



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE SALUD PÚBLICA

ESCUELA DE GASTRONOMIA

**“PROYECTO DE PREINVERSIÓN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE
PRODUCTOS ORGANICOS EN UNA EMPRESA DE CATERING EN LA
PROVINCIA DE TUNGURAHUA, CANTÓN MOCHA 2014”**

TESIS DE GRADO

Previo a la obtención del título de:

Licenciada en Gestión Gastronómica

Regina Isabel Gavilanes Gavilanes

RIOBAMBA-ECUADOR

2014

CERTIFICADO

**La presente investigación fue revisada y autorizada su
presentación.**

.....

Ing. Silvia Tapia S.

DIRECTORA DE TESIS

CERTIFICACIÓN

Los miembros de tesis certifican que el trabajo de investigación titulado” Implementación de Productos Orgánicos en una Empresa de Catering en el Cantón Mocha Provincia de Tungurahua 2013”. De responsabilidad de la señorita Regina Isabel Gavilanes Gavilanes; ha sido revisado y se autoriza su publicación.

Ing. Silvia Tapia S.

DIRECTORA DE TESIS

Lcdo. Manuel Jaramillo B

MIEMBRO DE TESIS

Riobamba, 13 de Febrero del 2014

AGRADECIMIENTO

A la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Salud Pública. Escuela de Gastronomía por darme la oportunidad de adquirir conocimientos y ser un profesional.

A la Ing. Silvia Tapia S. Directora de Tesis, al Lcdo. Manuel Jaramillo B. Miembro de Tesis por su esfuerzo, dedicación y paciencia quienes han logrado en mí formar un profesional.

Al Licenciado Luis Eduardo Carrión por preocuparse por cada uno de sus estudiantes por brindarnos su apoyo y comprensión cuando lo necesitábamos.

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a Dios a mi abuelita Amelia que me cuida desde el cielo, al esfuerzo y sacrificio diario de mis padres Noé y Laura quienes me han enseñado a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad sin desfallecer en el intento. Me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi perseverancia, y todo ello con dosis de amor, cariño sin pedir nada a cambio para ustedes papito y mamita por siempre mi corazón y agradecimiento.

Mis hermanas Rebeca y Gardenia por estar siempre a mi lado y ayudarme en todo lo que estaba a su alcance brindarme su apoyo y darme aliento para seguir siempre adelante les llevo siempre en mi corazón.

A mi esposo Francisco por tu paciencia, y comprensión, en ocasiones preferiste sacrificar tu tiempo para que yo pudiera cumplir con el mío. Por tu bondad me inspiraste a ser mejor para ti ahora puedo decir que esta tesis lleva mucho de ti gracias por estar siempre a mi lado.

Para mi hijo Francisco mi pequeño angelito su nacimiento coincidió con la culminación de mi Tesis es lo mejor que me ha pasado en la vida y ha venido a este mundo a darme el último empujón para culminar mi carrera que es sin duda la continuación de mi vida y la satisfacción de mis anhelos.

Con mucho cariño Regina

.....

RESUMEN

Proyecto de Factibilidad con el objetivo de implementar productos orgánicos en la empresa de Catering “La Sazón de la Abuela”. Cantón Mocha, Provincia de Tungurahua; se aplicó una encuesta al universo de 378 personas con el propósito de captar demanda insatisfecha, mediante el estudio de mercado se obtuvo una aceptabilidad del 99%, en la utilización de productos orgánicos para la elaboración de platos típicos.

En el estudio técnico se determinó el tamaño de la empresa en función a la oferta y demanda de los turistas y habitantes, se realizaron recetas estándar; las estrategias de marketing permitieron conocer el tipo de producto, precio, mercado, competencia, y distribución del producto; en la gestión del talento humano se realizó fichas profesiográficas, para la selección del personal graficando un organigrama estructural; La remediación ambiental incluye la mitigación de los residuos del proyecto y como aplicarse.

Se realizó los aspectos económicos como balance general, estado de pérdidas y ganancias, capital de trabajo, como resultado se obtuvo un TIR del 79% con una rentabilidad neta de \$271.373,65 y un VAN positivo concluyendo que la investigación es factible y económicamente rentable en base a los resultados obtenidos.

SUMMARY

A feasibility project was carried out in order to implement organic products for the preparation of typical dishes for the Catering Service of company "La Sazon de la Abuela" located in canton Mocha, Tungurahua province; a survey was applied to 378 people with the purpose of capturing the unsatisfied demand and the market study obtained an acceptability 99%.

The technical study determined the size of the enterprise based on the supply and demand of tourists and habitants, standard recipes, marketing strategies allowed to know the type product, price, market, competition and distribution, the human talent management was record card profesiograficas, by graphing a structural chart for the staff selection, the project includes environmental remediation waste mitigation and how to apply it.

The financial study reviewed the balance sheet, State of losses and gains, working capital, as a result was obtained IRR (internal rate return) of 79% with a net income of \$271,373.65 and a VAN (value accumulated net) positive concluded that, this project is feasible and economically profitable based on the results

INDICE DE CONTENIDOS

RESUMEN	6
I.INTRODUCCIÓN	22
II.JUSTIFICACIÓN	24
II.- OBJETIVOS	26
a.- OBJETIVO GENERAL	26
b.- OBJETIVOS ESPECIFICOS	26
III.- MARCO TEÓRICO	27
ANTECEDENTES	27
BREVES RASGOS HISTÓRICOS	27
CONOCIENDO A MOCHA.	28
ECONOMÍA.....	28
LUGARES TURÍSTICOS	28
CATERING.....	29
CARACTERÍSTICAS DEL CATERING.	29
Clasificación del Catering.	30
1. Medios de Transporte.....	30
Colectividades.....	30
3. Servicios especiales.....	30
2. Restauración renovadora	31
Características.....	31
Educación y nuevas tendencias	31
Tendencias del Catering.....	33
Existen sub. Sectores con	33
Características diferentes.....	33
a. Servicios especiales:.....	36
Los tipos de oferta pueden ser:	36
TIPOS DE DISTRIBUCIÓN	37
TIPOS DE SERVICIOS DE CATERING.....	38

b. Buffet	39
TIPOS DE OFERTA	39
PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO DE SERVICIOS ESPECIALES.....	40
Banquetes	40
RESTAURACIÓN.....	41
RESTAURACIÓN COLECTIVA Y COMERCIAL.....	41
Características.....	42
RESTAURACIÓN TRADICIONAL Y RENOVADORA.....	42
PLANIFICACIÓN DE BANQUETES.....	43
SERVICIOS PARALELOS.....	43
PASOS PARA LOS MONTAJES.....	47
COMO ES:	48
CARACTERISTICAS.....	50
CLASIFICACIÓN.....	51
TENEMOS TRES TIPOSDE BUFFET	51
1.- EXPOSICIÓN.....	51
2.- PARCIAL O DE APOYO AL SERVICIO	51
3.- PARÁMETROS DEL SERVICIO DEL BUFFET	51
COCTELES.....	51
PRODUCCIÓN DE ALIMENTOS ORGÁNICOS.....	53
PRODUCCIÓN DE PRODUCTOS ORGÁNICOS	53
FUNDAMENTOS DE LA AGRICULTURA ORGÁNICA	54
ALIMENTOS ORGÁNICOS.....	54
EL ALIMENTO ORGÁNICO SE CONSUME POCO.....	55
PRODUCTOS ORGÁNICOS CON BENEFICIOS PARA LA SALUD	58
Los alimentos orgánicos se producen sin aditivos químicos.....	58
Los alimentos orgánicos son más saludables	58
Cómo se garantiza la calidad de los alimentos orgánicos.....	59
Control de plagas y enfermedades	59
Feromonas, atrayentes y repelentes.....	60

EL CULTIVO DE LA PAPA, ZANAHORIA, CEBOLLA, HABAS, HIERBAS AROMÁTICAS	61
Valor Nutritivo.....	63
IV.- METODOLOGÍA	64
a .-LOCALIZACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN	64
B.-VARIABLES	65
c.- TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	67
METODO INDUCTIVO.....	68
METODO ANALITICO – ESTADISTICO.....	69
d.- POBLACIÓN Y MUESTRA	70
e. DESCRIPCIÓN DE PROCEDIMIENTOS	71
El mercado	71
Previsión de ventas.....	71
d.- Plan de comunicación y marketing	72
Plan de la empresa	74
Capacidad del cultivo de productos orgánicos	74
Equipos.....	74
Mano de Obra.....	75
Transporte	75
2.- Aspecto Jurídicos Mercantiles.....	76
a.- FORMA JURIDICA ELEGIDA PARA EL PROYECTO	76
b.- TRÁMITES Y PERMISOS.....	76
c.- GASTOS DE CONSTITUCIÓN E IMPUESTOS.....	76
3. Estrategias de marketing.....	77
1 Definir la identidad de la empresa de catering.....	77
Presentación de una buena carta.....	78
4.- Gestión Del Talento Humano	78
a) Descripción de los puestos de trabajo	78
a.1) Descripción	79
b) Perfil de los trabajadores.....	79
c) costos salariales	81

6.- ASPECTO ECONÓMICO FINANCIERO	82
a.- Necesidades Iniciales	82
c.- Gestión del circulante	82
d.- Cuentas de resultados	82
Viabilidad económico financiero	82
5.- Aspectos Ambientales	85
V. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	86
TABULACIÓN DE LA ENCUESTA	86
Pregunta 1.- Querría usted sustituir alimentos normales por alimentos orgánicos (libre de insecticidas, pesticidas)	86
ii. Discusión	96
VI. CONCLUSIONES	97
VII. RECOMENDACIONES	98
VIII. PLAN DE LA EMPRESA.....	99
a.ASPECTOS TÉCNICOS.....	99
I.Determinación del tamaño de la empresa	99
ÁREA DE PRODUCCIÓN	100
1.- ZONA DE OFICINA.....	102
ZONA DE ALMACENAMIENTO DE MANTELERIA	103
3.- ZONA DE ALMACENAMIENTO DE VAJILLA	103
4.- ZONA DE LAVADO DE VAJILLA DE CATERING	104
5.- DESCRIPCIÓN DE LA ZONA FRIA	105
6.- ZONA DE LA PREPARACIÓN DE CARNES.....	105
7.- ZONA DE LA PREPARACIÓN DE PESCADOS	106
8.- ZONA DE LA PREPARACIÓN DE FRUTAS Y VERDURAS	107
9.- COCINA SATÉLITE PARA LA PREPARACIÓN DE CATERING	108
10.- COCINA CALIENTE PARA EL RESTAURANTE	109
11.- COCINA FRIA.....	110
12.- ZONA DE POSTRES	110
13.- ZONA DE PRODUCTO TERMINADO	111
14.- ZONA DE ALMACENAMIENTO DE BEBIDAS	111

14.- ZONA DE APERITIVOS.....	112
15.- ZONA DE LAVADO DE VAJILLA A LA CARTA.....	112
15.- ZONA DE ALMACENAMIENTO DE PRODUCTOS SECOS	113
16.- ZONA DE ESTOCK DE VAJILLA.....	113
17.- ZONA DE RECICLAR	114
DESCRIPCIÓN DEL SALÓN DE CATERING	118
ÁREA DE ESCENARIO	118
PISTA DE BAILE.....	118
ZONA DE ALIMENTACIÓN.....	118
BARRA	118
MESA PRINCIPAL.....	118
DESCRIPCION DEL ÁREA RESTAURANTE	119
DESCRIPCIÓN DEL SALÓN DE FIESTAS INFANTILES.....	120
ii.Capacidad de oferta del servicio.....	124
lii Localización	125
iv.Proceso de producción del bien y proceso de oferta del servicio.....	127
FLUJOGRAMA DE PROCESO DE PRODUCCIÓN Y VENTA DEL SERVICIO.....	129
FLUJOGRAMA	131
v.Viabilidad técnica	132
b .ASPECTOS JURÍDICOS MERCANTILES	140
CONSTITUCIÓN LEGAL DEL ESTABLECIMIENTO.....	142
PERMISO DE FUNCIONAMIENTO	143
PATENTE DE PERSONAS NATURALES	143
INFORME DE REGULACIÓN.....	143
REGISTRO PERSONAL.....	144
DEBERES Y OBLIGACIONES	145
Gastos de constitución	147
c. ESTRATEGIAS DE MARKETING.....	148
Características del producto	149
Factores determinantes para la fijación del precio	153

Competencia.....	154
Forma de pago	155
Valor añadido.....	155
Valor potencial.....	156
III. Distribución.....	157
Canal directo.....	157
Relaciones en el canal de distribución	159
Canal indirecto.....	159
IV.Plan de comunicación	160
Publicidad.....	161
Plan de promoción	162
Promoción de ventas.....	166
Ventas Personales.....	166
Relaciones Públicas	167
v.Estrategias de mercado	168
VI.Competencia.....	170
Características que poseen la segunda competencia:.....	173
Análisis FODA que se utilizara para describir a la segunda competencia	174
VII. Análisis del gasto de estrategias de marketing	176
d. GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO.....	178
li.Descripción de puestos de trabajo	179
iii.Perfil de los Trabajadores	195
IV.Costes salariales	202
v.Organización de la empresa	203
Organización.....	203
Elementos de la organización de la empresa.....	204
El propósito de la organización de la empresa es:	205
Organización de la empresa de catering que pasos debe tener para tener una buena ejecución:	205
VI. Programa Operativo	206
MAYO-JULIO 2013	210

vii. Organigrama empresarial	215
LINEA DE AUTORIDAD Y SUS SUBORDINADOS	215
Realizado por: Regina Gavilanes	216
Linea de autoridad el administrador es quien toma las decisiones para dirigir la empresa.	216
Reclutamiento y Selección	217
Análisis de cargos	218
Tipos de reclutamiento	218
Externo	219
El reclutamiento y selección cumple varias etapas	220
Una vez contratado el empleado se procede a seguir los siguientes pasos:	222
ASPECTO ECONÓMICO FINANCIERO.....	223
i.Objetivos Empresariales.....	223
1.-Objetivo a corto plazo.....	223
2.- Objetivo a mediano plazo	223
3.-Objetivo a largo plazo.....	224
4.- Creación de un valor	224
II.Estructura del Balance.....	225
<i>BALANCE GENERAL</i>	225
<i>REQUERIMIENTOS DE INVERSION</i>	227
<i>FORMA DE FINANCIAMIENTO</i>	228
FONDOS FINANCIADOS.....	228
FONDOS PROPIOS	229
<i>TABLA DE AMORTIZACION DEL PRESTAMO</i>	230
MATERIA PRIMA	232
PROYECCION DEL PRESUPUESTO DE COSTOS.....	233
PROYECCION DEL PRESUPUESTO DE INGRESOS	233
<i>BALANCE GENERAL</i>	234
<i>ESTADO DE RESULTADOS</i>	235
<i>COSTOS FIJOS Y VARIABLE</i>	238
f.- ASPECTOS AMBIENTALES	243

I.-Acciones remediabiles.....	244
IX.- BIBLIOGRAFIA	246
X.ANEXOS.....	246
ENCUESTA.....	248
PLATOS FUERTES.....	254
PAPAS CON CUY.....	255
PAPAS CON CONEJO	256
GALLINA ASADA.....	257
PAPAS CON CUERO Y QUESO	258
FRITADA.....	259
LLAPINGACHO.....	260
PINCHOS DE CUY	261
ENTRADAS.....	262
HUMITAS	263
HUMITAS	264
QUIMBOLITOS.....	265
TAMALES.....	266
CHOCLO CON QUESO.....	267
HABAS CON QUESO	268
PICADILLO DE CUY	269
MOTE CON CHICHARRÓN.....	270
SOPAS	271
SOPA DE QUINUA	272
CALDO DE GALLINA.....	273
AGUADO DE GALLINA	274
AGUADO DE CONEJO.....	275
LOCRO DE CUY	276
CALDO DE PATA DE CHANCHO.....	277
YAGUARLOCRO	278
POSTRES	279

ARROZ CON LECHE	280
BUÑUELOS POR TEMPORADA	281
QUESO DE LECHE	282
QUESO DE LECHE	283
DULCE DE MANZANA Y ZAPALLO	284
TARTA DE PERA.....	285
TARTA DE QUINUA Y COCO	286
HELADO DE TAXO	288
HELADO DE FRUTILLA	289
HELADO DE CLAUDIA.....	290
HELADO DE UVILLA	291
BEBIDAS BATIDOS JUGOS Y GASEOSAS	292
BATIDO DE MORA.....	293
BATIDO DE MANGO.....	294
BATIDO DE FRUTILLA.....	295
BATIDO DE TAXO.....	296
JUGO DE NARANJA.....	297
JUGO DE PIÑA	298
JUGO DE MARACÚYA.....	299
JUGO DE NARANJILLA	300
JUGO DE TOMATE.....	301
JUGO DE MORA	302
MENÚ	303
INFANTIL	303
ENTRADA	304
MANZANA AL HORNO ACARAMELADA.....	305
PERA RELLENA DE MANJAR	306
UVILLAS CON MIEL Y RALLADURA DE COCO	307
FRUTILLAS CON CREMA Y CULIS DE MORA	308
FRUTILLAS CON CREMA Y CULIS DE MORA	309

SOPAS	310
CREMA DE ZANAHORIA.....	311
CREMA DE ZAPALLO	312
SOPA DE POLLO	313
PLATO FUERTE	314
POLLO AL HORNO CON ENSALADA PRIMAVERA	315
POLLO BROSTER CON PAPAS	316
ROLLO DE CARNE CON VERDURAS.....	317
POSTRES	318
MUESLI	319
BROCHETAS DE UVILLAS Y FRUTILLAS CON CHOCOLATE	320
HELADO DE CHOCOLATE CON KIWI Y CULIS DE MANGO.....	321
TARTA DE MANZANA Y PERA	322
DULCE DE CLAUDIA.....	323

INDICE DE CUADROS

En lo profesional.....	80
Diagnóstico organizacional de la Empresa	83
CUADRO 1	86
CUADRO 3.....	88
4.- Qué alimentos orgánicos consume más.....	90
CUADRO 4.....	90
5.- Sabé usted que es catering	91
CUADRO 5.....	91
6.- Estaría usted de acuerdo en consumir y comprar productos orgánicos en una empresa de catering a un precio de 3.99 por cada plato.....	92
CUADRO.- 6	92
7.- Con que frecuencia asistiría usted a comprar y a consumir productos orgánicos en una empresa de catering	94
CUADRO 7	94
CUADRO N.- 3 DESCRIPCIÓN DE ALMACENAMIENTO DE VAJILLA	104
CUADRO N.- 5 DESCRIPCIÓN DE LA ZONA FRIA.....	105
CUADRO N.- 17 ZONA DE RECICLAR	114
CUADRO N.18 DESCRIPCIÓN DE EQUIPOS PARA EL SALON DE CATERING.	119
CUADRO N.- 19 DESCRIPCIÓN DE EQUIPOS DEL ÁREA DE RESTAURANTE.....	120
CUADRO N.-21 REQUERIMIENTOS DE EQUIPOS DE COCINA	133
CUADRO N.- 22 REQUERIMIENTO DE MENAJE Y VAJILLA	134
CUADRO N.- 23 REQUERIMIENTO DE MENAJE Y VAJILLA	136
CUADRO N.- 24 REQUERIMIENTO DEL EQUIPO DE COMPUTO	136

CUADRO N.- 25 REQUERIMIENTO DE MUEBLES Y ENSERES	137
CUADRO N.- 27 REQUERIMIENTO DE MATERIAL DE ASEO	138
CUADRO N.- 28 REQUERIMIENTO DE MATERIALES DE USO DE EMPLEADOS	139
CUADRO N.- 31 GASTOS DE CONSTITUCIÓN	147
Cuadro N.- 32 MENÚS.....	150
CUADRO N.- 33 GASTOS DEL ÁREA COMERCIAL.....	176
CUADRO N.- 34 DESCRIPCIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO	180
CUADRO N.- 35 DESCRIPCIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO	182
CUADRO N.- 36 DE LA DESCRIPCIÓN DE LOS PUESTOS DE TRABAJO	185
CUADRO N.- 37 DESCRIPCIÓN DE LOS PUESTOS DE TRABAJO.....	186
CUADRO N.- 38 DESCRIPCION DE LOS PUESTOS DE TRABAJO.....	189
CUADRO N.- 39 DESCRIPCION DE LOS PUESTOS DE TRABAJO.....	191
CUADRO N.- 40 DESCRIPCION DE LOS PUESTOS DE TRABAJO.....	193
CUADRO N.- 41 CUADRO DEL PERFIL DE TRABAJADORES	196
CUADRO N.- 42 CUADRO DEL PERFIL DE TRABAJADORES	197
CUADRO N.- 43 CUADRO DEL PERFIL DE TRABAJADORES	198
CUADRO N.- 44 CUADRO DEL PERFIL DE TRABAJADORES	199
CUADRO N.- 45 CUADRO DEL PERFIL DE TRABAJADORES	200
CUADRO N.- 46 CUADRO DEL PERFIL DE TRABAJADORES	201
CUADRO N.- 47 CUADRO DEL PERFIL DE TRABAJADORES	202
CUADRO N.- 48 COSTES SALARIALES	203
CUADRO N. 49 ACTIVIDADES DE LA EMPRESA DE CATERING	207
CUADRO N.- 50 DEL PROGRAMA OPERATIVO DE LOS MESES	210
<i>CUADRO DE DEPRECIACION ANUAL</i>	<i>229</i>

CUADRO N.-21 REQUERIMIENTOS DE EQUIPOS DE COCINA.....	249
CUADRO N.- 23 REQUERIMIENTO DE MENAJE Y VAJILLA	250
CUADRO N.- 24 REQUERIMIENTO DEL EQUIPO DE COMPUTO	250
CUADRO N.- 25 REQUERIMIENTO DE MUEBLES Y ENSERES	251
CUADRO N.- 26 REQUERIMIENTO DE SUBMINISTROS DE OFICINA.....	251
CUADRO N.- 27 REQUERIMIENTO DE MATERIAL DE ASEO	252
CUADRO N.- 28 REQUERIMIENTO DE MATERIALES DE USO DE EMPLEADOS.....	253

INDICE DE GRÁFICOS

MONTAJES DE UN SALÓN.....	43
MONTAJE DE MESAS.....	44
COLOCACIÓN DE LA MINUTA.....	47
MONTAJE DE OFFICCE	47
DESARROLLO DEL SERVICIO	48
APLICACIÓN DEL PROTOCOLO COMO TÉCNICA DE REFERENCIA SEGÚN SEXO, EDAD, Y OTROS ASPECTOS	48
BUFFET	49
2.- Conoce el proceso de producción de alimentos orgánicos y en que aportan a nuestra salud.	87
3.- Con qué frecuencia consume mas productos orgánicos	88
4.- Qué alimentos orgánicos consume más.....	90
5.- Sabé usted que es catering	91
6.- Estaría usted de acuerdo en consumir y comprar productos orgánicos en una empresa de catering a un precio de 3.99 poe cada plato.....	92
7.- Con que frecuencia asistiría usted a comprar y a consumir productos orgánicos en una empresa de catering.....	94
Descripción del área de la cocina con sus sub división:	102
DESCRIPCIÓN DEL SALÓN DE CATERING	116
VISTA DEL SALÓN DEL LADO DERECHO.....	117
VISTA DEL SALON DESDE EL LADO IZQUIERDO.....	117
DISEÑO DEL SALÓN.....	121
MAPA O CROQUIS DE UBICACIÓN	126
Modelos de platos para servicio de fiestas infantiles	152
Modelos de platos para servicio compromisos sociales	152
LOGOTIPO ADULTOS.....	163
LOGOTIPO NIÑOS.....	165

I.INTRODUCCIÓN

La propuesta tiene su origen al probar y observar que en nuestro Cantón no existe una empresa, de catering con preparaciones de platos a base de productos orgánicos es por esta razón que propongo este proyecto con el fin de dar a conocer platos preparados con productos orgánicos, es decir una comida saludable para todo el público de mi Cantón y turistas en general.

El problema a resolver es la falta de una empresa de catering, en nuestro cantón no existe una entidad que abastezca la demanda y las exigencias de los consumidores, ya que existen pequeños lugares que se encuentran ubicados a las afueras del Cantón y ofrecen los mismos preparados con productos como hortalizas y verduras de una finca que no es orgánica, por ende mi propuesta es presentar platos típicos del cantón, pero preparados con productos orgánicos.

Ademas nuestra empresa de Catering, va a ofrecer productos frescos a la venta para el público en general, al alcance de todo bolsillo. En está entidad de Catering se va a ofrecer, frescura de los alimentos, comodidad, higiene y, elite en nuestro servicio.

Estoy segura que existe esta necesidad y aceptación de la gente por encontrar un lugar que brinde todas estas posibilidades, ya que en nuestro Cantón recibimos turistas de varias provincias de Ecuador pero mas nos visitan turistas de Guayaquil y Quito.

Por todas estas razones es que como futuros profesionales buscamos la forma de satisfacer a nuestros clientes., es nuestra base primordial cuidar de su salud y de una buena alimentación.

En otros establecimientos aledaños a nuestra empresa encontré varias dificultades como son; la mala atención, poca higiene y la demora en preparar un plato, además no cumplen con los parámetros de calidad.

En cuanto a la salud humana, las consecuencias del uso de agroquímicos en los cultivos no son menos graves. Se han documentado una serie de problemas relacionados con la intoxicación de plaguicidas, esta produce efectos tanto a corto plazo (vómitos, diarreas, dolores de cabeza, abortos, somnolencia, quemaduras, incapacidad de producir espermatozoides de calidad) como efectos crónicos (Mal de Parkinson, Cáncer, Edema Pulmonar, enfermedades del hígado, Leucemia, Esterilidad Masculina, Malformaciones, Mutaciones, Anormalidades Renales), entre otros.

Por esta razón importancia de consumir productos provenientes de una agricultura orgánica la misma que se apoya en la fertilidad de los suelos, la salud de las especies animales y vegetales, la salud de los trabajadores del campo, y la salud de uno mismo como consumidor.

II.JUSTIFICACIÓN

Esta investigación que se desarrolla, sobre todo en el departamento de alimentos que brinda el servicio de catering ubicada en el Cantón Mocha Provincia de Tungurahua, trata de un servicio de catering en el cual se va a utilizar productos orgánicos en la alimentación de potenciales clientes.

Existen falencias en los procesos de producción e implementación de productos orgánicos debido a la falta de información del mismo.

Además las inadecuadas utilizaciones de fertilizantes destruyen los recursos naturales, contaminan el medio ambiente, y produce el envejecimiento del ser humano.

La mayoría de las personas que prueban un producto orgánico, inmediatamente nota una inmensa diferencia en el sabor y en la calidad general, si se compara con aquellos que son producidos industrialmente en suelos químicamente abonados, rociados con pesticidas y exigidos al máximo. En Orgánicos además pudimos acceder a una investigación que suma un punto más a las virtudes de una Huerta Orgánica.

Una de las mayores ventajas de consumir productos de huertas orgánicas, es que los productos que fueron cultivados en ella, cuentan con todos los nutrientes y minerales que los vegetales necesitan para desarrollarse. El abono que se utiliza para que la tierra sea adecuada para la siembra es orgánico y rico en minerales. No se utiliza ningún tipo de agroquímico ni repelente. Solo se apela a los recursos que la naturaleza ofrece para esta función (los cuales tiene un resultado magnífico).

Algunos estudios recientes de científicos austríacos, que intentaban comparar la cantidad de nutrientes que poseen actualmente los vegetales, respecto de los que se cosechaban hace tan solo 15 años, arrojó un impresionante resultado.

La mayoría de ellos no poseían ni siquiera el 10 % de los nutrientes y vitaminas que los de antaño, lo que nos demuestra el grado de desmineralización y degradación de los suelos utilizados en los cultivos intensivos.

Citando ejemplos concretos, un tomate en aquella época poseía un contenido de hierro de 969 g por kg y actualmente ha bajado a 5 g. Otro vegetal estudiado fueron las espinacas, que de 801 g por kg, bajó a 31 g.

Este estudio develó que el contenido de vitaminas y albúminas de las plantas disminuyó también drásticamente, El mismo se realizó con muchos vegetales más, con resultados similares o aún más horrorosos, que nos deben alertar sobre qué es lo que estamos consumiendo, cuando ingerimos algo que supuestamente tiene todo lo necesario para mantenernos saludables. Quizás el motivo de que hoy necesitemos tantos suplementos o complementos minerales para mantenernos sanos sea este, por lo que debemos tomar las precauciones necesarias al respecto, e invertir en nuestra propia producción orgánica o consumir de alguna que tengamos la confianza de saber que es de calidad.

II.- OBJETIVOS

a.- OBJETIVO GENERAL

Implementar productos orgánicos en una empresa de Catering en la Provincia de Tungurahua, Cantón Mocha 2013.

b.- OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Ejecutar un plan de marketing para el proyecto
- Diseñar el plan de empresa para determinar el estudio técnico, administrativo, financiero, ambiental.
- Demostrar la viabilidad económica financiera del proyecto.

III.- MARCO TEÓRICO

ANTECEDENTES

¹Geográficamente, Mocha se encuentra ubicada en la parte sur occidental de la provincia de Tungurahua, a una altura de 3.272 metros sobre el nivel del mar. sta limitado:

AL NORTE: Los Cantones de Cevallos y Tisaleo,

AL SUR: La Parroquia Yanayacu perteneciente al Cantón Quero y una parte de la Provincia de Chimborazo.

AL ESTE: El Cantón Quero y

AL OESTE: Las Parroquias de Pilahuín y de San Andrés

Tiene una superficie de 82.3 Km².

BREVES RASGOS HISTÓRICOS

Mocha, pueblo luchador, tiene un lugar importante en la historia, su vocablo se deriva de MOCHICCA O MOCHOE = ÍDOLO O ADORATORIO y que en español significa: OSCULO, O BESO.

Los habitantes de Mocha, siempre han estado presentes para defender, su territorio desde tiempos inmemoriales, tenemos grandes hombres que con su ejemplo han incentivado para las generaciones futuras. Entre los cuales podemos nombrar a Zopozopangui, Joaquín Hervas, entre otros.

En 1825 se fundo la parroquia eclesiástica, el 29 de Mayo de 1861 se constituyo en parroquia civil, finalmente el 13 de Mayo de 1986 fue elevada a categoría de Cantón, desde esta fecha se ha dado un notable desarrollo social y económico.

CONOCIENDO A MOCHA.

Mocha esta conformado por dos parroquias: La Matriz con sus caseríos (Yanahurco, El Rosal, Acapulco, El Porvenir, Cochalata y Hatillo); y la parroquia rural santo Domingo de Pinguilí con su caserío Pinguilí Las Lajas. ¹¹

ECONOMÍA

La economía de nuestro cantón se basa en: la Agricultura y la ganadería en la zona alta con (cultivos de cebolla colorada, papas, habas, además con grades extensiones de pasto), en la zona baja prevalece la fruticultura y la producción artesanal destacándose el calzado.

LUGARES TURÍSTICOS

Mocha cuenta con hermosos lugares turísticos entre los que pueden visitar los siguientes: El cerro Puñalica, La cascada la Paccha, La Ratonera, El mirador Pie de San Juan, El Paradero donde se degustan las deliciosas papas con cuy y más platos típicos, ubicado en la Estación junto a la panamericana.

¹ MAYORGA Luis, Crónicas Mochanas. Mocha 2013.

CATERING

²Actividad que se encarga de la presentación externa del servicio de A & B, es la preparación en grandes cantidades para ser servicios en de consumo separados en lugares diferentes al que se preparó.

Se pueden encontrar dos modalidades:

1. Cocinas centrales y transportadas al lugar de consumo.
2. Cocinas in situ-la gestión corresponde al operador del catering (Chef).

CARACTERÍSTICAS DEL CATERING.

La clientela está asegurada (Económicamente porque te pide el 50% adelantado).

- La función principal es el proporcionar un servicio, prevalece la funcional del placer (prevalece el trabajo elaborado que satisface al cliente).
- La higiene es lo fundamental.
- Alto nivel de mecanización (cortadoras, centrifugadoras, marmitas, líneas de emplatado).
- Se aplica la tecnología tanto en la producción, conservación y distribución.
- El control de costos es importante.
- El personal debe trabajar en jornada continua.

² **Arjomila Dominguez, S.** Gestión de los sistemas de información de la empresa. Madrid: BASF 2002. 322p

Clasificación del Catering.

Adaptarse a los requerimientos del cliente y por lo tanto la forma de presentación de servicios es distinta según el cliente.

1. Medios de Transporte.

- Catering aéreo.- Elabora menús en cocinas centrales para ser servidos a los pasajeros de la tripulación. También están empresas que administran comida para bares, cafeterías, restaurantes de los aeropuertos.

Colectividades.

³Servicio para colectivos concretos con oferta limitada. Se divide en:

- a. Empresas.
- b. Centros sanitarios.
- c. Centros escolares.
- d. Otras producciones y organizaciones.

3. Servicios especiales.

Para cócteles, cenas de gala, bodas y otras celebraciones.

³ **Acosta, I.** Imagen corporativa en el siglo XXI 2ª. ed. Barcelona: CREYIA
2001. 226p.

2. Restauración renovadora

Mayor profesionalidad en la gestión.

Utilizan nuevas tecnologías.

El objetivo es; es estandarizar la producción, especializar la oferta e incrementar la rentabilidad.

Características

- Incorporación de la mujer en el mercado laboral.
- Importante crecimiento económico que influye tanto en el consumo por ocio como por necesidades laboral.
- Apareció de ciudades dormitorio.
- Cambios en el mercado laboral.
- Globalización de la cultura.
- Grandes avances tecnológicos en el sector de la alimentación.

Educación y nuevas tendencias

- El catering surge en los E. E. U. U por los años 70 por dos vías:
- El ejercicio buscaba nuevas fórmulas de restauración para ofrecer a su personal.
- ⁴Y la otra según los investigadores de la Nasa para poder prestar alimentación equilibrada de calidad nutritiva y aceptable por los astronautas en sus viajes espaciales.

⁴ Acosta, I. Imagen corporativa en el siglo XXI 2ª. ed. Barcelona: CREYIA

2001. 226p.

Tendencias del Catering

- Preocupación por elaborar menos atractivos, equilibrados y nutritivos. Posibilidad de crecimiento en la restauración hospitalaria y de recursos especiales.
- Mayor exigencia de calidad (presentación higiénica, nivel de servicios estandarización de producción).
- Invento de nuevos materiales para transporte y preservación del producto.
- Tendencia a la globalización.
- Incorporación de técnicas gestión avanzada.
- La oferta es limitada ya que viene incluida en la tarifa que paga, excepto la clase preferencial. En función de la área de servicio la oferta puede ser:
 - Meriendas - bebidas frías o calientes, bocaditos, embutidos y panes.
 - Almuerzos y cenas - se compone de un primer plato y un segundo
 - Que puede ser unos platos calientes y un postre acompañado de té o infusiones y una bebida fría ejemplo: ensalada de pasta con otro postre - porción de torta o pastel.
 - Desayunos - sumos o jugos, cafés e infusiones, galletas o bocaditos.
 - Colectividades (Grupos grandes).

**Existen sub. Sectores con
Características diferentes.**

1. Empresas.- Dirigido especialmente a trabajadores de empresas.

Hay que tomar en cuenta la actividad que desarrolla pues el esfuerzo físico condiciona las necesidades alimentarias. En estos pueden ser pagados y no por las empresas ya que el tipo de servicio varía el perfil del cliente.

2. Centros hospitalarios.- Dirigidos a tres tipos de clientes.

a) Pacientes.- La oferta es limitada sin posibilidad de elección y se adapta a las necesidades del cliente según la patología que tenga. Suelen ser comidas elaboradas, dispuestas en bandejas externas que se transportan a las plantas⁵(pisos) aquí se da mucha importancia en la planificación de los menús, requerimientos dietéticos de manera que se confeccione menús equilibrados por ejemplo: dieta basada, semilíquidos, blanda, hipercalórica.

b) El personal.- Los hospitales suelen disponer de restaurantes o cafeterías donde suelen comer a la carta o menú por un precio asequible. gestionada por empresas ajenas al centro hospitalario pueden ser servidos en mesa o autoservicio se utiliza bastante el sistema de vending como complemento a este tipo de restaurante.

⁵ **González Solas, J**, Identidad Corporativa. Madrid: Estrella 2002. 423p.

c) Los visitantes.- En muchos casos se trata del mismo restaurante en donde come el personal y en otras están separados y las características son las mismas que en el caso anterior.

3. Tercera Edad o geriátricos.- Las características de la oferta depende del estado de salud de los residentes en general los menús tienen que estar bien equilibrados evitando las grasas animarles controlando las niveles de colesterol, cantidades de sal, el aporte importante de fibra y calcio a los residentes con enfermedades se les confecciona menús de acuerdo con las características de su patología.

Hay tres tipos de menús:

- Menú normal.
- Menú blando.
- Menú triturado.

El servicio puede ser atendido en la mesa y puede existir dos tipos de comedores, uno en el que sirven las comidas principales y otro de cafetería complementario para las visitas y los residentes.

4. Centros escolares.- Tenemos dos tipos de centros escolares que es según la edad de los consumidores.

a. Comedores escolares.- El servicio es un menú sin posibilidad de elección, tiene que ser muy equilibrado y atractivo, variado para que responda a todos los

requerimientos institucionales con un alto nivel de proteínas, vitaminas y minerales con un bajo contenido de grasas.

b. Centros universitarios y centros de enseñanza superior." La oferta es mucho más amplia parecida a la restauración comercial en la que hay que tomar en cuenta los gustos y preferencias de este segmento de demanda (Fast - foot).

Este tipo de restauración debe tener un precio muy competitivo (las formas de servicio son muy variadas aunque es muy normal que sean de autoservicio puesto que elimina gastos de personal y da posibilidad de elección.

5. Centros penitenciarios.- Dieta muy limitada de costos razonables y variados, servicio en forma de autoservicio. Puede evitar una cafetería como oferta complementaria.

a. Servicios especiales:

La oferta es muy variada según la solicitud del cliente, aquí depende mucho la calidad de la materia prima así podemos decir:

- El precio es más elevado que en otras ofertas de catering.
- Existen diferentes ofertas en función del servicio y del tipo de celebración.
- Existen una baraja de menús amplios y en muchos de los casos se confecciona a la elección del cliente.

Los tipos de oferta pueden ser:

- Menú de banquetes.
- Coctel.

- Buffet
- El tipo de servicio es tradicional y es atendido por camareros en las mesas.

TIPOS DE DISTRIBUCIÓN

Encontramos dos sistemas que son los siguientes:

1. Elaborar en cocinas centrales para su posterior distribución.-

Los productos son elaborados o semielaborados luego transportados en carros o vehículos isotérmicos y consumidos en lugares distintos a los de su elaboración.

a) Conducto caliente.- Cuando las comidas elaboradas en una cocina central son consumidos en el mismo día en diferentes cocinas satélites en cuanto acaba el proceso de cocción los platos son acondicionados en bandejas colectivas, introducidas en recipientes isotérmicos que las mantienen a más de 65°C durante todo el tiempo de transporte.

Una vez en la cocina satélite se les proporciona una generación térmica que los puede realizar mediante baños maría u hornos de vapor.

b) Cadena fría.- Permite diferir hasta 6 días el momento de consumo como ventaja es que se puede controlar el ritmo de producción consiguiéndose mayor rendimiento o productividad. Normalmente el sistema de cadena fría se complementa con un sistema de distribución diferido.

Existen dos tipos de cadena fría refrigerada y cadena fría congelada. Mediante este sistema se somete a los productos a una disminución de °T, inmediatamente después de la cocción. Para la refrigerada se necesita llegar hasta los 40°C en

menos de dos horas y en la congelada hasta $-18\text{ }^{\circ}\text{C}$ en más de dos horas. Para alcanzar esta $^{\circ}\text{T}$ se necesitan batidores de $^{\circ}\text{T}$ en el momento de consumo se deben generar terminantemente hasta alcanzar una $^{\circ}\text{T}$ en el interior de los alimentos igual o superior a los $65\text{ }^{\circ}\text{C}$ en un periodo inferior a una hora para evitar el desarrollo de microorganismos patógenos.

c) Sistema mixto.- Es el que utilizan los dos sistemas anteriores simultáneamente aprovecha los sistemas de ambos y se suelen utilizar en establecimientos donde existen diferentes zonas de consumo y diferentes topologías de clientes como por ejemplo:

Los huéspedes.

1. Elaborado en cocinas institucionales, en este caso no intervienen el factor transporte en el proceso de distribución de la oferta gastronómica.

Este sistema de distribución es el (más apropiado para evitar riesgos alimenticios y respetar al máximo las cualidades organolépticas de los alimentos, en principal inconveniente es la necesidad de espacio suficiente en el lugar de consumo para el consumo de la cocina y la inversión en la adquisición de equipos y elementos.

TIPOS DE SERVICIOS DE CATERING

1. La ética de servicio esta considerada por la lentitud con la que podrán moverse las personas al estar ubicadas en línea recta. Se ha ensayado la colocación de una cinta transportadora (rodillo) para que los clientes recorran el mostrador, pero la gente se resiste a esta mecanización cuando la línea es curva o forma un ángulo de 90° el servicio es más lento pero la forma y las dimensiones de los locales exigen generalmente una curva circular o carrusel.

2. Cada mostrador contiene un tipo diferente de comida y así el cliente puede ir directamente al mostrador que contiene el alimento que desea.

3. Este diseño es como en U gigante o como un cuadro abierto en la que hay tres cosas que sirven de mostrador unas para comidas calientes, otra para ensaladas y otra para postres que puede estar dividida o compartida con bocadillos o bebidas.

b. Buffet

c.- servicios especiales.- Servicios atendidos por (os camareros es otro tipo de servicio que se realiza en el catering, es de lujo y se pueden encontrar en los corredores de empresas para mandos superiores.

d. Servicio de bandeja individual.- Los alimentos vienen servidos y dispuestos en los recipientes que se van a consumir acompañados de vasos y servilletas completamente preparados para su consumo. Este tipo de servicio se utiliza generalmente en los medios de transporte y hospitales para el servicio de pacientes en planta.

TIPOS DE OFERTA

Una de las características de adoptar el tipo de oferta que se va a dar y adoptarse al tipo de cliente por lo tanto el tipo de oferta y la presentación de servicio varía.

a. medios de transporte.

La oferta es fijada por la compañía e(transporte en formación de la hora.

Duración del trayecto y clase (es para que tengas con que abastecer durante el viaje).

PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO DE SERVICIOS ESPECIALES

Dentro de la restauración existen una serie de servicios especiales a parte de las tradicionales ya que estudiados se caracterizan más por la demanda mientras que los especiales se caracterizan más por la oferta, así tenemos servicios de carta y menú que son:

Banquettes, Buffets, Cocteles y Coffe Breack.

Banquetes

Denominamos banquetes a los servicios de comidas que ofrecen a un número más o menos alto de comensales, generalmente son motivos de la elaboración de un evento como por ejemplo una boda, entrega de premios. Comida de empresas y cuyo menú a sido previamente concertados.

A diferencia de un servicio normal de restaurantes en este tipo de servicio especiales se cuenta con la ventaja de conocer que:

1. Todos los clientes llegan juntos.
2. Se conoce el día hora y número de personas a ser atendidos.
3. Se conoce la oferta gastronómica de la que se compone el evento.

Por esto es posible organizar eventos perfectamente y vamos a ser un análisis del desarrollo del servicio en:

- Personal necesario.- Tanto en la cocina como en el comedor o sala para realizar las tareas de pre servicio, servicio y post servicios.
- Materia prima.- Realizar compras necesarias y las pre elaboraciones culinarias que se pueden ir adelantando.

- Material y salones.- Prever las dotaciones de material necesario para realizar los montajes.

RESTAURACIÓN.

Es la actividad que se dedica a la prestación de servicios de A&B.

RESTAURACIÓN COLECTIVA Y COMERCIAL

Para facilitar su estudio dividimos en dos grupos.

Restauración colectiva o social.- Es el servicio de la restauración dirigida a grandes grupos de personas (multitudes, estudiantes).

Las instalaciones o centros donde prestan servicios de restauración colectiva son:

- a. Centros de enseñanza." Guarderías, colegios, institutos, universidades."
- b. Centros semiferios.- Hospitales, clínicas, centros geriátricos.
- c. Centros penitenciarios.
- d. Empresas
- e. Cuarteles.

