

Fundación Universitaria
SAN MATEO

TÉCNOLOGICO PROFESIONAL EN
PROCESOS GASTRONÓMICOS Y DE
BEBIDAS



Fundación Universitaria
SAN MATEO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y AFINES

GASTRONOMÍA

proyecto de grado

KOKORONOUCHI GASTRO BAR

Estudiantes

LINA MARCELA MOYA JIMENEZ

Docente

FUNDACIÓN PARA LA EDUCACIÓN SUPERIOR SAN MATEO

FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y AFINES

PROGRAMA DE GASTRONOMÍA

BOGOTA D.C.

2020

NOTA DE SALVEDAD DE RESPONSABILIDAD INSTITUCIONAL

“La Fundación Universitaria San Mateo NO se hace responsable de los conceptos emitidos en el presente documento, el departamento de investigaciones velará por el rigor metodológico de la investigación”.

Contenido

INTRODUCCIÓN	13
CAPITULO I	14
DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	14
CAPITULO II	18
MARCO TEÓRICO	18
ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	24
BASES TEÓRICAS O FUNDAMENTOS CONCEPTUALES	25
BASES LEGALES DE LA INVESTIGACIÓN	27
CAPITULO III	29
DISEÑO METODOLÓGICO	29
TIPO DE INVESTIGACIÓN	30
POBLACIÓN	30
TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	30
CAPITULO III	31
RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	31
CAPÍTULO V.	41
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	41
.	41
BIBLIOGRAFÍA	42

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

DEDICATORIA

Por medio del presente proyecto quiero agradecer a mis padres, quienes me apoyan económicamente para brindarme un proceso de aprendizaje en la institución.

AGRADECIMIENTOS

Un gran agradecimiento a los docentes de la institución FUNDACION UNIVERSITARIA SAN MATEO por su colaboración en cada uno de los pasos que dieron como resultado este bonito trabajo, quienes con su apoyo constante y dedicación, nos abrieron la puerta a un nuevo mundo de la gastronomía, por enseñarnos a comportarnos como profesionales dentro y fuera de nuestras áreas, por escucharnos y aconsejarnos cuando fue necesario y tener mano dura en los momentos requeridos y finalmente por ese en ocasiones una voz de aliento para seguir y mejorar.

RESUMEN

La siguiente investigación busca establecer las características y la importancia que poseen los Gastrobares, determinando su localización la cual será en la localidad de chapinero en la Cra. 13 #61-47 cerca a la CALLE 64 y la AV Alberto Lleras Camargo y haciendo el manejo de las preparaciones de bebidas y alimentos las cuales se pretenden generar de manera innovadoras y teniendo en cuenta el uso de productos y preparaciones de los países, ciudades que son más resaltados y/o conocidos en la gastronomía para esto se tendrá un conocimiento previo en mixología y en cocina internacional generando que estas preparaciones sean un buen maridaje para las diferentes bebidas que se manejan en el establecimiento.

PALABRAS CLAVE:

- Mixología y cocteleria
- Gastrobar
- Cocina internacional
- Maridajes
- Tapas (porciones pequeñas de alimento)
- Cocina fusión

ABSTRACT

The following investigation seeks to establish the characteristics and importance of the Gastrobars, determining its location which will be in the town of Chapinero on Cra. 13 #61-47 near CALLE 64 and AV Alberto Lleras Camargo and managing it. of the beverage and food preparations which are intended to be generated in an innovative way and taking into account the use of products and preparations from the countries, cities that are more prominent and/or known in gastronomy, for this you will have prior knowledge in mixology and in international cuisine, discovering that these preparations are a good pairing for the different drinks that are handled in the establishment.

KEY WORDS:

- Mixology and cocktails
- gastrobar
- International kitchen
- pairing
- Tapas (small portions of food)
- fusion cuisine

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo evidencia el desarrollo sobre un plan de empresa para la creación o apertura de un restaurante. El estilo del restaurante sería el de “Gastrobar”, se trata de acercar la alta cocina a las clases más populares, sirviendo tapas de autor a precios asequibles. La forma del local es la del bar tradicional, pero sirviendo materia prima e innovación de restaurante, a un precio razonable, para lograr abrir y empezar este proyecto se debe realizar un estudio económico del mismo. Sabemos de antemano que la competencia en el sector es elevada, por ello también realizaremos estudios del entorno en el que se localiza la empresa y aquellas estrategias para colocarnos en el mercado.

Con la idea de negocio propuesta, la cual será un gastrobar ubicado en la localidad de Chapinero en la cra. 13 #61-47 cerca a la calle 64 y la av Alberto Lleras Camargo se busca mediante indagaciones y asesorías definir el concepto de gastrobar, teniendo en cuenta las características que estos establecimientos gastronómicos deben cumplir; adicionalmente se debe tener en cuenta el presupuesto para la inversión inicial y cubrir los gastos base, de igual forma los posibles gastos ocasionales no contemplados.

Con esta misma se aspira lograr la viabilidad del establecimiento en la zona de chapinero que fue la elegida para ubicar y abrir al público esta idea de negocio, el cual contará con una amplia carta con gran variedad de productos de origen nacional e internacional para esto se eligió la gastronomía Mexicana, Árabe, Japonesa y Colombiana; también mediante esta propuesta se describen las características y las normas que un gastrobar debe cumplir para poder prestar un servicio al público y que este sea de buena calidad y cumpla con las condiciones necesarias y óptimas para satisfacer las necesidades de comensal.

Finalmente se puede afirmar que esta idea de negocio se hace con el fin de incentivar la creación de oportunidades que favorezcan el ámbito gastronómico creando e innovando para así mismo poder sobresalir frente a las competencias directas e indirectas en el mercado.

CAPITULO I

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

La presente investigación busca abordar el desarrollo de un gastrobar implementando alimentos como lo serán tacos, flautas, picadillos, canastas, pitas rellenos (gyros) kibes, falfels, humus entre otros y bebidas nacionales e internacionales como los son cocteles, cervezas, licores, aguas frescas o también conocidas como limonadas, que serán clave para lograr atraer la atención de los clientes, mediante técnicas de coctelería. Se buscan identificar nuevas preparaciones que permitan el reconocimiento de los ingredientes a usar, del mismo modo por medio de la cocina fusión y la cocina internacional se pretende obtener productos de calidad que llamen a atención por sabor y presentación por medio la innovación, generando nuevos sabores que permitan jugar con las sensaciones y emociones de los comensales.

Es importante en el rol del gastrónomo establecer la relación de los ingredientes ya que en este caso serán insumos nacionales e internacionales en la preparación de productos que permitan evidenciar la cultura gastronómica a nivel mundial. adicionalmente debido a que la tecnología y los medios de comunicación avanzan, los clientes cada vez más tienen más información de los productos y servicios de los establecimientos y lo que se busca es lograr satisfacer las necesidades de los clientes.

Cabe resaltar que el establecimiento está ubicado en la localidad de chapinero un barrio muy conocido por la sociedad por los bares, restaurantes y establecimientos de comercio por ende se hizo un estudio de mercado y se analizó la competencia que existe en este lugar frente a los establecimientos de alimentos y bebidas. Después de realizar una segmentación del mercado se decide que el público objetivo de establecimiento son los estudiantes de las universidades de la zona y de otras localidades cercanas, para el gastrobar se debe tener presente que el rango de edad será entre los 21 y los 30 años de edad y la capacidad mínima de compra será de 20.000 COP y una capacidad máxima de 50.000 COP.

