



El presente trabajo de investigación contiene información para crear una empresa de Catering y Organización de Eventos Sociales, cuyo objetivo es dar una solución a las necesidades de un mercado de consumidores en la ciudad de Cuenca en Ecuador, al igual resume información sobre protocolo de eventos sociales y un plan de negocios.

La palabra Catering es un vocablo que proviene de la lengua inglesa, indica la acción de brindar servicio de abastecimiento de comida y bebidas a y en los aviones. Por extensión estos mismos servicios prestados en tierra en banquetes, recepciones o a colectivos (escuelas, cuarteles, hospitales, entre otros.)

El Catering se clasifica en: catering en instalaciones y el catering exterior.

El Catering en instalaciones es una disciplina en la cual una empresa dispone de una instalación en donde se proporciona comida, bebida, el apoyo logístico necesario y el servicio a otra empresa o personas para diversos usos.

En tanto que en el Catering exterior la empresa no dispone de una instalación para brindar el servicio y contrario a la disciplina anterior, proporciona el alimento/ bebida, el apoyo logístico necesario y el servicio a una empresa o a personas en un lugar de reunión diferente.

## INDICE

### Capítulo I

1.- Estudio del Mercado.....	1
1.1.- Concepto .....	1
1.2.- Proceso.....	1
1.2.1.- Definir el problema y los objetivos de la investigación.....	2
1.2.2.- Desarrollar el plan de investigación.....	2
1.2.2.1.- Fuentes de información.....	2
1.2.2.2.- Métodos de investigación.....	3
1.2.2.3.1.- Investigación por observación.....	3
1.2.2.3.2.- Investigación por sesiones de grupo (grupo de enfoque) .....	3
1.2.2.3.3. Investigación por encuestas.....	3
1.2.2.3.4. Datos de comportamiento.....	3
1.2.2.3.5. Investigación experimental.....	3
1.2.2.3.6. Instrumentos de investigación.....	4
1.2.2.4.1. Plan e muestreo.....	4
1.2.2.5. Métodos de contacto.....	5



1.2.3. Recabar la información.....	5
1.2.4. Analizar la información.....	5
1.2.5. Presentación de los resultados.....	6
1.3. Aplicación.....	6
1.4. Conclusiones Generales.....	18
1.5. Conclusión para la investigación.....	20
<b>Capítulo II</b>	
2.- El Catering.....	21
2.1.- Concepto.....	21
2.2.- Clasificación.....	21
2.3.- Espacio Funcional.....	23
2.4.- Catering Exterior.....	23
2.5.- Segmentación del mercado en el catering.....	24
Segmento de mercado empresarial.....	24
Segmento del mercado de asociaciones.....	24
Segmento otros mercados .....	25
2.6.- Instrumentos de ventas de Catering.....	25
2.7 Planificación del evento.....	26
La planificación funcional del acontecimiento.....	26
La logística de la planificación de acontecimientos.....	26
Presupuesto y Reservas de salones o servicios.....	27
Orden del servicio.....	32
Recepción y Conserjería.....	32
Ama de llaves o limpieza.....	33
Departamento de bodega.....	33
Compras.....	33
Departamento de Mantenimiento (Servicios técnicos) o Departamento de Instalación .....	33
Departamento de Alimentos y Bebidas-Cocina .....	34
Facturación-Departamento de Cobranzas .....	34
Departamento de Relaciones Públicas-Carta de Evaluación .....	34
El Montaje.....	37
Planificación del Menú.....	39
Composición del Menú.....	41
Diagrama de Flujo de planificación del menú.....	44
Otros productos.....	46
Los precios.....	46
Factores que influyen en la fijación de los precios.....	47
<b>Capítulo III</b>	
3.1.- Etiqueta y protocolo social.....	50



3.1.1 Conceptos generales.....	50
3.1.2. Etiqueta.....	51
3.1.3 Protocolo.....	51
3.1.4. Precedencia.....	51
3.1.5 Ceremonial.....	51
3.2 Acontecimientos sociales.....	51
3.2.1 El Baby Shower.....	52
3.2.2 El Bautizo.....	52
3.2.3 Primera comunión.....	53
3.2.4 Fiestas infantiles.....	55
3.2.5 La Fiesta Rosada.....	57
3.2.6 Las Graduaciones.....	59
3.2.7 La Boda.....	60
3.2.8 Los Aniversarios de Bodas.....	66
3.2.9 Reglas de montaje y la precedencia según tipo de mesas.....	67
Tarjeta Individual .....	70
Panel .....	71
Sistema Mixto .....	71
Tarjeta de identificación .....	71
Minuta .....	72
Evento semi- protocolizado .....	73
Sistema cartesiano o en equis .....	74
Sistema de las agujas del reloj .....	75
Tipos de mesas .....	76
Mesa Imperial .....	76
Mesa Rectangular .....	77
Mesa Redonda .....	78
Mesa Ovalada .....	79
Mesa Cuadrada .....	80
Mesa en forma de “U” o Herradura.....	81
Mesa Peine .....	82
Mesa en forma de “T” .....	83
Comedor Clásico .....	84
Comedor Moderno .....	86
Comedor en Margarita o en forma de estrella .....	87
Comedor Mixto .....	88
Comedor Compartimentado .....	89
<b>Capítulo IV</b>	
4. Plan de negocios o de Empresa.....	90
4.1. Objetivo General.....	91



4.2. Objetivos Específicos.....	91
4.3. Nombre de la Empresa.....	91
4.4 Logotipo de la Empresa.....	92
4.5 Descripción de la Empresa.....	92
4.6 Ubicación espacial.....	92
4.7 Misión.....	92
4.8 Visión.....	92
4.9 Descripción de sus áreas y ambientación.....	93
4.10 Capacidad potencial y estructura.....	93
4.11.- Mercado al que dirige sus servicios .....	94
4.12.- Segmentación del mercado al que se dirige sus ventas fundamentalmente.....	94
4.15. Identificación de la Competencia y su participación en el Mercado.....	95
4.16. Estrategias de desarrollo a partir de la presencia de competencia comercial.....	95
4.17. Plan de introducción al Mercado .....	96
4.18. Matriz FODA para determinar sus características de funcionamiento .....	96
4. 2.1.- Esquema de distribución .....	97
4.2.1. 2.- Distribución de las áreas .....	97
4.2.1.3.- Estructura organizacional .....	98
4.2.1.4.- Competencias de cada puesto .....	99
4.2.1. 5.- Capacitación del personal .....	99
4.2. 1.6.- <i>Administración de sueldos y salarios</i> .....	101
4.2.1.7.- Marco Legal .....	102
4.2.1.8.- Flujo Organizacional .....	107
4.3. Equipamiento y distribución .....	108
4.3.1. Características de la Tecnología .....	108
4.3.2. Equipo e instalaciones .....	109
4.3.3 Instalaciones necesarias .....	109
4.3.4. Mantenimiento .....	109
4.3.5. Identificación de proveedores y cotizaciones.....	109
4.3.6. Compras .....	109
4.3.7. Manejo de inventarios.....	109
4.3.8. Interconexión con otras áreas o departamentos.....	110
4.4. Organigrama de funcionamiento laboral.....	110
4.4.1. Turnos de trabajo.....	111
4.4.2. Políticas organizacionales.....	111
4.4.3. Cómo se desarrolla la planificación de las actividades .....	111



4. 5. Inversión .....	112
4.6. El Capital .....	114
4.7. Evaluación financiera .....	115
5.- Conclusiones.....	121
Bibliografía .....	124
Anexos .....	126

**Dedicatoria:**

A Dios, por su infinita bondad.  
Y a Marcelo, Gabriela y Mateo, la razón de mi vida.



**Agradecimientos:**

De manera especial a mi esposo, simplemente porque está a mi lado desde hace 18 años, por tu compañía, apoyo, dedicación y amor constante.

A mis hijos, por las largas ausencias durante el tiempo de estudios y la realización de este trabajo. Los amo mucho.

A mis padres, porque a pesar de todo siempre están allí, con su apoyo y amor.

A mi hermosa abuelita, porque siempre está a mi lado.

A toda mi familia y amigos más cercanos quienes siempre están apoyándome de una u otra manera.

De igual forma a todos los profesores quienes sembraron semillas de conocimiento y al Licenciado Darwin Sandoval, quien como Director me apoyó para que esta meta se cumpla.

Que Dios los bendiga siempre.

***“Bendito sea el Señor, quien nos colma cada día de beneficios”***

***Salmo 68:19***

# Universidad de Cuenca





## I. INTRODUCCIÓN

*La sociedad ha sufrido un cambio interesante con la integración de la mujer a la fuerza laboral y el agitado mundo en que se desarrollan, la mayor parte de las actividades constituyen factores sociales que han provocado profundos cambios en el estilo de vida. Al parecer el acelerado ritmo al que están acostumbradas las personas se ha convertido en un estimulante que impulsa en éstas el deseo y la necesidad de participar en acontecimientos en los que puedan compartir momentos de esparcimiento; sin embargo no disponen de tiempo necesario para planificar y llevarlos a cabo dichas reuniones. De aquí surge una importante oportunidad para el negocio de catering, ya que satisfará la nueva necesidad que se ha creado en la sociedad: que una tercera persona facilite la organización de sus reuniones sociales mediante la preparación y distribución de elaboraciones culinarias y la atención a sus invitados, en el lugar elegido por ellos.*

*La meta de toda empresa es alcanzar la excelencia mediante la satisfacción de las necesidades de los consumidores, y el grado en que éstas sean cubiertas dependerá no sólo de las expectativas de los clientes sino también de la calidad y el valor agregado que se dan a las mismas, siendo ésta la excelencia. Por lo que pongo a consideración de la ciudadanía la presente tesis con el tema creación de una Empresa de Catering y Organización de Eventos Sociales, cuyos objetivos estén encaminados a cubrir las necesidades existentes en el mercado local de una forma profesional; es decir con fundamentos teóricos-prácticos capaces de cubrir las expectativas de los consumidores ya que el mundo del Catering es un mundo muy interesante y se convierte en una excelente oportunidad para realizar negocios rentables y a corto plazo.*





*La información procesada en esta tesis, hará posible manejar de forma técnica y muy profesional el protocolo y la precedencia en todos los eventos sociales que la empresa de Catering pueda realizar, para ello se han desarrollado los conceptos necesarios para elaborar el plan de negocios de la Empresa de Catering y Organización de Eventos Sociales.*

## **II. JUSTIFICACIÓN**

*El servicio de catering se encuentra en pleno desarrollo en nuestra ciudad, y a pesar de que existen empresas que prestan este tipo de servicio, en Cuenca no hay un líder que se encuentre posicionado en el mercado, más aún, no existe una empresa que se dedique exclusivamente a brindar sus servicios para eventos sociales que incluyan la organización o manejen simultáneamente el protocolo del mismo con un conocimiento técnico-profesional.*

*El propósito de esta tesis, es aplicar los conocimientos adquiridos durante el periodo de formación universitaria para la creación de una Empresa de Catering y organización de eventos sociales y poder brindar una opción diferente y profesional dentro de este ámbito a la ciudadanía cuencana.*

## **III. OBJETIVOS**

### **OBJETIVO GENERAL**

- Creación de una empresa de Catering y Organización de Eventos Sociales.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Investigar el Mercado local insatisfecho para demostrar que existe una necesidad sobre este servicio.
- Determinar las características del Catering.



- Enlistar los posibles Eventos Sociales que se pueden realizar dentro del servicio a ofrecer y el protocolo a seguir para cada uno de ellos.
- Determinar el equipamiento funcional necesario para la implementación de la empresa.
- Proponer un menú técnicamente elaborado en el cual satisfaga a los diferentes target de clientes.
- Fijar los costos de alimentos, bebidas, personal y servicio de organización del evento, que satisfagan las necesidades de los potenciales clientes.

**UNIVERSIDAD DE CUENCA**



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD**

**CARRERA DE GASTRONOMÍA**

**“PROYECTO PARA LA CREACIÓN DE UNA  
EMPRESA DE CATERING Y ORGANIZACIÓN  
DE EVENTOS SOCIALES”**

*Tesis previa a la obtención del título de “Licenciado  
en Gastronomía y Servicios de Alimentos y Bebidas”*

**DIRECTOR DE TESIS:**

**Lcdo. Darwin Sandoval**

**AUTORA:**

**María Alexandra Alvarez Terán**



*Cuenca, enero de 2011*

## CAPITULO I

### 1. Estudio de Mercado

#### 1.1 Concepto.

Para el desarrollo de este capítulo citaré el concepto de Investigación de Mercado, para así relacionar con el estudio que se llevó a cabo en la ciudad de Cuenca, sector urbano.

*Kotler*<sup>1</sup> lo define como:

*El análisis sistemático del problema, construcción de modelos y hallazgos que permiten mejorar la toma de decisiones y el control en el mercado de bienes y servicios.*

---

<sup>1</sup> Philip Kotler (Chicago, Illinois, 27 de mayo de 1931), es un economista y especialista en mercadeo estadounidense, titular distinguido, desde 1988, de la cátedra de Marketing Internacional S.C. Johnson & Son de la J.L. Kellogg Graduate School of Management..



## 1.2. Proceso.

Para realizar una eficaz investigación deben desarrollarse cinco pasos:

### 1.2.1. Definir el problema y los objetivos de la investigación.

Al definir el problema éste no debe ser demasiado amplio o demasiado estrecho, la investigación debe ser **exploratoria**, es decir la meta es obtener información para aclarar la verdadera naturaleza del problema y sugerir posibles soluciones o ideas nuevas. Ejemplo: recopilar información para determinar si el posible cliente ha solicitado alguna vez el servicio de organización de eventos sociales y proponerle una nueva alternativa en referencia a este servicio dentro de la ciudad.

Otras son **descriptivas**, donde se busca precisar ciertas magnitudes; como cuáles son las características que los posibles clientes valorarían al existir una empresa con este servicio.

Y las investigaciones **causales**, cuyo propósito es probar una relación causa y efecto. Si le ofrezco un servicio nuevo que incluya todo la organización estaría dispuesto a pagar el valor por persona o un porcentaje por el servicio.

### 1.2.2. Desarrollar el plan de investigación.

Quiere decir crear el plan más eficiente posible para obtener la información necesaria, para lo cual hay que diseñar una estrategia donde se puedan tomar las mejores decisiones en cuanto a *fuentes de información, métodos de investigación, instrumentos de investigación, plan de muestreo y métodos de contacto*. A continuación se detallarán cada una de éstas.



**1.2.2.1. Fuentes de información:** Pudiendo ser primaria, secundaria o ambas. La información primera es aquella que se reúne con un propósito específico o para un proyecto de investigación específico. Y la información secundaria, es la que se recauda para otro fin y ya existe en algún lugar, por lo tanto es menos costosa que obtener información primaria.

**1.2.2.2. Métodos de investigación:** Para recaudar información primaria se puede emplear cinco formas: observación, grupos de enfoque, encuestas, datos de comportamiento y experimentos.

**1.2.2.3.1. Investigación por observación:** Se pueden obtener datos nuevos observando a los actores y situaciones pertinentes.

**1.2.2.3.2. Investigación por sesiones de grupo (grupo de enfoque):** Se la hace con una reunión de entre seis y diez personas que son invitadas a pasar unas cuantas horas con un moderador capacitado, para hablar de un producto, servicio, organización u otra entidad que pueda ser competencia. Donde el moderador necesita ser objetivo, tener amplios conocimientos del tema y ser hábil para manejar dinámicas de grupos, a los participantes se les brinda un refrigerio y reciben un pequeño pago por asistir. El aspecto contrario sería que no se puede generalizar los sentimientos, pues la muestra es muy pequeña y no es aleatoria.

**1.2.2.3.3. Investigación por encuestas:** La investigación por encuestas es idónea para obtener información descriptiva. Se aplica para conocer creencias, preferencias y satisfacción de las personas o población en general.

**1.2.2.3.4 Datos de comportamiento:** Esta información se obtiene por los rastros de comportamiento que dejan en compras realizadas. Como por



ejemplo en las lectoras láser de las tiendas, los registros de compras por catálogos, entre otros.

**1.2.2.3.5 .Investigación experimental:** La información con mayor validez científica es la experimental. Pues consiste en capturar relaciones de causa y efecto eliminando otras posibles explicaciones de los resultados observados. Tomar grupos comparables, someterlos a diferentes tratamientos, controlando en lo posible las variables externas y verificar si las diferencias observadas son estadísticamente significativas.

**1.2.2.3.6. Instrumentos de investigación:** Para obtener los datos primarios, existen dos instrumentos como son los cuestionarios y los dispositivos mecánicos. Los cuestionarios consisten en una serie de preguntas que se presentan a los encuestados para que las contesten. Éstos deben ser elaborados cuidando las preguntas, su forma, redacción y orden; la primera pregunta debe tratar de crear interés, las preguntas difíciles o personales deben hacer cerca del final para que los encuestados no adopten una actitud defensiva desde un principio. Existen abiertas y cerradas. Las preguntas abiertas permiten a los encuestados contestar con sus propias palabras revelando más los sentimientos del encuestado, siendo más útiles para las investigaciones exploratorias (**Anexo No. 1**).

En tanto que las respuestas cerradas especifican previamente todas las posibles respuestas, son más fáciles de interpretar y tabular (**Anexo No. 2**).

Y los dispositivos mecánicos son instrumentos creados por la tecnología que son utilizados en la investigación de mercados.

**1.2.2.4.1. Plan de muestreo:** Luego de escoger el método de investigación y los instrumentos es necesario crear un plan de muestreo que requiere de tres decisiones:



- **Unidad de muestreo:** Se debe definir la población meta de la que se elaborará el muestreo, es decir ¿A quién se encuestará?
- **Tamaño de la muestra:** Es necesario recordar que siempre las muestras grandes proporcionarán resultados más confiables que las pequeñas, pero no es necesario elaborar el muestreo de toda la población meta, hay casos que con una muestra de 1% en relación al total puede obtenerse una información confiable, si el procedimiento aplicado ha sido el correcto; o sea ¿A cuánta gente se debe encuestar?
- **Procedimiento de muestreo:** Para obtener una muestra y para que ésta sea representativa se puede aplicar el muestreo probabilístico que permite calcular los límites de confianza del error de muestreo. O el muestreo no probabilístico (**Anexo No. 3**), éste no es muy útil ya que en muchas circunstancias no permite medir el error de muestreo. Para concluir, aquí se plantea la interrogante ¿Cómo se debe escoger a los encuestados?

#### **1.2.2.5. Métodos de contacto.**

Para hacer el contacto con los encuestados se tiene las siguientes opciones:

El cuestionario por correo, deben tener preguntas sencillas y de clara redacción.

La entrevista telefónica, ésta debe ser corta y no demasiado personal.

La entrevista personal, puede ser con cita programada o interceder a las personas en lugares muy concurridos.

La entrevista en línea, a través de la web.

**1.2.3. Recabar la información** es la parte que podría resultar más difícil y costosa; pues podrían ocurrir algunos problemas como por ejemplo que los encuestados se nieguen a cooperar, mientan o proporcionen respuestas predispuestas, entre otras. Entonces estas respuestas son más propensas a errores; para evitar esto es que los investigadores profesionales se



apoyan el la tecnología, a través de computadoras y las telecomunicaciones, creando formas diversas para monitorear datos específicos que están ya codificados, captarlos y procesarlos con mayor facilidad.

**1.2.4. Analizar la información** significa tabular y calcular los datos receptados, para luego aplicar técnicas estadísticas para analizar los resultados obtenidos.

**1.2.5. Presentación de los resultados** más importantes para la toma de decisiones en torno al tema investigado.

### **1.3. Aplicación.**

Con toda esta base conceptual se procedió a realizar la aplicación del tema, se usó la fuente de información primaria con investigación por encuestas, a través de un cuestionario con preguntas abiertas y cerradas (**Anexo No. 4**).

Para el plan de muestreo se consideró como unidad de medida a toda la población urbana de la ciudad de Cuenca y según la unidad el tamaño de la muestra debía ser de 384 unidades.

$$n = \frac{t^2 \cdot x}{p(1-p) \cdot m^2}$$

**n** = tamaño de la muestra requerido

**t** = nivel de fiabilidad de 95% (valor estándar de 1,96)

**p** = prevalencia estimada de los habitantes en la zona del proyecto

**m** = margen de error de 5% (valor estándar de 0,05)

Aplicando la muestra probabilístico: muestra por zonas y de forma aleatoria se tomaron las manzanas de las parroquias urbanas de la ciudad que iban a ser visitadas.





