6), conformada por una amplia zona residencial que incluye la Vereda la Julita, con establecimientos comerciales como supermercados, cafeterías, panaderías, bares y restaurantes, así como colegios. Está cerca del centro de la ciudad y con buenas vías de acceso.

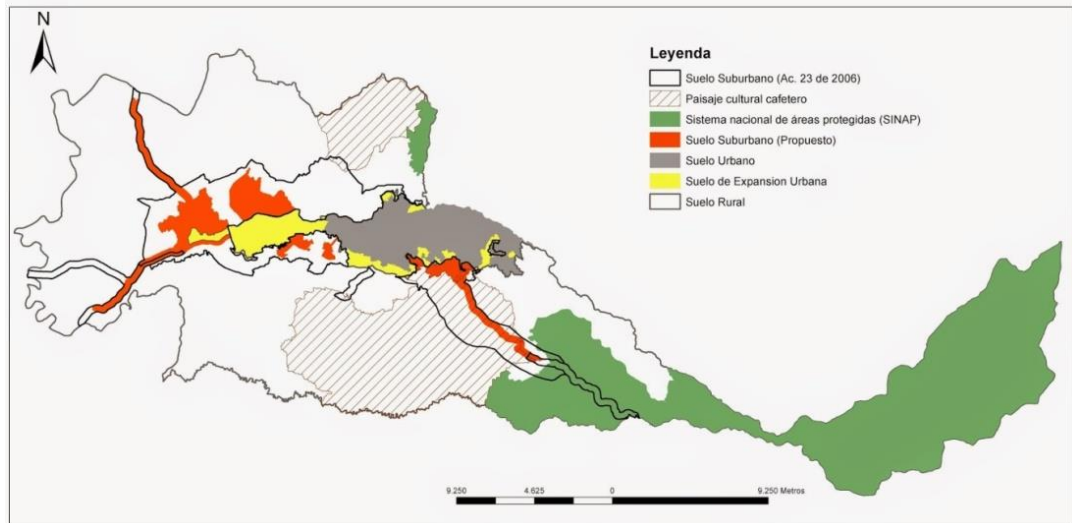


Ilustración 1. Clasificación del suelo 2014. Fuente: POT (Plan de Ordenamiento Territorial) Pereira. 2014

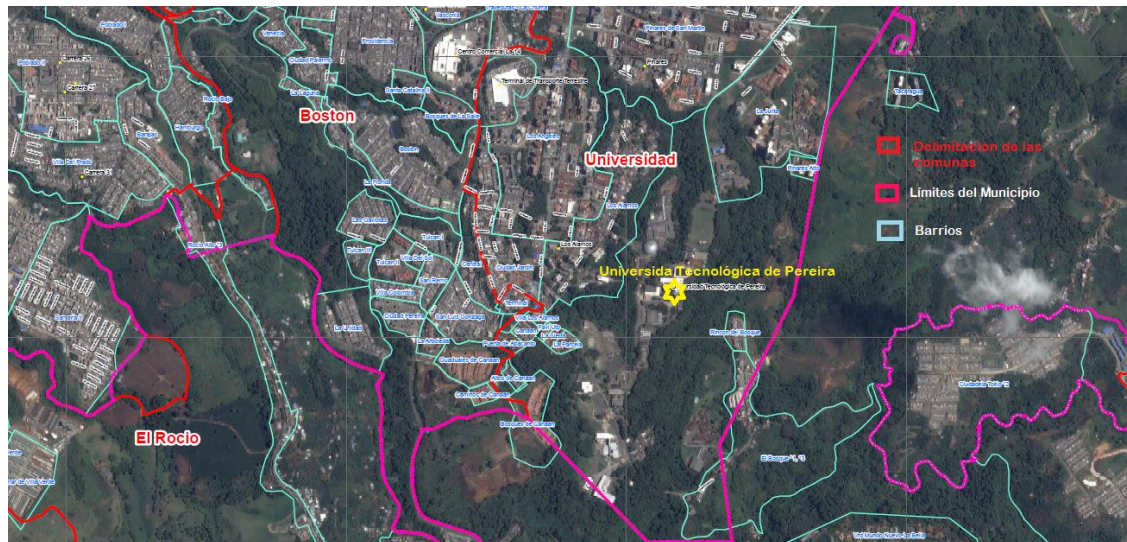


Ilustración 2. Plano General Urbano. Fuente: Sistema de Información Geográfico, Pereira. 2015



✓ **Las áreas con los atractivos señalando los recursos turísticos**

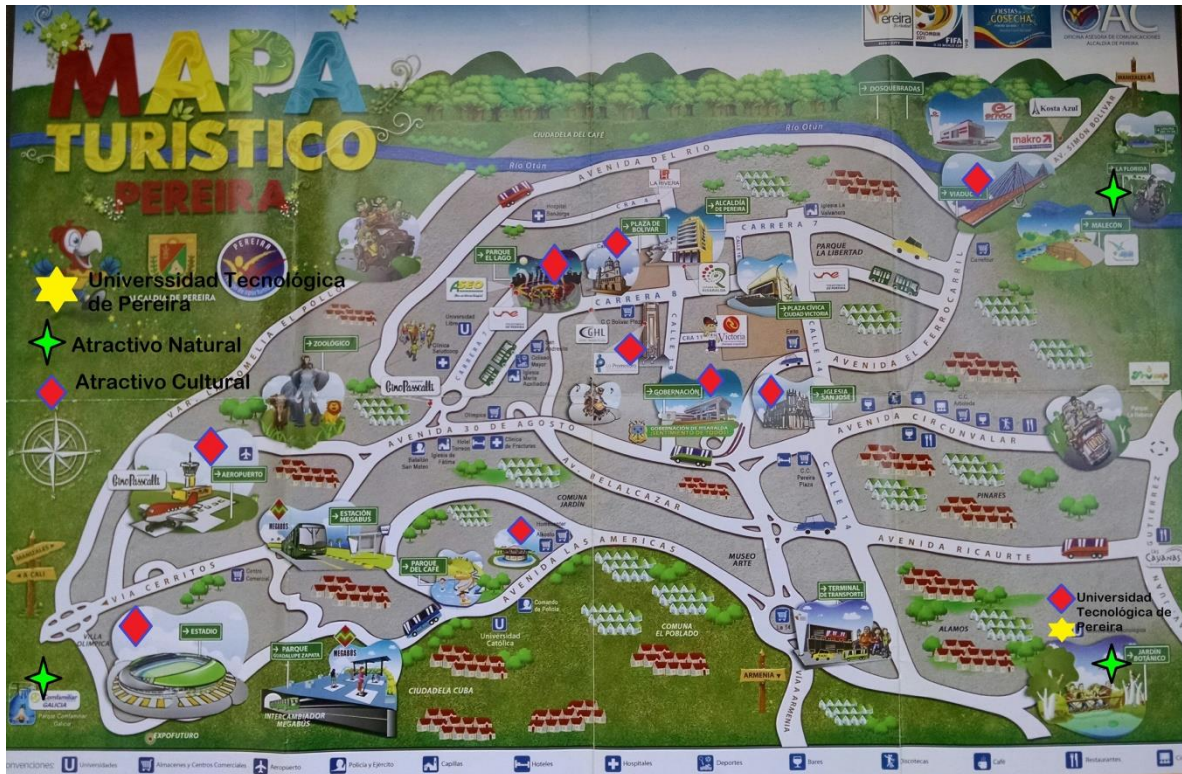


Ilustración 3. Mapa Turístico Pereira. Fuente: Alcaldía de Pereira. 2011

El Jardín Botánico es el atractivo natural que se encuentra cerca de la Universidad y como atractivos culturales se pueden mencionar La Iglesia San José, La Plaza de Bolívar, Parque El Lago, La Gobernación, El Diario del Otún y el Viaducto Cesar Gaviria Trujillo.

✓ **La infraestructura en que se apoyará (ver en Anexo 1)**

A Pereira es fácil llegar por vía terrestre o aérea gracias a su eficiente infraestructura de transporte y una buena red vial. La Terminal de Transporte de Pereira moviliza pasajeros desde hasta diversos destinos del país, que son atendidos por un promedio de 35 empresas transportadoras y de turismo que cuentan con una moderna flota de buses, busetas y automóviles. (Terminal de Transportes de Pereira, 2016).

Así mismo, existe el Aeropuerto Internacional Matecaña desde donde diariamente salen y entran vuelos nacionales e internacionales especialmente de Estados Unidos y Panamá. En el interior de la ciudad se cuenta con un Sistema Integrado de Transporte Masivo –MEGABUS – además de buses y busetas.





La Universidad Tecnológica de Pereira cuenta con amplias zonas verdes, gracias a lo cual tiene humedales dentro del campus que se conservan y protegen. Por otra parte se encuentran algunas obras de artista reconocidos como Omar Rayo y Rodrigo Arenas Betancourt y se conserva algunas piezas arqueológicas que han sido halladas en la construcción y transformación de la misma universidad. En la vía Armenia muy cerca de la Universidad, pasa el Río Consota donde se encuentran los restos de un salado denominado Salado del Consotá, que era explotado desde antes de la conquista y sobre el que actualmente se está llevando una investigación buscando la salvaguarda de su riqueza patrimonial. El Salado de Consotá hace parte de una zona de importantes hallazgos prehispánicos, llamada Región Quimbaya, lugar donde desde hace varias décadas se vienen recogiendo datos que apuntan al conocimiento de las poblaciones que ocuparon la región en tiempos antiguos.

*A estos significativos hallazgos, en la ciudad de Pereira, se adicionaron nuevos datos. En 1998 durante la construcción del acueducto Red Expresa Sur, en un reconocimiento regional, fueron localizados más de 80 sitios de carácter arqueológico. Luego, en el año 2001, se inicia la institucionalización de la investigación arqueológica en la Universidad Tecnológica de Pereira, lográndose con el programa de Cambios Ambientales en Perspectiva Histórica, el hallazgo del que hoy es conocido como el Salado del Consotá.*

*Allí se evidenciaban procesos de explotación salina en diversas épocas de ocupación humana de la región. En particular, se obtuvo una fecha de radio carbón asociada a abundantes fragmentos cerámicos, dando como resultado 3.350 años antes. Incluso en los niveles más profundos se detectaron ocupaciones pre-cerámicas tempranas de 4290 años a 5850 años, lo que confirma la antigüedad milenaria de la ocupación humana en la región.*

*El Parque Arqueológico y Ambiental Salado de Consotá está localizado en el municipio de Pereira, exactamente en el sector sur-oriental de la ciudad, corregimiento de Tribunias, a la altura de Caracol-La Curva, sobre la llanura aluvial del río Consota, incluyendo las terrazas y laderas aledañas en una zona de aproximadamente 11,479 hectáreas, de las cuales 9,14 hectáreas son del municipio de Pereira y las restantes pertenecen a 5 propietarios privados. (Destino Café, 2012)*

## 4.2.2 Ficha técnica de servicio turístico

La EGS, ofrecerá el servicio de catering<sup>2</sup> con almuerzos tipo ejecutivo, buffet y gourmet que se elaborarán con elementos de la cocina fusión<sup>3</sup> teniendo como base la cocina tradicional<sup>4</sup> colombiana, buscando la salvaguarda de saberes gastronómicos ancestrales y tradicionales que hacen parte del Patrimonio Cultural Inmaterial de la nación. Los refrigerios tendrán un componente de panadería y/o repostería, preferiblemente de la cocina tradicional, acompañados con un jugo natural como bebida.

Adicionalmente al servicio de catering, la EGS será un aula viva, donde los estudiantes del énfasis de gastronomía del Programa de Turismo Sostenible recibirán sus clases de formación en el área y que está conformada por 8 asignaturas (Gastronomía Ecológica, Organización de Servicios Gastronómicos, Antropología Gastronómica, Técnicas para la Preparación de Alimentos, Práctica en Salvaguardia de la Cocina Tradicional, Supervisión de la Calidad Y Control en Procesos Gastronómicos, Gerencia de Empresas Gastronómicas y Rescate y Salvaguardia de la Gastronomía con café). Una parte fundamental de los servicios y alianzas será la participación en el proyecto de investigación *“Caracterización de las manifestaciones del Patrimonio Cultural Inmaterial asociadas a las cocinas tradicionales para su inclusión en procesos turísticos sostenibles de base comunitaria en la zona de influencia del Salado de Consotá”* donde uno de sus objetivos es la recuperación de los saberes de los cocineros tradicionales que aportan sus recetas de la cocina tradicional de la región y que serán la base del menú que se ofrecerá en el servicio de catering.

Como propósito primordial se busca salvaguardar la cocina tradicional, al apoyar los procesos de investigación cuyo objetivo es la recuperación de saberes ancestrales y permitir así difundir estos conocimientos en la prestación del servicio de catering, aumentando la oferta gastronómica actual.

La EGS tendrá un enfoque de sostenibilidad procurando minimizar los impactos que se pueden producir en el ambiente al generar el servicio para lo que se implementará un Sistema de Gestión Ambiental Empresarial que se puede encontrar en el Capítulo Sistema de Gestión Ambiental.

En la actualidad en Pereira se encuentran diferentes servicios de catering, prestados por empresas de banquetes y por hoteles reconocidos quienes ofrecen

---

<sup>2</sup> Servicio profesional que se dedica principalmente a la prestación a domicilio del suministro del servicio de comida preparada

<sup>3</sup> concepto general que se emplea en gastronomía para indicar tanto la mezcla de estilos culinarios de diferentes culturas como la mezcla de ingredientes representativos de otros países, mezcla de condimentos y/o especias, prácticas culinarias. *Le Cordon Bleu* <http://www.ilcb.edu.pe/index.php/component/k2/item/153-la-comida-fusi%C3%B3n.html>

<sup>4</sup>La Cocina Tradicional se debe entender como un hecho cultural y una tradición viva que se transmite entre generaciones con conocimientos, prácticas y tradiciones cotidianas que se recrean constantemente de manera presencial, por la experiencia y la comunicación oral. (Ministerio de Cultura, 2012)



el servicio para eventos sociales y empresariales. (Ver más información en el numeral 4.2.2.2. *Estado del Arte de los productos y/o servicios relacionados en la tabla anterior*)

#### 4.2.2.1 Ficha técnica de los productos o servicios a ofrecer

Nombre del producto o servicio	Tipo de producto o servicio	Descripción	Características técnicas
Catering	Almuerzos	Tipos ejecutivo, buffet y gourmet con elementos de la cocina tradicional, en una combinación con elementos de la cocina fusión <sup>5</sup> , que se servirán en diferentes eventos de la UTP.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicio prestado a domicilio.</li> <li>• Servido de manera formal siguiendo los protocolos del servicio de restauración.</li> <li>• Elaborado con productos cultivados por los agricultores de la región que utilicen la menor cantidad de químicos posibles.</li> </ul>
	Refrigerios	Producto de panadería y/o repostería, preferiblemente de la cocina tradicional colombiana acompañado de un jugo natural.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicio prestado a domicilio</li> <li>• Servido de manera informal (puede ser en vajilla o en desechable de cartón o en servilleta, siguiendo los requerimientos que la EGS propondrá en el capítulo de SGA)</li> </ul>
	Aula viva	<p>Espacio de cocina donde se prepararán las recetas de la cocina tradicional que han sido recuperadas con los cocineros tradicionales en los talleres del grupo de investigación.</p> <p><b><i>(Es importante mencionar que este servicio se tendrá en cuenta para desarrollarse durante una segunda etapa del proyecto).</i></b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Clases prácticas de las asignaturas: <ul style="list-style-type: none"> <li>-Gastronomía Ecológica,</li> <li>-Organización de Servicios Gastronómicos,</li> <li>-Antropología Gastronómica,</li> <li>-Técnicas para la Preparación de Alimentos,</li> <li>-Práctica en Salvaguardia de la Cocina Tradicional,</li> <li>-Supervisión de la Calidad Y Control en Procesos Gastronómicos,</li> <li>-Gerencia de Empresas Gastronómicas</li> <li>-Rescate y Salvaguardia de la Gastronomía con café</li> </ul> </li> <li>✓ Desarrollo de las recetas de los cocineros tradicionales</li> </ul>

Tabla 2. Ficha técnica de los productos o servicios a ofrecer. Fuente: Elaboración propia. 2016

#### 4.2.2.2 Estado del arte de los servicios a ofrecer

##### Etimología

La palabra catering proviene del inglés, concretamente del verbo “to cater” que significa servir, atender o abastecer. Por lo tanto, se utiliza al ofrecer un conjunto de alimentos en eventos concretos. Aunque su origen no es español, se ha colado

<sup>5</sup> Op, cit.

en nuestra lengua y se utiliza comúnmente tanto en su versión en inglés como en su adaptación al castellano, cáterin. (CateringMix, 2015)

A través del tiempo el servicio de catering se ha ido desarrollando en el mundo de diferentes maneras, teniendo sus orígenes en China hacia el cuarto milenio a.C y el cual consistía en proveer alimentos gratuitamente. Este servicio, fue expandiéndose por el continente europeo iniciando principalmente en la ciudad de Roma, cuando se proporcionaba comida a los soldados y a los viajeros que iban a realizar rutas comerciales en esa ciudad italiana. Posteriormente, durante la Edad Media, en los monasterios ofrecían este servicio a las personas que asistían a las peregrinaciones. También en esta época en Asia fue cobrando importancia este servicio cuando se realizaba la famosa Ruta de la Seda y Las Especies realizada principalmente por comerciantes chinos. (CRISOL, 2010)

Tiempo después este servicio empezó a tener un valor económico, se fue perfeccionando y se empezó a ofrecer con una presentación con más estilo, siendo Grecia uno de los primeros países en desarrollar empresa dedicada a brindar este servicio. Más adelante, durante el siglo XV se empezó a hacer famoso en Alemania, en donde entraron en vigor leyes que controlaban y regulaban la calidad de los alimentos y licores que se ofrecían en albergues y en el siglo XIX un cocinero, escritor y creador de equipos de cocina llamado Alexis Soyer creó una caldera que funcionaba a vapor, lo cual significó una gran avance para perfeccionar el servicio. (CRISOL, 2010, Op.cit)

En el continente americano, la industria del Catering empezó a desarrollarse en los años 60 en California (EE.UU), cuando se atendían las necesidades de alimentación de las estrellas de Hollywood debido a las largas horas de grabación o a la ubicación de los estudios en zonas apartadas. *"Este servicio empezó a desarrollarse desde los años 40, durante el apogeo de la realización cinematográfica, pero sólo hasta los años 60 se difundió y se convirtió en una industria"*. (Garzón, 2011)

En Colombia, hacia el año de 1952 empezó a desarrollarse este servicio, en la ciudad de Bogotá. Inicialmente se conocía con el nombre de casas de banquetes, Debido a la influencia de Estados Unidos se introdujo el término de "catering" y aún hoy se usan los dos términos (Garzón, 2011, op.cit)

A partir de ese tiempo empezaron a surgir empresas que se dedicaron exclusivamente a prestar este servicio, la primera de ellas la creo el señor Pedro Vélez Toro bajo el nombre de Banquetes Pierre quien con ayuda de su familia la consolidó como una empresa reconocida y hoy 64 años después sigue existiendo, prestando sus servicios en eventos empresariales y matrimonios de personajes importantes del país. (Garzón, 2011, op.cit)

Cabe resaltar que de los países vecinos, Perú ha logrado posicionarse como uno de los mercados de mayor competencia y el segundo en toda Latinoamérica en la prestación del servicio de Catering, todo esto gracias al sostenimiento económico



que ha tenido el país en los últimos años y al dinamismo en la economía. (La República, 2013)

Actualmente en Pereira existen importantes empresas que ofrecen el servicio de Catering y que se encuentran con una buena posición en el mercado. Algunas de ellas son:

- ✓ Banquetes Danna García
- ✓ Refrigerios y servicios SAS
- ✓ Movich Hoteles
- ✓ Banquetes Los Nogales
- ✓ D`Buffet
- ✓ La Lucerna
- ✓ Eventos con Love
- ✓ Hostal Guadalupe Casa Campestre
- ✓ Banquetes Máximo Control Eventos
- ✓ Mono Ángel Banquetes y Eventos
- ✓ Banquetes Toño
- ✓ Restaurante El Rancherito Antioqueño
- ✓ Euphoria Eventos
- ✓ Gran Hotel
- ✓ Banquetes Elite
- ✓ Banquetes Ensuevento
- ✓ La Ricura
- ✓ Recepciones Festejar
- ✓ Con Gusto para Servirle

Las empresas mencionadas anteriormente se encuentran ubicadas en diferentes zonas de la ciudad de Pereira, ofrecen servicios relacionados con el Catering, organización de eventos sociales como matrimonios, fiestas de quince años, primeras comuniones, fiestas de grado y temáticas. (Banquete)

A partir del servicio de catering se propone una puesta en valor del Patrimonio Cultural Inmaterial (PCI) con las cocinas tradicionales que hacen parte de esta categoría del Ministerio de Cultura.

*Las cocinas tradicionales son “Conocimientos y tradiciones populares asociadas a la producción, preparación y consumo cotidiano de alimentos constituyen uno de los pilares del patrimonio cultural inmaterial de la Nación; estas comprenden complejos conjuntos de conocimientos y prácticas culinarias que tienen raíces indígenas, ibéricas, africanas e importantes influencias, muy visibles en la región Caribe, de la culinaria árabe y de los países vecinos”. (Ministerio de Cultura, 2012)*

Es un saber que nace en las familias, en sus conocimientos y practicas ancestrales de la preparación de los alimentos, el Estado se ha preocupado por salvaguardar *“Se entiende por salvaguardia de las manifestaciones del patrimonio cultural inmaterial las medidas encaminadas a crear condiciones para la*

sostenibilidad de dicho patrimonio en el tiempo, a partir de la identificación, el conocimiento, la sensibilización, la divulgación y el respeto a la tradición”<sup>6</sup> y crear condiciones para la divulgación de este conocimiento que en la mayoría de los casos son saberes rurales y de las regiones de Colombia.

### 4.2.2.3 Unidades de gestión

#### 4.2.2.3.1 Recurso turístico

En la EGS se darán a conocer algunas preparaciones de las cocinas y los saberes tradicionales, en donde se rescatará la cultura culinaria que ha caracterizado la región y que se han ido perdiendo con el pasar del tiempo. Cocinas tradicionales, que hacían particulares a un grupo social y que hoy muy pocos conocen por no haber sido salvaguardadas, serán la base y razón de ser de la EGS.

A continuación se muestra la Matriz de autenticidad y singularidad de dos productos con los que se elaborarán recetas de la cocina tradicional colombiana y que hacen parte del Patrimonio Cultural Inmaterial. (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2010)



PATRIMONIO INMATERIAL



		Puntaje
Calidad	Colectivo	14
	Tradicional	14
	Anónimo	14
	Espontáneo	14
	Popular	14
	<b>Total</b>	<b>70</b>
Significado	Local	6
	Regional	12
	Nacional	18
	Internacional	30
	<b>Total</b>	<b>30</b>

Ilustración 6. Asignación de puntajes, Patrimonio Inmaterial. Fuente: Metodología para la elaboración del inventario de atractivos turísticos. 2010

<sup>6</sup>(Unesco, 2003, Convención para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial. En: Rivera, JC. 2015. Investigaciones en alimentos y cocina Colombiana. SENNOVA. Bogotá. pp 20-26)

## Valoración de recursos culturales del Patrimonio Cultural Inmaterial

RECURSO CULTURAL	Descripción Técnica	Componente	Calidad	Significado
Cocina tradicional	La Cocina Tradicional se debe entender como un hecho cultural y una tradición viva que se transmite entre generaciones con conocimientos, prácticas y tradiciones cotidianas que se recrean constantemente de manera presencial, por la experiencia y la comunicación oral. (Ministerio de Cultura, 2012)	1.6.2 La gastronomía y los saberes culinarios		
Brevas	Los higos que provienen de Asia pasan luego por el Mediterráneo y llegan a tierras americanas a través de las islas caribeñas. Las brevas, como se les llama comúnmente en nuestro país hacen parte de los exquisitos postres de la cocina tradicional colombiana. Se cocinan en el alimbar que resulta de uno de los alimentos más habituales de la dieta cotidiana de nuestro país, la panela. *	1.6.2 La gastronomía y los saberes culinarios	28	42
Cidra	La cidra es un fruto con características especiales que brinda propiedades alimenticias, de valor nutritivo alto, contiene: calcio, fósforo, hierro, caroteno, vitaminas A, B y C y ácido ascórbico. Es de un color verde dar, y tiene algunas espinas en su corteza. En Colombia es reconocida por que se usa con los frijoles. Puede comerse cruda o cocinada. **	1.6.2 La gastronomía y los saberes culinarios	18	30
Yacón	El Yacón se cree que es originario del Perú, pero se ha domesticado por toda la región Andina inclusive ya se cultiva en otros continentes. El Yacón es una planta familiar lejana del girasol y su raíz de sabor dulce es muy recomendada para las personas que sufren diabetes o azúcar en la sangre. El Yacón es una raíz carnosa o tubérculo que guarda cierto parecido con otras raíces comestibles en su forma, tamaño y color como la yuca, el ñame, la bata y la arracacha. ***	1.6.2 La gastronomía y los saberes culinarios	28	12
Hojas de Bijao	Es una especie de planta perteneciente a la familia de las marantáceas. Es una planta que crece en el trópico americano cuyas hojas, se utilizan en algunos países para envolver tamales y otros animales blandos. ****	1.6.2 La gastronomía y los saberes culinarios	42	30

\*Cronica. Claudia Tatiana Ospina Vélez 2014

\*\* Tomado de:  
[http://www.elmundo.com/porta/vida/gastronomia/la\\_cidra\\_ma\\_s\\_que\\_maleza.php#.VvLRx\\_rhDIV](http://www.elmundo.com/porta/vida/gastronomia/la_cidra_ma_s_que_maleza.php#.VvLRx_rhDIV) (7 Mayo de 2015)

\*\*\*Tomado de: <http://www.chispaisas.info/yacon.htm>

\*\*\*\*Tomado de:  
<http://chincamayo.blogspot.com.co/p/cultivo.html>

		BREVAS	CIDRA	YACÓN	HOJAS DE BIJAO
CALIDAD	COLECTIVO	14	14	14	14
	TRADICIONAL	14	14	14	14
	ANÓNIMO	-	-		
	ESPONTÁNEO	-	-		
	POPULAR	-	14		14
<b>TOTAL</b>		<b>28</b>	<b>42</b>	<b>28</b>	<b>42</b>
SIGNIFICADO	LOCAL				
	REGIONAL			12	
	NACIONAL	18			
	INTERNACIONAL	-	30		30
<b>TOTAL</b>		<b>18</b>	<b>30</b>	<b>12</b>	<b>30</b>

Tabla 3. Matriz de valoración de los recursos culturales del PCI. Fuente: Elaboración propia. 2016

En la matriz anterior se puede observar la valoración efectuada a algunos productos que contendrán los platos que se ofrecerán en el menú de la EGS, como un ejemplo de cómo se evalúan los productos del PCI.

Según los criterios de valoración del Patrimonio Cultural en el capítulo de Calidad del Patrimonio Inmaterial se tuvieron en cuenta los siguientes aspectos con los que se valoraron cuatro productos de la cocina tradicional colombiana y que se quieren resaltar por la cantidad de beneficios y preparaciones que se pueden hacer con ellos y que son desconocidos por la mayoría de personas.

- ✓ Colectiva: Común a un grupo humano que se siente representado en este hecho, que lo usufructúa y lo transmite.
- ✓ Tradicional: Se transmite de generación en generación y sus orígenes se pierden en el tiempo.
- ✓ Anónima: No tiene autor conocido y su origen se remonta a tiempos muy antiguos.
- ✓ Espontánea: Responde al modo natural, sencillo e ingenuo con que se transmite una expresión.
- ✓ Popular: Representa la cotidianidad de las masas populares.

Y según su Significado, los aspectos son:

<b>Local</b>	Grado de reconocimiento del atractivo dentro del área municipal.
<b>Regional</b>	Grado de reconocimiento del atractivo en un área de uno o más departamentos.
<b>Nacional</b>	Grado de reconocimiento del atractivo dentro del país.
<b>Internacional</b>	Grado de reconocimiento del atractivo en dos o más países. *

Tabla 4. Cuando el reconocimiento del atractivo se da en dos regiones (departamentos, estados, provincias) fronterizas se le debe dar puntaje como regional. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. op. cit)

En la actualidad las cocinas tradicionales no cuentan con una categoría Patrimonial Cultural Inmaterial Internacional, pero la cultura culinaria y la salvaguarda de las cocinas tradicionales hacen parte de los ámbitos de protección por parte del estado. *“El fomento y la salvaguardia de las cocinas tradicionales de Colombia se inscribe en el marco general de la Carta Política de 1991, en la cual se eleva a nivel constitucional la salvaguardia del patrimonio cultural”.* (Ministerio de Cultura, 2012, op.cit)

Enmarcada en la constitución está la Ley 397 de 1997, Ley General de Cultura que incluyó como parte del Patrimonio Cultural las manifestaciones de cultura inmaterial. Su propósito es fomentar la valoración, protección y difusión del patrimonio cultural de la nación creando políticas que impulsarán la salvaguarda y el cuidado del patrimonio.

En el año 2009 el Ministerio de Cultura, adoptó la política de Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial de la nación, donde se busca proteger las narraciones y expresiones de la tradición oral, fiestas, rituales, tradiciones artísticas, artesanales y culinarias del país. (Ministerio de Cultura, op. cit). Algunas características del saber culinario tradicional resultan de la integración de los conocimientos ancestrales transmitidos de generación en generación; el elemento primordial es rescatar estos saberes y el aprender haciendo, igualmente los productos agrícolas cultivados en la zona juegan un papel importante en el rescate y la producción de este saber culinario, la cocina tradicional fomenta un valor cultural y una integración importante de las comunidades que se forman alrededor de esta actividad. (Ministerio de Cultura, 2012, op.cit)

El Ministerio de Cultura a través de su Programa Nacional de Estímulos realiza el Concurso Nacional de Gastronomía dedicado a la recuperación, recreación y divulgación de la riqueza culinaria. También impulsa la creación y ha venido apoyando, el programa nacional Escuelas Taller que desarrolla actividades de formación profesional en Gastronomía Tradicional.<sup>7</sup> Por medio del grupo de investigación se puede participar en el Concurso Nacional de Gastronomía con una receta tradicional elaborada por uno de los cocineros tradicionales, quien posee el saber, todo esto apoyado desde la EGS.

Sumando esfuerzos con el Ministerio de Cultura, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, elaboró el **Plan Estratégico para la Construcción del Producto Turístico Gastronómico**<sup>8</sup>, que en su eje estratégico cuarto, “Identidad”, basa su cumplimiento en tres objetivos:

- a. Investigación, reconocimiento y promoción de la gastronomía tradicional colombiana
- b. Fortalecimiento de la gastronomía regional en la Red de Pueblos Patrimonio.
- c. Sensibilización de la importancia de la gastronomía colombiana.

Además el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural dicta normas de seguridad alimentaria y tiene bajo su responsabilidad el fomento y la regulación de la producción de alimentos.

Otras entidades importantes que están relacionados con la salvaguardia del patrimonio gastronómico son el Ministerio del Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible, Ministerio de Educación, Gobiernos departamentales quienes administran recursos para la salvaguardia y promoción de la cultura. (Ministerio de Cultura, op.cit).

---

<sup>7</sup>(Ministerio de Cultura, Políticas para el conocimiento, la salvaguardia y el fomento de la alimentación y las cocinas tradicionales de Colombia, 2012. op. cit.)

<sup>8</sup> (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2016)

En la recuperación y la protección de la cocina y los saberes culinarios tradicionales, cabe destacar a la ciudad de Popayán que cuenta con un reconocimiento de la Unesco (2007) como “Ciudad Unesco de la Gastronomía” (Ministerio de Cultura, op.cit).

#### **4.2.2.3.2 Actividad Turística**

La EGS no se puede identificar como una actividad turística debido a que su naturaleza está fundamentada en el servicio catering, mas no en un servicio turístico. A pesar de eso, se puede ofrecer a los usuarios de la EGS una experiencia única que se refleja en el siguiente texto:

*“Al consumir los alimentos, no solo disfrutará de un delicioso sabor, sino que le recordará la cocina de la abuela, tendrá la oportunidad de degustar aquellos sabores y experiencias que se han ido perdiendo con el paso de los años. Los alimentos están llenos de saberes que han caracterizado la cultura cafetera en donde la combinación de sabores de esos platos tradicionales, hacen evocar y revalorar la cultura gastronómica tradicional.”*

#### **4.2.2.3.3 Servicio Turístico**

##### **Diagramas de Flujo**

A continuación se describe a través de un diagrama de flujo el proceso general para la prestación del servicio de catering.

Para la validación del servicio se realizarán encuestas de satisfacción que se tendrán en cuenta para la mejora continua del servicio de la EGS.