- **Descripción del contexto:**

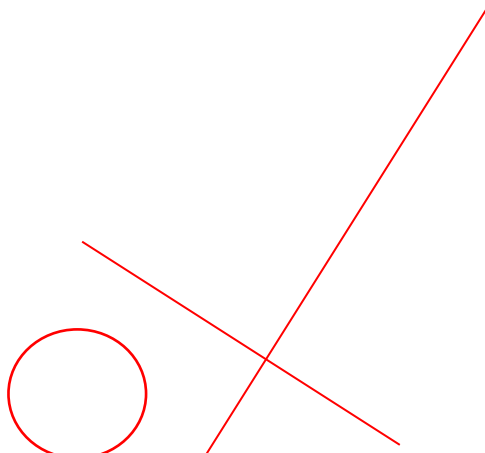
(observatorio de economía de desarrollo economico , 2019) afirma que en esta localidad de acuerdo con el observatorio de desarrollo económico en esta zona un 70% de la población está entre los estratos 4,5,6 y un 17% son del estrato 2 por otro lado los GASTROBARES. Este término de gastrobar proviene de las palabras GASTRO y BAR para “gastro” su epistemología el cual es de

origen griego y su significado es estómago y para la palabra “Bar” lugar donde se venden bebidas y alimentos procedente del inglés bar, luego este término pasó al francés con el mismo significado en el siglo XIX y luego en el año 1917 en español se define como mostrador de taberna. El concepto de gastrobar lo creó el crítico gastronómico José Carlos Capel a raíz de la crisis económica de 2008. (Reina, s.f.)

- **Descripción de la dificultad**

investigar métodos de preparación de las recetas internacionales y así mismo encontrar la manera de poderlas adaptar con los insumos que se pueden encontrar en la ciudad de Bogotá, adicionalmente hacer el estudio de mercado teniendo en cuenta la tasa de costos en cuestión de arriendo o compra del lugar donde se abrirá el establecimiento, del mismo modo de los servicios básicos (luz, agua, gas) y los servicios adicionales (servicio de internet).

MARCO GEOGRÁFICO





Esta idea de establecimiento gastronómico que será un gastrobar estará ubicada en la localidad de Chapinero en la cra. 13 #61-47 cerca a la calle 64 y la av Alberto Lleras Camargo; adicionalmente esta zona cuenta alrededor con varios hoteles, restaurantes, centros comerciales, zonas de esparcimiento social como parques o plazas centrales y universidades.

JUSTIFICACIÓN

La idea de negocio propuesta busca mediante una indagación y asesoría definir que es un gastrobar, sus características y como se puede aplicar la oferta gastronómica de bebidas alcohólicas, no alcohólicas innovadoras, tapas de autor y preparaciones de la cocina fusión respetando y reconociendo la gran variedad de productos nacionales e internacionales. Con esta misma se busca adquirir más saberes sobre la coctelería y cocina internacional y cómo se pueden crear diferentes productos innovadores y creativos teniendo en cuenta las propiedades que contiene cada uno de estos productos a usar; teniendo en cuenta que dentro de la propuesta valor del establecimiento está el aprovechamiento de la materia prima.

(EN LA COCINA MAGAZINE, 2019) afirma que “la optimización de los recursos es una estrategia para reducir los costos y aumentar los beneficios del establecimiento, además de esto es una gran ayuda para reducir las pérdidas debido a las malas decisiones que se pueden generar al momento de la compra de la materia prima o el almacenamiento inadecuado”, por otro lado, para que se manejen los insumos de la mejor manera debe existir un buen jefe de cocina o chef quien es el encargado de optimizar los procesos, pero así mismo llevar un control idóneo de la materia prima almacenada y la que se va a adquirir.

Para que se logre generar el aprovechamiento de materias primas se debe implementar desde el chef hacia todo el grupo de trabajo, siendo un gastrobar el establecimiento planteado se debe implementar una idea de servicio de calidad donde el equipo de trabajo de servicio al cliente sea amable y respetuoso siempre con el cliente, los de cocina deben ser creativos y del mismo modo se requiere que manejen de la mejor manera cada uno de los ingredientes para que de esta manera siempre el alimento sea inocuo para el comensal (Reina, s.f.) nos dice “Un gastrobar es un establecimiento que ofrece pinchos y tapas elaborados con materia prima de primera calidad, el objetivo de un gastrobar es acercar la cocina de autor a la gente con menos poder adquisitivo, ofreciendo platos de alta cocina a precios económicos. Estos establecimientos se caracterizan por tener las últimas tendencias en decoración de bares, una carta de bebidas de calidad, un servicio muy rápido y todo esto a unos precios muy asequibles”.

Se puede tomar como referencia a (El espectador, 2022) describe “Nancy Rodríguez es el artífice de una idea de negocio gastronómico que nació en pandemia y que hoy ya ocupa un lugar importante en el mercado bogotano. Su emprendimiento se materializó cuando decidió convertir un antiguo y abandonado colegio en el restaurante de sus sueños: El Martelo, un lugar inspirado en la

cocina italiana”.

FORMULACIÓN DE LA PREGUNTA PROBLEMA

¿Cómo generar una nueva oferta de carta de bebidas y alimentos que permitan el reconocimiento de los ingredientes internacionales y nacionales en un gastrobar ubicado en la zona de Chapinero en la cra 13 #61-47 cerca a la calle 64 y la av Alberto Lleras Camargo?

OBJETIVOS

Objetivo General

Diseñar un gastrobar en la localidad de chapinero en la cra. 13 #61-47 cerca a la calle 64 y la av Alberto Lleras Camargo el cual contara con una carta de bebidas y tapas que posean gran variedad de productos innovadores y creativos con base en la cocina internacional y nacional eligiendo la gastronomía mexicana, árabe, japonesa y colombiana, implementando alimentos como lo serán tacos, flautas, picadillos, canastas, pitas rellenos (gyros) kibes, falfels, humus entre otro y bebidas nacionales e internacionales como los son cocteles, cervezas, licores, aguas frescas o limonadas también conocidas

Objetivos Específicos

- Seleccionar los ingredientes a usar y definir su origen
- Identificar el mercado objetivo y la ubicación del establecimiento
- Definir que es un gastrobar y que características tiene

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El establecimiento estará ubicado en el barrio chapinero cra. 13 #61-47 cerca a la calle 64 y la av Alberto Lleras Camargo de la ciudad de Bogotá teniendo en cuenta que es una zona con un alto flujo de tránsito peatonal entre estos se pueden encontrar estudiantes, turistas, residentes de la zona, y empleados de zonas aledañas a la localidad; por otro lado, cabe resaltar que en esta zona de acuerdo con el observatorio de desarrollo económico en esta zona un 70% de la población está entre los estratos 4,5,6 y un 17% son del estrato 2 (ramirez, 2019). Además de esta información se debe tener en cuenta que la población que deja una mayor rentabilidad en los establecimientos de esta localidad son los estudiantes de las universidades de la zona y de otras localidades cercanas, para el gastrobar que se pretende ubicará allí se debe tener presente que el rango de edad será entre los 21 y los 30 años de edad y la capacidad mínima de compra será de 20.000 COP y una capacidad máxima de 50.000 COP.