Luego se analizaron los datos obtenidos para tabularlos (**Anexo No. 5**) calcularlos y se graficaron estadísticamente, así:

**Pregunta #. 1.- Alguna vez a solicitado servicio para la realización u organización de un evento social?**

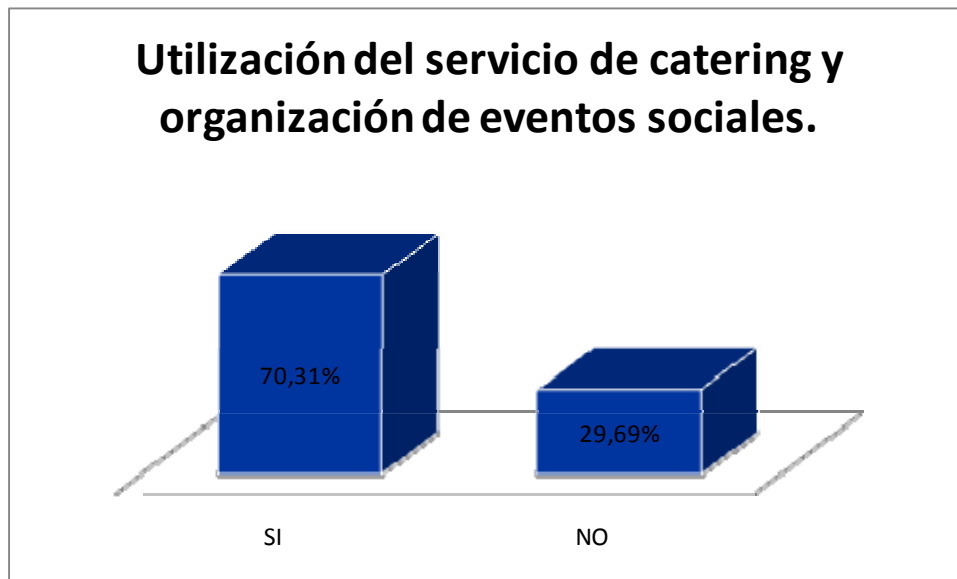
**Cuadro Nro.1.**  
**Creación de una Empresa de Catering y organización de eventos sociales.**  
**Area de estudio: Utilización del servicio de Catering.**

CATEGORIAS	TOTAL
SI	70,31%
NO	29,69%
<b>Total general</b>	<b>100,00%</b>

*Fuente: Encuestas*

*Elaboración: Tesista*

**Gráfico No. 1**



**Como se puede observar en el gráfico No. 1, la mayor parte de las personas encuestadas han utilizado el servicio de catering en alguna ocasión; siendo representado por un 70,31%.**

**Pregunta #. 2.- Señale cuál de estos.**

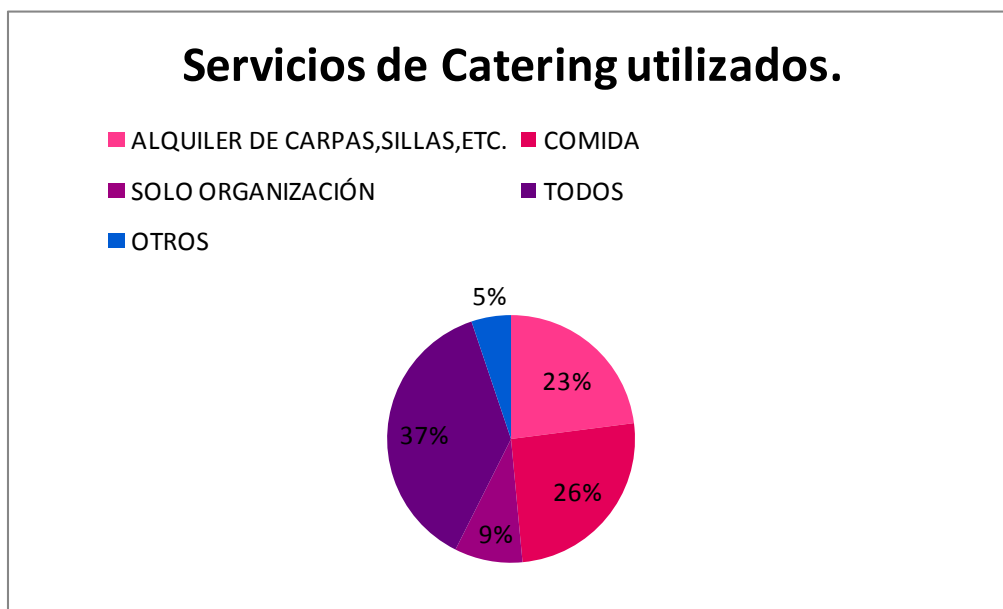


**Cuadro Nro.2.**  
**Creación de una Empresa de Catering y organización de eventos sociales.**  
**Area de estudio: Tipo de servicio de Catering utilizado.**

CATEGORIAS	TOTAL
ALQUILER DE CARPAS,SILLAS,ETC.	22,96%
COMIDA	25,56%
SOLO ORGANIZACIÓN	8,89%
TODOS	37,41%
OTROS	5,18%
<b>Total general</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuestas  
 Elaboración: Tesista

**Gráfico No. 2**



**Como se puede apreciar en el Cuadro Nro. 2, se puede evidenciar que el 37% de los encuestados han utilizado todos los servicios de catering, el 26% corresponde al servicio de comida, un 23% ha solicitado el servicio de alquiler de carpas, sillas, etc. Apenas el 9% únicamente organización y en porcentajes inferiores a éste que no superan el 5% han utilizado otros servicios como alquiler de local, decoración y hora loca.**



**Pregunta #. 3.- Indique el nombre de la empresa que le brindó el servicio.**

# Universidad de Cuenca



**Cuadro Nro.3.**

**Creación de una Empresa de Catering y organización de eventos sociales.**

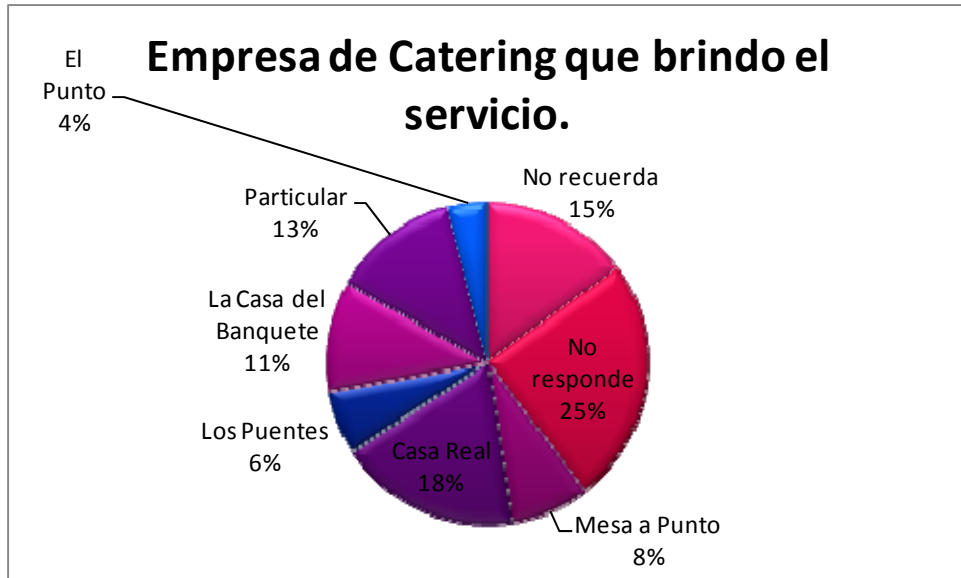
**Area de estudio: Nombre de la Empresa que brindó el servicio de Catering.**

CATEGORIAS	TOTAL
No recuerda.	7,04%
No responde.	11,48%
Mesa a punto.	3,70%
Bazar Galanty.	0,37%
Las Cascadas.	0,37%
Casa Real.	8,52%
Portal del Rio.	1,85%
Bazar la Orquidea.	0,74%
Monte Bello.	0,37%
Los Puentes.	2,96%
Quinta Balzay.	0,37%
Villa Paraiso.	0,74%
Villa Verde.	0,74%
Quinta Lucrecia.	7,41%
Carrasco y Carrasco.	0,37%
Colegio de Odontologos.	0,37%
Sulema Rosas.	0,37%
Nuestra Cena.	1,11%
Doña Charito.	1,11%
Jardines de San Joaquín.	3,70%
Las Campanas Restaurante.	0,37%
La Cocina de la Abuela.	0,37%
De Gala.	0,37%
La cocina del Chef.	0,37%
La casa del Banquete.	5,19%
Villa San Carlos.	0,74%
Red Crab.	0,37%
El Quijote.	0,74%
Particular.	5,93%
El Conquistador.	0,37%
El Punto.	1,85%
Hotel Italia.	0,37%
Aioli Bar.	0,37%
Rancho Grande.	2,59%
Lujos todo para sus eventos.	0,37%
Nova eventos inolvidables.	0,37%
Estancia Blanca.	0,37%
Picardias.	2,96%
Persa Flor.	0,37%
D services.	1,11%
D Gourmet.	1,48%
Megarenta.	0,37%
Casa Bella.	0,74%
Cuatro Ríos.	0,37%
Club Recepcion Eventos.	0,37%
Ximena Torres.	0,37%
Quinta Berenice.	0,74%
Centro de Convenciones.	0,74%
D'Etiquet.	0,37%
Royal.	0,74%
La Herradura.	0,37%
Olivos Garden.	1,11%
Cristal Eventos.	0,37%
Colegio de Contadores.	0,37%
Hotel Crespo.	0,37%
Hotel el Dorado.	0,37%
El Goloso Restaurant.	0,37%
Hotel Oro Verde.	0,37%
El Bertuchis.	0,37%
Los Maderos.	0,37%
La Leyenda.	0,74%
La Casa de la Hacienda.	0,74%
De Catta.	0,37%
Club Madisson Dance.	0,37%
Caba V&J.	0,37%
Estancia Real.	0,37%
El Palacio.	0,74%
El Cisne.	0,74%
Bungalows.	0,74%
Quinta Bolivar.	0,37%
Club de Medicos.	0,37%
Las Americas.	0,37%
BK Eventos.	0,37%
ClubTornebamba.	0,37%
La Gran Manzana.	0,74%
Convel.	0,74%
Los Sonblades.	0,37%
Brinco Fiestas.	0,74%
Club de Ingenieros.	0,37%
Total general	100,00%

Fuente: Encuestas  
Elaboración: Tesista



Gráfico No. 3



**En el gráfico No. 3, se resume los datos más relevantes del cuadro No. 3; donde se aprecia que las empresas de Catering con mejor impacto en el mercado son: Casa Real con un 18%, La Casa del Banquete con 11%, Mesa a Punto con 8%, Los Puentes con 6% y El Punto con 4% del total. Es evidente que no hay un recuerdo claro del nombre de la empresa que brindó el servicio; pues en un 25% las respuestas no tuvieron contestación y el 15% no recordaba el nombre de la empresa.**

**Además que el 13% de la muestra, que es un porcentaje considerable obtiene el servicio de personas naturales.**

**Pregunta #. 4.- Cómo califica usted el servicio que esta empresa le brindó?**

# Universidad de Cuenca



**Cuadro No.4**  
**Creación de una Empresa de Catering y organización de eventos sociales.**  
**Area de estudio: Calificación del servicio de Catering utilizado.**

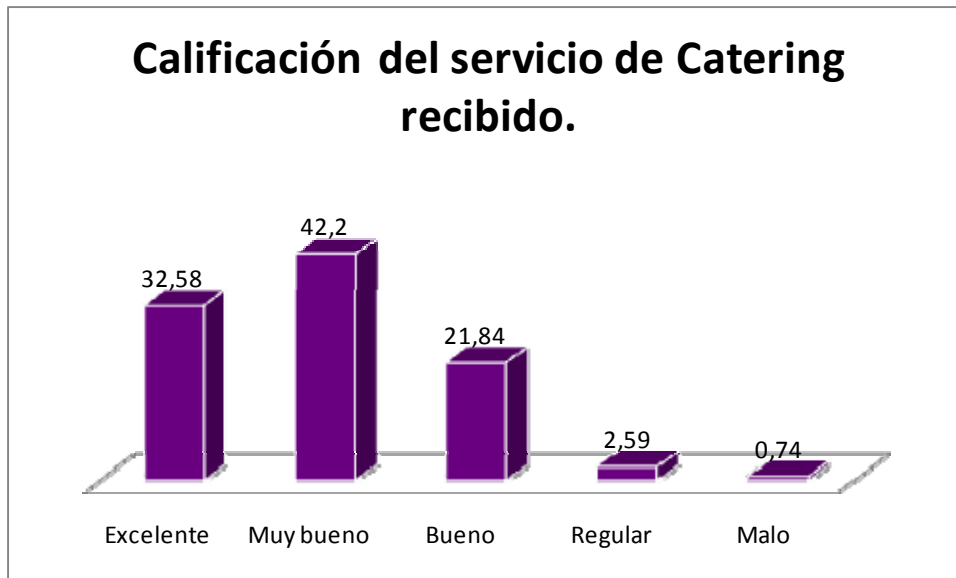
CATEGORIAS	TOTAL
Excelente. Porque; buena atención y asesoramiento.	2,59%
Muy bueno. Porque, la atención al cliente.	1,85%
Muy bueno. Porque, comida variada y buena.	1,85%
Muy bueno. Porque, satisfacción del servicio.	3,70%
Muy bueno. Porque, la amabilidad.	0,74%
Muy Bueno. Porque, hubieron algunos detalles que no nos parecieron correctos.	0,74%
Bueno. Porque, las carpas y sillas no estuvieron en muy buen estado.	0,74%
Bueno. Porque, le gusta la forma de trabajo.	0,37%
Regular. Porque, la comida no estuvo muy buena.	0,37%
Regular. Porque, no era muy buena organización.	0,74%
Bueno. Porque; no hubo un buen servicio, además no hubo organización y presentación.	1,11%
Muy Bueno. Porque, cuentan con todo lo necesario.	0,74%
Bueno. Porque, no cuentan con todo lo necesario.	0,37%
Muy Bueno. Porque, buenos productos.	0,37%
Bueno. Porque, el servicio que prestan es muy bueno.	0,74%
Bueno. Porque, falta más dedicación.	0,37%
Muy Bueno. Porque, les faltó más atención a los invitados.	0,37%
Excelente. Porque; fueron muy profesionales.	1,85%
Muy Bueno. Porque, no contaban con todos los servicios.	0,74%
Excelente. Porque; tiene todo completo.	2,59%
Muy bueno. Porque, cumplieron con todas las expectativas del contrato.	3,33%
Bueno. Porque, el servicio no fue lo que esperabamos.	0,74%
Excelente. Porque, todo estuvo acorde al servicio solicitado.	1,11%
Excelente. Porque, todo estuvo a tiempo.	0,37%
Muy Bueno. Porque, fue una muy buena organización y excelente servicio.	1,11%
Muy Bueno. Porque; la atención fue la mejor, pero hubo algunas fallas pequeñas.	0,37%
Bueno. Porque, hubieron fallas en las porciones pedidas.	0,37%
Muy Bueno. Porque; lo pedido estuvo a tiempo, pero se demoraron en arreglar las mesas.	0,37%
Muy Bueno. Porque; la comida estaba buena, pero le faltaron algunos detalles.	0,37%
Muy Bueno. Porque, faltó un poco de organización.	1,11%
Bueno. Porque, me hicieron pagar por un mantel que no había quemado.	0,37%
Malo. Porque, la comida llegó tarde.	0,37%
Bueno. Porque, no llegaron a la hora acordada.	0,37%
Excelente. Porque; tiene buen servicio.	1,85%
Excelente. Porque; es bien organizado.	1,11%
Bueno. Porque; no fue excelente, pero agrado en parte a los invitados.	0,37%
Muy bueno. Porque, el menú y el servicio complació a los invitados.	1,48%
Excelente. Porque, fue completo y variado.	0,37%
Bueno. Porque, es bueno y barato.	0,74%
Excelente. Porque; buena comida, buena atención.	0,74%
Bueno. Porque; pague mucho dinero, pero el servicio estuvo regular.	0,37%
Muy bueno. Porque, les faltó organización al momento de servir los alimentos.	0,74%
Excelente. Porque; son muy buenos, puntuales, buena comida y servicio.	0,37%
Bueno. Porque; se realizó lo esperado, pero no con buena organización.	0,37%
Muy bueno. Porque, fueron puntuales para armar y preparar todo antes de la llegada de los invitados.	1,48%
Excelente. Porque; nos dio confianza.	0,37%
Excelente. Porque; nos facilitan.	0,74%
Bueno. Porque, dan lo que necesita.	0,74%
Bueno. Porque, gusto a los clientes.	1,11%
Muy bueno. Porque, ayudo a la organización.	1,48%
Muy Bueno. Porque, por su Música.	0,37%
Excelente. Porque, era amplio.	0,74%
Excelente. Porque, su elegancia.	1,11%
Bueno. Porque, no hubo el suficiente espacio.	0,37%
Malo. Porque, la comida intoxicó a todos.	0,37%
Bueno. Porque, no estuvo buena la comida y su servicio.	0,37%
Muy Bueno. Porque, sin respuesta.	18,15%
Bueno. Porque, estuvo de acuerdo a lo que pedí.	1,11%
Regular. Porque, el local era pequeño y un mal servicio.	0,37%
Bueno. Porque, sin respuesta.	10,37%
Excelente. Porque, sin respuesta.	15,93%
Bueno. Porque, estuvo la comida rica y más o menos el servicio.	0,37%
Regular. Porque, sin respuesta.	1,11%
Excelente. Porque, fue excelente y completo.	0,74%
Muy Bueno. Porque, no gusto la comida.	0,37%
Muy Bueno. Porque, su local amplio.	0,37%
	1
	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Tesista



Gráfico No. 4



*En el gráfico No. 4, se puede percibir que la experiencia recibida de la muestra en relación al servicio de catering es positiva; pues el 42,2% corresponde a muy bueno y el 32,58 a excelente. Las razones son diversas, como se puede observar en el cuadro No. 4.*



**Pregunta No. 5.- Le gustaría que exista una empresa que le brinde un servicio completo de la organización de su evento social, de forma profesional?**

**Cuadro Nro.5.**  
**Creación de una Empresa de Catering y organización de eventos sociales.**  
**Area de estudio: Preferencia para la creación de una empresa de Catering.**

CATEGORAS	TOTAL
Porque, no perdería tiempo en buscar en otros lugares.	10,00%
Porque, es más fácil confiar en una sola empresa.	1,48%
Porque, pago para que me brinden un servicio profesional.	5,19%
Porque, es más cómodo y conveniente todo en un solo lugar.	4,07%
Porque, es más rápido y ahorro tiempo.	2,59%
Porque, es más fácil encontrar todo en un solo lugar con personal capacitado y experiencia.	1,11%
Porque, es más cómodo y hacen con profesionalismo.	4,07%
Porque, es seguro y organizado.	10,00%
Porque, no tendría que preocuparme de nada.	6,30%
Porque, debe ser muy costoso.	1,11%
Porque, mis eventos sociales me gusta encargarme personalmente.	1,11%
Porque, el cliente este satisfecho.	2,96%
Porque, nos darían un buen servicio.	7,78%
Porque, es más cómodo.	4,07%
Porque, sería bueno saber que en nuestra ciudad contamos con empresas profesionales.	2,59%
Porque, como profesionales realizan mejor el evento.	1,85%
Porque, nos libra de preocupaciones y disfrutamos de la fiesta.	4,81%
Porque, es más fácil y con menos problemas.	0,37%
Porque; fuera más cómodo en oferta, precio y variedad.	1,85%
Porque, su economía y confianza.	1,11%
Porque, es más cómodo y económico.	0,74%
Porque, quiero quedar bien ante mis amistades.	0,37%
Porque, respetan la puntualidad en la hora de la comida.	0,37%
Porque, sea más elegante y bien presentado.	0,74%
Porque, la competencia con otras empresas le haría ser mejor.	2,59%
Porque, no organizo Fiestas.	0,37%
Porque, es indispensable.	20,37%
Total general	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Tesista





Gráfico No. 5



El gráfico No. 5, expresa el deseo de la muestra por contar con una empresa que pueda brindar el servicio de forma profesional, con un 96% de aceptación; así también si se observa el cuadro No. 5, se puede decir que las principales razones que impulsaron la respuesta en la mayoría son inculcados por el deseo de comodidad y ahorro de tiempo por los consumidores. Y el 4% considera que es un servicio costoso.

Pregunta #. 6.-Cuál de estas características le gustaría que exista en esta empresa (señalar solo una).

Cuadro Nro.6.

Creación de una Empresa de Catering y organización de eventos sociales.  
Area de estudio: Cualidades del servicio de Catering.