Características.

Escaso margen de elección del menú.

La gestión empresarial se basa en una economía de costos.

Las jornadas laborales son continuas y muchas de las veces no necesitan trabajar en días feriados.

Realiza importantes inversiones en tecnología.

Los horarios de atención son limitados.

Se realiza exhaustivos controles higiénicos sanitarios.

3. Restauración comercial.-Es una institución de libre mercado donde su oferta es variada y abierta al público en general e independientemente de cualquier actividad.

- Tanto el servicio como la oferta gastronómica está supeditada a la captación de clientes.
- La estructura empresarial se basa en una economía de ingresos.
- Los horarios son libres.
- El gasto de materia prima son mayores.
- Se realizan campañas comerciales.

RESTAURACIÓN TRADICIONAL Y RENOVADORA.

1. Empresas de restauración tradicional.

- La gestión es escasa.
- En su oferta priman las elaboraciones tradicionales.

PLANIFICACIÓN DE BANQUETES

- Contacto con el cliente
- Oferta del menú
- Planos de escala de los salones mínimo de 300 metros cuadrados

SERVICIOS PARALELOS

- Bar
- Cocina
- Discoteca

Fichas base para prestar un servicio de catering

Zonas que debe tener un local para presentación de eventos

- Seguridad
- Recepción
- Cocina
- Restaurante
- Bebidas y bodega

MONTAJES DE UN SALÓN

En la orden de servicio debe constar el plano con la estructura del montaje se procede al montaje según la envergadura Número de personas perímetro de montaje

- Posesión del montaje.
- Organización en puntos externos (mantelería, criataleria,loza).

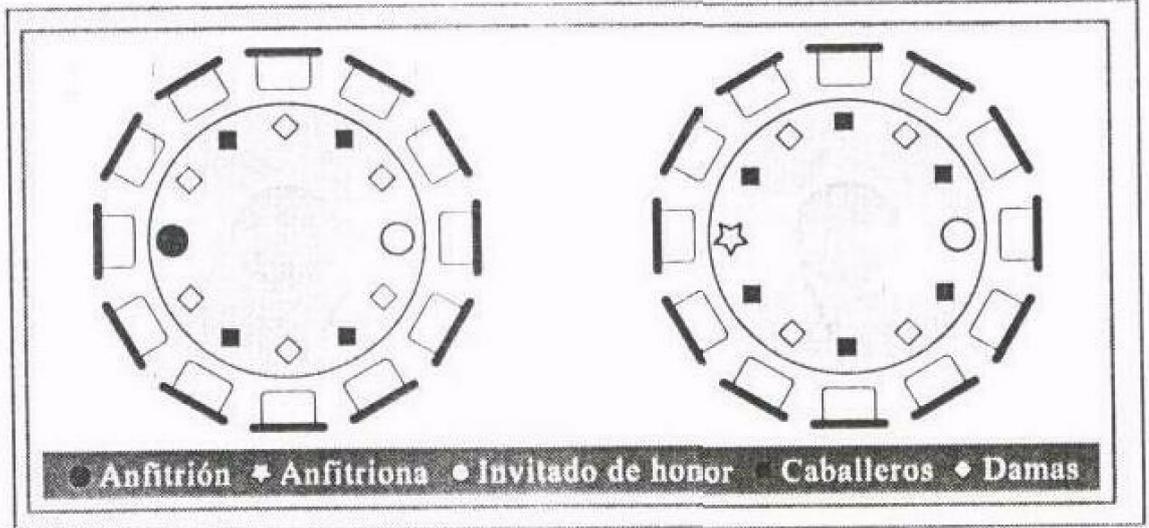
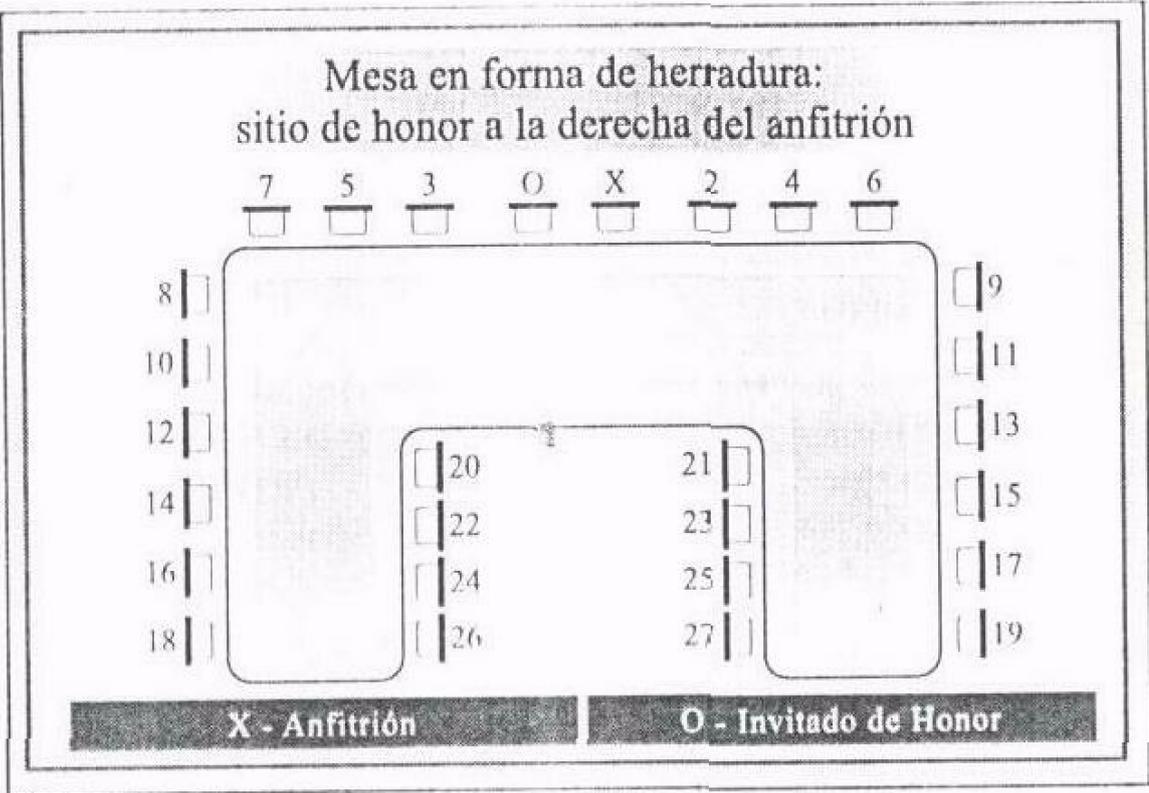
- Organización de montajes interiores.

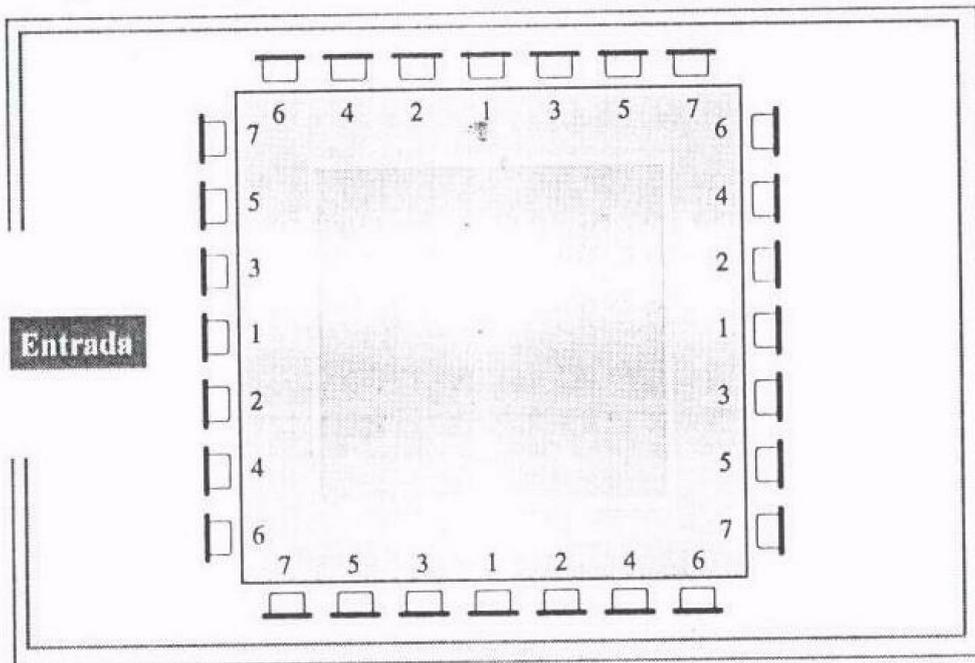
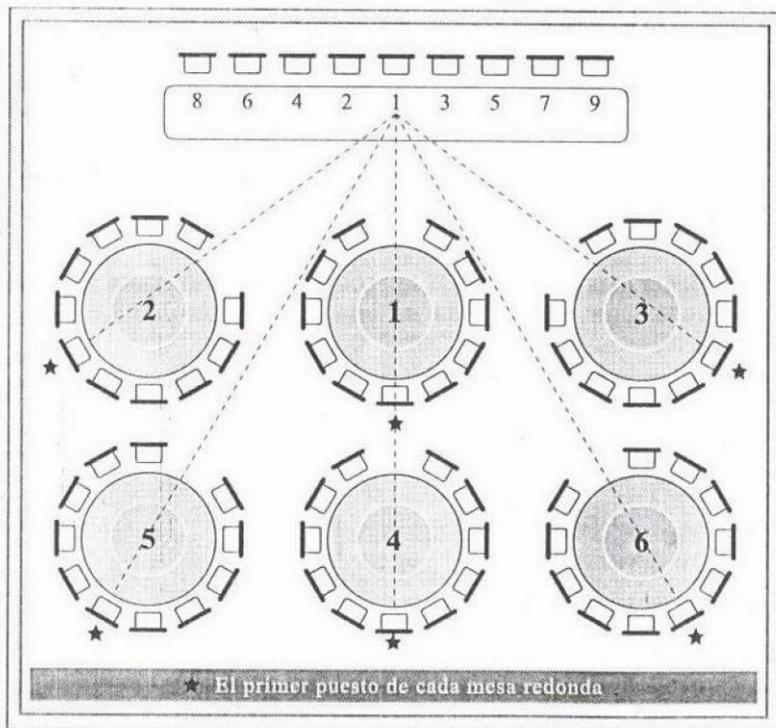
MONTAJE DE MESAS

Montaje del esqueleto según el plano.

Cumplir las normas de:

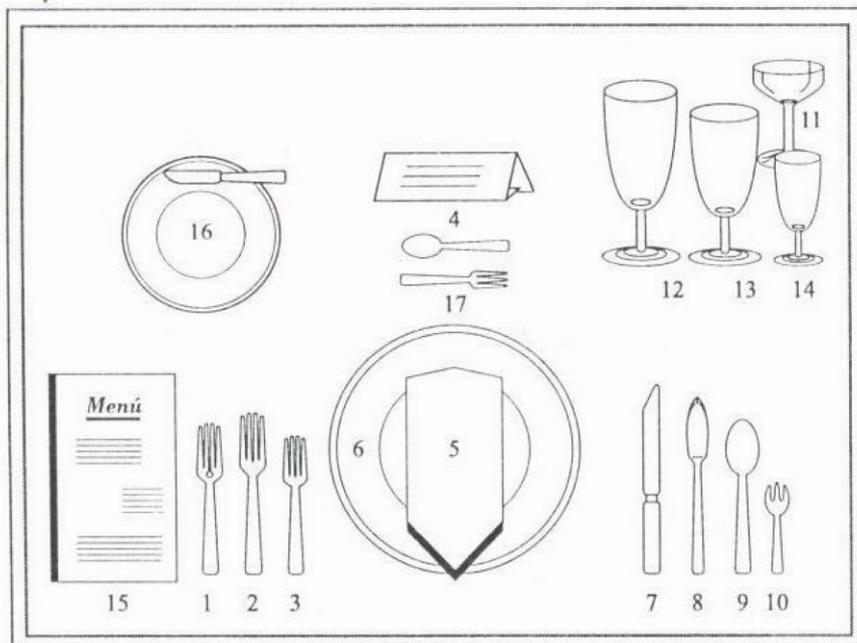
- De entre mesa y mesa debe haber un pasillo ancho
- De los montajes se debe hacer del 15% a 20% mas para prever
- Alinear las mesas guardando la estética
- Comprobar que el nivel de tableros sea correcto
- Los comensales no deben dar la espalda a la presidencia
- Colocar por cada 25 personas un aparador como apoyo





PASOS PARA LOS MONTAJES

La cubertería para ubicarla debemos saber primero el menú



- | | |
|--|--|
| 1. Tenedor para pescado | 10. Tenedor para entrada |
| 2. Tenedor para carne | 11. Copa para <i>champagne</i> |
| 3. Tenedor para ensalada | 12. Copa para agua |
| 4. Tarjeta de mesa (<i>place card</i>) | 13. Copa para vino tinto |
| 5. Servilleta | 14. Copa de vino blanco |
| 6. Plato base o de sitio | 15. Tarjeta de menú (<i>minuta</i>) |
| 7. Cuchillo para carne | 16. Plato para pan y cuchillo para mantequilla |
| 8. Cuchillo para pescado | 17. Cuchara y tenedor para postre |
| 9. Cuchara para sopa o consomé | |

COLOCACIÓN DE LA MINUTA

MONTAJE DE OFFICCE

Es una zona exclusiva para uso de camareros.

Se mantiene preparado todo el material.

Cuando se tiene eventos debemos contar con una ayudante en Office.

Todo debe tener un perfecto control.

Como recomendación se debe evitar desorganización.

Si el servicio es de un cóctel se monta las bandejas con anterioridad ya sea para café, té, licor.

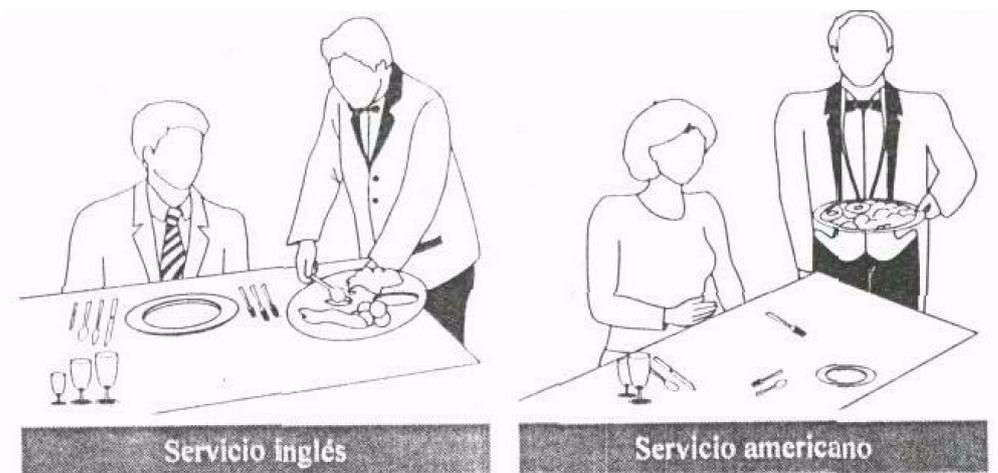
Habilitar zona para desperdicios.

DESARROLLO DEL SERVICIO

- Cuando se haya hecho el montaje se lo divide en rangos.
- Lo recomendable es de 15 a 25 personas dependiendo el tipo de servicio.
- Los camareros deben estar al frente de cada rango.
- Ayudándoles a sentarse y a ubicarse.
- Los camareros deben saber el tipo de servicio que van a dar y tener como referencia la mesa presidencial.

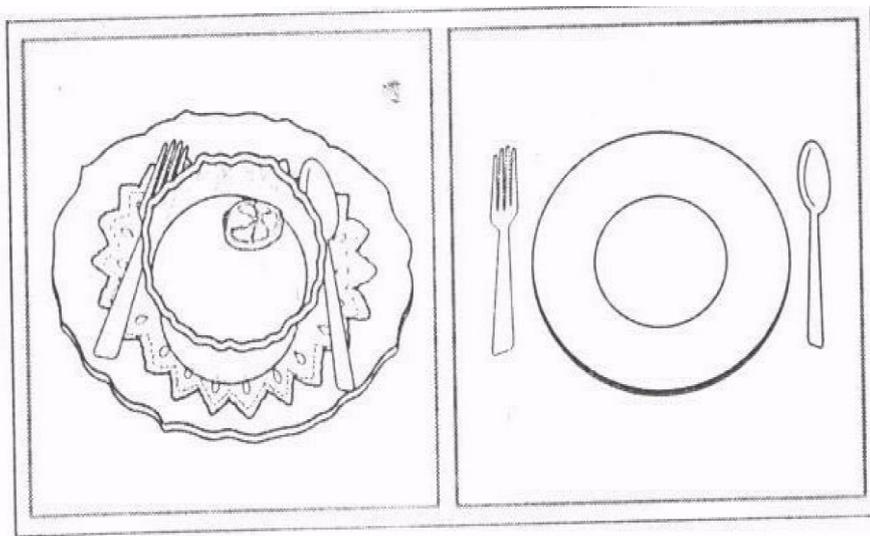
APLICACIÓN DEL PROTOCOLO COMO TÉCNICA DE REFERENCIA SEGÚN SEXO, EDAD, Y OTROS ASPECTOS

COMO ES:



- El anfitrión es el último en ser servido.

- El invitado es el primero en ser servido.
- Los niños son servidos lo más pronto posible si alguno es homenajeado.
- En un banquete nupcial son los anfitriones y homenajeados servidos al mismo tiempo.
- Debe existir una perfecta relación entre sala y cocina.



BUFFET

Viene de la palabra francesa que designaba aparador o armario.

Fue insertada al español con la palabra bufete que significaba una mesa con cajones a la vez.

En Francia fue utilizada como platos servidos en una mesa en distintas reuniones.

Por lo tanto diremos que la palabra buffet es un servicio basado en una presentación conjunta de una oferta de alimentos expuestos sobre una superficie plana adecuada para distribuirlos.

CARACTERISTICAS

- Precio único
- Rapidez en el servicio
- Más reducida
- Mayor rentabilidad en la materia prima
- Se evitan devoluciones
- Alta aceptación por los clientes

CLASIFICACIÓN

TENEMOS TRES TIPOS DE BUFFET

1.- EXPOSICIÓN

Se monta con sentido de reclamación se sirve a través de platos se da la información de lo que está llevando se puede hacer oferta gastronómica (mexicana italiana).

2.- PARCIAL O DE APOYO AL SERVICIO

Platos a la carta.

La presentación puede ser en bloques o módulos separados.

BLOQUE.- Es una sola zona o zonas separadas en un orden lógico.

MODULO.- Va separado se utiliza chaffer o calentadores.

3.- PARÁMETROS DEL SERVICIO DEL BUFFET

- Según la hora de servicio a realizar.
- Dependiendo del tipo de comida.
- Según distribución.
- Por el grado de equipamiento.
- Según el grado de servicio si asistido o no.

COCTELES

Servicio semi informal donde el cliente permanece de pie es servido mediante bandejas.

Puede ser cocteles antes de una cena con aperitivos en eventos especiales como degustaciones que generalmente se ayudan para servirse con las manos o con palillos.

El montaje puede ser por zonas como:

- Barra
- Puntos de apoyo
- Puntos de apoyo
- Control
- Compras

El jefe de compras adquiere toda la verdura, fruta, carne, aves, pan y productos secos necesarios para elaborar las comidas solicitadas. El jefe de compras realiza todo el presupuesto y los cálculos a partir de varios proveedores normalmente tres y es quien juzga si se merece pagar más por mayor calidad. Otra responsabilidad del jefe de compras es asegurarse que haya alimentos frescos y en buena calidad para la preparación de los platos seleccionados por nuestros clientes.

⁶PRODUCCIÓN DE ALIMENTOS ORGÁNICOS

Producir alimentos de calidad natural nutritivos, sin residuos de sustancias químicas ajenas a ciclos naturales que tengan un buen sabor y estén en posesión de una elevada vitalidad.

PRODUCCIÓN DE PRODUCTOS ORGÁNICOS

Al hablar de implementación de productos orgánicos en un servicio de catering es motivador e interesante, así como una alternativa pero con los problemas que se suscitan por la mala alimentación han surgido nuevos enfoques en materia de investigación y desarrollo para la agricultura.

Ha empezado a surgir cada vez con fuerza una corriente para la práctica de la agricultura orgánica como un concepto de la sostenibilidad de los ecosistema productivos (agrícolas y forestales) que enfatiza en uso racional de los recursos naturales que intervien en los procesos productivos y excluyendo el uso de agroquímicos.

Además resulta interesante combinar los conocimientos agrícolas de nuestros ancestros con los avances de la ciencia y la tecnología: Ecología, agronomía, y lógicamente con la gastronomía gestando así procesos de interacción que involucre a técnicas y productores para generar para generar así productos que

⁶ **BASF CHILE** 1996 y 1998. Azoxystrobin (Amistar), new strobilurine recommended for the control of downy mildew and early blight of solanaceae.Kauer. Santiago 1984

estén acorde a nuestras expectativas tanto económicas como socioculturales que responden a los objetivos propuestos.

1.- Implementar alimentos de calidad natural nutritivos, sin residuos de sustancias químicas ajenas a ciclos naturales que tengan un buen sabor y estén en posesión de una elevada vitalidad.

2.- Excluir la utilización de productos tóxicos o contaminantes como: plaguicidas fertilizantes químicos de síntesis, aditivos alimentarios no naturales

3.- Emplear técnicas que ayuden a la naturaleza que exija poco capital para que este al alcance de todos.

FUNDAMENTOS DE LA AGRICULTURA ORGÁNICA

A la agricultura orgánica se la define como una visión sistemática de la producción agrícola que se usa como los procesos biológicos de los ecosistemas naturales. La comisión del poder alimentario dice que la agricultura orgánica es un sistema global de la producción que fomenta y realza la salud de nuestros consumidores.

En la agricultura orgánica el hombre practica procesos que se desencadenan en la naturaleza.

⁷ALIMENTOS ORGÁNICOS

Son productos agrícolas o agro- industriales que se producen bajo un conjunto de procedimientos denominados orgánicos.

⁷ Casilleno, E. Ciencias Naturales. Curso de Orientación Escolar. 5ª. ed.

Madrid 1987, 496p.

Su objetivo general es obtener alimentos más saludables sin que afecten al consumidor y la de proteger al medio ambiente mediante el uso de técnicas no contaminantes y que además disminuyan el empleo de energía y de sustancias inorgánicas sobre todo las de origen sintético.

Los productores de alimentos orgánicos procuran que sus productos estén libres de agroquímicos y no producen alimentos transgénicos. Los cultivos orgánicos son enriquecidos mediante la elaboración de compuestos naturales con la finalidad de dar a los suelos nutrientes que se entrega a través de los alimentos.

EL ALIMENTO ORGÁNICO SE CONSUME POCO

Desde hace dos años unos 30 agricultores de la comunidad de Rumiloma en Sangolquí se organizaron para cultivar y comercializar productos orgánicos. Guiados por la organización De la Mata a la Olla, generaron una nueva forma de venta. Arman cada semana canastas de hortalizas, tubérculos, frutas y carne, los promocionan por Internet y entregan a domicilio.

“El propósito es facilitar al consumidor la compra de estos cultivos”, según su director, Cristian Añamisín. María Paucar cultiva de esta forma desde hace 15 años; ahora este sistema la ayuda a canalizar mejor sus ventas. Ellos se sumaron a las organizaciones como Maquita Cushunchic, Camari y el Proyecto Municipal Agrupar, que ofertan estos productos en el país. La producción orgánica es la que respeta los ciclos naturales, la que utiliza abonos de origen animal, vegetal y mineral y sustancias botánicas para control

de plagas y enfermedades de los cultivos. Es aquella que busca mantener la biodiversidad y fertilidad del suelo, explica Alexandra Rodríguez, directora del Proyecto Municipal.

Estos productos se expenden en supermercados, tiendas populares y ferias ecológicas. Una forma de reconocerlos está en los empaques de presentación y en la apariencia silvestre.

Una remolacha agroecológica no tiene una forma perfecta, presentará hendiduras, incluso es hasta más pequeña.

En Ecuador la agricultura orgánica surgió entre los años 80 y 90. Sin embargo, en el mercado local su consumo aún es escaso por la falta de conocimiento. Según el estudio Consumo de productos orgánicos y agroecológicos en los hogares ecuatorianos, publicado en diciembre de 2008 por la ONG Veco Ecuador, siete de cada 100 personas conocen estos productos, de ellos cinco los consumen.

Uno de los principales inconvenientes es el costo superior frente a los productos producidos con agroquímicos. Martha Jiménez, una ama de casa, prefiere comprar las verduras en el mercado porque son más baratas y me alcanza para más.

En el mercado Santa Clara, en Quito, una lechuga cuesta entre 15 y 20 centavos, mientras que una lechuga orgánica -en el Supermaxi de El Recreo y en la tienda Camari- está entre 40 y 70 centavos, un atado de rábanos cuesta 20 centavos y uno orgánico 30. Laura Araujo, coordinadora De la Mata a la Olla, justifica los valores porque el cultivo orgánico demanda de más trabajo y cuidado. “Hay que

regar todos los días, preparar los insumos, abonos y ⁸pesticidas naturales”. Además, respetan el ciclo natural, una zanahoria tiene un proceso de nueve meses, el maíz de seis, las hortalizas de tres.

Mientras que los fertilizantes aceleran el ciclo hasta en un 50% o incrementan la producción, según Araujo. Para Dolores Farfán, otra ama de casa, el valor no importa si se trata de la salud. Desde hace cinco años compra solo alimentos orgánicos en el Supermaxi y en Camari, porque no hay en el mercado. “Antes encontraba hasta lombrices en los vegetales no orgánicos, incluso el sabor era a veces a jarabe”.

El uso de agrotóxicos o fertilizantes son perjudiciales para la salud. A decir del oncólogo René Muñoz, estos químicos son cancerígenos y pueden llegar a afectar al Sistema Nervioso de las personas que manipulan o consumen los alimentos. “Los pesticidas aumentan el riesgo de cáncer, porque alteran el desarrollo celular, lo cual produce tumores sólidos”. Los cultivos orgánicos mantienen en un 100% las propiedades nutritivas, carbohidratos, proteínas, vitaminas y minerales, dice Alexandra Rodríguez.

A pesar del poco consumo hay más variedad y alternativas de estos productos desde frutas, cereales, leguminosas, hortalizas hasta plantas aromáticas. También miel de abeja, chocolates, harinas, embutidos y carnes.

⁸ **Cano, R. P. Juárez, A. Rivera. C.** Producción de cultivos hortícolas. Madrid: Riviera. 1999. 522p.

PRODUCTOS ORGÁNICOS CON BENEFICIOS PARA LA SALUD

Los alimentos orgánicos por definición son productos que llegan al mercado de consumidores a través de una serie de procedimientos que garantizan un origen natural y en sintonía con el cuidado del medio ambiente y dietas saludables. Los alimentos orgánicos es el resultado de la aplicación de métodos no contaminantes en su producción, sin aditivos químicos ni sustancias de origen sintético.

⁹Los alimentos orgánicos se producen sin aditivos químicos

No, los alimentos orgánicos no utilizan aditivos ni productos agroquímicos en su producción. Tampoco son modificados genéticamente (transgénicos). Los alimentos orgánicos son producidos con métodos naturales con especial detalle en el tratamiento del terreno para conservar los nutrientes.

Los alimentos orgánicos son más saludables

Aunque es difícil probar de qué manera beneficia la alimentación orgánica a nuestro cuerpo y el cuidado de la salud, indiscutiblemente los alimentos orgánicos ayudan a proteger la salud de los consumidores y poseen una mejor calidad nutritiva en una dieta saludable, al estar liberados de sustancias presumiblemente tóxicas y químicos dañinos para la salud. Los alimentos orgánicos son un regreso a las raíces, una dieta basada en la alimentación

⁹ **Fernández Gonzáles. J**, Enciclopedia de agricultura. Madrid: Grupo Océano

2001. 426 p.

natural, pero con un nivel de control y conocimientos aplicados propios del siglo XXI.

Cómo se garantiza la calidad de los alimentos orgánicos

El desarrollo y la gran aceptación de los alimentos orgánicos en los consumidores, generaron un amplio sistema de comercialización en donde cada alimento orgánico o ecológico se identifica con un sistema de etiquetado certificado controlado por organismos afines.

Control de plagas y enfermedades

El cultivo ecológico debe estar basado en métodos preventivos, potenciando el buen desarrollo de las plantas y por tanto su resistencia natural a plagas y enfermedades. Debe potenciarse al máximo la prevención mediante unas adecuadas prácticas de cultivo que aseguren el buen desarrollo de las plantas y, por tanto, que éstas sean más resistentes. Las especies autóctonas y un abonado adecuado hacen las plantas más resistentes.

¹⁰Evitando el cultivo de una única especie, al diversificar las especies plantadas se dificulta la aparición de plagas, utilizando para ello una adecuada rotación y asociación en los campos.

El abonado debe ser equilibrado, para obtener plantas fuertes y se utilizarán variedades adaptadas a la zona.

¹⁰ **González Solas, J**, Identidad Corporativa. Madrid: Estrella 2002. 423p

Es aconsejable promover el desarrollo de la fauna auxiliar autóctona, mediante el uso de setos y la suelta de insectos útiles (parásitos o depredadores), como los parasitoides del pulgón *Toxoptera aurantii*.

En última instancia se podrán utilizar diferentes productos de origen natural, como las piretrinas que se obtiene de las flores secas del crisantemo o el *Bacillus thuringiensis* que son unas bacterias aerobias que atacan predominantemente a los insectos dañinos.

¹¹Feromonas, atrayentes y repelentes

El extracto de ajo es biodegradable y sirve para repeler la mosca blanca, los pájaros y distintos tipos de chupadores. Se basa en un enmascarador del olor del alimento, de las feromonas (evita la reproducción de las plagas) y en los pájaros los desconcierta porque el ajo es irritante para los pájaros. No evita que en períodos de mucha hambre este método pueda ser ineficaz para los pájaros, se pueden usar otros métodos como el de los ultrasonidos o el de las explosiones de gas con detectores de movimiento.

El extracto de ajo puede enmascarar el olor de las trampas de feromonas de algunas plagas y puede hacerlas más ineficaces.

La fertilización del terreno dedicado a la agricultura ecológica es uno de los pilares de esta forma de cultivo. Es muy práctico que el fertilizante sea de producción propia, uno de los más utilizados es la producción de compost.

¹¹ **Gutierrez Albàñ, A. C.** Productos Organicos: módulo de capacitación.

Ambato: UTA. 2008. 158p.

¹²En la agricultura ecológica no se¹³ pretende nutrir directamente la planta, sino estimular el conjunto, es decir el suelo y la planta, manteniendo o mejorando la fertilidad del suelo favoreciendo el complejo arcillo-húmico y el desarrollo de los microorganismos del suelo.

La materia orgánica es la base de la fertilización, aunque también se pueden utilizar como fertilizantes el abonado en verde que consiste en cultivar y enterrar una planta, para que al descomponerse se convierta en abono, especialmente utilizando leguminosas, éstas enriquecen el suelo especialmente en nitrógeno gracias a bacterias que viven en sus raíces y que fijan el nitrógeno atmosférico, y que la planta al ser enterrada cede al suelo en forma de abono.

Contrariamente a lo que se cree, mantener el suelo cubierto, ayuda a conservarlo mejorando el aprovechamiento del agua y los nutrientes. Se emplearán cubiertas vegetales vivas, acolchado, etc.

Los abonos minerales que se pueden utilizar son los procedentes de fuentes naturales que hayan sido extraídos por procesos físicos.

EL CULTIVO DE LA PAPA, ZANAHORIA, CEBOLLA, HABAS, HIERBAS AROMÁTICAS

Es un tubérculo procedente de los Andes. Su origen parece situarse en dos centros distintos de América del Sur: Perú y Bolivia y el Sur de Chile; su cultivo

¹² **Gutierrez Albán, A. C.** Productos Organicos: módulo de capacitación.

Ambato: UTA. 2008. 158p.

se extendió por todo el territorio que antes de la venida de los españoles constituyó el Tahuantinsuyo. En el siglo XVI, fue introducido en Europa por los españoles. El cultivo se difundió rápidamente, sobre todo en las regiones templadas y, a principios del siglo XVIII, se introdujo en el norte de América¹⁴(Estados Unidos y Canadá). Según Ochoa (1990), existen nueve especies diferentes de papa:

S. goniocalyx, *S. phureja*, *S. stenotomum*, *S. tuberosum*, *S. ajanhuiri*, *S. chaucha*, *S. juzepczukii*, *S. curtilobum* y *S. tuberosum* spp. Andigenum.

Cada una de estas especies, tiene sus características propias, así como sus adaptaciones altitudinales de hasta 4 300 msnm. La distribución de las diferentes especies de papa, es muy amplia en los Andes y en general en el mundo entero, lo que hace que este cultivo tenga importancia económica y social en por lo menos 120 países. El cultivo de la papa se encuentra, no solo en casi todas las latitudes y continentes, sino también en un rango de altura que va desde el nivel del mar, hasta 4300 msnm, por lo que posiblemente es el cultivo de mayor versatilidad climática y ecológica y que como tal se constituye en un aporte de la tecnología andina de cultivos a la alimentación de buena parte de los habitantes del planeta. La papa, es una contribución de los Andes sudamericanos y de sus agricultores para toda la humanidad, que en la actualidad hace parte de los principales alimentos que consume la sociedad mundial.

¹⁴ **Vayas, E.** Implementación de Productos Orgánicos: modulo de capacitación
Ambato: UTA. 2005. 211p.

Valor Nutritivo

La papa es un alimento, muy nutritivo que desempeña funciones energéticas debido a su alto contenido en almidón, así como funciones reguladoras del organismo por su elevado contenido en vitaminas, minerales y fibra. Además, tiene un buen contenido de proteínas, presentando éstas un valor biológico relativamente alto dentro de los alimentos de origen vegetal. En contraste con los cereales las papas tienen vitamina C en cantidades similares a éstos. Las papas presentan un contenido en azúcares, proteínas y energía intermedia entre los que se observan en frutas, hortalizas y los cereales. La proteína de la papa presenta un valor biológico superior a la de los cereales lo cual se debe a su mayor contenido en lisina, aminoácido limitante en la proteína ¹⁵de los cereales. Un estudio realizado por la FAO en el Perú, muestra la composición de algunos cultivos andinos, determinando para la papa los siguientes contenidos por cada 100 gramos de porción comestible. Contenidos nutrimentales de la papa por cada 100 gramos de porción comestible. Tipo de papa Energía kcal Agua Proteína g Grasas g Fibra C Calcio Hierro Vitamina A.

¹⁵ **Valencia, J.** Vademecum: Gestión Agrícola 6ª. ed. Santiago: Carrascal

IV.- METODOLOGÍA

a .-LOCALIZACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN

La empresa de catering va estar ubicada en la Provincia de Tungurahua. Cantón Mocha, junto ala panamericana kilometro16 barrio la estación entre la calle Galo Plaza y Jaime Melo.

La duración de este proyecto va hacer de seis meses por consiguiente en está investigación se utilizara los siguientes métodos:

- Deductivo
- Inductivo
- Analítico
- Estadístico

B.-VARIABLES

Variable dependiente

i. Operacionalización de la variable

VARIABLES	INDICADORES	ESCALA
EMPRESA	Mercado al que va dirigido Costo de apertura Fuente de financiamiento	% turistas Dólares Dolares
ASPECTO TÉCNICO	Producción de alimentos orgánicos Alimentos orgánicos	Cantidades de producción qq kg
ESTUDIO DE MERCADO	Lugar provincia de Tungurahua cantón Mocha Recolección de información Encuestas Aceptabilidad Demanda Plano del local Presupuesto Maquinaria y equipo Menaje y vajilla Suministros y materiales	Km 16 Via a Riobamba Numero de personas 352 pax alta alta dólares dólares

		1000unidaes Dólares
ESTUDIO FINANCIERO	Balances Tmar Tir Van Relación beneficio costo Pri Punto de equilibrio	Dólares % % Numérico Ganancia dolares Años numeral
IMPACTO AMBIENTAL	Mitigar el impacto ambiental Clima Tipo de suelo	Ph Grados Ph

c.- TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

En este proyecto se aplica con profundidad cada uno de los métodos señalados para que el trabajo tenga una visión global de la importancia de la aplicación de estos métodos y técnicas.

También la investigación realizada es aplicada por que está orientada a solucionar el problema de nuestros consumidores.

En Cuanto al lugar también se trata de la investigación de campo por que las encuestas y entrevistas se aplicaron a nuestros posibles consumidores. En cuanto a los directivos propietarios del negocio se trata de una investigación experimental por que no se limita a diagnosticar el problema; si no que se plantea una propuesta clara y bien definida; cuya aplicación significara cambios en la realidad estudiada.

Finalmente en cuanto a la factibilidad se trata de un proyecto factible pues no se trata de un proyecto en especial si no de investigación que cumple con los requisitos ordinarios de factibilidad.

En lo que se refiere a las técnicas y métodos de investigación se refiere a la observación, de casos y registros; como un acto consiente, sistemático y programado por parte del investigador por medio de registros como cámara fotográfica filmadora y otros.

En cuánto a la entrevista permite recoger información cuyo número sea relativamente reducido la ventaja es que las respuestas son más amplias que la encuesta por que permite recoger opiniones narraciones expectativas, el entrevistador también explica las preguntas lo que no se da en la encuesta. Todo esto mediante una gran capacitación del entrevistador en forma objetiva y hábil

para lograr con satisfacción la información y el entrevistado motivado acepte la entrevista con conocimientos de los objetivos de la investigación.

La duración de este proyecto se va a realizar en seis meses por consiguiente esta investigación se utilizara los siguientes métodos:

- Deductivo
- Inductivo
- Analítico
- Estadístico

METODO INDUCTIVO

Es el razonamiento que partiendo de casos particulares, se eleva a conocimientos generales.

Este método sirvió para identificar la problemática implícita en el objetivo de estudio se realizó un diagnóstico, y se descubrió la situación actual de el tipo de alimento que consumimos como son los productos llenos de químicos y no consumimos productos sanos mediante los datos que se lograron obtener nos dimos cuenta que los consumimos mas productos dañinos para nuestra salud.

METODO DEDUCTIVO

Parte de un marco general de referencia y se va hacia un caso en particular de la deducción se comparan las características de un caso objeto y fenómenos. En la deducción se realiza un diagnóstico que sirve para tomar decisiones, por lo

tanto la definición cobra importancia. Si la definición no se realiza puede sobrevenir muchas confusiones.

METODO ANALITICO – ESTADISTICO

Este método se utilizó para realizar un análisis estadístico, y demostrar el análisis cuantitativo de los indicadores previstos en la encuesta de investigación presentar los datos obtenidos como resultados de la investigación, en cuanto al respectivo porcentaje, de modo que facilite la comprensión del análisis e interpretación de datos.

d.- POBLACIÓN Y MUESTRA

La población a la cual me voy a dirigir es de 6777 habitantes datos recolectados del INEC para la cual se toma un segmento de la población y se aplicara la siguiente fórmula:

$$n = \frac{m}{e(m-1)+1}$$

En donde:

M= Tamaño de la muestra

N= Universo de la población total

E=error admisible aceptado hasta el 5%

E= Error se recomienda calcular con 0.05 para obtener una muestra con el 95% de confianza

$$n = \frac{6777}{1+6777 \times (0.05)}$$

$$n = \frac{6777}{1+ 6777 (0.0025)}$$

$$n = \frac{6777}{17.94}$$

$$n = \frac{6777}{17.94}$$

e. DESCRIPCIÓN DE PROCEDIMIENTOS

i. Investigación de mercado y marketing

El mercado

El producto orgánico que se va a producir e implementar para la empresa de catering tiene aceptación y motivación y calidad en el mercado del Cantón Mocha y otros sectores de expendio a la clientela con conocimientos y procedimientos para certificar a los miembros de la empresa ya que establecemos normas desempeño (autorregulación) con representatividad en el mercado de esta manera dirigimos a nuestro equipo con una administración de recurso, excelencia y productividad.

La producción de mercado para un determinado nivel de gasto de la empresa identificamos su nivel de acción invitando al cliente a conocerla mejor.

Previsión de ventas

Apreciar las peticiones de compra y de venta de los productos en el mercado de la empresa. El pronóstico de venta en el entorno orienta en la inflación así también la motivación y el interés del gasto y el ahorro del consumidor además la empresa se orienta por la opinión de los encuestados también lo que las personas hacen y su comportamiento de adquisiciones pasadas y de la demanda permanente.

La rentabilidad, el impacto, modelos dinámicos y la proyección de la demanda de la empresa que requiere contratar, seleccionar datos pasados para proveer

a futuro. Además un mayor precio, mayor calidad y el prestigio de la empresa le da exclusividad en el mercado con promoción, de exclusividad y también con estímulo.

d.- Plan de comunicación y marketing

Para la empresa es importante el plan de comunicación, las metas básicas de la sociedad, mantenimiento, mejoramiento de las normas de excelencia en la práctica de la observación y administración del recurso humano desarrollando un cuerpo de conocimientos, habilidades, destrezas mediante la coordinación, recomendación e implantación de planes hasta la auditoría de desempeño

OBJETIVOS	METAS	ACCIONES	EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO
Lograr competencia industrial, y la derivación hacia la imagen de marca y la imagen	Definir la imagen corporativa mejorando sus procedimientos en un 100% mediante la	Introducción en la mercado – técnica de una comunicación ordenada para el aumento de la productividad y ventas	Experiencia y triunfos significativos Estudios de campo y elaboración de fechas, técnicas de

corporativa de la empresa	potenciación el mercado	atraves de la imagen corporativa y publica frente a la inversión realizada y la capacitación interna de los empleados	campanas publicitarias causando impacto
Estudiar la publicidad y criterios de potencia de la imagen corporativa y opiniones de mercado	Definir criterios básicos de la comunicación interna y externa del marketing durante 4 años	Desempeñar métodos más científicos la teoría del mercado frente a determinados estímulos con la mercado tecnia y ciencias económicas	

Plan de la empresa

1. Aspecto técnico

El estudio técnico debe ir coordinado con el estudio de mercado, ya que la demanda que se cuantifica en el estudio de mercado debe ser suplida por el estudio de factibilidad que es la implementación de productos orgánicos en una empresa de catering. En la Provincia de Tungurahua Cantón Mocha.

Capacidad del cultivo de productos orgánicos

La capacidad de la planta usualmente se asocia con el consumo de los productos y que productos poseen mas oferta y demanda el área aproximada para el cultivo de los productos orgánicos es de 28000 metros cuadrados y posee 21000 metros cuadrados para la empresa de catering. En la empresa de catering se va producir frutas, granos, hortalizas, tubérculos y legumbres que es los productos que mas se cultiva en la zona a diferencia que estos van a ser cultivados orgánicamente.

Equipos

Los equipos a utilizar para la producción de productos orgánicos son tractor con todos sus implementos como arado, guachadora, rastra, sembradora entre otros materiales surcadores semillas. Obreros En la empresa de catering materiales como vajillas, batería de cocina, mobiliaria, menaje, uniformes, hornos cuarto frio, cocinas, batidoras, lavadoras de platos instalaciones para 500pax con sus respectivas comodidades que cubra las necesidades de nuestros clientes.

Mano de Obra

El análisis que se hizo de la mano de obra necesitamos empleados necesarios y que se den abasto con todas las obligaciones que tienen en la planta, este análisis se debe hacer en conjunto con los administradores y que van a ser las personas encargadas de dirigir la empresa de catering.

Transporte

El proceso de transporte de los productos orgánicos hacia la empresa de catering posee una distancia de 100 metros la cual se va realizar todos los días en pequeños en furgones cerrados pequeños para utilizar productos frescos y recién cultivados para nuestras preparaciones posean un sabor único e inconfundible que satisfagan las necesidades de nuestros clientes.