En esta zona existe una gran variedad de restaurantes, gastrobares y otros establecimientos que ofrecen alimentos y bebidas, se hace un debido análisis de 4 lugares elegidos por calificación web y se puede evidenciar que los costos son elevados para la zona en la que se encuentran; por tal motivo el establecimiento busca realizar una oferta donde su carta cuenta con una amplia variedad de productos implementando una deconstrucción , tapas (pequeños bocados de alimento) de algunos platos internacionales y nacionales, bebidas como cocteles, mocteles, cervezas de marcas reconocidas, sodas, limonadas, entre otras. Esta oferta gastronómica planteada busca implementar el aprovechamiento de materias primas generando que la propuesta sea un producto de buena calidad, pero a su vez se asequible para el comensal; de este modo la disminución de residuos alimentarios ayudará en diferentes factores entre estos al ecosistema (planeta tierra), también será usado para la customización de los alimentos, originando sabores nuevos o productos que se convertirán en nuevos ingredientes esto abriendo un amplio camino a la innovación gastronómica.

Finalmente, la zona donde el establecimiento será ubicado es una zona catalogada como AA A-AA debido a que es un sitio de reconocimiento por la sociedad, tiene un acceso fácil por las diferentes avenidas que tiene a su alrededor, además de esto tiene una zona comercial con alto flujo y tránsito peatonal.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

¿Cuál es el origen del gastrobar?

El concepto “gastrobar”, que muchos expertos en la materia asocian al periodista gastronómico Carlos Capel, hunde sus raíces en la tradición británica del “gastropub”: locales que mezclan gastronomía y el carácter propio de los pubs británicos para acercar una comida más elaborada, una estética más cuidada y un ambiente más relajado a las clases populares.

De esta forma, suele señalarse a la crisis financiera del 2008 como circunstancia decisiva en el impulso de este tipo de locales en España. De esta manera, muchos cocineros profesionales decidieron acercar la alta cocina a todo tipo de personas rebajando el precio de los platos para ampliar el público potencial. De hecho, el periodista Carlos Capel señala que populares chefs con estrella Michelin comenzaron a abrir este tipo de locales para definir una “segunda marca” más popular y económica con la que complementar la oferta tradicional.

Actualmente, el concepto se ha extendido mucho y la palabra “gastrobar” no se asocia necesariamente a cocineros famosos. Hoy en día hace referencia a locales en los que se busca ofrecer una comida de estética cuidada y que aporta matices originales a platos tradicionales.

¿Qué es un gastro bar?

Un gastrobar es un bar-restaurant que busca acercar la alta cocina a todo tipo de personas, independientemente de sus conocimientos culinarios o sus experiencias previas en restaurantes de alta gama. De esta forma, un gastrobar se caracteriza por ofrecer una cocina de autor que parte de la elaboración de tapas en un formato mucho más cuidado y profesional. Se trata, en definitiva, de aplicar las herramientas y conocimientos técnicos de la cocina moderna para crear tapas basadas en la creatividad y la originalidad.

¿Cómo funciona un gastrobar? | Principales características

La principal característica que define a un gastrobar es que ofrecen tapas y pinchos de calidad, elaborados con mucha creatividad. Aunque también existen otras características que definen a este tipo de establecimientos:

- Permiten la posibilidad de compartir la comida, ofreciendo tablas o raciones que se ponen al centro de la mesa para que coman todos los miembros del grupo.
- Dispone de una gran variedad de productos para todo tipo de comensales, vegetarianos, veganos, celíacos, etc.
- Sirven comida muy atractiva, con emplatados sorprendentes, algunos realizados utilizando técnicas de cocina molecular que entran por los ojos y que además dejan el estómago satisfecho.
- Destacan por su oferta de bebidas, especialmente la oferta de vinos y cócteles a un precio razonable.
- El diseño de un gastrobar siempre sorprende. Porque son estéticos, llamativos y modernos, además de ser totalmente diferentes a otros establecimientos del mismo estilo o de la zona.

¿Qué necesito para montar un gastrobar?

La principal diferencia entre un bar normal y un gastrobar es la oferta gastronómica. Pero de igual modo si se quiere montar un gastrobar por primera vez, como si se fuera a convertir un bar en un gastrobar, se debe tener en cuenta los siguientes puntos:

Ofrecer productos de calidad

La comida de un gastrobar destaca por su calidad y una cuidada presentación. Por eso, se debe intentar ofrecer siempre productos de temporada o de origen local o ecológico.

Además, la carta de vinos y cócteles debe acompañar a la carta de comida para ofrecer al cliente una experiencia gastronómica agradable y que sea un recuerdo positivo del cliente.

Ser creativo en la decoración

Utilizar materiales agradables para el medio ambiente para decorar, como barriles de madera, botellas viejas, cajas de fruta, objetos antiguos, etc. Incluso se puede colocar una vieja bicicleta para dar a tu gastrobar un estilo más urbano e internacional.

Siendo creativo se logrará sorprender a los clientes y decorar el gastrobar con muy poco dinero

Ofrecer distintos ambientes

Una de las cosas que más valoran las personas cuando van a un gastrobar es poder elegir estar en diferentes ambientes según la situación.

Y para conseguir esto, puedes ofrecer diferentes zonas de comida como:

- Mesas bajas con un estilo más formal.
- Mesas altas con taburetes y un estilo más desenfadado.
- En la barra donde puedan comer de pie mientras charlan con sus amigos.

Los clientes deben estar tan cómodos en una mesa como en la barra. Por esto se debe escoger un mobiliario especialmente diseñado para ser acogedor, que permita la adecuada acomodación a grupos de distintos tamaños y que facilite el flujo constante de clientes.

Disponer de un servicio rápido y atento

Los gastrobares se caracterizan por ofrecer un servicio rápido y amable.

El objetivo es que los clientes prueben distintos platos, por lo que no es necesario mantener esperando entre plato y plato a los comensales durante mucho tiempo. La rapidez en el servicio es fundamental tanto para una buena experiencia de los clientes como para un adecuado flujo de caja.

Tener flexibilidad en los horarios

La flexibilidad de horarios es fundamental para tener un gastrobar más rentable.

Y además es un atractivo añadido para los clientes, ya que estos pueden acudir en distintas ocasiones o momentos del día, según sus preferencias.

Para la realización de este proyecto se hace una investigación de este tema gastronómico enfocado en un establecimiento que será un gastrobar con el motivo de encontrar estudios que ya se hayan realizado anteriormente que nos ayuden a tener mejor conocimiento sobre la misma.

El mundo de la gastronomía es un mundo difícil en que hay que esta continuamente innovando y creando para traer a un público cada vez más exigente y con mayores conocimientos, además de esto en la gastronomía existe una amplia variedad de establecimientos donde se incluyen alimentos y bebidas entre estos se encuentra los GASTROBARES. Este término de gastrobar proviene de las palabras GASTRO y BAR para “gastro” su epistemología el cual es de origen griego y su significado es estómago y para la palabra “Bar” lugar donde se venden bebidas y alimentos procedente del inglés bar, luego este término pasó al francés con el mismo significado en el siglo XIX y luego en el año 1917 en español se define como mostrador de taberna. El concepto de gastrobar lo creó el crítico gastronómico José Carlos Capel a raíz de la crisis económica de 2008.

El concepto de gastrobar puede ser confuso por no saber exactamente a que tipo de restaurante se refiere, pero como su nombre lo dice está relacionado con la gastronomía y el bar por lo cual todo restaurante de este tipo debe tener una oferta clara de bebidas y alimentos, ubicación estratégica, alta calidad del servicio y de sus productos, donde se pueda gozar de un buen ambiente; este tipo de establecimientos se crearon para hacer la cocina de autor más accesible sin dejar de lado la calidad de los productos.