- **Servicio de Catering**

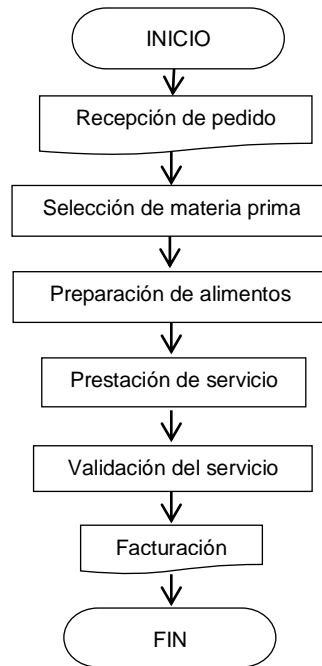
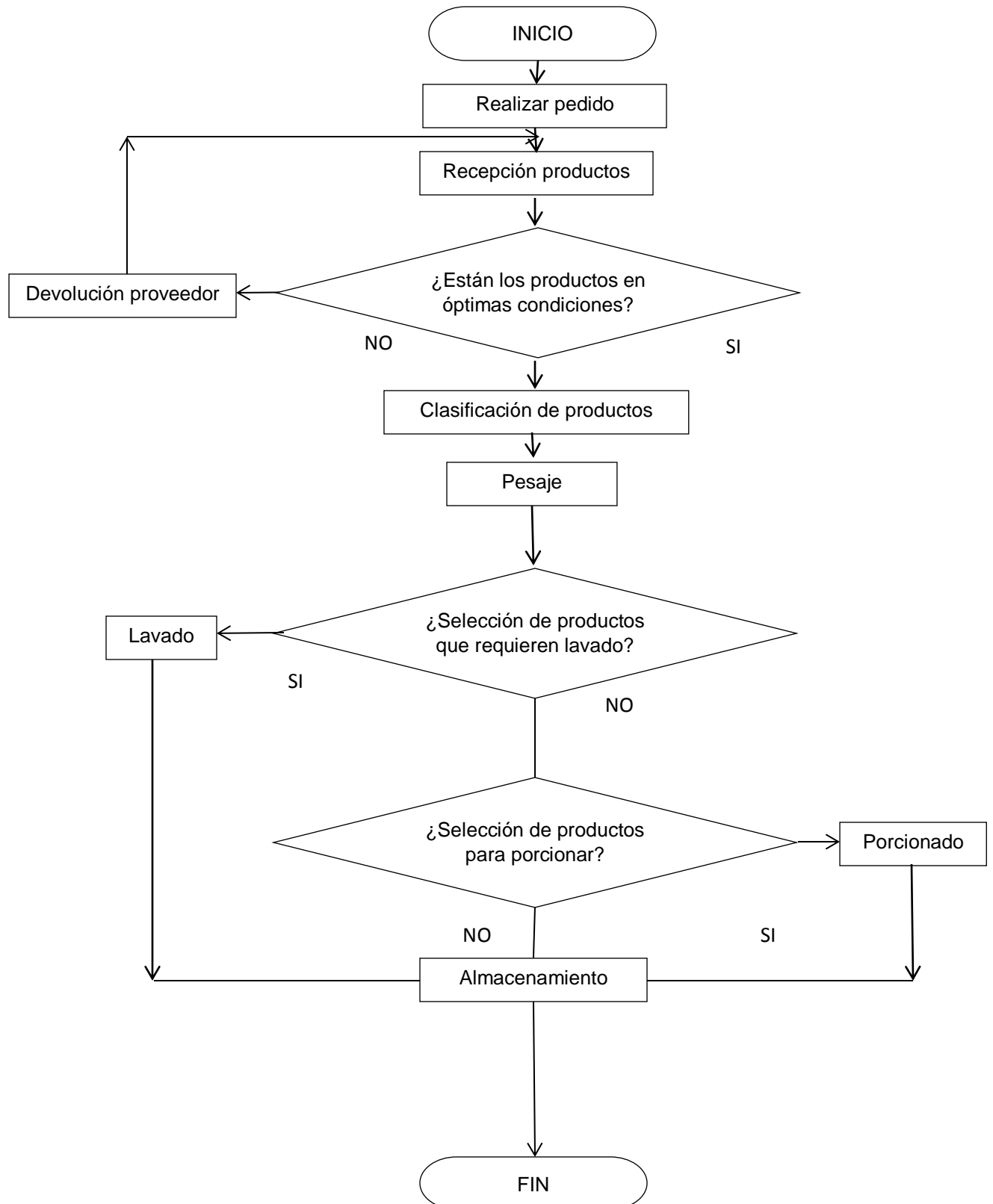


Ilustración 7. Flujograma Servicio de Catering. Fuente: Elaboración propia. 2016

- **Pedido a Proveedores**





- **Dinámica del Servicio de Catering**

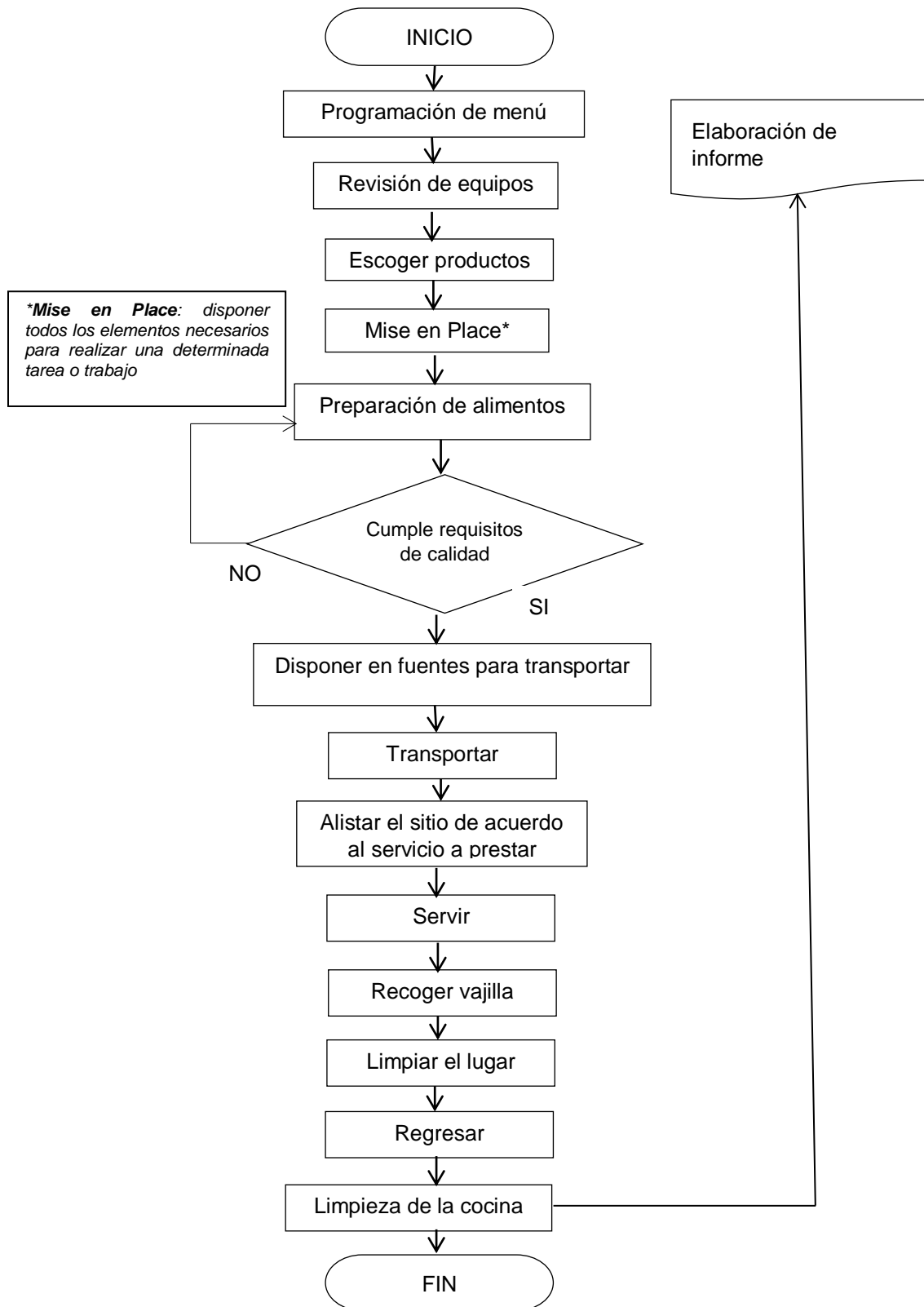


Ilustración 9. Flujograma Dinámica del Servicio de Catering. Fuente: Elaboración propia. 2016

- **Conocimiento y elaboración de Recetas-Formación**

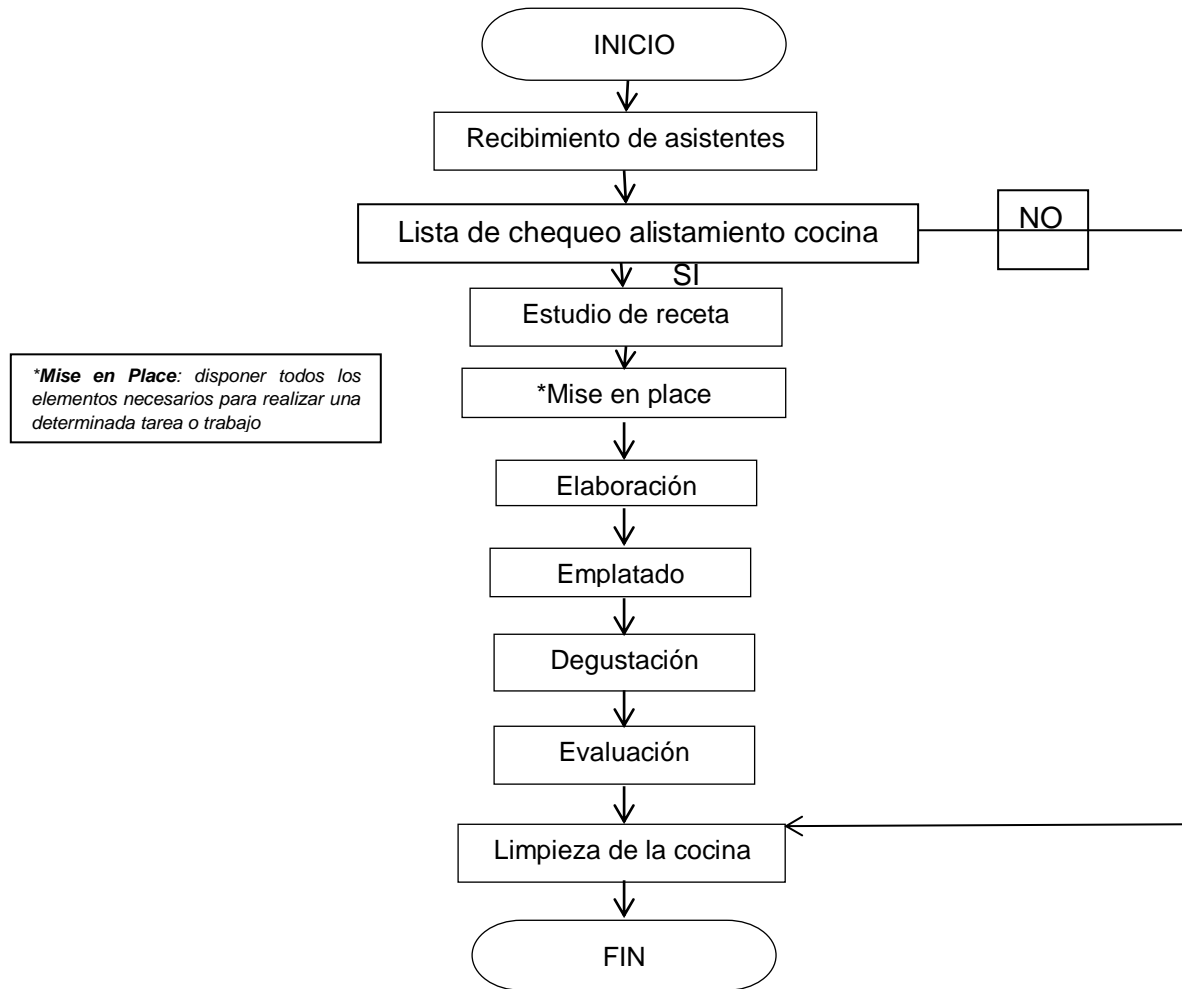


Ilustración 10. Flujograma Conocimiento y elaboración de Recetas-Formación. Fuente: Elaboración propia. 2016

- **Facturación**

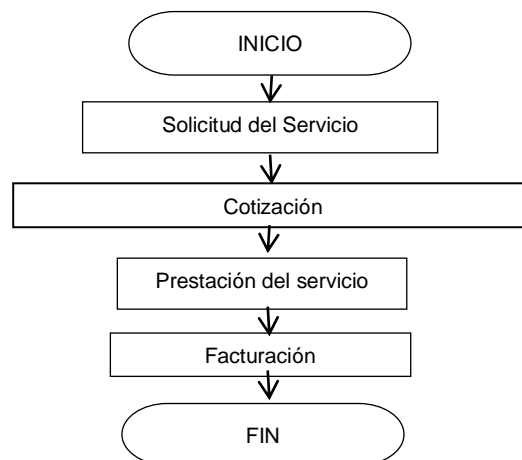


Ilustración 11. Flujograma Facturación. Fuente: Elaboración propia. 2016

## Encuesta de satisfacción

Esta encuesta se realizará después de la prestación del servicio de catering, de forma virtual y con ella se medirá la calidad de satisfacción del cliente.

<b>ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DEL SERVICIO</b> <b>Escuela Gastronómica Sostenible de la UTP</b>		
<b>Fecha:</b>		
<b>Dependencia:</b>	<b>Nombre:</b>	<b>Correo:</b>
<b>Califique los siguientes aspectos acerca del servicio recibido, así:</b> <b>5 Muy Bueno; 4 Bueno; 3 Regular; 2 Malo y 1 Muy Malo</b>		
Calidad____ Presentación____ Tiempo de respuesta ____ Precio ____ Cantidad____ Diversidad del menú____		
<b>Sugerencias:</b>		
<b>Gracias por ayudarnos a mejorar el servicio</b>		

Tabla 5. Encuesta de Satisfacción del Servicio. Fuente: Elaboración propia. 2016

## Capacidad de la EGS

Según una primera información obtenida de la oficina de Protocolo de la UTP y luego de realizar hacer un análisis estadístico con estos datos, se pudo determinar que la cantidad de almuerzos requeridos al año por las distintas dependencias de la UTP, eran de 300 mensuales y 400 refrigerios.

Luego de realizar el estudio de mercados, las cifras anteriores cambian a 2.580 almuerzos mensuales, que corresponderían a 125 almuerzos diarios en las tres categorías. En cuanto a los refrigerios, el resultado fue de 1660 mensuales con un promedio de 83 diarios.

Con estos datos actualizados y luego de recibir la asesoría de los expertos tanto del Programa de Turismo Sostenible como de la oficina de Planeación de la universidad, la cocina en la que funcionará le EGS, se construirá con una capacidad instalada para elaborar 200 almuerzos y 150 refrigerios diarios, lo que cubriría el requerimiento de forma amplia y eficiente.

## Control de calidad

Al proveedor se le exigirá el cumplimiento de la normatividad legal en cuanto a la contratación de personal. Adicionalmente al proveedor-agricultor se le pedirá un cumplimiento de buenas prácticas en el manejo de agroquímicos y en los tiempos de entrega.

A nivel interno se seguirán los protocolos exigidos para la manipulación de alimentos contemplados en la norma 3075 de 1997 sobre Buenas Prácticas de Manufactura, así como el seguimiento de los protocolos de sostenibilidad.

Los clientes externos harán su evaluación a través de encuestas de satisfacción y buzones de sugerencias que permitirán conocer sus opiniones acerca del servicio de la EGS.

La EGS desarrollará la autoevaluación constante buscando potenciar la labor en todas las áreas, para lograr el cumplimiento y la excelente prestación del servicio. Planear, hacer, verificar y actuar en todos los procesos y procedimiento del servicio para realizar un control de calidad a nivel interno, y de esta manera hacer de las fortalezas y debilidades, grandes oportunidades para el cumplimiento de las metas propuestas.

La mejora continua será un modelo gerencial a implementar y desarrollar de forma constante, no solo debe realizarse internamente, también se debe realizar a nivel externo con los principales aliados estratégicos: los proveedores y los usuarios para una mejorar permanente en la prestación del servicio.

A continuación formatos para realizar control de calidad.

- Proveedores: el control de calidad para proveedores se realizará cada 3 meses para llevar un seguimiento acerca de los productos que nos proveen.

FORMATO DE CONTROL DE CALIDAD A PROVEEDORES							
FECHA DE SOLICITUD DE PEDIDO	FECHA DE ENTREGA	PROVEEDOR	PESO O CANTIDAD	CONDICIONES DE TRANSPORTE	DOCUMENTACION REQUERIDA	PRODUCTO	CALIDAD DEL PRODUCTO
OBSERVACIONES:							
FECHA:							
RESPONSABLE:							

Tabla 6. Formato de control de calidad a proveedores. Fuente: Elaboración propia. 2016

- Controles internos: Se llevarán a cabo continuamente a nivel interno.

IDENTIFICACIÓN DE RESIDUOS					
FECHA:					
Generación del residuo	Residuo		Sistema de acopio		Comentarios
	Tipo	Descripción	Tipo de recipiente	Destino final	

Tabla 7. Identificación de residuos. Fuente: Elaboración propia. 2016

FORMATO DE REGISTRO CONTROL DE EQUIPOS								
FECHA:								
N°	Equipo	Descripción	Fecha de la última revisión	Responsable	Fallas	Medidas a tomar	Responsable	Firma

Tabla 8. Formato de registro control de equipos. Fuente: Elaboración propia. 2016

CONTROL DE ENTRADAS DE MATERIA PRIMA					
FECHA:					
Artículo	Fecha de entrada	Fecha de caducidad	Cantidad	Proveedor	Firma

Tabla 9. Control de entradas de materia prima. Fuente: Elaboración propia. 2016

#### 4.2.2.3.4 Oferta turística

Como está planteado el proyecto actual de la EGS no tiene planeado hacer parte de agremiaciones o clúster para la gestión del destino. Se podría proyectar en una segunda etapa que la EGS haga parte y apoye al desarrollo del turismo gastronómico de Pereira; en la participación de eventos realizados por Expofuturo y otras entidades de la ciudad, y la presentación de los cocineros tradicionales en diferentes eventos realizados por la EGS.

No se descarta de ninguna manera la participación en actividades turísticas y culturales de la ciudad.

## 4.3 MÓDULO DE MERCADOS

### 4.3.1 Descripción y delimitación del mercado

En Colombia, la cocina tradicional se enmarca en la Política de Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial, reglamentada en el Decreto 2941 de 2009, y es considerada como uno de los pilares del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Nación.

La cocina tradicional se debe entender como un hecho cultural y una tradición viva que se transmite entre generaciones con conocimientos, prácticas y tradiciones cotidianas, que se recrean constantemente de manera presencial, por la experiencia y la comunicación oral. La cultura culinaria está imbricada en la memoria colectiva y, no obstante, nutrida de saberes y prácticas que vienen del pasado, que deben ser valoradas y reconocidas como referentes culturales y como un patrimonio que debe ser reconocido, transmitido y salvaguardado en beneficio de las generaciones del presente y del futuro. (Ministerio de Cultura, 2012, op.cit)

Este proyecto toma como base la recuperación de los saberes que se da en el marco de la investigación hecha por los estudiantes de Turismo Sostenible en la asignatura Práctica en Salvaguarda de la Cocina Tradicional en la que *“a partir de la metodología de diálogo de saberes en la cual se fomenta un intercambio intergeneracional entre cocineros tradicionales y estudiantes, la asignatura motiva a estos últimos a identificar, documentar y difundir las cocinas tradicionales de su ámbito familiar o territorial. (Rivera, 2015) Se logran recuperar varias recetas que servirán de base al menú de la EGS, como por ejemplo:*

- Frijoles con panela
- Fiambre tradicional
- Torta de yacón
- Dulce de cidra
- Dulce de brevas y
- Aborrajados, entre otros

La EGS tiene un enfoque de sostenibilidad procurando minimizar los impactos que se pueden producir en el ambiente al generar el servicio; por tal razón se diseñará un Sistema de Gestión Ambiental Empresarial.

## Caracterización de los productos ofrecidos por la EGS

Producto	Descripción				Unidades máximas mensuales	Precio/ unidad
	Características sobresalientes	Tipos de Presentación	Empaque etiqueta	Uso		
Almuerzos	<b>Gourmet:</b> alimentos o bebidas de elevada calidad, elaborados bajo altos estándares de producción.	Servicio a la mesa	Servido en vajilla	Alimentación	2.580 Unidades por mes	\$40.000
	<b>Ejecutivo:</b> es un menú completo y se caracteriza por ser más económico.	Servido a la mesa				\$15.000
	<b>Buffet:</b> diversidad de platos expuestos para la libre elección del cliente.	Servido en mesas bufete, calientes y frías.				\$20.000
Refrigerios	Porción de alimento que se da entre horas.	Servido de manera informal (puede ser en vajilla o en desechable de cartón o con en servilleta)	En vajilla o en desechable de cartón o en servilleta.	Alimentación	1.660 unidades por mes	\$2.500

Tabla 10. Caracterización de los productos ofrecidos por la EGS. Fuente: Elaboración propia. 2016

Los valores fueron estimados luego de realizar el costeo de algunas de las recetas y teniendo en cuenta la diferencia del tipo de servicio a servir; y analizando los precios de la competencia. El precio del plato gourmet se determinan a través de la calidad de sus productos, su presentación y componentes del mismo.

## Caracterización de los servicios ofrecidos por la EGS

Servicios	Características	Tipo de usuarios	Clase de servicio
Catering	Almuerzos y refrigerios servidos a domicilio, que se elaborarán con elementos de la cocina fusión teniendo como base la cocina tradicional colombiana, buscando la salvaguarda del saber gastronómico ancestral. Los refrigerios tendrán un componente de panadería y/o repostería, preferiblemente de la cocina tradicional acompañados con un jugo natural como bebida.	Todas las dependencias administrativas y de posgrados de la UTP <b>Sexo:</b> Femenino, Masculino. <b>Educación:</b> universitarios, profesionales y posgrados <b>Ingreso:</b> Medio y Medio-Alto, <b>Nacionalidad:</b> colombiana.	Ocasional

Tabla 11. Caracterización de los servicios ofrecidos por la EGS Fuente: Elaboración propia. 2016

Colombia en los últimos años ha tenido un importante crecimiento en su Producto Interno Bruto en todos los sectores económicos del país unos con mayor relevancia e importancia que otros. Para el año 2015 respecto al mismo periodo de 2014, el PIB creció 3,2%, explicado principalmente por el comportamiento de las siguientes ramas de actividad: comercio, reparación, restaurantes y hoteles. Hay un importante crecimiento económico en el país con respecto al ítem Comercio, reparación, restaurantes y hoteles, con un aporte anual del 4,8%, de acuerdo con este reporte este sector se encuentra en constante crecimiento en el país en los últimos años. (DANE, 2015)

### Comportamiento del PIB por Ramas de Actividad Económica 2015-Tercer trimestre

Ramas de actividad	Variación porcentual - Series desestacionalizadas		
	Variación porcentual (%)		
	Anual	Trimestral	Año Corrido
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	4,5	1,1	2,9
Explotación de minas y canteras	-1,1	-2,2	1,2
Industrias manufactureras	2,5	1,8	0,0
Suministro de electricidad, gas y agua	3,7	2,1	2,6
Construcción	0,8	-0,7	4,6
Comercio, reparación, restaurantes y hoteles	4,8	1,8	4,6
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	1,8	2,0	1,7
Establecimientos financieros, seguros, actividades inmobiliarias y servicios a las empresas	4,3	1,3	4,1
Actividades de servicios sociales, comunales y personales	3,1	1,6	2,8
Subtotal valor agregado	3,1	1,3	2,9
Impuestos menos subvenciones sobre al producción e importaciones	3,3	0,4	3,5
<b>PRODUCTO INTERNO BRUTO</b>	<b>3,2</b>	<b>1,2</b>	<b>3,0</b>

Tabla 12. Comportamiento del PIB por Ramas de Actividad Económica 2015-Tercer trimestre. Fuente: DANE 2015

A estos factores de crecimiento económico del PIB en el sector de los restaurantes se le suma otras causas importantes que han permitido el incremento de este sector económico en el país como son los gastos de los hogares colombianos. Según la información presentada por el DANE se puede observar que para el tercer trimestre del año 2015 el consumo final interno de los hogares varió 3,8% respecto al tercer trimestre de 2014, en el que se tiene como aporte para restaurantes y hoteles un 5,9% anual, reflejando un aporte importante de los colombianos en el crecimiento económico de los restaurantes del país. (DANE. Op.cit. 2015)



## Gasto de consumo final interno de los hogares por finalidad 2015-Tercer trimestre

Grupos de productos	Variación porcentual - Series desestacionalizadas		
	Variación porcentual (%)		
	Anual	Trimestral	Año Corrido
Alimentos y bebidas no alcohólicas	3,4	1,2	3,3
Bebidas alcohólicas tabaco y estupefacientes	4,3	1,7	4,1
Prendas de vestir y calzado	3,7	0,4	3,2
Vivienda, agua, electricidad, gas y otros combustibles	3,5	1,1	3,3
Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar	4,9	0,6	5,1
Salud	3,6	0,4	4,2
Transporte	0,3	0,4	2,5
Comunicaciones	-0,9	-0,2	-0,6
Recreación y cultura	7,0	3,1	5,5
Educación	3,8	0,9	4,1
Restaurantes y hoteles	5,9	2,2	4,9
Bienes y servicios diversos	6,2	1,2	6,3
<b>Total</b>	<b>3,8</b>	<b>1,4</b>	<b>3,8</b>

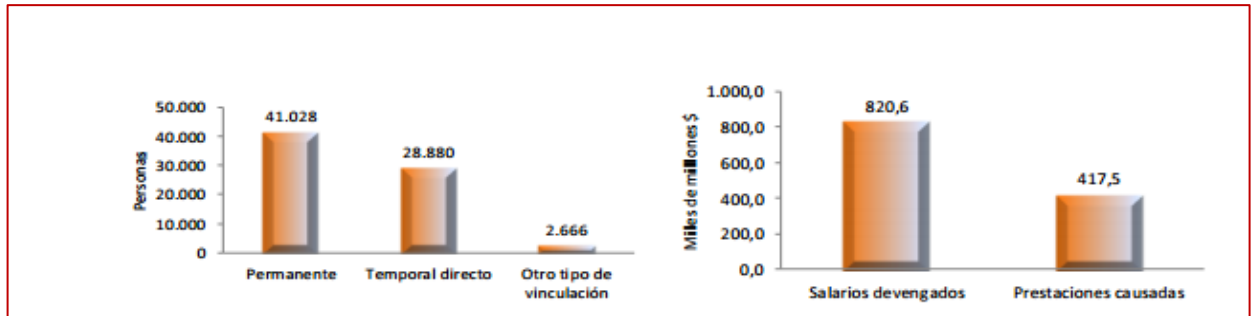
Tabla 13. Gasto de consumo final interno de los hogares por finalidad 2015-Tercer trimestre Fuente: DANE. 2015

El sector económico de hoteles y restaurantes en Colombia ha venido contado con un crecimiento; Risaralda se muestra como uno de los Departamentos en los que éste se evidenció comparado con los otros Departamentos del Eje Cafetero “de acuerdo con información de la Asociación Hotelera de Colombia (Cotelco), durante el cuarto trimestre de 2015 el departamento del Eje Cafetero que presentó el mayor aumento en la ocupación hotelera fue Risaralda, con un avance anual de 3,4 pp (puntos porcentuales), el cual superó los ascensos de los dos periodos previos y le permitió registrar el nivel más alto de ocupación en la región con 49,4%” (Banco de la República de Colombia, 2016)

Estos datos reflejan un desarrollo económico no solo del país sino del Departamento como una oportunidad de crecimiento del mercado local.

Se debe mencionar que el desarrollo económico aporta un crecimiento en la generación de empleos. En 2014 las empresas a nivel nacional dedicadas a las actividades de restaurantes, catering y bares cubiertas por la Encuesta Anual de Servicios, ocuparon en total 72.574 personas, de las cuales, 41.028 correspondieron a personal permanente, 28.880 a personal temporal contratado directamente por las empresas y 2.666 a otro tipo de vinculación. Así mismo, estas empresas pagaron \$820,6 miles de millones en sueldos y salarios y, \$417,5 miles de millones en prestaciones sociales. La remuneración promedio por persona en el año fue de \$17,1 millones. (DANE, 2015)

## Personal ocupado por categoría de contratación y remuneración, en actividades de restaurante, catering y bares. Total nacional 2014



Gráfica 1. Personal ocupado por categoría de contratación y remuneración, en actividades de restaurante, catering y bares. Total nacional 2014 Fuente: DANE. 2015

En lo correspondiente a Pereira, la cantidad de ocupados correspondiente a los años 2014 y 2015 fue de 101.058 personas ocupadas en los sectores de comercio, hoteles y restaurantes. Esto refleja claramente que el crecimiento del sector servicios no solo aporta a un crecimiento económico sino una oportunidad de generar empleo. (Banco de la República de Colombia, 2016)

La EGS de la UTP prestará el servicio de catering para servir almuerzos y refrigerios en talleres, seminarios y demás eventos que se presenten dentro de la Universidad; siendo el segmento de mercado estratégico las dependencias administrativas y académicas de la UTP, beneficiados por la cantidad de eventos que se presentan dentro del recinto. Algunos de los eventos ya identificados dentro de la Universidad son:

- Sesiones de Consejo Superior
- Visitas de pares académicos
- Visitas de universidades nacionales y extranjeras
- Eventos institucionales y corporativos
- Celebración de Convenios
- Reuniones de Facultades
- Entidades externas
- Reuniones de Personal Administrativo

La Universidad ha contado con un importante crecimiento y cambio en los últimos 10 años; lo que muestra de igual forma el crecimiento en el personal contratado en las áreas administrativas, la creación de nuevas carreras de postgrados y el aumento de alumnos matriculados en estas carreras como una oportunidad importante para la Escuela Gastronómica Sostenible ya que son los clientes objetivos y a los que se abordara en primera instancia.

## Personal Administrativo UTP 2006-2015

AÑO	Total de Planta	Total Transitorios
2006	158	164
2007	158	184
2008	152	165
2009	147	182
2010	142	184
2011	133	183
2012	131	198
2013	128	189
2014	247	385
2015	249	382

Tabla 14. Personal Administrativo contratado 2006-2015 Fuente: Estadísticas e Indicadores Estratégicos Oficina de Planeación. UTP. 2016

La tabla No. 14 indica el personal administrativo de planta y transitorio que ha estado vinculado a la UTP desde los años 2006 al 2015, manteniéndose estable desde el año 2006 al 2013. De 2014 en adelante se nota un incremento en la contratación de más del 50%. Para el 2015 había un total de 631 personas contratadas.

## Estudiantes Matriculados en Postgrados (2006-2015)

ESTUDIANTES INSCRITOS EN PROGRAMAS DE POSGRADO	
2006	201
2007	216
2008	219
2009	434
2010	2.252
2011	2.355
2012	2.252
2013	2.561
2014	2.601
2015	3.107

Tabla 15. Estudiantes matriculados en Posgrado Fuente: Estadísticas e Indicadores Estratégicos Oficina de Planeación. UTP. 2016

La Universidad Tecnológica de Pereira entre los años 2006 y 2015 ha tenido una proyección creciente en la oferta de postgrados y por consiguiente en el aumento del personal matriculado. (Tabla 15). Los posgrados, 53 en total, se dividen en doctorados, maestrías y especializaciones y son ofrecidos directamente por la universidad y en convenio con otras universidades a nivel nacional. (Universidad Tecnológica de Pereira, 2016).

El ritmo de crecimiento de la UTP ha sido constante y en los últimos seis años el incremento de estudiantes de posgrado es relevante y demuestra que el proyecto de la EGS contaría con un número suficiente de usuarios que aunados al personal de las dependencias administrativas hacen parte fundamental del grupo objetivo al que se le prestará el servicio de catering. En las gráficas 12 y 13 se hace una proyección tanto del personal administrativo como de estudiantes de posgrados para los próximos 5 años.

### 4.3.2 Análisis de la oferta

#### La oferta total del sector

#### Resumen de la Oferta en Pereira

Empresa	Servicios	Tipo de Cocina	Especialidades	Platos internacionales	Cantidad mínima, pax	Formas y facilidades de pago	Precios
<b>Banquetes Los Nogales</b>	Organización de eventos empresariales y familiares	Tradicional, típica o regional	Comida baja en grasas	Mexicana y peruana	Más de 200 personas	Transferencia bancaria o consignación en cuenta. Pago a cuotas	
<b>Refrigerios y Servicios SAS</b>	Organización de eventos, protocolo y ceremonial, y Wedding Planner. Música, iluminación y audiovisuales, salón, flores.	De autor*	Baja en grasas, dietéticos, vegetarianos		No hay cantidad mínima ni máxima	Transferencia bancaria o consignación en cuenta. Pago a 30 días a clientes registrados	Precio/pax menú boda \$15.000 Precio/pax menú infantil \$9.000
<b>Banquetes Danna García</b>	Organización profesional de eventos sociales, Buffet. Disponen de finca, restaurante, salones de banquetes y restaurante. Música, iluminación y audiovisuales	Tradicional, típica o regional. De autor* Fusión**	Baja en grasas		No hay cantidad mínima ni máxima	Efectivo. Pago a cuotas.	Precio/pax menú de cocteles \$2.500 Precio/pax menú boda \$9.500 Precio/pax menú infantil \$8.000
<b>Eventoz Cocinas con Pasión</b>	Teppan Yaki Show (cocina en vivo) Chef en casa.	Tradicional, típica o regional. De autor* Fusión** Internacional	Bajo en grasas Dietéticos Vegetarianos	India Italiana Japonesa Mexicana Peruana Tailandesa Tradicional	Mínimo 25 personas No hay límite máximo	Transferencia bancaria o consignación en cuenta	Precio/pax menú boda \$15.000 Precio/pax menú inf. \$8.000
<b>Banquetes Elite</b>	Catering y decoración de eventos Salones para eventos Buffet	Tradicional, típica o regional			No hay límite máximo ni mínimo	Transferencia bancaria o consignación en cuenta	
<b>Banquetes Crepúsculo</b>	Organización de eventos, protocolo y ceremonial, Wedding Planner. Música, iluminación y audiovisuales Todos los servicios que el cliente desee	Tradicional, típica o regional. De autor* Fusión** Internacional	Bajo en grasas Dietéticos Vegetarianos	Árabe India Italiana Japonesa Mexicana Tailandesa Europea	Mínimo 40 personas No hay límite máximo	Reciben todas las tarjetas Pago a cuotas	
<b>Eventos Con Love</b>	Organización de eventos. Creación y diseño de bodas. Música, iluminación y audiovisuales Logística de principio a fin	Tradicional, típica o regional De autor* Fusión** Internacional		Española	Mínimo 40 personas Máximo 200 personas	Efectivo Pago a cuotas	
<b>Festejos Rumores</b>	Organización y producción de eventos sociales. Decoración de eventos	Tradicional, típica o regional.			No hay límite mínimo ni máximo	Transferencia bancaria o consignación en cuenta	
<b>El Chef Rubenz</b>	Organización de eventos, convenciones, Alquiler de salones para eventos, decoración, servicio de meseros, alquiler de carpas y menajes	Tradicional, típica o regional.			No hay límite máximo ni mínimo	Efectivo	
<b>Mono Ángel Banquetes y Eventos</b>	Organización de eventos, alquiler de fincas, sonido, luces y ambientación, alquiler de carpas, sillas y menajes	Tradicional, típica o regional.			No hay límite máximo ni mínimo	Consignación en cuenta o transferencia bancaria	
<b>Anhelos Banquetes Y Recepciones</b>	Organización de eventos sociales y familiares, catering para convenciones, decoración, meseros, alquiler de menaje.	Tradicional, típica o regional			No hay límite máximo ni mínimo	Consignación en cuenta o transferencia bancaria	
<b>ABC Flor Floristería</b>	Organización de eventos familiares y sociales. Decoración	Tradicional, típica o regional			No hay límite máximo ni mínimo	Tarjeta débito y crédito Transferencia bancaria o consignación en cuenta	

	Flores para eventos.						
<b>Banquetes Ensuevento</b>	Producción y Organización de eventos, alquiler de menaje, decoración	Tradicional, típica o regional			No hay límite máximo ni mínimo	Transferencia bancaria o consignación en cuenta.	
<b>Banquetes Brasil</b>	Organización de eventos, alquiler de sillas, carpas, tarima y menaje.	Tradicional, típica o regional			No hay límite máximo ni mínimo	Tarjetas crédito y débito. Transferencia bancaria o consignación en cuenta	
<b>Recepciones Festejar</b>	Organización de eventos sociales y familiares, convenciones, salones en ciudad y campesres, decoración, fotografía y video, sonido, luces y DJ	Tradicional, típica o regional			No hay límite máximo ni mínimo	Consignación en cuenta o transferencia bancaria	
<b>Con gusto para servirle</b>	Servicio a la mesa, logística empresarial, servicio de catering, buffet, cafetería y panadería.						