2.- Aspecto Jurídicos Mercantiles

a.- FORMA JURIDICA ELEGIDA PARA EL PROYECTO

- Sociedad de hecho en la que consta dueño propietario
- Afiliación a la cámara de comercio de Ambato

b.- TRÁMITES Y PERMISOS

- Registro en el registro mercantil
- Obtención del Ruc
- Permiso para la apertura del local

c.- GASTOS DE CONSTITUCIÓN E IMPUESTOS

- Ruc en el SRI
- Permiso de bomberos
- Permiso de funcionamiento

3. Estrategias de marketing

Tenemos que ser conscientes, que la herramienta de marketing más potente para subir las ventas dentro del restaurante, es la carta. Instrumento que está dejado de lado, en la mayoría de restaurantes y sólo se usa como un interminable listado de platos, con muchas más páginas de las necesarias, que no refleja la identidad del establecimiento ni lo hace único y diferente.

Para hacer una carta rentable, hay que seguir ciertos pasos, que nos llevarán al éxito absoluto, ya que con estas estrategias, está garantizado una mejoría, tanto en rentabilidad, hasta un 30%, como en diferenciarnos del resto.

Algunas de estas estrategias son:

1 Definir la identidad de la empresa de catering

1. ¿Qué tipo de gastronomía es la que quiero servir y transmitir en mi servicio de catering.
2. ¿Podemos definir la gastronomía del restaurante en una sola frase? ¿Qué identidad posee?
3. ¿Qué calidad de materia prima estoy vendiendo para que vuelva el cliente?
4. La decoración, el uniforme del personal, la música, la atención y la carta. ¿Van de la mano con la imagen que se quiere dar del establecimiento?
5. ¿Qué me diferencia del resto, qué me hace único ante los ojos de mis clientes?

Sólo teniendo claro, cómo queremos ser conocidos y por qué razón el cliente tendría que elegir nuestro restaurante y no otro, podemos continuar con las estrategias de marketing.

Presentación de una buena carta

Esta estrategia, analiza el rendimiento de los platos, por familias (entrantes, ensaladas, postres, etc.) según su rentabilidad y su popularidad, además intervienen estrategias de marketing, gestión y diseño.

1. Tenemos que tener los escandallos de todos los platos de la carta.
2. Visualizar cuáles son los más rentables.
3. Conocer cuáles son los más populares, para luego hacer la re-ingeniería de la carta.
4. Posicionar los platos de la carta de una manera diferente para estimular la venta de los platos más rentables, hasta un 30% +
5. Quitar los platos menos rentables y menos populares para subir la rentabilidad.
6. Optimizar la carta.

Además nuestro local va a utilizar propagandas de radio y tv local afiches papeles volantes, espacios publicitarios en periódicos locales y vallas publicitarias.

4.- Gestión Del Talento Humano

a) Descripción de los puestos de trabajo

Los empleados tendrán contratos reglamentarios de trabajo y después de la evaluación del desempeño extendido documentos de estabilidad laboral con todos sus beneficios se estimulara a a la creatividad, ductilidad de excelencia e iniciativa de mejoramiento para la empresa gracias al trabajo diario.

Los parámetros de auditoría en el cumplimiento de objetivos, grados de conocimiento personal valoración de la institución, grado de satisfacción de los participantes en el proceso de comunicación interna y externa.

Finalmente la batería de soluciones posibles a cada problema que se vayan presentando.

a.1) Descripción

GERENTE PROPIETARIO Y CHEF EJECUTIVO.- Va a ser la persona encargada de administrar controlar y buscar estrategias conjuntas para las soluciones de problemas además vigilar a los empleados que realicen bien su trabajo.

CAPITAN DE MESEROS.- persona encargada de capacitar a los meseros para brindar un mejor servicio.

MESEROS.- personas encargadas de servir y atender al cliente.

AYUDANTE DE COCINA.- Se va encargar de la preparación de los alimentos.

POCILLEROS.- Se encarga de la limpieza del área de cocina.

CONTADOR.- Se encarga de llevar la contabilidad manejos contables de la empresa.

CAJERO.- Se encarga de recaudar todo lo vendido en la empresa.

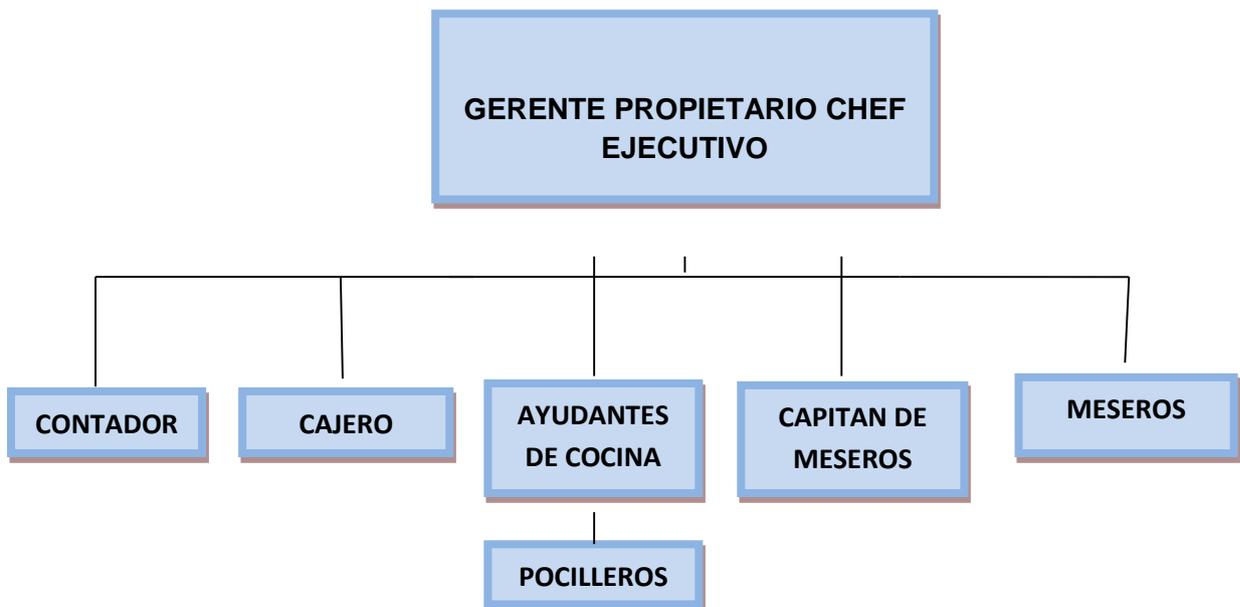
b) Perfil de los trabajadores

-El perfil de los trabajadores en lo personal necesitamos personal capacitado, equilibrado en sus pensamientos, sentimientos y acciones.

- Un personal que cultive valores profesionales, morales, y espirituales.
- Pensamiento abierto comunicativo, sensible, respetuoso, solidario y un amplio concepto de lo que se llama servicio gerencial del cliente.

En lo profesional

- Tener formación académica especializada en las ramas afines para el trabajo a desempeñarse.
- Cultura general y Relaciones Humanas.



Los aspectos de recurso humano tienen mucho significado en la empresa de menor tamaño ya que conforme crece la empresa maneja mayor número de empleados.

c) Costos salariales

Los costos salariales se coordinaran con la jefatura de trabajo para atender en forma justa y equilibrada a nuestro recurso humano de acuerdo a las capacidades y desempeño laboral que realicen en la empresa de catering.

6.- ASPECTO ECONÓMICO FINANCIERO

a.- Necesidades Iniciales

Convenios con bancos y cooperativas interesadas en la adquisición de los productos de la empresa de Catering o como agentes financieros para los salarios oportunos mensuales y que reconozca como estímulo al cliente y directivo empresarial.

b.- Financiación

Con créditos de las ONGS para lograr su apoyo y tecnificación del producto.

c.- Gestión del circulante

Coordinación con los clientes pequeños y grandes por su capacidad de captación del mercado disponiendo así de dos capitales:

- 1.- Para invertir en los productos diarios.
- 2.- Cobertura salarial empresarial.

d.- Cuentas de resultados

Se consideran diariamente con la finalidad de conocer los resultados financieros de caja diario de la empresa.

Viabilidad económico financiero

Depende mucho de la atención al cliente, proporcionando un excelente servicio y satisfaciendo las necesidades del cliente.

Diagnóstico organizacional de la Empresa

FACTORES DE ANALISIS INTERNO	NIVELES DE IMPACTO	
	FORTALEZAS	DEBILIDADES
Intercapacitación	X	
Relaciones Humanas	X	
Infraestructura	X	
Recurso de Maquinaria	X	
Servicios Básicos	X	
Metodología activa y motivadora	X	
Desempeño del recurso Humano	X	
Estado de salud	X	
Biblioteca		X
Jornadas de trabajo interno	X	
Autoevaluación formativa		X
Acciones comunitarias	X	
Factores de análisis externo	Niveles de impacto externo	
	Oportunidades	Amenazas

Niveles de comunidad participativa	X	
Vías de acceso	X	
Técnicas modernas	X	
Alineación cultural	X	
Condiciones climáticas		X

5.- Aspectos Ambientales

Este proyecto se encuentra dentro de los parámetros de cuidar al medio ambiente ya que está implementando productos orgánicos.

La producción orgánica favorece el cuidado de los suelos.

La producción agrícola ecológica se relaciona con el desarrollo sostenible. La producción orgánica previene la erosión del suelo, y preserva la fertilidad en los terrenos de cultivo. Además la producción orgánica contempla el ahorro de energía. Cerca del 40 por ciento de las tierras cultivadas en el mundo, están seriamente degradadas socavando tanto el presente como el futuro de su capacidad productiva.

La producción orgánica contribuye a preservar recursos naturales esenciales.

La producción orgánica por ejemplo, al eliminar el uso de pesticidas y sustancias químicas en cultivos contribuye a evitar la contaminación de las napas de aguas subterráneas de agua, recursos indispensables para la vida presente y de futuras generaciones. La agricultura orgánica ayuda a reducir los niveles de contaminación. En Alemania el gobierno promueve la agricultura orgánica ya que resulta menos costoso que la eliminación de los residuos químicos en los suministros de agua potable procedentes de la agricultura convencional.

V. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

a. PRESENTACIÓN TABULACIÓN Y ANÁLISIS

i. Presentación, Tabulación y Análisis de los datos obtenidos en

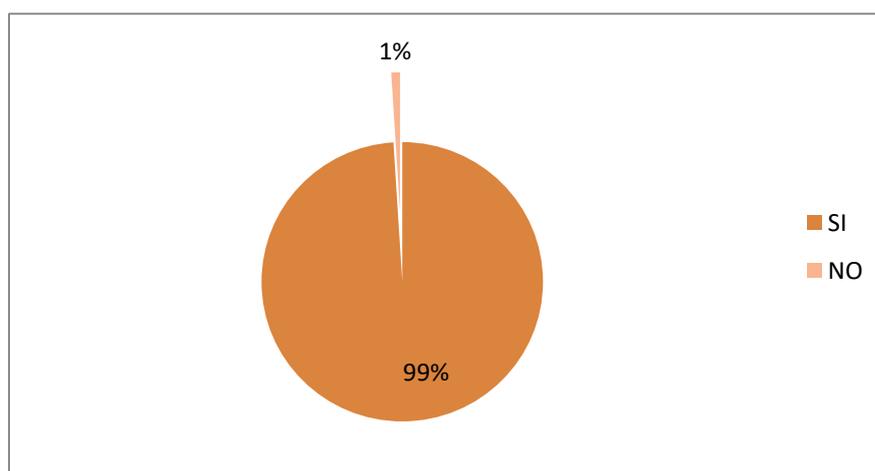
TABULACIÓN DE LA ENCUESTA

Pregunta 1.- Querría usted sustituir alimentos normales por alimentos orgánicos (libre de insecticidas, pesticidas)

CUADRO 1

	N.- DE PERSONAS	PORCENTAJE
SI	374	99%
NO	4	1%
TOTAL	378	100%

GRÁFICO 1



Realizado por: Regina Gavilanes

ANÁLISIS DESCRIPTIVO

El 99% de personas les gustaría consumir productos orgánicos, 1 % no le gustaría consumir productos orgánicos.

ANÁLISIS INTERPRETATIVO

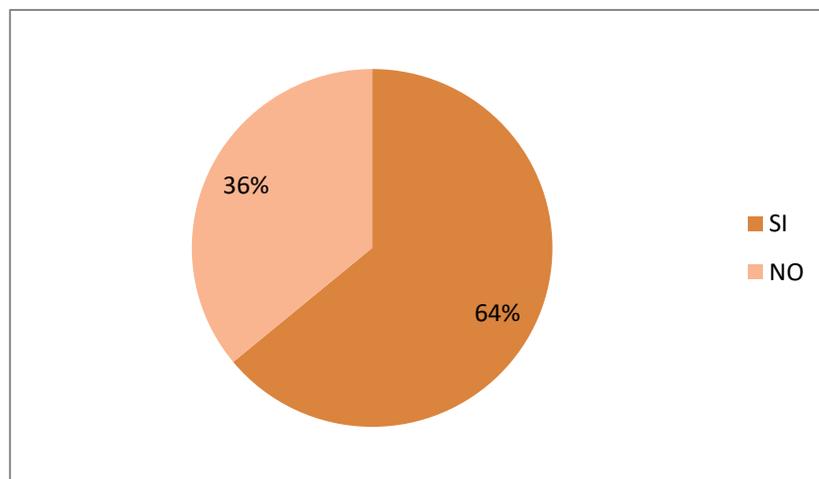
Que mayor parte de consumidores les gustaría una alimentación sana es decir consumir productos orgánicos libres de insecticidas que afectan a nuestra salud y de esta manera gozar de una buena salud.

2.- Conoce el proceso de producción de alimentos orgánicos y en que aportan a nuestra salud.

CUADRO 2

	N.- DE PERSONAS	PORCENTAJE
SI	239	64%
NO	139	36%
TOTAL	378	100%

GRÁFICO 2



Realizado por: Regina Gavilanes

ANÁLISIS DESCRIPTIVO

El 64% de personas conocen del proceso de producción de productos orgánicos, y el 36% no tiene conocimiento acerca de la producción de productos orgánicos.

ANÁLISIS INTERPRETATIVO

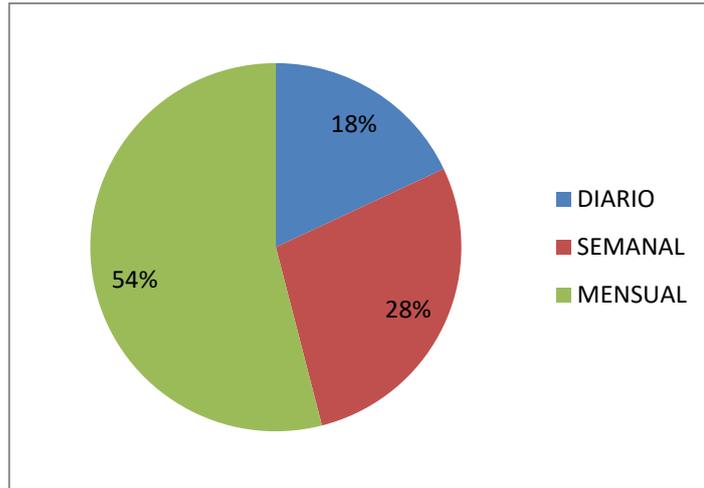
Que la mayor parte de personas posee un amplio conocimiento acerca de producción de productos orgánicos y por ende sabe que son saludables consumirlos, además también existe pocas personas que desconocen de los productos orgánicos por su falta de información.

3.- Con qué frecuencia consume más productos orgánicos

CUADRO 3

	N. PERSONAS	PORCENTAJE
DIARIAMENTE	68	18%
SEMANALMENTE	106	28%
MENSUALMENTE	204	54%
TOTAL	378	100%

GRÁFICO 3



Realizado por: Regina Gavilanes

ANÁLISIS DESCRIPTIVO

El 18% de personas consumen diariamente productos orgánicos.

El 28 % de personas consumen semanalmente productos orgánicos.

El 54 % de personas consumen mensualmente productos orgánicos.

ANÁLISIS INTERPRETATIVO

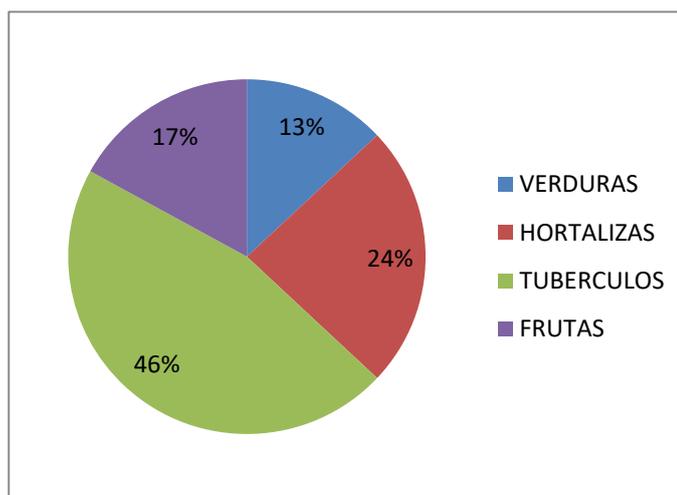
Un poco porcentaje de consumidores consume productos organicos por que sabe que son sanos su precio es un poco mas alto por que sus cuidados y tratamientos son mas delicados y demorosos y el resto de consumidores consume poco por su costo y por su falta de información, por la poca oferta del producto.

4.- Qué alimentos orgánicos consume más.

CUADRO 4

	N de PERSONAS	PORCENTAJE
VERDURAS	49	13%
HORTALIZAS	91	24%
TUBERCULOS	170	46%
FRUTAS	68	17%
TOTAL	378	100%

GRÁFICO 4



Realizado por: Regina Gavilanes

ANÁLISIS DESCRIPTIVO

El 13% de personas consumen verduras.

El 24 % de personas consumen hortalizas.

El 46 % de personas consumen tubérculos.

El 17% de personas consumen frutas.

ANÁLISIS DESCRIPTIVO

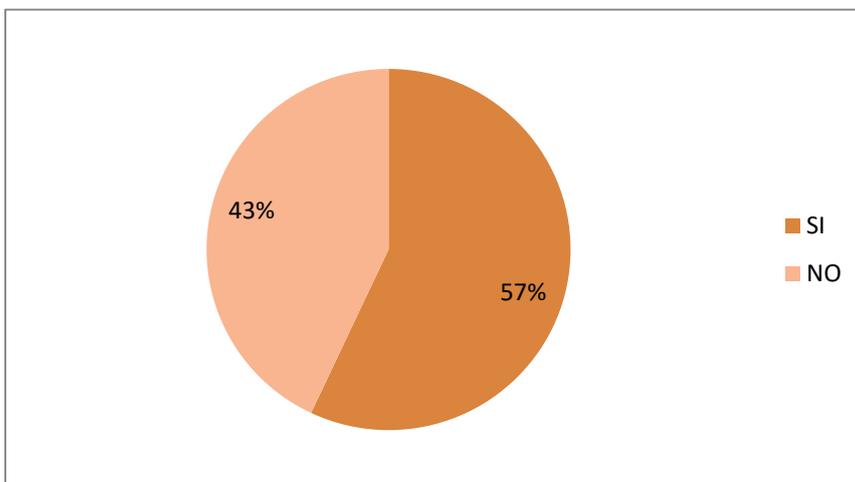
Que el porcentaje mas alto de consumidores consume tubérculos por el tipo de alimentación de la región andina ya que se consume mas papas,mellocos,y poca cantidad de verduras hortalizas,frutas que son mas saludables y nos aportan la mayor cantidad de vitaminas y minerales para un eficaz mantenimiento de nuestro cuerpo.

5.- Sabé usted que es catering

CUADRO 5

	N . PERSONAS	PORCENTAJE
SI	215	57%
NO	163	43%
TOTAL	378	100%

GRÁFICO 5



Realizado por: Regina Gavilanes

ANÁLISIS DESCRIPTIVO

El 57% de personas saben que es catering.

El 43% de personas no saben que es catering.

ANÁLISIS DESCRIPTIVO

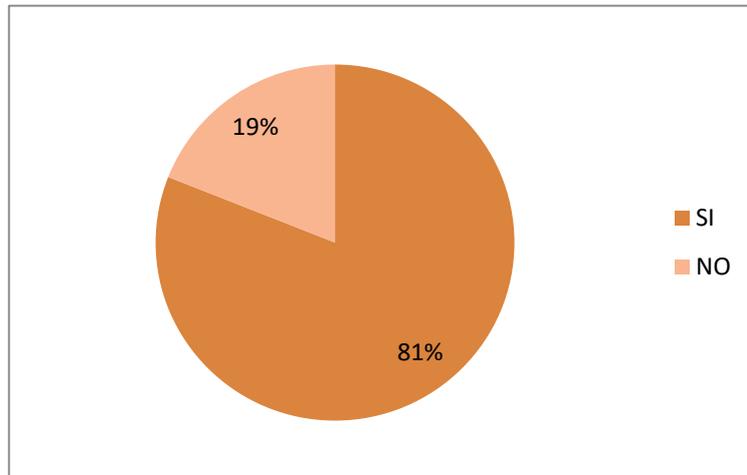
Que la mayor parte de personas poseen un amplio conocimiento acerca de una empresa de catering que servicios y beneficios ofrece a nuestros potenciales clientes.

6.- Estaría usted de acuerdo en consumir y comprar productos orgánicos en una empresa de catering a un precio de 3.99 por cada plato

CUADRO.- 6

	N.- DE PERSONAS	PORCENTAJE
SI	306	81%
NO	72	19%
TOTAL	378	100%

GRAFICO.- 6



Realizado por: Regina Gavilanes

ANÁLISIS DESCRIPTIVO

El 81% de personas están de acuerdo en comprar y consumir productos orgánicos en una empresa de catering. Y están dispuestos a pagar un precio de 3.99 por cada plato

El 19% de personas no están de acuerdo en comprar y consumir productos orgánicos en una empresa de catering.

ANÁLISIS DESCRIPTIVO

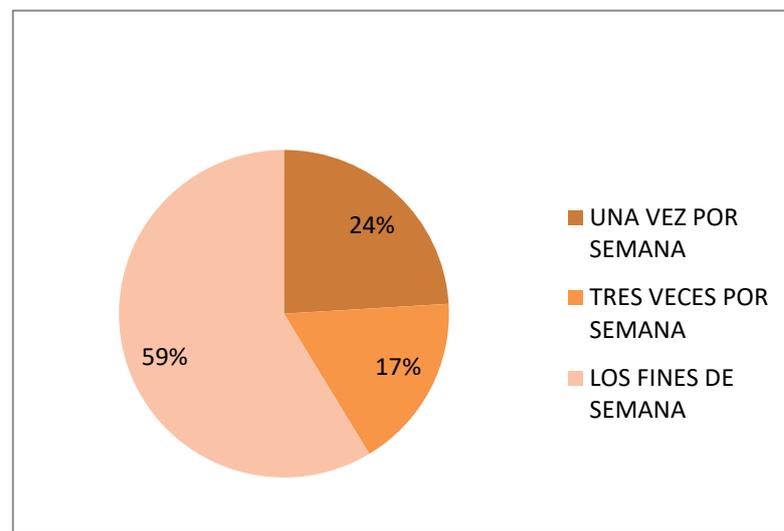
Los porcentajes nos demuestran la aceptación de nuestro producto por nuestros potenciales clientes ya que son productos saludables de un sabor unicoe incomparable, y a la gran cantidad de vitaminas y antioxidantes que nos brinda a un precio justo y al alcance de todo bolsillo

7.- Con que frecuencia asistiría usted a comprar y a consumir productos orgánicos en una empresa de catering.

CUADRO 7

	N.- DE PERSONAS	PORCENTAJE
UNA VEZ POR SEMANA	95	24%
TRES VECES POR SEMANA	53	17%
LOS FINES DE SEMANA	230	59%
TOTAL	378	100%

GRÁFICO.- 7



Realizado por: Regina Gavilanes

ANÁLISIS DESCRIPTIVO

El 24% de personas asistirían a consumir y comprar productos organicos una vez por semana.El 17 % de personas asistirían a consumir y comprar productos organicos tres veces por semana. El 59 % de personas asistirían a consumir y comprar productos organicos los fines de semana semana.

ANÁLISIS DESCRIPTIVO

Tenemos mayor consumo de productos organicos en una empresa de catering los fines de semana ya que la mayor parte de consumidores pasan los fines de semana juntos, y les gusta probar nuevos productos siempre y cuando sean saludables para nuestro cuerpo.

ii. Discusión

Al analizar los resultados de la encuesta aplicada a los habitantes y turistas que visitan el cantón, me dí cuenta que nuestro producto tiene acogida, pero existe poca información acerca del catering implementado con productos orgánicos, es por esta razón se presenta una nueva alternativa, para nuestros turistas y habitantes, como es la implementación de productos orgánicos, con este proyecto se intenta mejorar el servicio, desarrollo del Cantón y a recuperar antiguas tradiciones de siembra, cultivo post cosecha, cosecha y distribución de los alimentos, manteniendo así, una gastronomía sana y libre de químicos que afectan a nuestra salud.

Este establecimiento brindará oportunidades de aprender y conocer todo sobre la utilización de productos orgánicos en una empresa de catering.

VI. CONCLUSIONES

- Con las encuestas aplicadas, se indica que la mayoría de personas les gustaría consumir productos orgánicos en una empresa de catering, esto demuestra que nuestro proyecto tiene aceptación.
- A la mayoría de personas les gustaría contratar un servicio de catering con los nuevos servicios que ofrece, como es la implementación de productos orgánicos.
- Al segmento de personas les gustaría tener acceso a tipo de servicio que ofrece esta empresa. Además podrá gozar ambientes únicos de vida campestre, de una alimentación sana y libre de pesticidas.
- Este proyecto brindará fuentes de empleo en las diferentes áreas del trabajo a todas las personas que se encuentren aptas para trabajar en este tipo de empresa.

VII. RECOMENDACIONES

- Una vez desarrollado y evaluado el proyecto se recomienda implementarlo
- Mantener siempre los estándares de calidad del producto, materia prima y manipulación de los alimentos
- Capacitar constantemente a los empleados en la manipulación de alimentos y la elaboración de platos con productos orgánicos.
- Es importante cuidar la higiene del personal, y la limpieza constante de las áreas de trabajo para evitar problemas de contaminación cruzada de los alimentos, de esta manera brindar y un servicio óptimo y de calidad.

VIII. PLAN DE LA EMPRESA

a.ASPECTOS TÉCNICOS

I.Determinación del tamaño de la empresa

El objetivo de determinar el tamaño de la empresa consiste en el dimensionamiento de las instalaciones, capacidad de producción, maquinaria y equipo para la realización del proyecto de acuerdo a la demanda que tiene el lugar.

El tamaño de la empresa de catering esta por su capacidad física real de producción de bienes y servicios durante un periodo de operación normal.

La importancia del dimensionamiento en el estudio de factibilidad radica en que sus resultados se constituyen en parte general para las especificaciones técnicas sobre los activos fijos que se van a adquirirse.

Para determinar el tamaño de la empresa es necesario conocer los siguientes aspectos:

Fijar el área de producción y sus distintas sub áreas.

Calcular el area de servicio de nuestros clientes adultos y niños.

Determinar todos los equipos que se necesita para el funcionamiento de la empresa de catering.

Determinar el número de clientes que serán atendidos en nuestras instalaciones.

Fijar el área de producción y demostración de productos orgánicos.

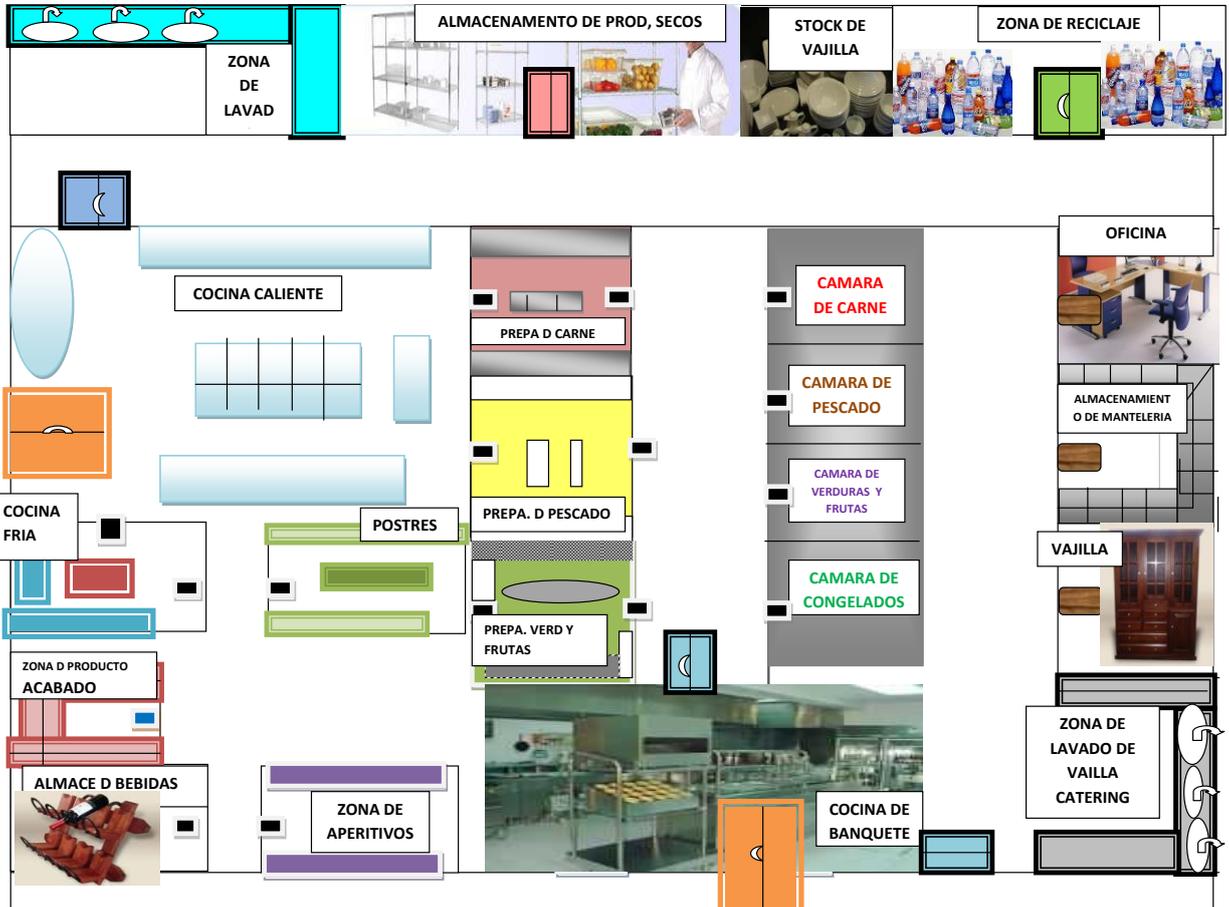
Calcular el área guardería, área juegos y distraccion para los niños.

ÁREA DE PRODUCCIÓN

Es el espacio con el que cuenta para producir los alimentos

Con un espacio de 1000 metros cuadrados este espacio va a tener sus sub divisiones como son cocina fría, cocina caliente, carnes, postres, bebidas, area de lavado de batería de cocina con tres posos industriales y sus estanterías de adecuadas, área de lavado de vajilla con sus tres posos y sus cuartos fríos de almacenamiento, bodegas de granos secos, bodegas de alimentos frescos, manejo de desperdicios, oficina.

...



Descripción del área de la cocina con sus sub división:

1.- ZONA DE OFICINA

OFICINA.- Se encarga de recibir los pedidos a los proveedores también forma parte importante del área de producción consta del siguiente mobiliario. Posee un área de 80.00 metros cuadrados con todas las adecuaciones importantes, y necesarias para su buen funcionamiento.

CUADRO N.- 1 DESCRIPCIÓN DE LA OFICINA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Escritorio	1
Silla	3
Modulares	3
Computadora	1
Calculadora	1
Grapadora	1
Perforadora	1
Copiadora	1
Impresora	1
Archivador	3

Realizado por: Regina Gavilanes

ZONA DE ALMACENAMIENTO DE MANTELERIA

Esta zona costa de 80 metros cuadrados los cuales posee, armarios de madera de guayacan con varias divisiones que nos servirán para mantener la mantelería almacenada de una forma ordenada y libre de polvo y otros agentes que puedan dañar la tela de los manteles, forros de sillas, lazos, servilletas tules para colgar de acuerdo a la ocasión.

CUADRO N.- 2 DESCRIPCIÓN DE LA OFICINA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Closers de madera	6
Cajoneras	4
Muebles con varias divisiones	3
Servilleteros	6

Realizadi por: Regina Gavilanes

3.- ZONA DE ALMACENAMIENTO DE VAJILLA

Esta zona costa de 100 metros cuadrados los cuales posee, estanterías de acero inoxidable reforzado en la parte de adelante para cubrir toda la vajilla posee vidrio, la vajilla se va a encontrar almacenada de una forma ordenada, por cada tipo de género y libre de polvo y otros agentes que puedan dañar la vajilla.

CUADRO N.- 3 DESCRIPCIÓN DE ALMACENAMIENTO DE VAJILLA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Estanterías para platos base	2
Estanterías para platos pequeños	2
Estanterías para tazas	2
Estanterías para platos soperos	2
Estanterías para platos porta soperos	2
Estanterías para platos postre	1
Estanterías para copas de vino, agua, gaseosa, whisky, champagne	3

Realizado por: Regina Gavilanes.

4.- ZONA DE LAVADO DE VAJILLA DE CATERING

Esta zona va a constar con un área de 60 metros cuadrados los cuales poseen una distribución para lavar la vajilla, posee tres posos de lavado además un área de secado de la vajilla. Además contiene sus respectivas estanterías de acero inoxidable reforzado.

CUADRO N.- 4 LAVADO DE VAJILLA DE CATERING

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Estanterías	4
Porta vasos, copas etc.	3

Realizado por: Regina Gavilanes

5.- DESCRIPCIÓN DE LA ZONA FRIA

Esta zona va a constar con un área de 120 metros cuadrados los cuales posee una distribución de cuatro cuartos frios cada cuarto frio consta de 30 metros cuadrados también forma parte fundamental del área de producción de alimentos.

CUADRO N.- 5 DESCRIPCIÓN DE LA ZONA FRIA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Cuarto Frio Para Carnes	1
Cuarto Frio Para Pescados	1
Cuarto Frio Para Frutas Y Verduras	1
Cuarto Frio Para Productos Congelados	1

Realizado por: Regina Gavilanes

6.- ZONA DE LA PREPARACIÓN DE CARNES

Esta zona consta de de 30 metros cuadrados en los cuáles se posee una distribución de tres mesones de mármol una cocina, horno, y un picador de carne, Tablas, bandejas, bowls y un molino de el mismo género.

CUADRO N.-6 DESCRIPCIÓN DE LA ZONA DE PREPARACIÓN DE CARNES.

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Cocina	1
Horno	1
Mesones De Mármol	3
Tablas	4
Picador De Carne	1
Molino De Carne	1
Bowls	10
Bandejas	10

Realizado por: Regina Gavilanes

7.- ZONA DE LA PREPARACIÓN DE PESCADOS

Esta zona consta de de 30 metros cuadrados en los cuáles se posee una distribución de tres mesones de mármol una cocina, horno, Tablas, bandejas, bowls.

CUADRO N.-7 DESCRIPCIÓN DE LA ZONA DE PREPARACION DE PESCADOS.

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Cocina	1
Horno	1
Mesones De Marmol	3
Tablas	4

Bowls	10
Bandejas	10

Realizado por: Regina Gavilanes

8.- ZONA DE LA PREPARACIÓN DE FRUTAS Y VERDURAS

Esta zona consta de de 30 metros cuadrados en los cuáles se posee una distribución de tres mesones de mármol una cocina, horno, Tablas, bandejas, bowls.

CUADRO N.- 8 DESCRIPCIÓN DE LA ZONA DE PREPARACIÓN DE FRUTAS Y VERURAS

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Cocina	1
Horno	1
Mesones De Mármol	3
Tablas	4
Bowls	10
Bandejas	10

Realizado por: Regina Gavilanes

9.- COCINA SATÉLITE PARA LA PREPARACIÓN DE CATERING

Esta zona consta de de180 metros cuadrados en los cuáles se posee una distribución de tres mesones de acero inoxidable, dos cocinas de 14 quemadores cada una, dos refrigeradores industriales, 1 congelador, plancha, rostizador, campana extractora, 2 hornos industriales de doble propósito,2 estantes, 2 freidoras,1 esxtintor.

CUADRO N.- 9 DESCRIPCIÓN DE COCINA SATÉLITE PARA LA PREPARACION DE CATERING.

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Cocina	2
Horno	2
Mesones De Marmol	3
Refrigeradoras	2
Congelador	1
Plancha	1
Rostizador	1
Freidora	2
Campana Extractora	1
Extintor	1

Realizado por: Regina Gavilanes

10.- COCINA CALIENTE PARA EL RESTAURANTE

Esta zona consta de 80 metros cuadrados en los cuáles se posee una distribución de dos mesones de acero inoxidable, dos cocinas de 8 quemadores cada una, 1 refrigeradores industriales, plancha, rostizador, campana extractora, 1 hornos industriales de doble propósito, 2 estantes, 1 freidoras, 1 esxtintor.

CUADRO N.- 10 DESCRIPCIÓN DE COCINA CALIENTE PARA EL RETAURANTE

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Cocina	2
Horno	1
Mesones De Acero Inoxidable	2
Refrigeradoras	1
Plancha	1
Rostizador	1
Freidora	1
Campana Extractora	1
Extintor	1

Realizado por: Regina Gavilanes

11.- COCINA FRIA

Esta zona consta de 30 metros cuadrados en los cuáles posee una distribución de dos mesones de acero inoxidable, 1 refrigerador, bandejas, bowls, 2 estanterías.

CUADRO N.- 11 DESCRIPCIÓN DE COCINA FRIA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Mesones de acero inoxidable	2
Estantes	2
Refrigerador	1
Bandejas	5
Bowls	5

Realizado por: Regina Gavilanes

12.- ZONA DE POSTRES

Posee un área de 30 metros cuadrados en los cuáles, se encuentra, distribuido de la siguiente manera dos mesones de cocina de acero inoxidable, 1 refrigerador, cocina, licuadora, batidora, amasadora, 2 estantes y 1 horno.

CUADRO N.- 12 DESCRIPCIÓN DE LA ZONA DE POSTRES

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Mesones de acero inoxidable	2
Refrigerador	1

Cocina	1
Batidora	1
Amasadora	1
Estantes	2
Horno	1

Realizado por: Regina Gavilanes

13.- ZONA DE PRODUCTO TERMINADO

Posee un área de 30 metros cuadrados en los cuáles, se encuentra, distribuido de la siguiente manera 3 mesones de cocina de acero inoxidable, estantes térmicos 4 cda uno con un almacenamiento de 100 platos.

Cuadro N.- 13 DESCRIPCIÓN DE LA ZONA DE PRODUCTO TERMINADO

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Mesones de acero inoxidable	3
Estanterías o carros térmicos	4

Realizado por: Regina Gavilanes

14.- ZONA DE ALMACENAMIENTO DE BEBIDAS

Posee un área de 20 metros cuadrados en los cuáles, se encuentra, distribuido de la siguiente manera 2 mesones de cocina de acero inoxidable, 5 estantes.

Cuadro N.- 14 DESCRIPCIÓN DE LA ZONA DE PRODUCTO TERMINADO

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Mesones de acero inoxidable	2
Estanterias	5

Realizado por: Regina Gavilanes

14.- ZONA DE APERITIVOS

Posee un área de 20 metros cuadrados en los cuáles, se encuentra, distribuido de la siguiente manera 2 mesones de cocina de acero inoxidable, 5 estantes, y una máquina de hielo.

Cuadro N.- 14 DESCRIPCIÓN DE LA ZONA DE PRODUCTO TERMINADO

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Mesones de acero inoxidable	2
Estanterias	5
Máquina de hielo	1

Realizado por: Regina Gavilanes

15.- ZONA DE LAVADO DE VAJILLA A LA CARTA

Esta zona va a constar con un área 20 metros cuadrados los cuales posee una distribución para lavar la vajilla, posee tres posos de lavado además un área de secado de la vajilla. Además contiene sus respectivas estanterías de acero inoxidable reforzado.

CUADRO N.- 15 LAVADO DE VAJILLA A LA CARTA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Estanterías	4
Porta vasos, copas etc.	3

Realizado por: Regina Gavilanes

15.- ZONA DE ALMACENAMIENTO DE PRODUCTOS SECOS

Esta zona va a constar con un área 20 metros cuadrados los cuales posee una distribución sus respectivas estanterías de acero inoxidable reforzado.

CUADRO N.- 15 ZONA DE ALMACENAMIENTO DE PRODUCTOS SECOS

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Estanterías	5

Realizado por: Regina Gavilanes

16.- ZONA DE ESTOCK DE VAJILLA

Esta zona va a constar con un área 20 metros cuadrados los cuales posee una distribución sus respectivas estanterías de acero inoxidable reforzado con vidrio al frente de esta forma evitamos el daño con el polvo u otros agentes.

CUADRO N.- 16 ZONA ESTOCK DE VAJILLA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Estanterías	5

Realizado por: Regina Gavilanes

17.- ZONA DE RECICLAR

Esta zona va a constar con un área 20 metros cuadrados los cuales posee una distribución de 3 divisiones una para botellas vacías, papel y otra para vidrio sus respectivos cajones para cada uno, se va a enviar cada semana a la zona de reciclaje más cercano de provincia de Tungurahua.

CUADRO N.- 17 ZONA DE RECICLAR

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Cajones o pozos	3

Realizado por: Regina Gavilanes

ii.Capacidad de producción/Capacidad de oferta del servicio

La capacidad de producción del proyecto va determinada de acuerdo a la oferta y demanda nuestro local costa con una capacidad de 300pax el área de restaurante una área de 80 pax y para fiesta infantiles 120 niños con todas las

adecuaciones y seguridad para los mismos ,área de guardería de 50 niños abierto para eventos sociales.

Esta empresa de Catering va a tener un horario de atención:

Horario de atención	días
Lunes a viernes	9.00 a 20:00 horas
Sabados y domingos	9:00 a 7:00 horas pero si no tiene eventos sociales o si no la atención será hasta las 17:00

Por lo tanto contamos con un espacio de 1000.00m2 descritos anteriormente para el área de producción luego de hacer un minusioso estudio de mercado tenemos una acogida del 93% que van a ser nuestros posibles clientes.

El salón de recepciones y eventos va a tener una capacidad para 350 pax que van a ser atendidas en nuestras instalaciones la cualquier evento social va a constar con un espacio de 1000metros cuadrados de acuerdo a la demanda.

Además nuestro restaurante va a contar con una capacidad de 300 metros en el cual van a ser atendidas 80pax y un salón para fiestas infantiles con una capacidad de 150 niños con un área de 400 metros cuadrados.

Area de guardería para los eventos sociales va a ofrecer como cortesía de la casa teniendo a nuestra responsabilidad 50 niños de 2años en adelante.

Para la realización de este proyecto tomamos encuesta la demanda de nuestros posibles clientes.

PLANO DEL SALÓN DE CATERING

DESCRIPCIÓN DEL SALÓN DE CATERING

El salón de catering va a ofrecer una capacidad de 300pax consta con un Área de 1000 m2 en cuales se encuentra distribuido, mesas, sillas, mesa principal, barra, escenario, instalaciones de sonido y luces roboticas.

Este salón va a tener un decoración tipo colonial sus sillas, mesas. Lámparas son de hierro forjado, sus cuadros vam a ser diseñados en pan de oro, va a ofrecer un ambiente único, acogedor, camprestre y a la vez elegante, distinguido que nuestro lema siempre va aser satisfacer a nuestro cliente que es lo primordial en nuestro negocio.