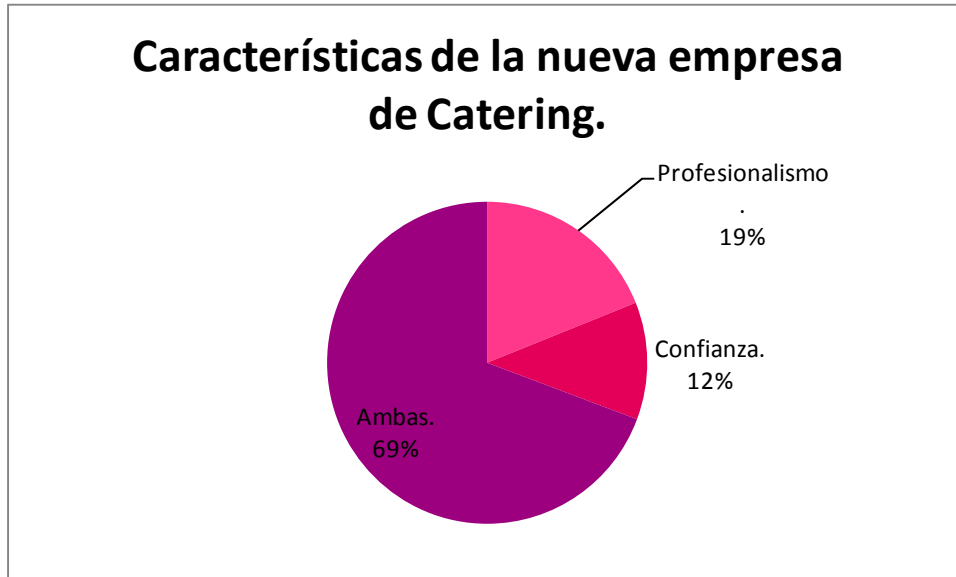
CATEGORAS	TOTAL
Profesionalismo.	18,89%
Confianza.	11,85%
Ambas.	69,26%
Total general	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Tesista



Gráfico No. 6



La información de *la gráfica No. 6* indica que *la nueva empresa deberá brindar los servicios de catering en forma profesional y ser confiable para los consumidores; pues son los deseos de las personas encuestadas cuya respuesta alcanza el 69% del total.*

**Pregunta #. 7.- A su parecer el servicio debería incluir.**

Cuadro Nro.7.

Creación de una Empresa de Catering y organización de eventos sociales.  
 Area de estudio: Servicios que debería incluir la empresa de Catering.

CATEGORAS	TOTAL
Asesoramiento para organizar.	14,07%
Repartir tarjetas, elegir local, comida y etc.	6,30%
Servicio de alimentos.	2,59%
Solo alquiler.	3,33%
Todo completo.	73,70%
Total general	100,00%

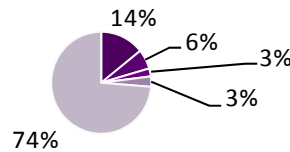
Fuente: Encuestas  
 Elaboración: Tesista



Gráfico No. 7

### Servicios que debería incluir la nueva empresa de Catering.

- Asesoramiento para organizar.
- Repartir tarjetas, elegir local, comida y etc.
- Servicio de alimentos.
- Solo alquiler.
- Todo completo.



**Cuando se preguntó a la muestra sobre los servicios que debe incluir la nueva empresa de catering, se puede observar claramente en el gráfico No. 7, que los deseos tienden a un “todo completo”; pues tiene un 74% del total de la muestra.**

### Pregunta #. 8.- Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por este servicio?

Cuadro Nro.8.

Creación de una Empresa de Catering y organización de eventos sociales.  
 Area de estudio: Preferencia para cancelar los servicios de Catering.

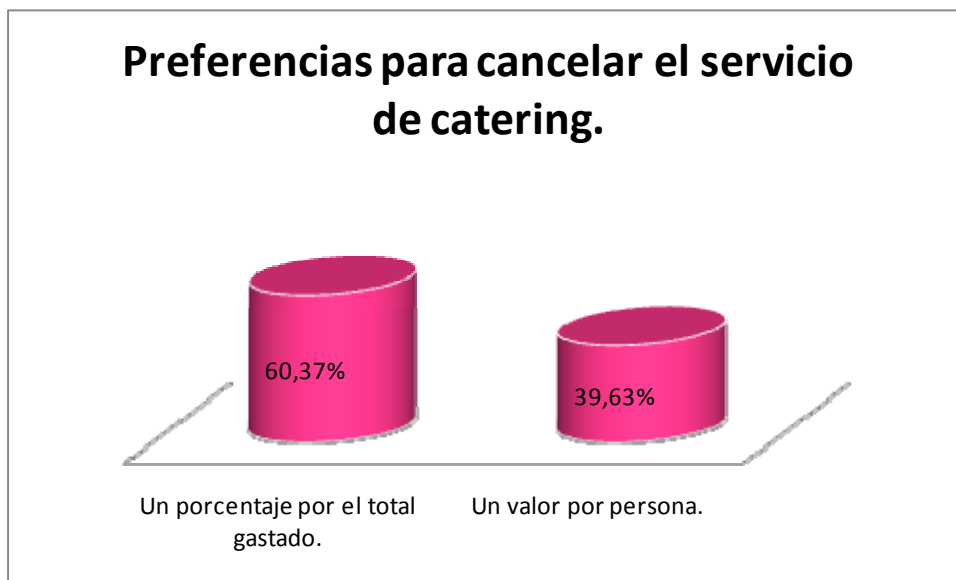
CATEGORAS	TOTAL
Un porcentaje por el total gastado.	60,37%
Un valor por persona.	39,63%
Total general	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Tesista



Gráfico #. 8



***Cuando a la muestra de la población encuestada se le dio dos opciones para la forma de pago del servicio de catering, la preferencia fue por la respuesta número uno, con un 60,37%, cuya posibilidad es de asignar un porcentaje por el valor total gastado en el evento social realizado. Y el 39,63% cree que mejor sería cancelar los servicios de catering asignando un valor por persona.***

**Pregunta #. 9.- Estaría dispuesto a pagar?**



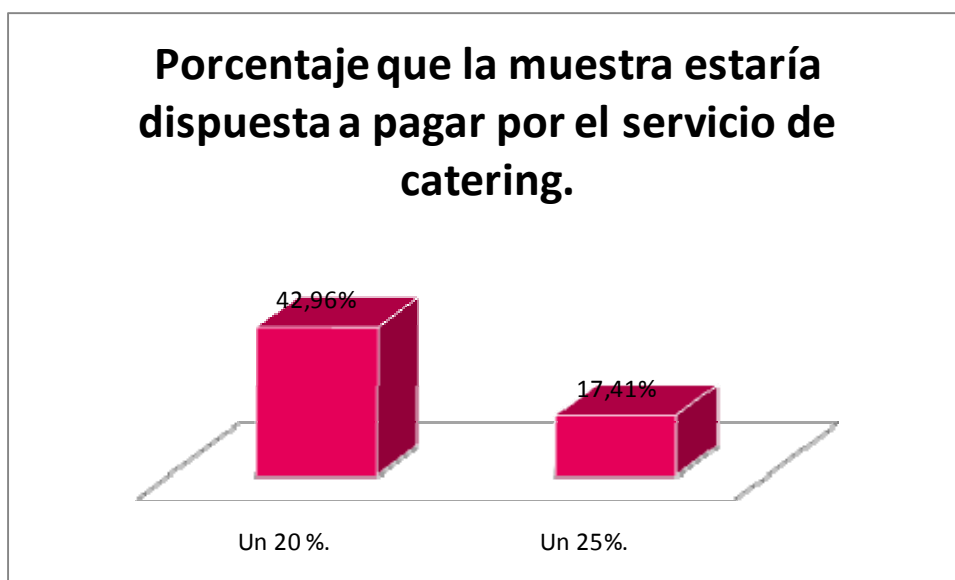
Cuadro Nro.9.

Creación de una Empresa de Catering y organización de eventos sociales.  
 Area de estudio: Especificación del porcentaje para cancelar los servicios de Catering.

CATEGORAS	TOTAL
Un 20 %.	42,96%
Un 25%.	17,41%
No responde	39,63%
Total general	100,00%

Fuente: Encuestas  
 Elaboración: Tesista

Gráfico No. 9



**Con relación a la pregunta anterior, en el gráfico No. 9, se puede apreciar que el porcentaje indicado para cancelar el servicio de catering sería la opción uno, cuyo porcentaje de respuesta es de 42,96%; dejando evidenciar que la tendencia de gasto en los consumidores siempre será por lo más bajo cuando de eventos sociales se trata.**

#### 1.4. Conclusiones Generales:



Entonces; se puede concluir diciendo, que del total de la población de la muestra el 70,31% de los encuestados ha solicitado alguna vez el servicio de catering. Dentro de esto, los servicios más requeridos con un porcentaje de 37,41%, han sido “Todos”, es decir: alquiler, comida y organización.

Al solicitar el nombre de la empresa que brindó el servicio se puede notar que la población encuestada no tiene un recuerdo memorial de la misma, en todo caso la empresa que mayor posicionamiento en el mercado local es Casa Real con un 18% en relación a otras empresas que existen en la ciudad de Cuenca. En torno a las respuestas de las opciones de la pregunta cuatro el índice mayor es de 42,2% que corresponde a “muy buena” y 32,58 a “Excelente”; dando un valor de aceptación del servicio de catering por parte de la población encuestada del 74,78% del total de la muestra.

Al plantear la posibilidad de la creación de una empresa que brinde todos los servicios y además lo haga de forma profesional, la respuesta es muy significativa; pues alcanza un valor del 69% de aceptación.

Y al plantear las dos características que debería tener la nueva empresa; el cuadro de la pregunta No. 6 indica que en un 69% “Ambas” profesionalismo y confianza; además de ofrecer todos los servicios como: asesoramiento para la organización del evento, repartir tarjetas, elegir el local, elaborar la comida, brindar alquiler de carpas, sillas, entre otros.

Para cubrir así la necesidad de los consumidores representada con un 74% en la respuesta de la pregunta número 7.

Y las preferencias para cancelar el servicio de catering son según el cuadro No. 8 con un 60,37% del total la respuesta “Un porcentaje por el valor total gastado”; más en el cuadro No. 9 con un 42,96% hace referencia a “Un 20%”.



Resumiendo el análisis acerca de la información obtenida se puede concluir diciendo, que en el sector urbano de la ciudad de Cuenca existe una aceptación del servicio de catering; que un 29,69% de la muestra no ha utilizado el servicio y que existen la necesidad en los consumidores de contar con una empresa que brinde todo lo necesario para realizar su evento social en un solo lugar para su comodidad y que las empresas que se encuentran en el mercado no están bien posesionadas o no brindan todos los servicios que los consumidores necesitan.

#### **1.4. Conclusión para la investigación:**

En torno al análisis realizado de la información procesada en esta investigación se recomienda la creación de la empresa de Catering y Organización de Eventos Sociales, cuyos objetivos estén encaminados a cubrir las necesidades existentes en el mercado local de una forma profesional; es decir con fundamentos teóricos-prácticos capaces de cubrir las expectativas de los consumidores.

## **CAPÍTULO II**

### **2. EL CATERING.**



**2.1. Concepto:** La palabra Catering es un vocablo que proviene de la lengua inglesa, indica la acción de brindar servicio de abastecimiento de comida y bebidas a y en los aviones. Por extensión estos mismos servicios prestados en tierra en banquetes, recepciones o a colectivos (escuelas, cuarteles, hospitales, entre otros.)

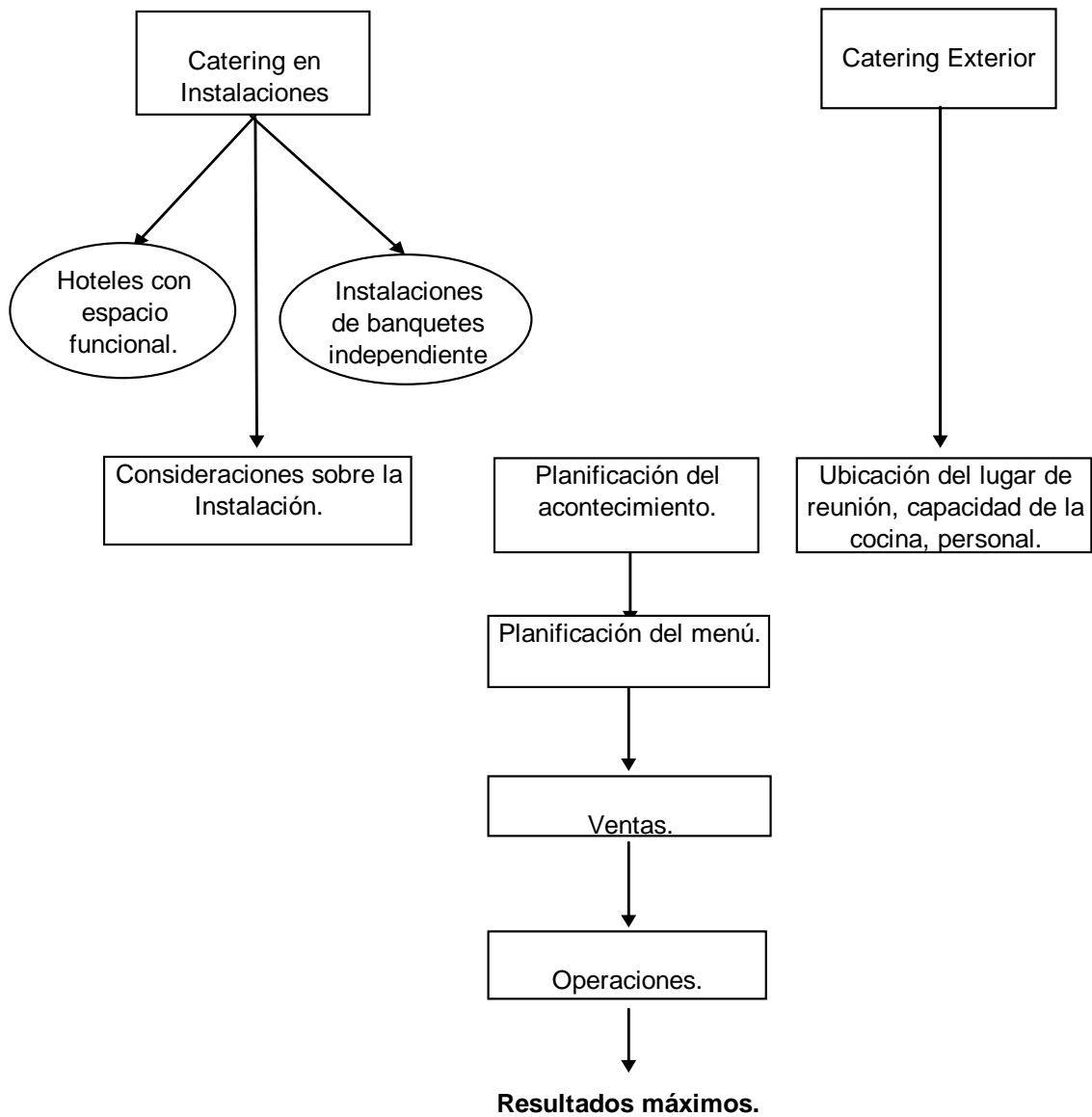
**2.2. Clasificación:** El Catering se clasifica en: catering en instalaciones y el catering exterior.

El Catering en instalaciones es una disciplina en la cual una empresa dispone de una instalación en donde se proporciona comida, bebida, el apoyo logístico necesario y el servicio a otra empresa o personas para diversos usos.

En tanto que en el Catering exterior la empresa no dispone de una instalación para brindar el servicio y contrario a la disciplina anterior, proporciona el alimento/ bebida, el apoyo logístico necesario y el servicio a una empresa o a personas en un lugar de reunión diferente.

Estas dos disciplinas comparten algunas características, como: el menú y la planificación de acontecimientos, así como determinadas cuestiones de funcionamiento pero no todas. La diferencia fundamental es que el proveedor del servicio de Instalaciones debe considerar la disponibilidad y la mejor utilización de sus espacios funcionales que pueden ser limitados. Los de Exterior no están limitados necesariamente por el espacio sino por su capacidad para localizar lugares de reunión, y para lograr una capacidad de cocina y un nivel de personal adecuados; más el objetivo es el mismo, obtener resultados máximos.





### 2.3. El Espacio Funcional.

Se denomina espacio funcional a un espacio físico determinado, creado para desarrollar una actividad específica que nace por una necesidad creada a partir de una relación en sociedad. Entonces, llámese espacio funcional a: salas de



reuniones, salas de baile, salas de exposiciones y otros espacios para banquetes; que las empresas ponen a disposición de otras empresas o personas para usos diversos.

Mientras mejor se pueda utilizar este espacio, se podrá maximizar los ingresos en el catering.

#### **2.4. Catering Exterior.**

De acuerdo a las características de esta disciplina, el funcionamiento debe ser flexible y adaptable, es decir; el proveedor de Catering Exterior debe estar dispuesto y ser capaz de realizar todo lo que necesita en ruta. La logística es una parte importante de las responsabilidades de este proveedor, por lo cual debe centrarse en dos aspectos principales, estos son: la preparación y el transporte.

La preparación determina si un acontecimiento va a funcionar y cómo va a hacerlo, esto debe estar en función a la capacidad de cocina y personal. La capacidad de cocina es la cantidad de comida que puede producirse manteniendo normas de seguridad e higiene en un periodo de tiempo determinado, a lo que debe sumarse la experiencia y despliegue de personal con el que cuente el proveedor.

El transporte en el Catering Externo resulta de vital importancia, el mismo que puede ser de dos formas: la cocina móvil que es una cocina sobre ruedas utilizada por proveedores de catering pequeños que no necesitan cocinar grandes cantidades de comida en poco tiempo, ya que están limitadas por su capacidad de cocinar y de almacenar; y, el vehículo de uso general que se utiliza para transportar y almacenar alimentos completamente cocinados y son muy prácticos para los grandes acontecimientos, ya que puede usarse para transportar tanto comida como cualquier otra cosa, ejemplo: equipos, personal.



## 2.5. Segmentación del mercado en el Catering.

Para la segmentación del mercado en el Catering se debe considerar los tipos de negocios. Un segmento del mercado es simplemente una parte o segmento del conjunto de negocios reales o posibles que comparten determinadas características y que pueden agruparse de muchas maneras diferentes. Estos rasgos característicos, impulsan al proveedor de catering a analizar cada grupo de manera específica.

Los segmentos de mercado más comunes son: empresarial, asociaciones y otros.

**El segmento de mercado empresarial** es aquel que está constituido por las empresas que realizan negocios para obtener beneficios, generalmente son segmentos que invierte más dinero que cualquier otro segmento; se interesan más por el contenido que por el costo, pagan más dinero con el propósito de garantizar la calidad de los programas.

Ejemplo: Empresa que venden productos farmacéuticos.

**El segmento de mercado de las asociaciones** formadas por grupos de personas o empresas que comparten objetivos o metas, que se reúnen por motivos de investigación, educación, políticos o de relaciones públicas. Es un segmento que se preocupa más por el costo, porque frecuentemente son sus miembros los que pagan los servicios.

Ejemplo: Encuentro Nacional de Educadores Cristianos.

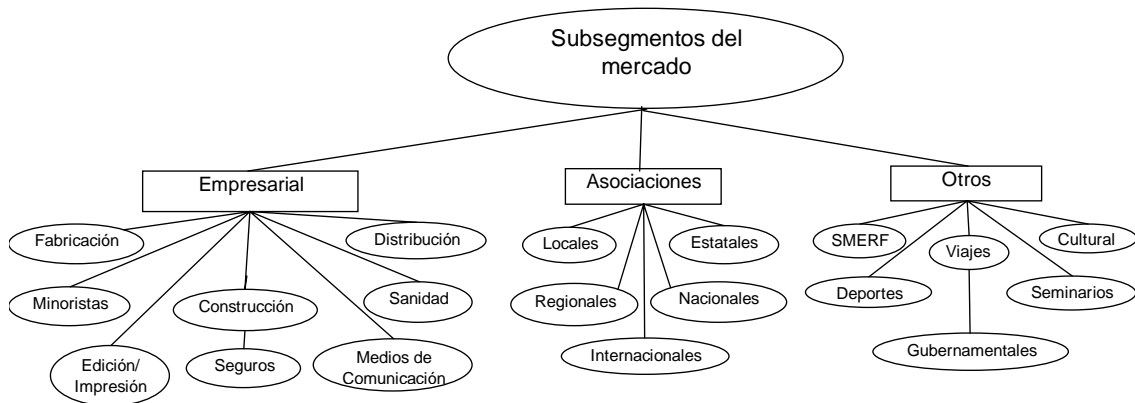
**Y el segmento de mercado otros** denominado también mercado primario, tiene un mayor interés en los costos que los otros dos segmentos. Pueden ser grupos grandes o pequeños y generalmente se reúnen para estrechar lazos, formación continua u otras muchas razones. Tiene cinco componentes



primarios: **social** (bodas, bailes de gala, colectas de fondos, etc.), **militar** (reuniones, ceremonias de condecoraciones), **educativo** (formación continua y ceremonias de títulos), **religioso** (asambleas, cultos) y **fraternal** (fraternidades, club de estudiantes).

Ejemplo: Baile de gala de las alumnas de los Sextos Cursos del colegio Sagrados Corazones.