INTERNACIONAL: Estudio de las características de un establecimiento de alimentos y bebidas tipo Gastrobar (Balmeli Linares, 2021)

Balmelli Linares, Fátima Ilana Del Águila de La Torre Ugarte, Luciana Claudia

Carrera de Hotelería y Administración, Facultad de Administración en Hotelería y Turismo, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas

En el presente trabajo se habla sobre la gastronomía y sus cambios ya adaptaciones a través de los años, dentro de estos cambios y adaptaciones surgió un nuevo concepto de gastrobar que con el pasar del tiempo tomó mucha popularidad sobre todo en Europa, donde el término es utilizado con mayor frecuencia y sobre todo donde el concepto está más desarrollado, contando con propuestas reconocidas por los consumidores. El gastrobar acerca la alta gastronomía a todo tipo de cliente, permitiendo que sea más accesible a todo público y ofreciendo una cocina

moderna, creativa e original. Sin embargo, el término gastrobar no ha sido plenamente definido pese a que este tipo de negocio ya está siendo implementado en diferentes partes del mundo.

NACIONAL E INTERNACIONAL: La barra edición 115 pag 13 y 15

Editor Eduardo Montoya

En la revista la barra habla sobre la mixología y cómo utilizando esta se pueden crear cócteles y que esto pueda ser un sello personal, también hablan sobre cómo los clientes de hoy en día saben un poco más del tema y así mismo son un poco más exigentes en el artículo nombran un bar llamado LA HUERTA BAR que para el año 2018 había sido ganador por tercera vez al mejor bar del año el dueño de este lugar resalta la excelencia de su establecimiento debió a que se han dedicado a viajar en la regiones de Colombia y manejar productos autóctonos de cada una y tener una carta de autor con ayuda de un mixólogo profesional.

INTERNACIONAL: ART & FOOD. IMAGEN CORPORATIVA DE UN GASTROBAR. (Miriam pastor ancio, 2014.2015)

Facultat de Belles Arts de San Carles Grado en Bellas Artes Curso 2014-2015

En este trabajo muestran se realizan un análisis, concepción y desarrollo de la imagen de un gastrobar. Este proyecto se centra en el diseño gráfico, pero forma parte de un proyecto coordinado con la diseñadora de interiores encargada del diseño del local, gente especializada en sala quienes irán al frente de la cocina y Sandra Mascarell encargada jefe de aspectos relacionados con Marketing. Como es lógico la investigación previa requiere documentación sobre el mundo de la cocina, para lo que resulta importante mi experiencia como cocinera titulada.¹ Los elementos que se van a realizar, sobre todo el logotipo y su desarrollo (cartas, menús, Web, fotografía de tapas...) Tienen como punto de partida el estudio del mercado y los clientes potenciales, observando el camino que está tomando este sector de la gastronomía en relación con usuarios jóvenes.

INTERNACIONAL: (Reina, sf) ¿Qué es un gastrobar? Características, decoración, ideas y mucho más.

En este artículo se habla sobre el concepto de gastrobar y sus caracterizas, señalando que concepto de gastrobar es uno de los modelos de negocio que más ha triunfado en el sector de la

restauración en los últimos años y este éxito se debe a que disponen de una oferta de tapas muy creativa, mezclada con una cuidada decoración vintage con toques modernos, además de esto hablan más a fondo sobre el tema de cómo funciona un gastrobar, que se necesita para montar un gastrobar entre este ítem nombran los productos de calidad, ser creativo en platos y decoración, ofrecer distintos ambientes, disponer de un servicio rápido, de calidad y atento y flexibilidad de horarios, por último nombran algunos gastrobares de España que resaltan mucho por su productos, servicio, atención y diseños innovadores.

INTERNACIONAL: (Ostelea, S,F) Todo lo que tiene que saber sobre las tapas y el tapeo

En este artículo hablan sobre la historia y origen sobre las tapas frente a esto dicen que se remonta en la edad media durante una visita a Cádiz donde los reyes católicos pararon a medio camino a reponer fuerzas en las islas de León el establecimiento donde se encontraba estaba lleno de moscas por este motivo pidió al tabernero que le sirviera una loncha de encurtido para tapas la copa de vino; adicionalmente describen que una tapa es una especialidad culinaria muy propia de la gastronomía española que trata de un pequeño aperitivo que se suele acompañar de una bebida y sirve para abrir el apetito de los comensales, el consumo de estos aperitivos se ha extendido muchísimo y se suelen ver con frecuencia en bares y restaurantes. En España se organizan diferentes rutas en busca de las mejores tapas de la ciudad es lo que comúnmente se conoce como “ir de tapeo”.

NACIONAL Y LOCAL: (tiempo, 2 julio 2008) ay, dame las tapas

En el artículo publicado en el periódico el tiempo hablan sobre la tradición de las tapas en España y sobre cómo se ha ido implementado esta costumbre en otros países como Colombia un país donde los ciudadanos están acostumbrados a tres comidas, han empezado a cambiar y lo están haciendo desde el ejercicio de las tapas dice el chef del restaurante LATASCA DE SEVILLA en Bogotá; tapear también se trata de pedir un plato grande y que todos piquen de este para luego pedir el siguiente. Además de esto nombren un nuevo establecimiento en Bogotá que es un bar de tapas el cual su dueño es un chef español que ofrece desde las más clásicas hasta las más osadas propuestas, como espuma de gazpacho verde de espárragos con huevas de salmón y chicharrón de jamón serrano, o fusiones como langostinos con hinojo y sal, tomate natural, puntas de espárrago, rúgula y croutons con hinojo, salsa de tomate, limón, aguardiente y ají verde y rojo.

NACIONAL Y LOCAL: (LA TAPERIA , s.f.) La taperia

Esta publicación habla sobre un restaurante situado en la ciudad de Bogotá el cual es perfecto para compartir con amigos o familia donde se sirven tapas frías o calientes y tragos, aunque además de esto sirven estofados y postres. Este establecimiento nace en el 2009 como la consolidación de la experiencia y el recorrido durante más de 15 años de uno de los socios quien inició abriendo en el 2005 un restaurante de tapas a la casa y posteriormente otro llamado tapas macarena y fue en 2021 donde se reinventa y nace la taperia inspirado en tapas contemporáneas e internacionales y una amplia propuesta de bebidas importadas con un ambiente cálido, cultural.

BASES TEÓRICAS O FUNDAMENTOS CONCEPTUALES

Se elaborará una encuesta a estudiantes de las diferentes universidades de la localidad de Chapinero y otras universidades para así recolectar datos que nos ayuden a la solución del problema.