Las paredes van a estar decoradas con cuadros antiguos se van a encontrar pintadas con colores pastel suaves, su piso va a ser de madera, sus ventanas de de madera con una vistosidad al lado derecho la piscina iluminada, y al lado izquierdo por un calido ambiente de una pileta decorada en estilo rústico

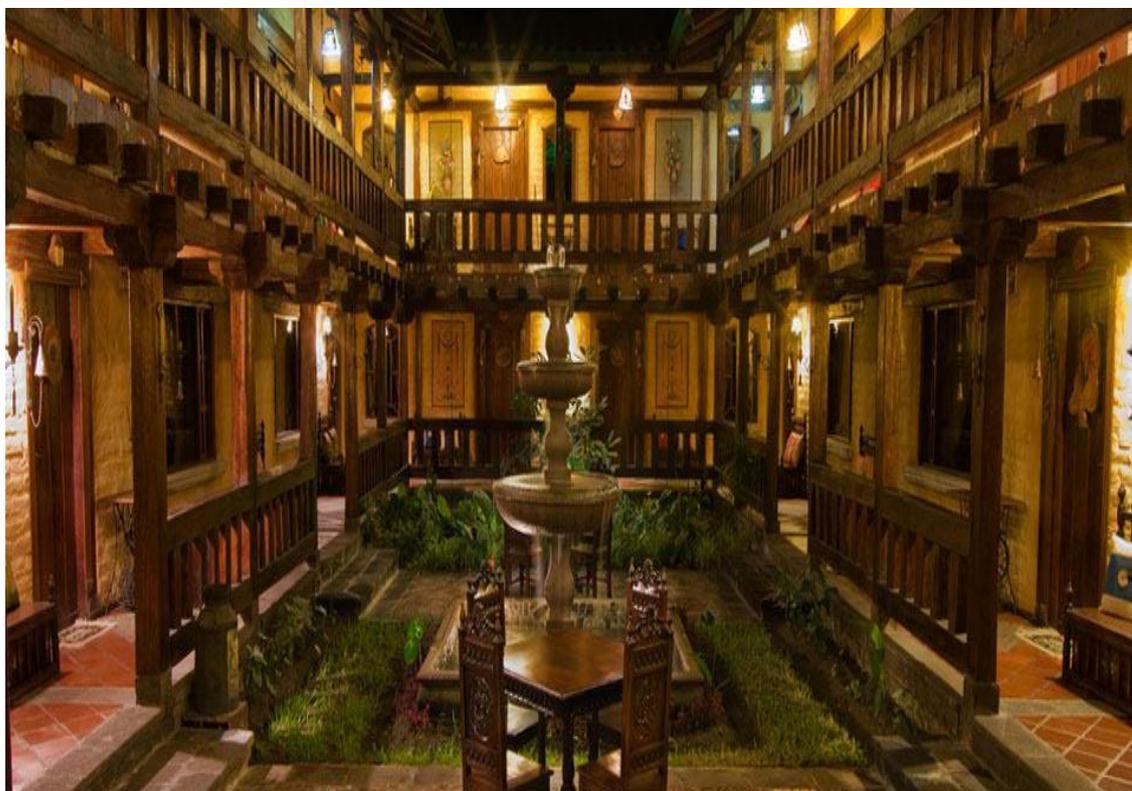


Tonos y decoraciones variadas de acuerdo a las exigencias de nuestros posibles clientes.

VISTA DEL SALÓN DEL LADO DERECHO



VISTA DEL SALON DESDE EL LADO IZQUIERDO



DESCRIPCIÓN DEL SALÓN DE CATERING

Posee 1000m² los a desnivel cuales va estar divididos en diferentes sub divisiones.

ÁREA DE ESCENARIO

Esta de 80 m² cuadrados sus acabados son en madera de guyacan tallado al estilo luis xv con un brillo único.

PISTA DE BAILE

Consta con un área de 300m² en los cuáles consta de un piso de madera con una iluminación y sonido acogedores

ZONA DE ALIMENTACIÓN

Consta de 450m² en los cuáles se encuentra distribuido las mesas y sillas para nuestros clientes.

BARRA

De igual forma su estilo es rustico y campestre posee un ñarea de 35 m² para la distribución de bebidas y aperitivos que solicite el cliente.

MESA PRINCIPAL

En la mesa principal se va a encontrar diferentes bocaditos, dulces y entremeses para deleitar el pladar de nuestros clientes, arreglos contemporáneos dependiendo el gusto de nuestros clientes.

**CUADRO N.18 DESCRIPCIÓN DE EQUIPOS PARA EL SALON DE
CATERING.**

EQUIPOS	CANTIDAD
Amplificacion	1
Juego de iluminación	1
Mezcladora	1
Disco móvil	1
Mesas hierro forjado	450
Sillas hierro forjado	450
Candelabros hierro forjado	44
Marinba	1
Máquina de hielo	1
Refrigerador	1
Coctelera	1
Soportes en hierro forjado	10

Realizado por: Regina Gavilanes.

DESCRIPCION DEL ÁREA RESTAURANTE

Consta de un área de 85 m² en los cuñales se encuentra distribuido mesas sillas y caja para el área de servicio todos su etilo es diseñado en estilo campestre, rústico con colores en la paredes en tonos pasteles al lado derecho posee un avista hacia la pileta y al mirar al lado derecho el área de espacio verdes.

CUADRO N.- 19 DESCRIPCIÓN DE EQUIPOS DEL ÁREA DE RESTAURANTE

EQUIPOS	CANTIDAD
Mesas	13
Sillas	13
Caja registradora	1
Mueble de madera en redondo	1

Realizado por: Regina Gavilanes.

DESCRIPCIÓN DEL SALÓN DE FIESTAS INFANTILES

Este salón posee un área de 300 m² en cuál en el cuál seran atendidos 100 niños consta de varias divisiones un área de escenario de 30m² , pista de baile de 100 m² de 150 m², area de alimentación, y una área de torta y bocaditos 20m².

Este salón se encuentra pintado con colores vistosos y diseñado con caricaturas infantiles, frases para que puedan leerlas y ponerlas en práctica, su piso es de mármol italiano, ventanas de madera, luminosidad (luces de varios colores) atractivos para los niños poseen una vista al lado derecho a un área verde y al lado izquierdo a la piscina.

CUADRO N.- 20 DESCRIPCIÓN DE LOS EQUIPOS PARA EL SALÓN DE FIESTAS INFANTILES.

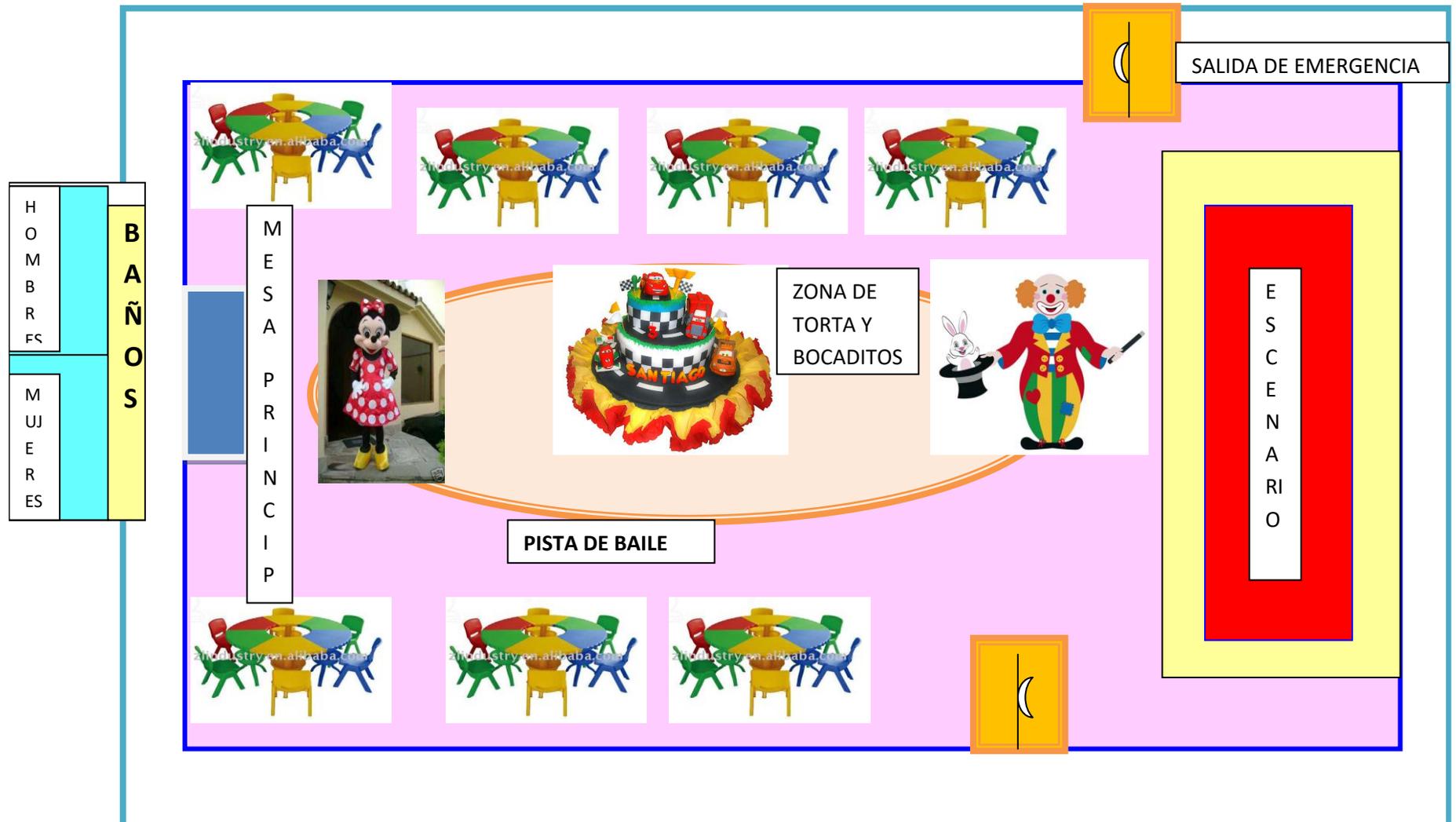
EQUIPOS	CANTIDAD
Mesas	13
Sillas	100
Amplificación	1

Realizado por: Regina Gavilanes.

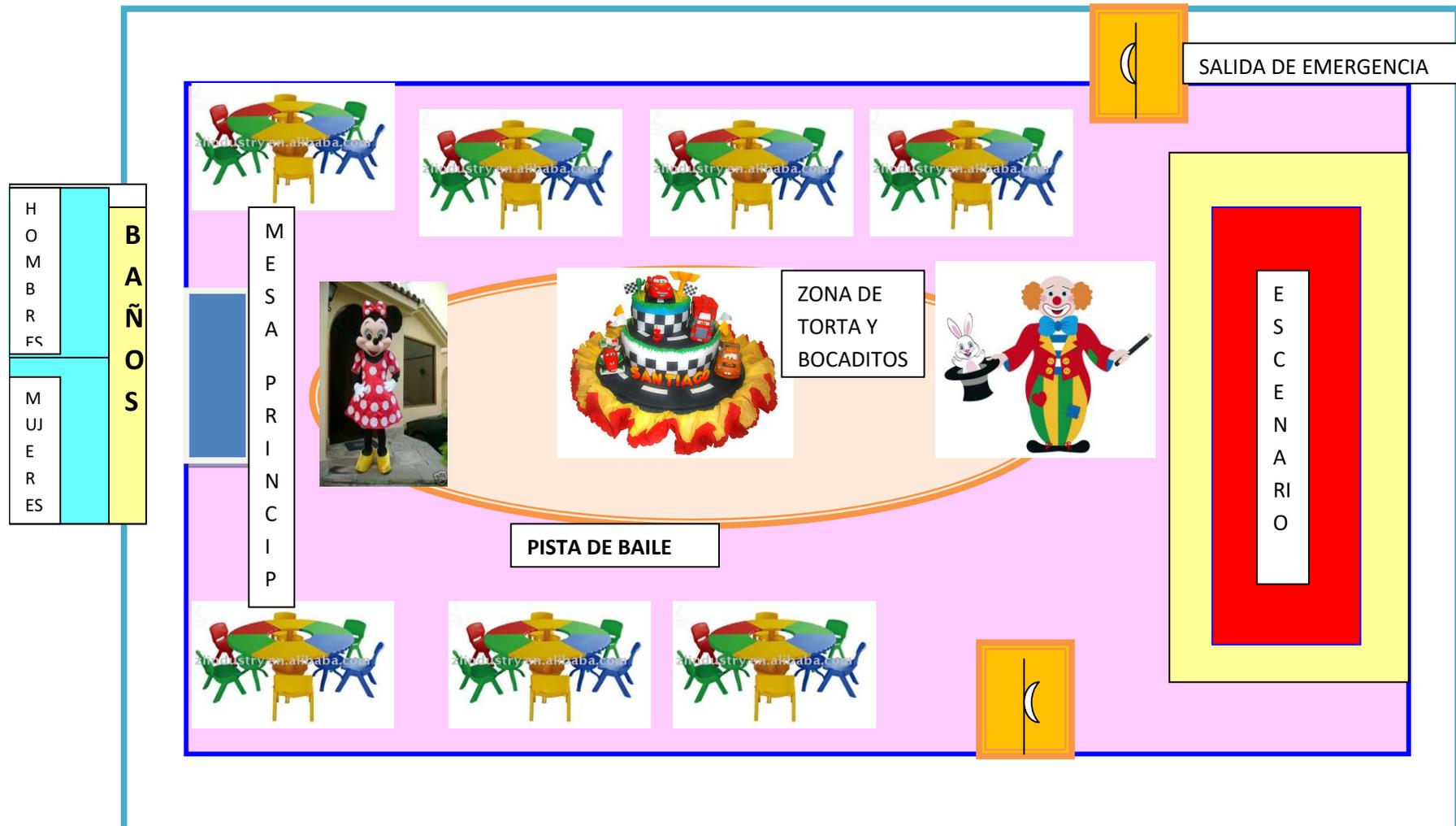
DISEÑO DEL SALÓN

Ver abajo

DISEÑO DEL SALON INFANTIL



DISEÑO DEL SALON INFANTIL



ii.Capacidad de oferta del servicio

Lo descrito anteriormente nos ayuda a determinar la capacidad de oferta para nuestros posibles clientes en nuestros tres tipos de salones como son: restaurante, salón de eventos, salón de fiestas infantiles.

Con la creación de esta empresa de catering, se pretende ofertar platos típicos del cantón, a diferencia van a ser preparados con productos orgánicos libres de pesticidas y plaguicidas que afectan a nuestra salud.

Este tipo de comida típica del cantón se ha elegido en base a los gustos y preferencias de nuestros posibles clientes, debido a que no tienen ningún proceso químicos su aroma y sabor, son mucho mas concentrados y su frescura es único e incomparable, además este lugar va ofertar productos frescos y orgánicos a bajos costos, que pueden adquirir nuestros clientes como son las papas, cebolla. Lechuga, zanahoria. Col, remolacha, acelga, papa, habas, choclo, rábano, y una gran variedad de frutas, y especias menores ya listas para la preparación en los diferentes hogares.

También va a ofertar un menú apetitoso y saludable para los niños, como son tortas de zanahoria con coco, dulce de leche, dulce de manzana.

Con la creación de este negocio se va a ofertar a posibles clientes tres tipos de menú; además la presentación del local será tranquila y elegante con decoraciones de tipo antiguo y campestre un servicio eficiente, guardia de seguridad parqueaderos y las comodidades que el mercado al que estamos dirigidos los requiere.

Nuestra capacidad de producción se encuentra cubriendo todos y cada uno de los imprevistos y la oferta de mercado, según nuestro estudio es un máximo de 350 pax los cuáles se encuentran cubiertos.

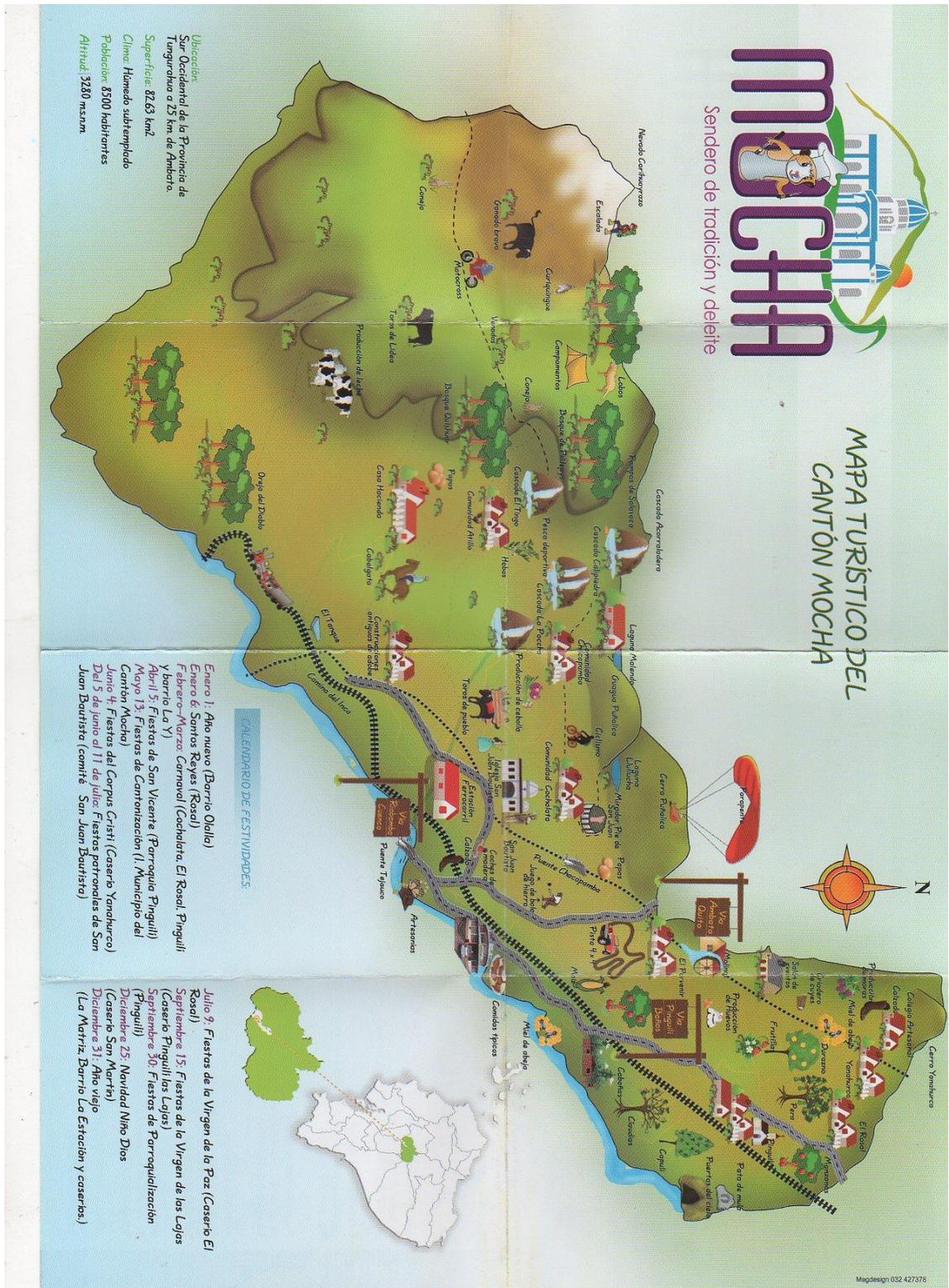
lil Localización

Este local se va a encontrar ubicado en el Cantón Mocha provincia de Tungurahua entre las calles Galo Plaza y Jaime Melo, la avenida 24 de Junio a 50 de metros de la panamericana.

Este estudio se hace con el propósito de seleccionar el lugar exacto para instalar el negocio, siendo este sitio el que permite cumplir con los objetivos de lograr la mas alta rentabilidad, o producir al minimo costo unitario, en esta localización hemos tomado en cuenta diferentes factores:

- Clientes
- Espacio físico
- Espacio comercial
- Servicios básicos
- Seguridad

MAPA O CROQUIS DE UBICACIÓN



iv. Proceso de producción del bien y proceso de oferta del servicio

En la descripción de entrega del servicio dará una visión clara del producto que se va a ofertar, y de la secuencia de las operaciones que incluyen en forma cronológica las actividades:

1. Siembra de productos orgánicos
- 2.-Cosecha de los productos orgánicos
- 3.- Preparación del recurso humano, utensilios equipos que se va a utilizar para brindar el servicio de catering tendrá una duración de 15 min.
- 4.- servicio de banquete y alimentación, recurso humano, utensilios, equipos tendrá una duración de 45min que es el tiempo de determinado para atender a 350pax.
- 5.-Verificación de la materia prima en este proceso necesitamos la ayuda del recurso humano y de equipos.
- 6.-Lavado y desinfección de la materia prima en este proceso necesitamos servicios básicos, lavabos, canastillas, estantes, recipientes, recurso humano.
- 7.- Almacenaje de la materia prima, recurso humano, equipos, cuartos fríos, espacio físico de lo que ingresa, inventario de lo que ingresa.
- 8.- Requisición de la materia prima, recurso humano, formato de requisición.
- 9.-Preparación del micen place necesitamos de recurso humano, utensilios, equipos, servicios básicos, espacio físico.
- 10.-Preparación y cocción de los alimentos.- recurso humano, utensilios, equipos, servicios básicos, espacio físico.

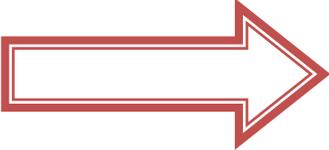
11.- Control de los procesos de producción, tanto en condiciones organolépticas como en control de calidad.- recurso humano, formatos para la verificación, equipos y utensilios como termómetro.

12.-Preparación para el servicio.- recurso humano, equipos para el servicio

13.-Transporte al área de comedor del producto terminado.- personal de servicio, equipos y utensilios.

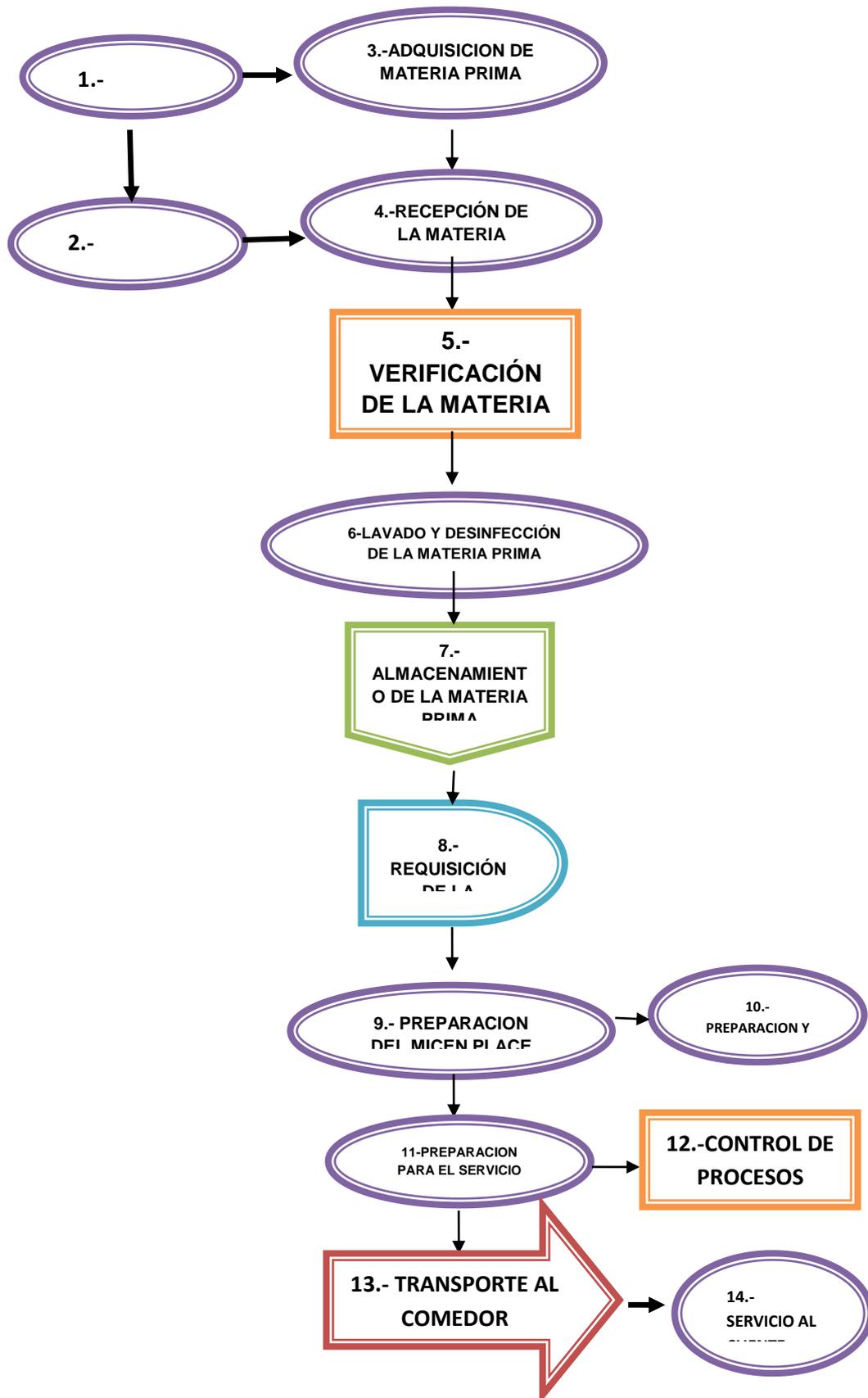
14.- Servicio al cliente.- recurso humano.

FLUJOGRAMA DE PROCESO DE PRODUCCIÓN Y VENTA DEL SERVICIO

	<p>A la circunferencia le tomaremos dentro del diagrama como un indicador de procesos.</p>
	<p>Al rectángulo lo tomaremos como dentro del diagrama como un indicador de verificación y control de actividades.</p>
	<p>Al símbolo de flecha lo tomaremos dentro del diagrama como un indicador del transporte.</p>
	<p>A la letra "D" le tomaremos dentro del diagrama como un indicador de demora.</p>
	<p>La figura del trapecio le tomaremos dentro del diagrama como un indicador de almacenamiento.</p>

--	--

FLUJOGRAMA



v.Viabilidad técnica

Dentro de la viabilidad técnica se indican la matriz de inversiones, donde están indicados todos los equipos de cocina, necesarios para el funcionamiento del área de cocina y sus sub divisiones, seguidamente equipos, y mobiliario para el área de servicio de catering, área de restaurante, área del salón infantil que son necesarios para atender nuestros clientes.

También nuestro proyecto necesita dotar de equipos para el área administrativa que se encuentran englobados dentro de la cuenta equipos de oficina, seguido por la cuenta muebles y enseres, los suministros de oficina, y otras cuentas, activos más.

Se identificó también los gastos de constitución y estudios dentro de la inversión intangible.

Por último se analiza la viabilidad técnica en lo que respecta al capital de trabajo que necesitamos para hacer realidad nuestro proyecto, además de esta manera podemos conocer, los gastos que existirá al comprar los insumos necesarios para la elaboración de nuestros platos, ya que nuestra empresa posee producción propia de hortalizas, vegetales, tubérculos, papas, pero seguido necesita cubrir gastos de mano de obra, gastos indirectos de fabricación, gastos administrativos, gastos de venta, gastos financieros, entre otros todos estos gastos son necesarios para el vital funcionamiento de la empresa de catering durante el primer mes de funcionamiento.

CUADRO N.-21 REQUERIMIENTOS DE EQUIPOS DE COCINA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Cocina de 16 quemadores con plancha y grill	2	2794.00	5588.00
Cocina de 6 quemadores con plancha	1	1672.00	1672.00
Campana extractora de olores	3	1500.00	4500.00
Mesas de trabajo	20	250	5000.00
Freaderos industriales	6	530	3180.00
Horno industrial	4	921.00	3684.00
Freidora industrial	2	432.09	864.18
Refrigerador 2 puertas	4	1620.00	6400.00
Cuartos frios	4	5400.00	20800.00
Máquina de hielo	1	1367.34	1367.34
Licuadaora industrial	3	545.00	1635.00
Balanza industrial 45kg	1	500.00	500.00
Balanza de 5kg	1	45.00	45.00
Batidora profesional industrial	1	750.00	750.00
Estractor de cítricos	1	200.00	200.00

Estantes de 5 repisas	20	362.00	740.00
Cilindros de gas 45kg	12	70.00	840.00
Batería de cocina	10	165.00	1650.00
Batería de cocina N.- 60	12	198.00	2376.00

Fuente: Comercial Mayorga, Acero Ambato S.A, Montero, Comercial Enriquez.

Realizado por: Regina Gavilanes

CUADRO N.- 22 REQUERIMIENTO DE MENAJE Y VAJILLA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Cuchillo cebollero	12	9.80	117.60
Puntillas rectas	10	1.62	16.20
Puntillas curvas	8	1.67	16.70
Espumaderas	6	3.21	19.26
Manga pastelera	4	7.36	30.52
ESPATULAS	8	1.96	15.68
Juego de boquillas	2	45.00	90.00
Cortador de pizza	4	7.43	29.72
Cortador de huevo	2	2,73	5.46
Tablas de picar de color blanco	12	16.22	194.64
Tablas de picar de colores	8	19.99	159.22
Juego de 8 bols	5	22.68	113.40
Exprimidor de limón	5	1.23	6.15

Cucharones	8	7.45	59.60
Colador chino de metal	6	12.35	74.10
Colador de plástico	6	1.61	9.66
Termómetro metálico	6	7.86	47.16
Jarras de medida multiusos	8	3.49	27.92
Vasos de vidrio	450	0.56	252.00
Copas de agua	450	0.78	351.00
Copas de champag	450	1.45	652.50

Fuente: Terlanimex, Paseo De La Catedral, Distribuidora Enrique López

Realizado por: Regina Gavilanes

CUADRO N.- 23 REQUERIMIENTO DE MENAJE Y VAJILLA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Bandejas de servicio	20	6.12	122.40
Palas multiusos	6	1.67	10.02
Pinzas metálicas	8	2.65	21.20
Bolillos	2	12.43	24.86
Plato base	450	4.32	1944.00
Plato sopero	450	1.67	751.50
Plato pequeño	450	1.43	643.50
Plato para postre	450	1.43	643.50
Cubiertos	450	0.80	360.00
Cuchillos	450	0.89	400.05
Cucharas	450	0.99	445.50
Cucharas pequeñas	450	0.64	288.00

Fuente: Terlanimex, Paseo la Catedral, Distribuidora Enrique López

Realizado por: Regina Gavilanes

CUADRO N.- 24 REQUERIMIENTO DEL EQUIPO DE COMPUTO

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computador mas impresora	2	1420.00	2840.00

Fuente: Super paco, Cinticom, Comercial Cevallos

Realizado por: Regina Gavilanes

CUADRO N.- 25 REQUERIMIENTO DE MUEBLES Y ENSERES

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Silla giratoria	2	76.87	153.74
Silla redonda	4	24.00	96.00
Escritorio	2	125.00	250.00
Archivador	4	98.00	392.00
Modulares de madera	4	142.00	568.00

Fuente: Cinticom, muebles metálicos López Realizado por: Regina Gavilanes

CUADRO N.- 26 REQUERIMIENTO DE SUBMINISTROS DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Papel paquete de 1000hojas	2	4.50	9.00
Cartuchos	4	22.80	91.20
Carpetas	20	0.20	4.00
Lápices	4	1.20	4.80
Borrador	2	0.42	0.84
Esferos	6	0.35	2.10
Resaltador	4	0.50	2.00
Calculadora	2	15.60	31.20
Perforadora	2	6.12	12.24
Grapadora	2	6.98	13.98
Tijeras	2	2.34	4.68

Fuente: Cinticom, Inapapel, Librería Atlántida

Realizado por: Regina Gavilanes

CUADRO N.- 27 REQUERIMIENTO DE MATERIAL DE ASEO

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Tachos para la baura con tapa	9	9.89	89.01
Fundas de basura industrial 10 und	20	1.87	37.40
Escobas	6	1.50	9.00
Trapeadores	6	1.89	11.34
Estropajos	12	0.35	4.20
Limpiones	12	1.20	14.40
Cloro (galón)	4	4.40	17.60
Desinfectante (galón)	4	5.60	22.40
Lava vajilla 1kg	7	2.80	19.60
Toalla de papel absorbente	7	3.70	25.90
Rollo plástico	7	12.00	84.00
Papel higienico	24	0.25	6.00

Fuente: Jabo centro, Comercial " La Economía", Aki

Realizado por: Regina Gavilanes

CUADRO N.- 28 REQUERIMIENTO DE MATERIALES DE USO DE EMPLEADOS

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Uniformes	12		
Gorros desechables	200		
Gorras	24		
Mascarillas	200		
Guantes	200		
Limpiones	12	1.20	14.40
Cloro (galón)	4	4.40	17.60

Fuente: Chef City, Confecciones Chef Master. Realizado por: Regina Gavilanes

CUADRO N.- 29 REQUERIMIENTO DE PERSONAL

DENOMINACION	CANTIDAD DE EMPLEADOS	SUELDO	APORTE PATRONAL	XVI	XIII	TOTAL 10 MESES	TOTAL
Administrador	1	400	4	333.33	400	4000	4733.33
Chef de partida	2	600	6	500.00	600	6000	7100.00
Ayudante de cocina	4	300	3	250.00	300	3000	3550.00
Pocillero	2	294	2.94	245.00	294	2940	3479.00
Meseros	4	180	1.80	150.00	180	1800	2130.00
Bodegueros	1	294	2.94	245.00	294	2940	3479.00
Encargado de limpieza	2	250	2.50	208.33	250	2500	2958,33
						TOTAL	27429.66

Realizado por Regina Gavilanes

b .ASPECTOS JURÍDICOS MERCANTILES

i. Forma elegida para el proyecto

Con la idea de vender un servicio atractivo para nuestros posibles clientes, los comienzos de esta empresa de Catering están calculados en un año, siempre y cuando estén bien direccionados y proporcionen un servicio de calidad.

La forma jurídica elegida para el proyecto estará en consonancia con las características que presente la empresa, sus objetivos y el volumen estimado de las operaciones. Así como se desarrollará las preferencias de su fundadora, como de la legislación vigente.

Se constituye como una empresa natural individual y de gestión de la propietaria Regina Gavilanes quien asume la gestión, riesgos y beneficios de la actividad; es quien lleva la dirección global de la empresa de Catering.

La dirección es individual e ilimitada, que responde con todos sus bienes presentes de los resultados de la gestión, y de los actos u omisiones cometidos por su propietaria en el cumplimiento de sus funciones perjudiquen a terceros.

ii. Requisitos legales para su apertura y funcionamiento(trámites, permisos, y demás)

Las características de la forma jurídica son las siguientes:

-Se trata de una persona natural que ejerce habitualmente en su propio nombre una actividad empresarial.

-Debe ser mayor de edad y tener libre disposición de bienes.

-El propietario es el dueño único de la empresa, aporta el capital y el trabajo necesario para el desarrollo de la empresa.

- Dirige personalmente la empresa bajo su mando el personal e ilimitado.
- La responsabilidad es ilimitada por parte del empresario incluyendo su patrimonio personal.

Pasos para la constitución de una empresa de catering

- Cámara de comercio: información de las bases legales para establecer una empresa de catering.
- Superintendencia de compañías: aprobación de los nombres o razón social de la empresa.
- Municipio: patente municipal
- Cámara de comercio: afiliación.
- Registro mecanil: inscribir las escrituras de contitución y el nombramiento de los directivos.
- SRI: sacar el Ruc

Presentar:

- Original y copia de la cédula de identidad
- Original y copia de la planilla de luz,agua y teléfono máximo tres meses atrás, del domicilio y del lugar donde se realiza la actividad económica.
- Contrato legalizado de arriendo o pago de impuestos predial del año actual o inmediatamente anterior.
- IESS: Numero patronal y afiliaiones a los empleados.
- La solicitud se entrega al momento que ya se posee todos los documentos necesarios y solicitados.
- Copia de la cédula de identidad del patrono

- Copia de la planilla del último pago de aportes
- Copia de agua, luz y teléfono
- Las empresas nuevas deberán adjuntar contratos de trabajo legalizados por el ministerio de trabajo.
- Ministerio de trabajo: beneficios establecidos de acuerdo a la ley.
- Bomberos: permisos
- Ministerio de salud: registro sanitario para la fabricación y comercialización de productos alimenticios.

CONSTITUCIÓN LEGAL DEL ESTABLECIMIENTO

Inscripción y actualización del ruc (personas naturales)

Requisitos

- Ecuatorianos y extranjeros residentes presentarán y entregarán una copia de la cédula de identidad de ciudadanía.
- Formulario SRI 104 A
- Extranjeros no residentes presentarán el original y copia de la cédula copia del pasaporte con hojas de identificación y tipo de visa vigente(excepto12-X)
- Los ecuatorianos presentarán además el original del certificado de votación del último proceso electoral dentro de los límites establecidos por la Ley de Elecciones.
- Original y copia de uno de los siguientes documentos que acrediten la dirección del domicilio actual y de cada uno de los establecimientos donde se realiza la actividad económica:

-Planilla del servicio eléctrico, telefónico de agua potable estados de cuenta bancaria.

-Tarjeta de credito de hasta unos 3 meses antes anteriores a la fecha de registro.

PERMISO DE FUNCIONAMIENTO

Este permiso se obtiene en el Ministerio de Salud Pública

Solicitud para el permiso de funcionamiento

Planilla de inspección

Certificado de capacitación demanipulación de alimentos

Copia del Ruc del establecimiento.

Copia del certificado de Salud que dura 1 año.

Copia de la cédula y certificado de votación

Certificado de funcionamiento del cuerpo de bomberos

Patente municipal

PATENTE DE PERSONAS NATURALES

Formulario de la patente municipal presentar en la ventanilla número 1

Copia de la cédula y certificado de votación actualizado

INFORME DE REGULACIÓN

Comprar un formulario

Pago de la carta del impuesto predial

Copia de la cédula y certificado de votación del propietario

Catastros se adjuntara a la carta de impuesto predial

REGISTRO PERSONAL

El patrono o empleador debe solicitar se debe solicitar el numero patronal:

Copia simple del certificado de constitución

Copia del nombramiento de el presidente o gerente inscritos en el Registro Mercantil.

Copia del Ruc

Copia de la cédula de identidad del representante legal

Copia de los contratos de trabajo legalizados en el Ministerio de Trabajo

Copia del pago de agua, luz, o teléfono

Copia de la resolución de la Super Intendencia de Compañías.

iii. Derechos, Deberes, y Obligacione legales de la empresa.

La empresa se fundamenta en el control de riesgo de la empresa de una persona natural que se necesitará para el Registro Único del Contribuyente que lo convierte en un agente pasivo obligada a declarar la actividad económica ingresos y gastos.

Elaborar la documentación requerida por la ley:

1. Facturas de compras

2. Facturas de ventas

DEBERES Y OBLIGACIONES

- Pago del impuesto para el pago del Rise
- Impuesto a la Renta Anual
- Proporcionar la información requerida la Administración Tributaria
- Renovación anual de permisos
- Afiliaciones al IESS
- Permiso Sanitario
- Bomberos
- Patente municipal
- Certificado de Gestión Ambiental
- Pago de beneficios sociales

CUADRO N.- 30 OBLIGACIONES ANUALES QUE DEBE LLEVAR UNA EMPRESA

AÑO	OBLIGACIONES	RESPONSABLE	COSTO
2012	Ruc	Administradora	1
	Permiso del cuerpo de bomberos.		10
	Obtener patente municipal		1200
	Permiso de la dirección provincial de salud		35
	Cetificado de la gestión ambiental		35
			6

	Numero patronal		
2013	Mantener la patente municipal Pago del IVA Pago del IR Mantener el permiso sanitario Mantener el permiso del cuerpo de bomberos	Administradora	100 \$
2013	Mantener la patente municipal Pago del IVA Pago del IR Mantener todos los permisos	administradora	100\$
2014	Mantener la patente municipal Pago del IVA Pago del IR Mantener todos los permisos Mantener el permiso sanitario Mantener el permiso del cuerpo de bomberos	Administradora	1200\$ 100\$

Realizado por: Regina Gavilanes

Gastos de constitución

El asesoramiento de un profesional y una mejor planificación tributaria de parte del empresario tomando en cuenta la disminución de gastos innecesarios, ayudándonos a economizar y a llevar una buena contabilidad nos contribuyen a reducir los gastos de impuestos.

Esta forma ordenada, y organizada de llevar esta contabilidad evita incurrir en gastos de constitución de una sociedad anónima; por esta razón no es necesario inscribir a la empresa en la Super Intendencia de Compañías, evitando los gastos de un abogado.

La empresa de Catering se constituirá como un negocio unipersonal los gastos de constitución harán referencia a los desembolsos realizados para el funcionamiento de la empresa de catering.

CUADRO N.- 31 GASTOS DE CONSTITUCIÓN

CONCEPTO	COSTO
Municipio	1200
Permisos	114.50
Servicio de rentas internas	10
Imprevistos 5%	66.23
Total	1324.50

Realizado por: Regina Gavilanes

c. ESTRATEGIAS DE MARKETING

i.- Producto/ Servicio

Este proyecto esta destinado a la venta de un bien/servicio, como es la elaboración de deliciosos platos a base de productos orgánicos.

Atributos del Producto

Nuestra empresa de catering ofrece beneficios que se comunican por medio de atributos del producto como es la calidad, frescura, alimentos orgánicos, sabor, que hacen que sus características sean inigualables y exquisitas para nuestro paladar.

Calidad del Producto

Los productos elaborados por nuestra empresa de catering van a ser confiables ya que cumple con todos los estándares de calidad, con todas las seguridades alimentarias, además cuenta con la producción propia de nuestros alimentos orgánicos de está manera garantizamos la calidad, frescura, en la elaboración de nuestros platos.

Por todas estás razones nuestra empresa afirma que nuestros productos son de calidad.

- Los platos que ofrece nuestra empresa de catering serán elaborados en un área de producción equipada con todos los equipos necesarios que cumplen con los estándares de calidad, con sus divisiones de sub zonas como son las de cocina caliente, cocina, fría, postres, entre otros de etá manera evitamos posibles contaminaciones y ofertaremos productos de calidad.
- Todas las cómidas se elaborarán poniendo en práctica las normas de seguridad alimentaria existente en el Codex Alimentarius; de está forma

brindarles a nuestros clientes productos terminados libres de gérmenes que afectan a nuestra salud.

- Nuestra empresa se caracteriza por elaborar platos a base de productos orgánicos garantizando su frescura, aroma, y calidad en cada plato que se elabora.
- Nuestra empresa realizara controles periódicos de las superficies, utensilios, almacenamiento de los productos tanto perecederos como los no perecederos, controles de entrada y salida de materia prima para evitar la contaminación de los alimentos, además realizara controles de limpieza, desinfección, de esta manera garantizaremos la inocuidad de nuestros alimentos.

Características del producto

Nuestro producto es diferente y que se elabora menús a base de productos orgánicos libres de pesticidas que afectan a nuestra salud por ende son ricos en vitaminas, minerales, nutrientes esenciales que necesita nuestro cuerpo brindando así una alimentación sana y de calidad.

Nuestros menús han sido elaborados con todas las normas de Salud y las sugerencias de nuestros clientes como es la cantidad de nutrientes, calorías y la proteínas que necesitamos para llevar una vida normal y sana.

Se ofrece cuatro tipos de menú dependiendo para el tipo de evento y de atención a nuestros clientes:

Cuadro N.- 32 MENÚS

Menu para atención de lunes a domingo	Ofrece comida típica como: yaguarlocro, caldo de gallina, papas con cuy y conejo, fritada, choclos, habas, mellocos con queso, sopa de pata de chanco y una extensa variedad de postres.
Menu para eventos sociales como matrimonios, bautizos, quince años, etc.	Comida nacional e internacional Filetmiñon, cordon blue, papas con conejo, cuy, gallina, aguados de pollo, bebidas al escoger
Menus para fiestas infantiles	Comida saludable para niños Torta de zanahoria y coco, dulce de tres leches con dulce de manzana, dulce de pera entre otros

Realizado por: Regina Gavilanes

Diseño del producto

Otra forma de dar mas valor a nuestro producto y que sea más apreciado por nuestros clientes es el diseño del producto que vamos a ofrecer ya que debe ser distintivo al de nuestra competencia. El diseño es lo más fundamental, es decir es la esencia de nuestro negocio el cual va a ser un instrumento para la diferencia de los productos y servicios de una empresa.