\* COCINA DE AUTOR: Es el nombre que ha recibido, el propio estilo que tiene cada cocinero, que se sale de lo corriente, que rompe con todo y sigue sus propios criterios y suele crear teniendo en cuenta el entorno donde vive y de lo que dispone en cuanto a materias primas se refiere. La cocina de autor deriva de los estilos de cocina regionales donde se encuentra.

\*\* COCINA FUSION: concepto general que se emplea en gastronomía para indicar tanto la mezcla de estilos culinarios de diferentes culturas como la mezcla de ingredientes representativos de otros países. mezcla de condimentos v/o especias. prácticas culinarias. Le Cordon Bleu <http://www.ilcb.edu.pe/index.php/component/k2/item/153-la-comida-fusi%C3%B3n.html>

Tabla 16. Resumen de la Oferta en Pereira Fuente: Elaboración propia. 2016

En la tabla 16 se describen algunos aspectos importantes de los prestadores de servicios de catering que hay en la ciudad de Pereira, así como los tipos de platos que ofrecen, en qué zona de la ciudad se encuentran, sus especialidades, límite mínimo y máximo de personas para atender y en algunos casos los precios de venta.

La mayoría ofrece un servicio de comida tradicional y regional, los platos que ofrecerá la EGS contendrán elementos de la cocina tradicional colombiana y de algunos productos que han surgido nuevamente a raíz de la investigación de la recuperación de saberes como por ejemplo el yacón, la quinua, el amaranto, la cidra, entre otros.

## La competencia

### Análisis de la competencia.

Producto/servicio de mi empresa	Características relevantes	Productos/servicios de la competencia	Ventajas frente a la competencia	Desventajas frente a la competencia
<b>Almuerzo</b>	Rescate de las cocinas tradicionales y preparación con producto agroecológicos	Comida regional, típica o tradicional, comida internacional Vegetariana Baja en grasa	Alimentos elaborados con productos tradicionales y agroecológicos. Alianza directa con la universidad.	El posicionamiento en el mercado. Experiencia en la prestación del servicio
<b>Refrigerios</b>	Rescate de recetas tradicionales	Comida regional, típica o tradicional, comida internacional Vegetariana Baja en grasa	Alimentos elaborados con productos tradicionales y agroecológicos. Alianzas con grupos de investigación vinculados a la vicerrectoría de investigaciones	El posicionamiento en el mercado Experiencia en la prestación del servicio

Tabla 17. Análisis de la competencia. Fuente: Elaboración propia. 2016

De acuerdo al análisis realizado, en la ciudad de Pereira se identificaron 16 empresas que prestan un servicio similar al de la EGS y que cuentan con un buen posicionamiento en el mercado. Estas empresas en su mayoría ofrecen los mismos productos y servicios, entre los que están la organización de eventos, decoración de salones, servicio de iluminación y sonido, servicio de meseros, alquiler de menaje y salones para eventos, y ofrecen diferentes tipos de comidas.

A continuación se listan dichas empresas:

- Banquetes Los Nogales
- Refrigerios y Servicios SAS
- Banquetes Danna García
- Eventos Cocina con Pasión
- Banquetes Élite
- Banquetes Crepúsculo
- Eventos con Love
- Festejos Rumores
- El Chef Rubenz
- Mono Ángel Banquetes y Eventos
- Anhelos Banquetes y Recepciones
- ABC Flor Floristería
- Banquetes Ensueño
- Banquetes Brasil
- Recepciones Festejar
- Con Gusto Para Servirle

Se pudo identificar que tienen similitudes en cuanto a la prestación del servicio; el público objetivo difiere, pues el servicio de la EGS va enfocado a las diferentes dependencias de la Universidad y a aquellas empresas que solicitan realizar eventos allí mismo, sin descartar, claro está, la posibilidad de expandir sus servicios al resto de la ciudad de Pereira.

Las empresas de banquetes y eventos de Pereira prestan el servicio de catering y de logística para eventos sociales. La EGS por su parte se diferencia de los servicios anteriores ya que el enfoque principal es prestar el servicio de almuerzos y refrigerios a los diferentes eventos académicos que se presenten al interior de la UTP.

Para analizar la competencia directa de la EGS se ejecuta un estudio de mercados con una metodología con datos cuantitativos e información primaria, realizando encuestas de forma directa a las dependencias administrativas y de postgrado de la UTP que conformarían el mercado objetivo de la EGS. De esta manera se obtuvo información acerca de las empresas de la competencia con las que se contratan los servicios de almuerzos y refrigerios y algunas características específicas acerca de las preferencias del mercado objetivo.

Las dependencias encuestadas son 9 Facultades; 53 programas de Posgrado, quienes se pueden encontrar en cada una de las facultades y tienen una misma oficina para varios de ellos; algunas dependencias administrativas como las cuatro Vicerrectorías, Planeación, SUEJE, Talento Humano, División de Sistemas, entre otros, quienes son las que cuentan con presupuesto para pagar este tipo de actividades.

A continuación se presenta la ficha técnica de la encuesta:

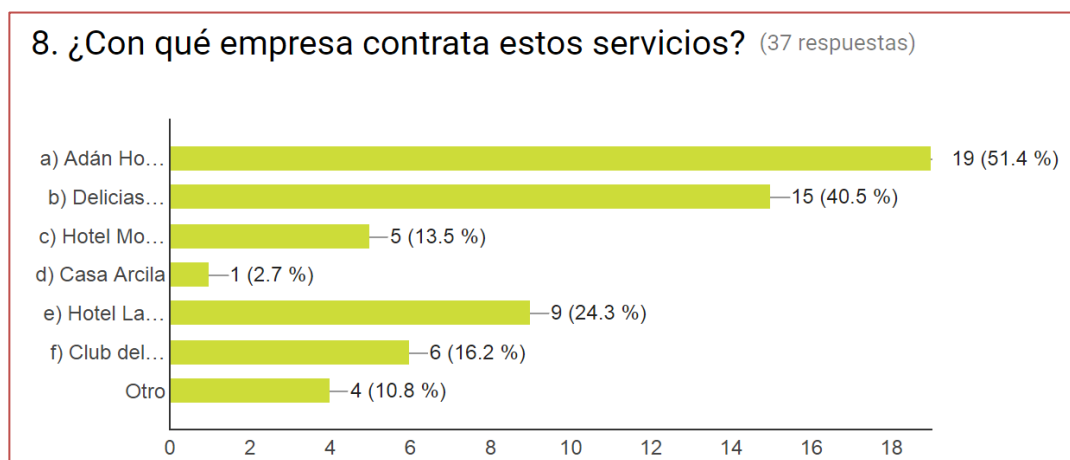
FICHA TÉCNICA - ENCUESTA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA EGS DE LA UTP	
<b>Técnica</b>	Muestreo aleatorio simple
<b>Target</b>	Oficinas administrativas y de posgrados de la Universidad Tecnológica de Pereira
<b>Número de encuestas</b>	51
<b>Nivel de confianza</b>	95%
<b>Margen de error</b>	4%
<b>Trabajo de campo</b>	1 mes

Tabla 18. Ficha técnica - Encuesta para la implementación de la EGS. Elaboración propia. 2016

Es de aclarar que de las 51 encuestas no todas las dependencias requieren los dos servicios (almuerzos y refrigerios), algunas solo contratan uno de las dos. Por este motivo en los gráficos que se analizan a continuación, se pueden ver los números de las respuestas para cada una.

## Gráfica 2

**Respuesta a la pregunta 8 ¿Con qué empresa contrata estos servicios (almuerzos)?**



Gráfica 2. ¿Con qué empresa contrata estos servicios? Fuente: Elaboración propia. 2016

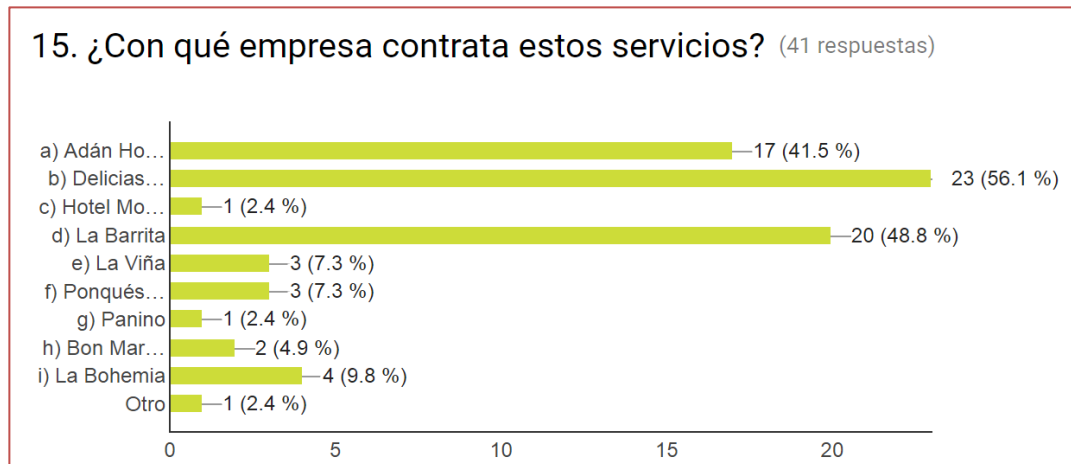
Según los datos obtenidos en la gráfica 2 se puede observar con un 51,4% que la competencia directa de la EGS es el señor Adán Hoyos, quien lleva varios años ofreciendo el servicio, primero con la empresa Con Gusto para Servirle y desde



hace dos años como empresario independiente, y, Delicias San Jacobo, con un 40,5%. Delicias San Jacobo cuenta con sus instalaciones dentro de la universidad.

### Gráfica 3

#### Respuesta a la pregunta 15 ¿Con qué empresa contrata estos servicios (refrigerios)?



Gráfica 3. ¿Con qué empresa contrata estos servicios (refrigerios)??. Fuente: Elaboración propia. 2016

De las 41 respuestas a esta pregunta, acerca de las empresas contratadas para el servicio de refrigerios se destaca que la competencia directa es Delicias San Jacobo con un 56,1%, seguido por la Barrita con un 48,8%. Cabe resaltar que los establecimientos comerciales ubicados al interior de la UTP son los que tienen mayor demanda del servicio, siendo los principales motivos para su contratación, la calidad con 73,3% y la facilidad con un 68,9%.

La EGS debe ofrecer un servicio competitivo y de calidad para lograr captar al mercado objetivo.

### Los precios de la Competencia

Se han establecido algunos precios de la competencia para los servicios tanto de almuerzos como de refrigerios.

Tipo de servicio	EMPRESA	CARACTERÍSTICAS	PRECIO
Almuerzos	Hotel Movich	Menú Gourmet servido a la mesa incluyen entrada, plato principal con carne de pollo, res, cerdo y pescado y postre.	Precios oscilan entre \$30.000 y \$51.000 pesos
	Adán Hoyos	Almuerzo tipo Ejecutivo servido a la mesa incluyen plato principal y postre	Precios oscilan entre \$12.000 y \$14.000 pesos



<b>Refrigerios</b>	La Barrita	Productos: Sanduche, Salpicón, Ensaladas de Frutas	Precios entre \$2.000 y 3.500
	La Viña	Productos: Pastel de pollo, pastel gloria, jugo en caja	Precio Promedio: \$4.500
	Bon Marché	Productos: Pastel de pollo, pastel gloria, jugo en caja	Precio Promedio: \$4.800
	Ponqués y algo más	Productos: Pasteles de pollo, carne, hawaiano, queso, napolitano. Jugo en caja	Precio promedio: \$4.400

Tabla 19. Precios de la competencia. Fuente: Elaboración propia. 2016

Los precios que tendrá la EGS en sus diferentes productos irán en concordancia con los de la competencia. Aquí se puede registrar como dato interesante, que la demanda manifiesta que si los platos fueran elaborados con productos orgánicos, ellos estarían dispuestos a pagar un precio diferenciador su fuera el caso.

### 4.3.3 Análisis de la demanda

El grupo objetivo que conforma la demanda para la EGS está representado por 100 dependencias de la universidad, entre Facultades, Programas de Posgrado, Vicerrectorías, Oficina de Planeación, Oficina de Relaciones Internacionales, SUEJE y el ILEX entre otras.

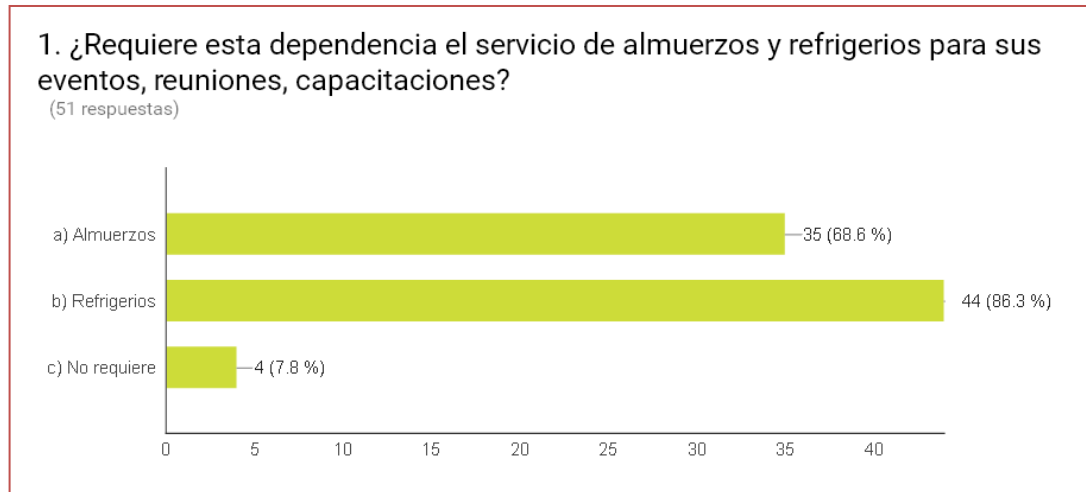
La EGS con miras a convertirse en un prestador y facilitador en los eventos con el servicio de catering dentro del plantel educativo, ha venido desarrollando diferentes estudios para lograr consolidar y posicionar un producto de calidad.

Los principales motivos de utilización del servicio de catering son:

- Sesiones de Consejo Superior
- Visitas de pares académicos
- Visitas de universidades nacionales y extranjeras
- Eventos institucionales y corporativos.
- Celebración de Convenios
- Facultades
- Entidades externas
- Personal Administrativo

Se analizaron algunas preguntas de la encuesta realizada, que ayudaron a conocer características del mercado objetivo, y lo primordial, medir cuantas veces y para qué cantidad de personas solicitan el servicio de catering y de esta forma poder estudiar la oportunidad que tiene la EGS como plan de negocios.

**Gráfico 4.**  
**Respuesta de la pregunta 1 ¿Requiere esta dependencia el servicio de almuerzos y refrigerios para sus eventos, reuniones, capacitaciones?**

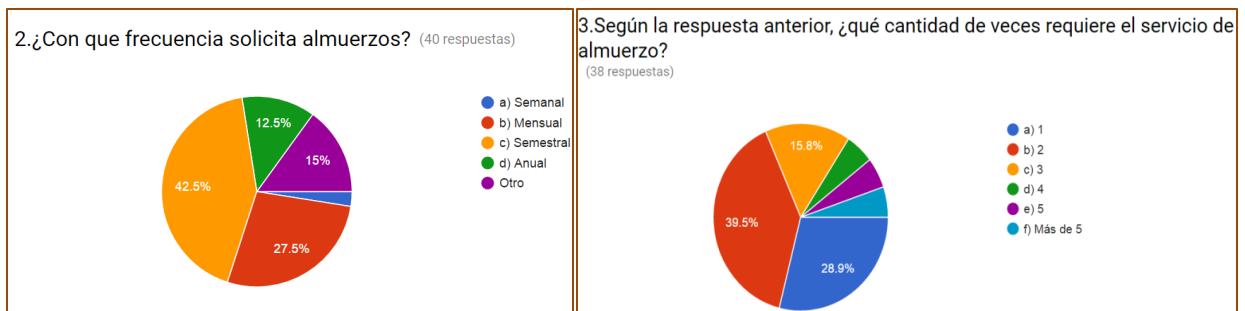


Gráfica 4. ¿Requiere esta dependencia el servicio de almuerzos y refrigerios para sus eventos, reuniones, capacitaciones?  
Fuente: Elaboración propia. 2016

En la gráfica 4 se puede analizar que de las 51 respuestas, 4 dependencias no requieren servicios ni de almuerzos ni de refrigerios para sus eventos y representan el 7,8% de los encuestados. El 86,3% requieren el servicio de refrigerios, seguido del 68,6% el servicio de almuerzos.

Esta es una oportunidad de generar una mayor calidad, oferta y variedad de refrigerios para la EGS y de esta manera ser competitivos en el mercado actual.

**Gráfico 5.**  
**Respuesta de la pregunta 2 ¿Con qué frecuencia solicita almuerzos?**  
**Respuesta de la pregunta 3 Según la respuesta anterior, ¿Qué cantidad de veces requiere el servicio de almuerzo?**



Gráfica 5. ¿Con que frecuencia solicita almuerzos? y Según la respuesta anterior, ¿qué cantidad de veces requiere el servicio de almuerzo? Fuente: Elaboración propia. 2016

Al analizar las respuestas a las preguntas 2 y 3, se puede concluir que las frecuencias más requeridas para el servicios son las Semestrales y Mensuales con un 42,5% y 27,5% respectivamente y que las cantidades para estas frecuencias son 2 con un 39,5% y Más de 5 con un 28,9%.

Finalmente al estudiar la totalidad de estas respuestas la EGS pudo definir que se requieren almuerzos para 30 días al mes con un promedio de 15 personas por evento, dato éste que se puede observar en la respuesta a la gráfica siguiente.

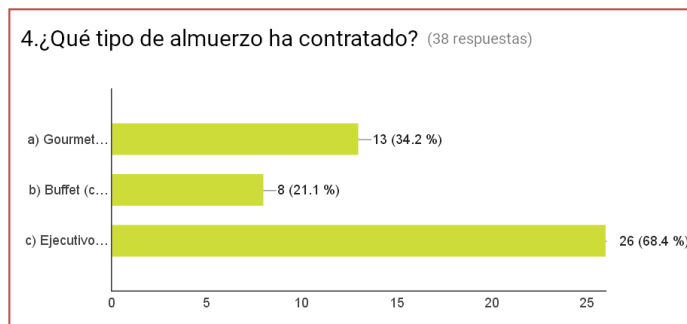
**Gráfica 6.**  
**Respuesta de la pregunta 5. ¿Cuántos almuerzos pide?**



Gráfica 6. ¿Cuántos almuerzos pide? Fuente: Elaboración propia. 2016

En la gráfica 6 se constata que el rango de personas por evento más solicitado es el de 10 a 20 con un 63,9% seguido de el rango de 20 a 30 con un 19,4%. Con esto se puede concluir que, el promedio de personas por evento es de 15.

**Gráfico 7.**  
**Respuesta a la pregunta 4 ¿Qué tipo de almuerzo ha contratado?**



Gráfica 7. ¿Qué tipo de almuerzo ha contratado? Fuente: Elaboración propia. 2016

En el gráfico 7 de 38 respuestas sobre el tipo de almuerzos que ha contratado, el 68,4% corresponde al los almuerzos ejecutivos y con un 34,2% a almuerzos gourmet, finalizando con los almuerzos tipo buffet con un 21.1%.

Esto le da a la EGS una oportunidad para innovar en su oferta gastronómica, compitiendo en calidad y variedad en la presentación de los diferentes platos.

### Gráfico 8.

**Respuesta de la pregunta 10 ¿Con qué frecuencia solicita refrigerios?**

**Respuesta de la pregunta 11 Según la respuesta anterior, ¿qué cantidad de veces requiere el servicio de refrigerio?**



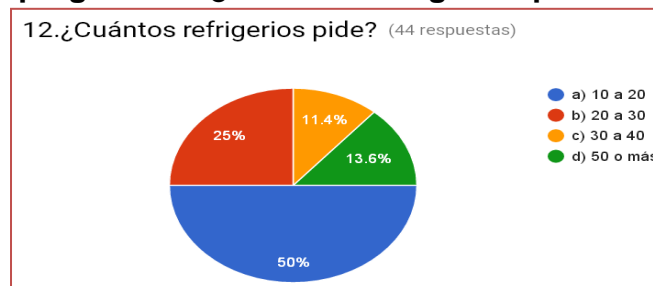
Gráfica 8. ¿Con que frecuencia solicita refrigerios? Y Según la respuesta anterior, ¿qué cantidad de veces requiere el servicio de refrigerio? Fuente: Elaboración propia. 2016

De igual manera que en la gráfica 5 sobre los almuerzos, en estas repuestas tambien se refleja que la preferencia de las dependencias en cuanto a la frecuencia para solicitar el servicio, es Semestral con un 48,9% seguida de una frecuencia Mensual del 31%. Así mismo la cantidad de veces que se requiere este servicio en las frecuencias anteriores es de 2 con un 46,7% y de más de 5 con un 26,7%.

Se puede inferir de los resultados anteriores que al mes, se realizarían 93 eventos/servicios de refrigerios. Si se toma un mes de 25 días esto corresponde a 3,72 por día, con un promedio de 21 personas por evento.

### Gráfico 9.

**Respuesta de la pregunta 12 ¿Cuántos refrigerios pide?**



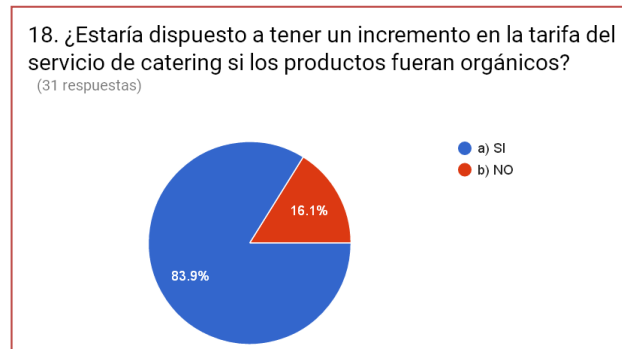
Gráfica 9. ¿Cuántos refrigerios pide? Fuente: Elaboración propia. 2016

Como se observa en la respuesta anterior, el 50% de las dependencias utiliza este servicio para un rango de 10 a 20 personas por evento y lo sigue el rango de 20 a 30 con un 25%.

Esto ratifica para la EGS, el análisis que se hace en la pregunta anterior, donde se llegó a concluir que el promedio de personas por evento es de 15. Aquí se trata de analizar la capacidad de respuesta frente a la cantidad de eventos que se presentan y si se cuenta con el personal suficiente para satisfacer las necesidades.

### Gráfico 10.

**Respuesta a la pregunta 18 ¿Estaría dispuesto a tener un incremento en la tarifa del servicio de catering si los productos fueran orgánicos?**

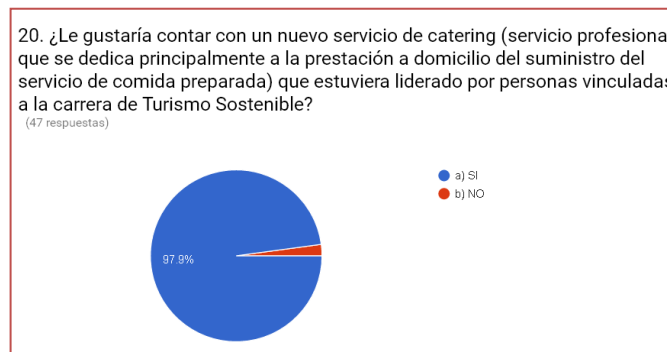


Gráfica 10. ¿Cuántos refrigerios pide? Fuente: Elaboración propia. 2016

La EGS se propone ser diferente e innovadora en la creación de sus recetas con la salvaguardia de la cocina tradicional, y de alguna manera esta propuesta cuenta con una aceptación de las dependencias que apoyan con un 83,9% que la comida pueda tener un incremento de la tarifa si se cuenta con productos orgánicos en la preparación de almuerzos y refrigerios.

### Gráfica 11.

**Respuesta a la pregunta 20 ¿Le gustaría contar con un nuevo servicio de catering (servicio profesional que se dedica principalmente a la prestación a domicilio del suministro del servicio de comida preparada) que estuviera liderado por personas vinculadas a la carrera de Turismo Sostenible?**



Gráfica 11. ¿Le gustaría contar con un nuevo servicio de catering (servicio profesional que se dedica principalmente a la prestación a domicilio del suministro del servicio de comida preparada) que estuviera liderado por personas vinculadas a la carrera de Turismo

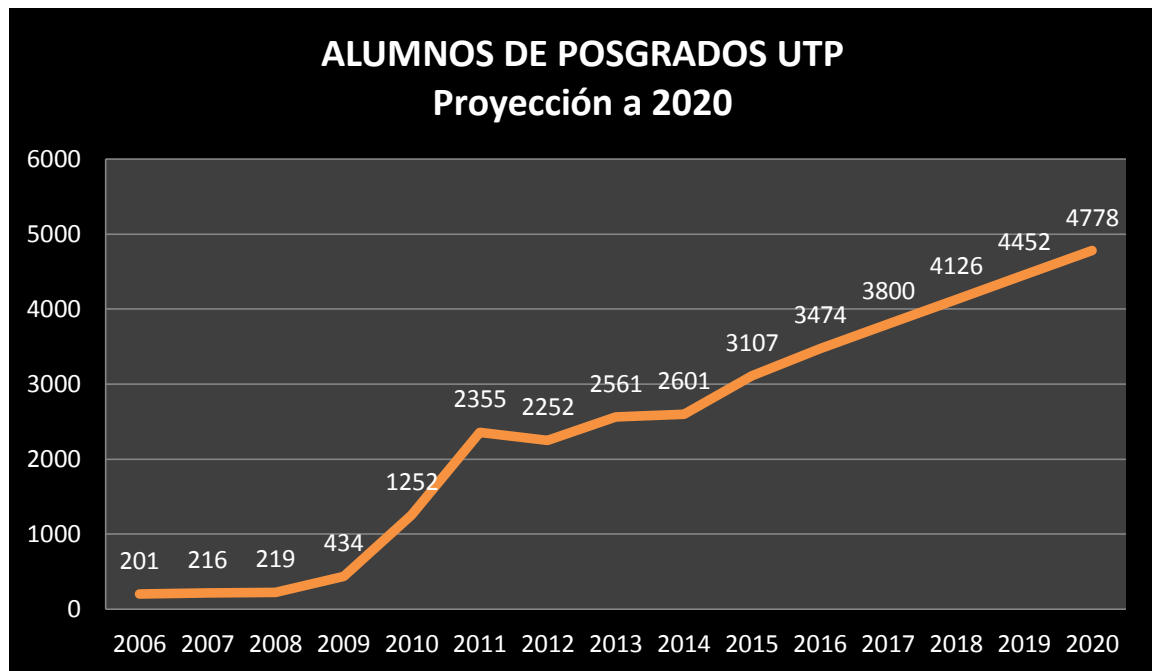
La gráfica 11 muestra un 97,9% de aceptación del proyecto de la EGS.

Lo que arroja el estudio realizado es que la EGS cuenta con una alta aprobación por parte de las dependencias encuestadas. 32 dependencias de las 51 que respondieron, contratan ambos servicios: almuerzos y refrigerios, y se denota que el tipo de almuerzo preferido es el Ejecutivo. Se puede concluir que la EGS entraría a competir directamente con las empresas que contratan actualmente las dependencias y que se trata de personas y empresas tanto externas como internas a la UTP.

En el Plan de Negocios propuesto para la Escuela Gastronómica Sostenible tiene como una de sus principales objetivos promover las recetas y la investigación de la cocina tradicional colombiana que se ofrecerán en el menú y que será el concepto innovador que le permitirá ser competitiva en el mercado actual

Finalmente, se muestra a continuación la proyección realizada a los grupos objetivos de la EGS: los estudiantes de posgrado y los empleados administrativos de la UTP, que son los usuarios habituales del servicio de catering.

### Gráfica 12



Gráfica 12. Alumnos de posgrado. Fuente: Elaboración propia. 2016

En esta gráfica se puede observar que la demanda, representada en estudiantes matriculados en posgrados se incrementó paulatinamente hasta el año 2009 cuando la Universidad pasa de ofrecer 13 programas de posgrados en 2008 a 25 en el año 2009. El incremento entre los años 2009 y 2011 representó un 442%, lo que demuestra el crecimiento que ha dado en los últimos años. En los años

subsiguientes este incremento ha sido constante hasta el 2015. (Universidad Tecnológica de Pereira, 2016)

Utilizando la fórmula de proyección de la demanda se puede concluir que el incremento de estudiantes matriculados en posgrados del 2016 la 2020 tendrá un promedio de crecimiento del 8,96% por año, lo que continúa mostrando la tendencia creciente del grupo objeto de estudio para este proyecto.

El personal administrativo de la universidad que también hace parte de la demanda del servicio de catering ya que participan constantemente de capacitaciones y eventos, no muestra una tendencia de crecimiento pero se mantiene en los valores para la proyección hecha al 2020 y continuará siendo un nicho de mercado importante para la EGS. (Ver gráfico 13)

**Gráfico 13**



Gráfica 13. Empleados Administrativos UTP. Fuente: Elaboración propia. 2016

#### 4.3.4 Estrategia de comunicación

Los principales medios que utilizará la EGS para promocionarse, serán los digitales (páginas web, correo electrónico y redes sociales) y la radio siguiendo con la línea de sostenibilidad en la que se enfoca principalmente la empresa.

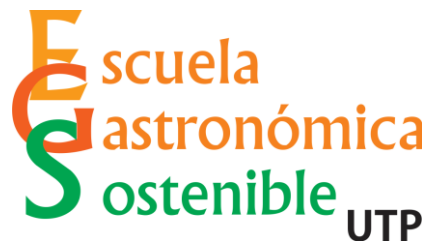
La recuperación y salvaguardia de las cocinas tradicionales deben ser una fuerte motivación para que el público objetivo se decida a contratar los servicios que ofrece la EGS, por lo tanto se describirá de tal manera que llame la atención de las personas que requieren este servicio, dejándoles un mensaje en el que ellos se

empoderen del concepto de la salvaguardia de la cocina tradicional y que esta no es solo una preparación de alimentos, es también un mundo lleno de cultura y que se debe transmitir y salvaguardar. Trasmitiendo reseñas de los productos o las recetas tradicionales por los medios publicitarios que vaya a utilizar la EGS, de esta forma se realiza una educación a los usuarios sobre este conocimiento tradicional.

### **Identidad verbal**

Cocina con sabor tradicional, son las palabras con las que se quiere transmitir el mensaje de la EGS, indicando amor por la tradición heredada.

### **Definición de marca e imagen empresarial**



*Cocina con sabor tradicional*

El logotipo de la empresa está representado por las tres palabras que forman su nombre con sus iniciales entrelazadas con lo que se quiere sugerir liderazgo, estabilidad y equilibrio dentro de la EGS y en letras más pequeñas, las iniciales de la institución que la apoya.

Se decidió escoger el color naranja ya que está relacionado con la alimentación sana y además porque este color estimula el apetito, al mismo tiempo es un color llamativo y resulta entonces apropiado para promocionar el producto.

El color verde representa la naturaleza, esto simbolizará el cuidado del ambiente y el compromiso de la EGS al utilizar productos agroecológicos y biodegradables.

### **4.3.5 Estrategia publicitaria**

#### **Estrategia comercial y publicitaria**

Se utilizarán únicamente medios digitales como páginas web, correos y redes sociales, evitando al máximo el uso de papel y conservando los hábitos de sostenibilidad que caracterizan a la EGS.



## Medios digitales

Los principales medios que utilizará la EGS serán digitales teniendo en cuenta que el público objetivo tiene más acceso a estos. Se usarán sitios web con páginas interactivas, permitiendo una facilidad para los usuarios, donde encontrarán historia de la cocina tradicional, las recetas tradicionales y sus cocineros, y de esta forma conocer la opinión de los usuarios para la mejora continua, se harán pautas en páginas de Facebook y se enviará información y actualizaciones vía Whatsapp. Teniendo en cuenta que el público objetivo en su mayoría cuentan con un correo institucional, se hará una estrategia de email marketing o mailing para llegar fácilmente a este.