Encuesta realiza en el año 2022 <https://forms.gle/2oWtW29HEG1arbJc6>

MACERACIÓN: (LARPUSSECOCINA, s.f.) afirma “Remojar, durante un tiempo determinado, alimentos crudos, secos o confitados, hierbas o especias, en un líquido (aguardiente, licor, aceite, mezcla agrídulce, jarabe, vino, vinagre) para conservarlos o para que se impregnen de su perfume. La maceración se realiza sobre todo con las frutas. Cuando se ponen a macerar frutas en un aguardiente más o menos diluido o en azúcar, éste penetra en la pulpa, que a su vez le cede una parte de su agua natural y de sus principios aromáticos y sápidos. La maceración se practica en culinaria, en pastelería y, más recientemente, en la preparación de algunos cócteles”

BITTERS: (P., s.f.) cuenta “Es de origen alemán y se utiliza para denominar una bebida alcohólica de fuerte carácter aromático, elaborada a partir de hierbas y de un sabor amargo. Mucha gente lo llama simplemente bíter y se traduce al español precisamente como amargo”

COCTELERIA TIKI: (cocteleria, 2018) “se conoce como coctelería tiki a aquella que le da a las bebidas, a base de ron, un toque polinesio o como algunos lo conocen, con un matiz hawaiano. El característico de la coctelería tiki no solo es la decoración tropical, sino la múltiple combinación de sabores frutales en una bebida. A esto hay que sumarle el buen ambiente que casi todos los bares, que la ofrecen, ponen a su clientela, dicho de una forma sencilla, la coctelería tiki junta lo mejor de las bebidas a base de ron y les da un estilo polinesio”.

SHRUB: (Yalour, s.f.) “Es un endulzante, más específicamente un almíbar ácido que se hace con fruta (en algunos casos verdura), azúcar y vinagre”.

MIXOLOGÍA: (Emcebar, s.f.) “Es otro término para referirse a la mezcla de bebidas o coctelería (bartending) y el mixologo es para referirse al bartender o al chef de bar. La mixología es generalmente aceptada como un término más refinado y un estudio más profundo del arte de mezclar bebidas, el mixologista se concentra en el producto en cambio el bartender en el cliente”

CÓCTEL: (LARPUSSECOCHINA, s.f.) define “Mezcla de una bebida alcohólica con distintos elementos (licor, jugos de frutas, jarabe, aromatizantes) en proporciones variables. Existen también recetas de base que se adaptan a la bebida alcohólica elegida. También pueden prepararse cócteles sin alcohol, en los que se mezclan jugos de frutas y verduras. Los cócteles nacieron en Estados Unidos hacia finales del siglo XIX, cuando comenzaron a embotellar licores y aguardientes de calidad. Los barmen, especialistas en el arte del cóctel, comenzaron a bautizar sus creaciones con nombres que se han convertido en clásicos”.

COCTELERÍA: (INSTITUTO MEXICANO DE GASTRONOMIA, s.f.) “Es el estudio de la relación entre las bebidas, frutas, hierbas, helados y cualquier otro ingrediente comestible que pueda ser transformado en líquido a través de distintos métodos de preparación”.

GASTRONÓMICO: (CORBUSÉ, s.f.) “La gastronomía es el estudio del nexo que tienen los seres humanos con su alimentación en relación a su medio ambiente o entorno. Su nombre proviene del griego “gastros”, que significa “estómago o vientre” y “nomos” que significa “ley”.

SIDRA: (Boletín Agrario, s.f.) Es una bebida alcohólica de baja graduación (desde menos de 3% Vol. En el caso de la sidra francesa llamada cidre doux, una sidra dulce, hasta un máximo de 8% Vol.) fabricada con el zumo fermentado de la manzana.

COCTELERÍA TIKI: (Coctelería, 2018) “Se conoce como coctelería tiki a aquella que le da a las bebidas, a base de ron, un toque polinesio. O como algunos lo conocen, con un matiz hawaiano. El característico de la coctelería tiki no solo es la decoración tropical, sino la múltiple combinación de sabores frutales en una bebida. A esto hay que sumarle el buen ambiente que casi todos los bares, que la ofrecen, ponen a su clientela de una forma sencilla, la coctelería tiki junta lo mejor de las bebidas a base de ron y les da un estilo polinesio”.

BASES LEGALES DE LA INVESTIGACIÓN

Para la realización de este proyecto como gastrónomos es muy importante tener en cuenta lo siguiente: BPM, desinfección y limpieza, volumen de alcohol en bebidas, ya que es de suma

importancia la inocuidad de los productos que se van a utilizar. Para eso se investigó las leyes de Invima las cuales aclaran:

Para la realización de este proyecto como gastrónomos es muy importante tener en cuenta lo siguiente: BPM, desinfección y limpieza, volumen de alcohol en bebidas, ya que es de suma importancia la inocuidad de los productos que se van a utilizar. Para eso se investigó las leyes de Invima las cuales aclaran:

RESOLUCIÓN 2674 DE 2013, capítulo I, artículo 1. Esta resolución tiene por objeto establecer los requisitos sanitarios que deben cumplir las personas naturales y/o jurídicas que ejercen actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos y materias primas de alimentos.

RESOLUCIÓN 2674 DE 2013, capítulo I, artículo 2. El ámbito de aplicación la presente resolución se aplicara a Las personas naturales y/o jurídicas dedicadas a todas o alguna de las siguientes actividades: fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución, importación, exportación y comercialización de alimentos, personas que manipulen alimentos ya exporten, importen y comercialicen materias primas e insumos sea que fabriquen, envasen, procesen y autoridades sanitarias de inspección, vigilancia y control que ejercen sobre estos procesos.

RESOLUCIÓN 2674 DE 2013, capítulo I, artículo 3. Ambiente el cual define cualquier área interna o externa delimitada físicamente que forma parte del establecimiento destinado a la fabricación, al procesamiento, a la preparación, al envase, almacenamiento y expendio de alimentos.

RESOLUCIÓN 2674 DE 2013, capítulo II, artículo 5 Buenas prácticas de manufactura. Las actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos se ajustan a los principios de las Buenas Prácticas de Manufactura contempladas en la presente resolución. Condiciones básicas de higiene en la fabricación de alimentos.

RESOLUCIÓN 2674 DE 2013, capítulo IV, artículo 18. Requisitos higiénicos de fabricación, Todo el proceso de fabricación del alimento, incluyendo las operaciones de envasado

y almacenamiento, deben realizarse en óptimas condiciones sanitarias, de limpieza y conservación y con los controles necesarios para reducir el crecimiento de microorganismos y evitar la contaminación del alimento.

RESOLUCIÓN 2674 DE 2013, capítulo VI, artículo 26. Plan de saneamiento el cual habla de toda persona natural o jurídica propietaria del establecimiento que fabrique, procese, envase, almacene o expendan alimentos y sus materias primas debe implantar y desarrollar un Plan de Saneamiento con objetivos claramente definidos y con los procedimientos requeridos para disminuir los riesgos de contaminación de los alimentos. Limpieza y desinfección. Los procedimientos de limpieza y desinfección deben satisfacer las necesidades particulares del proceso y del producto de que se trate. Cada establecimiento debe tener por escrito todos los procedimientos, incluyendo los agentes y sustancias utilizadas, así como las concentraciones o formas de uso, tiempos de contacto y los equipos e implementos requeridos para efectuar las operaciones y periodicidad de limpieza y desinfección.

DECRETO 1686 DE 2012 Bebidas alcohólicas incoloras, con una graduación entre 38 y 54 grados alcoholimétricos, obtenidas por destilación de zumos de caña de azúcar o sus derivados, incluidas también las mezclas que hayan sido sometidas a fermentación alcohólica.

Decreto 119 de 2022: Determina que, el expendio y/o consumo de licores y/o bebidas alcohólicas y/o embriagantes en establecimientos de comercio aledaños a centros educativos universitarios localizados en un perímetro circundante de doscientos (200) metros, entre la calle 1a y la calle 82 y entre la avenida circunvalar y la carrera 17, no podrá llevarse a cabo en el horario comprendido entre las cinco de la mañana (5:00 a.m.) y las tres de la tarde (3:00 p.m.) del mismo día, de lunes a sábado.