- Nuestra empresa de catering ofrece un producto/servicio, es por esta razón que se enfoca tanto en el menú que vamos a ofertar como en la atención a nuestros clientes.
- El diseño del menú es la clave de nuestra empresa de catering ya que estamos dando a conocer la identidad de nuestra empresa, como es la creación de comida típica a base de producto orgánico, brindando una buena nutrición y alimentación sana y rica en vitaminas y minerales para nuestros clientes.
- Nuestros platos típicos serán elaborados con productos sanos, frescos ya que nuestra finca los va a elaborar y cosechar de acuerdo a nuestra necesidad diaria, o a la cantidad de demanda que tenga, de esta manera brindamos a nuestros clientes comida elaborada con todas las normas de calidad, además su sabor, olor, y consistencia van a ser únicos por el tipo de producto que en este caso, son productos orgánicos entregando así productos de calidad incomparable.
- Nuestro servicio de catering como se dirige a la elaboración de platos típicos a base de productos orgánicos su presentación se lo va a realizar en vajilla de color blanco, o también en platos de barro, los platos tendrán presentaciones atractivas, novedosas y para nuestros niños en platos con formas, figuras con logos atractivos, o dibujos de temporada para ellos.
- Todos nuestros productos van a estar elaborados, con todos los requerimientos nutricionales, además van a ser elaborados por manos de profesionales altamente capacitados en elaboración de productos, servicio y atención al cliente el cual se sienta gusto de nuestra empresa de catering.

Modelos de platos para servicio de fiestas infantiles



Modelos de platos para servicio compromisos sociales



Todos estos diseños de platos va ir con el logo que caracteriza a nuestra empresa

II. Precio

Los precios de venta al público es una de las partes más críticas de una empresa ya que de acuerdo a la fijación del precio depende el retorno de capital.

El precio de venta al público es de interés fundamental tanto para nuestros competidores como para los vendedores y en especial para nuestros clientes es por esta razón que debemos vigilar la producción, los precios de venta, post venta.

Nuestros clientes se encuentran interesados en nuestra atención y calidad de nuestros platos preparados con productos orgánicos, su mayor interés es el precio que vamos a ofertar; es por esta razón que es necesario conocer los factores que determinaran nuestro precio de venta, así como el de nuestra competencia.

El precio que vamos a ofrecer a nuestros clientes va a ser bajo, debido a que nosotros mismos nos encargamos de la producción de nuestros alimentos orgánicos, y no existe intermediario que suban nuestro producto.

Factores determinantes para la fijación del precio

Existe una regla importante, a mayor precio menor demanda a menor precio mayor demanda.

- Además la determinación del precio va ir acorde al público al que nos vamos a dirigir, y en el mercado en el que nos encontremos establecidos como empresa. La demanda de un bien o servicio marca el límite superior del precio.
- El lugar en el que se encuentra situado nuestra empresa de catering tiene acceso a turistas de todo el país y de habitantes de nuestro cantón, ya que se

ecuentra ubicado a 30m de la panamericana principal que une a Tungurahua y Chimborazo, posee mucha visibilidad su ubicación es única.

- El precio que se establece, va en base a las ecuestas que aplicamos y de acuerdo al segmento de mercado escogido, que en este caso es a todo el público en general que desee alimentarse sanamente.
- Ya cuando hemos establecido el precio nuestra clave principal es brindar un buen servicio a menor precio y que nuestros clientes se sientan satisfechos y acudan a nosotros y no a la competencia.
- El consumo de nuestros clientes va hacer de dos veces al dia o más dependiendo la disponibilidad de nuestros mismos y los fines de semana, además atención de eventos sociales.

Competencia

Es un factor determinante a la hora de fijar el precio ya que debemos conocer el precio de la competencia y que productos ofrece

Además para fijar un precio la ley de oferta establece que al fijar un precio de un bien o servicio la cantidad de oferta que exista va a ser mayor;es decir los productores de bien o servicio van a tener un incentivo mayor.

Este incentivo surge de la lógica racional de los productores, ya que en condiciones normales si el precio de un bien aumenta manteniéndose el de los demás constante, provocara un aumento en los ingresos de los que produzca dicho bien por lo tanto motivará a que aumente también la oferta.

Forma de pago

Con la finalidad de evitar problemas con la forma de pago es necesario dar a conocer a nuestros clientes los siguientes puntos a la hora de firmar un contrato que son los siguientes:

El contratista tiene la obligación de cancelar el 50% del pago total para iniciar el negocio

El otro 50% al finalizar el evento.

Además si el contratista aumenta o disminuye los invitados tiene la obligación de avisar con 15 días de anticipación para que el contratista de la diferencia que falta o el dueño de la empresa haga la devolución.

Y en el caso de atención diaria a nuestros clientes su pago debe ser en efectivo o co tarjeta de credito.

De está manera sabemos con cuantos posibles clientes contamos para cada evento que se realice.

Valor añadido

Consideramos que la calidad del producto que ofrecemos, es decir productos sanos libres de pesticidas que afectan a nuestra salud, de está manera garantizaremos seguridad alimentaria durante el proceso de producción.

Nuestra entidad garantiza además la frescura, calidad, sabor y aroma incomparables agradables para nuestros clientes.

La administradora estara al pendiente de nuestros clientes preguntado si el el servicio está bien, si la comida está a gusto de esta manera podremos recoger las opiniones vertidas por los mismos.

Incentivar a nuestros clientes, para que consuman productos orgánicos que nos hacen también a nuestra salud.

Vigilar si existe alguna persona que posee algún tipo de enfermedad a la que se le pueda ayudar brindándole algún menú especial.

Un punto importante considerado como valor añadido, es proporcionar mayor información a nuestros clientes, sobre los productos orgánicos y los beneficios que nos brindan.

Area de parqueadero con guardías.

Area de juegos para niños

Area de guardería con menú para niños que va estar vigente durante los eventos sociales.

Valor potencial

Como valor potencial que posee nuestra empresa de catering es la facilidad de un menú a elección, forma de pago por la adquisición de nuestro servicio.

III. Distribución

La distribución del producto hace referencia a la forma en que los productos son distribuidos hacia la plaza o punto de venta en donde estarán a disposición, serán ofrecidos o serán vendidos a los consumidores; así como a la selección de estas plazas o puntos de venta.

Para distribuir nuestros productos, en primer lugar debemos determinar el tipo de canal que vamos utilizar para distribuirlos y, en segundo lugar, seleccionar las plazas o puntos de venta en donde los vamos ofrecer o vender.

Para lo cuál se tomara en cuenta lo siguiente:

Nuestra empresa de catering cuenta con una amplia distribución de cocina central, fría, caliente, postres etc, con todas estas facilidades en el área de producción se prepara los productos y nos hara mas fácil su transportación dependiendo el contrato.

Canal directo

Hacer uso de un canal directo implica vender nuestros productos directamente al consumidor final sin hacer uso de intermediarios.

Por ejemplo, hacemos uso de canales directos cuando vendemos nuestros productos en nuestros locales comerciales en este caso nuestra empresa de catering, a través de Internet, a través de llamadas telefónicas, o a través de visitas a domicilio y e paso promocionamos y damos a conocer nuestros productos orgánicos.

La ventaja de hacer uso de este tipo de canal es que nos permite tener un mayor control sobre nuestros productos o sobre la venta, por ejemplo, nos permite

asegurarnos de que los productos serán entregados en buenas condiciones y calidad optima de consumo, o de poder ofrecer un buen servicio o atención al cliente. además nuestra empresa cuenta un área de producción de productos orgánicos amplia de 100000 metros y se econtrara ubicada a 120 metros de la empresa de catering de está manera garantizamos productos de calidad, frescos y listos para ser vendidos.

Nuestra empresa de catering cuenta con con distribuciones óptimas para nuestros clientes en el caso del salón de los niños mesas y sillas estarán ubicadas estrategicamente para que puedan transitar sin problemas ni peligros. Nuestros productos son garantizados para nuestros clientes ya que cuenta con el trasporte adecuado con sus cadenas frias respectivas dependiendo el género de está manera evtamos contaminaciones cruzadas que puedan causar daños en la salud de nuestros clientes.

La empresa de catering contara con un sistema logistico que nos facilitara el almacenamiento, control de inventarios,procesamiento de pedidos y la trasportación del mismo.

Se incluirea logistica en el área de producción para tener un buen flujo de materia prima y evitar retrasos en nuestros pedidos y el movimiento del producto terminado llegue a nuestros clientes en un tiempo adecuado.Nuestros alimentos serán preparados diariamente garantizando sabor, y calidad en nuestro servicio.

Relaciones en el canal de distribución



Canal indirecto

Nuestra empresa también utilizara canales indirectos de venta debido a la sobre producción que va a tener y es necesario dar un flujo de venta en especial a nuestros productos orgánicos oara evitar pérdidas a la empresa de catering.

De está manera damos a conocer a nuestra empresa y sus productos de óptima calidad que ofrece para nuestros clientes garantizando la salud de los mismos.Hacer uso de un canal indirecto implica vender nuestros productos a intermediarios, quienes posteriormente los venderán al consumidor final o, en todo caso, a otros intermediarios.Un intermediario puede ser, un mayorista (por ejemplo, una distribuidora), un minorista (por ejemplo, tiendas, o un detallista (por ejemplo, supermercados.

Además el intermediario puede vender a otros intermediarios normalmente se da en el caso de mayoristas (por ejemplo, una distribuidora), que compran nuestros

productos para luego venderlos a minoristas o detallistas (por ejemplo, tiendas o supermercados), los cuales finalmente venden los productos al consumidor final.

IV. Plan de comunicación

Para ello, es fundamental contar con un plan de comunicación, previamente elaborado, ya que su única finalidad no es enviar o recibir información, sino que el objetivo final es: coordinar las actuaciones de los diferentes miembros de la organización, de manera que contribuyan a la consecución de los objetivos de la empresa.

El objetivo de nuestra empresa de catering es conquistar al cliente, de forma que a la larga el consumidor no compre una sola vez nuestro producto si no que lo haga continuamente gerando así utilidades para nuestra empresa.

La finalidad de un plan de comunicación de una empresa es:

1. Informar a los empleados de los planes, metas, objetivos y funcionamiento de la empresa.
2. Permitir la llegada de información a los jefes de departamento para una adecuada toma de decisiones.
3. Dirigir, coordinar, motivar y en definitiva crear un buen ambiente de trabajo generando actitudes y comportamientos favorables.
4. Establecer los canales de comunicación entre la empresa y su entorno más inmediato: clientes, proveedores y entidades colaboradoras.

La comunicación utiliza una mezcla de varios elementos:

Publicidad

La publicidad de nuestra empresa de catering que comprenden la presentación a un grupo de un mensaje no personal e el cuál se identifica como un patrocinador a nuestro producto.

El objetivo de está campaña publicitaria es dar a conocer un producto/servicio este es fundamental ya que nuestra empresa es nueva y necesita darse a conocer.

Nuestra empresa de catering utilizara las siguientes técnicas de publicidad:

- Utilizara medios escritos como periodicos de la localidad, paleles volantes, tarjetas de presentación, vallas publicitarias, las cuaés serán distribuidas en lugares estrategicos, como en ferias turisticas, eventos municipales, agencias de viajes entre otros.
- Se tratara de asocirnos a empresas turisticas, agencias de viajes, supermercados, restaurantes para darnos a conocer.
- Se promocionara en internet en la cuál incluiremos los servicios y beneficios que ofrece nuestra empresa.
- Tambien se promocionara vía e-mail esto lo haremos cocnociendo los correos electrónicos de empresas turisticas, municipios, etc.
- Se realizara una publicidad directa en lugares más cercanos a nuestra empresa en este caso el Municipio del Cantón, escuelas, colegios, empresas, etc.

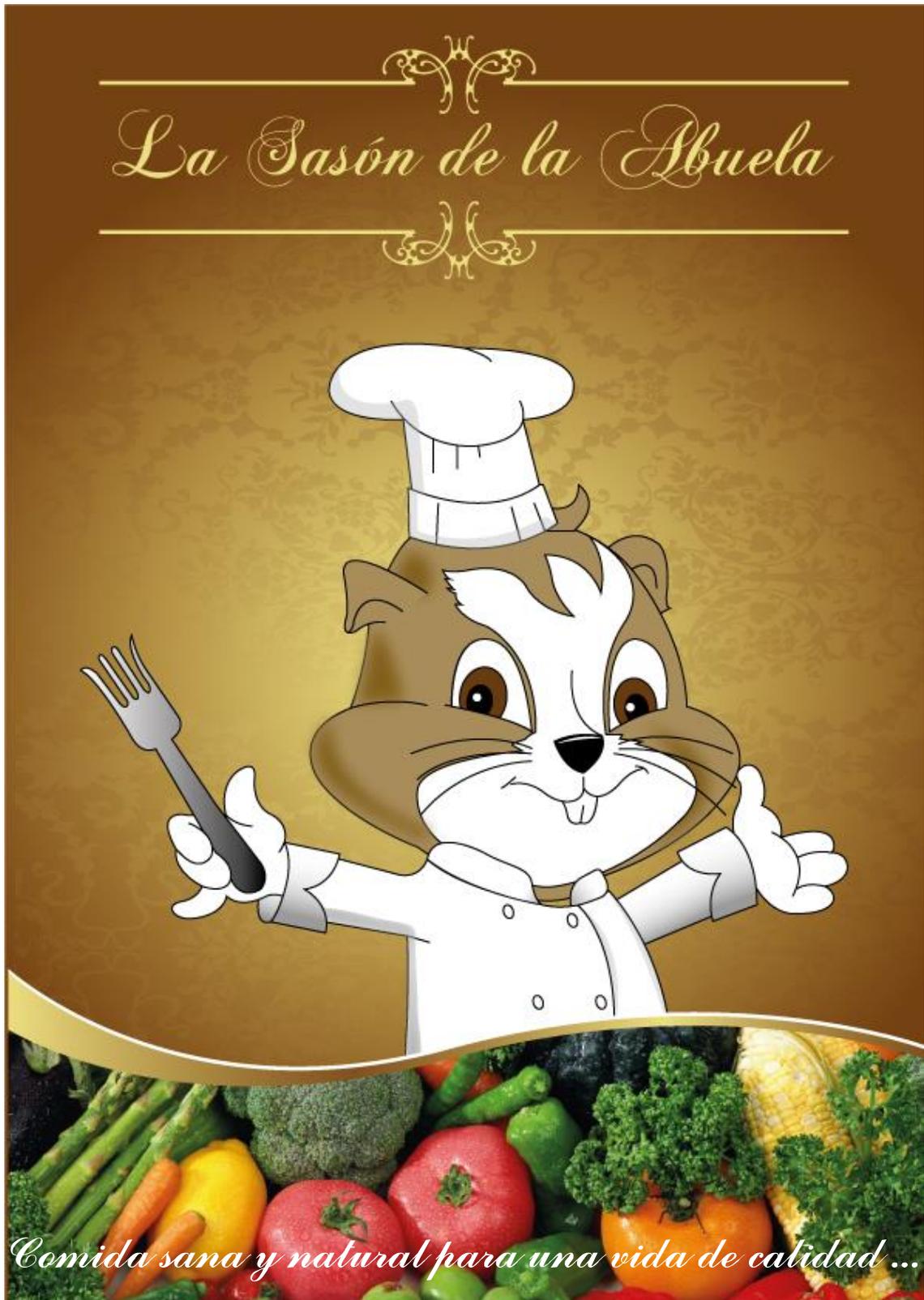
Plan de promoción

El plan de promoción es importante ya que de esta manera damos a conocer a nuestra empresa, producto/servicio que ofrece para nuestros clientes.

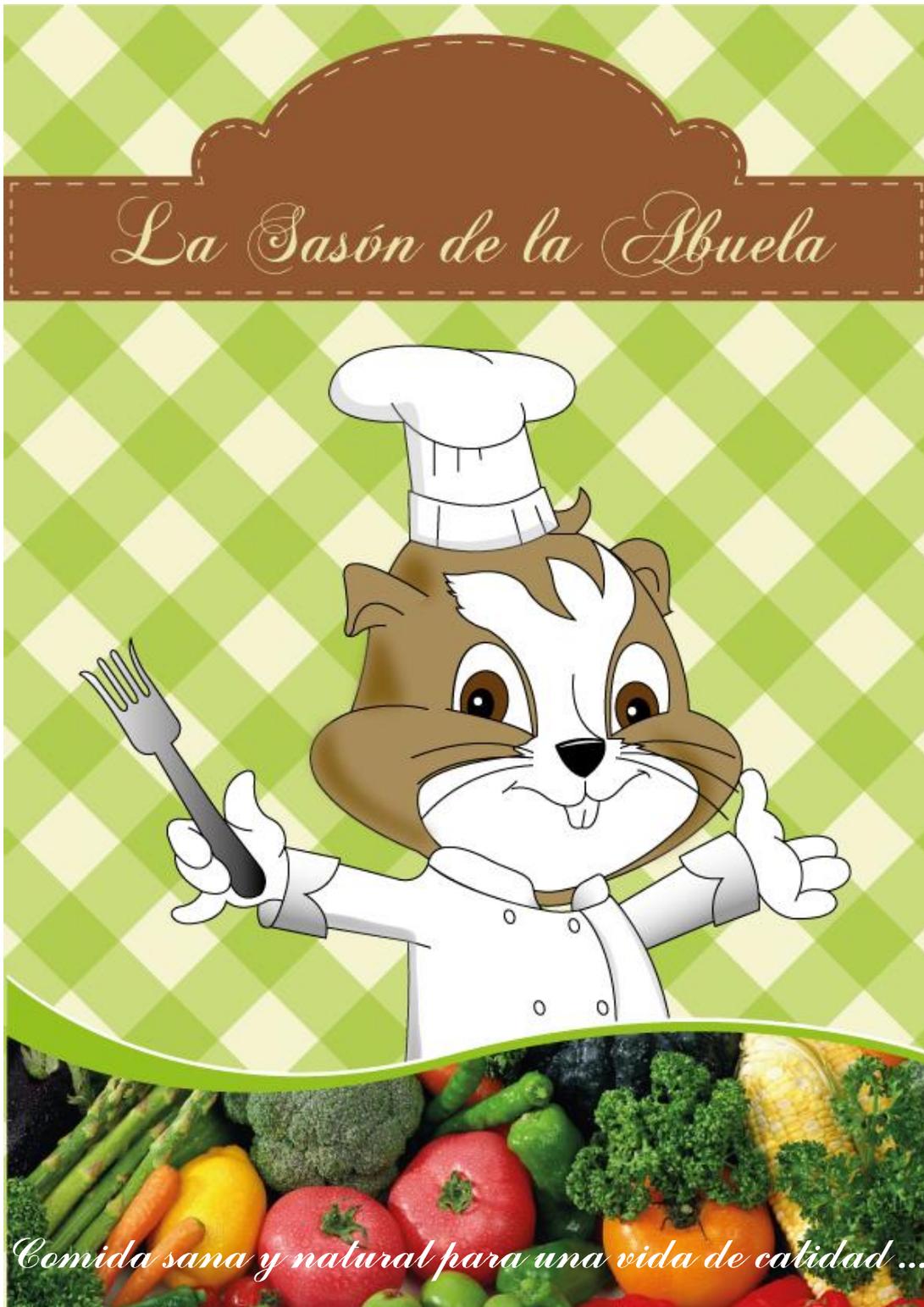
Dentro de este plan estratégico vamos a aportar con las siguientes ideas acerca de nuestra empresa:

- Descuentos especiales los días viernes del 40% en productos orgánicos como frutas y verduras.
- Combos familiares
- Descuentos especiales a instituciones, empresas turísticas.
- Participaciones en ferias gastronómicas.
- Utilizar en la fijación de precios los impares como 2.99\$
- Promocionar productos de la semana
- Elección del empleado del mes
- Realización de sorteos, semanales
- Realización de la inauguración con un gran show artístico bailable en el cuál se realizaran sorteos y se dará a conocer nuestra empresa.
- Poner puestos de degustación
- Auspiciar a alguien u alguna institución
- Colocar anuncios publicitarios en camiones de la empresa y en vehículos de transporte público.
- Crear promociones del 2x1

LOGOTIPO ADULTOS



LOGOTIPO NIÑOS



Promoción de ventas

La promoción de la estrategia de ventas es una de las técnicas más amplias y menos explotadas, ya que por medio de esta táctica se incentiva a nuestros clientes a comprar.

La promoción en ventas que presenta la empresa de catering es la siguiente:

- Una vez a mes se realizara sorteos de productos orgánicos y cárnicos para los clientes.
- A las familias que posean 5 integrantes se les hara un descuento de un 10% de descuento en el consumo que realice.
- Nuestro producto va a tener empaques llamativos a los ojos del cliente
- Por cada 20\$ de compras recibirán un bolso ecologico gratis
- Por la compra de productos faenados como cuyes, conejos, y gallinas de campo el 3 producto es gratis.

Ventas Personales

Las ventas personales van ligadas con la mercadotecnia ya que es la comunicación directa entre un representante de ventas y uno de los compradores potenciales, en un intento de relacionarse los unos con los otros en una situación de compra.

A medida que una empresa va creciendo su orientación de mercado su fuerza de ventas se orientarse más hacia el mismo es por esta razón que debemos incentivar a nuestro cliente a realizar sus compras en efectivo.

En nuestra empresa de catering se delegara las responsabilidades al administrador:

- Nuestro administrador sera la principal arma de venta, ya que debera adelantarse a las necesidaes de nuestros clientes.
- A nuestros clientes se les brindará una atención personalizada proporcionandoles confianza a la hora del pedido.
- Nuestros empleados seran el recurso estratégico a la hora del proceso de venta ya que si sus montajes y sabor de la comida es excelente nuestro cliente va a regresar.
- El objetivo como empresa tambien es fidelizar a nuestros clientes

Relaciones Públicas

El plan d relaciones publicas es muy importante en una empresa ya que nos ayuda a dar una exposicion positiva en los medios de comunicación es una fase importante que debemos cumplir para darnos a conocer como empresa las relaciones públicas resulta un medio económico y eficaz a la hora de darnos a conocer.

Las relaciones publicas son muy amplias ya que envuelve a clientes, proveedores, empledos, y publico en general incentivandoles a comprar razón por la cual debemos cuidar la imagen de la empresa mantener la debida comunicación con los medios obteniendo así mayor cooperación de los mismos.

Plan de relaciones públicas de la empresa de catering:

- Se realizara una inauguración ecepcional invitando a todos los medios de comunicación del sector, autoridaes. Empresas de turismo y público en general dando a conocer el producto/servicio que ofrece en dicho evento deleitaremo con bocadito, degustación de platos,frutas y cócteles.
- Se realizara un homenaje al patrono del Cantón el 24 de Junio donde tenemos más de 200000 personas que visitan nuestro Cantón.
- Nuestra empresa estara abierta a toda sugerencia
- La empresa de catering realizara envios de cartas de presentación a instituciones municipales, educativas, y turisticas y gastronómicas.
- Cada 31 de Junio realizara shows artisticos y bailables de esta manera atraera a turistas nacionales e internacionales.
- Cada fin de mes habra la participación de danzas folcloricas vistosas para los turistas nacionales y extranjeros.

v.Estrategias de mercado

Nuestra empresa para afrontar los diferentes tipos de problemas que surgen a la hora de buscar un mercado y la complejidad que lleva al mismo la empresa se a propuesto como objetivo alcanzar un mercado meta e implementar una o mas estrategias de está manera obtendremos ganancias para la empresa de catering.

- La empresa de catering tiene como objetivo vencer a los competidores y conquistar a los clientes. El diseño de la estrategia depende del objetivo a alcanzar, los recursos disponibles, las estrategias utilizadas por la competencia, y mucha innovación para sorprender e impactar.

- En nuestra empresa el cliente es lo mas importante" una premise que debería ser piedra angular de toda compañía, pero que para muchas empresas latinoamericanas no pasa de ser mas que un cliché pasado de moda. Infortunadamente, aún en epocas donde las empresas deberían ser más proactivas en su trato para con sus clientes, muchas de ellas actúan como si les estuviesen haciendo una gran favor al permitirles adquirir sus productos. No obstante, la globalización de los mercados, el comercio electrónico y la alta competitividad, están haciendo que este estilo de empresas se encuentren en vías de extinción.

Además quienes se encuentran a la vanguardia en sus campos de acción son aquellas para las cuales la satisfacción del cliente es la fuerza motriz más importante para la empresa de catering.

El objetivo principal de nuestra empresa de catering es crear y mantener clientes. Muchos empresarios erróneamente piensan que el propósito de una nueva empresa es generar ganancias, vender más que sus competidores o ser líder en su industria. Lo cierto es que las ganancias, las ventas, el posicionamiento en el mercado y las utilidades, son simplemente una medida, un termómetro de qué tanto está la empresa cumpliendo con su verdadero propósito que es es crear y mantener clientes.

Razón por la cuál nuestra empresa escogio un segmento de mercado:

Entre ese segmentode mercado están los turistas nacionales y extranjeros debido que nuestra empresa de catering se encuentra a 30m de la parada de la estación del ferrocarril a 10 metros de la panamericana principal.

Y como un objetivo a corto plazo deseo enfocarme en trabajar con empresas turísticas y gastronómicas, con las empresas de mi cantón y habitantes del mismo. Los cuáles nos ayudarían a especializarnos, compenetrarnos con la atención a nuestros clientes y estos adquiera confianza a la hora de contratar nuestros servicios.

VI. Competencia

En cuestión de mercadotecnia es importante tener un conocimiento amplio acerca de toda nuestra competencia para poder fijar posturas comerciales y promocionales, ya sea que nuestros competidores sean más grandes o más pequeños, influyen en las decisiones de la empresa.

Por ello es importante conocer los casos de éxito y fracaso de ellos y poder aprender de estas situaciones para aplicarlas en nuestra empresa de catering.

Así también ustedes deben de identificar muy bien a sus competidores directos e indirectos, para tener en cuenta sus actividades, sus productos y sus estrategias comerciales para tomar decisiones propias.

Y no se debe esperar a que nuestros competidores sean los primeros en hacer mercadotecnia para que nosotros lo hagamos porque puede ser fatal.

Como competencia directa tenemos dos establecimientos que son María Dioselina y Tupac Tambu por que se encuentra internamente en sector enmarcado en el proyecto que me encuentro desarrollando, es decir por la proximidad de distancia y por que puede quedarse con nuestra clientela potencial.

Características que poseen la primera competencia:

- Maria Dioselina ya posee un nombre establecido en el mercado
- Se encuentra ubicado a 300 metros de la empresa de catering
- La clientela que capta este establecimiento es del 52%
- Los productos que ofrece este establecimiento son comida típica del cantón (papas con cuero, cuy, habas con queso, caldo de gallina) y los turistas gastan alrededor de unos 40\$ por familia dependiendo su pedido.
- El canal de distribución que utilizan es el, canal directo.
- El establecimiento no ofrece comida para diabeticos, niños, ni variedad de postres.
- No utiliza productos orgánicos
- Este establecimiento utiliza medios de publicidad como vallas publicitarias y auspia equipos del cantón.
- En contratos utilizan el pago en efectivo y el 100% del pago del contrato.
- El manejo de mercadería no es el adecuado
- El manejo de desperdicios de igual forma
- Realizan compras a intermediarios
- No utilizan productos de calidad
- Su precio es un poco alto en algunos productos
- Carecen de tecnología
- Su espacio del área de comedor es de 150pax
- La atención al cliente es regular.

Análisis FODA que se utilizara para describir a la primera competencia

FORTALEZAS

- La persona que administra este establecimiento “**MARIA DIOSELINA**” es un aficionada a la gastronomía lleva unos 40 años de experiencia en el mercado.
- Su establecimiento cuenta con un amplia área de juegos para niños
- La preparación de los platos típicos los realiza con un sabor bueno en especial la preparación del producto estrella que son las papas con curo y queso.
- Posee clientela todos los 7 días de la semana
- Utiliza mano de obra barata

OPORTUNIDADES

- Proponer un nuevo menú nuevo
- Expandir su marca a otros lugares del país
- Expandir su local por la alta demanda que existe.
- Dar un mejor acondicionamiento y presentación al local.

DEBILIDADES

- Posee reducida tecnología
- El espacio del área de producción es pequeño
- No utiliza productos de calidad y compra a costos bajos
- No posee un menú para niños y diabéticos
- No tiene un manejo bueno de desechos
- Sus precios son un poco altos

- Su personal no es especializado, realiza la preparación de los alimentos en forma empírica.
- El personal utiliza gorros , delantales y uniformes pero poco aseados su cabello no se encuentra recogido en el caso de las mejeeres, poseen uñas pintadas no utilizan guantes de manipulación.

AMENAZAS

- Ampliación de la via le dejaría al local sin ventas y sin lugar para vender sus productos
- La poca tecnología que utiliza ocasiona demora a la hora de brindar un servicio.
- El mal manejo de desechos puede ocasionar contaminación cruzada en los alimentos.
- Utilización de productos de poca calidad puede bajar su nivel de ventas.

Características que poseen la segunda competencia:

- **Tupac Tambu** ya posee un nombre establecido en el mercado
- Se encuentra ubicado a 2km de la empresa de catering
- La clientela que capta este establecimiento es del 38%
- Los productos que ofrece este establecimiento son comida típica del cantón (papas con cuero, cuy, habas con queso, caldo de gallina) y los turistas gastan alrededor de unos 50\$ por familia dependiendo su pedido.
- El canal de distribución que utilizan es el, canal directo.

- El establecimiento no ofrece comida para diabeticos, niños, ni variedad de postres.
- No utiliza productos orgánicos
- Este establecimiento utiliza medios de publicidad como vallas publicitarias y papeles volantes.
- En contratos utilizan el pago en efectivo y el 100% del pago del contrato.
- El manejo de mercaderia no es el adecuado
- El manejo de desperdicios de igual forma
- Realizan compras a intermediarios
- No utilizan productos de calidad
- Su precio es alto en todos los productos que ofrece
- Posee poca tecnologia
- Su espacio del área de comedor es de 150pax
- La atención al cliente es buena.

Análisis FODA que se utilizara para describir a la segunda competencia

FORTALEZAS

- La persona que administra este establecimiento es un aficionado a la gastronomia lleva unos 12 años de experiencia en el mercado.
- Su establecimiento cuenta con un amplia área de juegos para niños
- La preparación de los platos tipicos los realiza con un sabor bueno
- Posee contratos semanalmente
- Utiliza mano de obra propia

OPORTUNIDADES

- Proponer un nuevo menú para niños
- Expandir su marca
- Expandir su local por la alta demanda que existe.

DEBILIDADES

- Poseen poca tecnología
- El espacio del área de producción es pequeño
- No utiliza productos de calidad
- No posee un menú para niños y diabéticos
- No tiene un manejo bueno de desechos
- Sus precios son altos
- Su personal no es especializado, realiza la preparación de los alimentos en forma empírica.
- El personal utiliza gorros y delantales pero no utiliza uniformes

AMENAZAS

- Ampliación de la vía se llevaría todo su local de venta
- El mal manejo de desechos puede ocasionar contaminación cruzada en los alimentos.
- Utilización de productos de poca calidad puede bajar su nivel de ventas.

VII. Análisis del gasto de estrategias de marketing

Nuestra empresa de catering no contara con activos fijos para el área comercial, pero si es necesario determinar cuánto se gasta en el área comercial.

CUADRO N.- 33 GASTOS DEL ÁREA COMERCIAL

TIPO DE COMUNICACION	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
PUBLICIDAD		
Impresión de afiches	120.45 \$	1240.45
Impresión hojas volantes	95.22 \$	950.22
Impresión de tarjetas	40.00 \$	480.00
de presentación	80.00 \$	800.00
Impresiones de tripticos		
Promoción en ventas	Durante los	Costo de los 6 meses
Descuentos	primeros 6 meses	600.00
2x1 promoción	100.00\$	120.00
Sorteo de canastas	20.00\$	300.00
productos orgánicos	50.00\$	
Descuentos del 10%, 20%	25.00\$	150.00

Relaciones Públicas	Costo mensual	Costo anual
Inauguración de la empresa de catering	5000.00	5000.00
Homenaje al patrono del cantón	5000.00	5000.00
degustaciones del producto	300.00	300.00
participación en eventos gastronómicos	200.00	200.00
Participación en ferias		
TOTAL	MENSUAL= 11230.67	ANUAL=15340.67

Realizado por: Regina Gavilanes

d. GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

i. Determinación del Talento Humano

Es una de las tareas más importantes y primordiales cuando se va a realizar una actividad se centra en la cantidad de empleos que va a adquirir la empresa y la cantidad de dinero que va a invertir a la hora de contratarlos además nuestra empresa debe realizar análisis periódicos del personal es necesario para saber si con el personal que tenemos es suficiente para brindar servicio a nuestros clientes.

Los instrumentos administrativos funcionan cuando están orientados a conseguir conservar una Fuerza Laboral capacitada, comprometida y motivada. Para que la estrategia de desarrollo de la Institución sea sostenible debe contemplar como prioridad la contribución a la satisfacción de las reales necesidades de su Comunidad, constituida ésta por los propietarios, directivos, trabajadores y clientes.

Cada día se afianza al interior de las empresas la certeza de que su éxito o fracaso depende de los talentos que se contrate, competencias, actitudes y motivaciones de sus integrantes. Si se quiere tener una Compañía competitiva en un mercado cada vez más globalizado se requiere un clima organizacional caracterizado por una alta satisfacción de sus integrantes. Una Fuerza Laboral aburrida y amedrantada por las condiciones laborales es una fórmula conducente al fracaso. La diferencia la marca la gestión que se haga del Talento Humano. Es por esta razón que nuestra empresa de catering debe garantizar el

binestar de nuestros clientes y empleados de este depende el éxito o el fracaso de la misma.

Por esta razón es necesario definir la tarea y el número de horas que se utilice en la realización de las áreas encomendadas es preciso conocer el perfil del trabajador que vamos a emplear.

Todo puesto queda determinado, por un conjunto de tareas que debe efectuar una sola persona razón por la cual se debe detallar cuidadosamente en su hoja de trabajo todas las áreas que debe realizar

Para la realización de este proyecto se requiere el siguiente personal:

PERSONAL ADMINISTRATIVO. - Se encargará de la administración general de la empresa que comprende en una actividad económica y financiera de la empresa de catering.

PERSONAL DE LIMPIEZA.- Se encargará de la limpieza de todo el establecimiento cuidando de su limpieza y inocuidad de la empresa.

PERSONAL DE SERVICIO.- Se encargará de la ejecución y realización de la comida, su distribución, así como el aseo y limpieza del mismo.

ii. Descripción de puestos de trabajo

Una vez que la empresa de catering haya definido el personal necesario que necesita se debe describir en una forma más detallada los puestos antes mencionados.

En nuestra empresa es necesario detallar todas sus obligaciones de sus tareas a realizar de esta manera llevamos un control, planificación de todas las áreas a realizar.

Dentro de nuestra empresa de catering se determinara tres puestos de trabajo como es: administrativo, operativo, y limpieza.

CUADRO N.- 34 DESCRIPCIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO

PUESTO	ADMINISTRADOR	CATEGORÍA A	JEFATURA
SALARIO BRUTO	ANUAL <u>USD</u> MENSUAL USD.	NÚMERO DE PAGAS (ANUAL)	
PUESTO DEL QUE DEPENDE Jerarquicamente es superior a los otros puestos de trabajo No depende de ningun puesto			
GRUPO DE COTIZACIÓN	Empresa Privada Empresa de catering	BASES DE COTIZACIÓN	MÍNIMA: USD. MÁXIMA: USD.
LOCALIZACIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO EN EL ORGANIGRAMA Es el superior en la jerarquía de la Empresa			
FUNCIONES	Planificación del equipo de trabajo en las labores diarias. Llevar un control diario de ingresos y egresos Control de mercaderia Organización de eventos		

	<p>Contratar al personal</p> <p>Verificar que la mercadería sea de calidad</p> <p>Elaborar inventario de materia prima</p> <p>Selección de proveedores</p> <p>Realizar las recetas estandar</p>		
TAREAS	<p>Supervisar el trabajo diario del personal.</p> <p>Planificación de los menús</p> <p>Control de calidad de Preparación de platos</p>		
RESPONSABILIDADES	<p>Adquisición de los insumos y materiales</p> <p>Supervisión de la preparación y distribución de los alimentos</p> <p>Imagen y presentación física de la empresa de catering</p> <p>Atención laboral y funcional del Personal</p> <p>Control Financiero</p> <p>Atender las quejas de los clientes</p>		
ATRIBUCIONES	<p>Asignación de trabajos, organización de turnos y controlar al personal</p> <p>Dirigir y participar en el servicio</p>		
RELACIONES INTERNAS	MOTIVO	FRECUENCIA	PUESTO
<p>Todo lo relacionado con el personal</p> <p>Realizar charlas sobre la manipulación y seguridad alimentaria</p>	<p>Control de trabajos efectuados.</p> <p>Organizar trabajo.</p> <p>Llevar la contabilidad.</p> <p>Controlar horarios</p>	<p>Diario</p> <p>Diario</p> <p>Diario</p>	<p>Administrador</p>

Informar a los empleados sobre el cronograma de la semana			
RELACIONES EXTERNAS	MOTIVO	FRECUENCIA	PUESTO
Conversación con el área de relaciones publicas	Darse a conocer a todo el publico en general	Semanalmente	Administrador
Pedido a los proveedores semanalmente	Solicitud y recepción de materia prima	Semanalmente	
OTROS DATOS DE INTERÉS	Se encarga de contactarse con los proveedores. Adiestrar a los nuevos empleados. Comprobar la calidad de los productos		

Realizado por: Regina Gavilanes

CUADRO N.- 35 DESCRIPCIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO

PUESTO	CHEFF	CATEGORÍA	JEFATURA
SALARIO BRUTO	ANUAL <u>USD</u> MENSUAL USD.	NÚMERO DE PAGAS (ANUAL)	
PUESTO DEL QUE DEPENDE Depende del administrador			

GRUPO DE COTIZACIÓN	Empresa Privada	BASES DE COTIZACIÓN	MÍNIMA: USD. MÁXIMA: USD.
LOCALIZACIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO EN EL ORGANIGRAMA			
Depende jerárquicamente del administrador			
FUNCIONES	Revisar las recetas estandar diariamente Planificación del equipo de trabajo en las labores diarias. Realizar la requisición de la materia prima en conjunto con el administrador Dirigir a los ayudantes de cocina		
TAREAS	Supervisar el trabajo diario de los ayudantes de cocina Planificación de los menús mediante las recets estandar Preparación de platos con calidad Realizar los montajes de platos en ayuda de los ayudantes de cocina Revisar que la cocina se encuentre limpia y oordenada para la realización de los platos.		
RESPONSABILIDADES	Asegurarse que todos los insumos y materiales se encuentren en el área de producción Supervisión y preparación de platos de calidad Informar sobre daós o desperfectos de equipos al administrador Revisión de menús		

ATRIBUCIONES	Controlar y avisar al administrador sobre el desempeño de los ayudantes de cocina.		
RELACIONES INTERNAS Elaborar partes sobre el desempeño de los ayudantes de cocina y stiward.	MOTIVO	FRECUENCIA	PUESTO
	Control de trabajos efectuados.	Semanalmente	Cheff
RELACIONES EXTERNAS Administrador y proveedores de materia prima	MOTIVO	FRECUENCIA	PUESTO
	Control de recepción de materia prima	Diario	Cheff
OTROS DATOS DE INTERÉS	Se encarga de la requisición de materia prima Adiestrar a los ayudantes de cocina preparar productos de caliad		

Relizado por: Regina Gavilanes

CUADRO N.- 36 DE LA DESCRIPCIÓN DE LOS PUESTOS DE TRABAJO

PUESTO	AYUDANTE DE COCINA	CATEGORÍA	JEFATURA
SALARIO BRUTO	ANUAL <u>USD</u> MENSUAL USD.	NÚMERO DE PAGAS (ANUAL)	
PUESTO DEL QUE DEPENDE Depende del administrador y cheff			
GRUPO DE COTIZACIÓN	Empresa Privada	BASES DE COTIZACIÓN	MÍNIMA: USD. MÁXIMA: USD.
LOCALIZACIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO EN EL ORGANIGRAMA Depende jerárquicamente del cheff			
FUNCIONES	Realización de las tareas encomendadas por el cheff Realización del micen place y tener todo listo para la realización de los platos requeridos por el cheff.		
TAREAS	Mantener el área de producción limpia Colocar el producto terminado en el servicio Asistir al cheff en todo lo que necesite Ayudar en el servicio		
RESPONSABILIDADES	Revisar que todo lo que necesita el cheff para la producción este lista Mantener estandares de calidad el la elaboración del micen place		

	Verificar y tener limpia el área de producción		
ATRIBUCIONES	Pedir al estivar algún material limpio		
RELACIONES INTERNAS	MOTIVO	FRECUENCIA	PUESTO
Con el Estiward y cheff	Coordinar trabajo y materiales	Diario	Ayudante de cocina

Realizado por: Regina Gavilanes

CUADRO N.- 37 DESCRIPCIÓN DE LOS PUESTOS DE TRABAJO

PUESTO	ENCARGADO DE LIMPIEZA 1	CATEGORÍA 1	JEFATURA
SALARIO BRUTO	ANUAL <u>USD</u> MENSUAL USD.	NÚMERO DE PAGAS (ANUAL)	
PUESTO DEL QUE DEPENDE DEPENDE DEL CHEFF Y ADMINISTRADOR			
GRUPO DE COTIZACIÓN	Empresa Privada	BASES DE COTIZACIÓN	MÍNIMA: USD. MÁXIMA: USD.
LOCALIZACIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO EN EL ORGANIGRAMA Depende jerárquicamente del administrador			

FUNCIONES	<p>Mantener el equipo utensilios y materiales limpios para el área de producción</p> <p>Limpieza del área de producción y del salón 1 de la empresa de catering</p> <p>Lavar todos los utensilios, antes, durante, y después de la producción</p>		
TAREAS	<p>Responsable de la limpieza y recolección de utensilios y vajillas</p> <p>Mantener limpia y seca la vajilla</p> <p>Ubicar todos los materiales, utensilios en los estantes adecuados.</p>		
RESPONSABILIDADES	<p>Responsable de contar y mantener la vajilla que se utiliza para cada evento.</p> <p>Desinfectar platos, vasos, cucharas cuchillos etc.</p> <p>Pulir la vajilla para el servicio</p>		
ATRIBUCIONES	<p>Asignación y pedir ayuda a los meseros para pulir y contar vajilla.</p>		
RELACIONES INTERNAS Con el chef, ayudantes de cocina, meseros y ayudante de limpieza dos.	MOTIVO Tener todos los materiales limpios	FRECUENCIA Diario	PUESTO Encargado de limpieza

	y a tiempo para la producción		
--	----------------------------------	--	--

Realizado por: Regina Gavilanes

CUADRO N.- 38 DESCRIPCION DE LOS PUESTOS DE TRABAJO

PUESTO	ENCARGADO DE LIMPIEZA 2	CATEGORÍA 2	JEFATURA
SALARIO BRUTO	ANUAL <u>USD</u> MENSUAL USD.	NÚMERO DE PAGAS (ANUAL)	
PUESTO DEL QUE DEPENDE DEPENDE DEL CHEFF Y ADMINISTRADOR			
GRUPO DE COTIZACIÓN	Empresa Privada	BASES DE COTIZACIÓN	MÍNIMA: USD. MÁXIMA: USD.
LOCALIZACIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO EN EL ORGANIGRAMA Depende jerárquicamente del administrador			
FUNCIONES	Limpiar todo el área externa de la empresa de catering Podar y regar agua en las áreas verdes de la empresa de catering Ayudar en la limpieza de el área de restaurante, guardería, salón 1, 2 ,y 3 oficinas y bodega Lavar mantelería, cobertores, forros de sillas lazos de mesas y sillas.		
TAREAS	Realizar una limpieza profunda de la bodega y el área de restaurante. Limpieza de baños Ayudar al empleado de limpieza 1		

RESPONSABILIDADES	<p>Responsable de mantener limpio el área de externa de nuestra empresa de catering.</p> <p>Mantener limpio el restaurante</p> <p>Tener limpia la manteleria y lista para cualquier evento que se necesite</p>		
ATRIBUCIONES	<p>Asignación y pedir ayuda al empleado de limpieza1 si considerara necesaria.</p>		
<p>RELACIONES INTERNAS</p> <p>Con el cheff, ayudantes de cocina, meseros y ayudante de limpieza dos.</p> <p>RELACIONES EXTERNAS</p> <p>Administrador</p>	<p>MOTIVO</p> <p>Tener todo el local internoy externo limpio</p>	<p>FRECUENCIA</p> <p>Diario</p>	<p>PUESTO</p> <p>Encargado de limpieza</p>

Realizado por: Regina Gavilanes

CUADRO N.- 39 DESCRIPCION DE LOS PUESTOS DE TRABAJO

PUESTO	Mesero	CATEGORÍA 2	JEFATURA
SALARIO BRUTO	ANUAL <u>USD</u> MENSUAL USD.	NÚMERO DE PAGAS (ANUAL)	
PUESTO DEL QUE DEPENDE DEPENDE DEL CHEFF Y ADMINISTRADOR			
GRUPO DE COTIZACIÓN	Empresa Privada	BASES DE COTIZACIÓN	MÍNIMA: USD. MÁXIMA: USD.
LOCALIZACIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO EN EL ORGANIGRAMA Depende jerárquicamente del administrador			
FUNCIONES	Ayudar con la limpieza del local Montaje del restaurante, salón 1,2, y tres Servir al cliente Atención al cliente Recoger vajilla		
TAREAS	Ayudar con la limpieza del local Limpieza de baños Montajes de los locales		
RESPONSABILIDADES	Responsable del montaje de los salones de eventos Mantener limpio el restaurante		

	Tener lista la manteleria y todo lo necesario para el montaje de los salones.		
ATRIBUCIONES	Pedir la manteleria y todo lo necesario al ayudante de limpieza 2		
RELACIONES INTERNAS Con el cheff, ayudantes de cocina, meseros y ayudante de limpieza dos.	MOTIVO	FRECUENCIA	PUESTO
RELACIONES EXTERNAS Administrador Y clientes			
	Tener todos los locales limpios y con los montajes listos para el servicio al cliente	Diario el restaurante y semanalmente el resto de salones	Mesero

Realizado por: Regina Gavilanes

CUADRO N.- 40 DESCRIPCION DE LOS PUESTOS DE TRABAJO

PUESTO	Guardia de Seguridad	CATEGORÍA	JEFATURA
SALARIO BRUTO	ANUAL <u>USD</u> MENSUAL USD.	NÚMERO DE PAGAS (ANUAL)	
PUESTO DEL QUE DEPENDE ADMINISTRADOR			
GRUPO DE COTIZACIÓN	Empresa Privada	BASES DE COTIZACIÓN	MÍNIMA: USD. MÁXIMA: USD.
LOCALIZACIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO EN EL ORGANIGRAMA Depende jerárquicamente del administrador			
FUNCIONES	Ayudar con la limpieza del local externamente Servir al cliente Proporcionar seguridad a nuestros clientes		
TAREAS	Ayudar con la limpieza de los exteriores Regar agua en las plantas Seguridad de nuestros clientes		
RESPONSABILIDADES	Responsable de brindar seguridad y confianza a nuestros clientes		
ATRIBUCIONES	Ninguna		
RELACIONES INTERNAS	MOTIVO	FRECUENCIA	PUESTO

<p>ayudante de limpieza dos.</p> <p>RELACIONES</p> <p>EXTERNAS</p> <p>Administrador</p> <p>Y clientes</p>			
	<p>Mantener el orden y la seguridad de el servicio al cliente</p>	<p>Diario</p>	<p>Guardia de Seguridad</p>

Realizado por: Regina Gavilanes

iii. Perfil de los Trabajadores

El perfil de los trabajadores es sumamente importante para nuestra empresa ya que de este recurso humano depende el éxito o el fracaso del mismo.