Los mercados pueden analizarse para distinguir el grupo de negocios posibles en subsegmentos diferentes o más definidos como:



## 2.6. Instrumentos de ventas de Catering.

Los instrumentos básicos para la venta en el catering son: conocimientos del producto, conocer a la competencia, dominar los impresos de comunicación con el cliente y los instrumentos de venta.

El producto de un vendedor de catering de instalaciones será la instalación y del vendedor de catering exterior será el conocer todos los productos que puede ofrecer, como: los menús, limitaciones, posibilidades, productos especiales, etc.



El conocimiento de la competencia es realmente necesario, pues solo cuando existe competencia, las empresas se superan a sí mismas y mejoran sus técnicas; para poder superar al adversario es necesario conocer a fondo los aspectos favorables y desfavorables y saber ganarse su respeto.

## **2.7. La planificación del evento.**

El personal tanto de la disciplina del Catering en Instalaciones como el de Catering Exterior debe conocer todos los procedimientos y análisis, que se agrupan bajo el título de planificación funcional del acontecimiento.

**La planificación funcional del acontecimiento** comprende los aspectos destinados a asegurar los espacios funcionales, que no están relacionados con los alimentos ni las bebidas e incluyen cuestiones logísticas adicionales.

**La logística de la planificación de acontecimientos** se encarga de garantizar el transporte (terrestre y aéreo), gestionar los programas (organización de las respuestas a las invitaciones de los asistentes, programación de los alimentos y la bebida), supervisión de los contenidos (oradores, programación de las funciones, materiales de los programas) y organización de actividades (programas para los cónyuges, emplazamiento fuera del lugar de reunión, entrenamientos).

Para conseguir un desarrollo adecuado de logística de la planificación de acontecimientos es preciso seguir una **organización administrativa**, cuyo engranaje debe montarse con el fin de que, en su momento se pueda hacer frente a todo tipo de servicios o banquetes, de forma que éstos se lleven a cabo sin errores y hagan que el cliente encuentre todo, según era su deseo.



Esto requiere una especial atención a un sistema de archivos e impresos, ya que éstos facilitarían un control exacto de todo cuanto deba hacerse; los sistemas a aplicarse dependerán del tamaño de la empresa.

Es importantísimo tener controlados los más mínimos detalles de un servicio, desde el primer contacto con el cliente hasta la realización del mismo.

En este orden y como base toda empresa debería tener el registro de la siguiente información:

**- Presupuesto y Reservas de salones o servicios:**

Para realizar un presupuesto se lo debe hacer de forma escrita, en un documento que conste de un original (cliente) y como mínimo con dos copias (una para la gerencia y otra para el archivo).

Este documento llamado Carta – Cotización se deberá precisar la siguiente información:

- Fecha en que se realiza el contacto con el cliente
- Fecha de la reserva.
- Tipo de evento.
- Lugar.
- Nombre del cliente, domicilio y teléfono.
- Coordinador y responsable por parte del cliente.
- Servicio solicitado: Salón, tipo de Banquete, alquiler, etc.
- Número de personas.
- Valor unitarios o por paquete.
- Valor total. Debe especificar si los valores correspondientes a transporte, impuestos están o no incluidos dentro de ese valor.
- Día del montaje.
- Hora de inicio del evento.



- Forma de pago. (No se debe dar crédito a nadie que no haya sido autorizado previamente por la oficina de crédito).
- Observaciones. Dentro de esta opción se podrá hacer constar detalles de responsabilidad de parte a parte o beneficios que no han sido antes estipulados.

### CARTA – COTIZACIÓN No. 001

Cuenca, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_

Señor (es)

\_\_\_\_\_

Ciudad.

De nuestras consideraciones:

Reciba (n) un cordial saludo, para el Grupo \_\_\_\_\_, es un honor poder ser parte del éxito de su evento.

Por medio de la presente, queremos hacerle llegar el presupuesto para el evento solicitado por su persona; el mismo que a continuación detallamos:

Fecha del evento: \_\_\_\_\_

Tipo de evento: \_\_\_\_\_

Lugar: \_\_\_\_\_

Servicio o producto solicitado

Alimentación:

\_\_\_\_\_



Alquileres:

---

Servicios:

---

Número de personas: \_\_\_\_\_

Valor por persona en Alimentación: \$.\_\_\_\_\_

Valor del descorche por persona: \$.\_\_\_\_\_

Valor por unidad en Alquileres por día: \$. \_\_\_\_\_

Valor por hora de Servicios: \$.\_\_\_\_\_

Adicionales:

Valor del transportación: \$.\_\_\_\_\_

Valor del montaje y desmontaje: \$. \_\_\_\_\_

Valor de lavado de (vajilla y cristalería): \$.\_\_\_\_\_

Día y hora del montaje:

Hora de inicio del evento:

Hora de finalización:

Valor hora extra por \_\_\_\_\_: \$.\_\_\_\_\_

Agradeceremos que nos facilite el nombre y teléfono de otra persona que usted considere sea apoyo para la organización y cuenta con su autorización para toma de decisiones, a la cual nosotros podamos consultarle sobre detalles que sean importantes para el desarrollo del evento; en caso de que usted no pueda atendernos.

Estimado (a) señor \_\_\_\_\_, debe considerar que los precios no incluyen los impuestos de ley (12% IVA y 10% del Servicio).





La forma de pago será:

70% del total para confirmar la orden y el 30% restante con un cheque para el día \_\_\_\_\_ (posterior a la culminación) o un día antes del evento.

**Observaciones:** Le recordamos que los valores correspondientes a los servicios de alquiler son por día y que tanto la vajilla como la cristalería debe ser devuelta en las mismas condiciones en las que recibió; es decir limpia y en perfectas condiciones.

Que todo alquiler requiere una garantía, etc.

Si se trata de ventas de A y B, recuerde que el número de personas por las que realizará la confirmación del servicio, será considerado como el numero mínimo por las cuales debe cancelar; asistan o no al evento.

En caso de tener cualquier inquietud, por favor comuníquese a los teléfonos ..... y gustosos lo atenderemos.

Sin más por el momento y en espera de una pronta confirmación, se suscribe de usted.

Atentamente,

\_\_\_\_\_

Dep. Alimentos y Bebidas

CATERING Y ORGANIZACIÓN DE EVENTOS SOCIALES

c.c.- Gerencia



Archivo.

Finalizada la visita del cliente bien haya sido personal o telefónica, tentativa o definitiva, se anotará la reserva en un libro que tiene como objetivo tener constancia de los servicios ocupados para que en ningún caso puedan venderse un “Servicio dos veces”, lo cual provocaría un gran problema de difícil solución. Las cancelaciones deberán hacerse constar en el casillero correspondiente, con el fin de dejar constancia.

Cuando un cliente solicita un servicio una fecha determinada y éste está comprometido pero no confirmado, antes de dar una negativa, el responsable de ventas deberá ponerse en contacto con el cliente que tenga hecha la reserva para recordarle que la tiene y ver si puede confirmarla. Esto deberá hacerse con tacto, pues el cliente puede molestarse y se podría perder esa venta.

**DEPARTAMENTO DE VENTAS:**

**REGISTRO DIARIO DE PROPUESTAS PARA VENTAS**

Fecha de Registro	Cliente	Carta-Cotización #.	Servicio Solicitado	Tipo de Evento	Fecha del Evento	Confirmación	Negación	Vendedor Responsable	Observaciones

Para bloquear una reservación se requiere que el vendedor haya cerrado la venta con un contrato previo a facturación y que el cliente registre el anticipo requerido en Caja o el Departamento Contable; esto será estipulado según políticas de cada empresa.

# Universidad de Cuenca



DEPARTAMENTO DE COBRANZA O CAJA:

**REGISTRO DE ANTICIPO DE CLIENTES**

Fecha:				Nombre del Cliente				Comprobante de Ingreso #:					
#. Cédula:				Ruc.:									
Teléfono:				Celular:									
Dirección:				Carta-Cotización #:									
FORMA DE PAGO													
ANTICIPO 70%						SALDO 30%							
Efectivo		Cheque			Tarjeta Crédito		Efectivo		Cheque			Tarjeta Crédito	
\$.	#.	Banco	Valor	Corriente	Diferido	\$.	#.	Banco	Valor	Corriente	Diferido		

\_\_\_\_\_  
Firma del Responsable  
Dep.Cobranzas o Caja

\_\_\_\_\_  
Firma del Cliente  
Cl.#.

c.c.- Cliente  
Dep. Ventas

## Orden del servicio:

Una vez registrado el ingreso del anticipo por parte del cliente, el Departamento de Ventas debe elaborar la orden del servicio para comunicar a todos los departamentos o secciones de la empresa que tiene relación con la organización y así puedan preparar lo que les corresponda a cada uno, esto deberá ser con un mínimo de dos días anteriores al evento.

Al confeccionar esta orden se tendrá especial cuidado en que figuren claramente todos los detalles del servicio, añadiendo los apéndices necesarios que puedan concernir a cada departamento o sección.

Los datos de interés general son: fecha de contratación, número del comprobante de ingreso del anticipo, tipo de evento, dirección, número de personas, entre otros.

Los apéndices pueden ir dirigidos a los siguientes departamentos o secciones, según sea el caso en cada una de las disciplinas del catering:



### **Recepción y Consejería:**

Para informar a los empleados a que se encargue de poner los carteles o pizarra con la información básica del evento, en las zonas de acceso.

Que estén pendientes a la llegada de los invitados y puedan indicarles a su entrada por la puerta principal, al lugar a donde deben dirigirse.

### **Ama de Llaves o Limpieza:**

Para que se encargue de la limpieza de los lugares a ocupar y zonas próximas, antes y después de cada servicio, con especial atención a los baños.

### **Departamento de Bodega:**

Detallar todos los equipos, utensilios, materiales, entre otros que se necesitan para el emplazamiento.

Llevan un control minucioso de todo cuanto entra y sale de la empresa, revisando siempre que el inventario este correcto.

### **Compras:**

Se deberá indicar todos los detalles particulares sobre compras especiales; es decir aquellas no se realizan de forma habitual, haciendo constar detalles como: marca, precio, proveedor, entre otros.

Responsable de la provisión de todo lo que se necesite para la puesta en marcha del evento.



**Departamento de Mantenimiento (Servicios técnicos) o Departamento de Instalación:**

Para indicarles la necesidad de luces, sonidos, aire acondicionado, colocación de carteles o decoraciones, tarimas, pistas de bailes, etc.

De ser necesario entregarles un mapa para la ubicación de carpas, sillas, mesas, etc.

**Departamento de Alimentos y Bebidas-Cocina:**

Indicar a detalle todo el menú a ser servido, especificando el nombre de cada plato; forma en que se ha de realizar cada servicio y montaje. Este departamento será el encargado de la producción de todo lo que a alimentos y bebidas se refiere.

**Facturación-Departamento de Cobranzas:**

Al finalizar un servicio se debe emitir la factura, haciendo constar en ella: los datos del cliente, el número de invitados, precio por cubierto y los conceptos extras que se hayan contratado o producido durante el servicio.

Solo cuando se realiza esta liquidación, el cliente podrá hacer la cancelación total del servicio, es decir el 30% más los extras.

**Departamento de Relaciones Públicas-Carta de Evaluación:**



Al día siguiente de haber dado el servicio, el departamento de Alimentos y Bebidas o el Vendedor de Eventos, remitirá una carta de Evaluación de servicio al Cliente o Empresa responsable del evento, en la cual deberán figurar todas las incidencias y pormenores que pueden haber tenido durante el servicio. Es importante conocer a través de esta carta lo bien o mal que haya salido el servicio; pues ello servirá de crítica constructiva, que ayudará en el futuro a mejorar el servicio.

Los conceptos que deben figurar en esta carta son:

- Nombre del Cliente.
- Tipo de evento o servicio.
- Número de personas, contratada real.
- Fecha de su realización.
- Preguntarle su opinión o evaluación de los siguientes servicios:
  - Funcionamiento de servicios técnicos, luces, sonido, aire acondicionado, movilización.
  - montaje, etc.
  - Presentación de la comida.
  - Prontitud del servicio.
  - Cortesía e Higiene del personal.
  - Exactitud con las horas del servicio.

Los calificativos serán: Pobres, Regulares, Bien, muy Bien y la contestación de esta carta la recibirá el Gerente, la evaluará y si lo estima necesario comentará sus incidencias, anexándole por su parte los comentarios que sean necesarios e inmediatamente tomará las medidas de lugar.



**DEPARTAMENTO DE VENTAS:**

**ORDEN DE SERVICIO #.**

Fecha:

De: Departamento de Ventas

Para: Departamentos de la Empresa

Estimados Compañeros, se les comunica que se ha realizado la venta para el siguiente evento:

Fecha de contratación:

Comprobante de Ingreso #.:

Cliente:

Fecha del evento:

Dirección:

Motivo:

Teléfono Móvil:

#. Pax:

Teléfono Fijo:

Observaciones:

Recuerden que la comunicación efectiva es imprescindible para garantizar el éxito en el desarrollo del evento.

En caso de tener cualquier inquietud, acercarse al departamento y consultar.

Gracias,

\_\_\_\_\_  
Vendedor Responsable

c.c.-Gerencia  
Archivo

**Apéndice #. 1**

**Departamento de Recepción y Consejería**

Nombre del Empleado a Cargo:

Hora inicio del evento:

Hora terminación del evento:

Detalle del requerimiento específico:

Firmas de Responsables

\_\_\_\_\_  
Departamento de Ventas

\_\_\_\_\_  
Departamento de Recepción y Consejería

Recibido a las .. (hora), del.. (fecha).

c.c- Archivo  
Gerencia



**Apéndice #. 2**

**Departamento de Ama de Llave o Limpieza**

Nombre del Empleado a Cargo:

Hora inicio del evento:

Hora terminación del evento:

Detalle del requerimiento específico:

Firmas de Responsables

Departamento de Ventas

Departamento de Ama de Llave o Limpieza

Recibido a las .. (hora), del.. (fecha).

c.c- Archivo  
Gerencia

**Apéndice #. 3**

**Departamento de Mantenimiento (Servicios Técnicos) o Departamento de**

Nombre del Empleado a Cargo:

Requerimiento Bodega #.:

Fecha Armado:

Chofer Responsable:

Hora de salida:

Vehículo para movilización:

Fecha Desarmado:

Chofer Responsable:

Hora de salida:

Vehículo para movilización:

Detalle para el Montaje:

Firmas de Responsables

Departamento de Ventas

Departamento de Mantenimiento o Instalaciones

Recibido a las .. (hora), del.. (fecha).

c.c- Archivo  
Gerencia  
Adj: Croquis del Montaje





## 2.8. EL MONTAJE:

El Gerente de Banquetes o Vendedor del Evento, llegado el día de realizar el servicio deberá planificar éste, supervisando en principio todos los detalles que figuran en la orden de servicio. En primer lugar deberá prever, para el número de invitados que concurran al evento, el personal que se precise para el mismo, entre otros.

La necesidad de personal de servicio varía en relación al tipo de servicio que se vaya a ofrecer, ya sea comida tipo buffet o comida emplatada.

Para comida tipo buffet se necesita:

Un Camarero por cada 25 personas.

Un Bartender hasta 150 personas, de ahí en adelante (2)

Un Supervisor para más de 50 personas.

Para comida emplatada serían:

Un Camarero y un ayudante por cada 25 personas

Un Supervisor por más de 40 personas

Un Bartender hasta 150 personas, de ahí en adelante (2)

También debe chequear que todo el material que se necesite para el montaje esté preparado, en perfectas condiciones y verificar si la cantidad que se necesita está disponible y a la mano.

Algunos de estos Materiales Son:

- Sillas Limpias y en buenas condiciones.
- Mesas limpias y en buenas condiciones.
- Manteles limpios, planchados y sin huecos.
- Servilletas limpias, planchadas y sin huecos.
- Cubertería Limpias y pulida.
- Lozas limpias y pulidas que no estén rotas.
- Saleros y pimenteros limpios y llenos.
- Ceniceros limpios.



- Cristalería Limpia y pulida.
- Decoración adecuada.
- Carros transportadores de comida caliente y fría.
- Jarras para servir agua.
- Jarras para servir leche y café.
- Charoles para servir comidas.
- Charoles para servir bebidas.
- Cooler o enfriadores para bebidas.
- Equipos auxiliares (Proyector, pantalla, Pizarrón, rota folio, podium, pedestales, y micrófonos, equipos de transmisión simultánea).
- Utensilios de servir (hieleras y pinzas).
- Suministro de papelería (Servilletas, removedores, fósforos y otros).

El montaje de un evento o banquete requiere suficiente tiempo, para ir ejecutándose debidamente todos los detalles que exige la planificación que previamente se ha convenido.

La forma de efectuar el montaje dependerá de la forma del espacio funcional a ocupar, dimensiones, etc., así como del número de comensales a los que haya que dar servicio y del tipo de éste.

Es conveniente hacer un pequeño croquis con la distribución de las carpas, mesas; facilitando de esa manera el trabajo.

## **2.9. Planificación del Menú.**

La confección de menús para eventos es uno de los puntos más importantes a tener en cuenta, ya que de su composición y precio depende en gran parte el éxito de la contratación del servicio.



En principio, existen una serie de menús, que sirve para podérselos entregar al cliente, cuando éste acuda en visita de información. En muchos casos hay que confeccionarlo al momento, si los ya preparados no se ajustan al gusto y necesidades del cliente, tanto en lo que se refiere a calidad como a precio. Si los menús no gustaron se debe tratar de confeccionarlos conjuntamente con el cliente y preguntarle sus referencias para poder ayudarlo.

La confección de los menús correrá a cargo Encargado de Banquetes o Vendedor de Eventos, el cual a su vez se asesorará del Chef o Jefe de Cocina para conjuntamente considerar el costo, ejecución y posibilidad de servicio. Para que los menús tengan aceptación por parte del cliente, que el costo y precio estén a la altura y competencia, y para que se adapten a la cocina y servicio se deberán tener en cuenta las siguientes normas:

- Considerar que por encargo de una persona y organización hay que satisfacer a distintas personas, cuyos gustos, edades y salud suelen ser muy variados; motivo por el cual debe tratarse de llegar a punto medio en que la comida pueda ser aceptada por todos los que asistan al evento.
- Debe considerarse la religión, costumbres y nacionalidad de los invitados.
- La capacidad física del lugar de producción. Hay que tener presente el tipo de cocina y personal con que se cuenta en relación con el equipo y la destreza del personal.
- Saber las provisiones de estación para la oferta de los productos. Tanto por costo como por producción.
- La preparación de platos que puedan prepararse con facilidad y antelación suficiente para que éste a su vez llegue a la mesa en su justo punto (Alimentos fríos, temperatura 4°C y Alimentos calientes, temperatura 70°C).



- No considerar platos que puedan confeccionarse al momento, pues esto produciría un retraso en el servicio y quejas por parte de los invitados. Es deber del encargado de Banquetes o Vendedor de Eventos, cuando contraten un servicio asesorar al cliente sobre éste punto.
- Que los platos tengan un balance adecuado; de ligero a pesado, y nuevamente ligero (la cantidad de calorías por servicio son: Desayuno de 900 a 1200 Kcal.; Almuerzo de 1300 a 1500Kcal. y Cena de 1200 a 1400 Kcal. Punto de saturación 1600Kcal.)
- Usar productos y métodos de preparación de alimentos que conserven las propiedades nutritivas de las materias primas (vitaminas y minerales).
- Que los platos que se vayan a servir no resulten una dificultad para el camarero.
- El Motivo de la Celebración de un evento, también influye en el tipo de menú que deba dar.
- Evitar la discordancia de colores, así como las repeticiones tanto en productos como en preparaciones.
- Escribir con buena ortografía y de forma correcta.

### **2.9.1. Composición del menú.**

Es muy importante saber diferenciar los diferentes tipos de menús que se pueden ofrecer de acuerdo al evento que se está realizando, la hora y el clima.

“En la actualidad pueden observarse diferentes formas, modelos y tamaño de menús según las reuniones y los establecimientos de acuerdo con las horas de servicio de cada restaurante; existen dos clases básicas de menú: comida corrida (conocido como menú) y a la carta<sup>2</sup>; pero también hay menús cíclicos y especiales”<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup> Manuales seccionales de capacidad de CANIRAC, 1985.

<sup>3</sup> Administración de COMEDOR y BAR, pág. 142.



Las características de cada clase de menú son diferentes; así: el **menú de comida corrida** tienen un menú fijo de entradas, existe una selección dentro de cada entrada, el precio es fijo y todos los platos están listos a una hora determinada.

El **menú a la carta** presenta una lista completa de todos los platos que ofrece un establecimiento, el precio es individual de cada plato y tiene un tiempo determinado de elaboración y se cocina a contraorden.

El **menú cíclico**, como su nombre lo indica, los platos son programados para un período determinado, que pueden ser: semana, mes, trimestral, semestral o anual. Los precios se mantienen fijos. Por lo que es necesario tener un control minucioso de los costos, mermas y desperdicios.