## De impacto masivo

Se transmitirán cuñas radiales desde la emisora Universitaria Estéreo.

## Estrategias de mercadeo

### First Contact

A través de las encuestas fue el primer contacto que se tuvo con el público objetivo, luego se hará mediante el envío de publicidad virtual y cuñas radiales en las que se invitará a la inauguración de la Escuela Gastronómica Sostenible.

### Brand Approach

Ferias de Degustaciones que se realizarán de forma periódica para todas las dependencias y en diferentes escenarios de la universidad, incluyendo los mercados agroecológicos que se realizan cada mes en la UTP.

### Digital Adds

Enviar con frecuencia información y publicidad por medio de correo electrónico y vía whatsapp a las diferentes dependencias promoviendo nuevos platos y productos que se vayan a utilizar en las recetas.



**Escuela  
Gastronómica  
Sostenible UTP**  
*Cocina con sabor tradicional*

"Al consumir los alimentos, no solo disfrutará de un delicioso sabor, sino que le recordará la cocina de la abuela, tendrá la oportunidad de degustar aquellos sabores y experiencias que se han ido perdiendo con el paso de los años. Los alimentos están llenos de saberes que han caracterizado la cultura cafetera en donde la combinación de sabores de esos platos tradicionales, hacen evocar y revalorar la cultura gastronómica tradicional."

**Invita a la primera  
Feria de Degustaciones**  
Junio 8 de 2016  
4 pm  
Centro de Innovación y Desarrollo Tecnológico. Segundo piso

## 4.4 MÓDULO DE ORGANIZACIÓN

### 4.4.1 Marco legal de la organización

#### Constitución jurídica

En el año 2008 se crea la Ley 1258<sup>9</sup> por medio de la que se constituye la sociedad por acciones simplificadas (SAS), donde toda persona natural o jurídica puede constituir su empresa formalmente; en el Capítulo I presenta las disposiciones generales. (Ver Anexo 12)

Luego de la realización de la Asamblea General de Socios en la que se levanta el acta de constitución de la Escuela Gastronómica Sostenible UTP S.A.S. y en la cual se define que: Diana Patricia Cuartas Valencia XXXXXXX, Jully Cristina Saldarriaga Ramírez XXXXXXX y Claudia Tatiana Ospina Vélez XXXXXXX residentes en la ciudad de Pereira son las socias principales de la empresa. Se encuentra ubicado en la Vereda La Julita con un capital de XXXXXXX de pesos y que designó a Claudia Tatiana Ospina V. como su representante legal. En el cuerpo del acta, esta contiene las disposiciones generales, los objeto social, domicilio y término de duración que será indefinido. Las reglas sobre capital y las acciones, el capital autorizado, el suscrito y el capital pagado y todo lo referente a las acciones. La sociedad tendrá un órgano de dirección, denominado: 1. Asamblea General de Accionistas. 2. Junta Directiva. 3. Representante Legal, 4. Representante Legal Suplente, 5. La Revisoría Fiscal - solo será provista en la medida en que lo exijan las normas legales vigentes además de la reglamentación sobre las juntas, periodicidad, quorum, votos, etc. De igual manera las disposiciones varias y lo referente a la disolución y liquidación. Se realizó el registro en la Cámara de Comercio conformándose como una S.A.S., con documento público en el que consta que: Se pagaron los derechos de registro, el formulario de matrícula, la inscripción de los libros, los certificados para tramitar el RUT, la matrícula mercantil según aportes, el impuesto de registro y estampilla pro desarrollo para la gobernación. En este mismo trámite se realizó la preinscripción del RUT (registro único tributario) y el registro ante Industria y Comercio. Con el número de Registro Mercantil se solicitó el Registro Nacional de Turismo y nos encontramos a la espera del respectivo certificado. En la DIAN al momento de inscribirnos en el RUT, nos asignaron el NIT (número de identificación tributaria).

Trámites legales para la constitución de una empresa. (Ver Anexo 13)

---

<sup>9</sup> (Congreso de la República, 2008)

## **Perfil de los emprendedores.**

### **Perfil de la emprendedora Diana Patricia Cuartas Valencia**

Diana Cuartas estudiante de Administración del Turismo Sostenible que actualmente está matriculada en séptimo semestre, una persona que cuando emprende algo nuevo se pone metas y un propósito fijo para cumplirlo, soluciona los problemas por medio del diálogo y encuentra más de una solución, una persona de valores; respetuosa y responsable son los valores más característicos, se considera constante y es uno de los valores más importantes a la hora de emprender. Su carrera profesional le ha dejado aprendizajes importantes sobre el emprendimiento, generando capacidades en la innovación y la creatividad en ámbitos sostenibles, sociales y culturales. Según su campo de estudio y el tipo de proyecto a realizar, creo que entraría en el segmento del emprender social ya que se está implementando un plan de negocios sostenible y social.

### **Perfil del a emprendedora Jully Cristina Saldarriaga Ramírez**

Se considera una persona que cuenta con la capacidad de comunicar ideas a los demás, que desarrolla una comunicación asertiva lo cual puede hacer exitosa una relación ya sea en el ámbito laboral o personal, generando un trato respetuoso hacia las personas y recibir lo mismo siendo este también un factor relevante en cualquier tipo de relación. Le interesa correr grandes riesgos para obtener grandes logros o aprender de las situaciones si no se logra lo deseado, una persona comprometida y que entrega el corazón en todo lo que hace. Tiene en cuenta que el turismo es una fuente de desarrollo económico para el país por todas sus condiciones naturales y culturales y que desde su carrera como Tecnóloga en Gestión del Turismo Sostenible podría hacer valiosos aportes para que se desarrolle un turismo responsable en cualquier zona aprovechando el amplio campo de acción que ofrece la carrera, se siente en capacidad para innovar en cuanto a productos turísticos desarrollando su espíritu de persona emprendedora

### **Perfil de la emprendedora Claudia Tatiana Ospina Vélez**

En el transcurso de su vida ha asumido diferentes retos que la han llevado a desempeñar actividades que han requerido planeación, dirección, control, retroalimentación y mejora continua, estas actividades se realizaron en empresas privadas (Comfenalco – Bogotá, Editorial Interamericana, Librería Lerner), públicas (Centro de Desarrollo Productivo de la Madera de Caldas Directora Ejecutiva y Jefe del Departamento de Publicaciones IES CINOC) y personales (Grupos de voluntariado social como Kiwanis y Varykunia en Pensilvania- Caldas) lo que la califica como una persona dispuesta a enfrentar los cambios y sacar el mejor provecho de los mismos. Como Tecnóloga en Gestión del Turismo Sostenible

tiene las habilidades necesarias para formular planes de negocios que permitan fortalecer empresas constituidas así como innovar al crear nuevas empresas. Considera la comunicación como un aspecto fundamental en la obtención de cualquier logro, además de la responsabilidad y la actitud emprendedora. Debido a las características del proyecto que se está realizando en este momento dentro del segmento del emprendedor social.

#### 4.4.2 Análisis estratégico organizacional

##### 4.4.2.1 Matriz DOFA

	<b>FORTALEZAS (F)</b>	<b>DEBILIDADES (D)</b>
<b>MATRIZ DOFA</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Puesta en valor de recetas de la cocina tradicional colombiana.</li> <li>2. Cuenta con personal idóneo y capacitado.</li> <li>3. Participación de algunos proveedores de productos agroecológicos.</li> <li>4. Implementación de un Sistema de Gestión Ambiental.</li> <li>5. Que ya se cuenta con una infraestructura para la instalación de la EGS.</li> <li>6. Diversidad en el menú.</li> <li>7. Planeación estratégica definida.</li> <li>8. Cuenta con una estrategia de marketing</li> <li>9. Capacitación continua.</li> <li>10. Se está realizando investigación en cocina tradicional colombiana</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Poco personal contratado de manera permanente.</li> <li>2. Falta de personal especializado en manipulación de alimentos.</li> <li>3. Carencia de marca reconocida en el mercado.</li> </ol>
<b>OPORTUNIDADES (O)</b>	<b>ESTRATEGIAS FO</b>	<b>ESTRATEGIAS DO</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apoyo de las diversas instancias internas de la Universidad Tecnológica de Pereira como: Programa de Turismo Sostenible, Decanatura, Rectoría, Departamento de Planeación.</li> <li>2. Las instalaciones quedarán ubicadas dentro de la Universidad Tecnológica de Pereira.</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aprovechar los resultados de las investigaciones para innovar el menú de forma constante. (F1, F6, O6)</li> <li>• Capacitaciones permanentes del personal aprovechando las alianzas estratégicas (F2,F9, O8)</li> <li>• Utilizar la capacidad instalada (infraestructura) para las capacitaciones internas (Estudiantes de Turismo),</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aprovechar las alianzas estratégicas para fortalecer al personal en procesos de mejoramiento- (D1, O8)</li> <li>• Aumentar la capacidad del personal contratando practicantes de la carrera de Turismo Sostenible. (D2, O9,O10)</li> </ul>

<ol style="list-style-type: none"> <li>3. Contar con diferentes productores de cafés especiales al interior de la Universidad Tecnológica.</li> <li>4. Alta demanda de los servicios de catering dentro del plantel. (público objetivo).</li> <li>5. Posibilidad de tener un contrato exclusivo de catering con la UTP.</li> <li>6. Participación en proyectos de investigación como el de la recuperación de saberes tradicionales.</li> <li>7. Acercamiento con la oficina de Planeación de la Universidad para la implementación de la EGS.</li> <li>8. Posibilidad de realizar alianzas estratégicas con otras entidades como el SENA, la UTP para capacitar el personal.</li> <li>9. Existencia de la carrera de Administración del Turismo Sostenible con énfasis en gastronomía</li> <li>10. Adicionalmente a la prestación del servicio, las instalaciones de la cocina servirán para la capacitación de estudiantes de Turismo Sostenible del énfasis en gastronomía.</li> <li>11. Alta demanda de los servicios de catering en la ciudad.</li> </ol>	<p>externas (Cursos de extensión), prácticas con los Cocineros tradicionales. (F5,F1,O1,O6,O9,O10)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejorar la estrategia de marketing ofreciendo barras de degustaciones de nuevos platos a las personas encargadas de contratar el servicio en las diferentes dependencias de la universidad. (F1, F6, O4, O2)</li> <li>• Aplicar los conocimientos adquiridos en las capacitaciones para hacer degustación y cata de cafés especiales dentro de las instalaciones de la universidad (F2, F3, F8, F9, O3, O8)</li> <li>• Usar las alianzas estratégicas para fortalecer a los proveedores en procesos de mejoramiento de sus cultivos agroecológicos (F3, O1, )</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Generar reconocimiento de marca apoyados en la buena prestación del servicio en la universidad. (D4,O2)</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>AMENAZAS (A)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Larga trayectoria de la competencia en el sector.</li> <li>2. Convenios actuales de la UTP con empresas de catering.</li> <li>3. Alto costo de los productos agroecológicos.</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>ESTRATEGIAS FA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Generar valor agregado frente a la competencia aprovechando que la Escuela Gastronómica tiene un enfoque hacia la recuperación de la cocina tradicional y los saberes ancestrales. (A1, A2, F1 )</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>ESTRATEGIAS DA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Disminuir la vulnerabilidad ante grandes competidores aplicando estrategias competitivas de marketing y publicidad mediante páginas web y un servicio eficiente, para lograr posicionamiento en</li> </ul>

<p>4. Cambio del precio de los productos agrícolas, generados por fluctuaciones en la producción y por factores climáticos.</p> <p>5. Incumplimiento por parte de los proveedores.</p> <p>6. Ubicación de varios Restaurantes dentro del área de influencia de la Universidad</p> <p>7. Empresas de catering en la ciudad de Pereira</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacidad de variar el menú para usar productos estacionales y evitar el alza de precios (F1, F6, A4)</li> </ul>	<p>el mercado. (D3,A1, A2, A6)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Contratar personal calificado en la prestación del servicio para mejorar la calidad y superar la falta de experiencia frente a la competencia. (A1, D2)</li> </ul>
--	---	--

Fuente: Elaboración propia

#### 4.4.2.2 Definición de objetivos organizacionales

##### Objetivo General

Implementar la **“Escuela Gastronómica Sostenible”** de la Universidad Tecnológica de Pereira para desarrollar servicios de catering y procesos de docencia e investigación que fortalezcan el Programa de Administración del Turismo Sostenible y que amplíe la oferta gastronómica disponible en el campus.

##### Objetivos Específicos

- Proveer el espacio para el desarrollo de las prácticas estudiantiles en el área gastronómica (8 asignaturas).
- Propiciar la investigación, mediante el intercambio de saberes tradicionales y complementando técnicas antiguas con el uso de nuevos métodos y tecnologías.
- Contribuir al desarrollo de estrategias dirigidas a la creación de empresas gastronómicas mediante la formación, promoción y difusión del Patrimonio Cultural.
- Crear una unidad sostenible de negocios gastronómicos que mejore, amplíe y cubra la demanda del servicio de catering dentro del campus.

El grupo objetivo para la EGS está representado por 100 dependencias de la universidad, entre Facultades, Programas de Posgrado, Vice-rectorías, Oficina de Planeación, Oficina de Relaciones Internacionales, SUEJE y el ILEX entre otras.

### 4.4.2.3 Cuadro de mando integrado

Perspectiva	Objetivo	Indicador	Unidad de medida	Objetivo	Frecuencia de medición	Optimo	Tolerable	Deficiente	Resultado	Responsable
<b>Financiera</b>	Garantizar la rentabilidad de la empresa	$\frac{\text{Rentabilidad neta}}{\text{Ventas netas}}$ Incremento del capital	Porcentaje	20%	Anual	20%	10%	5%		Administrador
<b>Cliente</b>	Fidelizar clientes	$\frac{\text{N}^\circ \text{ de clientes conocidos}}{\text{N}^\circ \text{ total de clientes}}$	Porcentaje	80%	Anual	80%	60%	20%		Jefe de cocina
<b>Procesos internos</b>	Lograr eficiencia en la prestación del servicio	$\frac{\text{Tiempo de atención a la solicitud}}{\text{Tiempo estándar De atención}}$	Horas	6 Horas	Semestral	6 Horas	7 Horas	9 Horas		Jefe de cocina Y Administrador
<b>Capacidad de aprendizaje</b>	Capacitar al personal en manipulación de alimentos	$\frac{\text{N}^\circ \text{ de personas capacitadas}}{\text{Total de personas}}$	Personas	5 Personas	Semestral	5 Personas	3 Personas	1 Persona		Administrador
	Capacitar personal y estudiantes del énfasis en gastronomía en la elaboración de las recetas de la cocina tradicional recuperadas por el grupo de investigación	$\frac{\text{N}^\circ \text{ de personas capacitadas}}{\text{Total de personas}}$	Personas	20 Personas	Semestral	20 Personas	15 Personas	10 Personas		Administrador

Fuente: Elaboración propia



#### 4.4.2.4 Misión

La Escuela Gastronómica Sostenible es una organización innovadora en la prestación del servicio de catering con un amplio menú que incluye recetas de la cocina tradicional colombiana promoviendo y apoyando los procesos de investigación y salvaguarda del Patrimonio Cultural Inmaterial.

#### 4.4.2.5 Visión

Para el año 2021, ser reconocidos como el principal proveedor del servicio de catering en la Universidad Tecnológica de Pereira, por su aporte con la salvaguarda de la cocina tradicional y por el apoyo en el proceso de formación de los estudiantes del Programa de Turismo Sostenible.

#### 4.4.2.6 Valores corporativos

Los valores corporativos son considerados como un aspecto fundamental en el desarrollo de las actividades de la organización en el cual se deben tener comportamientos enfocados en:

**Respeto:** por cada una de las normas y valores corporativos, por los integrantes del equipo de trabajo en cuanto a sus comentarios y aportes y respetar las diferentes personalidades.

**Amor por el ambiente y la cultura:** mediante la conservación y fomento de los procesos sostenibles y la salvaguarda de los saberes de la cocina tradicional, procurando que sean transmitidos y respetados por su gran valor cultural.

**Excelencia en los procesos:** luchando continuamente por la mejoría en la gestión mediante el trabajo en equipo, empleando buenas prácticas y cumpliendo los objetivos propuestos.

**Responsabilidad:** ejecutando las actividades propuestas en las fechas acordadas, cumpliendo con uno de nuestros objetivos que es la satisfacción del cliente.

**Compromiso:** demostrando vocación del servicio, liderazgo y sentido de pertenencia por la organización.



**Eficiencia:** entregando resultados no solo económicos sino a través de los conocimientos de los estudiantes que se están formando.

**Trabajo en equipo:** compartiendo conocimientos y valorando a cada miembro del grupo de trabajo y los aportes que puedan brindar para el mejoramiento de los procesos.

**Constancia:** en los procesos para lograr los objetivos tanto a nivel educativo como económico.

#### 4.4.2.7 Políticas empresariales

##### Estratégicas

- Obtener certificaciones en Manipulación de Alimentos y BPM
- Realizar el seguimiento al Sistema de Gestión Ambiental propuesto.
- Ofrecer capacitaciones continuas para potencializar las cualidades de los empleados
- Buscar de manera activa la retroalimentación respecto al desempeño y trabajar de forma continua para mejorar los productos, servicios y procesos operativos.

##### Operacionales

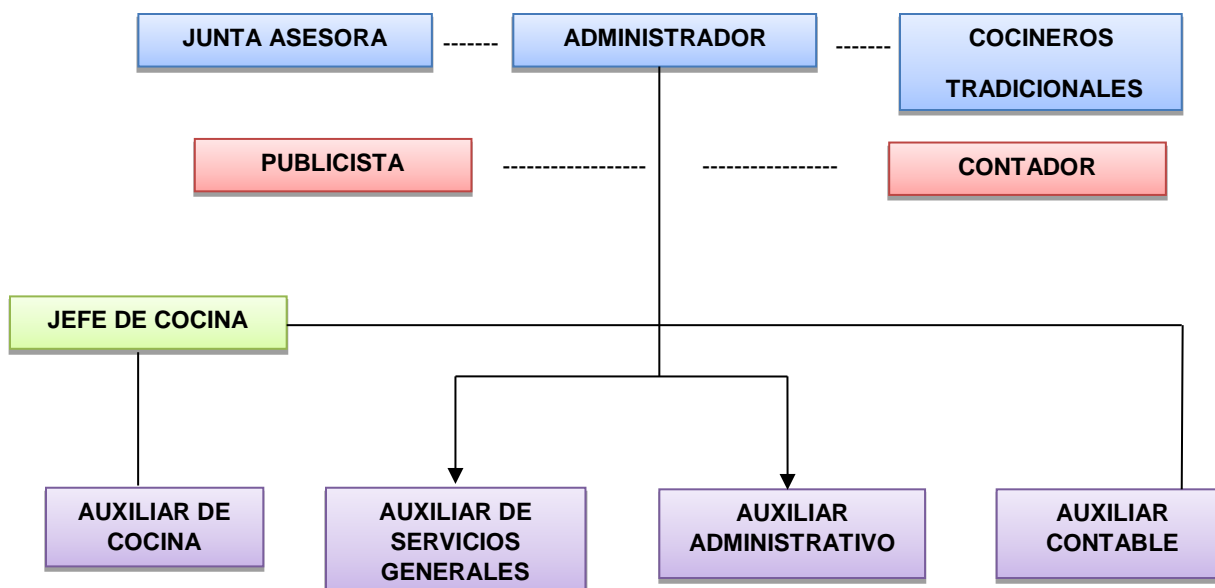
- Aportar con la identificación, documentación y difusión de las recetas de la cocina tradicional y sus portadores.
- Cumplir con los requerimientos de los clientes y exceder sus expectativas proporcionando: comunicación, servicios rápidos, eficaces y la entrega oportuna de productos y servicios.

##### Generales

- Establecer un horario de trabajo; verificar y exigir su cumplimiento
- Brindar un ambiente de trabajo agradable
- Ofrecer las prestaciones de ley a los empleados, garantizando estabilidad y minimizando la rotación del personal.
- Definir normas de convivencia

### 4.4.3 Manual de estructura

#### Organigrama



Fuente: Elaboración propia

NIVEL	CARGOS	No. PERSONAS	ESCALA SALARIAL
Directivo	Administrador	1	\$ 2'000.000
Asistencial	Jefe de cocina	1	\$ 900.000
Operativo	Aux. de cocina	1	\$ 700.000
Operativo	Aux. Administrativo	1	\$ 700.000
Operativo	Aux. Contable	1	\$ 400.000
Operativo	Aux. Servicios generales	1	\$ 700.000

Fuente: Elaboración propia

Los valores de la tabla anterior corresponden al análisis del presupuesto financiero que se hizo en el proyecto de la EGS (ver capítulo 4.6 Módulo de finanzas) los salarios están ajustados a las normas legales vigentes para cada cargo y según los requerimientos comerciales.

En el inicio del proyecto no se tiene presupuestado una remuneración para la junta asesora que está conformada por el director del Programa de Turismo y tres docentes. Para una etapa más avanzada del proyecto puede preverse alguna bonificación si los excedentes lo permiten.

Como una forma de realzar y dar el valor que merece el Patrimonio Cultural Inmaterial representado en la salvaguarda de las cocinas tradicionales y la

recuperación de saberes gastronómicos, la EGS se compromete a realizar su reconocimiento y divulgación apoyando la investigación que de ella realicen los grupos vinculados a este proyecto y resaltando a los cocineros tradicionales que participan en dichas investigaciones y que también pueden hacer parte de Plan Estratégico “para la Construcción del Producto Turístico Gastronómico Nacional 2014 -2018” en el eje estratégico cuarto, Identidad y su primer literal que dice *“El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, en asocio con el Ministerio de Cultura, diseñarán y ejecutarán proyectos dirigidos a la investigación, reconocimiento y promoción de la gastronomía tradicional colombiana para cada una de la regiones enumeradas....”*, como el Eje Cafetero. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Pág. 22. Op.cit.)

Adicionalmente y como se ha mencionado anteriormente en el capítulo de Servucción, los cocineros tradicionales también pueden participar en el Concurso Nacional de Gastronomía que realiza el MinCIT, que está dedicado a la recuperación, recreación y divulgación de la riqueza culinaria; con una de las recetas tradicionales y que estaría apoyado por la EGS.

Al finalizar cada año se determinará en qué se invertirán los excedentes, luego de cubrir las necesidades propias de la EGS, y en ese caso serían para la publicación de documentos relacionados con la recuperación de saberes de las cocinas tradicionales.

#### 4.4.4 Manual de funciones

##### 1. Manual de funciones del administrador

	<p align="center"><b>INSTRUMENTO DE MANUAL DE FUNCIONES</b></p> <p align="center"><b>ESCUELA GASTRONOMICA SOSTENIBLE DE LA UTP S.A.S</b></p>
---	--

<b>IDENTIFICACIÓN</b>	
<b>NOMBRE DEL CARGO</b>	Administrador
<b>NIVEL</b>	Directivo
<b>DEPARTAMENTO</b>	Área Administrativa
<b>JEFE INMEDIATO</b>	Junta de accionistas
<b>PERSONAL A CARGO</b>	Jefe de cocina y Auxiliar administrativo
<b>PROPÓSITO</b>	Optimizar recursos y tomar decisiones

<b>FUNCIONES</b>	<b>PERIODICIDAD</b>
Revisar y verificar los movimientos contables	Mensual
Llevar registro y control de proveedores	Cada vez que se solicita el pedido
Planificar, dirigir, coordinar y supervisar el trabajo desarrollado por el grupo de trabajo	Cada vez que se preste el servicio de catering
Elaborar informes sobre las diferentes áreas de trabajo	Mensual

Supervisar los presupuestos para controlar los gastos	Mensual
Revisa reportes del departamento y compra	Mensual
Verificar y cumplir con los programas de capacitación	Mensual
Documentar y verificar el cumplimiento del Sistema de Gestión Ambiental	Mensual
Contratar el personal con las garantías legales vigentes	Cuando sea necesario
Propuesta de plan para el cumplimiento de los objetivos	Semestral
Distribuir funciones	Cada evento u/o prestación del servicio
Evaluación del servicio	Cada que se presta el servicio
Asignación de recursos	Mensual
Crear condiciones laborales	Diarias

<b>CONOCIMIENTOS ESPECÍFICOS</b>	
<b>NIVEL ACADÉMICO</b>	Administrador de empresas/ Tecnólogo en Gestión del Turismo Sostenible/ Administrador del Turismo Sostenible o carreras afines
<b>EXPERIENCIA</b>	Mínimo 2 años
<b>HABILIDADES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Emprendedor y estratega al tomar decisiones efectivas con responsabilidad social</li> <li>• Capacidad de trabajo en equipo</li> <li>• Proactivo</li> <li>• Liderazgo</li> <li>• Habilidad de negociación</li> <li>• Trabajo bajo presión</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Excelente relaciones humanas</li> <li>• Iniciativa propia</li> <li>• Autocontrol</li> <li>• Responsable</li> <li>• Honrado</li> </ul>
--	--

PROCESOS EN LOS QUE INTERVIENE
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Control de materia prima</li> <li>• Solicitud y prestación del servicio</li> <li>• Pago de nómina</li> <li>• Hacer parte activa del grupo de investigación</li> </ul>


### RELACIONES INTERNAS

- Auxiliar Administrativo
- Jefe de cocina

### RELACIONES EXTERNAS

- Proveedores
- Cliente

## 2. Manual de funciones del jefe de cocina

	<p><b>INSTRUMENTO DE MANUAL DE FUNCIONES</b></p> <p><b>ESCUELA GASTRONOMICA SOSTENIBLE DE LA UTP S.A.S</b></p>
---	--

IDENTIFICACIÓN	
<b>NOMBRE DEL CARGO</b>	Jefe de cocina
<b>NIVEL</b>	Asistencial
<b>DEPARTAMENTO</b>	Área Operacional

<b>JEFE INMEDIATO</b>	Administrador
<b>PERSONAL A CARGO</b>	Auxiliar de cocina
<b>PROPÓSITO</b>	Organizar todas las actividades de la cocina y la prestación del servicio de catering

<b>FUNCIONES</b>	<b>PERIODICIDAD</b>
Realizar inventarios de compra	Diario
Llevar registro y control de proveedores	Cada vez que se solicita el pedido
Verificar la programación de eventos	Cada vez que se solicita el servicio
Alistamiento y verificación de materia prima	Cada vez que se solicita el servicio
Efectuar el control de calidad	Cada vez que se solicita el servicio
Crear y seleccionar menús	Cada 2 meses
Supervisar y mantenimiento de la higiene de las áreas de preparación de alimentos	Diario
Entrena a los aprendices	2 días a la semana
Organiza, selección y motivación del personal de la cocina	Cada vez que se solicita el servicio
Motivar y forma el equipo del departamento de cocina	Diario
Responsable con los cargos bajo su mando	Diario
Supervisar equipos	Mensual



<b>CONOCIMIENTOS ESPECÍFICOS</b>	
<b>NIVEL ACADÉMICO</b>	Profesional en gastronomía (Chef) Certificación en Manipulación de alimentos Conocimientos en costos y estandarización de recetas Servicio al cliente
<b>EXPERIENCIA</b>	Mínimo 2 años de experiencia en la preparación de alimentos para servicio de catering (eventos) o en restaurantes
<b>HABILIDADES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mostrar liderazgo</li> <li>• Eficiencia en los procesos</li> <li>• Buena presentación personal</li> <li>• Conocer nuevas tendencias gastronómicas</li> <li>• Manejo de equipos</li> <li>• Manejo de personal</li> <li>• Honestidad</li> <li>• Responsabilidad</li> <li>• Respeto</li> <li>• Organización</li> <li>• Amabilidad</li> <li>• Trabajo bajo presión</li> </ul>

El cocinero tradicional podrá llegar a ser jefe de cocina cuando cumpla con requisitos de capacitación en: administración, inventarios, prestación del servicio y manipulación de alimentos

<b>PROCESOS EN LOS QUE INTERVIENE</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Control de calidad</li> <li>• Solicitud y requerimiento de materia prima</li> <li>• Creación y supervisión de los platos</li> <li>• Prestación del servicio de catering</li> <li>• Adaptación de las recetas de la cocina tradicional</li> </ul>

## RELACIONES INTERNAS

- Administrador
- Auxiliar de cocina

## RELACIONES EXTERNAS

- Proveedores

### 3. Manual de funciones del auxiliar de cocina

	<p align="center"><b>INSTRUMENTO DE MANUAL DE FUNCIONES</b></p> <p align="center"><b>ESCUELA GASTRONOMICA SOSTENIBLE DE LA UTP S.A.S</b></p>
---	--

<b>IDENTIFICACIÓN</b>	
<b>NOMBRE DEL CARGO</b>	Auxiliar de cocina
<b>NIVEL</b>	Operativo
<b>DEPARTAMENTO</b>	Área operacional
<b>JEFE INMEDIATO</b>	Jefe de cocina
<b>PERSONAL A CARGO</b>	No aplica
<b>PROPÓSITO</b>	Preparar mise en place y organizar la despensa.
<b>FUNCIONES</b>	<b>PERIODICIDAD</b>
Colaborar en todas las actividades que realiza el jefe de cocina.	Cada vez que se solicite el pedido
Mantener la higiene del área de trabajo y los utensilios.	Diario
Servir los platos y organizar los pedidos.	Cada vez que se preste el servicio de catering

Limpiar los productos para su preparación.	Diario
Selecciona alimentos según las instrucciones	Diario
Realiza cualquier otra tarea afín que le sea asignada.	Diario

<b>CONOCIMIENTOS ESPECÍFICOS</b>	
<b>NIVEL ACADÉMICO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Técnico en cocina</li> <li>• Certificado en manipulación de alimentos.</li> <li>• Técnico en Turismo Sostenible, Técnico en cocina o Administradores con énfasis en gastronomía</li> <li>• Cocinero tradicional</li> </ul>
<b>EXPERIENCIA</b>	Mínimo 1 año.
<b>HABILIDADES</b>	Establecer relaciones interpersonales Trabajo bajo presión. Captar instrucciones Trabajo en equipo Responsable Honrado

<b>PROCESOS EN LOS QUE INTERVIENE</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mise en place</li> <li>• Prestación del servicio</li> <li>• Preparación de los alimentos</li> <li>• Entrega de pedido</li> <li>• Limpieza de la cocina</li> </ul>

## RELACIONES INTERNAS

- Jefe de cocina

## RELACIONES EXTERNAS

- Cliente

### 4. Manual de funciones del auxiliar administrativo

	<p style="text-align: center;"><b>INSTRUMENTO DE MANUAL DE FUNCIONES</b></p> <p style="text-align: center;"><b>ESCUELA GASTRONOMICA SOSTENIBLE DE LA UTP S.A.S</b></p>
---	--

IDENTIFICACIÓN	
<b>NOMBRE DEL CARGO</b>	Auxiliar Administrativo
<b>NIVEL</b>	Operativo
<b>DEPARTAMENTO</b>	Área Operacional
<b>JEFE INMEDIATO</b>	Administrador
<b>PERSONAL A CARGO</b>	No aplica
<b>PROPÓSITO</b>	Proporcionar los servicios de apoyo administrativo

FUNCIONES	PERIODICIDAD
Recepción de documentos	Diario
Atender llamadas telefónicas	Diario
Archivo de documentos	Diario
Canalización de reclamaciones y sugerencias	Mensual
Supervisar y organizar eventos (Logística)	Cada vez que se solicita el servicio

Manejo contable	Diario
Manejo de contabilidad básica y Revisar y verificar planillas de retención de impuestos.	Anual
Requisitos legales de la SAS	Anual
<b>CONOCIMIENTOS ESPECÍFICOS</b>	
<b>NIVEL ACADÉMICO</b>	Técnico en contabilidad y finanzas, auxiliar contable, secretariado y/o carreras afines
<b>EXPERIENCIA</b>	Mínimo 1 años
<b>HABILIDADES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajo bajo presión</li> <li>• Proactivo</li> <li>• Habilidades comunicativas</li> <li>• Trabajo en equipo</li> <li>• Discreción y prudencia para manejar acciones adversas</li> <li>• Resistencia física y nerviosa</li> <li>• Orden y estructura</li> <li>• Experto en digitación</li> <li>• Excelente relaciones sociales</li> <li>• Presentación personal</li> </ul>
<b>PROCESOS EN LOS QUE INTERVIENE</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Solicitud y contratación del servicio</li> <li>• Logística del evento</li> <li>• Solicitud de materia prima</li> <li>• Relación directa con los clientes</li> <li>• Archivo de pedidos y compras (proveedores-servicio de catering)</li> </ul>	

### RELACIONES INTERNAS

- Administrador

### RELACIONES EXTERNAS

- Proveedores
- Cliente

## 5. Manual de funciones del auxiliar contable

	<b>INSTRUMENTO DE MANUAL DE FUNCIONES</b>  <b>ESCUELA GASTRONOMICA SOSTENIBLE DE LA UTP S.A.S</b>
---	---

<b>IDENTIFICACIÓN</b>	
<b>NOMBRE DEL CARGO</b>	Auxiliar contable
<b>NIVEL</b>	Operativo
<b>DEPARTAMENTO</b>	Área Operacional
<b>JEFE INMEDIATO</b>	Administrador
<b>PERSONAL A CARGO</b>	No aplica
<b>PROPÓSITO</b>	Mantener actualizados los movimientos contables de la empresa.