Para la selección del personal es necesario realizar una comparación entre lo detallado anteriormente y las propuestas reales que se posee al momento y de esta forma realizar una selección idónea para nuestra empresa.

Para el perfil de nuestros trabajadores se tomara en cuenta varios parámetros que son necesarios para su selección:

- **Conocimientos.-** formación básica de la persona, y que conocimientos adquiridos para destinarlos a un puesto de trabajo idóneo.
- **Experiencia.-** años de experiencia y puesto de trabajo que ha ocupado durante ese tiempo.
- **Aptitud.-** Es la capacidad que posee una persona para resolver problemas que se presentan en un puesto de trabajo o al menos los más lógicos saber cómo resolverlos.
- **Actitud.-** Es la forma de comportarse ante sus compañeros de trabajo y ante los problemas que se vayan presentando.

Para un vital funcionamiento de nuestra empresa de catering se necesita el siguiente personal con perfiles que a continuación se describe:

- Administrador
- Chef
- Ayudante de cocina
- Ayudantes de limpieza
- Meseros

- Guardia de seguridad

CUADRO N.- 41 CUADRO DEL PERFIL DE TRABAJADORES

PUESTO	ADMINISTRADOR	
FUNCIONES BASICAS	Administración de la empresa de catering y todos sus departamentos	
RESPONSABILIDADES	Adquisición de los insumos y materiales Supervisión de la preparación y distribución de los alimentos Imagen y presentación física de la empresa de catering Atención laboral y funcional del Personal Control Financiero Atender las quejas de los clientes	
FORMACION REGLADA REQUERIDA	Licenciado en Gestion Gastronomica o Administrador Turistico Amplio conocimiento en legislación laboral, tributaria y contabilidad.	
FORMACION OCUPACIONAL REQUERIDA	Experiencia en administración de empresas de gastronómicas o similares que manejen alimentos	
OTROS CONOCIMIENTOS Debe poseer		
CONOCIMIENTOS Idiomas	NIVEL	
IDIOMAS Habla y escribe perfectamente inglés y también habla francés	AVANZADO AVANZADO	INGLES FRANCES
EXPERIENCIA LABORAL Y PROFESIONAL		
EN LE SECTOR	En administracion en empresas d catering o de alimentos del pais, experiencia en administracion financiera ,altos conocimientos en la elaboracion de menús.	

EN EL PUESTO	Dirección, organización y control de la empresa, control de inventarios, conocimientos sobre el catering
---------------------	--

Realizado por: Regina Gavilanes

CUADRO N.- 42 CUADRO DEL PERFIL DE TRABAJADORES

PUESTO	Cheff	
FUNCIONES BASICAS	Ayudar al cheff en todo lo que necesite	
RESPONSABILIDADES		
FORMACION REGLADA REQUERIDA	Licenciado en Gestion Gastronomica Amplio conocimiento en preparación y manipulación de alimentos dentro de un área de producción.	
FORMACION OCUPACIONAL REQUERIDA	Experiencia en producción en empresas de gastronomicas Amplio conocimiento en técnicas culinarias Conocimiento en vocabulario culinario	
OTROS CONOCIMIENTOS Debe poseer		
CONOCIMIENTOS Idiomas	NIVEL	
IDIOMAS Habla y escribe perfectamente inglés y también habla francés	AVANZADO AVANZADO	INGLES FRANCES
EXPERIENCIA LABORAL Y PROFESIONAL		
EN LE SECTOR	Altos conocimientos en la elaboracion de menús Manejo de equipos Manipulación de alimentos	
EN EL PUESTO	Dirección, organización y control del área de producción control de inventarios, conocimientos sobre el catering.	

Realizado por: Regina Gavilanes

CUADRO N.- 43 CUADRO DEL PERFIL DE TRABAJADORES

PUESTO	Ayudante de cocina
FUNCIONES BASICAS	Ayudar al cheff en lo que necesite
RESPONSABILIDADES	Revisar que todo lo que necesita el cheff para la producción este lista Mantener estandares de calidad el la elaboración del micen place Verificar y tener limpia el área de producción
FORMACION REGLADA REQUERIDA	Bachiller Conocimiento en preparación y manipulación de alimentos dentro de un área de producción. Manejo del vocabulario culinario
FORMACION OCUPACIONAL REQUERIDA	Le guste preparar alimentos y ayudar
OTROS CONOCIMIENTOS	
CONOCIMIENTO	NIVEL
EXPERIENCIA LABORAL Y PROFESIONAL	
EN LE SECTOR	Manejo de equipos Manipulación de alimentos
EN EL PUESTO	Realización de todas las tareas encomendadas por el cheff

Realizado por: Regina Gavilanes

CUADRO N.- 44 CUADRO DEL PERFIL DE TRABAJADORES

PUESTO	Encargado de limpieza 1
FUNCIONES BASICAS	Encargarse de mantener limpio todos los materiales para la producción
RESPONSABILIDADES	Responsable de contar y mantener la vajilla que se utiliza para cada evento. Desinfectar platos, vasos, cucharas cuchillos etc. Pulir la vajilla para el servicio
FORMACION REGLADA REQUERIDA	Bachiller
FORMACION OCUPACIONAL REQUERIDA	Le guste el aseo, orden y limpieza de los materiales de cocina
OTROS CONOCIMIENTOS	
CONOCIMIENTO	NIVEL
EXPERIENCIA LABORAL Y PROFESIONAL	
EN LE SECTOR	Manejo de equipos
EN EL PUESTO	Realización de todas las tareas encomendadas por el cheff y ayudantes de cocina

Realizado por: Regina Gavilanes

CUADRO N.- 45 CUADRO DEL PERFIL DE TRABAJADORES

PUESTO	Encargado de limpieza 2
FUNCIONES BASICAS	Encargarse de mantener limpio los exteriores y salones de la empresa
RESPONSABILIDADES	Responsable de mantener limpio el área de externa de nuestra empresa de catering. Mantener limpio el restaurante Tener limpia la manteleria y lista para cualquier evento que se necesite
FORMACION REGLADA REQUERIDA	Bachiller
FORMACION OCUPACIONAL REQUERIDA	Le guste el aseo, orden y limpieza
OTROS CONOCIMIENTOS	
CONOCIMIENTO	NIVEL
EXPERIENCIA LABORAL Y PROFESIONAL	
EN LE SECTOR	Manejo de equipos y cuidado del mismo
EN EL PUESTO	Realización de todas las tareas encomendadas por el administrador

Realizado por: Regina Gavilanes

CUADRO N.- 46 CUADRO DEL PERFIL DE TRABAJADORES

PUESTO	Mesero
FUNCIONES BASICAS	Montaje de los salones y tener lista la vajilla para el servicio
RESPONSABILIDADES	Ayudar con la limpieza del local Montaje del restaurante, salón 1,2, y tres Servir al cliente Atención al cliente Recoger vajilla
FORMACION REGLADA REQUERIDA	Bachiller
FORMACION OCUPACIONAL REQUERIDA	Le guste trabajar y que tenga experiencia en montaje de mesas
OTROS CONOCIMIENTOS	
CONOCIMIENTO	NIVEL
EXPERIENCIA LABORAL Y PROFESIONAL Si debe poseer	
EN LE SECTOR	Manejo en atención al cliente
EN EL PUESTO	Realización de todas las tareas encomendadas por el administrador

Realizado por: Regina Gavilanes

CUADRO N.- 47 CUADRO DEL PERFIL DE TRABAJADORES

PUESTO	Guardia de seguridad
FUNCIONES BASICAS	Mantener la seguridad y el orden el la empresa de catering
RESPONSABILIDADES	Ayudar con la limpieza del local externamente Servir al cliente Proporcionar seguridad a nuestros clientes
FORMACION REGLADA REQUERIDA	Bachiller
FORMACION OCUPACIONAL REQUERIDA	Le guste trabajar y tenga experienci en seguridad
OTROS CONOCIMIENTOS Haya pasado por el cuartel	
CONOCIMIENTO	NIVEL
EXPERIENCIA LABORAL Y PROFESIONAL Si debe poseer	
EN LE SECTOR	Seguridad al cliente Manejo en atención al cliente
EN EL PUESTO	Realización de todas las tareas encomendadas por el administrador.

Realizado por: Regina Gavilanes

IV. Costes salariales

Nuestra empresa de catering para su vital funcionamiento necesita de los siguientes empleados que van a tener los siguientes costes salariales:

Estos costes salariales se calcaulan cada diez meses.

CUADRO N.- 48 COSTES SALARIALES

DENOMINACION	CANTIDAD DE EMPLEADOS	SUELDO	APORTE PATRONAL	XVI	XIII	TOTAL 10 MESES	TOTAL
Administrador	1	400	4.00	333.33	400	4000	4733.33
Chef de partida	2	600	6.00	500.00	600	6000	7100.00
Ayudante de cocina	4	300	3.00	250.00	300	3000	3550.00
Encargado de Limpieza	2	294	2.94	245.00	294	2940	3479.00
Meseros	4	180	1.80	150.00	180	1800	2130.00
Guardia de seguridad	2	294	2.94	245.00	294	2940	3479.00
Encargado de limpieza	2	250	2.50	208.33	250	2500	2958,33
						TOTAL	27429.66

Realizado por: Regina Gavilanes

v.Organización de la empresa

En nuestra empresa es necesario y fundamental definir la organizavi3n ya que es funadamental para su funcionamiento.

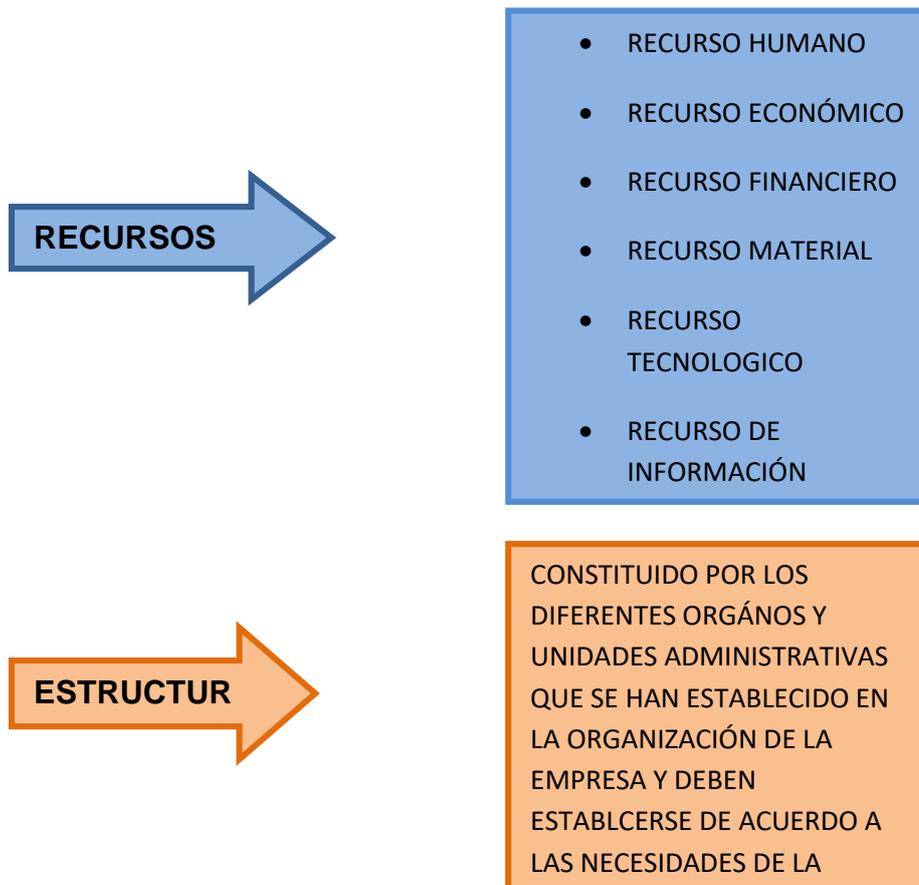
Organizaci3n

La estructura organizativa del trabajo que tenga una empresa influye directamente en la percepci3n que pueda tener un trabajador de sus condiciones laborales y en su rendimiento profesional.

Una estructura organizativa muy vertical, con una larga cadena de mando y tramos de control corto no favorece el trabajo en equipo, por el contrario las estructuras horizontales facilitan mejor el trabajo en equipo.

La estructura organizacional influye en la cantidad de reglas, procedimientos, trámites y otras limitaciones a que se ven enfrentados los trabajadores en el desarrollo de su trabajo.

Elementos de la organización de la empresa



El propósito de la organización de la empresa es:

- Llegar a cumplir los objetivos propuestos por la empresa
- Eliminar la duplicidad de trabajo
- Representar una estructura oficial de la empresa
- Establecer canales de comunicación

Organización de la empresa de catering que pasos debe tener para tener una buena ejecución:

Dividir las tareas encomendadas por el administrador designando y dividiendo a cada empleado las tareas que debe realizar.

Dividir las tareas de forma igual tanto para el personal interno como para el personal externo.

Ayudar a que los empleados sean solidarios los unos con los otros y puedan colaborar en las tareas encomendadas.

Especificar a cada empleado de quién depende.

Verificar la eficacia y eficiencia de cada uno de los empleados y son actos para el puesto de trabajo que ocupan.

Realizar charlas de integración con los empleados para que el ambiente de trabajo sea óptimo.

Realizar video conferencias sobre higiene y manipulación de alimentos de esta manera nuestros empleados adquiere más conocimientos y despejan todas sus dudas e inquietudes.

VI. Programa Operativo

La empresa de catering va a contar con un programa operativo que se va a realizar cada mes, dependiendo la demanda que se tenga durante ese mes ya que cada mes se realizara actividades diferentes más en el mes de Diciembre, Enero, Febrero, Mayo, Junio son los meses que existe más demanda debido a las diferentes agazajos y festividades de la provincia de Tungurahua.

En el plan operativo para está empresa se detalla las actividades que se va a realizar durante este año.

CUADRO N. 49 ACTIVIDADES DE LA EMPRESA DE CATERING

FECHA	HORA	LUGAR	ACTIVIDAD	A CARGO DE:
ENERO 01	7:00	Empresa de catering	Ingreso de personal	Administrador
	7:30	Empresa de catering	Bienvenida	Administrador
	7:30 a 8:00	Empresa de catering	Inicio de actividades	Administrador
05	7:00	Empresa de catering	Conferencia sobre higiene y manipulación de alimentos	Chef y Administrador
07	7.00	Empresa de catering	Limpieza profunda de la empresa	Chef y todos los ayudantes de aseo y cocina
15	7:00	Empresa de catering	Organización de evento	chef
16	7:00	Empresa de catering	Montaje de mesas y preparación de alimentos	Chef, meseros
	14:00	Empresa de catering salón 1	Realización del evento	Chef
20	7:00	Empresa de catering	Organización para la inauguración	Administrador y chef
21	7:00	Empresa de catering	Confirmaciones de invitados y proveedores	Administrador

22	7:00	Empresa de catering	Organización de banquetes y bocaditos	Chef
23	20:00	Empresa de catering	Evento en honor al patrono del cantón	Administrador
24	20:00	Empresa de catering	Gran inauguración de la empresa de catering	Administrador y personal.
25 al 30	16:00	Empresa de catering	Exposicion de productos orgánicos	Chef y administrador
FEBRERO				
01	7:00	Empresa de catering	Organización de un evento con la municipalidad de Ambato	Administrador y chef
	14:00	Empresa de catering	Desarrollo del evento	Administrador y chef
06	7:00	Empresa de catering	Invitación a la expo feria ambato 2013	Administrador y chef
12	7:00	Empresa de catering	Elaboración del bread fast para los participates en el desfile	Chef
20	7:00	Empresa de catering	Limpieza profunda	Chef y colaboradores

27	7:00	Empresa de catering	Elaboración de banquetes	Chef
MARZO				
8	13:00	Empresa de catering	Homenaje a la mujer a cargo del municipio y la empresa	Administrador y chef
14	10:00	Colegio Vicente Andaguirre	Preparación de coffee bread para estudiantes invitados	Chef
19	7:00	Empresa de catering	Limpieza profunda	Chef y colaboradores
23	15:00	Cantón Tisaleo	Exposición de productos orgánicos	Chef
28	7:00	Empresa de catering	Limpieza profunda	Chef y colaboradores
ABRIL				
5	10:00	Empresa de catering Salón 2 de niños	Preparación de un banquete para niños especiales a cargo del municipio	chef
13	10:00	Empresa de catering	Homenaje al maestro a cargo de las instituciones del cantón	Administrador y chef

18	7:00	Empresa de catering	Limpieza de la empresa	Chef y colaboradores
25	7:00	Empresa de catering	Conferencia de seguridad alimentaria para los empleados	Chef y administrador

CUADRO N.- 50 DEL PROGRAMA OPERATIVO DE LOS MESES

MAYO-JULIO 2013

MES	HORA	LUGAR	ACTIVIDAD	A CARGO DE
MAYO				
2	7:00	Empresa de catering	Preparación de bocaditos para el centro gerantologico del cantón realizado por el patronato	Chef y administrador
7	7:00	Empresa de catering	Limpieza profunda	Chef y administrador
9	7:00	Empresa de catering	Coordinación de eventos para el 13 de Mayo	Administrador y chef
13	11:00	Empresa de catering	Colación para todos los participantes en el desfile	Administrador y chef

	14:00	Empresa de catering	Almuerzo para autoridades invitadas	Administrador y chef
20	12:00	Empresa de catering	Recibimiento a las candidatas a reina del cantón	Administrador y chef
28	20:00	Empresa de catering	Presentación de las candidatas	Administrador y chef
JUNIO				
1	7:00	Empresa de catering	Baile de elección y coronación a Miss Colegial	Administrador y chef
5	10:00	Empresa de catering	Homenaje a la niñez del Cantón	Administrador y chef
10	12:00	Empresa de catering	Almuerzo buffet para los participantes en el primer rodeo	Administrador y chef
17	19:00	Empresa de catering	Cena y premiación a los participantes en el rodeo	Chef
22	9:00	Parque del Cantón	Exposición y promoción de	administrador

			productos de la empresa de catering	
23	13:00	Empresa de Catering	Almuerzo para los colaboradores para la fiesta	Chef
	20:00	Empresa de Catering	Cena en honor a los priostes de este año	Chef
24	18:00	Empresa de Catering	Coffee bread	Chef
25 al 30	13:00	Empresa de Catering	Almuerzos para ganaderos del cantón	Chef
30	20:00	Empresa de Catering	Proclamación de la chagra del Cantón	Administrador
JULIO				
1	14:00	Empresa de Catering	Homenaje al patrono del Cantón	Administrador y chef
	18:00	Empresa de Catering	Bufet libre para los invitados	Administrador y chef
5	7:00	Empresa de catering	Coordinación para el resto de eventos e invitaciones	Administrador y chef

7	20:00	Empresa de catering	Cena en homenaje a la nueva soberana y autoridades del Cantón	Administrador y chef
12	9:30	Municipio del Cantón	Desayuno para las autoridades invitadas	chef
14	14:00	Empresa de catering	Coordinación de eventos posteriores	Administrador y chef
20	13:00	Empresa de catering	Almuerzo para ganaderos invitados de otras ciudades	Chef
	20:00	Empresa de catering	Cena en honor a ganaderos	Chef
24	20:00	Empresa de catering	Cena para autoridades y priostes del cantón	Chef
28	7:00	Empresa de catering	Realización de eventos varios	Administrador y chef
30	11:00	Empresa de catering	Colación para grupos	Chef

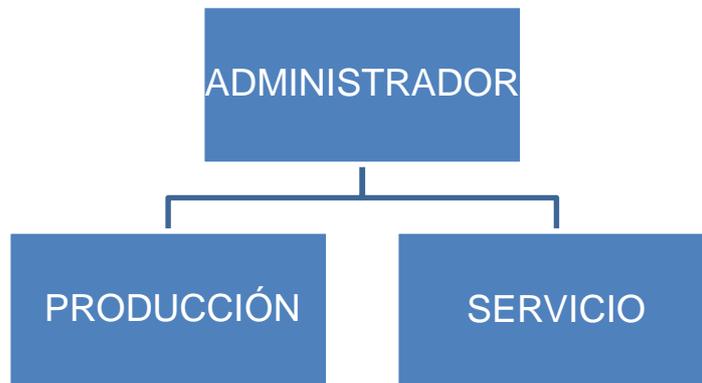
			folcloricos invitados	
NOTA		Empresa de catering	Nuestra empresa realizara limpieza profunda de la empresa cada fin de semana	Administrador y chef
NOTA		Empresa de catering	Se recibira a los proveedores de productos varios cada viernes	Administrador y chef
NOTA		Empresa de catering	Se recibira a proveedores de productos orgánicos diariamente	Administrador y chef

Realizado por: Regina Gavilanes

Este cronograma esta sujeto a cambios

vii. Organigrama empresarial

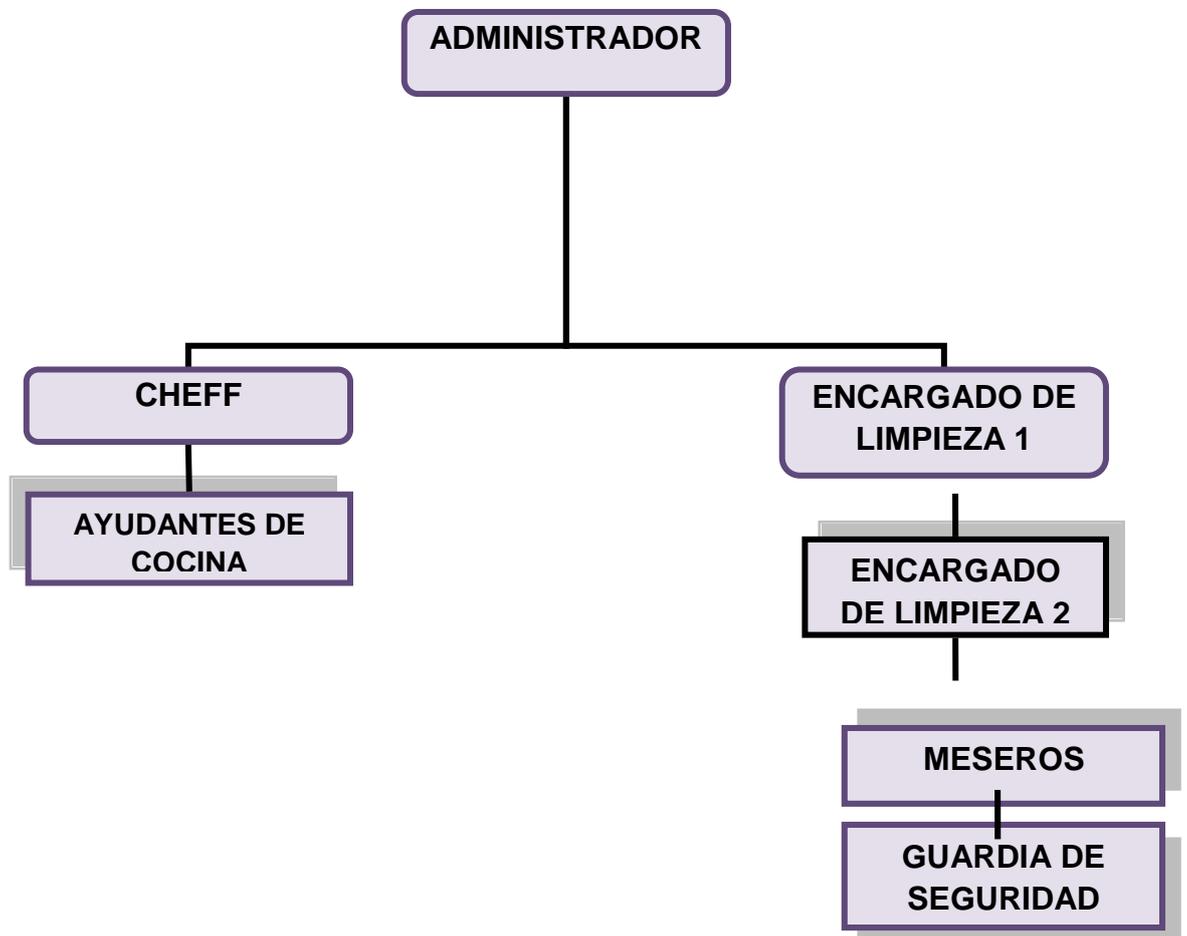
GRAFICO N.- ORGANIGRAMA CENTRALIZADO



LINEA DE AUTORIDAD Y SUS SUBORDINADOS

Realizado por: Regina Gavilanes

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



Realizado por: Regina Gavilanes

Linea de autoridad el administrador es quien toma las decisiones para dirigir la empresa.

viii. Selección y contratación del Talento Humano

La selección y contratación del talento es la base fundamental para el funcionamiento de la empresa de esto depende el bienestar de nuestros clientes.

El proceso de selección de personal es aquel en el que se decide si se contratará o no a los candidatos encontrados en la búsqueda realizada previamente. Es importante distinguir previamente entre la competencia profesional, definida como el conjunto de capacidades de diferente naturaleza que permiten conseguir un resultado; la competencia está vinculada al desempeño profesional, no es independiente del contexto y expresa los requerimientos humanos valorados en la relación hombre-trabajo. Y por otro lado hay que distinguir la cualificación profesional, definida como el conjunto de competencias profesionales con significación para el empleo que pueden ser adquiridas mediante formación modular u otros tipos de formación y a través de la experiencia laboral. Por tanto una persona calificada es una persona preparada, capaz de realizar un determinado trabajo, que dispone de todas las competencias profesionales que se requieren en ese puesto.

- Determinar si el candidato cumple con las competencias mínimas predeterminadas para el puesto de trabajo.

- Evaluar las competencias y la cualificación profesional de los/as candidatos/as que pasaron la etapa anterior, por medio de evaluaciones técnicas y/o psicológicas.
- Asignar un puntaje a las evaluaciones efectuadas en el punto anterior.
- En función del puntaje, decidir a quién se le ofrecerá el puesto.

Cuando se planifica este proceso se debe tener en cuenta la importancia de la confiabilidad en los instrumentos de medición de las capacidades de los posibles candidatos, como los títulos obtenidos, la trayectoria laboral, entrevistas, etc. Así como también la validación entre los resultados de las evaluaciones a las cuales se les asignó un puntaje y la habilidad concreta para hacer el trabajo. Para realizar el proceso de selección de personal se deben diseñar distintas pruebas y tests confiables donde el postulante demuestre si es capaz de realizar el trabajo. A su vez, estos instrumentos deben validarse en cuanto a los contenidos de conocimientos que los postulantes deben tener y en cuanto a la práctica, en la aplicación de esos contenidos. De esta forma se puede resaltar que no es posible que un método de selección sea válido si no es confiable.

Reclutamiento y Selección

Como primer paso para el reclutamiento debe surgir una vacante. El departamento de Recursos Humanos debe decidir si es necesario contratar a una persona por temporada, por contrato, a tiempo parcial o completo. Luego de tomada la decisión, se da a conocer la vacante del puesto para atraer a individuos con las características necesarias para este

Análisis de cargos

Es importante analizar los cargos que puede realizar la persona contratada, en este proceso nos damos cuenta de tres pasos importantes como son: manual de funciones, análisis de cargos, perfil del cargo que puede ocupar.

Tipos de reclutamiento

Interno

- Convocatorias
- Concepto de jefes
- Registro personal.

VENTAJAS	DESVENTAJAS
Es más económico Es más rápido Presenta mayor índice de validez y seguridad. Es una poderosa fuente de motivación para los empleados. Desarrolla un sano espíritu de competencia entre el personal	Puede generar conflicto de interés. Si no se selecciona de manera adecuada al aspirante que ocupará el cargo puede surgir frustración. Se induce a las personas a razonar casi exclusivamente dentro de los patrones de la cultura organizacional, perdiendo la

	<p>creatividad y la actitud de innovación.</p> <p>Descapitalización del patrimonio humano.</p> <p>Limitación de las políticas y directrices de la organización</p>
--	--

Externo

- Publicidad
- Recomendaciones
- Universidades
- Gremios

VENTAJAS	DESVENTAJAS
<p>Nuevas ideas y enfoque para la empresa.</p> <p>Renueva el talento humano de la organización.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aprovecha las inversiones en preparación y en desarrollo del capital humano. 	<p>Es mas costoso</p> <p>Lleva más tiempo la realización del proceso.</p> <p>Es menos seguro</p> <ul style="list-style-type: none"> • Crea un ambiente de deslealtad de la empresa hacia sus empleados

El reclutamiento y selección cumple varias etapas

- Recepción de hojas de vida
- Análisis recepción de la hoja de vida
- Entrevistas
- Pruebas
- Comprobación de datos
- Exámenes médicos
- Decisión de contratación

FICHA PROFESIOGRAFICA.

<u>PUESTO:</u>									
PROMEDIO	1	2	3	4	5	6	7	8	9
INTELIGENCIA GENERAL									
CREATIVIDAD									
ADAPTACION A CAMBIOS									
FACILIDAD REESTABLECER RELACIONES									
CAPACIDAD PARA PLANIFICAR									
CAPACIDAD PARA ORGANIZAR									
CAPACIDAD PARA DIRIGIR									
CAPACIDAD PARA SUPERVISAR									
CAPACIDAD PARA INNOVAR									
AUTOAFIRMACION									
AUTOCONTROL									
PERSEVERANCIA									
RAPIDEZ EN TOMA DE DECISIONES									
LIDERAZGO CARISMATICO									
TOLERANCIA A FRUSTRACION									
DINAMISMO									
CONSTANCIA									
CAPACIDAD DE MANDO									
EXTRAVERSION									
VISION DE FUTURO									
ACTITUD PARA IMPONER									
ACTITUD PARA COLABORAR									
ACTITUD PARA NEGOCIAR									
INTERES POR TAREAS									
INTERES POR PERSONAS									
ESPIRITU DE EQUIPO									
FLEXIBILIDAD									

ENTREVISTA INTERPERSONAL

CANDIDATO/A	A FORMACION	B EXPERIENCIA	C PRESENCIA	D ESTUDIOS COMPLEMENTARIOS	E PREDISPOSICION AL TRABAJO	TOTAL
CANDIDATO No. 1						
CANDIDATO No. 2						
CANDIDATO No. 3						

1. ESTABLECER UNA ESCALA DEL 1 AL 10.

2. LA ENTREVISTA SE RECOMIENDA REALIZARLA EN UN PERIODO DE 45 MINUTOS A 1HORA CON 15 MINUTOS.

Una vez contratado el empleado se procede a seguir los siguientes pasos:

Dar a conocer al empleado sus derechos y obligaciones tanto del empleado como del empleador, además se especificara sus beneficios de ley, duración del contrato, horarios a cumplir.

- Contrato de trabajo
- Afiliación al seguro social
- Manejo de carpeta y documentación

ASPECTO ECONÓMICO FINANCIERO

i.Objetivos Empresariales

Los objetivos empresariales son los fines que se propone la empresa o a lo que desea llegar la misma para lo cuál la empresa se propone los siguientes objetivos:

- 1.-Corto plazo
- 2.-Mediano plazo
- 3.-Largo plazo
- 4.-Creación de un valor

1.-Objetivo a corto plazo

La empresa de catering se propone como base fundamental satisfacer las expectativas de nuestros clientes con conceptos únicos de alimentos, bebidas y entretenimiento. Crear un espacio de trabajo que permita el desarrollo y la realización personal de quienes colaboran de está manera generando una liquidez de la empresa que permita el vital funcionamiento de la empresa.

2.- Objetivo a mediano plazo

Los objetivos a mediano plazo son los que se propone una empresa del primer al tercer año de funcionamiento generando una buena rentabilidad y crecimiento

de la empresa además, que nuestra empresa de catering se encuentre posicionada dentro de la provincia y sea a futuro una de las empresas de catering más conocidas, destacándose por la calidad del producto, la atención, y eficiencia humana.

3.-Objetivo a largo plazo

El objetivo a largo plazo de la empresa se espera tener alta rentabilidad generando altas ventas, siempre direccionado hacia la competencia.

Además acoger a nuestros clientes satisfaciendo sus necesidades y brindándoles calidad en cada uno de nuestros servicios.

4.- Creación de un valor

La creación de un valor dentro de una empresa es importante ya que permite a la empresa crecer y llegar a ser reconocida y cumplir a cabalidad todos los objetivos propuestos.

Respeto.- darles un buen trato a las personas que colaboran con el funcionamiento de la empresa, y en especial a nuestros clientes que nos visitan.

Compañerismo.- Llevar una buena relación con los empleados e inculcarles sentimientos de amistad y compañerismo con el grupo de trabajo.

Compromiso.- Ser permanente y persistente con nuestras labores diarias para poseer un nivel de responsabilidad óptimo en todo lo que realicemos para nuestra empresa.

Honestidad.- Mostrar transparencia con los clientes y colaboradores con trato justo y profesionalismo.

Creatividad.- Desempeñar día tras día la innovación para lograr variedad en nuestros productos y poseer nuevas alternativas.

II. Estructura del Balance

1.- Balance General

BALANCE GENERAL					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO					
CORRIENTE	\$ 94.289,14	\$ 98.738,75	\$ 103.922,67	\$ 110.054,67	\$ 117.488,68
Equivalente del Efectivo	\$ 2.736,00	\$ 3.009,60	\$ 3.461,04	\$ 4.153,25	\$ 5.191,56
Capital de Trabajo	\$ 6.291,10	\$ 6.920,21	\$ 7.958,24	\$ 9.549,89	\$ 11.937,36
Materia Prima	\$ 45.014,16	\$ 46.886,75	\$ 48.837,24	\$ 50.868,87	\$ 52.985,01
Mano de Obra Directa	\$ 30.910,08	\$ 32.195,94	\$ 33.535,29	\$ 34.930,36	\$ 36.383,46
Gastos Administrativos	\$ 9.337,80	\$ 9.726,25	\$ 10.130,86	\$ 10.552,31	\$ 10.991,28
PROPIEDAD PLANTA Y EQ	\$ 207.760,96	\$ 216.819,20	\$ 230.992,11	\$ 251.232,11	\$ 283.456,84
EQUIPO DE COCINA	\$ 80.000,00	\$ 88.000,00	\$ 101.200,00	\$ 121.440,00	\$ 151.800,00
MENAJE Y VAJILLA	\$ 3.986,53	\$ 4.385,18	\$ 5.042,96	\$ 5.042,96	\$ 6.303,70
EQUIPO DE COMPUTO	\$ 1.420,00	\$ 1.562,00	\$ 1.796,30	\$ 1.796,30	\$ 2.245,38
MUEBLES Y ENSERES	\$ 489,87	\$ 538,86	\$ 619,69	\$ 619,69	\$ 774,61
CONSTRUCCION	\$ 80.000,00	\$ 40.000,00	\$ 40.000,00	\$ 40.000,00	\$ 40.000,00
VEHICULO	\$ 13.476,00	\$ 13.476,00	\$ 13.476,00	\$ 13.476,00	\$ 13.476,00
TERRENO	\$ 40.000,00	\$ 80.000,00	\$ 80.000,00	\$ 80.000,00	\$ 80.000,00
DEPRECIACIONES ACUM.	\$ 11.611,44	\$ 11.142,84	\$ 11.142,84	\$ 11.142,84	\$ 11.142,84

TOTAL ACTIVOS	\$ 302.050,10	\$ 315.557,95	\$ 334.914,78	\$ 361.286,78	\$ 400.945,52
PASIVO					
PASIVO A CORTO PLAZO	\$ 30,00	\$ 33,00	\$ 37,95	\$ 45,54	\$ 56,93
Impuesto a la renta por pg	\$ 30,00	\$ 33,00	\$ 37,95	\$ 45,54	\$ 56,93
PASIVO A LARGO PLAZO	\$ 77.801,15	\$ 63.215,97	\$ 45.777,67	\$ 24.928,10	\$ (0,01)
Prestamos Bancarios	\$ 77.801,15	\$ 63.215,97	\$ 45.777,67	\$ 24.928,10	\$ (0,01)
TOTAL PASIVOS	\$ 77.831,15	\$ 63.248,97	\$ 45.815,62	\$ 24.973,64	\$ 56,92
PATRIMONIO					
Ingresos Propios	\$ 128.509,78	\$ 141.360,76	\$ 162.564,87	\$ 195.077,85	\$ 243.847,31
Capital Social	\$ 95.709,17	\$ 110.948,23	\$ 126.534,29	\$ 141.235,29	\$ 157.041,30

REQUERIMIENTOS DE INVERSION

ACTIVOS FIJOS PROPIOS	
TERRENO	80000
CONSTRUCCION	40000
ACTIVOS FIJOS PARA INVERSION	
EQUIPO DE COCINA	22350,52
MENAJE Y VAJILLA	3986,53
EQUIPO DE COMPUTO	1420,00
MUEBLES Y ENSERES	489,87
VEHICULO	13476
TOTAL	161722,92

CAPITAL DE TRABAJO	
REMUNERACIONES	40247,88
SERVICIOS BASICOS	1677,6
GASTOS DE PUBLICIDAD	1020
GASTOS DE PROMOCION	894
GASTOS DE CONSTITUCION	378,23
GASTO RELACIONES PUBLICAS	1850
SUMINISTROS DE OFICINA	130,42
MATERIAL DE ASEO	340,85
TOTAL	\$ 46.538,98

FORMA DE FINANCIAMIENTO

RUBRO	VALOR	FORMA DE FINANCIAMIENTO
EQUIPO DE COCINA	80000	Credito
MENAJE Y VAJILLA	3986,53	Credito
EQUIPO DE COMPUTO	1420	Credito
MUEBLES Y ENSERES	489,87	Credito
TERRENO	0	Propio
CONSTRUCCION	0	Propio
VEHICULO	13476	Credito
CAPITAL DE TRABAJO (ex gasto de const.)	46160,75	Credito
GASTOS DE CONSTITUCION	378,23	Efectivo
TOTAL DE LA INVERSION		145911,38

FONDOS FINANCIADOS			
DESCRIPCION	VALOR	FINANCIADO	
		%	VALOR
Vehiculo	13476	10	13476
Equipo de Computo	1420	1	1420
Equipo de Cocina	22350,52	17	22350,52
Menaje y Vajilla	3986,53	3	3986,53
Muebles y Enseres	489,87	0	489,87
Activo Intangible	40247,88	31	40247,88
Capital de Trabajo	46160,75	36	46160,75
Gasto Constitucion	378,23	0	378,23
Total	128509,78	100,00	128509,78

FONDOS PROPIOS			
DESCRIPCION	VALOR	FONDOS PROPIOS	
		%	VALOR
Terreno	80000	67	80000
Construccion	40000	33	40000
Total	120000	100,00	120000

<i>DEPRECIACIONES</i>	
MAQUINARIA, EQUIPOS Y MUEBLES	10%
VEHICULOS	20%
EQUIPO DE COMPUTO	33%

<i>CUADRO DE DEPRECIACION ANUAL</i>					
ACTIVOS	PORCENTAJE	VALOR IN.	ANO 1	ANO 4	ANO 5
EQUIPO DE COCINA	10%	80000	8000	8000	8000
MENAJE Y VAJILLA	10%	3986,53	398,65	398,65	398,65
EQUIPO DE COMPUTO	33%	1420	468,6		
MUEBLES Y ENSERES	10%	489,87	48,99	48,99	48,99
VEHICULO	20%	13476	2695,2	2695,2	2695,2
TOTAL		99372,4	11611,44	11142,84	11142,84