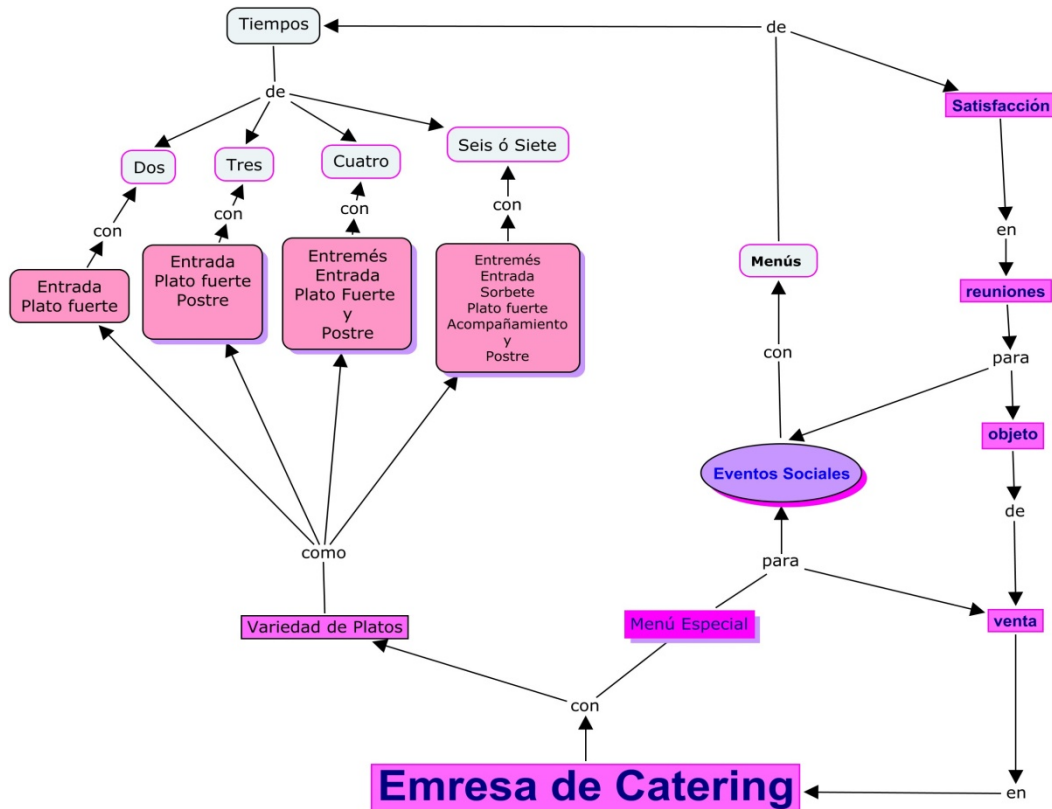
Y el **menú especial** que se prepara para eventos especiales como: Bodas, Quince Años, Primeras Comuniones, Bautizos, entre otros. Se los puede realizar al gusto y preferencia del consumidor y se cobra por persona, cuenta con diferentes opciones de tiempo (menú de 2, 3 o 4 tiempos).

Con la evolución de la cocina y las nuevas tendencias podemos encontrar que en la Nueva Cocina (Nouvelle Cuisine) se habla del menú-degustación o también llamado menú largo y estrecho, en tanto que las tendencias actuales en la Post nouvelle cuisine apuntan a la creación de platos con mayor sencillez que permitan degustar alimentos o preparaciones sin contrastes exagerados y buscando la armonía culinaria. Reforzando lo autóctono con mayor perfeccionamiento (aplicación de técnicas culinarias: corte, cocción, servicio, etc.)

El **Menú-Degustación** o **Menú largo y estrecho**, se trata de una oferta fija, de 6 ó 7 platos, donde se debe incluir con mínimo dos postres, servido en pequeñas porciones para que el cliente pueda degustar lo más significativo de



la Carta del establecimiento o creaciones de Chef de cocina, el servicio debe tener cierta tranquilidad, tratando de no hostigar al cliente estableciendo pausa entre medias.



Entonces, sirve definir los conceptos básicos de cada una de las composiciones del menú:

### Entremés

Es el primer plato en el menú de 4 o 5 tiempos. Se comparte entre las personas de una misma mesa. Un ejemplo es una Tabla de Quesos y Jamones.

### Primer tiempo

Es la entrada del menú. Comúnmente se sirve una sopa o una ensalada. Los menús del catering deben estar diseñados de tal manera que todos los tiempos



fluyan en perfecta concordancia. Por ejemplo resultará pesado servir distintas proteínas (Pescado, Mariscos, Carne o Pollo) en tiempos diferentes. Es recomendable proponer una entrada ligera.

### **Segundo tiempo**

El plato fuerte es el tiempo más importante del menú. Con este plato el catering se luce, ya que usualmente la presentación es muy llamativa a la vista y sobre todo muy apetecible.

### **Acompañamiento**

Solo está presente en el menú de 6 ó 7 tiempos y viene siendo el cuarto plato. Usualmente se sirve algo muy ligero como plato de frutas como Cerezas, Frambuesas, Fresas, Uvas, Kiwi, etc.

### **Tercer tiempo**

Es el toque final de toda cena, el delicioso postre. Generalmente se dan dos tipos de postre, es recomendable hacer dos opciones que no se parezcan, por ejemplo: un Postre de Tres Leches y un Mousse de Chocolate.

### **Sorbete**

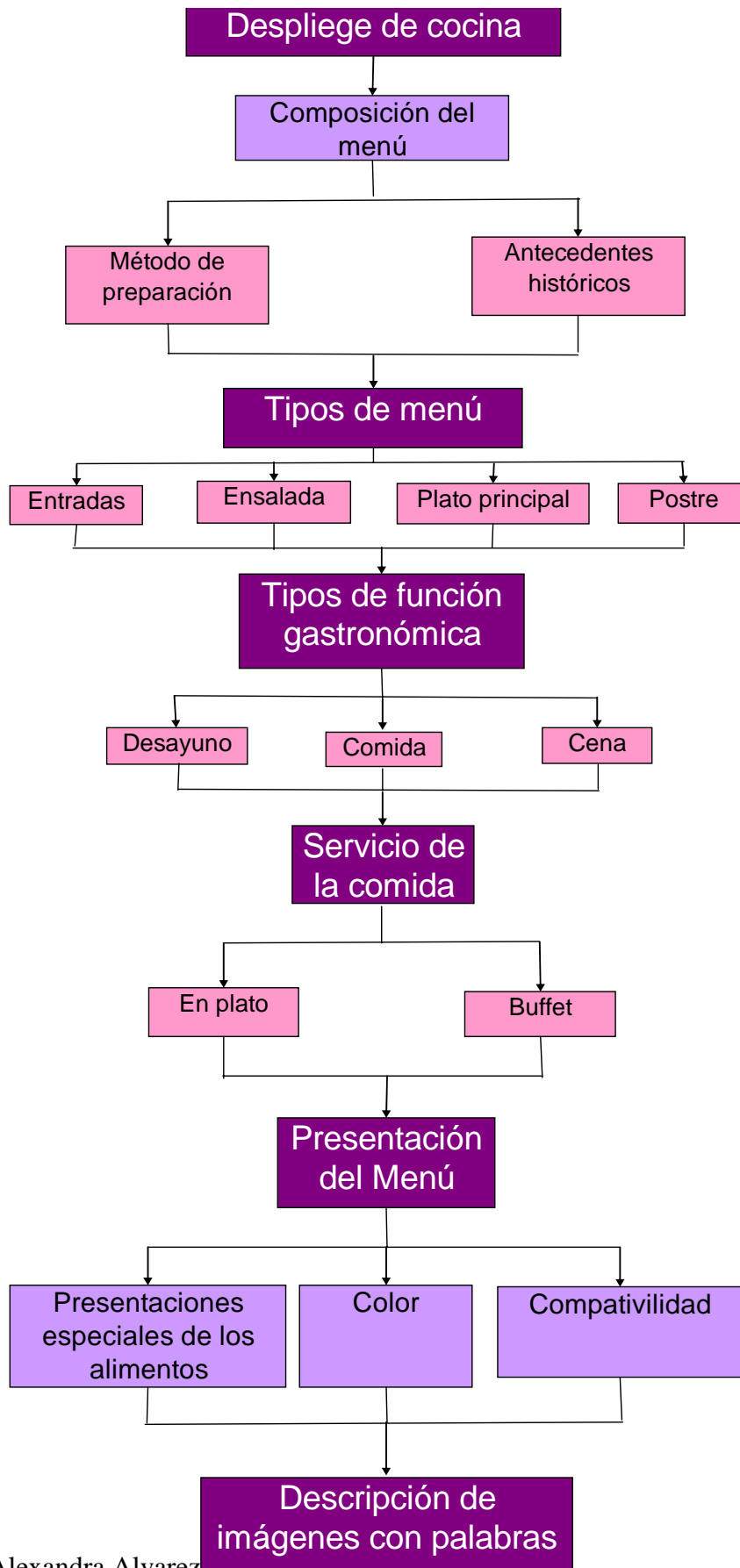
También presente en el menú largo y estrecho, se sirve con el propósito de estimular el paladar, limpiándolo entre los platos principales del menú y en ocasiones como postre. A menudo con un surtido variado de frutas frescas que pueden ir aromatizados con licores. Deben ser refrescantes, de textura helada y sabor frutal ácido y dulce, por ejemplo: Sorbete de Limón al Oporto.

## **2.9.2. Diagrama de flujo de la planificación del menú.**



Este diagrama señala los pasos y la base de conocimientos que necesita un Gerente de Banquetes o Vendedor de Eventos para diseñar menús creativos y funcionales.







Con todos estos aspectos se puede concluir, diciendo que para un desarrollo eficaz de las actividades del catering y la obtención de resultados máximos se aplica la siguiente ecuación:

***Planificación óptima del acontecimiento + Planificación creativa del menú x Venta eficaz = Resultados máximos de catering.***

### **2.9.3. Otros productos.**

Debemos recordar que en la actividad de la empresa de Catering, los otros productos son todos aquellos que los clientes pudieran solicitar para complementar el servicio del menú. Como por ejemplo; Carpas lo que garanticen la creación de espacios funcionales en áreas verdes, que éste disponga en su domicilio. El contratar música para ambientar su evento. Arreglos especiales para crear ambiente temáticos, entre otros.

Es por ello que no se puede dejar de considerar en la adquisición acertada tanto en material como en calidad de los mismos.

Se deberá poner especial interés en la compra de materiales con alta resistencia, durabilidad, de fácil transportación, que sean apilables, para optimizar el espacio de ocupación dentro del área de bodega, de construcción segura, con materia prima apta para manipulación de alimentos, entre otros.

### **2.9.4. Los precios.**

Del precio depende gran parte el éxito de la contratación y venta de los servicios, para la fijación de precios es muy importante realizar un análisis de los factores externos e internos, que pueden influenciar en ello.



En el ámbito de la restauración no es fácil definir con exactitud qué es el precio, ya que el problema radica en precisar qué es lo que está comprando en realidad el cliente. En virtud a esto, el concepto de precio tiene que ser más amplio que el tradicional, ya que incluye no sólo el valor del producto, sino también los costos relacionados con la presentación del servicio.

*“El precio es la cantidad de dinero que es necesario para adquirir o cambiar una combinación de un producto, y los servicios que le acompañan”.*<sup>4</sup>

El concepto brindado por Stanton con respecto al precio, hace referencia de la relación para la fijación de precios, en donde el producto físico está acompañado de un alto porcentaje de servicio.

#### **2.9.5. Factores que influyen en la fijación de los precios.**

Los diversos factores que, de una forma u otra influyen en las decisiones relacionadas con la fijación de precios son:

- **Estructura de los costos operacionales**, como en cualquier otra actividad comercial, la estructura de los costos operacionales repercute directamente en los precios de venta del producto final. En este caso, está constituida por los costos de los ingredientes necesarios para la elaboración de los distintos platos del menú, la mano de obra involucrada en la producción y la prestación del servicio, y los gastos generales y de administración.

Además considérese que los costos de la materia prima (es decir, de los ingredientes requeridos para la elaboración de platos) está mucho más sujetos a variaciones en el corto plazo, no sólo por problemas de escasez, sino también por el aumento que experimentan por la inflación.

---

<sup>4</sup> (W.J. Stanton, Fundamentos de marketing, McGraw-Hill, México, 1973, p. 240.)



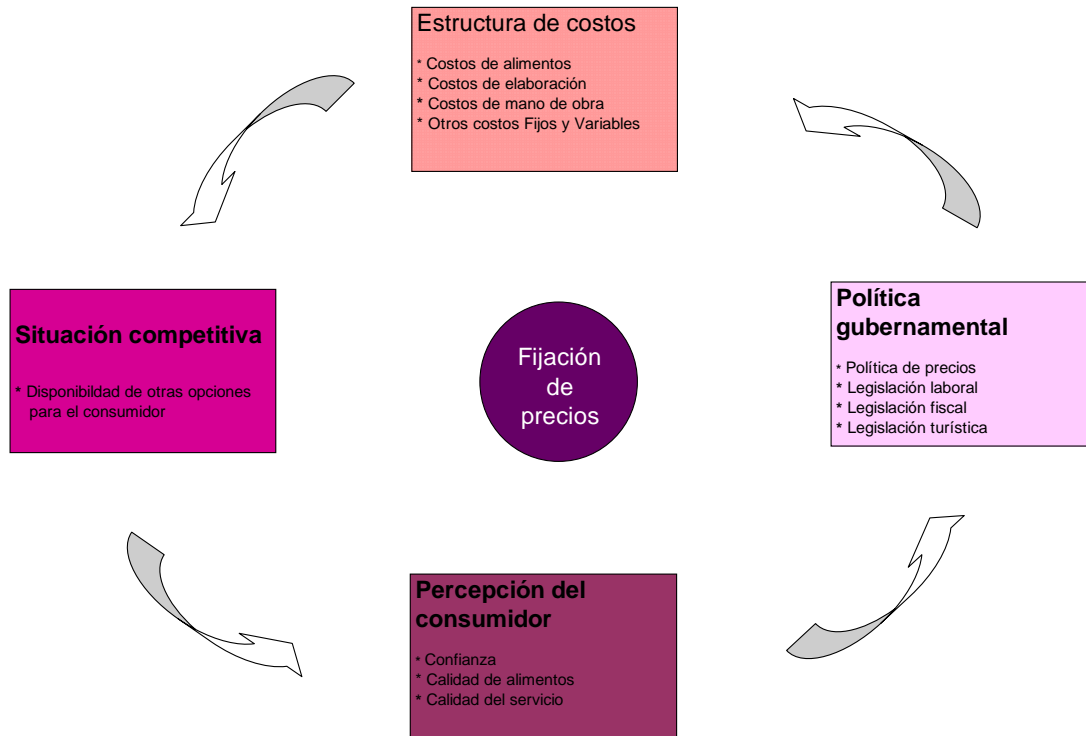
La mano de obra, también representa situaciones muy particulares, ya que los costos podrían cambiar no sólo por aumento de los salarios, sino por la imposibilidad de contar con números altos de empleados permanentes de planta (frecuente contratación eventual de meseros).

**-Disposiciones gubernamentales** que ponen ciertas limitaciones en la fijación de precios, por cuanto, a pesar de que no exista un control de precios, debe cumplirse con lo que establecen las distintas autoridades estatales y municipales, cuyas disposiciones afectan los costos operacionales del desarrollo de las actividades de la empresa, y lógicamente, repercuten en los precios de venta de los servicios.

**-La percepción de los clientes** que también influyen para la fijación de los precios, estos pueden verse afectados por la percepción que tienen estos, en cuanto a la confianza, la calidad de los productos que ofrece y el nivel de servicios que presta la empresa. Por tanto, los precios de los productos deben corresponder a la percepción que tienen los segmentos de mercados hacia los cuales se enfoca la operación.

**-La situación competitiva** que dentro de los factores de influencia se puede considerar como, la cual, en muchos casos, establece un cierto límite a los niveles de precios de la empresa.

Es por todo lo antes expuesto que se debe considerar una revisión frecuente, casi obligatoria de cada uno de los factores, por parte del gerente de la compañía para la fijación de los precios.



Como se aprecia, con en el desarrollo de esta información, el mundo del Catering es un mundo muy interesante y se convierte en una excelente oportunidad para realizar negocios rentables y a corto plazo.

### CAPÍTULO III

#### 3.1.- ETIQUETA Y PROTOCOLO SOCIAL.



### 3.1.1. Conceptos Generales:

La importancia de saber y manejar una correcta etiqueta y protocolo, tanto para la vida cotidiana como para la vida en sociedad, hace que sea un tema de interés para ser desarrollado dentro de esta tesis.

Al ser parte de la formación integral de un futuro profesional de Catering, cuya actividad requiere también asesoramiento sobre esta área, se tratará de forma especial sobre la etiqueta y protocolo social que rige para los eventos sociales en nuestro país; pues esto cambia según la tradición y cultura de cada región, lugar o país.

Para comprender mejor el tema, se citarán conceptos básicos como: Etiqueta, Protocolo, Precedencia y Ceremonial.

**3.1.2. Etiqueta:** Palabra que viene del francés *etiquette*, se refiere al ceremonial que se observa en los actos públicos oficiales. Las normas de etiqueta tienen un carácter universal y están presentes en todos los momentos.

Es el cumplimiento de ciertas formalidades o normas de conductas que deben seguir en los deberes y derechos de los Estados, como forma de expresión para la convivencia internacional.

A pesar de que el ceremonial varía de un país a otro, siempre se conservan principios generales como el de la reciprocidad, que permite a las naciones y personas, desarrollarse en un ambiente de respeto mutuo.

**3.1.3. Protocolo:** Palabra de origen griego (proto-Kollon) que reglamenta y codifica las normas particulares, aplicadas en un ceremonial diplomático o ritual civil. Establecido por costumbre o decretado por ley, aplicado por las personas para actos protocolarios; garantiza a quienes ocupan funciones oficiales, el ejercicio de sus



deberes y derechos, regulando los conflictos de precedencia, las diferencia de sus privilegios y el disfrute de su inmunidad.

**3.1.4. Precedencia:** Es la preferencia que goza alguien respecto de otra persona por razón o mérito especial, para dar prioridad en el tratamiento, paso o ubicación de las personalidades, según lo determine una norma previamente decretada.

**3.1.5. Ceremonial:** Es la actitud de solemnidad que deben guardar las personas en todos los actos públicos o solemnes.

## **3.2. Acontecimientos sociales.-**

En nuestra sociedad los acontecimientos sociales más comunes que se realizan son:

### **3.2.1. El Baby Shower**

Es la reunión que se acostumbra organizar con el propósito de agasajar al niño que viene en camino y a la futura madre. El evento será coordinado por un familiar o una amiga; las invitaciones se realizarán con una semana de anticipación y pueden ser: por teléfono, llamando un día antes a recordar el evento o para mayor formalidad se envía una tarjeta de invitación impresa; en ella constará los detalles de la reunión, el valor de la cuota y donde se la puede entregar (si la hubiera).

### **Modelos de impresiones:**



Fuente: Internet.

<http://www.masbricolaje.com/wp-content/uploads/postales-y-tarjetas-para-baby-shower.jpg&imgrefurl>. Acceso 25 julio 2010

Como muestra de cortesía se presentará a la futura madre la lista de invitadas, con el propósito de verificar los nombres y evitar olvidos involuntarios.

La hora adecuada para la reunión será a las 17h00 horas y se podrá brindar un cóctel, antes de pasar a tomar el te, la oferta gastronómica será de una variedad de bocaditos tanto de sal como de dulce o diferentes comidas propias para la hora y la ocasión.

### 3.2.2. El Bautizo.

Es un acto de carácter religioso que realizan las parejas de padres para bautizar a sus hijos; que consiste en una ceremonia privada o durante el oficio de una misa.

Las invitaciones se realizarán por medio de tarjetas impresas para la ocasión, donde constarán: el motivo, fecha, hora, el tipo de reunión, los nombres y apellidos de los padres y el nombre del niño.

Tarjetas pre impresas listas para conseguir en el comercio.





*Fuente: Internet.*

<http://www.casadelreuerdo.com/images/bautizo39.jpg%3FosCsid%3D0f0&imgrefurl>

*.Acceso 25 de julio del 2010*

Según el tipo de reunión y hora se podrá ofrecer las siguientes alternativas de servicio alimenticio: en la mañana se ofrecerá un brunch, al medio día un almuerzo, o por la noche una cena. La torta con decoración alusiva a la ocasión es de rigor.