<b>FUNCIONES</b>	<b>PERIODICIDAD</b>
Revisar listas de pagos, comprobantes, cheques y registros de cuentas.	Semanal
Elaborar relaciones de gastos e ingresos.	Mensual
Elaborar informes mensuales de las actividades realizadas	Mensual
Participar en la elaboración de inventarios.	Semanal
Revisa y verifica planillas de retención de impuestos.	Anual

Revisa reportes del departamento y compra	Mensual
---	---------

<b>CONOCIMIENTOS ESPECÍFICOS</b>	
<b>NIVEL ACADÉMICO</b>	Técnico en contabilidad Auxiliar contable
<b>EXPERIENCIA</b>	Mínimo 1 año en manejo de software contable y contabilidad básica.
<b>HABILIDADES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajo bajo presión</li> <li>• Buenas relaciones interpersonales</li> <li>• Buena presentación personal</li> <li>• Manejo de herramientas ofimáticas</li> <li>• Responsable</li> <li>• Honesto</li> <li>• Habilidad para hacer cálculos</li> <li>• Manejo de libros contables</li> <li>• Conocimiento de la legislación</li> </ul>

<b>PROCESOS EN LOS QUE INTERVIENE</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Control de insumos</li> <li>• Pago de nomina</li> <li>• Manejo de dinero</li> <li>• Presentación de reportes de cuentas</li> <li>• Preparación de informes sobre la situación financiera</li> </ul>

#### **RELACIONES INTERNAS**

- Auxiliar Administrativo

#### **RELACIONES EXTERNAS**

- No aplica



## 6. Auxiliar de servicios generales

	<p align="center"><b>INSTRUMENTO DE MANUAL DE FUNCIONES</b></p> <p align="center"><b>ESCUELA GASTRONOMICA SOSTENIBLE DE LA UTP S.A.S</b></p>
---	--

<b>IDENTIFICACIÓN</b>	
<b>NOMBRE DEL CARGO</b>	Auxiliar de servicios generales
<b>NIVEL</b>	Operativo
<b>DEPARTAMENTO</b>	Área Operacional
<b>JEFE INMEDIATO</b>	Administrador
<b>PERSONAL A CARGO</b>	No aplica
<b>PROPÓSITO</b>	Mantener la limpieza de todas las áreas de la EGS con el fin de brindar comodidad a los funcionarios.

<b>FUNCIONES</b>	<b>PERIODICIDAD</b>
Asear todas las áreas de la EGS, antes del ingreso de los funcionarios y vigilar que mantengan aseadas	Diario
Mantener los baños y lavamanos en perfectas condiciones	Diario
Clasificar las basuras	Diario
Realizar inventario de elementos de aseo	Semanal
Responder los elementos a su cargo e informar sobre cualquier anomalía o deterioro, para solicitar su reposición o reparación si es el caso	Semanal

Cumplir con la jornada laboral	Diario
Mantener limpio los muebles, enseres, ventanas, cortinas y todos los elementos u accesorios de la EGS	Diario
Prestar servicio de cafetería a los funcionarios	Diario

<b>CONOCIMIENTOS ESPECÍFICOS</b>	
<b>NIVEL ACADÉMICO</b>	Bachiller
<b>EXPERIENCIA</b>	Mínimo 1 año en limpieza/aseo de oficinas
<b>HABILIDADES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajo bajo presión</li> <li>• Buenas relaciones interpersonales</li> <li>• Buena presentación personal</li> <li>• Manejo de insumos para el aseo</li> <li>• Responsable</li> <li>• Honesto</li> </ul>

<b>PROCESOS EN LOS QUE INTERVIENE</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Control de insumos</li> <li>• Pedido e inventario de insumos</li> </ul>

#### **RELACIONES INTERNAS**

- Administrador

#### **RELACIONES EXTERNAS**

- No aplica

## **4.5 SISTEMA DE GESTIÓN AMBIENTAL**

### **4.5.1 Introducción**

El Sistema de Gestión Ambiental tiene como propósito visualizar los aspectos e impactos negativos y positivos que se producen en la prestación del servicio de catering, en las prácticas estudiantiles de los alumnos del énfasis en gastronomía del Programa de Turismo Sostenible y en el apoyo a la investigación de las cocinas tradicionales, las respectivas acciones preventivas que se deben implementar para su manejo y adicionalmente se tienen en cuenta aspectos ambientales, socio-culturales y económicos que estén comprometidos por la actividad.

En el desarrollo de la propuesta la EGS implementa objetivos y metas propuestas a nivel interno y externo para velar por el cumplimiento de todos los requisitos para la certificación de la norma NTS 004 para Establecimientos Gastronómicos y Bares.

Conscientes del compromiso con la sostenibilidad la EGS tiene como principal objetivo el promover la cocina tradicional, su salvaguarda y dar reconocimiento a las personas que compartieron sus saberes, ya que hará parte fundamental de la prestación del servicio de catering.

Planear, hacer, verificar y actuar son actividades propuestas que hacen parte del compromiso de todos los actores que involucra el servicio del catering, para generar un proceso constante y consecuente de sostenibilidad.

### **4.5.2 Objetivo del sistema de gestión ambiental**

Proponer un SGA según las normas establecidas para la EGS y siguiendo los parámetros de sostenibilidad de la Norma Técnica Sectorial NTS-TS 004 para Establecimientos Gastronómicos y Bares.

### **4.5.3 Alcance**

El alcance del SGA aplica a los procesos, actividades y productos que se darán en la EGS y que serán definidos en el manual SGA. Todo esto para cumplir con la norma ISO 14001-2004y que hará parte de la actividad misional y administrativa, que estará enfocada en el cuidado del entorno socio-ambiental y en la salvaguarda de los saberes de la cocina tradicional.

#### 4.5.4 Términos o definiciones

**Catering:** Se refiere al servicio de alimentación prestado por una empresa especializada que se encarga de preparar, presentar, ofrecer y servir comidas en todo tipo de eventos, que van desde un simple desayuno, hasta un servicio completo tipo restaurante con meseros, cocina, y decoración incluida. (In Eventos, 2016)

**Cocina Tradicional:** Son el resultado de un largo proceso histórico y colectivo, cuyo saber se trasmite de generación en generación, la cocina se aprende haciendo; las cocinas tradicionales como patrimonio cultural depende de la oferta ambiental regional y están de manera profunda asociadas a la producción tradicional de alimentos, cumpliendo una función cohesionadora. Cada sistema del saber culinario remite a una tradición y a un universo simbólico particular y a un orden culinario que contiene entre otros elementos (reglas de comportamiento, prescripciones y saber culinarios, rituales y estéticas particulares). (Ministerio de cultura, 2013)

**Salvaguardia:** De acuerdo con la Ley 1037 de 2006 que adopta la Convención de la Unesco para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial aprobada en Paris el 17 de octubre de 2003, esta modalidad de patrimonio, que se transmite de generación en generación, es recreada constantemente por las comunidades y grupos en función de su entorno y su interacción con la naturaleza y su historia. El mismo contribuye a promover el respeto de la diversidad cultural y la creatividad humana y, a través de él, la comunidad consigue concretar un sentimiento de identidad y continuidad. (Ministerio de Cultura, 2006 op. cit)

**Sistema de Gestión Ambiental (SGA):** Parte del sistema de gestión de una organización, empleada para desarrollar e implementar su política ambiental, social, económica y gestionar sus aspectos ambientales. (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2004)

**Mejora continua:** Proceso recurrente de optimización del sistema de gestión ambiental para lograr mejoras en el desempeño ambiental global de forma coherente con la política ambiental de la organización. (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2004 op.cit)

**Acción correctiva:** Acción para eliminar la causa de una no conformidad detectada. (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2004 op.cit)

**Acción preventiva:** Acción para eliminar la causa de una no conformidad potencial. (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2004 op.cit)

**Política Ambiental:** Intenciones y direcciones generales de una organización relacionadas con su desempeño ambiental, como las ha expresado formalmente la alta dirección. (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2004 op.cit)

**Aspecto ambiental:** Elemento de las actividades, productos o servicios de una organización que puede interactuar con el medioambiente. (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2004 op. cit)

**Procedimiento:** Forma especificada de llevar a cabo una actividad o proceso. (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2004 op.cit)

**Programa:** Conjunto de actividades y acciones ordenadas, necesarios para llevar a cabo el cumplimiento de un plan. (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2006)

**Registro:** Documento que presenta resultados obtenidos, o proporciona evidencia de las actividades desempeñadas. (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2004 op.cit)

**Comunidad local:** Conjunto de personas organizadas y capacitadas, reconocido como tal, que ejecuta actividades turísticas hacia la sostenibilidad en un destino. (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2006)

**Cultura:** Conjunto de los rangos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan una sociedad o grupo social y que, más allá de las artes y de las letras, engloba los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias. (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2006 op.cit)

**Residuo o desecho:** Cualquier objeto, material, sustancia, elemento o producto que se encuentra en estado sólido o semisólido, o es un líquido o gas contenido en recipientes o depósitos, cuyo generador descarta, rechaza o entrega, porque sus propiedades no permiten usarlo nuevamente en la actividad que lo generó o porque la legislación o la normatividad vigente así lo estipule. (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2006 op.cit)

**Reciclar:** Acciones mediante las cuales se toma un producto que ya cumplió su utilidad u objetivo y que permiten considerarlo como materia prima para nuevos bienes materiales. (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2006 op.cit)

**Sistema de Gestión para la Sostenibilidad:** Parte del sistema de gestión general que incluye la estructura de la organización, las actividades de planificación, las responsabilidades, las prácticas, los procedimientos, los procesos y los recursos para desarrollar, implementar, realizar, revisar y mantener la política de sostenibilidad. (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2006 op.cit)

**Capacitación:** Hace parte de la formación y busca mejorar las habilidades, destrezas y saberes del personal del establecimiento, mediante cursos de corta

duración, no conducentes a la obtención de títulos. (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2006 op.cit)

**Cliente:** Persona natural o jurídica que recibe un servicio. (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2006 op.cit)

**Documentación:** Conjunto de documentos, soportes, manuales, guías de referencia, libros de ayuda, etc., que suelen manejar las organizaciones, de manera que el usuario pueda aprender su manejo y consultar cualquier inquietud, soportar procedimientos y registrar evidencias. (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2006 op.cit)

**Medible:** Que tiene una determinación dimensión o tamaño. (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2006 op.cit)

**Responsabilidad social:** Es el compromiso que establece la organización, de trabajar como socios con los grupos de interés relevantes, con el fin de mejorar la calidad de vida de los miembros de sus equipos de trabajo, sus familias y la comunidad cercana a sus instalaciones. (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2006 op.cit)

**Establecimientos gastronómicos:** Establecimientos comerciales en cabeza de personas naturales o jurídicas, cuya actividad económica está relacionada con la producción, servicio y venta de alimentos o bebidas, o ambos, para consumo. También prestan otros servicios complementarios. (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2006 op.cit)

**Sostenibilidad:** Enfoque de desarrollo que se fundamenta en una visión de largo plazo y en la armonización entre crecimiento económico y conservación, Incluye tres dimensiones como son la económica, la social y la ambiental. (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2006 op.cit)

**Dotación:** Asignación de medios necesarios para el funcionamiento de un lugar o servicio. (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2006 op.cit)

**Impacto ambiental:** Cualquier cambio en el medio ambiente ya sea adverso o beneficioso como resultado total o parcial de los aspectos ambientales de una organización. (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2006 op.cit)

**Impacto Socio-cultural:** Efecto que produce una determinada acción humana sobre las tradiciones costumbres y formas de vida de las comunidades y sitios de interés histórico o cultural de una zona o región determinada. Dicho impacto puede ser positivo o negativo. (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2006 op.cit)

**Menaje:** Conjunto de muebles, enseres y utensilios, entre otros, de un establecimiento. (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2006 op.cit)

**Patrimonio Cultural de la Nación:** Está constituido por todos los bienes y valores culturales que son expresión de la nacionalidad colombiana, tales como la tradición, las costumbres y los hábitos, así como el conjunto de bienes inmateriales y materiales, muebles e inmuebles, que poseen un especial interés histórico, artístico, estético, plástico, arquitectónico, urbano, arqueológico, ambiental, ecológico, lingüístico, sonoro, musical, audiovisual, fílmico, científico, testimonial, documental, literario, bibliográfico, museológico, antropológico y las manifestaciones, los productos y las representaciones de la cultura popular. (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2006 op.cit)

**Política de Sostenibilidad:** Declaración realizada por el establecimiento gastronómico de sus intenciones y principios, en relación con su desempeño en los aspectos ambientales, socioculturales y económicos. Proporciona el marco para la acción y para el establecimiento de sus objetivos y metas. (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2006 op.cit)



### 4.5.5 Matriz de impactos y aspectos ambientales

La EGS tiene como principio y compromiso el velar por el cuidado del ambiente, minimizando los impactos generados por su funcionamiento; de esta manera se realiza una matriz de impactos y aspectos donde se valora el impacto causado en tres aspectos a saber: ambiental, sociocultural y económico analizando de la misma forma las acciones que van a tener en cuenta para reducir la contaminación al medio exterior. Está matriz se tendrá en cuenta en todas las áreas de trabajo; será un proceso continuo donde se generarán retroalimentaciones y mejoras.

AREA	ACTIVIDAD	ASPECTO	AMBIENT	SOCCU	ECONOMI	IMPACTOS	+	-	ACCIONES DE MEJORA
COCINA	Preparación de alimentos	Generación de vertimientos				Contaminación de las fuentes de agua			Proveer de filtros los desagües de los lavaplatos para que la contaminación por residuos sólidos sea la mínima.
		Generación de residuos sólidos				Contaminación del recurso suelo			*Aprovechar los desperdicios orgánicos para elaborar compostaje que puede ser utilizado para abono de huertas y jardines y adicionalmente para vender. *Elaboración de alimentos a partir de desperdicios como parte de la recuperación de los mismos.
		Consumo de energía				Agotamiento del recurso hídrico / naturales			*Realizar la labor en recipientes separados con agua evitando tener la llave abierta.
						Incremento en la factura del agua			*Cerrar las llaves de paso del agua cada cierre de jornada.
		Quema de combustibles fósiles (petróleo, gas natural)				Contaminación del aire			*Cerrar la llave de paso del gas natural cada cierre de jornada * Revisar periódicamente las instalaciones para detectar fugas
TODA LA INSTALACIÓN	Instalación de dispositivos ahorradores de agua	Reducción del consumo de agua				Cuidado de los recursos naturales			Realizar mantenimiento preventivo a los equipos y hacer fichas de seguimiento
	Instalación de bombillas ahorradoras	Reducción del consumo de energía				Mejora del ambiente de trabajo			Proveer en todos los espacios la iluminación con bombillas ahorradoras * Apagar las luces al cierre de las jornadas y en horas de la mañana
BATERIA DE BAÑOS	Uso de baños	Consumo de energía eléctrica				Agotamiento de los recursos naturales			* Batería de baños con elementos que contribuyan al ahorro del agua como: grifos de botón, controladores de presión, doble descarga de cisterna, etc. * Monitorear el consumo de agua mensualmente
		Consumo de agua				Agotamiento de los recursos naturales			
		Generación de aguas residuales				Contaminación del recurso agua			
ADMNISTRACIÓN	Acumulación de archivos en lugares no apropiados	Sobreocupación del espacio * Generación de residuos sólidos				*Alteración del ambiente de trabajo * Contaminación del recurso del suelo			*Información digital y utilizar las dos caras de la hoja para imprimir.
	Elaboración de facturas								
	Elaboración de formatos de seguimiento								
	Elaboración de pedidos a proveedores								
TRANSPORTE	Servicio de transporte	Generación de emisiones				Contaminación del aire			Entrega a empresas certificadas para la disposición
		Generación de ruido				Contaminación auditiva			
		Generación de residuos como combustibles, aceites y gras				Contaminación del suelo y el agua			
		Generación de residuos				Contaminación del suelo			
TODA LA INSTALACIÓN	Aseo de instalaciones	Consumo de agua				Agotamiento del recurso hídrico			* Generar conciencia ambiental en los empleados para minimizar el uso de los recursos en el aseo de la EGS * Registrar y monitorear el consumo del agua * Uso de productos biodegradables * Generar políticas que contribuyan a minimizar el consumo de agua
		Generación de residuos				Contaminación del suelo			
		Generación de olores				Contaminación del aire			
		Consumo de detergentes, desinfectantes, ceras, desengrasantes y limpiavidrios				Contaminación del agua y el suelo			
		Generación de vertimientos				Contaminación del agua			
		Generación de empleo				Vinculación laboral de personas de la zona			
EVENTOS	*Funcionamiento de instalaciones *Contatación de personal auxiliar	Consumo de agua				Agotamiento de recursos naturales			*Aprovechar los desperdicios orgánicos para elaborar compostaje que puede ser utilizado para abono para huertas y de jardines y adicionalmente para vender. *Elaboración de alimentos a partir de desperdicios como parte de la recuperación de los mismos. * Sensibilización para el uso eficiente de los recursos naturales * Separación de residuos sólidos * Equipos de ahorradores de agua y energía
		Consumo de energía				Agotamiento de recursos naturales			
		Consumo de gas natural				Agotamiento de recursos naturales			
		Generación de residuos sólidos				Contaminación del recurso suelo			
		Generación de vertimientos				Contaminación del agua			
		Generación de empleo				Vinculación laboral de personas de la zona			
FORMACIÓN	Desarrollo de actividades de formación	Generación de espacios para:				* Agotamiento de los recursos naturales * Contaminación del agua * Afectación del trabajo * Salvaguardia de la cocina tradicional			* Capacitación del personal * Buen ambiente laboral y minimizar la rotación de personal * Capacitación del personal * Buen ambiente laboral y minimizar la rotación de personal * Generar más espacios para ampliar el conocimiento sobre las cocinas tradicionales * Sensibilización sobre el uso de los recursos naturales * Al finalizar las actividades cerrar todas las llaves de paso
		*Aula viva para estudiantes del énfasis en gastronomía							
		*Aula viva para recuperación de saberes de la cocina tradicional * Consumo de energía y agua * Generación de ruido							

Tabla 20. Matriz de impactos y Aspectos ambientales. Fuente: Elaboración propia. 2016.

#### 4.5.6 Propuesta basada en los requisitos de sostenibilidad

### Norma técnica sectorial colombiana 004 para establecimientos gastronómicos y bares

#### 1. Requisitos de sostenibilidad

##### Requisitos legales

La EGS se constituirá legalmente bajo la figura de una S.A.S comprometidos al seguimiento y cumplimiento de los siguientes decretos y normas que regulan el funcionamiento de los establecimientos gastronómicos.

REQUISITO LEGAL	CARACTERÍSTICAS
Ley Número 232 de 1995 “Por medio de la cual se dictan normas para el funcionamiento de los establecimientos comerciales”	Se establecen normas de cumplimiento obligatorio para el funcionamiento de establecimientos comerciales como el uso del suelo, medidas sanitarias y pago de impuestos, entre otras.
Ley 9 de 1979 “Por la cual se dictan medidas sanitarias”	Decretos. I De la protección del Medio Ambiente II Suministros de agua III Salud Ocupacional IV Saneamiento de edificaciones V Alimentos VI Drogas, medicamentos, cosméticos y similares VII Vigilancia y control epidemiológico VIII Desastres X Artículos de uso domestico XI Vigilancia y control XII Derechos y deberes relativos a la salud
Ley 14 de 1983 “Normas sobre catastro, impuesto predial e impuesto de rentas y complementarios”	“El impuesto de Industria y Comercio recaerá, en cuanto a materia impone, sobre todas las actividades comerciales, industriales o de servicios que ejerzan o realicen en las respectivas jurisdicciones municipales, directa o indirectamente, por personas naturales o jurídicas o por sociedades de hecho, ya sea que se cumplan de forma permanente u ocasional, en inmuebles determinados, con establecimientos de comercio o sin ellos ”
Ley 100 de 1993 “Por la cual se recrea el sistema de seguridad social integral y se dictan otras disposiciones”	Cumplimiento de obligaciones laborales y de seguridad social con los trabajadores. Tramite de afiliación ante Empresas Promotoras de Salud (EPS), Administradoras de Riesgos Profesionales (ARP), Administradoras de Fondos de Pensión (AFP).
Código del Comercio	Solicitud de autorización para numeración de la facturación ante la DIAN
Ley 89 de 1988 “Aportes Parafiscales”	Toda empresa o unidad productiva que tenga trabajadores vinculados mediante Contrato de trabajo debe hacer un aporte equivalente al 9% de su Nómina por concepto de los llamados aportes parafiscales, los cuales se distribuirán de la siguiente forma: 4% para el subsidio familiar (Cajas de Compensación Familiar), 3% para el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF) y 2% para el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA).

<p>Decreto Número 2041 de 2014 “Por el cual se reglamenta el Título VIII de la Ley 99 de 1993 sobre licencias ambientales”</p>	<p>La licencia ambiental, es la autorización que otorga la autoridad ambiental competente para la ejecución de un proyecto, obra o actividad, que de acuerdo con la ley y los reglamentos, pueda producir deterioro grave a los recursos naturales renovables/o al medio ambiente, o introducir modificaciones considerables o notorias al paisaje; la cual sujeta al beneficiario de esta, al cumplimiento de los requisitos, términos, condiciones y obligaciones que la misma establezca en relación con la prevención, mitigación, corrección, compensación y manejo de los efectos ambientales del proyecto, obra o actividad autorizada.</p>
<p>Política para el Conocimiento, la Salvaguardia y el Fomento de la Alimentación y las Cocinas Tradicionales Colombianas</p>	<p>Los conocimientos y tradiciones populares asociados a la producción, preparación y el consumo cotidiano de alimentos constituyen uno de los pilares del patrimonio cultural inmaterial de la nación. Las cocinas tradicionales, como manifestación del patrimonio cultural inmaterial (en adelante PCI), comprenden complejos conjuntos de conocimientos y prácticas culinarias que tienen raíces indígenas, ibéricas, africanas y notables influencias, muy visibles en la región Caribe, de la culinaria árabe y de los países vecinos.</p>
<p>Política para la Gestión, Protección y Salvaguardia del Patrimonio Cultural.</p>	<p>Estas acciones dispersas y aisladas, comienzan a estructurarse en 1959, con la expedición de la Ley 163, por medio de la cual se dictan “medidas sobre defensa y conservación del patrimonio histórico, artístico y monumentos públicos de la nación”.</p>
<p>Ley 1185 “Legislación y normas generales para la gestión, protección y salvaguardia del patrimonio cultural en Colombia”</p>	<p>El patrimonio cultural de la Nación está constituido por todos los bienes materiales, las manifestaciones inmateriales, los productos y las representaciones de la cultura que son expresiones de la nacionalidad colombiana, tales como la lengua española, las lenguas y dialectos de las comunidades indígenas, negras y creoles, la tradición, el conocimiento ancestral, el paisaje cultural, las costumbres y los hábitos.</p>
<p>Ley 1258 de 2008 “Por medio de la cual se crea la sociedad por acciones simplificadas”</p>	<p>Capítulos I Disposiciones generales II Constitución y prueba de la sociedad III Reglas especiales sobre el capital y las acciones IV Organización de la sociedad V Reformas estatutarias y reorganización de la sociedad VI Disolución y liquidación VII Disposiciones finales</p>

Tabla 21. Requisitos legales. Fuente: Elaboración propia. 2016.

## Sistema de gestión para la sostenibilidad

Desde la EGS se implementará como parte fundamental de la organización y su misión de ser, el Sistema de Gestión para la Sostenibilidad que se desarrolla en tres ámbitos importantes: el ambiental, el económico y el social; en donde se realizará un seguimiento constante al cumplimiento por parte de todos los colaboradores.

El proceso de la preparación de alimentos será de los que genera mayores impactos negativos en la prestación del servicio de la EGS. Para minimizar los impactos se aplicarán los criterios de compras, la elección de productos orgánicos, minimizar el desperdicio de la materia prima, realizar compostaje y capacitar el personal en procesos adecuados.

A continuación se describe el programa del SGS de la Escuela Gastronómica Sostenible y sus ámbitos de actuación.

**Económico:** La actividad se desarrolla con base en prácticas empresariales adecuadas, las cuales aseguran el crecimiento y mantenimiento en el tiempo de la empresa, con lo cual se beneficia a los propietarios, empleados y vecinos de la comunidad donde se desarrolla el negocio

**Ambiental:** La actividad se desenvuelve considerando, a su vez, la forma en que se utiliza los recursos naturales e idealmente, aportando a su conservación y cuidado.

**Socio-cultural:** La actividad se realiza sin perjudicar o afectar el tejido social existente en la comunidad donde se desarrolla, por lo cual, se prevén todas las acciones posibles para respetar la cultura local, preservarla y revitalizarla. (Alliance, 2008)

ASPECTOS	OBJETIVO	ACTIVIDAD	INDICADORES	FRECUENCIA DE MEDICIÓN	RESPONSABLES
ÁMBITO AMBIENTAL	Desarrollar buenas prácticas en procesos y procedimientos para la sostenibilidad de la operación.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Compostaje</li> <li>Reciclaje</li> <li>Iluminación natural</li> <li>Aparatos eficientes en consumo de agua</li> <li>Minimizar el uso de agua y de energía</li> <li>Reutilizar papel usado para impresiones</li> <li>Promover uso de medios electrónicos</li> <li>Realizar seguimiento a la matriz de impactos y aspectos</li> <li>Realizar recetas con algunos productos orgánicos</li> <li>Minimizar el desperdicio de desechos</li> </ul>	<p>Reducción del 5% en el costo anual de la factura</p> <p>Reducir en un 10% la compra de papel mensualmente</p> <p>Instalaciones de aparatos eficientes en un 50% al año de la apertura de la EGS.</p>	Anual	Administrador

<b>ÁMBITO ECONÓMICO</b>	<p>Lograr un desempeño eficiente en el servicio de catering</p> <p>Aumentar los ingresos a los productores agrícolas de la región</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacitar el personal en manipulación de alimentos y procesos gastronómicos</li> <li>• Realizar un seguimiento a los criterios de comprar</li> <li>• Alianzas con los proveedores de la región y algunos productores orgánicos</li> </ul>	<p>Disminución en un 15% en los gastos de operación semestral</p> $\frac{\text{Personal capacitado}}{\text{Total del personal}}$	<p>Semestral</p>	<p>Administrador</p>
<b>ÁMBITO SOCIAL</b>	<p>Fomentar el conocimiento y las recetas de la cocina tradicional</p> <p>Apoyar a los cocineros tradicionales</p> <p>Favorecer espacios de aprendizaje</p> <p>Promover productores de la región</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contribuir a la investigación a través de la facilidad de espacios para la elaboración de las recetas por parte de los cocineros tradicionales.</li> <li>• Fomentar el conocimiento al público objetivo de la autoría de las recetas tradicionales</li> <li>• Aumento en los ingresos de los proveedores locales</li> <li>• Fomentar el uso de productos de la región</li> <li>• Contratación del personal ceñido a las normas legales</li> </ul>	$\frac{\text{Número de renuncias o despidos}}{\text{Número promedio de empleados}}$	<p>Semestral</p>	<p>Administrador</p>

Tabla 22. Programa de Gestión de Sostenibilidad. Fuente: Elaboración propia. 2016.

## Monitoreo y seguimiento

Una vez implementado el programa de SGS sus procesos y procedimientos, se realizará formatos de registros para el cumplimiento del mismo, con personal idóneo y bajo la responsabilidad del personal del área o administrador.

A continuación se presenta un formato para el plan de acción y seguimiento de los procesos de operación en la prestación del servicio de catering.

ACTIVIDADES Y TAREAS	PERÍODO DE EJECUCIÓN		RECURSOS REQUERIDOS	RESPONSABLE	OBSERVACIONES
	FECHA DE INICIO	FECHA DE TÉRMINO			

Tabla 23. Diseño de Indicadores para el Monitoreo y Evaluación de la Gestión Pública. Fuente: <http://es.slideshare.net/tarazonajimenez/diseo-de-indicadores-para-el-monitoreo-y-evaluacin-de-la-gestin-publica>. 2016.

## Compras

Las compras que se deben realizar para la prestación del servicio del catering se harán con proveedores de la región y teniendo en cuenta las características contempladas en los criterios de compra ya analizados por parte de la EGS (ver 4.5.6.4 en criterio de compras)

- ✓ Productos agrícolas (materia prima)
- ✓ Productos de aseo
- ✓ Dotación para el personal
- ✓ Dotación de la cocina
- ✓ Productos a granel

## Autoridad y responsabilidad

El SGS será responsabilidad en primera instancia por el administrador de la EGS, pero en algunos procesos los responsables serán los colaboradores que se encuentren realizando dicha acción.

## Información y capacitación

Todas las personas vinculadas directas e indirectamente con la EGS tendrá información sobre el Sistema de Gestión Ambiental que se llevará a cabo por la organización, ya que está se encontrará en un lugar visible y de forma permanente se realizará publicidad de concientización sobre el cuidado del ambiente. Los principales involucrados sobre estos procesos son los colaboradores que continuamente estarán en capacitación, mejorando sus procesos y conociendo más sobre la recuperación de recetas de cocina y cocineros tradicionales que es el valor agregado de la EGS.

## Plan de capacitación:

DIRIGIDO A	CURSO	OBJETIVO	PONENTE	DURACIÓN	INDICADOR
Todo el personal	Conocimiento de las recetas de la cocina tradicional	Generar el cocimiento a los empleados sobre el producto que se oferta	Cocineros tradicionales	6 horas/ Mensuales	100 % del personal capacitado en cocina tradicional en un año
Personal del área de cocina	Manipulación de alimentos	Afianzar y mejorar los procesos en preparación de alimentos	SENA	1 Vez al año	100 % del personal capacitado en manipulación de alimentos en un año
Auxiliar administrativa y área de cocina	Servicio al cliente	Mejorar la relación y el trato con los usuarios	SENA	1 Vez al año	100 % del personal capacitado en servicio al cliente en un año

Área de cocina	Manejo higiénico de alimentos	Ampliar el conocimiento sobre el manejo de la materia prima	SENA	2 Veces al año	100 % del personal capacitado en manejo higiénico de alimentos en un año
Área de cocina	Preparación de bebidas con base de café	Aprovechar la importancia que tiene el café en nuestra región para la creación de nuevas recetas	SENA	1 Vez al año	100 % del personal capacitado en preparación de bebidas con base de café en un año
Todo el personal	Limpieza de cocinas industriales	Mejorar la vida útil y el rendimiento de la cocina industrial	SENA	1 Vez al año	100 % del personal capacitado en limpieza de cocinas industriales
Todo el personal	Capacitación en políticas de Sostenibilidad de la empresa	Comprometer a todo el personal en el cumplimiento y seguimiento de la norma	Administrador	1 Vez al año	Que del 100 % del personal conozca la política de sostenibilidad de la empresa en un año
Todo el personal	Charlas sobre las normas del Patrimonio Cultural Inmaterial	Afianzar el conocimiento sobre las normas vigentes	UTP SENA	1 Vez al año	100 % del personal allá recibido charlas sobre normas del PCI en un año
Área administrativa	Talleres en administración y gerencia de empresas gastronómicas	Consolidar el conocimiento sobre los procesos y procedimientos del área administrativa	UTP SENA	1 Vez al año	100 % del personal asista a talleres en administración y gerencia de empresas gastronómicas en un año
Área de cocina	Talleres sobre inventarios de materias primas (productos agrícolas)	Mejorar la eficiencia de manejo de inventarios y minimizar el desperdicio de materia prima	Jefe de cocina SENA	1 Vez al año	100 % del personal asista a talleres sobre inventarios de materias primas (productos agrícolas) en un año
Todo el personal o Área de cocina	Capacitación en riesgos profesionales	Minimizar los accidentes laborales	SENA	1 Vez al año	100 % del personal esté capacitado en riesgos profesionales

Tabla 24. Plan de capacitación. Fuente: Elaboración propia. 2016.



## Documentación

El administrador está comprometido con el cumplimiento de la norma, de la misma manera llevará control de los registros correspondientes para su acatamiento. La documentación que soporta el SGA hacen parte de la propuesta: Matriz de aspectos e impactos, formatos de monitoreo y seguimiento, código de conducta, política de sostenibilidad, criterios de compra entre otros documentos que se presentan en la norma.

## Mejora continua

La mejora continua consiste en planear, hacer, verificar y actuar, teniendo como base todos los procesos, procedimientos y registros que se van a llevar a cabo con el seguimiento de la norma, el proceso debe ser constante y en todas las áreas de la EGS.

## Matriz de la mejora continua de la EGS.

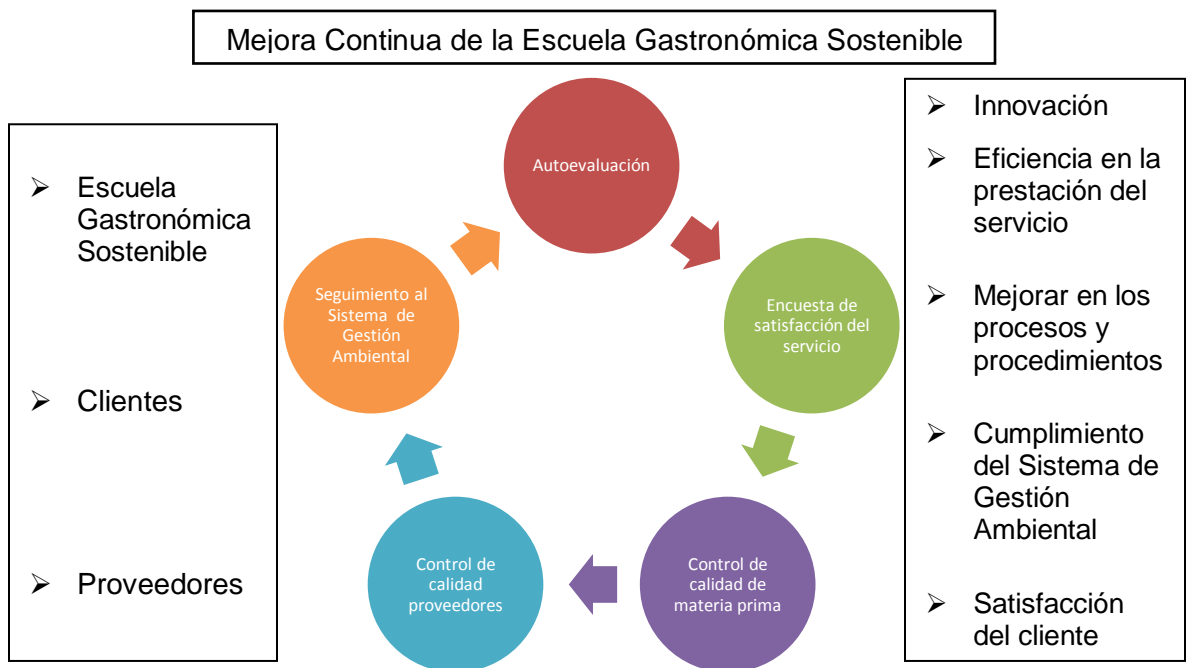


Ilustración 12. Mejora Continua. Fuente: Elaboración propia. 2016.