35	\$ 2.285,41	\$ 733,57	\$ 1.551,84	\$ 47.352,78
36	\$ 2.285,41	\$ 710,29	\$ 1.575,12	\$ 45.777,67
37	\$ 2.285,41	\$ 686,66	\$ 1.598,75	\$ 44.178,92
38	\$ 2.285,41	\$ 662,68	\$ 1.622,73	\$ 42.556,19
39	\$ 2.285,41	\$ 638,34	\$ 1.647,07	\$ 40.909,12
40	\$ 2.285,41	\$ 613,64	\$ 1.671,77	\$ 39.237,35
41	\$ 2.285,41	\$ 588,56	\$ 1.696,85	\$ 37.540,50
42	\$ 2.285,41	\$ 563,11	\$ 1.722,30	\$ 35.818,20
43	\$ 2.285,41	\$ 537,27	\$ 1.748,14	\$ 34.070,07
44	\$ 2.285,41	\$ 511,05	\$ 1.774,36	\$ 32.295,71
45	\$ 2.285,41	\$ 484,44	\$ 1.800,97	\$ 30.494,74
46	\$ 2.285,41	\$ 457,42	\$ 1.827,99	\$ 28.666,75
47	\$ 2.285,41	\$ 430,00	\$ 1.855,41	\$ 26.811,34
48	\$ 2.285,41	\$ 402,17	\$ 1.883,24	\$ 24.928,10
49	\$ 2.285,41	\$ 373,92	\$ 1.911,49	\$ 23.016,62
50	\$ 2.285,41	\$ 345,25	\$ 1.940,16	\$ 21.076,46
51	\$ 2.285,41	\$ 316,15	\$ 1.969,26	\$ 19.107,20
52	\$ 2.285,41	\$ 286,61	\$ 1.998,80	\$ 17.108,40
53	\$ 2.285,41	\$ 256,63	\$ 2.028,78	\$ 15.079,62
54	\$ 2.285,41	\$ 226,19	\$ 2.059,22	\$ 13.020,40
55	\$ 2.285,41	\$ 195,31	\$ 2.090,10	\$ 10.930,30
56	\$ 2.285,41	\$ 163,95	\$ 2.121,46	\$ 8.808,85
57	\$ 2.285,41	\$ 132,13	\$ 2.153,28	\$ 6.655,57
58	\$ 2.285,41	\$ 99,83	\$ 2.185,58	\$ 4.469,99
59	\$ 2.285,41	\$ 67,05	\$ 2.218,36	\$ 2.251,63
60	\$ 2.285,41	\$ 33,77	\$ 2.251,64	\$ (0,01)

Ano	Pago	Interes	Capital Pag.
1	\$ 27.424,90	\$ 15.226,05	\$ 12.198,85
2	\$ 27.424,90	\$ 12.839,72	\$ 14.585,18
3	\$ 27.424,90	\$ 9.986,60	\$ 17.438,30
4	\$ 27.424,90	\$ 6.575,34	\$ 20.849,56
5	\$ 27.424,90	\$ 2.496,79	\$ 24.928,11

DENOMINACION	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Administrador	Mensual	1	778,15	778,15	\$ 9.337,80
Chef de partida	Mensual	1	779,40	779,40	\$ 9.352,80
Ayudante de cocina	Mensual	1	422,89	422,89	\$ 5.074,68
Pocillero	Mensual	1	422,89	422,89	\$ 5.074,68
Meseros	Mensual	2	527,77	527,77	\$ 6.333,24
Encargado de limpieza	Mensual	1	422,89	422,89	\$ 5.074,68

Subtotal			3353,99	3353,99	40247,88	
GASTOS GENERALES						
Consumo Internet	Mensual	1	20	20	240	
Consumo Electricidad	Mensual	1	45	45	540	
Consumo de Agua	Mensual	1	38	38	456	
Consumo Telefono	Mensual	1	36,8	36,8	441,6	
Suministros de Oficina	Mensual	1	10,87	10,87	130,44	
Material de Limpieza	Mensual	1	28,4	28,4	340,80	
Subtotal			179,07	179,07	2148,84	
					Subtotal	42396,72
					Imprevisto	3939,01
					Total	46335,73

MATERIA PRIMA		
DESCRIPCION	VALOR UNITARIO	VALOR ANUAL
Costo Fijo		
Gas	66	792
Servicio Basico	139,8	1677,6
Entre Otros	424	5088
COSTOS VARIABLES		
PERECIBLE		
Legumbre	322	3864
Hortalizas	282	3384
Vegetales	352,6	4231,2
Entre Otros	565,9	6790,8
NO PERECIBLE		
Arroz	184	2208
Azucar	184	2208
Aceite	275	3300
Achiote	126	1512
Fideo	139	1668
Atun	114	1368
Entre Otros	576,88	6922,56
TOTAL	3751,18	45014,16

PROYECCION DEL PRESUPUESTO DE COSTOS					
(CON INFLACION)					
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inflacion		0,0416	0,0416	0,0416	0,0416
Materia Prima	45014,16	46886,75	48837,24	50868,87	52985,01
Mano de Obra Indirecta	30910,08	32195,94	33535,29	34930,36	36383,46
Insumos	80000	83328,00	86794,44	90405,09	94165,95
Depreciaciones	11611,44	12094,48	12597,61	13121,67	13667,53
Gastos Administrativos	9337,8	9726,25	10130,86	10552,31	10991,28
Gastos Financieros	935,41	949,44	963,68	978,14	992,81
TOTAL	177808,89	185180,86	192859,12	200856,43	209186,04

PROYECCION DEL PRESUPUESTO DE INGRESOS					
(CON INFLACION)					
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inflacion	0,0416	0,0416	0,0416	0,0416	0,0416
Costo Totales	114394,46	119128,38	124058,87	129194,09	134542,54
Servicio Unidades	50840	50840	50840	50840	50840
Costo Unitario	3	3,12	3,25	3,39	3,53
Margen de Utilidad 35%	1,05	1,09	1,14	1,19	1,24
Precio de Venta	4,05	4,22	4,39	4,58	4,77
TOTAL	205902,00	214467,52	223389,37	232682,37	242361,96

BALANCE GENERAL					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO					
CORRIENTE	\$ 94.289,14	\$ 98.738,75	\$ 103.922,67	\$ 110.054,67	\$ 117.488,68
Equivalente del Efectivo	\$ 2.736,00	\$ 3.009,60	\$ 3.461,04	\$ 4.153,25	\$ 5.191,56
Capital de Trabajo	\$ 6.291,10	\$ 6.920,21	\$ 7.958,24	\$ 9.549,89	\$ 11.937,36
Materia Prima	\$ 45.014,16	\$ 46.886,75	\$ 48.837,24	\$ 50.868,87	\$ 52.985,01
Mano de Obra Directa	\$ 30.910,08	\$ 32.195,94	\$ 33.535,29	\$ 34.930,36	\$ 36.383,46
Gastos Administrativos	\$ 9.337,80	\$ 9.726,25	\$ 10.130,86	\$ 10.552,31	\$ 10.991,28
PROPIEDAD PLANTA Y EQ	\$ 207.760,96	\$ 216.819,20	\$ 230.992,11	\$ 251.232,11	\$ 283.456,84
EQUIPO DE COCINA	\$ 80.000,00	\$ 88.000,00	\$ 101.200,00	\$ 121.440,00	\$ 151.800,00
MENAJE Y VAJILLA	\$ 3.986,53	\$ 4.385,18	\$ 5.042,96	\$ 5.042,96	\$ 6.303,70
EQUIPO DE COMPUTO	\$ 1.420,00	\$ 1.562,00	\$ 1.796,30	\$ 1.796,30	\$ 2.245,38
MUEBLES Y ENSERES	\$ 489,87	\$ 538,86	\$ 619,69	\$ 619,69	\$ 774,61
CONSTRUCCION	\$ 80.000,00	\$ 40.000,00	\$ 40.000,00	\$ 40.000,00	\$ 40.000,00
VEHICULO	\$ 13.476,00	\$ 13.476,00	\$ 13.476,00	\$ 13.476,00	\$ 13.476,00
TERRENO	\$ 40.000,00	\$ 80.000,00	\$ 80.000,00	\$ 80.000,00	\$ 80.000,00
DEPRECIACIONES ACUM.	\$ 11.611,44	\$ 11.142,84	\$ 11.142,84	\$ 11.142,84	\$ 11.142,84
TOTAL ACTIVOS	\$ 302.050,10	\$ 315.557,95	\$ 334.914,78	\$ 361.286,78	\$ 400.945,52
PASIVO					
PASIVO A CORTO PLAZO	\$ 30,00	\$ 33,00	\$ 37,95	\$ 45,54	\$ 56,93
Impuesto a la renta por pg	\$ 30,00	\$ 33,00	\$ 37,95	\$ 45,54	\$ 56,93
PASIVO A LARGO PLAZO	\$ 77.801,15	\$ 63.215,97	\$ 45.777,67	\$ 24.928,10	\$ (0,01)
Prestamos Bancarios	\$ 77.801,15	\$ 63.215,97	\$ 45.777,67	\$ 24.928,10	\$ (0,01)
TOTAL PASIVOS	\$ 77.831,15	\$ 63.248,97	\$ 45.815,62	\$ 24.973,64	\$ 56,92
PATRIMONIO					
Ingresos Propios	\$ 128.509,78	\$ 141.360,76	\$ 162.564,87	\$ 195.077,85	\$ 243.847,31
Capital Social	\$ 95.709,17	\$ 110.948,23	\$ 126.534,29	\$ 141.235,29	\$ 157.041,30
TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO	\$ 302.050,10	\$ 315.557,95	\$ 334.914,78	\$ 361.286,78	\$ 400.945,52

ESTADO DE RESULTADOS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Unidades Producidas	50840	50840	50840	50840	50840
Precio	\$ 4,05	\$ 4,22	\$ 4,39	\$ 4,58	\$ 4,77
UTILIDAD BRUTA	\$ 205.902,00	\$ 214.467,52	\$ 223.389,37	\$ 232.682,37	\$ 242.361,96
(-) Gastos de Administracion	\$ 9.337,80	\$ 9.726,25	\$ 10.130,86	\$ 10.552,31	\$ 10.991,28
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 196.564,20	\$ 204.741,27	\$ 213.258,51	\$ 222.130,06	\$ 231.370,67
(-) Gastos Financieros	\$ 935,41	\$ 949,44	\$ 963,68	\$ 978,14	\$ 992,81
UTILIDAD ANTES DE REPARTO	\$ 195.628,79	\$ 203.791,83	\$ 212.294,83	\$ 221.151,92	\$ 230.377,86
(-)15% Utilidad de Trabajadores	\$ 29.344,32	\$ 30.568,77	\$ 31.844,22	\$ 33.172,79	\$ 34.556,68
UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO	\$ 166.284,47	\$ 173.223,06	\$ 180.450,60	\$ 187.979,13	\$ 195.821,18
(-) 25% del Impuesto a la Renta	\$ 41.571,12	\$ 43.305,76	\$ 45.112,65	\$ 46.994,78	\$ 48.955,30
UTILIDAD NETAS	\$ 124.713,35	\$ 129.917,29	\$ 135.337,95	\$ 140.984,35	\$ 146.865,89

FLUJO DE CAJA						
DETALLE	0	1	2	3	4	5
UTILIDAD NETA		\$ 124.713,35	\$ 129.917,29	\$ 135.337,95	\$ 140.984,35	\$ 146.865,89
(+) DEPRECIACION		\$ 11.611,44	\$ 11.142,84	\$ 11.142,84	\$ 11.142,84	\$ 11.142,84
(+) CAPITAL DE TRABAJO		\$ 6.291,10	\$ 6.920,21	\$ 7.958,24	\$ 9.549,89	\$ 11.937,36
(-) INVERSION	161722,92					
(+) VALOR DE PRESTAMO	\$ 90.000,00					
(-) AMORTIZACION DEL CAPITAL		\$ 12.198,85	\$ 14.585,18	\$ 17.438,30	\$ 6.575,34	\$ 24.928,11
FLUJO DE CAJA	- 71.722,92	\$ 130.417,04	\$ 133.395,16	\$ 137.000,73	\$ 155.101,74	\$ 145.017,98

% Coste de la deuda	Inversión	Flujos de Caja Netos					cuadro 26
		FCN 1	FCN 2	FCN 3	FCN 4	FCN 5	
18,00%							
	-\$ 161.722,92	\$ 130.417,04	\$ 133.395,16	\$ 137.000,73	\$ 155.101,74	\$ 145.017,98	
	Inicio	Período 1	Período 2	Período 3	Período 4	Período 5	
RESULTADOS	VAN	\$ 271.373,65	VANR	168%	← <i>{% inversión recuperada}</i>		
	TIR	79%	← <i>{Mínimo un valor positivo y otro negativo entre inversión y flujos de caja}</i>				
Perspectiva de la empresa de Catering en el Cantón MOCHA: ¿Qué se consideran flujos de caja?							
Para la inversión inicial	Todos los pagos realizados para la compra de activos LP y CP en el momento						
Para los flujos de caja	Todos los Cobros - Pagos generados por la explotación del negocio (no flujos por inversiones LP, financiaciones LP ni reparto dividendos, ni aportaciones capital)						
Interpretación VAN:							
La interpretación de todo esto es que en 5 años, la inversión se ha amortizado y además se ha obtenido una rentabilidad neta de \$271.373,65 que representa el 168% de rentabilid, incluso teniendo en cuenta el coste de oportunidad de tener el dinero en una cuenta bancaria al 18% de rentabilidad.							
Interpretación TIR:							
La interpretación de todo esto es que en 5 años, la TIR como indicador de rentabilidad del proyecto indica que: representa el 79% lo que significa que existe una rentabilidad mayor o lo que significa que el proyecto es rentable							

TASA IMPOSITIVA $\frac{15\% \text{ TRABAJADORES} + 25\% \text{ DE IMPUESTO RENTA}}{\text{UTILIDAD ANTES DE LOS IMPUESTOS}}$

TASA IMPOSITIVA $\frac{29344,31873 + 41571,1}{166284,4728}$

TASA IMPOSITIVA $\frac{70915,43693}{166284,4728}$

TASA IMPOSITIVA **0,43**

TASA PASIVA $\frac{15\% \text{ TRABAJADORES} + 25\% \text{ DE IMPUESTO RENTA}}{\text{UTILIDAD ANTES DE LOS IMPUESTOS}}$

$$\text{VAN} \quad I_0 + \sum \frac{\text{F.N.C}}{(1+i)^n}$$

$$\text{VAN} \quad 161722,92 + \sum$$

TASA ACTIVA

TASA PASIVA

RECURSOS PROPIOS

PRESTAMOS

RIESGO

TASA IMPOSITIVA **43%**

COSTOS FIJOS Y VARIABLE					
AÑO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO FIJO					
DEPRECIACIONES	\$ 11.611,44	\$ 11.142,84	\$ 11.142,84	\$ 11.142,84	\$ 11.142,84
(-) Gastos de Administracion	\$ 9.337,80	\$ 9.726,25	\$ 10.130,86	\$ 10.552,31	\$ 10.991,28
(-) Gastos Financieros	\$ 935,41	\$ 949,44	\$ 963,68	\$ 978,14	\$ 992,81
TOTAL COSTO FIJO	\$ 21.884,65	\$ 21.818,53	\$ 22.237,38	\$ 22.673,29	\$ 23.126,93
COSTO VARIABLE					
MATERIA PRIMA	\$ 45.014,16	\$ 46.886,75	\$ 48.837,24	\$ 50.868,87	\$ 52.985,01
MANO DE OBRA INDIRECTA	\$ 30.910,08	\$ 32.195,94	\$ 33.535,29	\$ 34.930,36	\$ 36.383,46
INSUMOS	\$ 80.000,00	\$ 83.328,00	\$ 86.794,44	\$ 90.405,09	\$ 94.165,95
TOTAL COSTO VARIABLE	\$ 155.924,24	\$ 162.410,69	\$ 169.166,97	\$ 176.204,32	\$ 183.534,42
COSTO TOTALES	\$ 177.808,89	\$ 184.229,22	\$ 191.404,36	\$ 198.877,61	\$ 206.661,35

COSTO VARIABLE UNITARIO $\frac{\text{COSTO VARIABLE}}{\text{CANTIDAD}}$

COSTO VARIABLE UNITARIO $\frac{\$ 155.924,24}{\$ 50.840,00}$

COSTO VARIABLE UNITARIO 3,07

COSTO VARIABLE UNITARIO $\frac{\text{COSTO VARIABLE}}{\text{CANTIDAD}}$

COSTO VARIABLE UNITARIO $\frac{\$ 183.534,42}{\$ 50.840,00}$

COSTO VARIABLE UNITARIO 3,61

PUNTO EQ. UNIDADES $\frac{\text{COSTO FIJO}}{\text{PV. UNITARIO} - \text{CV. UNITARIO}}$

PUNTO EQ. UNIDADES	\$	21.884,65	
			4,05 -1,93
PUNTO EQ. UNIDADES	\$	<u>21.884,65</u>	
		2,12	
PUNTO EQ. UNIDADES			10.323
PUNTO EQ. UNIDADES		<u>COSTO FIJO</u>	
		PV. UNITARIO	- CV. UNITARIO
PUNTO EQ. UNIDADES	\$	<u>23.126,93</u>	
		4,77	-2,28
PUNTO EQ. UNIDADES	\$	<u>23.126,93</u>	
		2,49	
PUNTO EQ. UNIDADES			9.288
P.E Dolares		<u>Costo Fijo</u>	
		1 - <u>CV</u>	
			Ventas
P.E Dolares	\$	<u>21.884,65</u>	
	\$	1 - <u>155.924,24</u>	
			205902
P.E Dolares	\$	<u>21.884,65</u>	
		1 -	0,76
P.E Dolares	\$	21.884,65	
		0,24	

P.E Dolares 90161,96

P.E Dolares
$$\frac{\text{Costo Fijo}}{1 - \frac{\text{CV}}{\text{Ventas}}}$$

P.E Dolares
$$\frac{\$ 23.126,93}{1 - \frac{\$ 183.534,42}{242361,96}}$$

P.E Dolares
$$\frac{\$ 23.126,93}{1 - 0,76}$$

P.E Dolares \$ 23.126,93
0,24

P.E Dolares 95280,02

P. Eq %
$$\frac{\text{COSTOS FIJOS}}{\text{UNIDADES PRODUCIDAS * (P.V. UNITARIO - CV UNITARIO)}} * 100$$

P. Eq %
$$\frac{\$ 21.884,65}{\$ 50.840,00 (4,05 - 1,93)} * 100$$

P. Eq %
$$\frac{\$ 21.884,65}{\$ 50.840,00 2,12} * 100$$

P. Eq %
$$\frac{\$ 21.884,65}{107.780,80} * 100$$

P. Eq % 0,20 *100

P. Eq % 20,30

P. Eq % $\frac{\text{COSTOS FIJOS}}{\text{UNIDADES PRODUCIDAS * (P.V. UNITARIO - CV UNITARIO)}} * 100$

P. Eq % $\frac{\$ 23.126,93}{\$ 50.840,00 (4,77 - 2,28)} * 100$

P. Eq % $\frac{\$ 23.126,93}{\$ 50.840,00 2,49} * 100$

P. Eq % $\frac{\$ 23.126,93}{126.591,60} * 100$

P. Eq % 0,18 *100

P. Eq % 18,27

INDICE DE ENDEUDAMIENTO

I.E = $\frac{\text{TOTAL PASIVO}}{\text{TOTAL ACTIVO}}$

I.E = $\frac{77831,15}{302050,1}$

I.E = 0,26

I.E = 26%

INDICE DE RENTABILIDAD SOBRE LA VENTAS

$$\text{I. R} = \frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{INGRESO}}$$

$$\text{I. R} = \frac{124713,35}{205902,00}$$

$$\text{I.R} = 0,61$$

$$\text{I.R} = 61\%$$

RENDIMIENTO DE CAPITAL PROPIO (RCP)

$$\text{RCP} = \frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{CAPITAL PROPIO}}$$

$$\text{RCP} = \frac{124713,35}{6291,1}$$

$$\text{RCP} = 19,82$$

$$\text{RCP} = 20\%$$

INDICES DE COBERTURA

$$\text{I.C} = \frac{\text{UTILIDAD OPERACIONAL}}{\text{GASTOS FINANCIEROS}}$$

$$\text{I.C} = \frac{196564,20}{935,41}$$

$$\text{I.C} = 210,14$$

$$\text{I.C} = 210\%$$

f.- ASPECTOS AMBIENTALES

I.Aspecto Ambiental del proyecto

Las acciones humanas, son los principales motivos que han producido que un bien o recurso natural sufra cambios negativos. ES por esta razón que nuestra empresa propone un nuevo sistema de agricultura orgánica y la preparación de platos a base de productos orgánicos sanos y económicos para nuestra salud. Ahora los recursos naturales se encuentran amenazados en todos los sentidos, el agua, el suelo, el aire son recursos que están siendo afectados por medidas o acciones sin previos estudios que permitan mitigar estos impactos, la minimización del impacto ambiental es un factor preponderante en cualquier estudio que se quiera hacer en un proyecto o acción a ejecutar, con esto se logrará que los efectos secundarios pueden ser positivos y, menos negativos. Otra cosa importante que tiene que ver con el impacto ambiental es la evaluación de impacto ambiental es el análisis de las consecuencias predecibles de la acción; y la Declaración de Impacto Ambiental es la comunicación previa, que las leyes ambientales exigen bajo ciertos supuestos, de las consecuencias ambientales predichas por la evaluación. Sin caer en el mero conservacionismo, podemos alcanzar resultados de preservación con éxito cuando de una acción tratemos de minimizar el impacto negativo y cambiarlo por aspectos positivos que involucren que el ser humano cumpla la interrelación naturaleza-hombre, el medio ambiente no es de las futuras generaciones, es preocupación de todos en la actualidad, necesitamos concientizar en cuidar los espacios verdes, respetar la biodiversidad. Es importante que en nuestras acciones se manejen con sustentabilidad.

Luego del análisis que se realizó en este proyecto se concluye que en la construcción y la elaboración de platos a base de productos orgánicos no existirá impacto en el sistema del medio ambiente ya que no se lo realizará en un lugar que dañe el ecosistema e incluso las personas que viven alrededor no les afectará en nada al contrario podrán respirar un aire más puro y saborear de una comida sana y exquisita.

Una vez iniciadas las actividades de la empresa de catering exclusivamente en el área de producción es donde se produce la mayor cantidad de desechos orgánicos e inorgánicos se ha creado un plan para el manejo de estos desechos para minimizar el impacto ambiental.

I.-Acciones remediables

Los aspectos de minimización del impacto ambiental negativo de una actividad que señalan como buenas prácticas ambientales es la agricultura orgánica y resultan útiles tanto por los rápidos y asombrosos resultados que se obtienen por su simplicidad y a bajo costo.

Para realizar este tipo de transformaciones, necesitamos fomentar en las personas un cambio de actitud desde su alimentación hasta su forma de obtener sus productos.

Además nuestra empresa va a elaborar abonos orgánicos a base de desechos orgánicos. Puede utilizar jardineras ya existentes. Adiciónale toques decorativos que personalicen a su empresa.

Hay que utilizar nuestra imaginación para darle un toque agradable y vistoso. No considere este recipiente como un basurero, al contrario,

considérelo como un ingrediente que protege el medio ambiente, por lo tanto, siéntase orgulloso de contribuir a la elaboración de productos (abono orgánico) que contribuyen a tener alimentos sin fertilizantes químicos.

Además nuestro proyecto aplicara las tres **R** que son:

REDUCIR: evitar todo aquello que de una u otra forma genere un desperdicio y produzca daño al medio ambiente realizando la recolección de productos en bolsas biodegradables o canastillas para evitar el consumo de fundas plásticas.

REUTILIZAR: volver a utilizar recipientes como botellas plásticas u otro tipo de recipientes realizando cosas decorativas o utilizables para nuestro consumo. Además las toallas de cocina se las puede lavar ponerlas a secar y se las puede volver a utilizar.

RECICLAR: utilizar los materiales una y otra vez, eviatr la exagerada utilizacion de fundas plásticas. El reciclado de botellas de soda puede ser reutilizado para hacer el relleno para almohadas y chaquetas

-Clasificar los desechos orgánicos e inorgánicos

-Separar la basura y clasificarla.

Ahorro de agua y energía

Lavando los utensilios mediante los tres posos

Utilización del agua lluvia almacenada para el riego de jardines

Mediante llaves a presión y focos ahorradores de energía Y de paneles solares

IX.- BIBLIOGRAFIA

- 1.- **Arjomila Dominguez, S.** Gestión de los sistemas de información de la empresa. Madrid: BASF 2002. 322p.
- 2.-**Acosta, I.** Imagen corporativa en el siglo XXI 2ª. ed. Barcelona: CREYIA 2001. 226p.
- 3.-**BASF CHILE** 1996 y 1998. Azoxystrobin (Amistar), new strobilurine recommended for the control of downy mildew and early blight of solanaceae.Kauer. Santiago 1984
- 4.-**Casilleno, E.** Ciencias Naturales. Curso de Orientación Escolar. 5ª. ed. Madrid 1987, 496p.
- 5.-**Cano, R. P. Juarez, A. Rivera. C.** Producción de cultivos hortícolas. Madrid: Riviera. 1999. 522p.
- 6.-**Fernández Gonzáles. J,** Enciclopedia de agricultura.Madrid: Grupo Océano 2001. 426 p.
- 7.-**Gonzáles Solas, J,** Identidad Corporativa. Madrid: Estrella 2002. 423p.
- 8.-. **Gutierrez Albàn, A. C.** Productos Organicos: módulo de capacitación. Ambato: UTA. 2008. 158p.
- 9.-**Vayas, E.** Implementación de Productos Orgánicos: modulo de capacitación Ambato: UTA. 2005. 211p.
- 10.- **Valencia, J.** Vademecum: Gestion Agricola 6ª. ed. Santiago: Carrascal 2000 3851p.

X.ANEXOS

ANEXOS



ENCUESTA

Señores moradores del Cantón Mocha solicito muy comedidamente encerrar en un círculo la respuesta seleccionada de acuerdo a su criterio en las preguntas siguientes:

1.- Querría usted sustituir alimentos normales por alimentos orgánicos(libre de insecticidas, pesticidas)

SI NO

3.- Conoce el proceso de alimentos orgánicos y en que aportan a nuestra salud.

SI NO

4.- Con que frecuencia consume usted alimentos orgánicos

- **Diariamente**
- **Semanal - Mensual**

5.- Que alimentos orgánicos consume más

- **Verduras Tubérculos**
- **Hortalizas Frutas**

6.- Sabe usted que es catering

SI NO

7.- Estaría de acuerdo en consumir y comprar productos orgánicos en una empresa de catering.

SI NO

8.-Con que frecuencia asistiría a comprar y a consumir productos orgánicos en una empresa de catering

- **1 vez por semana**
- **3 veces por semana - O lo los fines de semana**

CUADRO N.-21 REQUERIMIENTOS DE EQUIPOS DE COCINA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Cocina de 16 quemadores con plancha y grill	2	2794.00	5588.00
Cocina de 6 quemadores con plancha	1	1672.00	1672.00
Campana extractora de olores	3	1500.00	4500.00
Mesas de trabajo	20	250	5000.00
Freaderos industriales	6	530	3180.00
Horno industrial	4	921.00	3684.00
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Cuchillo cebollero	12	9.80	117.60
Puntillas rectas	10	1.62	16.20
Puntillas curvas	8	1.67	16.70
Espumaderas	6	3.21	19.26
Manga pastelera	4	7.36	30.52
ESPATULAS	8	1.96	15.68
Juego de boquillas	2	45.00	90.00
Cortador de pizza	4	7.43	29.72
Cortador de huevo	2	2,73	5.46
Tablas de picar de color blanco	12	16.22	194.64
Tablas de picar de colores	8	19.99	159.22
Juego de 8 bols	5	22.68	113.40
Exprimidor de limón	5	1.23	6.15
Cucharones	8	7.45	59.60
Colador chino de metal	6	12.35	74.10
Colador de plástico	6	1.61	9.66
Termómetro metalico	6	7.86	47.16
Jarras de medida multiusos	8	3.49	27.92
Vasos de vidrio	450	0.56	252.00
Copas de agua	450	0.78	351.00
Copas de champag	450	1.45	652.50
Freidora industrial			
Refrigerador 2 puertas	4	1620.00	6400.00
Cuartos frios	4	5400.00	20800.00
Máquina de hielo	1	1367.34	1367.34
Licuada industrial	3	545.00	1635.00
Balanza industrial 45kg	1	500.00	500.00
Balanza de 5kg	1	45.00	45.00
		432.09	864.18

Batidora profesional industrial	1	750.00	750.00
Estractor de cítricos	1	200.00	200.00
Estantes de 5 repisas	20	362.00	740.00
Cilindros de gas 45kg	12	70.00	840.00
Batería de cocina	10	165.00	1650.00
Batería de cocina N.- 60	12	198.00	2376.00

CUADRO N.- 23 REQUERIMIENTO DE MENAJE Y VAJILLA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Bandejas de servicio	20	6.12	122.40
Palas multiusos	6	1.67	10.02
Pinzas metálicas	8	2.65	21.20
Bolillos	2	12.43	24.86
Plato base	450	4.32	1944.00
Plato sopero	450	1.67	751.50
Plato pequeño	450	1.43	643.50
Plato para postre	450	1.43	643.50
Cubiertos	450	0.80	360.00
Cuchillos	450	0.89	400.05
Cucharas	450	0.99	445.50
Cucharas pequeñas	450	0.64	288.00

CUADRO N.- 24 REQUERIMIENTO DEL EQUIPO DE COMPUTO

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computador mas impresora	2	1420.00	2840.00

CUADRO N.- 25 REQUERIMIENTO DE MUEBLES Y ENSERES

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Silla giratoria	2	76.87	153.74
Silla redonda	4	24.00	96.00
escritorio	2	125.00	250.00
archivador	4	98.00	392.00
Modulares de madera	4	142.00	568.00

CUADRO N.- 26 REQUERIMIENTO DE SUBMINISTROS DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Papel paquete de 1000hojas	2	4.50	9.00
Cartuchos	4	22.80	91.20
Carpetas	20	0.20	4.00
Lápices	4	1.20	4.80
Borrador	2	0.42	0.84
Esferos	6	0.35	2.10
Resaltador	4	0.50	2.00
Calculadora	2	15.60	31.20
Perforadora	2	6.12	12.24
Grapadora	2	6.98	13.98
Tijeras	2	2.34	4.68

CUADRO N.- 27 REQUERIMIENTO DE MATERIAL DE ASEO

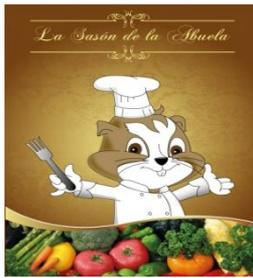
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Tachos para la baura con tapa	9	9.89	89.01
Fundas de basura industrial 10 und	20	1.87	37.40
Escobas	6	1.50	9.00
Trapeadores	6	1.89	11.34
Estropajos	12	0.35	4.20
Limpiones	12	1.20	14.40
Cloro (galón)	4	4.40	17.60
Desinfectante (galón)	4	5.60	22.40
Lava vajilla 1kg	7	2.80	19.60
Toalla de papel absorbente	7	3.70	25.90
Rollo plástico	7	12.00	84.00
Papel higienico	24	0.25	6.00

CUADRO N.- 28 REQUERIMIENTO DE MATERIALES DE USO DE EMPLEADOS

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Uniformes	12	38,00	456,00
Gorros desechables	200	0,08	16,00
Gorras	24	6,00	144,00
Mascarillas	200	0,05	10,00
Guantes	200	0,20	40,00
Limpiones	12	1.20	14.40
Cloro (galón)	4	4.40	17.60

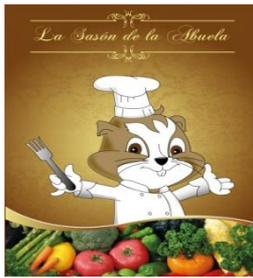
DENOMINACION	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Administrador	Mensual	1	778,15	778,15	\$ 9.337,80
Chef de partida	Mensual	1	779,40	779,40	\$ 9.352,80
Ayudante de cocina	Mensual	1	422,89	422,89	\$ 5.074,68
Pocillero	Mensual	1	422,89	422,89	\$ 5.074,68
Meseros	Mensual	2	527,77	527,77	\$ 6.333,24
Encargado de limpieza	Mensual	1	422,89	422,89	\$ 5.074,68
Subtotal			3353,99	3353,99	40247,88

PLATOS FUERTES



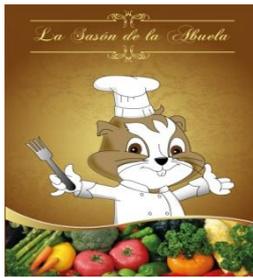
PAPAS CON CUY

N.- RECETA 001		N.- PORCIONES 1	PESO POR PORCION	GR 500gr
CANTIDAD	UND DE MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
280	Gr	cuy	Pelar, limpiar, aliñar, Y Asar.	2,00
5	Gr	Ajo molido	Aliñar al cuy	0.05
120	Gr	cebollablanca	Picar y agregar al aliño, y guardar una parte para realizar la salsa mediante un refrito.	0.15
150	Gr	papas	Pelar, y cocinar	0.20
3	Gr	Hoja de lechuga	Lavar, y decorar para servir el plato	0,03
			Costo total de la receta	2.43
			Costo de la porcion	2.43



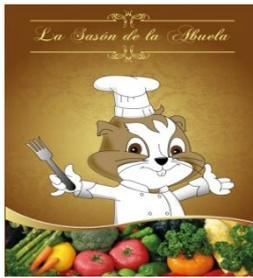
PAPAS CON CONEJO

N.- RECETA 001		N.- PORCIONES 1	PESO POR PORCION	GR 500gr
CANTIDAD	UND DE MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
280	Gr	Conejo	Pelar, limpiar, aliñar, Y Asar.	2,32
5	Gr	Ajo molido	Aliñar al conejo	0.05
120	Gr	cebollablanca	Picar y agregar al aliño, y guardar una parte para realizar la salsa mediante un refrito.	0.15
150	Gr	Papas	Pelar, y cocinar	0.20
3	Gr	Hoja de lechuga	Lavar, y decorar para servir el plato	0,03
			Costo total de la receta	2.75
			Costo de la porcion	2.75



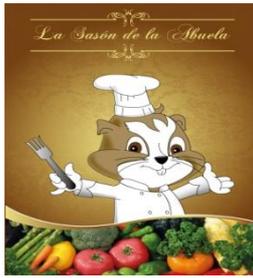
GALLINA ASADA

N.- RECETA 001		N.- PORCIONES 1	PESO POR PORCION	GR 500gr
CANTIDAD	UND DE MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
280	Gr	Gallina	Pelar, limpiar, aliñar, Y Asar.	1.36
5	Gr	Ajo molido	Aliñar la gallina	0.05
120	Gr	cebollablanca	Picar y agregar al aliño, y guardar una parte para realizar la salsa mediante un refrito.	0.15
150	Gr	Papas	Pelar, y cocinar	0.20
3	Gr	Hoja de lechuga	Lavar, y decorar para servir el plato	0,03
			Costo total de la receta	1.79
			Costo de la porcion	1.79



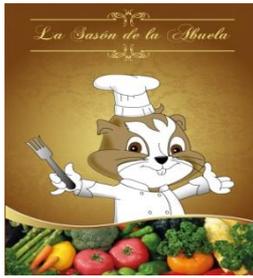
PAPAS CON CUERO Y QUESO

N.- RECETA 001		N.- PORCIONES 1	PESO POR PORCION	GR 500gr
CANTIDAD	UND DE MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
150	Gr	cuero	cocinar	0.20
5	Gr	Ajo molido	Aliñar	0.15
120	Gr	cebollablanca	Picar y agregar al aliño, y guardar una parte para realizar la salsa mediante un refrito.	0.23
150	Gr	Papas	Pelar, y cocinar Agregar la salsa de cuero a las papas	0.20
3	Gr	queso	Decorar para servir el plato	0,03
			Costo total de la receta	0.81
			Costo de la porcion	0.81



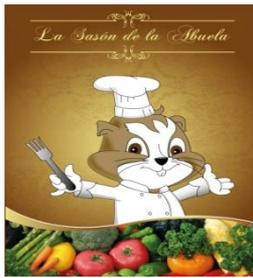
FRITADA

N.- RECETA 001		N.- PORCIONES 1	PESO POR PORCION	GR 500gr
CANTIDAD	UND DE MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
150	Gr	Carne de chancho	Cocinar, y luego dorar	0.30
5	Gr	Ajo molido	Aliñar	0.15
120	Gr	Cebolla blanca	Picar y agregar al	0.23
150	Gr	Papas	Pelar, y cocinar	0.20
20	Gr	Aguacate	Quitar la cascara y agregar	0.12
35	Gr	Maduro frito	Decorar para servir el plato	0,15
35	Gr	lechuga	Decorar para servir el plato	0.08
			Costo total de la receta	1.23
			Costo de la porcion	1.23



LLAPINGACHO

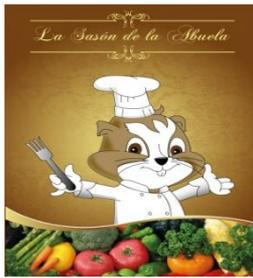
N.- RECETA 001		N.- PORCIONES 1	PESO POR PORCION	GR 500gr
CANTIDAD	UND DE MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
150	Gr	Chorizo	Cocinar, y freir	0.15
5	Gr	Ajo molido	Aliñar	0.15
120	Gr	Cebolla blanca	Picar y agregar a la papa aplastada	0.23
200	Gr	Papas	Pelar, y cocinar aplantar y freir	0.30
20	Gr	Aguacate	Quitar la cascara y agregar	0.12
35	Gr	huevo frito	Freir y Decorar para servir el plato	0,11
35	Gr	lechuga	Decorar para servir el plato	0.08
			Costo total de la receta	1.14
			Costo de la porcion	1.14



PINCHOS DE CUY

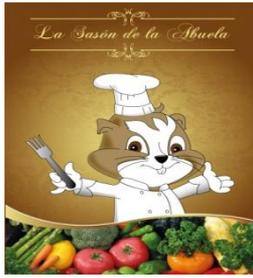
N.- RECETA 001		N.- PORCIONES 1	PESO POR PORCION	GR 500gr
CANTIDAD	UND DE MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
150	Gr	CUY	Asar	0.20
5	Gr	Ajo molido	Aliñar	0.15
120	Gr	Cebolla paiteña	cortar y agregar al pincho para asar	0.23
100	Gr	Papas	Pelar, y cocinar	0,20
20	Gr	pimiento	cortar y agregar al pincho	0.12
15	Gr	Tomate de árbol	Cocinar y licuar y agregar al aji	0.30
35	Gr	Aji	Preparar el aji quitar las pepas picar cebolla	0,11
35	Gr	lechuga	Decorar para servir el plato	0.08
			Costo total de la receta	1.39
			Costo de la porcion	1.39

ENTRADAS



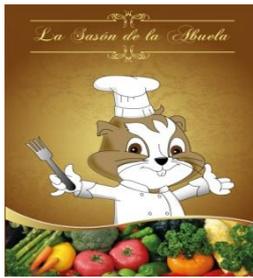
HUMITAS

N.- RECETA 001		N.- PORCIONES 1	PESO POR PORCION	GR 500gr
CANTIDAD	UND DE MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
150	Gr	Choclo tierno	Moler el choclo	0.06
5	Gr	mantequilla	Agregar al choclo molido	0.04
20	Gr	Cebolla blanca	cortar y agregar a la masa de humitas	0.05
20	Gr	Mantequilla de chancho	Agregar a la mezcla anterior	0,04
20	Gr	Achiote	Agregar a la mezcla anterior	0.03
15	Gr	Queso	Agregar a la mezcla anterior	0.06
35	Gr	Hojas de choclo	Lavar, limpiar, y secar agragar cucharadas de la masa de choclo para formar la humita	0,02
			Costo total de la receta	0.30
			Costo de la porcion	0.30



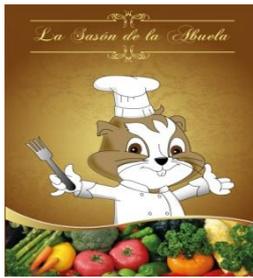
HUMITAS

N.- RECETA 001		N.- PORCIONES 1	PESO POR PORCION	GR 500gr
CANTIDAD	UND DE MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
150	Gr	Choclo tierno	Moler el choclo	0.06
5	Gr	mantequilla	Agregar al choclo molido	0.04
20	Gr	Cebolla blanca	cortar y agregar a la masa de humitas	0.05
20	Gr	Mantequilla de chancho	Agregar a la mezcla anterior	0,04
20	Gr	Achiote	Agregar a la mezcla anterior	0.03
15	Gr	Queso	Agregar a la mezcla anterior	0.06
35	Gr	Hojas de choclo	Lavar, limpiar, y secar agragar cucharadas de la masa de choclo para formar la humita	0,02
			Costo total de la receta	0.30
			Costo de la porcion	0.30



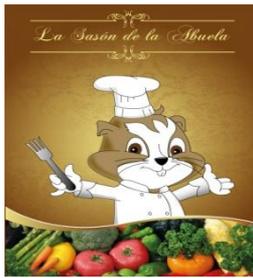
QUIMBOLITOS

N.- RECETA 001		N.- PORCIONES 1	PESO POR PORCION	GR 500gr
CANTIDAD	UND DE MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
150	Gr	harina	Tamizar y agregar en un recipiente	0.06
5	Gr	mantequilla	Agregar a la masa	0.04
20	Gr	Naranja	cortar y exprimir el jugo y agregar a la preparación anterior	0.05
20	Gr	Huevos	Agregar a la mezcla anterior diviendomlas claras de las yemas	0,04
20	Gr	Esencia de vainilla	Agregar a la mezcla anterior	0.03
15	Gr	Queso	Agregar a la mezcla anterior	0.06
35	Gr	Hojas de achira	Lavar, limpiar, y secar agragar cucharadas de la masa para formar el quimbolito	0,02
5	Gr	pasas	Agregar a la masa	
			Costo total de la receta	0.30
			Costo de la porcion	0.30



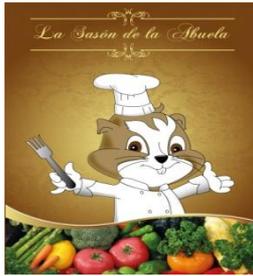
TAMALES

N.- RECETA 001		N.- PORCIONES 1	PESO POR PORCION	GR 500gr
CANTIDAD	UND DE MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
150	Gr	harina	Tamizar y agregar en un recipiente	0.06
5	Gr	mantequilla	Agregar a la masa	0.04
20	Gr	Manteca de chancho	cortar y exprimir el jugo y agregar a la preparación anterior	0.05
20	Gr	Huevos	Agregar a la mezcla anterior diviendomlas claras de las yemas	0,04
20	Gr	Leche	Agregar a la mezcla anterior	0.03
15	Gr	chicharrón	Agregar a la mezcla anterior	0.06
35	Gr	Hojas de achira	Lavar, limpiar, y secar agragar cucharadas de la masa para formar el quimbolito	0,02
5	Gr	sal	Agregar a la masa	0.02
			Costo total de la receta	0.32
			Costo de la porcion	0.32



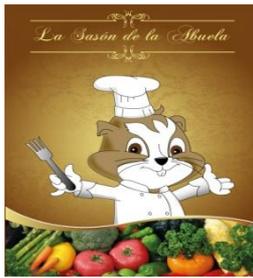
CHOCLO CON QUESO

N.- RECETA 001		N.- PORCIONES 1	PESO POR PORCION	GR 500gr
CANTIDAD	UND DE MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
120	Gr	choclo	Quitar la hoja lavar y poner a cocina	0.12
50	Gr	queso	Agregar para servir con el choclo cocinado	
15	Gr	Tomate de árbol	Cocinar licuar y agregar el aji	0.06
5	Gr	aji	aji	0,02
5	Gr	sal	Agregar al choclo	0.02
			Costo total de la receta	0.22
			Costo de la porcion	0.22



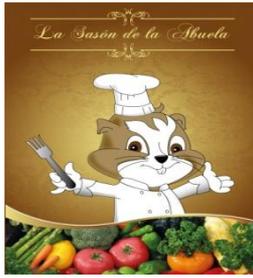
HABAS CON QUESO

N.- RECETA 001		N.- PORCIONES 1	PESO POR PORCION	GR 500gr
CANTIDAD	UND DE MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
150	Gr	Habas	Quitar la hoja lavar y poner a cocina	0.12
50	Gr	Queso	Agregar para servir con el choclo cocinado	
15	Gr	Tomate de árbol	Cocinar licuar y agregar el aji	0.06
5	Gr	aji	aji	0,02
5	Gr	Sal	Agregar al choclo	0.02
			Costo total de la receta	0.22
			Costo de la porcion	0.22



PICADILLO DE CUY

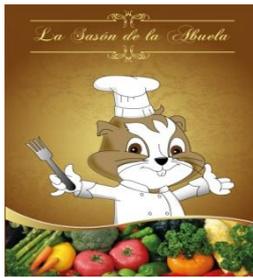
N.- RECETA 001		N.- PORCIONES 1	PESO POR PORCION	GR 500gr
CANTIDAD	UND DE MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
90	Gr	cuy	Pelar aliñar y asar ,deshilar	0.45
50	Gr	Mote	Agregar para servir con el cuy deshilado	0.20
15	Gr	Lechuga	Picar y agregar a la preparación anterior	0.06
5	Gr	Cebolla paiteña	Picar y curtir	0,10
5	Gr	tomate	Picar en cuadros y agregar a la preparación anterior	0.12
			Costo total de la receta	0.93
			Costo de la porcion	0.93