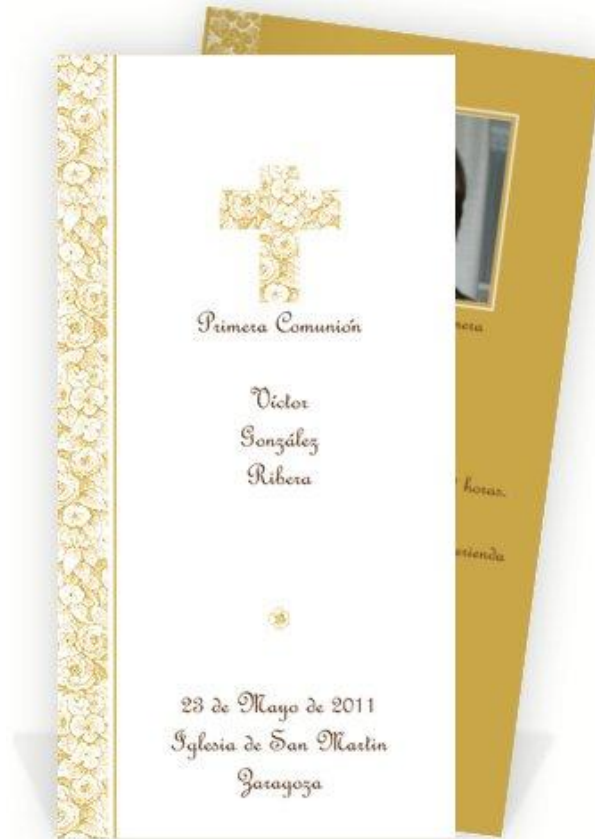
Los personajes más importantes por el orden de precedencia será: los padres, el bautizado y los padrinos.

El padre del niño hará un brindis con champaña, luego de lo cual se ofrecerá algunos aperitivos, antes de pasar a la mesa. Los recuerdos serán repartidos después del brindis o en el momento que se estime adecuado.

### **3.2.3. La Primera Comunión**

En nuestro medio es uno de los actos religiosos de mayor importancia para los católicos, cuya preparación se lo hace con meses de anticipación y se cuida mucho cada detalle para el evento, empezando por las tarjetas de invitación que se las envían dos semanas antes.

La oferta es infinita y cada una es más fina y elegante que la otra.



*Fuente: Internet.*

[http://imgs.evisos.com/2007/11/24/estampas-de-primera-comunion-y-tarjetas-para-toda\\_55a6dc28cc\\_3.jpg&imgrefurl](http://imgs.evisos.com/2007/11/24/estampas-de-primera-comunion-y-tarjetas-para-toda_55a6dc28cc_3.jpg&imgrefurl). Acceso 25 de julio del 2010

La mayoría se lo realiza en horas de la mañana; es por eso que en este tipo de evento se ofrece comúnmente los servicios de brunch o almuerzo; y, en raras ocasiones se ofrece una cena. La torta es de rigor al igual que los bocaditos blancos de dulce.

En la línea de recepción la precedencia será: el padre, su hijo (a) y la madre, que luego de recibir las felicitaciones de los invitados pasarán a tomar una copa de champaña, que estará ya circulando entre los asistentes por medio del personal de apoyo.



Cuando todos hayan pasado al salón, se romperá la línea de recibimiento; entonces el padre hará el brindis expresando una palabras apropiadas para el momento. Más adelante se servirán otras bebidas y luego se pasará a la mesa.

### 3.2.4. Las Fiestas Infantiles.

Para fiestas infantiles se envían tarjetas, que se encuentran en cualquier comercio de la ciudad, vienen semi-impresas, listas para llenar los datos particulares, como: nombre y apellido, número de años que cumple, el lugar, la fecha, la hora de inicio y de término; además debe constar el número del teléfono para confirmar la asistencia y en ocasiones se debería hacer constar el número del teléfono del lugar donde se ha de realizar el evento para cualquier incidente.

Como podemos observar son casi personalizadas, es decir para cada ocasión.





*Fuente: Internet.*

*[http://www.avisacumple.com/i/nos\\_estamos\\_preparando.gif&imgrefurl](http://www.avisacumple.com/i/nos_estamos_preparando.gif&imgrefurl). Acceso 25 julio 2010*

Las invitaciones se entregan con quince días de anterioridad. Se arreglará la mesa para la ocasión con mantel y utensilios desechables se dispondrán opciones gastronómicas como: la torta, los helados, las galletas, los dulces; brindar bocaditos de sal como: sándwiches, pequeñas porciones de pizzas, etc.

El anfitrión (a) debe recibir a sus invitados en la puerta, estará acompañado (a) por alguno de sus padres para agradecer la asistencia y despedir.

Este tipo de evento es más informal, generalmente usan un personaje infantil para el diseño de la decoración y actualmente lo realizan en locales especializados, referentes al tema.

Cuando se trata de cumpleaños de adultos, también es una reunión que no requiere mayor protocolo; en la mayoría de las ocasiones varía la opción gastronómica. Se sirve una cena. La tendencia actual es realizar cumpleaños temáticos, donde la decoración, ropa e incluso la comida hacen referencia al tema (Fiesta Tropical: ropa como guayabera, bermuda, blusas playeras. Decoración con



palmeras, ambientes tropicales con géneros bailables como la salsa etc. Alimentos y bebidas como Camarones, Langostinos, Piña Colada, entre otros).

En tanto que los cumpleaños de adulto mayor, si requieren protocolo y precedencia. El hijo mayor será el que realice el brindis e invite a tomar los alimentos. Habrá una mesa especial para el cumpleañosero y su familia.

Se deberá tomar algunas observaciones especiales para el menú (evitar comidas muy grasosas, preguntar por personas alérgicas a ciertos alimentos, entre otros).

### **3.2.5. La Fiesta Rosada.**

Es un evento que no tiene reglas definidas, actualmente la fiesta está siendo reemplazada por viajes, tours o un regalo más significativo (carro). En caso de optar por la reunión se deberá tomar en cuenta ciertas reglas de protocolo y precedencia, como: las invitaciones se cursarán con un mes de anticipación con todos los detalles de la recepción; la solicitud de respuesta al margen derecho de la tarjeta, con las siglas francesas R.S.V.P. (sírvese contestar por favor), acompañadas de un número de telefónico; la hora, el lugar y el traje a usarse. Se permite insertar dentro de la tarjeta de invitación, otra de tamaño más pequeño, semi-impresa (válido por....), que tiene por objeto especificar el número de personas admitidas con cada invitación, a fin de, establecer el número de asistentes.

Las tendencias actuales, en cuanto al color rosado, ya no está muy usado.



*Fuente: Internet.*

*<http://abncomputer.files.wordpress.com/2010/01/tarjeta-de-15anera.jpg&imgrefur>. Acceso 29 julio 2010*

A la entrada del lugar se hará una línea de recibimiento que debe estar integrada por los padres; y en ocasiones también los acompañará la homenajead; al ser todos, la precedencia está integrada por: el padre, la quinceañera y la madre.

Están solo los padres, generalmente cuando existe, la corte de honor (integrada por 14 señoritas con sus caballeros); la cumpleañera esperará oculta en otro lugar, hasta que la mayoría de los invitados hayan llegado para ingresar al salón y dar inicio a la ceremonia.

Para comenzar, los padres rompen la línea de recibimiento, ingresan al centro del salón; el padre será el encargado de dar unas palabras de exaltación y agradecimiento, luego hará un brindis y finalmente bailará el Vals con la quinceañera.

Lo recomendable es que a la entrada del lugar, en el recibidor se coloque una caja o canasta decorada, para recibir los regalos.



Es importante que la homenajeadada, los padres o algún familiar acompañen a los invitados hasta la puerta de salida, para despedirlos ofreciéndoles palabras de agradecimiento.

### **3.2.6. Las Graduaciones.**

Para festejar este acontecimiento social, considerado como el primer triunfo estudiantil de una persona; actualmente se lo realiza de dos formas:

La primera; organizada por el colegio, el comité de padres de familia y los graduados. Realizan la incorporación y un baile de gala, la planificación comienza en el último año del colegio y el primer acto se lo realiza en el auditorio o teatro del plantel y el segundo en un club de la ciudad. Cada padre de familia se hace responsable por un cierto número de invitaciones y su cancelación.

El salón estará decorado para la ocasión; antes del brindis, que estará a cargo de una autoridad del plantel, un representante del comité de padres de familia, o de los graduados, se hará circular por medio del personal de apoyo el champagne entre los invitados. Luego del ofrecimiento se tocará el vals, los graduados saldrán a bailar con su padre o madre, según sea el caso; concluida esta melodía, se interpretarán otras de carácter general.

La segunda; cuando los padres del joven organizan solos, realizan una recepción para sus amigos y familiares. El protocolo a seguir será el mismo.

Se envían tarjetas de invitación, los anfitriones ofrecerán una cena (preferible buffet), la torta es de rigor.

En nuestra sociedad, se puede apreciar cada vez más, que los jóvenes prefieren su fiesta de grado colegial en Salones de Recepción.





Fuente: Internet.

[http://www.esdivino.com/cms/upload/eventos/INVITACION\\_GRADUACION.jpg&imgrefurl](http://www.esdivino.com/cms/upload/eventos/INVITACION_GRADUACION.jpg&imgrefurl). Acceso 29 julio 2010

### 3.2.7. La Boda.

Es uno de los actos sociales que más envergadura social posee, inicia cuando la pareja formaliza la relación informando a los padres esta decisión, cuya formalidad se denomina **La pedida de mano**, que consiste en una visita oficial del novio y sus padres, a los padres de la joven; aquí el novio entregará el anillo de compromiso a la novia y ésta dará un obsequio al novio. Como señal de cortesía la madre de la novia brindará una copa de vino para sellar con acuerdo la petición.

Entonces comienza una serie de actos sociales en torno los contrayentes; como: **La despedida de soltera** que será organizada por la mejor amiga de la novia. Es una reunión a la que asistirán solo damas, tanto familiares como amigas; una hora apropiada será a la 17h00 para tomar el té, en ocasiones más formales se preferirá la hora del almuerzo.

En tanto que el novio organizará una cena con sus amigos más íntimos uno o dos días antes de la boda, en un restaurante. También se acostumbra que los amigos del novio como **despedida de soltero** le organicen una fiesta solo para caballeros.





Luego viene la **boda civil**, en este acto se ofrecerá una sencilla cena para los familiares más cercanos y los gastos correrán por cuenta de los padres del novio.

Ya para la celebración religiosa es necesario enviar las tarjetas de invitación con seis semanas de antelación por medio de mensajeros y se puede entregar de forma personal solo a los más allegados de cada familia. Cuando el matrimonio reviste de cierta formalidad, se utilizarán dos sobres; en el primero se escribirán los nombres y apellidos sin abreviaturas con la dirección del destinatario. En el segundo sobre, sin goma en el borde, se insertará el parte y la tarjeta de invitación abierta; éste se introducirá dentro del primer sobre, con el frente a la apertura de este último.

Cuando se espera muchos invitados, lo mejor sería imprimir las siglas francesas R.S.V.P. (sírvasse contestar por favor) seguidas de un número telefónico.

En nuestro medio sigue siendo considerado uno de los actos más especiales, cuya organización conlleva muchos detalles especiales.



*Fuente: Internet.*

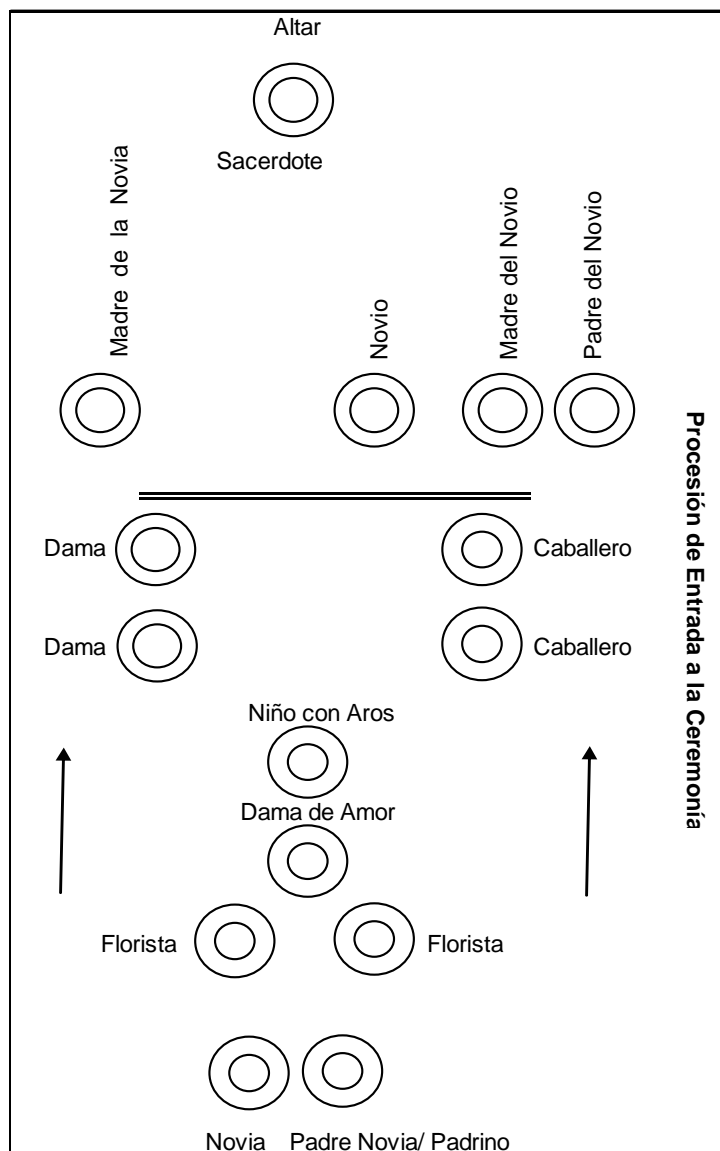
*<http://mujer-bonita.net/wp-content/invitaciones.jpg&imgrefur>. Acceso 29 julio 2010*

La precedencia es muy importante, se debe considerar tanto para la ceremonia como en la recepción.



En el lugar de la ceremonia se reservan las primeras bancas para la corte y los familiares de los novios, el sector derecho del lugar estará ocupado por familiares y amistades del novio y el izquierdo por familiares y amistades de la novia. El ingreso se lo hará en el siguiente orden:

**Tabla No. 1**



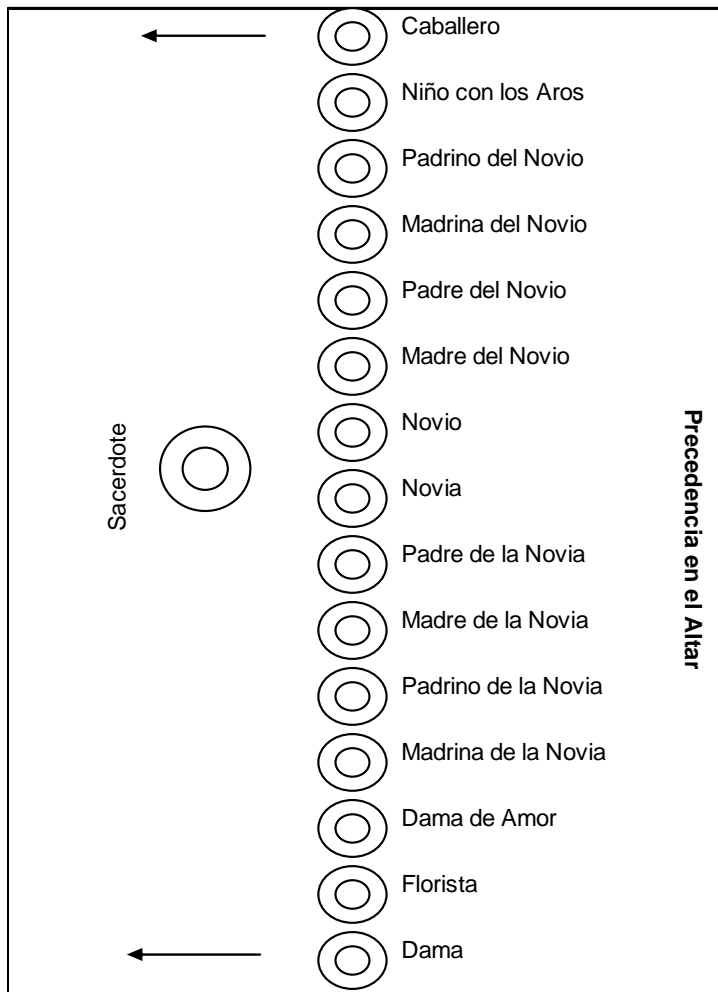
*Fuente :La Etiqueta en Sociedad*

*Elaboración: Tesista*



La precedencia para la ubicación en el Altar será de la siguiente forma:

**Tabla No. 2**



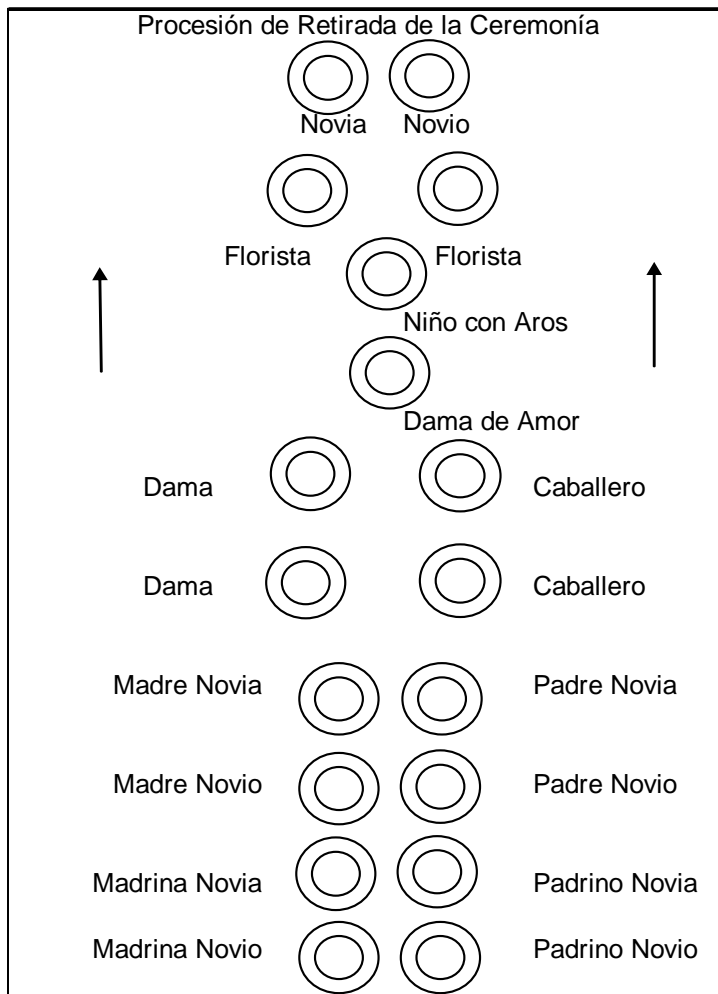
*Fuente : La Etiqueta en Sociedad*



*Elaboración: Tesista*

Y para la salida del lugar de la ceremonia, el orden deberá ser de la siguiente forma:

**Tabla No. 3**

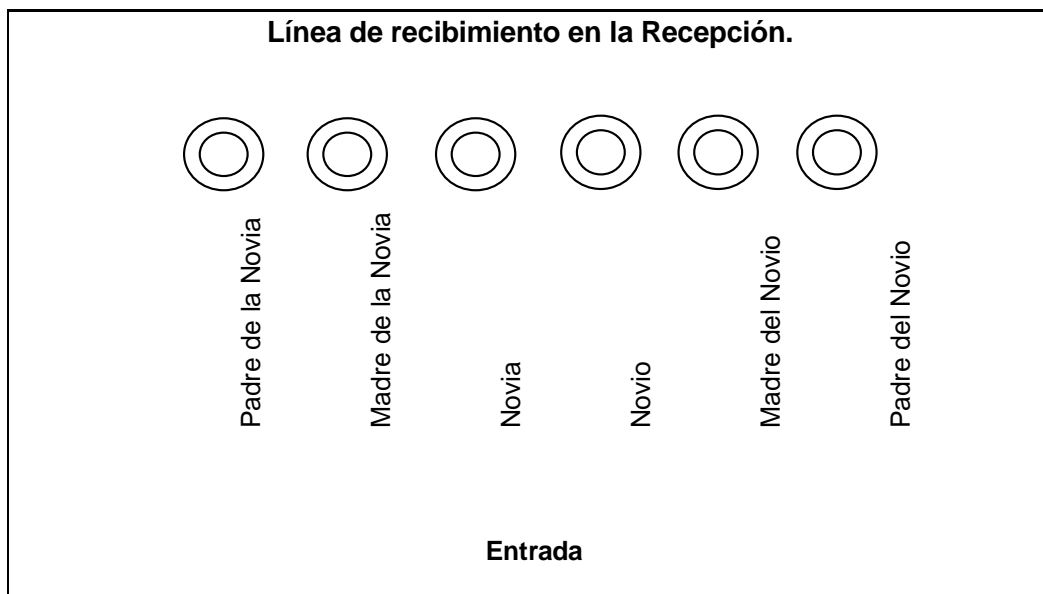


*Fuente :La Etiqueta en Sociedad*

*Elaboración: Tesista*

Para la recepción, los anfitriones tienen que formar una línea de recepción para recibir las felicitaciones de los invitados. Así:

**Tabla No. 4**



*Fuente :La Etiqueta en Sociedad*

*Elaboración: Tesista*

Una vez finalizados los saludos, la línea de recibimiento se rompe, los novios, los padres y padrinos se dirigen hacia la mesa especialmente preparada para el efecto. Entonces empieza a circular las copas con el champagne a cargo del personal de servicio, para que el padre de la novia realice el brindis y agradezca la presencia a los concurrentes.