## Requisitos ambientales

### Uso Eficiente y Ahorro de Agua y Energía

Plan a corto y mediano plazo:

RESPONSABLES	RECURSOS	ACTIVIDADES	INDICADORES
ADMINISTRADOR	Financiero	Contar con contadores adecuados y en buen funcionamiento	Consumo de agua y energía no superior a un 30% del cargo básico mensual
ADMINISTRADOR	Financiero	Seguimiento y control a los consumos de agua y energía	Ahorro en un 5% el costo del consumo de agua y energía anual
ADMINISTRADOR	Financiero	Instalar elementos que contribuyan al ahorro del agua como: grifos de botón, controladores de presión, doble descarga de cisterna, etc.	Instalaciones de aparatos eficientes en un 50% al año de la apertura de la EGS.
ADMINISTRADOR	Financiero	Utilizar la menor cantidad posible de agua en las labores de limpieza	El incremento del agua no puede ser superior al 30% del consumo básico mensual
ADMINISTRADOR	Financiero	Registrar y monitorear el consumo de agua y energía mensualmente	Ahorro en un 5% el costo del consumo de agua y energía anual
ADMINISTRADOR	Financiero	Actividades de mantenimiento preventivo trimestralmente	Aumentar en un 10% la vida útil de los equipos a 3 años
ADMINISTRADOR	Financiero	Implementar políticas para el uso eficiente del agua y energía por parte de los empleados	Consumo de agua y energía no superior a un 30% del cargo básico mensual
ADMINISTRADOR	Financiero	Uso de agua para el consumo humano y preparación de alimentos	Consumo de agua no superior al 30% del cargo básico mensual
ADMINISTRADOR	Financiero	Uso de bombillas ahorradoras	Consumo energético no mayor al 30% del cargo básico mensual
ADMINISTRADOR	Financiero	Revisar periódicamente las instalaciones para detectar fugas	Minimizar en un 15% las acciones correctivas para las instalaciones

Tabla 25. Plan de uso eficiente y de ahorro de agua y energía. Fuente: Elaboración propia. 2016.

A largo plazo:

➤ Implementar eco-tecnologías

RESPONSABLES	RECURSOS	ECOTECNOLOGÍAS	INDICADORES
Administrador	Financiero	Paneles led	Ahorro de energía en un 50% al tercer año de instalación
Administrador	Financiero	Calentadores solares	Ahorro de energía en un 30% al tercer año de instalado
Administrador	Financiero	Purificador de agua o filtro	Ahorro de consumo de agua de un 50% al tercer año de instalado
Administrador	Financiero	Ventiladores	Ahorro de energía en un 20% frente al aire acondicionado en el tercer año de instalado

Tabla 26. Plan de uso de Eco-tecnologías. Fuente: Elaboración propia. 2016.

### Uso y manipulación de productos

La EGS ha diseñado un programa para llevar un control sobre la cantidad de productos utilizados en la limpieza de todas las áreas y equipos, para, con base en estos registros tomar decisiones para mejoras futuras. Se tiene como propósito en los criterios de compras usar productos biodegradables para minimizar la contaminación generada por los químicos.

Para la utilización de equipos y utensilios de cocina, se implementarán normas de uso.

### Programa de limpieza y desinfección

FECHA	DÍA	MES	AÑO		
ÁREAS/EQUIPO	DETERGENTE	DOSIS	FORMA DE APLICACIÓN	RESPONSABLE	OBSERVACIONES
	DESINFECTANTE				

Tabla 27. Programa de limpieza y desinfección. Fuente: Elaboración propia. 2016.

Se comprometerá con el cumplimiento de la Ley 232 de 1.995 en el siguiente artículo:

#### Artículo 2

b) Cumplir con las condiciones sanitarias descritas por la Ley 9ª de 1979 y demás normas vigentes sobre la materia

## Manejo de residuos

Para el manejo de los residuos se inicia con una capacitación para todos los colaboradores que hacen parte de la EGS en la que se dará a conocer el programa de manejo de residuos que se va a llevar a cabo y que se convertirá en una política de cumplimiento en todas las áreas; cada vez que se realicen cambios o propuesta de manejo diferentes éstas se deben informar inmediatamente a todos los colaboradores para su cumplimiento.

Se tendrán dentro de la infraestructura la siguiente distribución de bolsas y canecas para la clasificación de todos los desechos.



Ilustración 13 . Manejo de residuos. Autor: SENA. 2016.

## Plan de Manejo de Residuos Sólidos

Para el plan de manejo de residuos sólidos se considera importante darle un manejo a los diferentes tipos de residuos que se generan durante las actividades de la Escuela Gastronómica Sostenible. A continuación su clasificación:

## Clasificación de Residuos

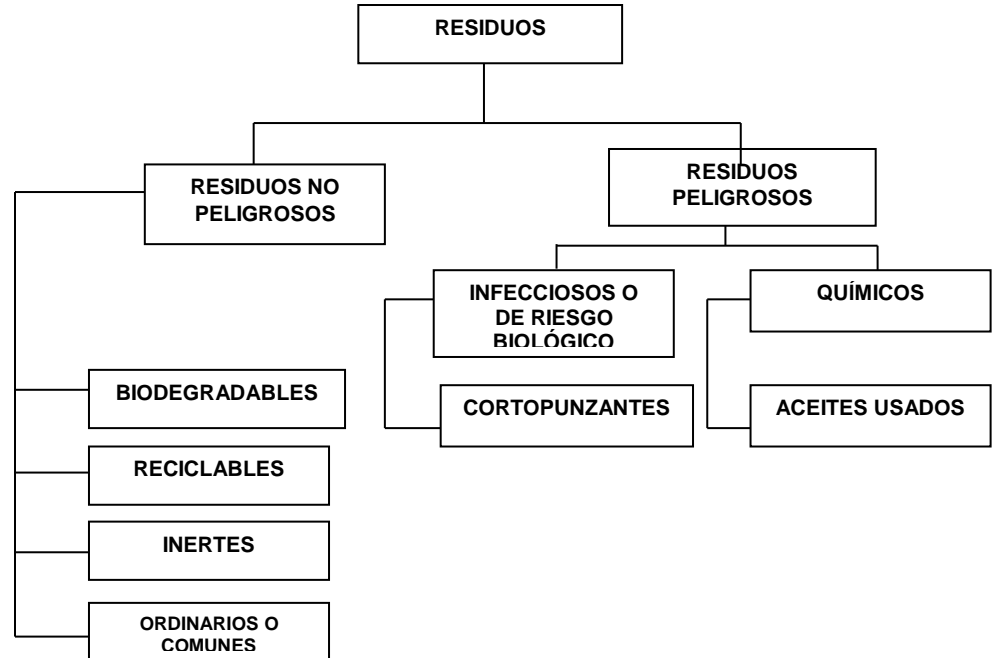


Ilustración 14. Clasificación de residuos. Fuente: Elaboración propia. 2016.

**Residuos no peligrosos:** son aquellos producidos por el generador en cualquier lugar y en desarrollo de su actividad, que no presentan riesgo para la salud humana y el ambiente. **(Universidad Industrial de Santander, 2009)**

### Se clasifican en:

- **Biodegradables:** Son aquellos restos químicos o naturales que se descomponen fácilmente en el ambiente. En estos restos se encuentran los vegetales, residuos alimenticios no infectados, papel higiénico, papeles no aptos para reciclaje, jabones y detergentes biodegradables, madera y otros residuos que puedan ser transformados fácilmente en materia orgánica.
- **Reciclables:** Son aquellos que no se descomponen fácilmente y pueden volver a ser utilizados en procesos productivos como materia prima. Entre estos residuos se encuentran: algunos papeles y plásticos, chatarra, vidrio, telas, radiografías, partes y equipos obsoletos o en desuso, entre otros.
- **Inertes:** Son aquellos que no permiten su descomposición, ni su transformación en materia prima y su degradación natural requiere grandes períodos de tiempo. Entre estos se encuentran: el icopor, algunos tipos de papel como el papel carbón y algunos plásticos.
- **Ordinarios o comunes:** Son aquellos generados en el desempeño normal de las actividades. Estos residuos se generan en oficinas, pasillos, áreas comunes, cafeterías, salas de espera, auditorios y en general en todos los sitios del establecimiento del generador.

- **Residuos peligrosos:** Son aquellos residuos producidos por el generador con alguna de las siguientes características: infecciosos o de riesgo biológico, combustibles, inflamables, explosivos, reactivos, radiactivos, volátiles, corrosivos y/o tóxicos; las cuales pueden causar daño a la salud humana y/o al medio ambiente. Así mismo se consideran peligrosos los envases, empaques y embalajes que hayan estado en contacto con ellos.
- **Infecciosos o de riesgo biológico:** Se clasifican en:
- **Corto punzantes:** Son aquellos que por sus características punzantes o cortantes pueden dar origen a un accidente percutáneo infeccioso. Dentro de éstos se encuentran: limas, lancetas, cuchillas, agujas, restos de ampollas, pipetas, latas, láminas de bisturí o vidrio, y cualquier otro elemento que por sus características corto punzantes pueda lesionar y ocasionar un riesgo infeccioso.
- **Químicos:** Son los restos de sustancias químicas y sus empaques o cualquier otro residuo contaminado con éstos, los cuales, dependiendo de su concentración y tiempo de exposición tienen el potencial para causar la muerte, lesiones graves o efectos adversos a la salud y el ambiente. (Universidad Industrial de Santander, 2009)

### Caracterización de Residuos por secciones

SECCIONES	TIPOS DE RESIDUOS
SECCIÓN DE RECIBO	Genera elementos inorgánicos/no biodegradables como las envolturas de los productos empacados. Reciclables: latas, cartones.
SECCION PRELIMINAR	Genera elementos inorgánicos/no biodegradables como las envolturas de los productos empacados, latas, cartones (algunos son reciclables). Reciclables: latas, cartones Residuos orgánicos: restos de comida, cáscaras (frutas, verduras, huevos), restos de carnes, semillas, hojas.
SECCIÓN DE COCCION	En menor proporción genera elementos inorgánicos/no biodegradables como las envolturas de los productos empacados, latas, cartones. En menor proporción genera residuos orgánicos: cáscaras, semillas, hojas.
COMEDOR Y LAVADO DE MENAJE	Genera residuos orgánicos tales como restos de alimentos no Consumido

Tabla 28 . Caracterización de Residuos por Sesiones. Autor: Universidad Industrial de Santander. 2016.

### **Sección de recibo**

Las basuras generadas en la recepción de alimentos, son depositados en bolsa de color gris y en recipientes tapados. Una vez terminada la recepción de los alimentos o llenado el recipiente de residuos, se debe cerrar la bolsa adecuadamente, se traslada y deposita en el cuarto de almacenamiento de basura de residuos ordinarios o corrientes al igual que los cartones y canecas.

### **Sección preliminar/Sección de cocción**

Los residuos orgánicos son depositados en la bolsa de color verde ubicada en un recipiente tapado e identificado. Una vez terminada la preparación preliminar/cocción de alimentos o lleno el recipiente de residuos, se cierran las bolsas adecuadamente, se traslada y deposita en el cuarto de almacenamiento de basura de residuos ordinarios o corrientes.

Los residuos inorgánicos (bolsas, tapas, envolturas, papeles de insumos empacados, frascos de vidrio, entre otros) son depositados en bolsa de color gris ubicadas en recipiente tapados e identificados. Una vez terminada la preparación preliminar/cocción de alimentos o lleno el recipiente de residuos se cierran las bolsas adecuadamente, se traslada y deposita en el cuarto de almacenamiento de basura de residuos ordinarios o corrientes.

**Sección lavado de menaje** (Recolección de alimentos no consumidos por los usuarios)

Una vez terminada la recolección de alimentos no consumidos por los usuarios, éstos son depositados en un recipiente plástico tapado y posteriormente llevados al depósito de residuos de alimentos que serán recogidos diariamente por personal externo a la institución. (Universidad Industrial de Santander, 2009, op.cit)

### **Manejo de la contaminación atmosférica, auditiva y visual**

Para el manejo de la contaminación atmosférica, auditiva y visual se tendrá el programa y la matriz de impactos y aspectos donde se analizan la causa de la afectación y se le da una acción de mejora.

### **Participación en programas ambientales**

La EGS participara continuamente en capacitaciones y programas ambientales para todo el personal, para ser consecuentes con el hecho de ser una Escuela Gastronómica Sostenible y constantemente verificar el cumplimiento de la Norma NTS 004.



## **Requisitos socio-culturales**

### **Patrimonio cultural**

El enfoque principal de la EGS es identificación, documentación y difusión de la cocina tradicional de la región acompañados de los cocineros tradicionales y su conocimiento, generando nuevos productos basados en las recetas de la cocina tradicional; creando conciencia en los consumidores sobre la importancia de recuperar los saberes de la cocina tradicional.

### **Apoyo a las Comunidades**

La EGS adquiere un compromiso con los cocineros tradicionales y se propone promover su reconocimiento por parte de los consumidores de los platos y recetas tradicionales que hayan sido recuperadas a través de los proyectos de investigación de la UTP; abriendo espacios de capacitación donde ellos puedan transmitir sus saberes y conocimientos.

### **Principios de Sostenibilidad**

Todos los procesos que se lleven a cabo por esta norma deben ser de conocimiento público tanto para empleados como para consumidores y se debe documentar y llevar registro para la toma de decisiones. La sostenibilidad de la EGS se enfocara en aspectos ambientales, socio-culturales y económicos.

## **Requisitos económicos**

### **Contratación y Generación de Empleo**

La EGS se compromete a cumplir la ley 100 de 1993, donde se exige el pago del salario legal vigente a todos los empleados, además del pago de seguridad social, pensión y riesgos profesionales. Para la contratación del personal auxiliar y administrativo en primera instancia se tendrá en cuenta aquellos que estén estudiando o hayan egresado del Programa de Turismo Sostenible de la UTP.

### **Capacitación de las Comunidades Locales**

Ofrecer el espacio y brindar capacitaciones en temas relacionados con la gastronomía y las buenas prácticas de manipulación de alimentos a los cocineros tradicionales.

### **Beneficios Indirectos**

La EGS formará parte del grupo de investigación “*Gestión en Cultura y Educación Ambiental en la línea de Turismo, comunidad y patrimonio*” donde el conocimiento se refleja en la construcción de nuevas recetas para el servicio de catering.

## **Establecer los programas del sistema de gestión ambiental propuesto**

### **4.5.6.1 Código de Conducta Escuela Gastronómica Sostenible**

#### **Objetivo**

Establecer normas mínimas de comportamiento requeridas para todos los empleados de la EGS de la UTP que aseguren el cumplimiento de los objetivos sobre la investigación y la salvaguarda de la cocina tradicional; el desarrollo de prácticas estudiantiles y los demás propuestos además de la total satisfacción del cliente.

#### **Elementos claves del código de conducta:**

- Mantener una conducta adecuada dentro de las instalaciones de la Escuela Gastronómica.
- Cumplir con los pasos a la hora de elaborar los alimentos.
- Mantener la calidad de los alimentos elaborados.
- Mantener en óptimas condiciones los alimentos almacenados
- Notificar posibles actos que atenten contra la legislación o contra la empresa.
- Atender cualquier tipo de reclamación por parte de los clientes.
- Garantizar la satisfacción del cliente mediante la medición periódica del grado de satisfacción, cumpliendo con el requisito de la Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS-TS 004.
- Mantener el uniforme limpio y presentable y tener identificación visible.
- Darle el crédito a los cocineros tradicionales en la elaboración de los menús que ofrecerá la EGS
- Apoyar constantemente los grupos de investigación que están recopilando la información de los saberes tradicionales

#### **Código de conducta ambiental**

##### **Objetivo**

Ofrecer calidad, seguridad e higiene en cada uno de los platos a ofrecer aplicando normas que al tiempo permitan ofrecer a los empleados un ambiente de trabajo sano y aplicando prácticas que sean amables con el medio ambiente.

##### **Elementos claves**

- Proporcionar alimentos elaborados en la mayoría de los casos a base de productos agroecológicos, aportando un producto sano y sustentable.

- Implementar acciones de mejora para que la contaminación por residuos sólidos sea mínima, cumpliendo con el requisito establecido en la Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS-TS 004.
- Utilizar los desperdicios orgánicos para la fabricación de fertilizantes.
- Realizar capacitaciones a proveedores de producción limpia y orgánica.
- Utilizar productos de aseo biodegradables.
- Fomentar la práctica del reciclaje.
- Disminuir el uso de papel mediante la utilización de medios digitales y en caso de que se requiera, realizar impresiones por ambas caras de la hoja de papel.
- Contar con programas de uso eficiente del agua y la energía como lo establece la Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS-TS 004
- Contar con programas de uso eficiente y ahorro del agua como lo establece la Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS-TS 004

#### 4.5.6.2 Procedimiento mejora continua

**Objetivo:** Ejecutar continuamente acciones de mejora para evaluar la satisfacción del cliente, los colaboradores, proveedores, procesos y procedimientos de la EGS, por medio de la autoevaluación, los registros y el seguimiento, determinando prioridades de actuación.

**Alcance:** Aplica a todo el sistema de sostenibilidad.

**Responsable:** Administrador de la Escuela Gastronómica Sostenible.

#### Definiciones

**Acción correctiva:** Conjunto de acciones tomadas para eliminar la(s) causa(s) de una no conformidad detectada u otra situación indeseable. (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2004 op.cit)

**Acción preventiva:** Conjunto de acciones tomadas para eliminar la(s) causa(s) de una no conformidad potencial u otra situación potencial no deseable. (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2004 op.cit)

**Corrección:** Acción tomada para eliminar una no conformidad detectada. (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2004 op.cit)

**Mejora continua:** Acción permanente realizada, con el fin de aumentar la capacidad para cumplir los requisitos y optimizar el desempeño. (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2004 op.cit)

**No conformidad:** Incumplimiento de un requisito. (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2004 op.cit)

**Requisito:** Necesidad o expectativa establecida, generalmente implícita u obligatoria. (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2004 op.cit)

### Documentos Relacionados

Matriz de Mejora Continua (ver ilustración 12 mejora continua)

### Procedimiento

Se revisarán y documentarán todos los procesos, de esta forma se controla y minimiza los problemas en la EGS, sin embargo se tendrá en cuenta el siguiente procedimiento en el momento de encontrar alguna falla poder tomar acciones correctivas.

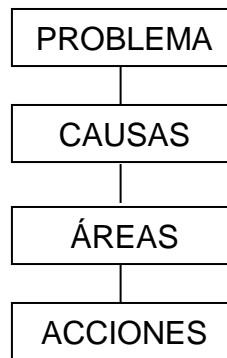


Ilustración 15. Procedimiento. Fuente: Elaboración propia. 2016

#### 4.5.6.3 Procedimiento sensibilización y capacitación

La EGS desarrollará un proceso de sensibilización y capacitación articulado por la Administración, conducente a mejorar las capacidades de los colaboradores para alcanzar el reconocimiento dentro de la Universidad Tecnológica de Pereira y la satisfacción del cliente.

**Objetivo:** Afianzar los conocimientos de los colaboradores de la Escuela de Turismo Sostenible

**Alcance:** Colaboradores

**Responsable:** Administrador de la Escuela Gastronómica Sostenible.

#### Operativa

**General:** Verificar constantemente la información de los empleados y generar capacitaciones de acuerdo al área relacionada o responsabilidades.

**Planes de sensibilización y capacitación:** Se tendrá en cuenta las solicitudes de los responsables de cada área para generar capacitaciones, el administrador está comprometido con el cumplimiento del programa de capacitación.

La formación podrá ser impartida por medio de: charlas dirigidas, seminarios y cursos de capacitación dirigidos por el SENA y la UTP.

### **Documentos Relacionados**

Programa de capacitación e información en la NTS 004.

Para la aplicación efectiva del SGA incluye la toma de conciencia y la sensibilización de todas las personas que están involucradas en el proceso de la prestación del servicio en cuanto a los impactos ambientales de las actividades realizadas.

Se harán capacitaciones a los trabajadores de la EGS como parte de la inducción general con el fin de crear empoderamiento y conciencia sobre el SGA. Las capacitaciones son indispensables para conseguir los objetivos de la Política de Sostenibilidad de la empresa y por tanto deben ser motivadoras, permitiendo que los trabajadores puedan participar en la mejora continua por medio de sugerencias.

En las capacitaciones, se conocerán temas como:

- Política de Sostenibilidad
- Matriz de Aspectos e Impactos
- Política Ambiental
- Responsabilidades y funciones del SGA

### **Criterio De Compras**

Los criterios de compras en un establecimiento gastronómico se regirán por aspectos económicos y de calidad tratando de escoger los mejores productos y servicios que ofrece el mercado. Dentro de estos criterios deben buscarse productos ecológicos o que permitan un menor impacto negativo en el ambiente y los recursos naturales y que a la vez sean económicos para la empresa.

Es por esto que la EGS tendrá en cuenta consideraciones ambientales, económicas y sociales que ayudarán a realizar una compra sostenible. Algunos aspectos serán:

- ✓ Promover el uso mínimo o nulo de pesticidas en los productos agrícolas.
- ✓ Incentivar a aquellos proveedores que hagan uso racional de los recursos naturales.
- ✓ Promover el consumo de productos de fabricación y/o producción local o regional.
- ✓ Promover el uso de productos de temporada.

- ✓ Usar productos que utilicen la menor cantidad de empaque posible, que pueda generar residuos no degradables y/o peligrosos
- ✓ Tener en cuenta preferiblemente el uso de productos naturales o biodegradables para el aseo y otras actividades propias del servicio de catering.
- ✓ Hacer una valoración de las empresas fabricantes y distribuidoras de los productos que se van a consumir, con respecto a su Sistema de Gestión Ambiental.
- ✓ Hacer uso racional del papel utilizando solo aquellos que provengan de papel reciclado o que tenga certificación ecológica y reutilizar el papel usado.
- ✓ Hacer el menor uso posible de toners de tinta para impresoras
- ✓ Promover el uso de medios electrónicos para realizar y recibir pedidos.
- ✓ Realizar compras de materia prima directamente al campesino o productor.
- ✓ Usar/promover productos agrícolas orgánicos.
- ✓ Tener en cuenta a los proveedores de la región para la compra de la materia prima de la EGS.

#### **4.5.6.4 Política de sostenibilidad**

La Escuela Gastronómica Sostenible siendo consciente de la importancia de los impactos ambientales generados por la prestación del servicio de catering, se compromete a realizar actividades que minimicen estos impactos por medio de políticas que serán socializadas y publicadas a todas las personas que tengan contacto con la empresa.

- Hacer uso de materias primas que utilicen menores cantidades de pesticidas o agroquímicos.
- Generar la menor cantidad de residuos sólidos (basura) utilizando los contenedores debidamente identificados por colores, que usarán todos los empleados, especialmente los de la cocina.
- Evitar la contaminación por aceite y cualquier otro residuo peligroso, se prohíbe verterlos por la cañería, debe separarse en un contenedor para tal fin y definir su disposición final.
- Comprar productos a granel y evitar aquellos que utilicen empaques, preferir los envases degradables.
- Preferir el consumo de productos locales y/o regionales incentivando la economía de los productores y agricultores.
- Reducir el consumo de agua en la limpieza de los productos de la cocina.
- Revisar periódicamente las llaves para evitar fugas.
- Reducir el consumo de energía utilizando bombillas ahorradoras y haciendo mantenimiento preventivo de equipos de cocina.
- Promover el uso de desechables de cartón para alguno de los servicios de catering, prohibir el uso de empaques de icopor y plástico.

- Reducir el consumo de papel y reutilizando el usado. Procurar hacer el uso mínimo de las impresoras para consumir menos toners de tinta. Incentivar el uso de medio electrónicos.
- Hacer uso racional del papel utilizando solo aquellos que provengan de papel reciclado o que tenga certificación ecológica y reutilizar el papel usado. Procurar hacer el uso mínimo de las impresoras para consumir menos toners de tinta. Incentivar el uso de medio electrónicos.
- A Respetar las condiciones salariales de los empleados tanto de planta como temporales.
- Promover capacitaciones periódicas del personal (Ver tabla 1.2.5- Información y capacitación)

## 4.6 MÓDULO DE FINANZAS

### 4.6.1 Inversiones

INVERSION EN BIENES DE CAPITAL	VR. COMPRA
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 23.046.795
LENCERÍA	\$ 2.000.000
MUEBLES Y ENSERES	\$ 3.000.000
VEHICULO Y ADECUACIONES	\$ 25.000.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 53.046.795</b>

Las inversiones están representadas por:

#### **Maquinaria y Equipo:**

a) El programa de Turismo Sostenible aporta un inventario inicial de \$23'046.795 de pesos. Este valor corresponde a una compra del año 2010 a la que se le aplica una depreciación anual de \$2'609.359 que multiplicada por 5 años hasta 2015, da un total de \$13.046.795, quedando éste como valor inicial. El inventario consta de herramientas y elementos propios de la cocina; en el Anexo 15 se puede ver en detalle todos los elementos del inventario y sus valores.

b) La segunda parte de los aportes en Maquinaria y Equipo lo hacen las socias por un valor de \$10'000.000 de pesos en efectivo, con los que se cubrirán los faltantes del inventario del literal a).

### **Lencería:**

En este ítem las compras son tanto de lencería como de dotación, y se cuenta con \$2.000.000 de pesos para la compra de 10 manteles blancos (1.80cm x 1.80cm) y 50 servilletas blancas (45cm x 45cm) en tela. 4 uniformes para el Chef (2) y ayudante de cocina (2). 10 delantales tipo Chef Medio Bistró.

### **Muebles y Enseres:**

\$3.000.000 de pesos para la compra de 1 computador de mesa, 2 escritorios y sillas para las oficinas.

### **Vehículo y adecuaciones:**

\$25'000.000 de pesos para la compra de una Camioneta Van. Debe ser adecuada para prestar el servicio de catering.

## **4.6.2 Financiamiento**

La inversión inicial será de \$53.046.795 y se dividirá de la siguiente forma: A este valor se le restan los \$13'046.795 lo que daría un total por financiar de \$40'000.000

- Aportes de las socias: \$20'000.000 en efectivo.
- Crédito por \$20.000.000 de libre inversión a 48 meses con Coomeva, con una tasa de interés Efectivo Anual 26,59% y una cuota mensual fija de \$700.062 pesos incluidos los seguros. Se estudiarán otras alternativas de crédito.



### 4.6.3 Flujo de Caja (5 años)

<b>PROYECCIÓN PRESUPUESTAL</b>					
	<i>INCEN. PARA</i>	0%	0%	0%	0%
<b>Año 1-5</b>	<i>IPC</i>	3%	4%	3%	3%
	<i>INC. VENTAS</i>	10%	11%	15%	15%
	<i>INC. NÓMINA</i>	30%	30%	10%	10%
CONCEPTO	1	2	3	4	5
<b>INGRESOS</b>					
TOTAL INGRESOS	592.200.000	651.420.000	716.562.000	788.218.200	867.040.020
<b>COSTOS OPERACIÓN</b>					
TOTAL COSTOS OPERACIONALES	255.890.757	274.894.520	298.968.292	312.900.262	327.746.484
UTILIDAD BRUTA	336.309.243	376.525.480	417.593.708	475.317.938	539.293.536
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>					
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	122.186.000	159.417.440	209.097.736	233.049.120	247.398.669
<b>GASTOS EN VENTAS</b>					
TOTAL GASTOS EN VENTAS	2.400.000	2.472.000	2.558.520	2.635.276	2.714.340
GASTOS TOTALES	380.476.757	436.783.960	510.624.548	548.584.658	577.859.493
UTILIDAD ANTES IMPUESTO	211.723.243	214.636.040	205.937.452	239.633.542	289.180.527
UTILIDAD ACUMULADA ANTES IMP.	211.723.243	426.359.284	632.296.736	871.930.278	1.161.110.805
UTILIDAD DEL EJERCICIO	120.682.249	243.024.792	360.409.139	497.000.259	661.833.159

Como se aprecia en la Proyección Presupuestal a 5 años, cada año se generará una utilidad del ejercicio lo que permitirá entre otras cosas, contratar más personal y modernizar equipos e implementos necesarios para la prestación del servicio. Adicionalmente se considera la posibilidad de entregar un estímulo a los miembros de la Junta Asesora quienes han respaldado y apoyado el proceso de la creación de la EGS y de igual forma apoyar a un mayor número de cocineros tradicionales a través de los proyectos de investigación que continúen realizando estudios sobre la salvaguardia de la cocina tradicional y la recuperación de saberes.

#### 4.6.4 Ingresos y costos

PRESUPUESTO OPERACIONAL		IPC												1,0300												
AÑO 1																										
CONCEPTO	PAR	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	TOTALES												
<b>INGRESOS</b>																										
ALM BUFFET		\$ 1.728.000	\$ 2.880.000	\$ 3.456.000	\$ 3.456.000	\$ 5.184.000	\$ 4.608.000	\$ 4.608.000	\$ 6.912.000	\$ 5.760.000	\$ 5.184.000	\$ 5.760.000	\$ 8.064.000	<b>57.600.000</b>												
ALM EJECUTIVO		\$ 10.800.000	\$ 18.000.000	\$ 21.600.000	\$ 21.600.000	\$ 32.400.000	\$ 28.800.000	\$ 28.800.000	\$ 43.200.000	\$ 36.000.000	\$ 32.400.000	\$ 36.000.000	\$ 50.400.000	<b>360.000.000</b>												
REFRIGERIOS		\$ 1.494.000	\$ 2.490.000	\$ 2.988.000	\$ 2.988.000	\$ 4.482.000	\$ 3.984.000	\$ 3.984.000	\$ 5.976.000	\$ 4.980.000	\$ 4.482.000	\$ 4.980.000	\$ 6.972.000	<b>49.800.000</b>												
ALM GOURMET		\$ 3.744.000	\$ 6.240.000	\$ 7.488.000	\$ 7.488.000	\$ 11.232.000	\$ 9.984.000	\$ 9.984.000	\$ 14.976.000	\$ 12.480.000	\$ 11.232.000	\$ 12.480.000	\$ 17.472.000	<b>124.800.000</b>												
<b>TOTAL INGRESOS</b>		<b>17.766.000</b>	<b>29.610.000</b>	<b>35.532.000</b>	<b>35.532.000</b>	<b>53.298.000</b>	<b>47.376.000</b>	<b>47.376.000</b>	<b>71.064.000</b>	<b>59.220.000</b>	<b>53.298.000</b>	<b>59.220.000</b>	<b>82.908.000</b>	<b>592.200.000</b>												
<b>COSTOS OPERACIÓN</b>																										
Personal-Nómina		2.300.000	2.300.000	2.300.000	2.300.000	2.300.000	2.300.000	2.300.000	2.300.000	2.300.000	2.300.000	2.300.000	2.300.000	27.600.000												
Personal-Factor Prestacional	0,52	1.196.000	1.196.000	1.196.000	1.196.000	1.196.000	1.196.000	1.196.000	1.196.000	1.196.000	1.196.000	1.196.000	1.196.000	14.352.000												
Materia Prima	0,3	5.329.800	8.883.000	10.659.600	10.659.600	15.989.400	14.212.800	14.212.800	21.319.200	17.766.000	15.989.400	17.766.000	24.872.400	177.660.000												
Aseo y Cafetería	1	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	600.000												
Depreciación	1	908.723	908.723	908.723	908.723	908.723	908.723	908.723	908.723	908.723	908.723	908.723	908.723	10.904.680												
Útiles, Papelería, suministros varios.	1	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	600.000												
Prestamo	0	700.062	700.062	700.062	700.062	700.062	700.062	700.062	700.062	700.062	700.062	700.062	700.062	8.400.744												
Servicios terceros	1	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	12.000.000												
Teléfonos e Internet	1	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	1.440.000												
<b>TOTAL COSTOS OPERACIONALES</b>		<b>11.654.585</b>	<b>15.207.785</b>	<b>16.984.385</b>	<b>16.984.385</b>	<b>22.314.185</b>	<b>20.537.585</b>	<b>20.537.585</b>	<b>27.643.985</b>	<b>24.090.785</b>	<b>22.314.185</b>	<b>24.090.785</b>	<b>31.197.185</b>	<b>253.557.424</b>												
<b>UTILIDAD BRUTA</b>		<b>6.111.415</b>	<b>14.402.215</b>	<b>18.547.615</b>	<b>18.547.615</b>	<b>30.983.815</b>	<b>26.838.415</b>	<b>26.838.415</b>	<b>43.420.015</b>	<b>35.129.215</b>	<b>30.983.815</b>	<b>35.129.215</b>	<b>51.710.815</b>	<b>338.642.577</b>												
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>																										
Personal-Nómina (Admon)		3.100.000	3.100.000	3.100.000	3.100.000	3.100.000	3.100.000	3.100.000	3.100.000	3.100.000	3.100.000	3.100.000	3.100.000	37.200.000												
Personal-Factor Prestacional	0,52	1.612.000	1.612.000	1.612.000	1.612.000	1.612.000	1.612.000	1.612.000	1.612.000	1.612.000	1.612.000	1.612.000	1.612.000	19.344.000												
Retención UTP Ss Públicos:energía, agu	0,1	1.776.600	2.961.000	3.553.200	3.553.200	5.329.800	4.737.600	4.737.600	7.106.400	5.922.000	5.329.800	5.922.000	8.290.800	59.220.000												
Gastos Legales (Notarías,C.C.)		500.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	500.000												
Impuesto Ind.Comercio y Matrícula Mer.	0,01		473.760		710.640		1.006.740		1.184.400		1.125.180		1.421.280	5.922.000												
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		<b>6.988.600</b>	<b>8.146.760</b>	<b>8.265.200</b>	<b>8.975.840</b>	<b>10.041.800</b>	<b>10.456.340</b>	<b>9.449.600</b>	<b>13.002.800</b>	<b>10.634.000</b>	<b>11.166.980</b>	<b>10.634.000</b>	<b>14.424.080</b>	<b>122.186.000</b>												
<b>GASTOS COMERCIALES</b>																										
Promoción y Publicidad		200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	2.400.000												
<b>TOTAL GASTOS COMERCIALES</b>		<b>200.000</b>	<b>200.000</b>	<b>200.000</b>	<b>200.000</b>	<b>200.000</b>	<b>200.000</b>	<b>200.000</b>	<b>200.000</b>	<b>200.000</b>	<b>200.000</b>	<b>200.000</b>	<b>2.400.000</b>	<b>2.400.000</b>												
<b>GASTOS TOTALES</b>		<b>7.188.600</b>	<b>8.346.760</b>	<b>8.465.200</b>	<b>9.175.840</b>	<b>10.241.800</b>	<b>10.656.340</b>	<b>9.649.600</b>	<b>13.202.800</b>	<b>10.834.000</b>	<b>11.366.980</b>	<b>10.834.000</b>	<b>14.624.080</b>	<b>124.586.000</b>												
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO</b>		<b>-1.077.185</b>	<b>6.055.455</b>	<b>10.082.415</b>	<b>9.371.775</b>	<b>20.742.015</b>	<b>16.182.075</b>	<b>17.188.815</b>	<b>30.217.215</b>	<b>24.295.215</b>	<b>19.616.835</b>	<b>24.295.215</b>	<b>37.086.735</b>	<b>214.056.577</b>												
<b>ACUMULADOS</b>		<b>-1.077.185</b>	<b>4.978.269</b>	<b>15.060.684</b>	<b>24.432.459</b>	<b>45.174.474</b>	<b>61.356.548</b>	<b>78.545.363</b>	<b>108.762.578</b>	<b>133.057.792</b>	<b>152.674.627</b>	<b>176.969.842</b>	<b>214.056.577</b>													

En el cuadro de Ingresos y Costos presupuestado para el primer año, se observa que en el primer mes se tendrá una pérdida de un poco más de un millón de pesos que puede generarse debido a que las ventas presupuestadas en este caso Enero, tiene un porcentaje del 3% de participación en las ventas totales anuales. (Ver Anexo 15). Ya para el segundo mes esta pérdida inicial se subsana y ya enseña una ganancia en las utilidades acumuladas. También debe anotarse que la inversión inicial se recupera en el sexto mes. Otro dato de interés se refiere al monto que se le pagará a la UTP por concepto de arriendo que incluye servicios de agua y luz y corresponde al 10% de las ventas mensuales, dando como resultado que al finalizar el primer año habrá recibido \$59.220.000 pesos.