MOTE CON CHICHARRÓN

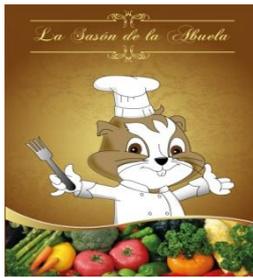
N.- RECETA 001		N.- PORCIONES 1	PESO POR PORCION	GR 500gr
CANTIDAD	UND DE MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
90	Gr	chicharrón	Dorar	0.30
50	Gr	Mote	Agregar para servir con el chicharrón	0.15
15	Gr	Lechuga	Picar y agregar a la preparación anterior	0.06
5	Gr	Cebolla paiteña	Picar y curtir	0,10
5	Gr	tomate	Picar en cuadros y agregar a la preparación anterior	0.12
			Costo total de la receta	0.73
			Costo de la porcion	0.73

SOPAS



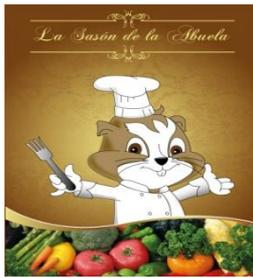
SOPA DE QUINUA

N.- RECETA 001		N.- PORCIONES 1	PESO POR PORCION	GR 500gr
CANTIDAD	UND DE MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
90	Gr	Quinoa	Lavar y poner a cocinar	0.20
50	Gr	Carne de cancho	Agregar a la sopa de quinoa y cocinar	0.25
50	Gr	Cebolla blanca	Picar y agregar a la preparación anterior	0.12
15	Gr	Ajo	Pica sofreir con la cebolla y agregar la la preparación anterior	0,10
5	Gr	sal	Agregar a la preparación anterior	0.05
			Costo total de la receta	0.72
			Costo de la porcion	0.72



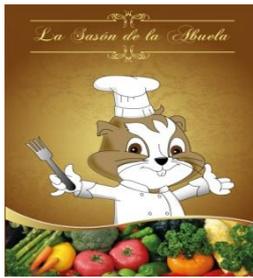
CALDO DE GALLINA

N.- RECETA 001		N.- PORCIONES 1	PESO POR PORCION	GR 500gr
CANTIDAD	UND DE MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
90	Gr	Gallina	Lavar y poner a cocinar	0.25
50	Gr	Zanahoria, alberja, vainita	Agregar a la sopa de gallina y cocinar	0.12
50	Gr	Cebolla blanca, apio, cilantro	Picar y agregar a la preparación anterior	0.12
15	Gr	Ajo	Pica sofreir con la cebolla y agregar la la preparación anterior	0,10
5	Gr	sal	Agregar a la preparación anterior	0.05
			Costo total de la receta	0.64
			Costo de la porcion	0.64



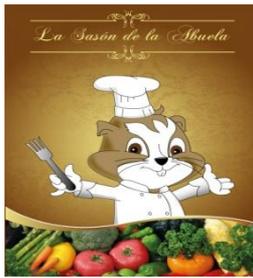
AGUADO DE GALLINA

N.- RECETA 001		N.- PORCIONES 1	PESO POR PORCION	GR 500gr
CANTIDAD	UND DE MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
90	Gr	Gallina	Lavar y poner a cocinar	0.25
50	Gr	Zanahoria, alberja, vainita	Agregar a la sopa de gallina y cocinar	0.12
50	Gr	Cebolla blanca, apio, cilantro	Picar y agregar a la preparación anterior	0.12
15	Gr	Ajo	Pica sofreir con la cebolla y agregar la la preparación anterior	0,10
15	Gr	arrocillo	Agregar a la preparación anterior	0.15
5	Gr	sal	Agregar a la preparación anterior	0.05
			Costo total de la receta	0.79
			Costo de la porcion	0.79



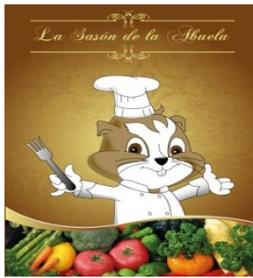
AGUADO DE CONEJO

N.- RECETA 001		N.- PORCIONES 1	PESO POR PORCION	GR 500gr
CANTIDAD	UND DE MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
90	Gr	CONEJO	Lavar y poner a cocinar	0.52
50	Gr	Cebolla paiteña	Agregar a la sopa de conejo y cocinar	0.15
50	Gr	Cebolla blanca, cilantro	Picar y agregar a la preparación anterior	0.12
15	Gr	Ajo	Pica sofreir con la cebolla y agregar la la preparación anterior	0,10
15	Gr	Arrocillo	Agregar a la preparación anterior	0.15
5	Gr	Sal	Agregar a la preparación anterior	0.07
			Costo total de la receta	1.11
			Costo de la porcion	1.11



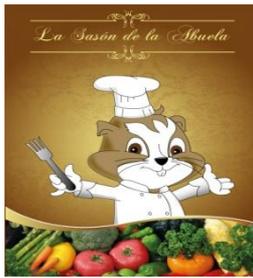
LOCRO DE CUY

N.- RECETA 001		N.- PORCIONES 1	PESO POR PORCION	GR 500gr
CANTIDAD	UND DE MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
90	Gr	CUY	Lavar y poner a cocinar	0.42
50	Gr	Cebolla paiteña	Agregar a la sopa de cuy y cocinar	0.15
50	Gr	Cebolla blanca, cilantro	Picar y agregar a la preparación anterior	0.12
15	Gr	Ajo	Pica sofreir con la cebolla y agregar la la preparación anterior	0,10
80	Gr	Papa	Agregar a la preparación anterior	0.22
5	Gr	Sal	Agregar a la preparación anterior	0.07
			Costo total de la receta	1.08
			Costo de la porcion	1.08



CALDO DE PATA DE CHANCHO

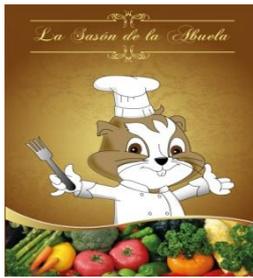
N.- RECETA 001		N.- PORCIONES 1	PESO POR PORCION	GR 500gr
CANTIDAD	UND DE MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
90	Gr	Pata de chancho	Lavar y poner a cocinar	0.40
50	Gr	Cebolla paiteña	Agregar a la sopa de cuy y cocinar	0.15
50	Gr	Cebolla blanca, cilantro	Picar y agregar a la preparación anterior	0.12
15	Gr	Ajo	Pica sofreir con la cebolla y agregar la la preparación anterior	0,10
80	Gr	Mote	Agregar a la preparación anterior	0.25
5	Gr	Sal	Agregar a la preparación anterior	0.07
			Costo total de la receta	1.09
			Costo de la porcion	1.09



YAGUARLOCRO

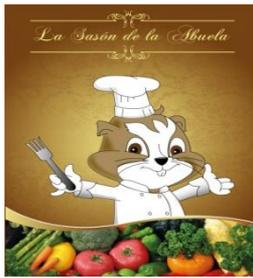
N.- RECETA 001		N.- PORCIONES 1	PESO POR PORCION	GR 500gr
CANTIDAD	UND DE MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
90	Gr	Tripas de borrego	Lavar y poner a cocinar	0.40
50	Gr	Cebolla paiteña	Agregar a la sopa de cuy y cocinar	0.15
20	Gr	Aguacate	Agregar a la preparación final	0.15
20	Gr	Curtido	Picar la cebolla y el tomate	0.10
60	Gr	Sangre de borrego cocinada	Agregar a la preparación anterior	0.35
50	Gr	Cebolla blanca, cilantro	Picar y agregar a la preparación anterior	0.12
15	Gr	Ajo	Pica sofreir con la cebolla y agregar la la preparación anterior	0,10
80	Gr	Papa	Agregar a la preparación anterior	0.25
5	Gr	Sal	Agregar a la preparación anterior	0.07
			Costo total de la receta	1.69
			Costo de la porcion	1.69

POSTRES



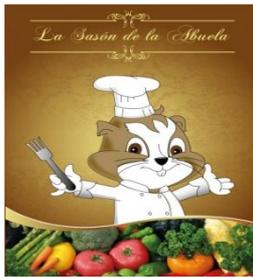
ARROZ CON LECHE

N.- RECETA 001		N.- PORCIONES 1	PESO POR PORCION	GR 500gr
CANTIDAD	UND DE MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
50	Gr	Arroz	Lavar y poner a cocinar	0.12
50	Gr	Leche entera	Agregar la leche y seguir cocinando	0.20
20	Gr	Leche condensada	Agregar la leche condensada a la preparación final	0.09
20	Gr	Pasas	Agregar a la preparación anterior	0.15
60	Gr	Anis estrellado	Agregar a la preparación anterior	0.03
50	Gr	Canela en polvo	Agregar a la preparación anterior	0.05
15	Gr	Azúcar	Agregar	0,12
	Gr			
	Gr	l		
			Costo total de la receta	0.76
			Costo de la porcion	0.76



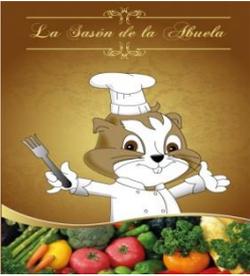
BUÑUELOS POR TEMPORADA

N.- RECETA 001		N.- PORCIONES 1	PESO POR PORCION	GR 500gr
CANTIDAD	UND DE MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
50	Gr	Harina de trigo	Lavar y poner a cocinar	0.12
50	Gr	Harina de maíz	Agregar la leche y seguir cocinando	0.12
20	Gr	Leche	Agregar la leche condensada a la preparación final	0.16
20	Gr	Panela	Agregar a la preparación anterior	0.12
60	Gr	Anis estrellado	Agregar a la preparación anterior	0.03
50	Gr	Huevos	Agregar a la preparación anterior	0.10
15	Gr	Azúcar	Agregar	0,12
5	Gr	Esencia de vainilla	Agregar	0.03
5	Gr	Sal	Agregar	0.03
			Costo total de la receta	0.76
			Costo de la porcion	0.76

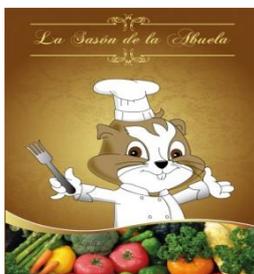


QUESO DE LECHE

N.- RECETA 001		N.- PORCIONES 4	PESO POR PORCION	GR 500gr
CANTIDAD	UND DE MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
50	Gr	Leche	Lleve a fuego la leche con el azúcar, canela y anís estrellado.	0.38
50	Gr	Azúcar morena	Funda el azúcar	0.10
20	Gr	Huevos	Batir a los huevos con la vainilla añadida a la leche cuando este fría y bata hasta que se forme una espuma.	0.10
20	Gr	Canela	Agregar a la preparación anterior	0.04
60	Gr	Anís estrellado	Agregar a la preparación anterior	0.03
50	Gr	Esencia de vainilla	Agregar a la preparación anterior	0.10
15	Gr	Azúcar molde	Agregar caramelizado la preparación anterior llevamos al horno a 180 grados por 1 hora o hasta que este dorada	0,11
5	Gr	Esencia de vainilla	Agregar	0.03
5	Gr	Sal	Agregar	0.03
			Costo total de la receta	0.92

		Costo de la porcion	0.23
			
QUESO DE LECHE			
N.- RECETA 001		N.- PORCIONES 4	PESO POR PORCION
		GR 500gr	
CANTIDAD	UND DE MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO
50	Gr	Leche	Lleve afuego la leche con el azúcar, canela y anís estrellado.
50	Gr	Azúcar morena	Funda el azúcar
20	Gr	Huevos	Batir a los huevos con la vainilla añadida a la leche cuando este fría y bata hasta que se forme una espuma.
20	Gr	Canela	Agregar a la preparación anterior
60	Gr	Anís estrellado	Agregar a la preparación anterior
50	Gr	Esencia de vainilla	Agregar a la preparación anterior
15	Gr	Azúcar molde	Agregar caramelizado la preparación anterior llevamos al horno a 180 grados por 1 hora o hasta que este dorada
5	Gr	Esencia de vainilla	Agregar
5	Gr	Sal	Agregar

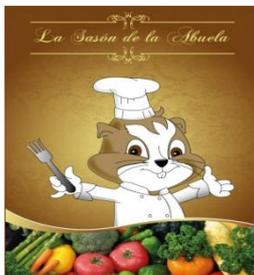
	Costo total de la receta	0.92
	Costo de la porcion	0.23



DULCE DE MANZANA Y ZAPALLO

N.- RECETA 001		N.- PORCIONES 2	PESO POR PORCION	GR 500gr
CANTIDAD	UND DE MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
150	Gr	Manzana	Pelar las manzanas limpiar y cocinarlas junto con el zapallo y la panela	0.60
100	Gr	Zapallo	Pelar las manzanas limpiar y cocinarlas junto con el zapallo y la panela	0.31
20	Gr	Panela	Agregar a la preparación anterior	0.25
20	Gr	Canela	Agregar a la preparación anterior	0.04
60	Gr	Anis estrellado	Agregar a la preparación anterior	0.03
50	Gr	Esencia de vainilla	Agregar a la preparación anterior	0.10
15	Gr	Azúcar	Agregar la preparación anterior hasta que el dulce espece y este listo para servir	0,11

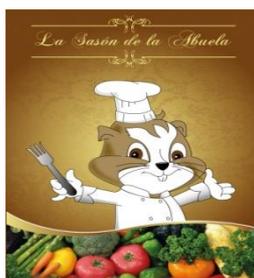
	Costo total de la receta	1.45
	Costo de la porcion	0.73



TARTA DE PERA

N.- RECETA 001		N.- PORCIONES 2	PESO POR PORCION	GR 500gr
CANTIDAD	UND DE MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
150	Gr	Pera	Pelar las peras limpiar y cocinarlas junto con el azúcar	0.40
100	Gr	Harina	Realizar la masa mezclando harina huevos mantequilla, gramos de sal amasar y extender sobre un molde agregar las peras y enviar al horno a 180 gramos por 45min.	0.21
20	Gr	Huevos	Agregar a la preparación anterior	0.20
20	Gr	Mantequilla	Agregar a la preparación anterior	0.16
60	Gr	Leche	Agregar a la preparación anterior	0.12
50	Gr	Esencia de vainilla	Agregar a la preparación anterior	0.05

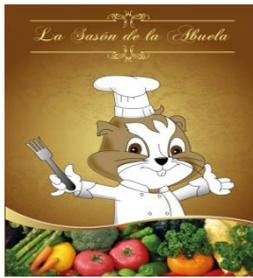
15	Gr	Azúcar	Agregar la preparación anterior decorar con peras	0,12
			Costo total de la receta	1.26
			Costo de la porcion	0.63



TARTA DE QUINUA Y COCO

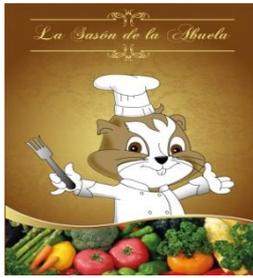
N.- RECETA 001		N.- PORCIONES 4	PESO POR PORCION	GR 500gr
CANTIDAD	UND DE MEDIDA	INGREDIENTE S	PROCEDIMIENTO	COSTO
100	Gr	Coco	Rallar un coco maduro y mezclar con la quinua cocinada	0.25
150	Gr	Quinua	Cocinarlas junto con el azúcar	0.21
100	Gr	Harina	Realizar la masa mezclando harina huevos mantequilla, gramos de sal amasar y extender sobre un molde agregar las peras y enviar al horno a 180 gramos por 45min.	0.20
20	Gr	Huevos	Agregar a la preparación anterior	0.20
20	Gr	Mantequilla	Agregar a la preparación anterior	0.16
60	Gr	Leche	Agregar a la preparación anterior	0.12
50	Gr	Esencia de vainilla	Agregar a la preparación anterior	0.05

15	Gr	Azúcar	Agregar la preparación anterior decorar con materiales de su gusto	0,12
			Costo total de la receta	1.31
			Costo de la porcion	0.33



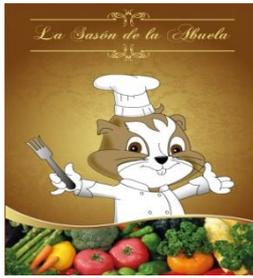
HELADO DE TAXO

N.- RECETA 001		N.- PORCIONES 4	PESO POR PORCION	GR 500gr
CANTIDAD	UND DE MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
150	Gr	Taxo	Pelar y licuar y extraer la pulpa	0.40
100	Gr	Crema de leche	Refrigerar y batir hasta que rinda el doble agregar la pulpa de taxo y seuir batiento hasta que espese agregar en mildes y poner a cogelar hasta que este duro.	0.21
60	Gr	Leche	Agregar a la preparaci3n anterior	0.12
50	Gr	Esencia de vainilla	Agregar a la preparaci3n anterior	0.05
15	Gr	Azúcar	Agregar la preparaci3n anterior decorar con peras	0,12
			Costo total de la receta	1.26
			Costo de la porcion 4	0.32



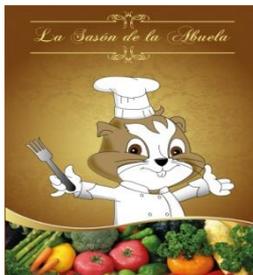
HELADO DE FRUTILLA

N.- RECETA 001		N.- PORCIONES 4	PESO POR PORCION	GR 500gr
CANTIDAD	UND DE MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
150	Gr	Frutilla	Lavar ,limpiar y licuar y extraer la pulpa	0.45
100	Gr	Crema de leche	Refrigerar y batir hasta que rinda el doble agregar la pulpa de frutilla y seuir batiento hasta que espese agregar en mildes y poner a cogelar hasta que este duro.	0.21
60	Gr	Leche	Agregar a la preparación anterior	0.12
50	Gr	Esencia de vainilla	Agregar a la preparación anterior	0.05
15	Gr	Azúcar	Agregar la preparación anterior	0,12
			Costo total de la receta	1.31
			Costo de la porcion 4	0.33



HELADO DE CLAUDIA

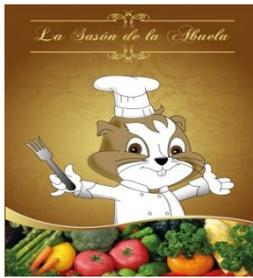
N.- RECETA 001		N.- PORCIONES 4	PESO POR PORCION	GR 500gr
CANTIDAD	UND DE MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
150	Gr	CLAUDIA	Lavar ,limpiar y licuar y extraer la pulpa	0.32
100	Gr	Crema de leche	Refrigerar y batir hasta que rinda el doble agregar la pulpa de claudia y seuir batiento hasta que espese agregar en mildes y poner a cogelar hasta que este duro.	0.21
60	Gr	Leche	Agregar a la preparación anterior	0.12
50	Gr	Esencia de vainilla	Agregar a la preparación anterior	0.05
15	Gr	Azúcar	Agregar la preparación anterior	0,12
			Costo total de la receta	0.82
			Costo de la porcion 4	0.21



HELADO DE UVILLA

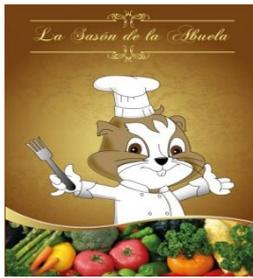
N.- RECETA 001		N.- PORCIONES 4	PESO POR PORCION	GR 500gr
CANTIDAD	UND DE MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
200	Gr	UVILLA	Lavar ,limpiar y licuar y extraer la pulpa	0.39
80	Gr	Crema de leche	Refrigerar y batir hasta que rinda el doble agregar la pulpa de claudia y seuir batiento hasta que espese agregar en mildes y poner a cogelar hasta que este duro.	0.17
60	Gr	Leche	Agregar a la preparación anterior	0.12
50	Gr	Esencia de vainilla	Agregar a la preparación anterior	0.05
15	Gr	Azúcar	Agregar la preparación anterior	0,12
			Costo total de la receta	0.85
			Costo de la porcion 4	0.23

**BEBIDAS
BATIDOS
JUGOS Y
GASEOSAS**



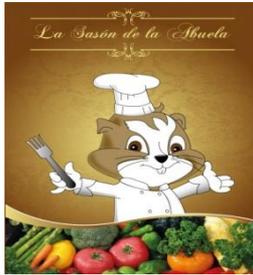
BATIDO DE MORA

N.- RECETA 001		N.- PORCIONES 2	PESO POR PORCION	GR 500gr
CANTIDAD	UND DE MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
200	Gr	Mora	Lavar ,limpiar y licuar y extraer la pulpa	0.28
150	Gr	Leche	Agregar a la preparación anterior	0.18
50	Gr	Esencia de vainilla	Agregar a la preparación anterior	0.05
30	Gr	Azúcar	Agregar la preparación anterior	0,17
			Costo total de la receta	0.68
			Costo de la porcion	0.34



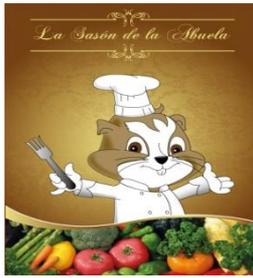
BATIDO DE MANGO

N.- RECETA 001		N.- PORCIONES 2	PESO POR PORCION	GR 500gr
CANTIDAD	UND DE MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
200	Gr	Mango	Lavar ,limpiar y licuar y extraer la pulpa	0.32
150	Gr	Leche	Agregar a la preparación anterior	0.18
50	Gr	Esencia de vainilla	Agregar a la preparación anterior	0.05
30	Gr	Azúcar	Agregar la preparación anterior	0,17
			Costo total de la receta	0.72
			Costo de la porcion	0.36



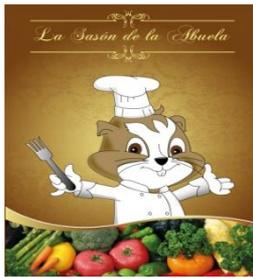
BATIDO DE FRUTILLA

N.- RECETA 001		N.- PORCIONES 2	PESO POR PORCION	GR 500gr
CANTIDAD	UND DE MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
200	Gr	Frutilla	Lavar ,limpiar y licuar y extraer la pulpa	0.36
150	Gr	Leche	Agregar a la preparación anterior	0.18
50	Gr	Esencia de vainilla	Agregar a la preparación anterior	0.05
30	Gr	Azúcar	Agregar la preparación anterior	0,17
			Costo total de la receta	0.76
			Costo de la porcion	0.38



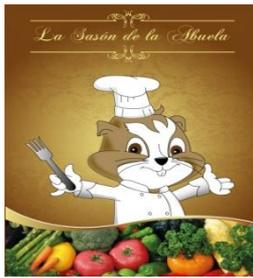
BATIDO DE TAXO

N.- RECETA 001		N.- PORCIONES 2	PESO POR PORCION	GR 500gr
CANTIDAD	UND DE MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
200	Gr	Taxo	Lavar ,limpiar y licuar y extraer la pulpa	0.31
150	Gr	Leche	Agregar a la preparación anterior	0.18
50	Gr	Esencia de vainilla	Agregar a la preparación anterior	0.05
30	Gr	Azúcar	Agregar la preparación anterior	0,17
			Costo total de la receta	0.71
			Costo de la porcion	0.36



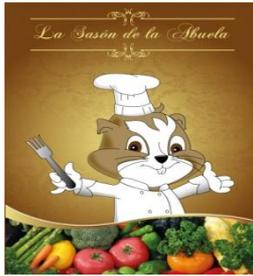
JUGO DE NARANJA

N.- REETA 001		N.- PORCIONES 1	PESO POR PORCION	GR 500gr
CANTIDAD	UND DE MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
200	Gr	Naranja	Lavar ,limpiar y exprimir el jugo y servirlo	0.64
30	Gr	Azúcar	Agregar la preparación anterior	0,17
			Costo total de la receta	0.81
			Costo de la porcion 1	0.81



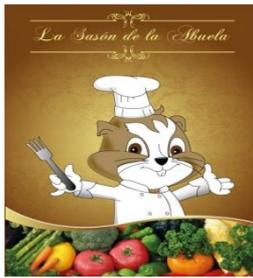
JUGO DE PIÑA

N.- RECETA 001		N.- PORCIONES 1	PESO POR PORCION	GR 500gr
CANTIDAD	UND DE MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
120	Gr	Agua	Agregar en la licuadora	0.04
200	Gr	Piña	Lavar ,limpiar y licuar la piña	0.32
30	Gr	Azúcar	Agregar la preparación anterior	0,17
			Costo total de la receta	0.53
			Costo de la porcion 1	0.53



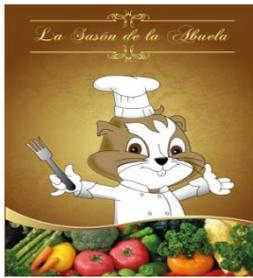
JUGO DE MARACÚYA

N.- RECETA 001		N.- PORCIONES 1	PESO POR PORCION	GR 500gr
CANTIDAD	UND DE MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
120	Gr	Agua	Agregar en la licuadora	0.04
200	Gr	MARACUYA	Lavar ,limpiar y licuar el maracúya	0.32
30	Gr	Azúcar	Agregar la preparación anterior	0,17
			Costo total de la receta	0.53
			Costo de la porcion	0.53



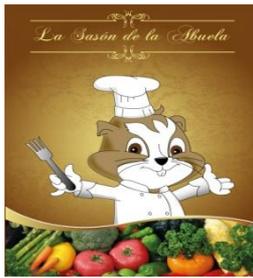
JUGO DE NARANJILLA

N.- RECETA 001		N.- PORCIONES 1	PESO POR PORCION	GR 500gr
CANTIDAD	UND DE MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
120	Gr	Agua	Agregar en la licuadora	0.04
200	Gr	Naranjilla	Lavar ,limpiar y licuar la naranjilla	0.36
30	Gr	Azúcar	Agregar la preparación anterior	0,17
			Costo total de la receta	0.57
			Costo de la porcion	0.57



JUGO DE TOMATE

N.- RECETA 001		N.- PORCIONES 1	PESO POR PORCION	GR 500gr
CANTIDAD	UND DE MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
120	Gr	Agua	Agregar en la licuadora	0.04
200	Gr	Tomate	Lavar ,limpiar y licuar el tomate	0.40
30	Gr	Azúcar	Agregar la preparación anterior	0,17
			Costo total de la receta	0.61
			Costo de la porcion	0.61



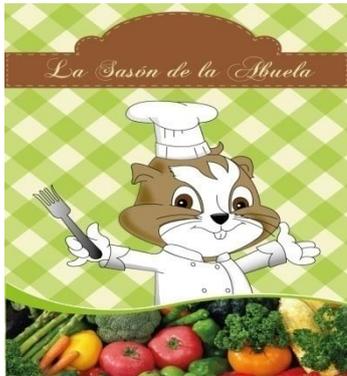
JUGO DE MORA

N.- RECETA 001		N.- PORCIONES 1	PESO POR PORCION	GR 500gr
CANTIDAD	UND DE MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
120	Gr	Agua	Agregar en la licuadora	0.04
200	Gr	MORA	Lavar ,limpiar y licuar la mora	0.32
30	Gr	Azúcar	Agregar la preparación anterior	0,17
			Costo total de la receta	0.53
			Costo de la porcion	0.53

MENÚ

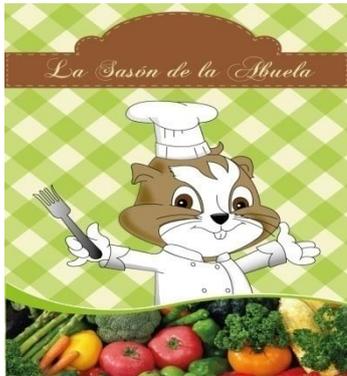
INFANTIL

ENTRADA



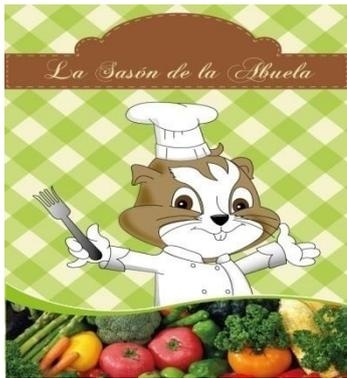
MANZANA AL HORNO ACARAMELADA

N.- RECETA 001		N.- PORCIONES 2	PESO POR PORCION	GR 500gr
CANTIDAD	UND DE MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
120	Gr	Manzana	Lavar, limpiar y poner al horno por 5 minutos	0.34
80	Gr	Glucosa	Mezclar con un poco de agua azúcar y el color de su preferencia de colorante o gelatina bañar la manzana pinchar con un palo y decorar con grageas	0.22
43	Gr	Agua	Agregar en la licuadora	0.04
100	Gr	Gelatina	Lavar ,limpiar y licuar la mora	0.15
60	Gr	Azúcar	Agregar la preparación anterior	0,16
			Costo total de la receta	0.91
			Costo de la porcion	0.46



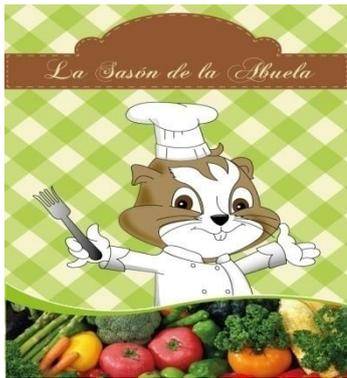
PERA RELLENA DE MANJAR

N.- RECETA 001		N.- PORCIONES 2	PESO POR PORCION	GR 500gr
CANTIDAD	UND DE MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
120	Gr	PERA	Lavar, limpiar y poner al horno por 5 minutos	0.26
80	Gr	Manjar de leche	Rellenar con manjar y servir	0.22
60	Gr	Azúcar	Agregar la preparación anterior	0,16
			Costo total de la receta	0.64
			Costo de la porcion	0.32



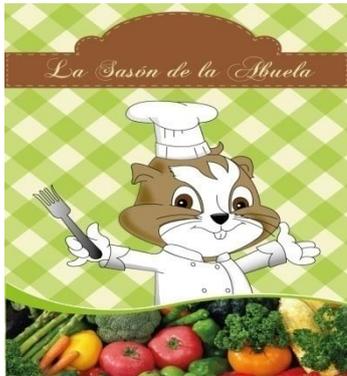
UVILLAS CON MIEL Y RALLADURA DE COCO

N.- RECETA 001		N.- PORCIONES 2	PESO POR PORCION	GR 500gr
CANTIDAD	UND DE MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
120	Gr	uvillas	Lavar, limpiar y agrgar en un recipiente	0.26
80	Gr	Miel	Agregar la miel a la preparación anterior	0.22
60	Gr	Coco	Agregar el coco a la preparación anterior y servir	0,16
			Costo total de la receta	0.64
			Costo de la porcion	0.32



FRUTILLAS CON CREMA Y CULIS DE MORA

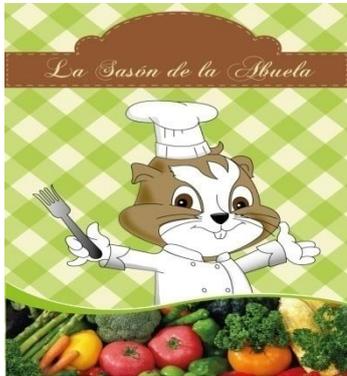
N.- RECETA 001		N.- PORCIONES 2	PESO POR PORCION	GR 500gr
CANTIDAD	UND DE MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
120	Gr	Frutillas	Lavar, limpiar y agregar en un recipiente	0.26
80	Gr	Crema de ,leche	Batir la crema de leche y agregar a la preparación anterior	0.22
60	Gr	Culis de mora	Cocinar la mora licuar agregar azúcar cocinar nuevamente hasta que espese y agregar a la preparación anterior y servir	0,16
			Costo total de la receta	0.64
			Costo de la porcion	0.32



FRUTILLAS CON CREMA Y CULIS DE MORA

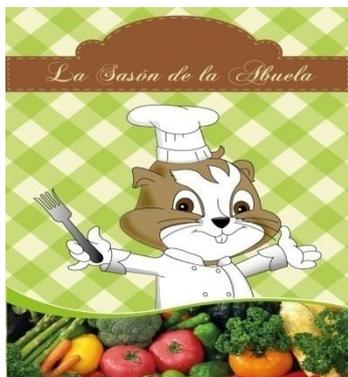
N.- RECETA 001		N.- PORCIONES 2	PESO POR PORCION	GR 500gr
CANTIDAD	UND DE MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
120	Gr	Frutillas	Lavar, limpiar y agregar en un recipiente	0.26
80	Gr	Crema de ,leche	Batir la crema de leche y agregar a la preparación anterior	0.22
60	Gr	Culis de mora	Cocinar la mora licuar agregar azúcar cocinar nuevamente hasta que espese y agregar a la preparación anterior y servir	0,16
			Costo total de la receta	0.64
			Costo de la porcion	0.32

SOPAS



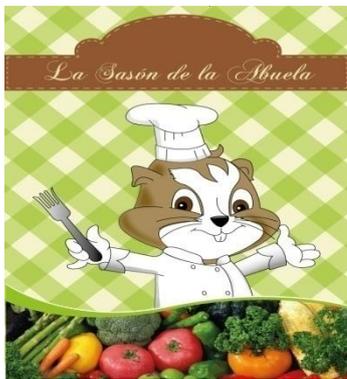
CREMA DE ZANAHORIA

N.- RECETA 001		N.- PORCIONES 2	PESO POR PORCION	GR 500gr
CANTIDAD	UND DE MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
160	Gr	zanahoria	Lavar, limpiar y agregar en un recipiente y poner a cocinar con el fondo de pollo	0.26
200	Gr	Fondo de pollo	Cocinar con la zanahoria cuando este lista licuar la zanahoria	0.57
30	Gr	ajo	Picar y sofreir	0.07
80	Gr	Crema de ,leche	Batir la crema de leche y agregar a la preparación anterior	0.22
60	Gr	cebolla	Sofreir y agregar a la crema sal pimentar y servir.	0,16
			Costo total de la receta	1.28
			Costo de la porcion	0.64



CREMA DE ZAPALLO

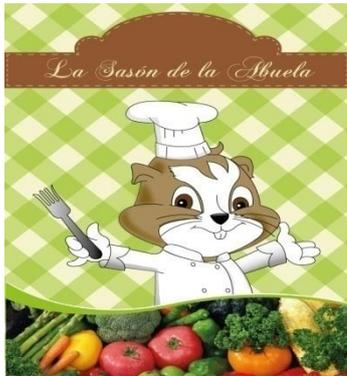
N.- RECETA 001		N.- PORCIONES 2	PESO POR PORCION	GR 500gr
CANTIDAD	UND DE MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
160	Gr	Zapallo	Lavar, limpiar y agregar en un recipiente y poner a cocinar con el fondo de pollo	0.26
200	Gr	Fondo de pollo	Cocinar con la zanahoria cuando este lista licuar la zanahoria	0.57
30	Gr	Ajo	Picar y sofreir	0.07
80	Gr	Crema de ,leche	Batir la crema de leche y agregar a la preparación anterior	0.22
60	Gr	Cebolla	Sofreir y agregar a la crema sal pimentar y servir.	0,16
			Costo total de la receta	1.28
			Costo de la porcion	0.64



SOPA DE POLLO

N.- RECETA 001		N.- PORCIONES 2	PESO POR PORCION	GR 500gr
CANTIDAD	UND DE MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
160	Gr	Pollo	Lavar, limpiar y agregar en un recipiente y poner a cocinar con el fondo de pollo	0.60
200	Gr	Agua	Cocinar con el pollo	0.12
30	Gr	Ajo	Picar y sofreir	0.07
80	Gr	Arrocillo	agregar a la preparación anterior	0.25
60	Gr	Cebolla, sal pimiento. Alberja, vainita, zanahoria	Picar y agregar a la preparación anterior	0,40
			Costo total de la receta	1.42
			Costo de la porcion	0.71

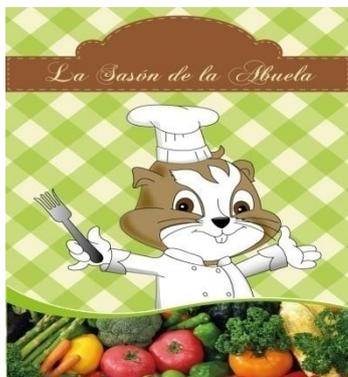
PLATO FUERTE



POLLO AL HORNO CON ENSALADA

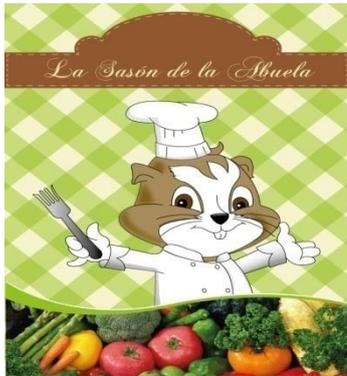
PRIMAVERA

N.- RECETA 001		N.- PORCIONES 1	PESO POR PORCION	GR 500gr
CANTIDAD	UND DE MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
160	Gr	Pollo pechuga	Lavar, limpiar y agregar en un recipiente y poner a cocinar con el fondo de pollo	0.60
200	Gr	Tomate	Cocinar con el pollo	0.20
30	Gr	Pimiento rojo, verde, amarillo	Picar y sofreir	0.20
80	Gr	Fideo macarrón	agregar a la preparación anterior	0.25
60	Gr	Cebolla, Alberja, vainita, zanahoria	Picar y agregar a la preparación anterior	0,40
			Costo total de la receta	1.65
			Costo de la porcion	1.65



POLLO BROSTER CON PAPAS

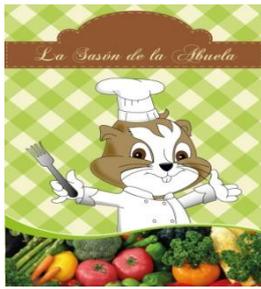
N.- RECETA 001		N.- PORCIONES 2	PESO POR PORCION	GR 500gr
CANTIDAD	UND DE MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
160	Gr	Pollo	Lavar, limpiar y agregar en un recipiente y poner a cocinar en una brosterizadora	0.60
200	Gr	Harina	Envolver el pollo	0.20
30	Gr	Aceite	Freir las papas y el pollo	0.60
80	Gr	Ajo comino.pimienta	agregar a la para aliñar el pollo preparación anterior	0.25
60	Gr	Papas	Lavar, pelar y picar y agregar a la preparación anterior	0,45
			Costo total de la receta	2.10
			Costo de la porcion	1.05



ROLLO DE CARNE CON VERDURAS

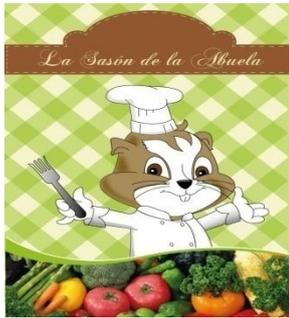
N.- RECETA 001		N.- PORCIONES 2	PESO POR PORCION	GR 500gr
CANTIDAD	UND DE MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
160	Gr	Lomo de res molido	Lavar, limpiar y agregar todos los aliños para realzar el sabor de la carne y mandar al horno envuelto con verduras a 180 grados por una hora	0.60
200	Gr	Harina	Agregar para realizar el rollo de carne	0.20
30	Gr	Aceite	Pasar con una brocha sobre un molde	0.10
80	Gr	Ajo comino.pimienta	agregar a la para aliñar la carne preparación anterior	0.25
60	Gr	Zanahoria, alberja,espinaca	Lavar, pelar y picar y agregar a la preparación anterior	0,45
			Costo total de la receta	1.60
			Costo de la porcion	0.80

POSTRES



MUESLI

N.- RECETA 001		N.- PORCIONES 2	PESO POR PORCION	GR 500gr
CANTIDAD	UND DE MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
60	Gr	Miel	Agregar a la mezcla de todas las frutas	0.15
30	Gr	Nueces	Agregar a la mezcla de todas las frutas	0.20
30	Gr	Avena	Agregar a la mezcla de todas las frutas	0.10
100	Gr	Yogurt natural	Agregar a la mezcla de todas las frutas	0.25
60	Gr	Manzana	Lavar, pelar y cortar y poner sobre un bowl	0.16
60	Gr	Guineo	Pelar y picar agregar sobre un bowl	0.09
80	Gr	Frutilla	Laver y picar	0.15
40	Gr	pasas	Agregar a la preparaci3n	0,17
			Costo total de la receta	1.27
			Costo de la porcion	0.64



BROCHETAS DE UVILLAS Y FRUTILLAS

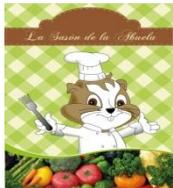
CON CHOCOLATE

N.- RECETA 001		N.- PORCIONES 2	PESO POR PORCION	GR 500gr
CANTIDAD	UND DE MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
60	Gr	Frutillas	Lavar, dejar secar	0.30
30	Gr	Uvillas	Lavar, dejar secar	0.25
30	Gr	Chocolate	Bañar las frutillas y las uvillas con chocolate	0.20
100	Gr	Crema de leche	Mezcalr con el chocolate	0.10
60	Gr	Palos de brochetas	Una vez secas las frutillas y las uvillas introducir en el palo de brocheta.	0.04
			Costo total de la receta	0.89
			Costo de la porcion	0.45



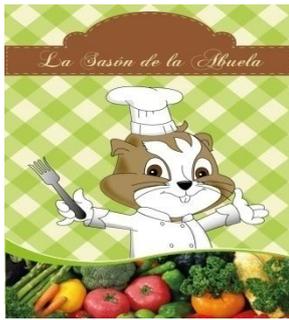
HELADO DE CHOCOLATE CON KIWI Y CULIS DE MANGO

N.- RECETA 001		N.- PORCIONES 2	PESO POR PORCION	GR 500gr
CANTIDAD	UND DE MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
60	Gr	Mango	Lavar, dejar secar, licuar y poner a cocinar con el azúcar hasta que se espese y agregar al helado cuando este listo	0.30
30	Gr	kiwi	Lavar, dejar seca y picar agregar al helador	0.25
30	Gr	Chocolate	Chocolate derretir y mezclar con la crema de leche batir hasta que este listo congelar por 24horas	0.40
100	Gr	Crema de leche	Mezclar con el chocolate	0.40
60	Gr	Azúcar	Mezclar con todas las preparaciones anteriores.	0.19
			Costo total de la receta	1.54
			Costo de la porcion	0.77



TARTA DE MANZANA Y PERA

N.- RECETA 001		N.- PORCIONES 2	PESO POR PORCION	GR 500gr
CANTIDAD	UND DE MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
60	Gr	Manzana	Lavar, dejar secar, picar y poner a cocinar con el azúcar reservar	0.30
30	Gr	Pera	Lavar, dejar secar, picar y poner a cocinar con el azúcar reservar	0.25
30	Gr	Harina	Realizar la masa de tarta con el harina los huevos la mantequilla y la leche agregar la pera y manzana y hornear por una hora a 180 grados	0.30
60	Gr	Mantequilla	Agregar a la preparación anterior	0.22
35	Gr	Leche	Agregar a la preparación anterior	0.19
100	Gr	Huevos	Agregar a la preparación anterior	0.40
60	Gr	Azúcar	Agregar a la preparación anterior	0.19
			Costo total de la receta	1.85
			Costo de la porcion	0.93



DULCE DE CLAUDIA

N.- RECETA 001		N.- PORCIONES 2	PESO POR PORCION	GR 500gr
CANTIDAD	UND DE MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
60	Gr	Claudia	Lavar, dejar secar, picar y poner a cocinar con el azúcar reservar	0.50
30	Gr	Azúcar	Agregar a la preparación anterior	0.25
30	Gr	Clavo de olor	Agregar a la preparación anterior	0.06
60	Gr	Pimienta de dulce	Agregar a la preparación anterior	0.12
35	Gr	Cascára de naranja	Agregar a la preparación anterior	0.09
			Costo total de la receta	1.02
			Costo de la porcion	0.51