CAPITULO III

DISEÑO METODOLÓGICO

Para el trabajo propuesto del gastrobar en la localidad de chapinero en la cra. 13 #61-47 cerca a la calle 64 y la av Alberto Lleras Camargo se realizaron encuestas y entrevistas para lograr determinar el cliente potencial, la localización y los costos de los productos.

Tipo de investigación

Esta investigación realizada es de tipo aplicada ya que en esta propuesta que se ejecuto de un gastrobar se hacen una clase de estudios e indagaciones con conocimiento previo en el tema y así mismo esta permitirá adquirir nuevos saberes en ámbitos como emprendimientos gastronómicos, bases legales vigentes para estos establecimientos de AYB, conocimientos base de todo lo económico para lograr llevar una administración.

Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Por medio de encuestas y entrevistas se logra recopilar información sobre el rango de edad promedio sobre los estudiantes de las universidades de la localidad de Chapinero, también se logra evidenciar que les es llamativo la idea de un gastrobar con la implementación de un menú no convencional.

Por otro lado, se logra evidenciar por medio de indagaciones en páginas web los costos de arriendo o ventas de sitios para adecuar establecimientos gastronómicos.

TIPO DE INVESTIGACIÓN

El propósito de esta investigación busca de manera aplicada en áreas de la coctelería, mixología y cocina ya que se quieren desarrollar productos poco indagados y rescatar dichas materias primas nacionales e internacionales con el fin de darles el reconocimiento respectivo

POBLACIÓN

La población a la que va dirigida este proyecto es a los estudiantes de la zona universitaria de chapinero que estén en el rango de los 21 a los 30 años

TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Durante el proceso de solución del problema se realizarán encuestas, entrevistas e investigaciones para la recolección de datos e información para poder dar respuesta algunos parámetros de este proyecto.

Encuesta realiza en el año 2022 <https://forms.gle/2oWtW29HEG1arbJc6>

CAPITULO III

DISEÑO DE LA PROPUESTA

Para el diseño general del establecimiento se quiere ofrecer un servicio de calidad teniendo un protocolo de atención al cliente donde este sea siempre idóneo para lograr atender y suplir las necesidades de los comensales teniendo en cuenta la amabilidad y el respeto, por otro lado en la infraestructura y decoración del lugar se pretende usar un estilo ecológico y que brinde tranquilidad por medio de los colores a usar dentro y fuera de este, adicionalmente se pretende que sea un lugar con buena iluminación y del mismo modo que los clientes se sientan siempre cómodos en el lugar durante el tiempo que deseen estar allí.

Por otro lado, para la distribución de las mesas y del espacio del establecimiento, se acomodarán alrededor de 24 mesas contando que estarán variadas para dos y cuatro personas, con sofa o mezclado entre sofa y silla, además de esto también se tendrán 3 barras para la distribución de los clientes donde la barra principal está conectada al bar; cabe resaltar que las 24 mesas están distribuidas de manera interna y externa en el establecimiento para los diferentes gustos de los clientes. El establecimiento contará con un baño para hombres y uno para mujeres adicionalmente la ambientación del lugar será ecológica donde su principal característica es de plantas de diferentes tipos haciendo una armonía con los colores de la fachada y de las paredes donde se busquen que sean tonos claros y a su vez un estilo rústico y natural. En el menú estará compuesto por: Entradas, platos fuertes y bebidas

Entradas (13.000 – 18.000 COP)

Empanadas con ají de panela, canastas de chicharrón BBQ, chicharrones con arepa y hogao o guacamoles, quesadillas para compartir, nachos con queso, jalapeños y guacamole, tacos al pastor para compartir, flutas, gyosas, tabla de sushi para compartir, kybes con salsa, humus con acompañamientos al gusto, hojas de parra.

Fuertes (25.000 – 30.000 COP)

Sopa de tortillas, tortas mexicanas, quesadillas de nopal, ramen, pan pita relleno, kebab, tabule, calabacines árabes rellenos, mole poblano, pozole rojo, chiles en nogada, enchiladas, mini mixto árabe especial, ajiaco santafereño, carne a la perra con arepas de yuca, papas rellenas de espinaca, deconstrucción de bandeja paisa, hamburguesa de plátano y carne desmechada, tiradito de merluza, ceviche de pargo, hamburguesa acevichada, sushi, nigiris, tatakí de atun, ensalada de pavo estilo japones, Noodles al miso con atún y espinacas.

Bebidas (10.000 – 20.000 COP)

Cerveza michelada al estilo mexicano, aguas frescas de frutas de temporada y típicas, tequila, corona mexicana, tequila, tejuino, horchata, agua de Jamaica, cerveza modelo, cerveza carta clara, smoothie de guayaba, coctel de jengibre y panela, lulada, amareto con panela, soda de maracuyá, soda de frutos rojos, coctel de lulo, coctel de uchuva, soda de coco, jugos naturales de frutas de temporada, cerveza pilsen, cerveza poker, cerveza tres cordilleras, cerveza costeñita, cerveza reds, cerveza culb Colombia, karkadé, ayran, jallab, limonada, carak chai, café arriero, carajillo, café turco, arak, cerveza Casablanca beer.

Link del menú:

https://www.canva.com/design/DAFVOc6WlkA/9dZMyRMWtem2nJABLq-UWA/view?utm_content=DAFVOc6WlkA&utm_campaign=designshare&utm_medium=link&utm_source=publishsharelink



Elaboración propia







RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

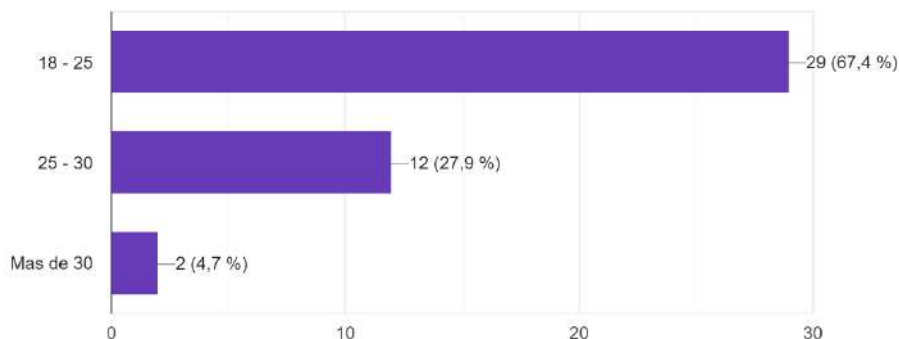
A partir del proceso investigativo por medio de unas encuestas se logra evidenciar que la propuesta de los costos de los productos del gastro bar son llamativos para los estudiantes de la localidad de chapinero y sus alrededores.

Link encuesta 2022: <https://docs.google.com/forms/d/1--XKpoIvexeh2MdNC-rwHCdl6BqfdEOWLAjylvVwcqU/prefill>

RESULTADOS ENCUESTAS

¿En que rango de edad se encuentra?