Cuando se planteó el proyecto, y según los datos obtenidos de parte de la oficina de Protocolo de la UTP, se estimó que las ventas aproximadas para el año 2015 fueron de \$300.000.000 millones de pesos; luego de hacer el ejercicio financiero proyectado, las ventas del primer año dan como resultado \$592.200.000 millones de pesos.

## 5. CONCLUSIONES

- Durante el estudio de la oferta se pudo analizar que en la ciudad de Pereira existe una variedad amplia de empresas prestadoras de servicios de catering y banquetes. La EGS tiene una ventaja comparativa frente a ellas representada en la promoción de la salvaguardia de la cocina tradicional.
- En el análisis de las encuestas se concluyó que el proyecto tiene aceptación del público objetivo representado por los programas de posgrado y las dependencias administrativas.
- En la UTP se presenta una alta demanda de servicio de refrigerios, lo que representaría una oportunidad para la EGS aprovechándola mediante el ofrecimiento de productos originales y de calidad.
- El personal administrativo en general, representa una parte importante del grupo objetivo al que va dirigida la EGS, ya que requieren los servicios de catering para las capacitaciones y eventos.
- Durante el análisis de la demanda se pudo establecer que, de las dependencias encuestadas el 29,8% tiene preferencia por un menú vegetariano, por lo que se debe considerar proponer platos de este tipo para cubrir esta parte del mercado.
- Para la EGS proponer un Sistema de Gestión Ambiental, representa un compromiso con su razón de ser y su misión que es realizar una actividad económica basada en el cuidado con el ambiente y el compromiso con la comunidad aledaña, generándole de igual manera un valor agregado al servicio del catering.
- Apoyar y fomentar la investigación desde la EGS, fortalecerá la recuperación y salvaguardia de la cocina tradicional, impulsando el conocimiento por parte de los usuarios acerca del este Patrimonio Cultural Inmaterial del país.
- La publicidad que la EGS va a realizar, estará acorde con los principios de sostenibilidad y bajo impacto en el ambiente, por esta razón se harán anuncios vía internet y cuñas radiales.
- La EGS será próximamente un aula viva donde los estudiantes del énfasis en gastronomía del Programa de Turismo Sostenible pueden recibir sus clases, además de ser el espacio que se utilizaría para elaborar las recetas de los

cocineros tradicionales y en un futuro también se usaría para hacer cursos de extensión a la comunidad en general.

- Para una próxima etapa, se puede dar la posibilidad de que la EGS cuente con un panadero para la elaboración de productos de panadería, que son los que se ofrecen en los refrigerios y adicionalmente se pueden vender a las cafeterías de la universidad.
- De igual manera, en un futuro cercano se propone la creación de un café al paso con cafés especiales de proveedores que tengan alguna vinculación con la UTP.
- En el momento no se tiene previsto que la EGS vaya a participar en la actividad turística de la ciudad de Pereira, aun así, no se descarta la posibilidad de que en un futuro empiece a relacionarse turísticamente con la ciudad y el Eje Cafetero.
- Existe un nicho de mercado que no está vinculado con la universidad, y son aquellas empresas que llegan a hacer uso de los auditorios dentro del campus para sus actividades y que en un futuro cercano pueden ampliar el grupo de clientes de la EGS
- De las dependencias que requieren almuerzos mensualmente, se deriva que en un mes, 22 días se servirían almuerzos con un promedio de 15 pax/evento.
- De las dependencias que requieren almuerzos semestralmente, se deduce que 6 días al mes, se servirán almuerzos para un promedio de 20 pax/evento
- La Rectoría es un caso atípico en la encuesta ya que el requerimiento total de almuerzos y refrigerios supera el total de las otras dependencias.

## 6. BIBLIOGRAFÍA

- Alcaldía de Medellín. (2010). *Guía de trámites legales para la constitución y funcionamiento de empresas en Medellín*. Recuperado el Abril de 2016, de [http://www.camaramedellin.com.co/site/Portals/0/Documentos/2011/tramites\\_constituci%C3%B3n\\_empresas.pdf](http://www.camaramedellin.com.co/site/Portals/0/Documentos/2011/tramites_constituci%C3%B3n_empresas.pdf)
- Alliance, R. (2008). *Buenas Prácticas para TURISMO SOSTENIBLE*. Recuperado el Mayo de 2016, de [http://www.rainforest-alliance.org/tourism/documents/tourism\\_practices\\_guide\\_spanish.pdf](http://www.rainforest-alliance.org/tourism/documents/tourism_practices_guide_spanish.pdf)
- Banco de la República de Colombia. (2016). *Boletín Económico Regional*. Recuperado el Abril de 2016, de [http://www.banrep.gov.co/sites/default/files/publicaciones/archivos/ber\\_ejecafetero\\_tri4\\_2015.pdf](http://www.banrep.gov.co/sites/default/files/publicaciones/archivos/ber_ejecafetero_tri4_2015.pdf)
- Banquete. (s.f.). *Listado de oferta de servicios de catering en Pereira*. Recuperado el 20 de Marzo de 2016, de Banquete.com.co: <http://www.banquete.com.co/catering-y-banquetes/pereira>
- CateringMix. (2015). *Definición y etimología de catering*. Recuperado el 20 de Mayo de 2016, de <http://catering-mix.com/blog/catering-gourmet/>
- CRISOL. (2010). *Origen del catering*. Recuperado el 20 de Marzo de 2016, de [http://www.grupocrisol.com/sugerencias/curiosidades/buffet\\_y\\_catering/origen\\_del\\_catering/3/](http://www.grupocrisol.com/sugerencias/curiosidades/buffet_y_catering/origen_del_catering/3/)
- DANE. (2015). *Cuentas Trimestrales - Colombia. Producto Interno Bruto. Tercer Trimestre del año 2015*. Recuperado el Abril de 2016, de [http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/bol\\_PIB\\_dem\\_ltrim15.pdf](http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/bol_PIB_dem_ltrim15.pdf)
- DANE. (2015). *Encuesta Anual de Servicios*. Recuperado el Abril de 2016, de [http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/eas/bp\\_EAS\\_2014.pdf](http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/eas/bp_EAS_2014.pdf)
- Destino Café. (2012). Salado de Consotá Turismo arqueológico en el Paisaje Cafetero. *Destino Café*.
- Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. (2012). *Paisaje Cultural Cafetero*. Recuperado el 2016, de [paisajeculturalcafetero.org.co](http://paisajeculturalcafetero.org.co)
- Garzón, A. (2011). Sabor y placer a domicilio. "El Catering está in" Artículo del diario El Tiempo de Bogotá. *El Tiempo*.
- In Eventos. (2016). *Directorio de proveedores para eventos*. Recuperado el Abril de 2016, de <https://www.ineventos.com/co/blog/que-es-un-catering.aspx>

- La República. (2013). El Perú es uno de los países con mayor competencia de empresas de catering. *Diario La República de Perú*.
- Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (2010). *Metodología para la elaboración del inventario de Atractivos Turísticos*. Bogotá.
- Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (2016). *Plan Estratégico para la construcción del Producto Turístico Gastronómico Nacional 2014-2018*. Bogotá.
- Ministerio de Cultura. (2012). *Políticas para el conocimiento, la salvaguardia y el fomento de la alimentación y las cocinas tradicionales de Colombia*. Bogotá.
- Ministerio de Cultura. (2012). *Políticas para el conocimiento, la salvaguardia y el fomento de la alimentación y las cocinas tradicionales de Colombia*. Bogotá.
- Ministerio de cultura. (2013). *Política para el conocimiento la salvaguardia y el fomento de la alimentación y las cocinas tradicionales de Colombia*. Bogotá, Colombia.
- Pérez, G. J., González, B., & Cardona, J. C. (2014). *Documentos de trabajo sobre economía regional*. Bogotá: Banco de la República.
- Risaralda Turística. (2008). *Paisaje Cultural Cafetero*. Recuperado el 2016, de <http://www.risaraldaturistica.com.co/turistico-paisaje-cultural-cafetero-paisaje-cultural-cafetero-risaralda-137.html>
- Risaralda Turística. (2016). *Guía Comercial y Turística*. Recuperado el 20 de Marzo de 2016, de [Risaraldaturistica.com.co](http://www.risaraldaturistica.com.co)
- Rivera, J. C. (2015). 'Sabores y saberes', una mirada a las cocinas tradicionales del Eje Cafetero, desde la Escuela de Turismo Sostenible de la Universidad Tecnológica de Pererira. *Investigación en Alimentos y Cocina Colombiana*, 8.
- Terminal de Transportes de Pereira. (2016). *Quiénes Somos? Información Institucional*. Recuperado el 3 de Abril de 2016, de [http://www.terminalpereira.com/sitio\\_/index.php](http://www.terminalpereira.com/sitio_/index.php)
- Universidad Industrial de Santander. (2009). *Guía de manejo de residuos sólidos en comedores y cafeterías*. Recuperado el Mayo de 2016, de [https://www.uis.edu.co/intranet/calidad/documentos/bienestar\\_estudiantil/guias/GBE.63.pdf](https://www.uis.edu.co/intranet/calidad/documentos/bienestar_estudiantil/guias/GBE.63.pdf)
- Universidad Tecnológica de Pereira. (2016). *Estadísticas e Indicadores Estratégicos*. Recuperado el abril de 2016, de <http://www.utp.edu.co/estadisticas-e-indicadores/>
- Univesidad Tecnológica de Pereira. (2010). *Reseña Histórica, Información Institucional*. Recuperado el Marzo de 2016, de <http://www.utp.edu.co/institucional/resena-historica.pdf>

## 7. ANEXOS

### Anexos 1. Infraestructura en la que se apoyará la Escuela Gastronómica Sostenible

PEREIRA		
Estructura	Infraestructura	Superestructura
<p>Sitios de interés en el área</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Santuario de Fauna y Flora Otún Quimbaya</li> <li>✓ Parque Regional Natural el Nudo</li> <li>✓ Parque Nacional Natural los Nevados</li> <li>✓ Parque Ambiental Arqueológico y Natural Salado de Consotá</li> <li>✓ Corredor Ecológico Suroriental Cerro Canceles-Jardín Botánico-Salado de Consota</li> <li>✓ Eco-parque Lineal Otún</li> <li>✓ Parque Temático de Flora y Fauna (Bioparque Ukumari)</li> <li>✓ Jardín Botánico UTP</li> <li>✓ Parque Jardín Botánico Quimbaya</li> <li>✓ Centro Internacional de Interpretación</li> <li>✓ Cultivo de Orquídeas subota</li> <li>✓ Laguna del Otún</li> <li>✓ La Pastora</li> <li>✓ La suiza</li> <li>✓ Parque Regional Natural Ucumari</li> <li>✓ Estadio Hernán Ramírez Villegas</li> <li>✓ Zoológico Matecaña</li> <li>✓ Parque Canceles</li> <li>✓ Plaza de Bolívar</li> </ul>	<p>Universidad Tecnológica de Pereira</p> <p><b>Transporte:</b></p> <p>Pereira es un importante eje comercial del país, por lo cual cuenta con el Aeropuerto Internacional Matecaña y un Terminal de Transportes, así como con una red de acceso por los departamentos de Caldas, Valle y Quindío, con carreteras interdepartamentales como la denominada "Autopista del Café", además de importantes vías internas como es el caso de Avenida 30 de Agosto, la Avenida Circunvalar, La avenida Sur, La Ferrocarril y las carreras Sexta, Séptima y Octava.</p> <p>En el año 2006 se inauguró el sistema de transporte masivo, compuesto por buses articulados y alimentadores, denominado Megabús, que sirve principalmente a los municipios de Pereira y Dosquebradas y mueve</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Turiscafe</li> <li>✓ COTELCO Risaralda</li> <li>✓ Instituto Municipal De Cultura Y Fomento Al Turismo</li> <li>✓ Gobernación Del Risaralda</li> <li>✓ Carder</li> <li>✓ Alcaldía</li> <li>✓ Centro Cultural Lucy Tejada</li> <li>✓ Plan de ordenamiento territorial</li> <li>✓ Acodres</li> </ul>



<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Parque el Lago</li> <li>✓ Parque Olaya Herrera</li> <li>✓ Parque de la Libertad</li> <li>✓ Plazoleta y monumento a los Fundadores</li> <li>✓ El Prometeo</li> <li>✓ Comfamiliar</li> <li>✓ Parque del Café</li> <li>✓ Catedral Nuestra Señora de la Pobreza</li> <li>✓ Viaducto Cesar Gaviria Trujillo</li> </ul> <p><b>Agencias de viajes:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ NTC turismo</li> <li>✓ Inversa</li> <li>✓ Café y mar</li> <li>✓ Decamerón</li> <li>✓ Aviatur</li> <li>✓ Circular de viajes</li> <li>✓ Circulo de viajes</li> <li>✓ Mayor plus</li> <li>✓ Elite</li> <li>✓ Destinos</li> <li>✓ Viajes orbe</li> <li>✓ Aerorutas</li> <li>✓ Fantasía</li> <li>✓ Mundicolor</li> <li>✓ Mediterráneo</li> </ul> <p><b>Alojamiento:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Hoteles</li> <li>✓ Abadía Plaza</li> <li>✓ Movich</li> <li>✓ Dann Soratama</li> <li>✓ Mónaco</li> <li>✓ Anvamar</li> <li>✓ Mónaco</li> <li>✓ Hotel Del Café</li> <li>✓ La Rivera</li> <li>✓ Castilla Real</li> <li>✓ Torreón</li> <li>✓ Sazagua</li> <li>✓ La Posada De Don Quijote</li> <li>✓ Luxor Plaza</li> </ul>	<p>más de 200.000 pasajeros diariamente, aunque se tiene planeado extender el sistema a los municipios de La Virginia, y Santa Rosa de Cabal, aún condicionado a que este último decida formar parte del área metropolitana.</p> <p>El Viaducto César Gaviria Trujillo comunica a Pereira con Dosquebradas, constituyendo una parte importante para el tráfico vehicular entre las ciudades de Armenia, Pereira y Manizales, además de ser reconocida con el premio nacional de arquitectura.</p> <p><b>Servicios públicos:</b></p> <p>La cobertura en servicios públicos en la ciudad es del 100 %, y el 54 % de los pereiranos cuenta con acceso a internet en sus hogares.</p> <p><b>Bancos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Bancolombia</li> <li>✓ Bancamia</li> <li>✓ Banco Agrario</li> <li>✓ Banco Popular</li> <li>✓ Banco Av Villas</li> <li>✓ Banco BBVA</li> <li>✓ Banco Caja Social</li> <li>✓ Banco De Bogotá</li> <li>✓ Banco De Occidente</li> <li>✓ Banco Colpatria</li> <li>✓ Banco Davivienda</li> <li>✓ Banco De Comercio</li> </ul>	
---	--	--

<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ El Lago</li> <li>✓ Condina</li> <li>✓ Eco-Hoteles:</li> <li>✓ Pueblito Cafetero</li> <li>✓ La Casona</li> <li>✓ Villa Mónaco</li> <li>✓ Comfamiliar Galicia</li> <li><b>Restaurantes</b></li> <li>✓ Sacramento</li> <li>✓ El Mesón Español</li> <li>✓ Mama Flor</li> <li>✓ G&amp;G</li> <li>✓ El Rancherito Antioqueño</li> <li>✓ Don Frijoles</li> <li>✓ Sir Pollo</li> <li>✓ Kokoriko</li> <li>✓ Frisby</li> <li>✓ Mister Lee</li> <li>✓ Sazón Costeño</li> <li>✓ Chop Suey</li> <li>✓ Fénix De Oro</li> <li>✓ La Ruana</li> <li>✓ La Terraza</li> <li>✓ El Lido</li> <li>✓ Chutzoz</li> <li>✓ Sayonara</li> <li>✓ Sabor Qbano</li> <li>✓ El Percador</li> <li>✓ Presto</li> <li>✓ Mc Donalds</li> <li><b>Alquiler de automotores:</b></li> <li>✓ Agencia Renta Autos Del Café</li> <li>✓ Alquiler Rentacar Pereira</li> <li>✓ Alquiler De Autos Ardocar</li> <li>✓ Colombia Rent A Car</li> <li>✓ Hertz</li> <li>✓ Limosinas En El Eje Cafetero</li> <li><b>Alquiler de fincas:</b></li> <li>✓ Finca villa marta</li> <li>✓ Finca la morena</li> <li>✓ La selecta</li> <li>✓ El por fin</li> </ul>	<p>Exterior De Colombia</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Banco De Crédito</li> <li>✓ Banco La República</li> <li>✓ Banco Santander</li> <li>✓ Banco Tequendama</li> <li>✓ Banco Pichincha</li> <li><b>Hospitales</b></li> <li>✓ Hospital Universitario San Jorge</li> <li>✓ Hospy Medical</li> <li>✓ Clínica Omi</li> <li>✓ Clínica Del Niño</li> <li>✓ Cruz Verde</li> <li>✓ Clínica Comfamiliar</li> <li>✓ Hospital San Joaquín</li> <li>✓ Pinares Medica</li> <li>✓ Clínica Risaralda</li> <li>✓ Clínica Los Rosales</li> <li>✓ Megacentro Pinares</li> <li><b>Seguridad:</b></li> <li>✓ Policía Nacional</li> <li>✓ Cuerpo De Bomberos</li> <li>✓ Batallón San Mateo</li> <li>✓ Defensa Civil</li> <li>✓ Cruz Roja</li> <li>✓ DAS</li> <li>✓ Fiscalía General De La Nación</li> <li><b>Casas de cambio:</b></li> <li>✓ Girar S.A</li> <li>✓ Macrofinanciera</li> <li>✓ Money Gram</li> <li>✓ Giros Y Finanzas</li> <li>✓ Pagos Internacionales</li> <li>✓ Efecty</li> <li><b>Centros comerciales:</b></li> <li>✓ Pereira Plaza</li> <li>✓ Novacentro</li> <li>✓ Alcides Arévalo</li> <li>✓ Sanandresito</li> <li>✓ Unicentro</li> <li>✓ Victoria</li> </ul>	
--	---	--

<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ El Partenón</li> <li>El sueño de mi abuelo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Estación Central</li> <li>✓ Flamingo</li> <li>✓ Parque arboleda</li> <li>✓ Marbella</li> <li>✓ Teatro Santiago Londoño</li> <li>✓ Expofuturo</li> <li>✓ Terminal de transportes</li> <li>✓ Aeropuerto Matecaña</li> </ul>	
--	--	--

Elaborado por: Cristina Saldarriaga y Diana Patricia Cuartas. Año 2013.

## Anexos 2. Encuesta

### PROYECTO ESCUELA GASTRONÓMICA SOSTENIBLE UTP

FECHA \_\_\_\_\_

ENCUESTA No. \_\_\_\_\_

DEPENDENCIA \_\_\_\_\_

**Señor funcionario somos estudiantes de séptimo semestre de Administración del Turismo Sostenible de la Universidad Tecnológica de Pereira, agradecemos su tiempo para contestar estas preguntas. Estamos realizando un estudio de Mercado para operar la Escuela Gastronómica Sostenible en la UTP que prestará el servicio de Catering (*servicio profesional que se dedica principalmente a la prestación a domicilio del suministro de comida preparada*) dentro de las instalaciones de la Universidad.**

**Su opinión es muy importante para sacar adelante este proyecto:**

1. ¿Requiere esta dependencia el servicio de almuerzos y refrigerios para sus eventos, reuniones, capacitaciones?
  - a) Almuerzos \_\_\_\_\_
  - b) Refrigerios \_\_\_\_\_
  - c) No los requiere \_\_\_\_\_
  
2. ¿Con que frecuencia solicita almuerzos?
  - a) Semanal \_\_\_\_\_
  - b) Mensual \_\_\_\_\_
  - c) Semestral \_\_\_\_\_
  - d) Anual \_\_\_\_\_
  
3. ¿Qué cantidad requiere?
  - a) 1 \_\_\_\_\_
  - b) 2 \_\_\_\_\_
  - c) 3 \_\_\_\_\_

- d) 4 \_\_\_\_\_
- e) 5 \_\_\_\_\_
- f) Más \_\_\_\_\_

4. ¿Qué tipo de almuerzo ha contratado?

- a) Gourmet \_\_\_\_\_
- b) Buffet \_\_\_\_\_
- c) Ejecutivo \_\_\_\_\_

**Almuerzo Gourmet:** Se sirve con altos estándares de calidad en la comida y en el servicio a la mesa.

**Almuerzo tipo Buffet:** comida compuesta de una diversidad de alimentos fríos y calientes, dispuestos a la vez sobre una o varias mesas

**Almuerzo tipo Ejecutivo:** Servido a la mesa, contiene un único plato fuerte con jugo y postre

5. ¿Cuántos almuerzos normalmente pide?

- a) 10 a 20 \_\_\_\_\_
- b) 20 a 30 \_\_\_\_\_
- c) 30 a 40 \_\_\_\_\_
- d) 50 o más \_\_\_\_\_

6. ¿Cuánto paga por almuerzo?

- a) Entre \$10.000 y \$15.000 \_\_\_\_\_
- b) Entre \$15.000 y \$20.000 \_\_\_\_\_
- c) Entre \$20.000 y \$25.000 \_\_\_\_\_
- d) Más de \$25.000 \_\_\_\_\_

7. ¿Cómo solicita el servicio?

- a) A través de la oficina de protocolo \_\_\_\_\_
- b) Contrata directamente \_\_\_\_\_

8. ¿Con qué empresa contrata estos servicios?

- a) Con Gusto para Servirle (Adán Hoyos) \_\_\_\_\_
- b) Cafetería Central (El Galpón) \_\_\_\_\_
- c) Hotel Movich \_\_\_\_\_
- d) Casa Arcila \_\_\_\_\_
- e) Hotel La Casona \_\_\_\_\_
- f) Club del Comercio \_\_\_\_\_
- g) Otro? Cuál? \_\_\_\_\_

9. ¿Por qué selecciona esta empresa?

- a) Calidad \_\_\_\_\_
- b) Presentación \_\_\_\_\_
- c) Tiempo de respuesta \_\_\_\_\_
- d) Precio \_\_\_\_\_
- e) Cantidad \_\_\_\_\_
- f) Diversidad del menú \_\_\_\_\_
- g) Facilidad \_\_\_\_\_

**10. ¿Con que frecuencia solicita refrigerios?**

- a) Semanal \_\_\_\_\_
- b) Mensual \_\_\_\_\_
- c) Semestral \_\_\_\_\_
- d) Anual \_\_\_\_\_

**11. ¿Qué cantidad requiere?**

- a) 1 \_\_\_\_\_
- b) 2 \_\_\_\_\_
- c) 3 \_\_\_\_\_
- d) 4 \_\_\_\_\_
- e) 5\_ \_\_\_\_\_
- f) Más \_\_\_\_\_

**12. ¿Cuántos refrigerios pide?**

- a) 10 a 20 \_\_\_\_\_
- b) 20 a 30 \_\_\_\_\_
- c) 30 a 40 \_\_\_\_\_
- d) 50 o más \_\_\_\_\_

**13. ¿Cuánto paga por refrigerio?**

- e) \$2.000 \_\_\_\_\_
- f) \$3.000 \_\_\_\_\_
- g) \$4.000 \_\_\_\_\_
- h) \$5.000 \_\_\_\_\_
- i) Más de \$5.000 \_\_\_\_\_

**14. ¿Cómo solicita el servicio de refrigerio?**

- a) A través de la oficina de protocolo \_\_\_\_\_
- b) Contrata directamente \_\_\_\_\_

**15. ¿Con qué empresa contrata estos servicios?**

- a) Con Gusto para Servirle (Adán Hoyos) \_\_\_\_\_
- b) Cafetería Central (El Galpón) \_\_\_\_\_
- c) Hotel Movich \_\_\_\_\_
- d) La Barrita \_\_\_\_\_
- e) La Viña \_\_\_\_\_
- f) Ponqués \_\_\_\_\_
- g) Panino \_\_\_\_\_
- h) Bon Marché \_\_\_\_\_
- i) La Bohemia \_\_\_\_\_
- j) Otro? Cuál? \_\_\_\_\_

16. ¿Por qué selecciona esta empresa?

- a) Calidad \_\_\_\_\_
- b) Presentación \_\_\_\_\_
- c) Tiempo de respuesta \_\_\_\_\_
- d) Precio \_\_\_\_\_
- e) Cantidad \_\_\_\_\_
- f) Diversidad del menú \_\_\_\_\_
- g) Facilidad \_\_\_\_\_

17. ¿Visitaría un Café al Paso que estuviera ubicado dentro de la Universidad y que le ofreciera diferentes preparaciones de café?

- a. SI \_\_\_\_\_
- b. NO \_\_\_\_\_

18. ¿Ha requerido servicio de comida vegetariana?

- a) SI \_\_\_\_\_
- b) NO \_\_\_\_\_

19. ¿Le gustaría contar con un nuevo servicio de catering (*servicio profesional que se dedica principalmente a la prestación a domicilio del suministro del servicio de comida preparada*) que estuviera liderado por personas vinculadas a la carrera de Turismo Sostenible?

- a) SI \_\_\_\_\_
- b) NO \_\_\_\_\_

**Muchas gracias y esperamos pueda disfrutar nuestros servicios muy pronto!!!!**

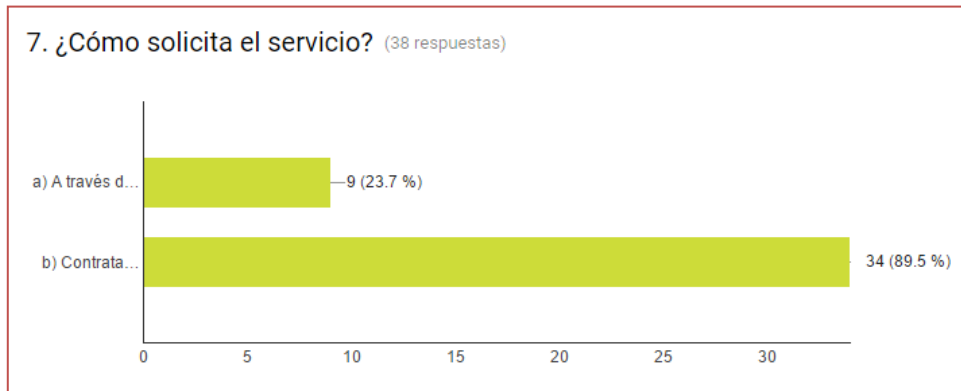
Diana Patricia Cuartas Valencia  
Claudia Tatiana Ospina Vélez  
Jully Cristina Saldarriaga Ramirez

Estudiantes de Administración del Turismo Sostenible VII Semestre

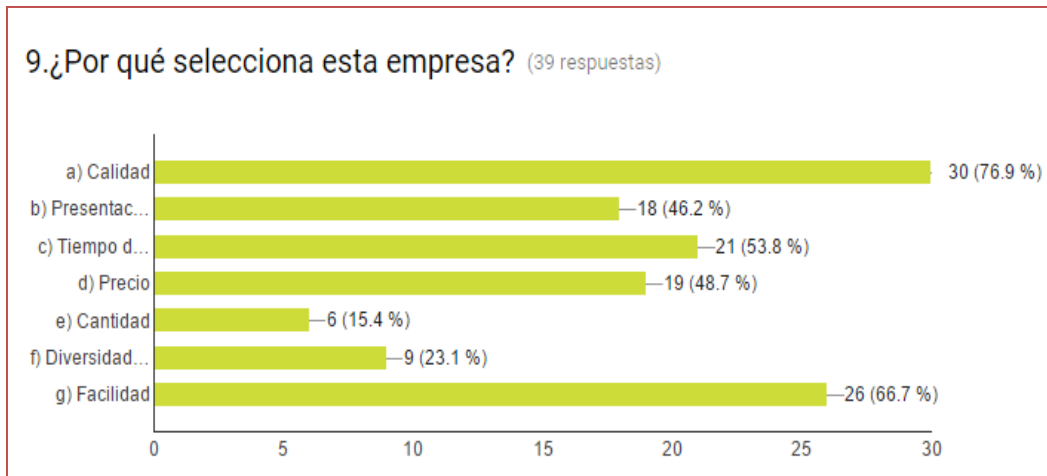
### Anexos 3. Gráfica ¿Cuánto paga por almuerzo?



### Anexos 4. Gráfica ¿Cómo solicita el servicio?



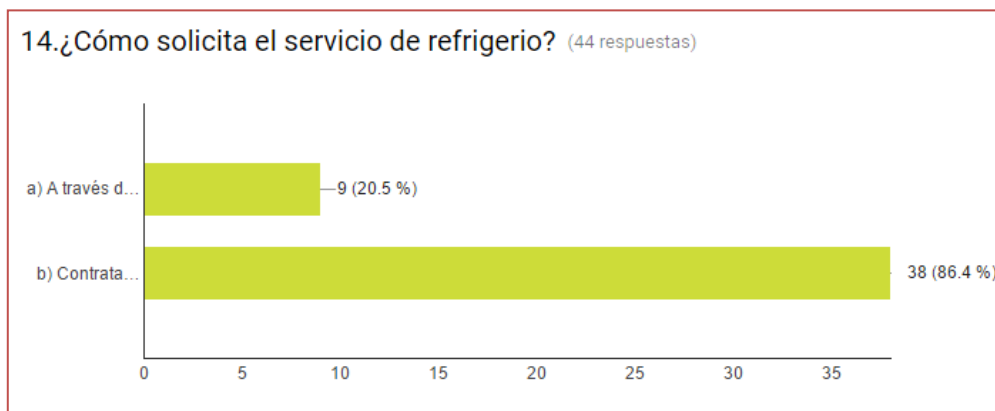
### Anexos 5. Gráfica ¿Por qué selecciona esta empresa?



### Anexos 6. Gráfica ¿Cuánto paga por refrigerio?



### Anexos 7. Gráfica ¿Cómo solicita el servicio de refrigerio?

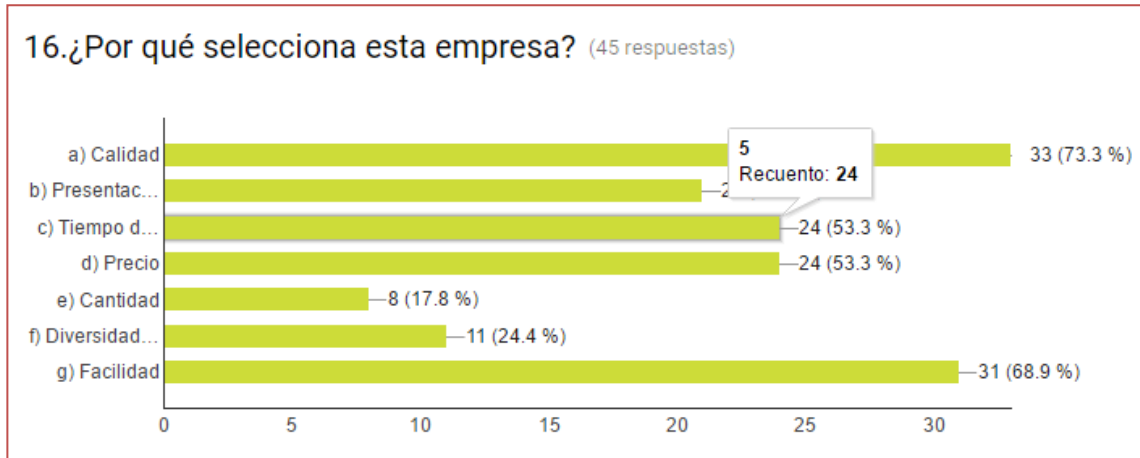


### Anexos 8. Gráfica ¿Con qué empresa contrata estos servicios?

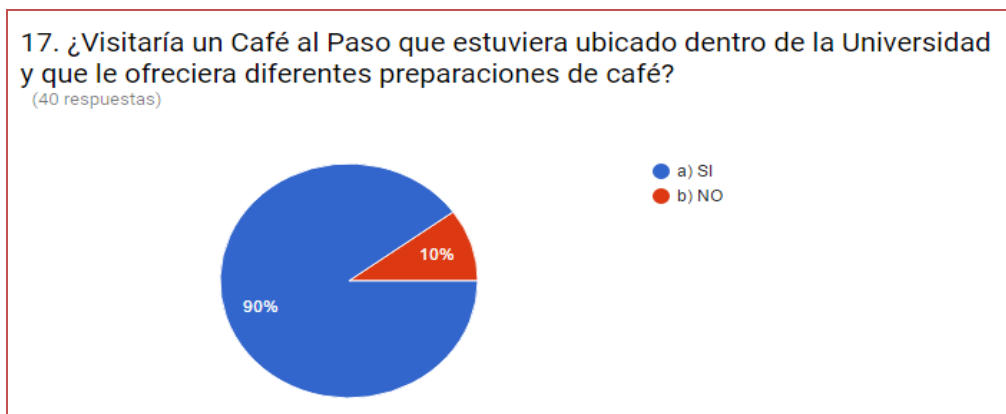




### Anexos 9. Gráfica ¿Cuánto paga por almuerzo?



### Anexos 10. Gráfica ¿Visitaría un Café al Paso que estuviera ubicado dentro de la Universidad y que le ofreciera diferentes preparaciones de café?