El novio responde agradeciendo a los padres de la novia, brinda por ellos, por los suyos y por la novia.

La tendencia actual ha cambiado un poco en el orden del protocolo; pues ciertas personas prefieren que seguido del brindis se sirva la cena (generalmente se usa el servicio a mesa) y la torta de boda.

Luego de esto se procede a la entrega del ramo, ligas y azahar; respectivamente, entregando a alguien de forma específica, sorteando o lanzando al aire.

### **Casos especiales**



- Si la madre de uno de los novios fuera viuda, recibirá a los invitados acompañada de su hijo (si lo tuviere) o de algún familiar masculino.
- En el caso que el padre de uno de los novios, fuera viudo, recibirá solo en la línea de recepción.
- Si los padres de los novios estuvieran divorciados, y hubieran contraído nuevas nupcias, sus esposos permanecerán en el salón con el resto de los invitados. La línea de recibimiento la integran exclusivamente los padres de los novios.
- Cuando dos personas viven juntas y deciden casarse, deben actuar como cualquier otra pareja, excepto, que no se acostumbra las despedidas de solteros.
- Si uno de los contrayentes o ambos han estado casados con anterioridad, en el parte y en la tarjeta de invitación para la boda, se omitirá el nombre de los respectivos padres; serán los novios quienes participen su boda y en caso de haber línea de recibimiento, ésta será solo con los contrayentes. Es menos formal y más discreta.

### **3.2.8. Los Aniversarios de Bodas**

Los aniversarios de bodas constituyen un evento social de especial recordación; generalmente los que son motivo de preparación especial son: bodas de plata y de oro.

Estos eventos son muy similares al de una boda que se realiza por primera vez, solo algunos detalles son los que varían en relación al protocolo.

Por ejemplo, la procesión de ingreso para la ceremonia será:

1. El pajecillo portando los aros.
2. La pareja de celebrantes.
3. Los hijos, en orden de nacimiento; quienes irán acompañados de su esposo (a) e hijos.

Para la precedencia en el Altar, estarán solo la pareja de celebrantes. Y para la retirada de la ceremonia, el orden determinado es la siguiente:



1. Los celebrantes.
2. El pajecillo.
3. Los hijos con sus respectivas familias.

En la recepción, la línea de recibimiento estará integrada por la pareja que conmemora su aniversario, colocados de izquierda a derecha sus hijos y sus esposas (en número no mayor de seis).

El brindis lo hará el hijo mayor de los descendientes o una persona designada de antemano.

Existen parejas que omiten la celebración religiosa, en cuyo caso, el cambio de aros lo harán luego del brindis y en presencia de los concurrentes.

La oferta gastronómica será igual a la de la boda, una cena (servicio buffet o a mesa) y la infaltable torta.

### **3.2.9. Regla de montaje y la precedencia según el tipo de mesa.**

En la mesa es uno de los lugares que se da a conocer una persona en sociedad. En el comedor los comensales retirarán la silla y tomarán asiento por el lado izquierdo a una distancia prudente de la mesa; de ser necesario, los caballeros ayudarán a las damas con la silla.

La anfitriona debe cuidar de todos y cada uno de los detalles al momento de montar la mesa.

**Los manteles** cubrirán la mesa sin dobleces ni arrugas, deberán cubrir una longitud de treinta a treinta y cinco centímetros o hasta el filo de la silla; dispuesto sobre una base de fieltro.





**Las servilletas** tendrán una dimensión de cincuenta centímetros por lado, se doblarán de diferentes formas y se ubicarán: dentro de la copa para el agua, sobre el plato para la entrada o para el pan; o al lado izquierdo, del plato base o de sitio.

**La vajilla**, para su ubicación se debe considerar un espacio de setenta y cinco centímetros entre un puesto y otro. Ubique el plato de sitio o base a 2,5 centímetros del borde de la mesa; sobre ésta un tapete para evitar los ruidos, seguido del plato principal y sobre éste el plato de la entrada; el orden será de acuerdo al menú. El plato del pan se situará a la izquierda del plato base.

**La cristalería** se ubicará al lado derecho del plato, base o de sitio, comenzando de izquierda a derecha: la copa para el agua, a 2,5 centímetros arriba de la punta del cuchillo, seguidas de las copas para los vinos, en orden de la comida y según los vinos a servirse. La de champagne se ubica detrás de la del agua. Para la puesta debe considerarse que pueden estar en hilera o formando un triángulo.

**Los cubiertos** se colocan de afuera hacia adentro, según el orden del menú que se servirá, los cuchillos y las cucharas al lado derecho del plato base, a la izquierda los tenedores (solo en caso de existir tenedor para mariscos ira al lado derecho, es decir antes de los cuchillos) y en la parte de arriba los cubiertos para el postre. En celebraciones más formales, los cubiertos para el postre, se llevarán a la mesa en el momento justo del servicio.

Las cucharas y los tenedores, se deben colocar con la parte cóncava hacia arriba; los cuchillos, con los filos hacia el plato.

**La mesa**, existen algunos tipos de montaje y ciertas normas mínimas a tomarse en cuenta, para establecer el lugar que deben ocupar las personas concurrentes a un evento.



**Normas:**

- El anfitrión es quien preside el acto, la presidencia queda reservada para él. El anfitrión puede ceder su puesto a un invitado de honor si lo considera oportuno, aunque no tiene obligación. Normalmente el anfitrión se sentará de frente al acceso principal del salón, salvo que por la forma del salón esto no sea viable.
- En una mesa intercalaremos siempre hombres y mujeres, para que las conversaciones que puedan crearse sean del gusto de todos.
- Nunca sentaremos a un matrimonio junto, ya que como en el caso anterior, no se aíslen en las relaciones con los otros comensales. Aunque no conozcan a los demás, tendrán que hacer el esfuerzo de relacionarse.
- En los extremos de la mesa, no deben sentarse mujeres. Si por el número de invitados es imposible evitarlo, el hombre que esté sentado a su lado, le cederá su asiento para cerrar él la mesa. En este caso quedarán dos mujeres juntas, pero es preferible a que quede la mujer en el extremo de la mesa (esto se conoce en protocolo como mal menor)
- En la ordenación de invitados siempre tiene prioridad la derecha sobre la izquierda y los puestos más cercanos frente a los lejanos.
- Entre las mesas deberá haber un espacio suficiente para permitir el acceso y la visibilidad con la presidencia.
- Dentro de cada mesa, el asiento que mire de frente, en línea recta a la presidencia, será el lugar principal (la llamada presidencia de mesa)
- Entre la mesa presidencial y el resto de mesas se deja un espacio suficiente de respeto.
- Es recomendable cuando se utilizan varias mesas, que en cada una de ellas, haya un representante de la parte anfitriona (un familiar) para que todos se sientan bien atendidos e incluso para que la parte anfitriona pueda “mantener un control” sobre el evento.



- En cada mesa, para que nadie de la espalda a la presidencia tácitamente, se suele dejar un espacio de cortesía en el lugar en que esto sucedería.

Para una mejor comprensión se citará los siguientes conceptos:

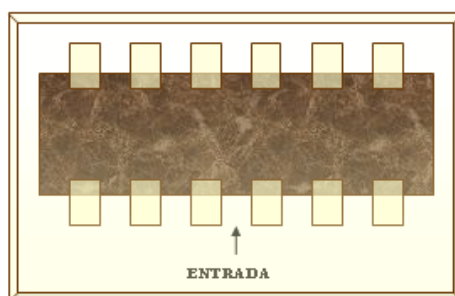
**Evento protocolizado:** es aquel en que ya está establecido el lugar que va a ocupar cada uno de los comensales. Se indicará el protocolo mediante mesero, tarjetas nominativas, entre otros.

La forma de marcar será la siguiente:

**Mesero:** se utiliza para mesa rectangular y para pocos invitados. Es un plano de la mesa en piel o similar, con ranuras o ventanas en el que se coloca una tarjeta con el nombre de cada invitado, dispuestas en el orden y posición que ocuparán en la mesa.

Se expondrá en un lugar visible durante el aperitivo para que todos sepan a la entrada al salón, donde deben sentarse.

**Gráfico No. 1**



*Fuente: Internet*

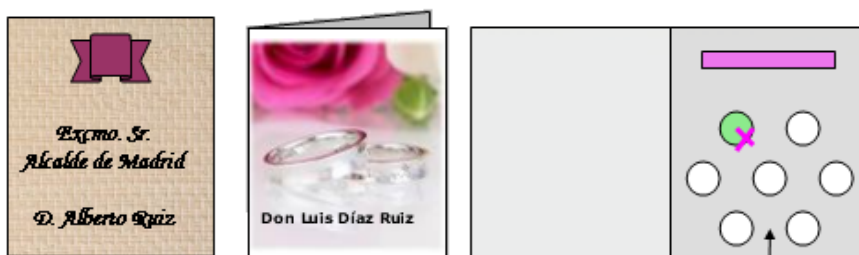
<http://www.redprotocolo.com/wp-content/uploads/2009/05/mesa-protocolo-8.jpg&imgrefurl>. Acceso 29 julio 2010

**Tarjeta Individual:** Es un díptico que se da a los invitados a la entrada del evento, durante los aperitivos. En la portada tendrá el anagrama (logotipo) de la



entidad organizadora o el motivo del agasajo. En la portada también encontraremos el nombre (y cargo si corresponde) del invitado. En el interior el invitado encontrará un croquis del salón donde pueda identificar la ubicación de la presidencia, de la mesa que debe ocupar y del asiento dentro de ella.

**Gráfico No. 2**



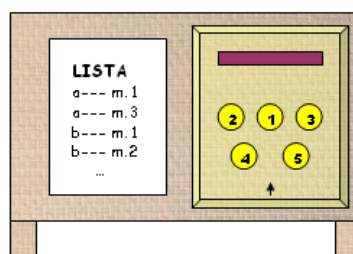
*Fuente: Internet*

<http://www.redprotocolo.com/wp-content/uploads/2009/05/tarjetas.jpg&imgrefurl>. Acceso 29 julio 2010

La tarjeta del consorte, se entregará dentro de la del invitado titular.

**Panel:** El panel se instala en la entrada del salón, en un lugar visible, para que durante el aperitivo ofrecido a los invitados, éstos puedan orientarse y saber qué lugar ocuparán dentro del salón. Consta de dos partes: un esquema del salón, donde cada mesa tendrá un número y la lista de los invitados por orden alfabético, junto al nombre pondrá el número de mesa que debe ocupar.

**Gráfico No. 3**



*Fuente: Internet*

<http://www.redprotocolo.com/wp-content/uploads/2009/05/mesa-protocolo-8.jpg&imgrefurl>. Acceso 29 julio 2010

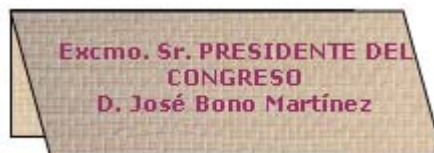


**Sistema Mixto:** Es la combinación entre el panel, para que cada uno de los invitados conozca la mesa que ocupará, junto a una tarjeta individual (con las características explicadas) que especificará el asiento que debe ocupar dentro de la mesa indicada en el panel.

**Tarjeta de identificación:** Sirve para la identificación de los asientos. Es una pequeña tarjeta, colocada delante del asiento que corresponda o sobre la servilleta si la colocamos sobre el plato. Suele tener el anagrama de la institución anfitriona que guarde relación con el motivo del evento. Debajo del anagrama, se especifica en primer lugar y en mayúsculas el cargo que tiene nuestro invitado (si corresponde hacerlo), y en minúsculas el nombre completo junto a los apellidos. Para actos particulares, basta con el nombre completo precedido del tratamiento que tenga.

No se ponen tarjetas de identificación en la mesa presidencial. Deben ser legibles como mínimo a un metro de distancia, y se retiran una vez comience el ágape.

**Gráfico No. 4**



*Fuente: Internet*

*<http://www.redprotocolo.com/wp-content/uploads/2009/05/mesa-protocolo-8.jpg&imgrefurl>. Acceso 29 julio 2010*

**Minuta:** Mas que para identificar el protocolo en un acto, es más bien una cortesía con el invitado; ya que se le resume los platos que se le van a servir durante la velada. Debe ir colocada detrás de las copas, o sobre el plato y va en consonancia con los motivos decorativos del salón.

## Universidad de Cuenca



Existen de dos tipos, la oficial, que es un tarjetón con un gramaje de papel grueso y forma alargada, que tiene el anagrama de la institución anfitriona, debajo el motivo por el que tiene lugar el evento, la relación de platos y bebidas que se van a servir y por último lugar y fecha en que ha tenido lugar el acontecimiento.

La minuta no oficial, que es la utilizada en un evento particular, es un pequeño díptico que en portada tiene un motivo relacionado con el evento, a continuación el motivo por el que celebramos el banquete seguido del lugar y el día en que tiene lugar el acontecimiento. En el interior del díptico se detallan los plato y bebidas que se van a servir.

### Gráfico No. 5



*Fuente: Internet*

*<http://www.redprotocolo.com/wp-content/uploads/2009/05/mesa-protocolo-8.jpg&imgrefurl>. Acceso 29 julio 2010*



**Evento semi-protocolizado:** es aquel en el que se les indica a los invitados la mesa que deben ocupar, pero no el asiento, eso lo dejamos a su elección.

**Presidencia inglesa** es cuando los que presiden la mesa se sientan a los extremos de ésta.

**Gráfico No. 6**



*Fuente: Internet*

<http://www.redprotocolo.com/wp-content/uploads/2009/05/mesa-protocolo-8.jpg&imgrefurl>

**Presidencia francesa** es cuando los anfitriones se sientan en el centro de los extremos largos de la mesa.

**Gráfico No. 7**





*Fuente: Internet*

*<http://www.redprotocolo.com/wp-content/uploads/2009/05/mesa-francesa.jpg&imgrefurl>. Acceso 29 julio 2010*

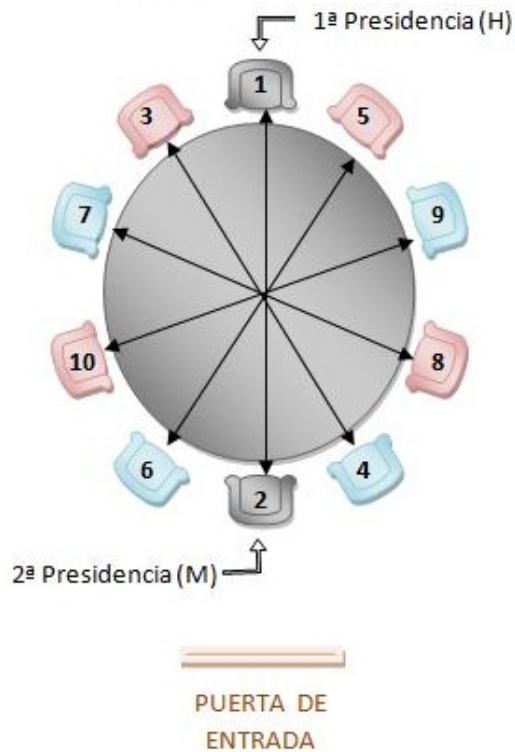
**Sistema cartesiano o en equis:** A la derecha del anfitrión sentaremos a la señora del invitado más relevante, y a la derecha de la anfitriona al señor del matrimonio más importante. Luego al segundo matrimonio en importancia, y sentaremos a la mujer a la izquierda del anfitrión y al marido a la izquierda de la anfitriona. Tercer matrimonio, el señor en el segundo puesto por la derecha del anfitrión y señora en el segundo sitio por la derecha de la anfitriona. Seguiremos así sucesivamente sentando a derecha y a izquierda de los anfitriones e intercalando hombres y mujeres.

### **Gráfico No. 8**





Sistema cartesiano en mesa redonda



*Fuente: Internet*

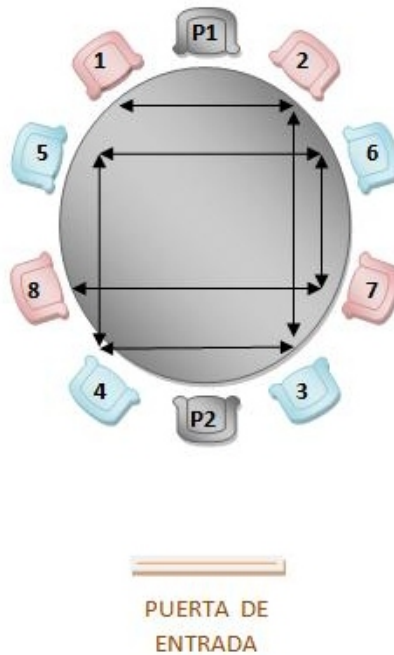
*<http://www.redprotocolo.com/wp-content/uploads/2009/05/mesa-redonda.jpg&imgrefur>. Acceso 29 julio 2010*

**Sistema de las agujas del reloj:** Independientemente, de que el tipo de presidencia sea inglesa o francesa, se tomará como punto de partida el primer asiento por la derecha del anfitrión, a continuación y siguiendo el movimiento de las agujas del reloj, se irán ocupando los asientos del más cercano al más lejano de quienes presiden.



## Gráfico No. 9

Sistema del reloj mesa redonda



*Fuente: Internet*

<http://www.redprotocolo.com/wp-content/uploads/2009/05/mesa-protocolo-8.jpg&imgrefurl>. Acceso 29 julio 2010

**Tipos de mesas.-** Entre los tipos de mesa que existen, se puede citar las siguientes:

### **Mesa Imperial:**

Es la mesa más usada para las celebraciones protocolarias; de gran tamaño y amplias dimensiones. Sirve para albergar a todos los invitados en una misma mesa.

En ocasiones se la confunde con la mesa rectangular, pero se diferencia, porque ésta se cierra en redondo por los extremos.



Desde que se tiene constancia de su uso, siempre ha sido utilizada para un gran número de invitados, se recomienda su uso a partir de unos 50 comensales.

Quien preside esta mesa, se sentará en el centro del lado amplio de la mesa frente a la puerta del salón (presidencia francesa) y la segunda presidencia enfrente. Nunca se sentarán en los extremos de la mesa, ya que por su gran tamaño, sería imposible la comunicación entre quienes presiden la mesa.

Los invitados se sentarán por orden de importancia al lado de los anfitriones y en alternancia.

**Gráfico No. 10**



*Fuente: Internet*

*<http://www.redprotocolo.com/wp-content/uploads/2009/05/mesa-imperial.jpg&imgrefurl>. Acceso 29 julio 2010*

### **Mesa Rectangular**

Parecida a la mesa imperial aunque de menor tamaño y completamente rectangular.

En este tipo de mesa, cabe tanto la presidencia inglesa (sentados en los extremos de la mesa) como la francesa (sentados en el centro del lado largo de la mesa)



Gráfico No. 11



<http://www.redprotocolo.com/wp-content/uploads/2009/05/mesa-protocolo-8.jpg>&imgrefurl. Acceso 29 julio 2010

Gráfico No. 12



[Fuente: Internet](#)



<http://www.redprotocolo.com/wp-content/uploads/2009/05/mesa-protocolo-8.jpg&imgrefurl>. Acceso 29 julio 2010

### Mesa Redonda

De forma circular y es recomendable hasta un máximo de 12 comensales, como mucho hasta 14.

Es el tipo de mesa más “democrática” ya que a simple vista todos los comensales tienen la misma importancia. Este tipo de mesa favorece las relaciones sociales, dada la cercanía de todos los comensales entre sí.

**Gráfico No. 13**



*Fuente: Internet*

<http://www.redprotocolo.com/wp-content/uploads/2009/05/mesa-protocolo-8.jpg&imgrefurl>. Acceso 29 julio 2010

### Mesa Ovalada



La mesa ovalada como su propio nombre indica, tiene forma de óvalo, es muy parecida en aspecto a la mesa imperial, pero de menores dimensiones.

Lo más correcto es que la presidencia en este tipo de mesas sea francesa, aunque las nuevas tendencias marcan la utilización de la presidencia inglesa, ya que tratándose de un tamaño inferior es posible la comunicación entre los ocupantes de las sillas de los extremos. La presidencia que se aplique dependerá del número de comensales y el tamaño de la mesa.

**Gráfico No. 14**



*Fuente: Internet*



<http://www.redprotocolo.com/wp-content/uploads/2009/05/mesa-protocolo-8.jpg&imgrefurl=http>

### **Mesa Cuadrada**

La mesa cuadrada no es frecuente utilizarla en actos protocolarios. Excepcionalmente se utiliza cuando el número de comensales es de cuatro o doce, puesto que con otro número de invitados la mesa quedaría descuadrada.