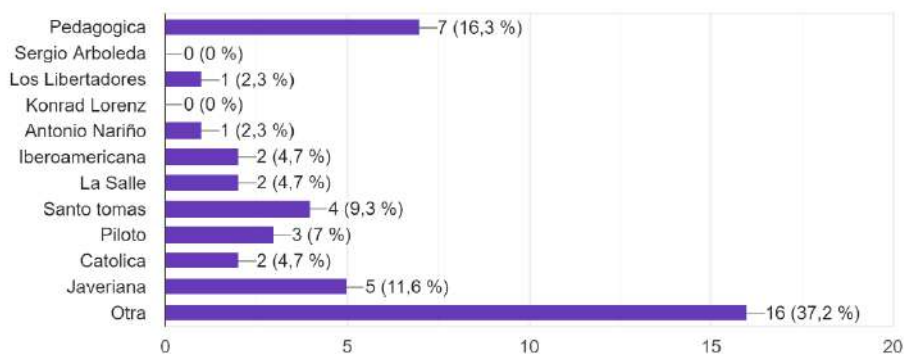
43 respuestas



Para lograr determinar con exactitud el rango promedio de los clientes potenciales se realizó la respectiva pregunta de la edad a diferentes estudiantes de las universidades de la localidad de chapinero y zonas aledañas, y se puede evidenciar que de un 100% de los encuestados un 67,4% están en el rango de edad de 18 a 25 años, un 27,9% están entre los 25 y 30 años y un 4,7% son mayores de los 30 años

¿En que universidad estudia?

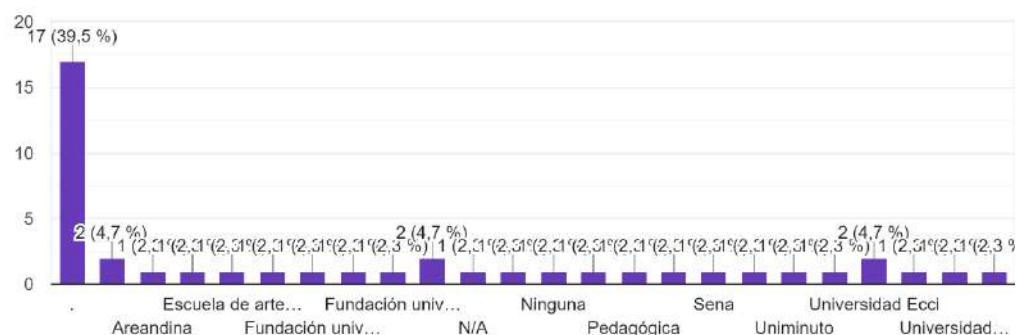
43 respuestas



Por otro lado, en esta pregunta se incluyeron universidades de la zona de chapinero más reconocidas; los resultados de esta indica que un 37,2 estudian en otras instituciones no tan reconocidas de la localidad de chapinero, un 16,3% estudia en la pedagógica, un 11,6% en la javeriana, 9,3% en la santo tomas, 7% en la piloto, en la católica, iberoamericana, la salle se tiene un 4,7% y un 2,3% en los libertadores y en la Antonio Nariño.

Si su respuesta a la pregunta anterior fue "otro" escriba a que universidad pertenece

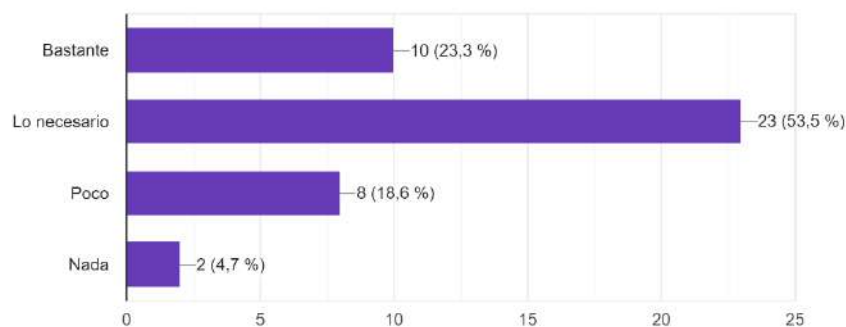
43 respuestas



En el caso de esta pregunta complementaria a la anterior se logra evidenciar que, aunque la mayoría de la población estudia en algunas de las instituciones mas reconocidas de la localidad de chapinero también existe una gran parte que estudia en zonas aledañas a la localidad o en instituciones no tan reconocidas de la zona. Los resultados de esta so: en el área andina con un 39,5, con un 2,3 para universidades como la ecci, el sena, la escuela del arte, la uniminuto y la distrital.

¿Tiene algún conocimiento de que es un gastrobar?

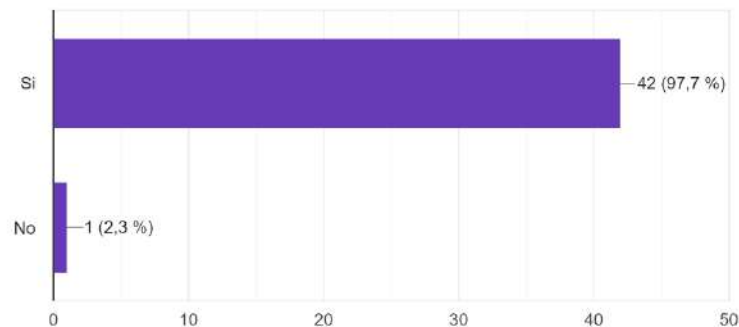
43 respuestas



Para empezar a indagar sobre el tema del gastrobar se empezó con esta pregunta fundamental para de este modo tener un promedio del conocimiento que los consumidores tienen sobre el establecimiento de gastrobar, por ende, se logra demostrar que un 53,5% tiene el conocimiento necesario de que es o como funciona un gastrobar, un 23,3% sabe bastante del tema y están completamente empapados del tema, un 8,6% sabe poco y solo un 4,7% no sabe del tema.

Le llama la atención la idea de un gastrobar con una oferta de alimentos y bebidas nacionales e internacionales

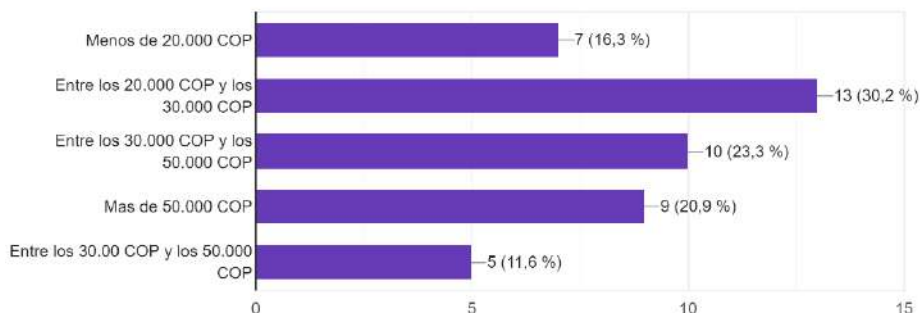
43 respuestas



Debido a que la propuesta del establecimiento tiene como ideal funcionar en la localidad de chapinero en la cra. 13 #61-47 cerca a la calle 64 y la av Alberto Lleras Camargo se indaga si a los estudiantes les llamaría la atención un gastrobar con la oferta gastronómica de productos nacionales e internacionales ya que es una zona conocida por su diversidad de bares, restaurantes, gastrobares y otros establecimientos gastronómicos que pueden presentar similitud en la oferta; por lo cual un 97,7% de los encuestados respondió que si y solo un 2,3% respondió que no le es de su interés

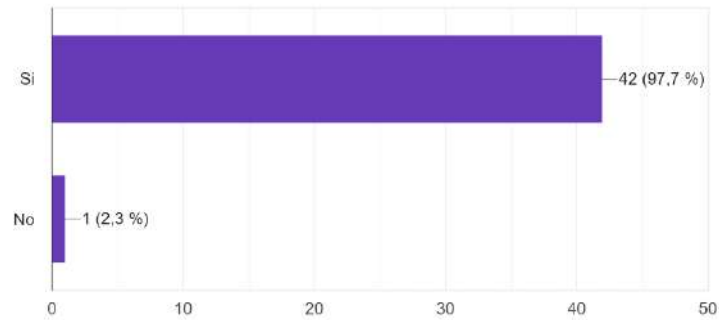
Siendo usted estudiante universitario con que capacidad de compra cuenta para ir a un establecimiento Gastronomico (alimentos y bebidas)

43 respuestas



También para lograr establecer los precios de los productos que el establecimiento ofrece se realizo un aproximado de la capacidad mínima y máxima de compra que tiene en promedio un estudiante universitario, donde un 30,2% tiene entre lo 20.000 cop y los 30.000 cop, un 33,9% entre los 30.000 y 50.000 cop, un 20,9% tiene mas de los 50.000 cop y un 16,3% tiene menos los 20.000 cop.