### Anexos 11. Gráfica ¿Ha requerido servicio de comida vegetariana?



## **Anexos 12. Ley 1258 de 2008**

### **Capítulo I**

*ARTÍCULO 1o. CONSTITUCIÓN. La sociedad por acciones simplificada podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes sólo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes.*

*Salvo lo previsto en el artículo 42 de la presente ley, el o los accionistas no serán responsables por las obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza en que incurra la sociedad.*

*ARTÍCULO 2o. PERSONALIDAD JURÍDICA. La sociedad por acciones simplificada, una vez inscrita en el Registro Mercantil, formará una persona jurídica distinta de sus accionistas.*

*ARTÍCULO 3o. NATURALEZA. La sociedad por acciones simplificada es una sociedad de capitales cuya naturaleza será siempre comercial, independientemente de las actividades previstas en su objeto social. Para efectos tributarios, la sociedad por acciones simplificada se regirá por las reglas aplicables a las sociedades anónimas.*

*ARTÍCULO 4o. IMPOSIBILIDAD DE NEGOCIAR VALORES EN EL MERCADO PÚBLICO. Las acciones y los demás valores que emita la sociedad por acciones simplificada no podrán inscribirse en el Registro Nacional de Valores y Emisores ni negociarse en bolsa*

## **Anexos 13. Cómo constituir legalmente una empresa**

Antes de constituirse una empresa, se deben hacer una serie de consultas para que su constitución sea legal.

### **a. Consulta de nombre (Control de Homonimia)**

La ley ordena a las cámaras de comercio abstenerse de inscribir un comerciante o un establecimiento de comercio cuando se compruebe que en la base de datos de todas las cámaras de comercio del país (RUE –Registro Único Empresarial–) se encuentre otro ya inscrito con el mismo nombre del solicitante. La selección del nombre es un paso fundamental en el inicio de su nueva empresa. Con este servicio podrá enterarse si el nombre consultado está registrado o si por el contrario no hay existencia del mismo. Si no aparece ninguna empresa después de realizada la búsqueda, estará confirmando que su nombre aún no presenta

registro, y podrá seleccionarlo. De existir un nombre igual al consultado, no procede la matrícula del comerciante.

### **b. Consulta de clasificación por actividad económica - código CIIU**

El Código CIIU es la Clasificación Industrial Internacional Uniforme que tiene como propósito agrupar todas las actividades económicas similares por categorías. Están conformadas por seis dígitos numéricos, permitiendo que todos los empresarios puedan clasificarse dentro de actividades específicas.

### **c. Consulta del uso de suelo**

Permite conocer en tiempo real los usos permitidos o no para el ejercicio de una actividad económica determinada en una dirección específica de la ciudad de acuerdo con el Plan de Ordenamiento Territorial, P.O.T., y la reglamentación existente. La reglamentación nacional, Decreto 2150 de 1995, suprimió las licencias de funcionamiento y reformó los procedimientos para poder ejecutar una actividad en el territorio nacional. Mientras opere el establecimiento, debe cumplir con los requisitos para su ubicación definidos en la normativa que los regula y de las entidades competentes e materias tales como la racional mezcla de usos, respeto y manejo del espacio público, parqueaderos, control de impactos ambientales, intensidad y conflictos funcionales, horarios, condiciones locativas.

## **Trámites de formalización**

### **Paso 1**

#### **Trámite ante la DIAN: inscripción en el Registro Único Tributario y posterior asignación del Número de Identificación Tributaria, NIT.**

El Registro Único Tributario, RUT, es la base de datos que lleva la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) a nivel nacional de los contribuyentes, la cual comprende la información básica de los mismos, con fines estadísticos y de control.

Con el RUT a cada comerciante se le asigna un NIT. El Número de Identificación Tributaria, NIT, es la expresión numérica eminentemente tributaria o fiscal que identifica ante impuestos nacionales, así como ante otras entidades **públicas y privadas, a los contribuyentes y declarantes.**

**ARTÍCULO 79 Ley 788 de 2002.** *Adiciónese el artículo 555-1 del Estatuto Tributario con los siguientes incisos:*

*“Las Cámaras de Comercio, una vez asignada la matrícula mercantil, deberán solicitar a más tardar dentro de los dos (2) días calendario siguientes, la expedición del Número de Identificación Tributaria NIT del matriculado a la Administración de Impuestos Nacionales competente, con el fin de incorporar, para todos los efectos legales, dicha identificación a la matrícula mercantil. En las*

*certificaciones de existencia y representación y en los certificados de matrícula siempre se indicará el Número de Identificación Tributaria.*

*“El incumplimiento de esta obligación por parte de las cámaras de comercio acarreará la sanción prevista en el artículo 651 del Estatuto Tributario...”*

**Paso 2 Inscripción en el Registro Público Mercantil.** El registro mercantil es una función de carácter pública desempeñada por las cámaras de comercio consistente en asentarlos datos y documentos que los comerciantes suministran en cumplimiento de la ley dándoles publicidad de conformidad con lo dispuesto en la ley.

En el registro público se encuentran matriculados todos los empresarios legalmente organizados y sus establecimientos de comercio. Por medio de él se otorga publicidad a ciertos actos de los empresarios, los cuales deben ser conocidos por la comunidad en general, todo esto en cumplimiento de las disposiciones legales vigentes.

Los comerciantes, y sus establecimientos de comercio, están obligados a matricularse en el Registro Mercantil dentro del mes siguiente a aquel en que comenzó a ejercer actividades mercantiles o de la fecha de escritura pública de constitución si se trata de personas jurídicas.

**ARTÍCULO 19 Código de Comercio.** <OBLIGACIONES DE LOS COMERCIANTES>. *“Es obligación de todo comerciante:*

*“1) Matricularse en el registro mercantil;*

*“2) ...*

**ARTÍCULO 31. Código de Comercio**<PLAZO PARA SOLICITAR LA MATRÍCULA MERCANTIL>.

*“La solicitud de matrícula será presentada dentro del mes siguiente a la fecha en que la persona natural empezó a ejercer el comercio o en que la sucursal o el establecimiento de comercio fue abierto.*

*“Tratándose de sociedades, la petición de matrícula se formulará por el representante legal dentro del mes siguiente a la fecha de la escritura pública de constitución o a la del permiso de funcionamiento, según el caso, y acompañará tales documentos...”*

**Paso 3. Matrícula Industria y Comercio Municipal.** El impuesto de Industria y Comercio es de carácter obligatorio. Recaerá sobre todas las actividades industriales, comerciales, de servicios y financiera, que se ejerzan o realicen dentro de la jurisdicción del municipio, y que se cumplan en forma permanente u ocasional, tanto en inmuebles determinados, con establecimiento de comercio o sin ellos.

**Artículo 95 Constitución Política.** *“La calidad de colombiano enaltece a todos los miembros de la comunidad nacional. Todos están en el deber de engrandecerla y*

dignificarla. El ejercicio de los derechos y libertades reconocidos en esta Constitución implica responsabilidades.

*“Toda persona está obligada a cumplir la Constitución y las leyes.*

*Son deberes de la persona y del ciudadano:*

*“...9. Contribuir al financiamiento de los gastos e inversiones del Estado dentro de conceptos de justicia y equidad”.*

**Artículo 32º. Ley 14 de 1983:** *“El Impuesto de Industria y Comercio recaerá, en cuanto a materia imponible, sobre todas las actividades comerciales, industriales y de servicio que ejerzan o realicen en las respectivas jurisdicciones municipales, directa o indirectamente, por personas naturales, jurídicas o por sociedades de hecho, ya sea que se cumplan en forma permanente u ocasional, en inmuebles determinados, con establecimientos de comercio o sin ellos”*

#### **Paso 4. Informar a la oficina de planeación correspondiente el inicio de las actividades.**

Para dar cumplimiento a la Ley 232 de 1995, los comerciantes deberán reportar a la oficina de planeación correspondiente la apertura de la actividad económica, indicando la ubicación y actividad que se va a desarrollar. Esta notificación se puede hacer por Internet o por comunicación escrita o verbal, lo que manifieste el comerciante se considerará de buena fe y por ende, se dará por hecho cierto, sujeto a verificaciones posteriores

**ARTÍCULO 2º Ley 232 de 1995.** *“No obstante lo dispuesto en el artículo anterior, es obligatorio para el ejercicio del comercio que los establecimientos abiertos al público reúnan los siguientes requisitos:*

*“... e) Comunicar en las respectivas oficinas de planeación o quien haga sus veces de la entidad territorial correspondiente, la apertura del establecimiento”.*

**ARTÍCULO 4º Decreto 1879 de 2008.** *“Comunicación de apertura a la autoridad distrital o municipal. Para cumplir con lo previsto en el literal e) del artículo 2º de la Ley 232 de 1995, los propietarios de establecimientos de comercio podrán realizar –de manera previa o posterior– la notificación de apertura por los siguientes medios: vía virtual, comunicación escrita o acto declarativo personal ante la autoridad de planeación respectiva, proceso informativo sobre el cual se presume la buena fe del comerciante y por ende, se dará por hecho cierto, sujeto a verificaciones ex post. Las alcaldías distritales y municipales podrán definir mecanismos de apoyo institucional para cursar estas notificaciones a través de las cámaras de comercio de la jurisdicción respectiva”*

#### **Una vez realizados estos cuatro pasos el empresario obtiene:**

- Inscripción en el Registro Mercantil.
- Asignación del NIT.
- Matrícula de Industria y Comercio.

- Pago del impuesto de Rentas Departamentales para el caso de sociedades (matrícula de persona natural no requiere el pago de este impuesto).
- Certificado del RUT por primera vez sin necesidad de desplazarse a la DIAN.
- Notificación de la apertura del establecimiento a Planeación Municipal.
- Registro mercantil y/o certificado de existencia y representación legal.

**Los formatos que debe diligenciar para realizar su matrícula son:**

- Carátula Única Empresarial.
- Anexo Matrícula Mercantil.
- Anexo DIAN – Secretaría Municipal (SM).
- Formulario DIAN.

Después de estar constituida legalmente la empresa, esta debe cumplir con una serie de requisitos legales durante su funcionamiento.

- a) Cumplir con las condiciones sanitarias descritas por la Ley 9a. de 1979 y demás normas vigentes sobre la materia (todos los establecimientos). En la Secretaría de Salud puede solicitar una constancia sanitaria.
- b) Seguridad de establecimientos abiertos al público. En el Cuerpo Oficial de Bomberos: solicitar visto bueno de cumplimiento de las normas mínimas de seguridad.
- c) Registro de los libros de comercio. En la Cámara de Comercio puede solicitar el registro de libros de comercio y los correspondientes a actas, asambleas, accionistas, entre otros.
- d) Cumplir con las normas de usos del suelo. Secretaría de Planeación.
- e) Obtener el Registro Nacional de Turismo, RNT (sólo para algunos establecimientos): Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- f) Pago de derechos de autor (sólo para algunos establecimientos). Ante la organización Sayco-Acinpro se solicita el paz y salvo por derechos de autor.
- g) Cumplimiento de obligaciones laborales y de seguridad social con sus trabajadores. Trámite de afiliación ante Empresas Promotoras de Salud (EPS); Administradoras de Riesgos Profesionales (ARP); Administradoras de Fondos de Pensiones (AFP); SENA, Cajas de Compensación Familiar e Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF).
- h) Solicitud de autorización para numeración de Facturación – DIAN.
- i) Renovación anual de la matrícula mercantil: dentro de los tres primeros meses de cada año debe hacerse ante la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia.
- j) Diligenciamiento y presentación de declaraciones tributarias: en los plazos establecidos por la DIAN.
- k) Declaración de industria y comercio: dentro de los cuatro primeros meses del año ante la Subsecretaría de Rentas Municipales.

### Otros trámites complementarios

- a) Registros y permisos sanitarios-INVIMA.
- b) Registro de Marca: Superintendencia de Industria y Comercio (SIC).
- c) Licencias ambientales-Área Metropolitana.
- d) Permiso de vertimientos-Área Metropolitana.
- e) Certificado de manipulación de alimentos.

(Alcaldía de Medellín, 2010)



## Anexos 14 Inventario Inicial (Programa de Turismo Sostenible)

ALIANZA AGROINDUSTRIAL DE RISARALDA		CONVENIO DE ASOCIACION APOYO A PROYECTOS DE TRANSFORMACION DE LA FORMACION TECNICA Y TECNOLÓGICA EN RISARALDA - NIT. 900.144.462-2	
(Marque con una X la casilla que corresponde al acto que desea realizar)		<input checked="" type="checkbox"/> ENTREGA DE BIENES <input type="checkbox"/> RECIBIDO DE BIENES <input type="checkbox"/> TRASLADO DE BIENES <input type="checkbox"/> BAJA DE BIENES	Ciudad y Fecha: Pereira, 30 de Agosto de 2010  Referencia: SUMINISTRO DE MESONES, EQUIPOS MENORES Y UTENSILIOS PARA EL LABORATORIO DE PROCESOS AGROINDUSTRIALES Y ALIMENTARIOS DE LA UTP EN DESARROLLO DE LOS PROGRAMAS DE LA ALIANZA AGROINDUSTRIAL DE RISARALDA  BENEFICIARIO: UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA
DESCRIPCIÓN DEL BIEN			
Cantidad	Descripción	Valor Unitario (IVA incluido)	Valor Total
1	MESÓN CON GABINETES	\$ 5.500.000,00	\$ 5.500.000,00
1	ESTUFA CON HORNO	\$ 2.700.000,00	\$ 2.700.000,00
1	SISTEMA DE EXTRACCIÓN	\$ 8.000.000,00	\$ 8.000.000,00
1	UTENSILIOS, MENAJE Y EQUIPOS MENORES PARA EL TALLER DE FORMACIÓN PRÁCTICA EN LABORATORIO DE PROCESOS AGROINDUSTRIALES Y ALIMENTARIOS (se adjunta relación detallada - fact No. 6729 SERTEC S.A.)	\$ 9.893.587,00	\$ 9.893.587,00
Todos los elementos relacionados se recibieron a entera satisfacción y en buen estado			
QUIEN ENTREGA:		QUIEN RECIBE:	
Nombre: ALIANZA AGROINDUSTRIAL DE RISARALDA	Nombre: UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA	Los bienes entregados hacen parte del Plan de Inversión de la Alianza, en desarrollo de los Programas de Formación de Procesos Agroindustriales y Turismo Sostenible	
Cédula o NIT: 900.144.462-2	Nombre: <i>Andrés Fieva Benito</i>		
Cargo:	Cédula: <i>99506812</i>		
Firma:	Firma: <i>[Firma]</i>		

**OBSERVACIONES:**

0030002000724-0001;CUCHARON 2 PIEZAS 4 OZ REF LTP-04	UN; 16 ;	1,00;	7,555,17 ;	7,555,17 ;
0030002000725-0001;CUCHARON 2 PIEZAS 6 OZ LTP LTP-06	UN; 16 ;	1,00;	8,666,37 ;	8,666,37 ;
0030002000770-0001;CUCHARON 2 PIEZAS 8 OZ LTP LTP-08	UN; 16 ;	1,00;	9,111,20 ;	9,111,20 ;
0030002000771-0001;CUCHARON 2 PIEZAS 12 OZ LT LTP-12	UN; 16 ;	1,00;	14,666,37 ;	14,666,37 ;
0030002000772-0001;CUCHARON 2 PIEZAS 24 OZ LT LTP-24	UN; 16 ;	1,00;	25,222,41 ;	25,222,41 ;
0030002000773-0001;CUCHARON DE 16 OZ LT-4216 LT-4216	UN; 16 ;	1,00;	22,666,37 ;	22,666,37 ;
0030002000774-0001;CUCHARON DE 32 OZ LT-4232 LT-4232	UN; 16 ;	1,00;	36,666,37 ;	36,666,37 ;
0030002000213-0001;CUCHARON UNA PIEZA MANIJA LOPF-15V	UN; 16 ;	1,00;	8,000,00 ;	8,000,00 ;
0030002000214-0001;CUCHARON UNA PIEZA MANIJA LOPF-03V	UN; 16 ;	1,00;	9,555,17 ;	9,555,17 ;
0030002000726-0001;CUCHARON UNA PIEZA MANIJA LOPF-05V	UN; 16 ;	1,00;	12,760,00 ;	12,760,00 ;
0030002000775-0001;CUCHARON UNA PIEZA DE 2,4 LOPF-06	UN; 16 ;	1,00;	10,666,37 ;	10,666,37 ;
0030002000209-0001;CUCHARON UNA PIEZA DE 3,5 LOPF-10	UN; 16 ;	1,00;	19,777,58 ;	19,777,58 ;
0030002000207-0001;CUCHARON UNA PIEZA DE 17 0 LOPF-12	UN; 16 ;	1,00;	27,333,62 ;	27,333,62 ;
0030002000208-0001;CUCHARON UNA PIEZA DE 25 0 LOPF-14	UN; 16 ;	1,00;	33,888,79 ;	33,888,79 ;
0030002000732-0001;CUCHARA PERFORADA DE 28 CM ES-11P	UN; 16 ;	2,00;	3,777,58 ;	7,555,17 ;
003000311-0001;TEMBLADOR ACERO INOX # 12	UN; 16 ;	1,00;	87,068,96 ;	87,068,96 ;
000 2000575-0001;TEMBLADOR 8 REF FRF 024	UN; 16 ;	2,00;	27,777,58 ;	55,555,17 ;
0030002000285-0001;DESCORAZONADOR GRIP PROFES EGU-2	UN; 16 ;	1,00;	9,444,82 ;	9,444,82 ;
0030002000753-0001;RAYADOR ACERO INOX GR-449 GR-449	UN; 16 ;	1,00;	26,222,41 ;	26,222,41 ;
0030003000592-0001;TERMOMETRO DIGITAL FUZION 50550	UN; 16 ;	1,00;	51,724,13 ;	51,724,13 ;
0030002000756-0001;JUEGO DE TAZAS MEDICORAS C MCL5-4	UN; 16 ;	1,00;	10,444,82 ;	10,444,82 ;
0070001000616-0001;MANGA DE 35,5 CM REF PB-14 PB-14FC	UN; 16 ;	1,00;	6,722,41 ;	6,722,41 ;
0070001000617-0001;MANGA DE 40 CM PB-16FC PB-16FC	UN; 16 ;	1,00;	7,833,62 ;	7,833,62 ;
0070001000414-0001;MANGA DE 21- 55 CM PB-21FC	UN; 16 ;	1,00;	9,833,62 ;	9,833,62 ;
0030004000607-0001;CHAIRA REDONDA VICTORINOX 7.8513	UN; 16 ;	1,00;	71,551,72 ;	71,551,72 ;
0030003000452-0001;PIEDRA DE AFILAR 108 C	UN; 16 ;	1,00;	34,310,34 ;	34,310,34 ;
0030002000438-0001;OLLA PARA PASTA AFSA- POT	UN; 16 ;	1,00;	389,655,17 ;	389,655,17 ;
0030002000776-0001;OLLA CON TAPA (BATA) 28X13 OTB28X13	UN; 16 ;	1,00;	98,275,86 ;	98,275,86 ;
0030002000778-0001;OLLA CON TAPA (ALTA) 9.5 L OTA28X15.5	UN; 16 ;	1,00;	102,586,20 ;	102,586,20 ;
0030002000777-0001;OLLA CON TAPA (ALTA) 13 LT OTA32X18	UN; 16 ;	1,00;	151,724,13 ;	151,724,13 ;
0030002000435-0001;OLLA CON TAPA (ALTA)18 LT OTA36X18	UN; 16 ;	1,00;	188,793,10 ;	188,793,10 ;
0030002000683-0001;AZAFATE FULL PERFORADO X 1 YD01-14F	UN; 16 ;	1,00;	95,000,00 ;	95,000,00 ;
0030002000499-0001;RIEL MAGNETIDO DE 38 CM HR HRS3	UN; 16 ;	4,00;	21,551,72 ;	86,207,00 ;
0030002000198-0001;CUCHARA PARA PASTA DE 32 C SPS-32	UN; 16 ;	1,00;	11,777,58 ;	11,777,58 ;
0030002000731-0001;PINZA PONGUE TNG-52 TNG-52	UN; 16 ;	1,00;	9,444,82 ;	9,444,82 ;
0030002000729-0001;PINZA PARA PONGUE RAHURADO TNG-31	UN; 16 ;	1,00;	9,444,82 ;	9,444,82 ;



NIT : 900.237.014 -6  
FACTURA DE VENTA

0000006729

SERTEC S.A.  
CALLE 16 BIS # 17 -21  
Tel: 3359903 3337687 Regimen Común  
Señores : ALIANZA AGROINDUSTRIAL DE RI 900.144.462-2  
Dirección : UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA/DIVISION FINANCIERA  
Ciudad : PEREIRA Tel: 3137300 460  
Fecha : 2010/07/28 Cc: 0001-0001  
Revisión : Vendedor: 0009/  
Vencimiento : 2010/08/28

Código	Zona	Descripción	Referencia	Un.	Cant.	Uv.	Unitario	Uv.	Total
030002000744-0001	BOML	PROFESIONAL 7.6 LTRS MBF-06		UN	16	1.00	26,888.79		26,889.00
030002000744-0001	BOML	PROFESIONAL 8 LTRS MBF-07		UN	16	1.00	30,222.41		30,222.00
030002000117-0001	BOML	PROFESIONAL 12.3 LTRS MBF-08		UN	16	1.00	37,777.56		37,778.00
030002000118-0001	BOML	PROFESIONAL 15 LTRS D MBF-09		UN	16	1.00	48,777.56		48,778.00
030002000744-0001	BOML	PARA PEZOLAR 18.9 LTRS MBF-10		UN	16	1.00	55,777.56		55,778.00
030002000745-0001	BOML	PARA PEZOLAR DE 4 OT MB-400		UN	16	1.00	11,500.00		11,500.00
030002000746-0001	BOML	PARA PEZOLAR DE 5 OT MB-500 o MB-5000		UN	16	1.00	13,333.62		13,334.00
X03002000336-0001	ESCURRIDOR	CLD-08		UN	16	1.00	42,888.79		42,889.00
X 2000337-0001	ESCURRIDOR	CLD-13		UN	16	1.00	55,333.62		55,334.00
X0 2000101-0001	BATIDOR	FRANCES 25 CH MF-2 H MF-25F		UN	16	1.00	14,888.79		14,889.00
030002000699-0001	BATIDOR	FRANCES 30 CH MF30 CH MF30F		UN	16	1.00	16,666.37		16,666.00
030002000102-0001	BATIDOR	FRANCES 35 CH MF-3 H MF-35F		UN	16	1.00	17,111.20		17,111.00
030002000103-0001	BATIDOR	FRANCES 40 CH MF-4 H MF-40F		UN	16	1.00	19,444.82		19,445.00
030002000100-0001	BATIDOR	FRANCES 45 CH MF45 CH MF45F		UN	16	1.00	20,333.62		20,334.00
030002000107-0001	BATIDOR	FRANCES 55 CH SF4 SF4-20		UN	16	1.00	24,333.62		24,334.00
030002000104-0001	BATIDOR	LIGERO PIANO 30 CH H MF-30F		UN	16	1.00	19,111.20		19,111.00
030002000105-0001	BATIDOR	LIGERO PIANO 35 CH H MF-35F		UN	16	1.00	19,333.62		19,334.00
030002000106-0001	BATIDOR	LIGERO PIANO 40 CH H MF-40F		UN	16	1.00	21,000.00		21,000.00
030002000303-0001	BATIDOR	LIGERO PIANO 40 CH H MF-40F		UN	16	1.00	15,689.65		15,690.00
030002000504-0001	RODILLO	PASTELERO 1 1/4 X		UN	16	1.00	31,982.75		31,983.00
030002000222-0001	RODILLO	PASTELERO 2 X 30 C		UN	16	1.00	32,222.41		32,222.00
030002000227-0001	RODILLO	CARNICERO 10" 060		UN	16	1.00	30,777.56		30,778.00
030002000258-0001	RODILLO	CHEF 8" FFF 002		UN	16	1.00	17,000.00		17,000.00
030002000194-0001	RODILLO	HELADO DF-20 DF-20		UN	16	1.00	24,137.93		24,138.00
030002000645-0001	RODILLO	HELADO ANTIADEREN AD-24		UN	16	1.00	15,137.24		15,137.00
030002000704-0001	ESPATULA	EN SILICONA REF-R RSC10HR		UN	16	1.00	9,439.65		9,440.00
030002000781-0001	ESPATULA	EN SILICONA REF-R RSC16HR		UN	16	1.00	19,663.79		19,664.00
030002000348-0001	ESPUMADERA	EN ESPALMA DE 2 MS-08		UN	16	2.00	36,379.51		72,759.00
030002000768-0001	COLADOR	CHINO EN ALUMINIO SHRP		UN	16	1.00	83,222.41		83,222.00
030002000716-0001	SALSERAS	50 OZ REF GP-05 GP-05		UN	16	3.00	11,777.56		35,333.00
030002000747-0001	SALSERAS	50 OZ REF GP-10 GP-10		UN	16	36.00	23,111.20		69,334.00
030002000252-0001	CUCHILLO	PARA MESA BRITE 18 5037-2		UN	16	36.00	3,666.37		131,990.00
030002000174-0001	CUCHILLO	PARA MESA BRITE 18 5037-2		UN	16	36.00	4,444.82		160,014.00
030002000579-0001	CUCHILLO	PARA MESA BRITE 18 SA-5037-3		UN	16	36.00	4,444.82		160,014.00
030002000675-0001	CUCHILLO	REENCY DE 2.8MM R RE-103		UN	16	36.00	4,000.00		144,000.00
030002000577-0001	CUCHILLO	RENY DE FRUTAS BRITE 18 SA-5037-7		UN	16	36.00	3,335.17		127,986.00
030002000447-0001	TABLA	PARA PIZAR BLANCA 1/ CB-1218		UN	16	1.00	40,517.24		40,517.00
030002000546-0001	TABLA	PARA PIZAR ROJO 1/2" CB-1218		UN	16	1.00	40,517.24		40,517.00
030002000485-0001	TABLA	PARA PIZAR VERDE 1/2" CBGR-1218		UN	16	1.00	40,517.24		40,517.00
030002000637-0001	TABLA	PARA PIZAR AMARILLA CBVE-1218		UN	16	1.00	40,517.24		40,517.00
030002000543-0001	TABLA	PARA PIZAR AZUL DE 1 CBGR-1218		UN	16	1.00	40,517.24		40,517.00
030002000687-0001	TABLA	PARA PIZAR MARSON 1/ CBGR-1218		UN	16	1.00	40,517.24		40,517.00
030002000542-0001	TABLA	PARA PIZAR BLANCA 1/ CBGR-1218		UN	16	1.00	89,655.17		89,655.00

CONTINUA

Elaboró: \_\_\_\_\_ Aceptada y Recibida ( Firma y Sello ) C.C.: \_\_\_\_\_ De \_\_\_\_\_

Esta Factura de Venta se asemeja en todos sus efectos legales a la letra de cambio (Art. 779 del Código de Comercio)

NIT : 900.237.014 -6  
FACTURA DE VENTA

0000006729

SERTEC S.A.  
CALLE 16 BIS # 17 -21  
Tel: 3359903 3337687 Regimen Común  
Señores : ALIANZA AGROINDUSTRIAL DE RI 900.144.462-2  
Dirección : UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA/DIVISION FINANCIERA  
Ciudad : PEREIRA Tel: 3137300 460  
Fecha : 2010/07/28 Cc: 0001-0001  
Revisión : Vendedor: 0009/  
Vencimiento : 2010/08/28

Código	Zona	Descripción	Referencia	Un.	Cant.	Uv.	Unitario	Uv.	Total
030002000495-0001	RAYADOR	TAMBOR GRIP PROF		UN	16	1.00	15,086.20		15,086.00

CONTINUA

Elaboró: \_\_\_\_\_ Aceptada y Recibida ( Firma y Sello ) C.C.: \_\_\_\_\_ De \_\_\_\_\_

Esta Factura de Venta se asemeja en todos sus efectos legales a la letra de cambio (Art. 779 del Código de Comercio)

En esta el Comedor declara haber recibido real y materialmente las mercancías y/o servicios descritos en este título-Valor

Número Resolución: 160000063560 aprobado en 2008/08/27 por el presidente desde el número 00000000001 hasta 00010000000

ORIGINAL

NIT : 900.237.014 -6  
FACTURA DE VENTA

0000006729

SERTEC S.A.  
CALLE 16 BIS # 17 -21  
Tel: 3359903 3337687 Regimen Común  
Señores : ALIANZA AGROINDUSTRIAL DE RI 900.144.462-2  
Dirección : UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA/DIVISION FINANCIERA  
Ciudad : PEREIRA Tel: 3137300 460  
Fecha : 2010/07/28 Cc: 0001-0001  
Revisión : Vendedor: 0009/  
Vencimiento : 2010/08/28

Código	Zona	Descripción	Referencia	Un.	Cant.	Uv.	Unitario	Uv.	Total
030002000341-0001	ESPATULA	PARA HAMBURGUESA WTBH-4HP		UN	16	1.00	11,111.20		11,111.00
030002000400-0001	LINDAZORA	OMNIBUS THT-747		UN	16	1.00	767,241.37		767,241.00
030002000092-0001	BALANZA	DE MESA KITCHEN SC		UN	16	1.00	24,903.44		24,903.00
030002000603-0001	TUBERA	VICTORINIX 7.6343 P		UN	16	1.00	120,689.65		120,690.00
030002000651-0001	PLATO	10.5" SIRIO L048 L048		UN	16	36.00	23,772.41		855,807.00
030002000664-0001	POCILLO	220 CC. Y PLATO SI 3757		UN	16	36.00	9,713.79		356,897.00
030002000651-0001	EXPURRIDOR	DE LIMON LS-3 LS-3		UN	16	1.00	15,889.79		15,889.00
030002000494-0001	MACHACADOR	DE AJO GRIP PRO		UN	16	1.00	38,242.06		38,242.00
030002000699-0001	CUCHILLO	SAPON VICTORINIX 5.4203.36		UN	16	1.00	121,551.72		121,552.00
030002000117-0001	TERMOSELLADORA	TORREY T550 T550		UN	16	1.00	463,448.27		463,448.00
030002000066-0001	TERMOSELLADORA	TORREY LE65 LE65		UN	16	1.00	301,724.13		301,724.00
030002000377-0001	HORNOS	MICROONDAS TURBO AIR		UN	16	1.00	1,183,534.48		1,183,534.00
030002000794-0001	CUCHILLO	SOLDADA DE 28 CMS R BS-11PL		UN	16	2.00	3,777.56		7,355.00
030002000167-0001	COLADOR	CHINO CS-12F CS-12F		UN	16	1.00	132,666.37		132,666.00
030002000793-0001	COLLA	CON TAPA BAWA 36x11 O DTB 36x11		UN	16	1.00	150,000.00		150,000.00
030002000119-0001	BOML	PROFESIONAL 4.7 LYS D MBF-05		UN	16	1.00	14,655.17		14,655.00
030002000794-0001	BOML	PROFESIONAL 2.8 LITRO MBF-05		UN	16	1.00	19,415.79		19,416.00
030002000795-0001	BOML	PROFESIONAL 3.8 LITRO MBF-04		UN	16	1.00	13,355.17		13,355.00
							16,254.31		16,254.00
									8,528,993.00

Total Bruto

Cantidad de Dólares: 001

002-VENTAS A CREDITO F-001-0000006729-001 Vence el : 2010/08/28 Por : 9,893,987.00

GRACIAS POR SU COMPRA

IVA 16.00 1,364,634.00

## Anexos 15 Plan de Ventas en Unidades

MES	% PATICIPACION AÑO	CONSUMO AÑO 1				
		ALM BUFFET	LMUERZOS EJE	REFRIGERIOS	ALM GOURMET	TOTAL
MES 1- ENERO	3%	86	720	598	94	1.498
MES 2- FEBRERO	5%	144	1.200	996	156	2.496
MES 3- MARZO	6%	173	1.440	1.195	187	2.995
MES 4- ABRIL	6%	173	1.440	1.195	187	2.995
MES 5- MAYO	9%	259	2.160	1.793	281	4.493
MES 6- JUNIO	8%	230	1.920	1.594	250	3.994
MES 7- JULIO	8%	230	1.920	1.594	250	3.994
MES 8- AGOSTO	12%	346	2.880	2.390	374	5.990
MES 9- SEPTIEMBRE	10%	288	2.400	1.992	312	4.992
MES 10- OCTUBRE	9%	259	2.160	1.793	281	4.493
MES 11- NOVIEMBRE	10%	288	2.400	1.992	312	4.992
MES 12- DICIEMBRE	14%	403	3.360	2.789	437	6.989
						-
TOTAL VENTAS UNIDAD	100%	2.880	24.000	19.920	3.120	49.920
PROMEDIO MENSUAL		240	2.000	1.660	260	4.160