Asistiría usted a un gastrobar ubicado en la localidad de Chapinero
43 respuestas



Por último, para tomar la decisión de la ubicación del establecimiento respecto a la opinión de los posibles clientes se realiza la pregunta donde se desea conocer si asistirían o no al establecimiento siendo su ubicación la localidad de chapinero a lo que un 97,7% respondió que si y un 2,3% dijo que no; teniendo en cuenta estos datos se toma la respectiva decisión de la ubicación del establecimiento.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Con esta investigación se puede concluir que mediante investigaciones e indagaciones realizadas se halla gracias a los encuestados la localización adecuada del establecimiento, el promedio de los precios que se manejarán en los alimentos y bebidas que ofrecerá el establecimiento y el rango de edad de los clientes potenciales a quienes se quiere llegar con esta oferta.

Además de esto se concluye los productos y la materia prima que se desea manejar, adicionalmente se establece como será la estructura y decoración interna y externa del establecimiento y la distribución del establecimiento para la comodidad de los comensales y establecer estándares de calidad para prestar un servicio óptimo.

Referencias

- alcaldia de bogota*. (s.f.). Obtenido de <https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/listados/tematica2.jsp?subtema=20337>
- ancio, m. p.* (2014-2015). Obtenido de <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/50367/TFG.%20Miriam%20Pastor.%20Art%26Food.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- balmelli*. (31 de 12 de 2019). *repositorio academico*. Obtenido de <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/656860>
- corbuse*. (17 de 01 de 2022). Obtenido de <https://corbuse.edu.mx/blog/index.php/que-es-y-en-que-consiste-la-cocina-internacional/>
- El espectador*. (02 de 03 de 2022). Obtenido de <https://www.elespectador.com/economia/emprendimiento-y-liderazgo/ella-creo-un-gastrobar-en-fontibon-que-rompe-estereotipos-sociales/>
- essentia*. (s.f.). Obtenido de <https://www.essentiarestaurant.com/post/gastrobar-de-d%C3%B3nde-surge-esta-palabra>
- etimologias*. (s.f.). Obtenido de <http://etimologias.dechile.net/?bar>
- foodbox*. (03 de 05 de 2018). Obtenido de <https://www.foodbox.es/que-es-un-gastrobar/>
- funcion publica*. (s.f.). Obtenido de <https://www.funcionpublica.gov.co/documents/418537/604808/1962.pdf/abe38fb4-e74d-4dcc-b812-52776a9787f6>

hermida, m. (01 de 08 de 2013). *la gastronomía*. Obtenido de <https://www.lagastronomia.com/pero-que-es-un-gastrobar/>

intedya. (s.f.). Obtenido de <https://www.intedya.com/internacional/103/consultoria-buenas-practicas-de-manufactura-bpm.html>

La tapería . (s.f.). Obtenido de <http://lataperia.co/>

Moya, L. (s.f.). Obtenido de <https://forms.gle/2oWtW29HEG1arbJc6>

observatorio de economía de desarrollo económico . (28 de 10 de 2019). Obtenido de <https://observatorio.desarrolloeconomico.gov.co/dinamica-economica/la-localidad-de-chapinero-registro-la-mayor-tasa-de-ocupacion-laboral-de-la>

ostealea. (13 de 06 de 2017). Obtenido de <https://www.ostealea.com/actualidad/blog-turismo/todo-lo-que-tienes-que-saber-sobre-las-tapas-y-el-tapeo>

Reina, F. J. (s.f.). *ingenieriademenu.co*. Obtenido de <https://ingenieriademenu.com/gastrobar-caracteristicas-decoracion-ideas/>

tiempo, r. e. (02 de 06 de 2018). *el tiempo* . Obtenido de <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-4358075>

Bibliografía

- alcaldia de bogota*. (s.f.). Obtenido de <https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/listados/tematica2.jsp?subtema=20337>
- ancio, m. p.* (2014-2015). Obtenido de <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/50367/TFG.%20Miriam%20Pastor.%20Art%26Food.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- balmelli.* (31 de 12 de 2019). *repositorio academico*. Obtenido de <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/656860>
- corbuse.* (17 de 01 de 2022). Obtenido de <https://corbuse.edu.mx/blog/index.php/que-es-y-en-que-consiste-la-cocina-internacional/>
- El espectador.* (02 de 03 de 2022). Obtenido de <https://www.elespectador.com/economia/emprendimiento-y-liderazgo/ella-creo-un-gastrobar-en-fontibon-que-rompe-estereotipos-sociales/>

essentia. (s.f.). Obtenido de <https://www.essentiaestaurante.com/post/gastrobar-de-d%C3%B3nde-surge-esta-palabra>

etimologias. (s.f.). Obtenido de <http://etimologias.dechile.net/?bar>

foodbox. (03 de 05 de 2018). Obtenido de [https://www.foodbox.es/que-es-un-gastrobar/funcion publica. \(s.f.\). Obtenido de https://www.funcionpublica.gov.co/documents/418537/604808/1962.pdf/abe38fb4-e74d-4dcc-b812-52776a9787f6](https://www.foodbox.es/que-es-un-gastrobar/)

hermida, m. (01 de 08 de 2013). *la gastronomía*. Obtenido de <https://www.lagastronomia.com/pero-que-es-un-gastrobar/>

intedya. (s.f.). Obtenido de <https://www.intedya.com/internacional/103/consultoria-buenas-practicas-de-manufactura-bpm.html>

La tapería . (s.f.). Obtenido de <http://lataperia.co/>

Moya, L. (s.f.). Obtenido de <https://forms.gle/2oWtW29HEG1arbJc6>

observatorio de economía de desarrollo económico . (28 de 10 de 2019). Obtenido de <https://observatorio.desarrolloeconomico.gov.co/dinamica-economica/la-localidad-de-chapinero-registro-la-mayor-tasa-de-ocupacion-laboral-de-la>

ostelea. (13 de 06 de 2017). Obtenido de <https://www.ostelea.com/actualidad/blog-turismo/todo-lo-que-tienes-que-saber-sobre-las-tapas-y-el-tapeo>

Reina, F. J. (s.f.). *ingenieriademenú.co*. Obtenido de <https://ingenieriademenú.com/gastrobar-caracteristicas-decoracion-ideas/>

tiempo, r. e. (02 de 06 de 2018). *el tiempo* . Obtenido de <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-4358075>