**Gráfico No. 15**





*Fuente: Internet*

<http://www.redprotocolo.com/wp-content/uploads/2009/05/mesa-protocolo-8.jpg&imgrefurl>. Acceso 29 julio 2010

### **Mesa en forma de “U” o Herradura**

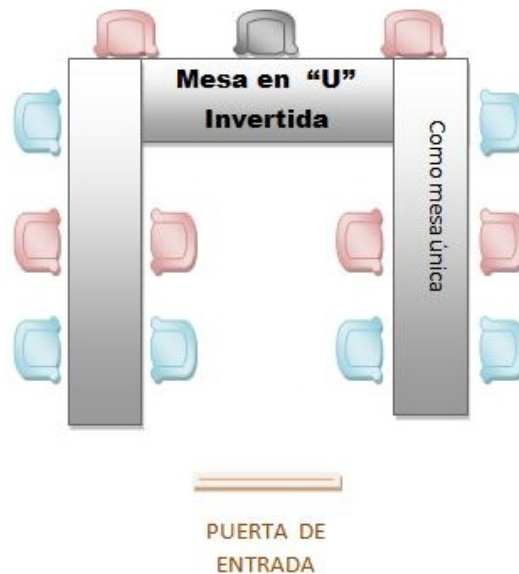
Ambos tipos de mesas son muy parecidos, la diferencia es que la de “U” los brazos de la mesa forman ángulo recto con la parte central de la mesa, y en la de forma de herradura, los brazos se redondean. Es un tipo de mesa que integra muy bien a los comensales por lo que se utiliza a menudo para reuniones de trabajo.

La presidencia, siempre se colocará justo en medio de la parte central de la mesa, sin que se pueda sentar ningún otro comensal justo en frente de la presidencia, ni en los extremos cortos de la mesa. El brazo derecho tiene prioridad frente al izquierdo.

En ocasiones este tipo de mesa se la utiliza como mesa presidencial de un banquete donde hay más mesas. En este caso, los lados interiores de los brazos no se utilizarán, puesto que miembros de la presidencia estarían dando la espalda notoriamente a los invitados.

### **Gráfico No. 16**





*Fuente: Internet*

<http://www.redprotocolo.com/wp-content/uploads/2009/05/mesa-enu.jpg&imgrefurl>. Acceso 29 julio 2010

### **Mesa Peine**

No es frecuente la utilización de la mesa en forma de peine, pues se prefiere otras formas, pese a que en este tipo de mesa se da la integración de todos los comensales.

Esta mesa consiste en una gran presidencia de la que salen varios brazos. Al igual que en la mesa en forma de herradura, no se sentarán invitados justo en frente de la presidencia, ni en los extremos cortos de los brazos.

La prioridad entre los brazos es en primer lugar el primer brazo de la derecha, después el primer brazo por la izquierda, a continuación el segundo brazo por la derecha desde la presidencia, y así sucesivamente. Dentro de cada brazo se colocarán los invitados de más importancia a menos desde la parte más cercana a la presidencia. Nunca quedarán mujeres en los extremos de la mesa.



Gráfico No. 17



*Fuente: Internet*

<http://www.redprotocolo.com/wp-content/uploads/2009/05/mesa-peine.jpg&imgrefur>. Acceso 29 julio 2010

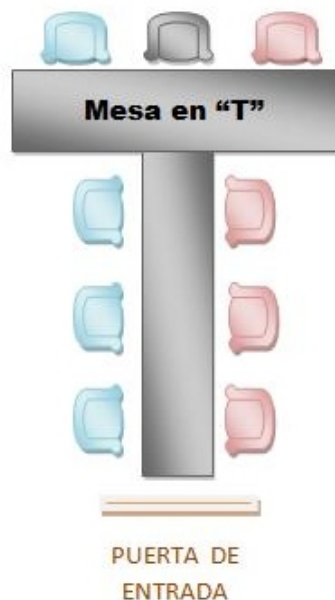
### **Mesa en forma de “T”**

Es la mesa indicada para comidas de trabajo entre dos partes, colocándose cada parte a un lado del brazo y en la parte central de la presidencia, se ubicarán representantes de las dos partes.

Al igual que en otros tipos de mesa ni se ocupará la parte de enfrente de la presidencia, ni el extremo corto del brazo.



Gráfico No. 18



*Fuente: Internet*

<http://www.redprotocolo.com/wp-content/uploads/2009/05/mesa-ent..jpg&imgrefur>. Acceso 29 julio 2010

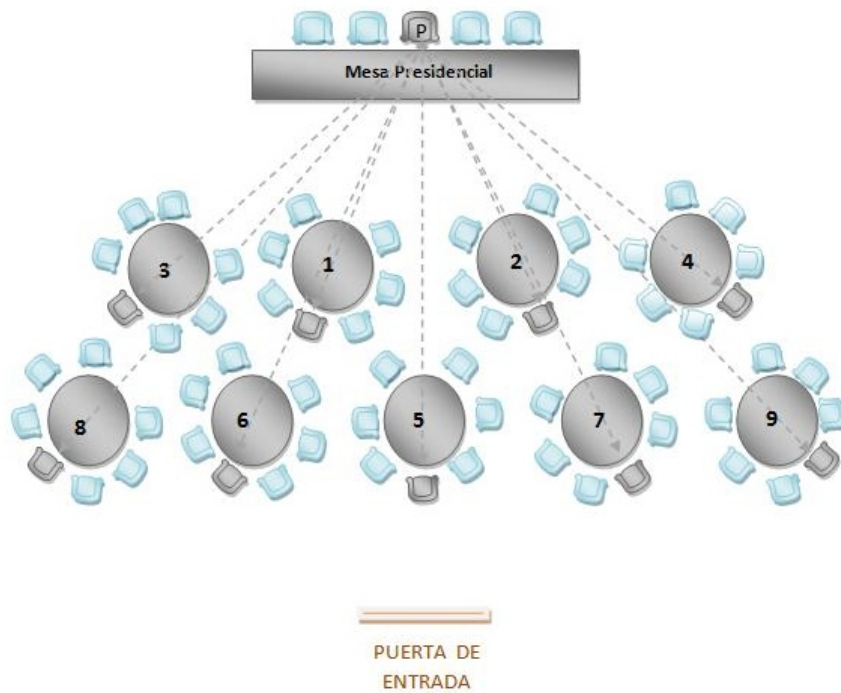
Y estas mesas pueden ir acomodadas en el siguiente orden:

### **Comedor Clásico:**

Se compone de una mesa presidencial rectangular, ocupada solo por un lado y el resto de mesa pueden ser cuadradas o redondas hasta un máximo de 10 comensales en cada una de ellas.



Gráfico No. 19



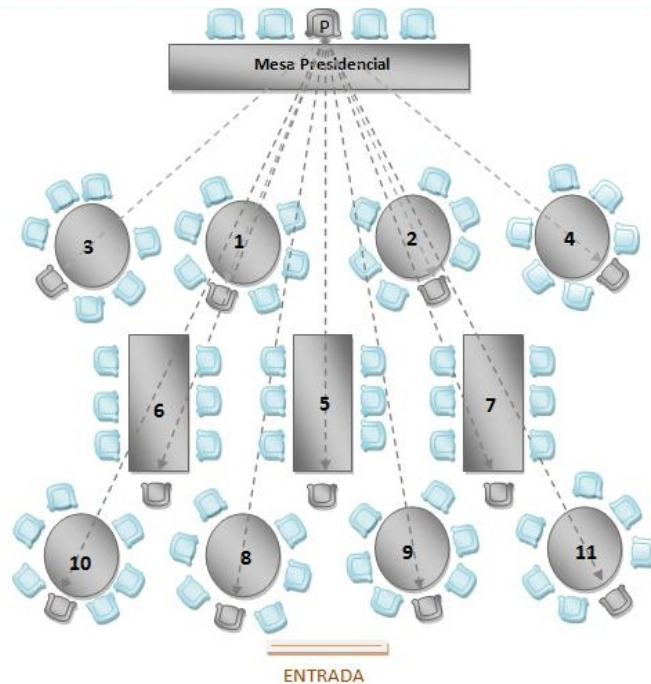
*Fuente: Internet*



<http://www.redprotocolo.com/wp-content/uploads/2009/05/mesa-presidencial.jpg&imgrefurl>. Acceso 29 julio 2010

También se puede intercalar la forma de las formas de mesas, como se observa en el gráfico No. 19.

## Gráfico No. 20



*Fuente: Internet*

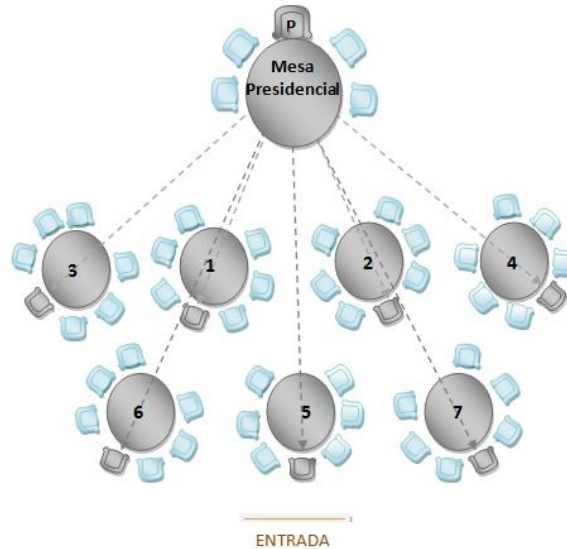
<http://www.redprotocolo.com/wp-content/uploads/2009/05/mesa-protocolo-8.jpg&imgrefurl>. Acceso 29 julio 2010

### **Comedor Moderno:**

Mesa presidencial redonda con tamaño superior al resto en la que no se ocupa los asientos que dan la espalda al resto de mesas. La presidencia se ubica en el fondo del salón de frente a la entrada principal. El resto de mesas también son redondas.



Gráfico No. 21



*Fuente: Internet*

*<http://www.redprotocolo.com/wp-content/uploads/2009/06/comedormoderno.jpg&imgrefurl>. Acceso 29 julio 2010*

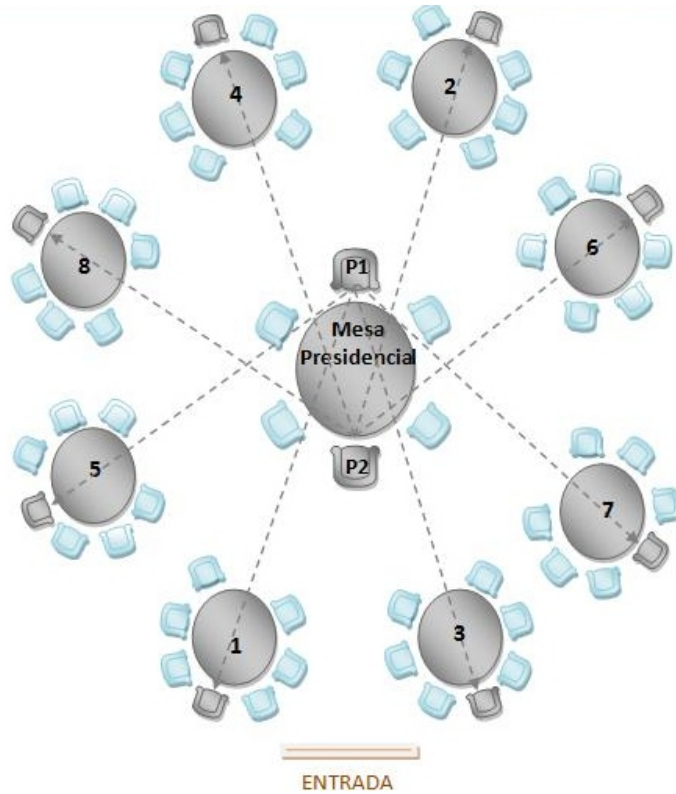
### **Comedor en Margarita o en forma de estrella:**

Consiste en una mesa presidencial redonda en el centro del salón, a la que rodean el resto de mesas también redondas. Debe haber un mínimo de dos personas presidiendo, equiparables en cargo, y sentada una frente a la otra, para que desde cualquier ángulo del salón, se tenga visibilidad frontal con al menos, uno de los que presiden. También pueden presidir cuatro personas.

Este tipo de salón es el más integrador y no se ve tan claramente identificado las prioridades de unos frente a otros, es por esto que para indicar las mesas en los paneles, nunca se hará con números, sino con nombres.



Gráfico No. 21



*Fuente: Internet*

*<http://www.redprotocolo.com/wp-content/uploads/2009/06/comedormargarita.jpg&imgrefur>. Acceso 29 julio 2010*

### **Comedor Mixto:**

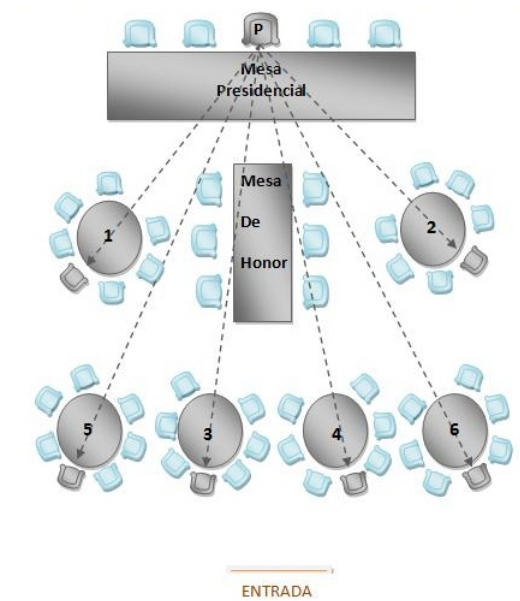
Es cuando además de una presidencia, hay una mesa de honor, para acomodar a aquellos invitados especiales, que por el alto número, no podemos sentar en la mesa presidencial.

El resto de mesas, serán redondas o rectangulares e incluso una mezcla de ambas.





Gráfico No. 22



Fuente: Internet

<http://www.redprotocolo.com/wp-content/uploads/2009/05/mesa-protocolo-8.jpg&imgrefurl>. Acceso 29 julio 2010

### Comedor Compartimentado:

Se utiliza cuando todos los invitados no caben en el mismo salón. Los anfitriones se ubican en el salón noble junto a un número limitado de mesas, y el resto de mesas en otro salón. Se debe utilizar las falsas presidencias en cada uno de los salones, es decir, que la mesa más importante de cada salón la ocupe representantes de los anfitriones, familiares por ejemplo.

Es casi obligado, que una de las partes del banquete (aperitivo o café) se ofrezca de pie para, al menos por un rato, integrar a todos los invitados. Si va a tener lugar discursos se dispondrá un atril, buena megafonía en todos los salones e incluso a ser posible, un circuito cerrado de TV.



La información procesada en aquí, hará posible manejar de forma técnica y muy profesional el protocolo y la precedencia en todos los eventos sociales que la empresa de Catering pueda realizar.

## CAPÍTULO IV

### 4. PLAN DE NEGOCIOS.

En este capítulo se desarrollarán los conceptos necesarios para elaborar el plan de negocios de la Empresa de Catering y Organización de Eventos Sociales.

El plan de negocios es una herramienta muy importante en toda empresa ya que nos ayuda a cumplir nuestras metas y a trabajar organizadamente.

Se conoce como plan de negocios a: *“Un plan de negocios es la herramienta vital que nos sirve de brújula para alcanzar nuestros objetivos. También podría ser considerado un manual de instrucciones, que contiene los pasos a seguir para montar nuestro negocio y llevarlo hacia el éxito, o una fotografía de lo que queremos lograr.”*<sup>5</sup>

Se expondrá los objetivos de la empresa, la localización, el precio, el organigrama, entre otros.

#### 4.1. **Objetivo General.**

Ofrecer al mercado de la ciudad de Cuenca un servicio de catering en donde el cliente pueda satisfacer sus necesidades como:

- Organizar, planificar y desarrollar sus eventos sociales como Bodas, Bautizos, Cumpleaños, entre otros.
- Alquilar carpas, sillas, mesa, entre otros.

---

<sup>5</sup> [http://www.wikilearning.com/curso\\_gratis/manual\\_armado\\_de\\_un\\_plan\\_de\\_negocios-definicion\\_de\\_plan\\_de\\_negocios\\_y\\_mision/9292-1](http://www.wikilearning.com/curso_gratis/manual_armado_de_un_plan_de_negocios-definicion_de_plan_de_negocios_y_mision/9292-1)



- Diseñar menús para cada ocasión.
- Brindar servicios complementarios como música, personal para servicio, decoración de locales entre otros.

De forma eficaz y elegante, ajustando los presupuestos a las necesidades puestas en manifiesto por el cliente.

Brindando seguridad al consumidor a través de los atributos del producto como:

- Conocimiento teórico-práctico dentro del campo gastronómico.
- Puntualidad.
- Seriedad.
- Artículos de buena calidad.

#### **4.2. Objetivos Específicos.**

- ⇒ Lograr el posicionamiento dentro del mercado local y nacional.
- ⇒ Maximizar los recursos humanos y financieros para fortalecer las actividades económicas de la empresa.
- ⇒ Innovar los productos de acuerdo a las tendencias actuales.

#### **4.3. Nombre de la Empresa.**

“Catering & Eventos Cía. Ltda.”

Se eligió este nombre porque es de fácil recordación para los clientes al ser un texto corto y conciso; que al mismo tiempo capta la atención de los mismos.

#### **4.4. Logotipo de la Empresa.**



*Elaboración: Tesista*

#### **4.5. Descripción de la Empresa.**

Catering & Eventos Cía. Ltda., es una empresa comercial del sector de la Restauración, que se encargará de la planificación y preparación íntegra de los procesos que implica la realización de un evento social.

#### **4.6. Ubicación espacial.**

Catering & Eventos Cía. Ltda., estará ubicada en la provincia del Azuay, ciudad de Cuenca, en la calle Lamar 21-112 y Luís Pauta (esquina).

#### **4.7. Misión.**

Proveer alimentos inocuos y brindar servicios de organización de eventos sociales, alquiler de sillas, carpas, entre otros; cumpliendo con las necesidades de los clientes.

#### **4.8. Visión.**

Ser una empresa de catering y organización de eventos sociales con presencia local y nacional, posicionada como la empresa que mejor satisface las necesidades de sus clientes a corto plazo.

#### **4.9. Descripción de sus áreas y ambientación.**



### Área No. 1

**Recepción:** lugar donde se recibe a los potenciales clientes para realizarles la propuesta, según sean sus necesidades.

**Caja:** junto a la recepción, aquí se emiten las facturas de los clientes, pagos a proveedores, etc.

**Mostrador:** donde se exhibirán el montaje de mesas, sillas, mantelería, decoración, entre otros.

**Sanitarios:** Dentro de la recepción para uso de los clientes y personal administrativo.

### Área No. 2

**Bodega 1:** lugar de almacenaje para carpas, sillas, mesas, entre otros.

**Bodega 2:** aquí se almacenarán la materia prima para la producción alimentaria.

### Área No. 3

**Cocina:** lugar donde se elaborarán los productos a ofrecer en el Catering.

La decoración del local no requiere mayores detalles, pues la exhibición de los mismos productos servirá para decorar el local

Los colores que predominarán en la decoración son:

- Naranja que refleja felicidad, autoestima.
- Blanco significa pureza, limpieza.
- Negro significa elegancia, seriedad.

#### 4.10.- Capacidad potencial y estructura.

La capacidad potencial de la empresa es de 150 personas por evento.



#### **4.11.- Mercado al que dirige sus servicios.**

El negocio está dirigido a la población de las provincias Australes de Azuay y Cañar, en especial a la ciudad de Cuenca.

#### **4.12.- Segmentación del mercado al que se dirige sus ventas fundamentalmente.**

El segmento de mercado al que atenderá la empresa será:

- Sexo: Hombre y mujeres.
- Edad: de 30 años en adelante.
- Nivel de ingresos: Nivel medio.
- Nivel de escolaridad: Secundarios, superiores, domiciliados en la ciudad de Cuenca.

#### **4.13. Productos que ofrece la Empresa.**

- Alimentación (**Anexo No. 6.**)
- Alquiler (carpas, mesas, vajilla, entre otros)
- Otros (servicios outsourcing)

#### **4.14. Servicios colaterales que le dan valor agregado.**

##### **Internos:**

- Montaje y desmontaje.
- Entrega a domicilio.
- Asesoría.
- Cobro con todas las tarjetas de crédito.

##### **Externo:**

- Acceso con fácil parqueo.
- Vías de gran tráfico vehicular.
- Colegios, escuelas, condominios y empresas reconocidas cerca del local.



#### 4.15. Identificación de la Competencia y su participación en el Mercado.

Como en todo mercado, existe una gran variedad de competidores, es decir de personas o empresas que ofrecen los mismos o similares productos o servicios, por lo que luchan por los mismos clientes (el mismo mercado).

Catering & Eventos, tiene como parte de sus competidores directos a los Salones de Recepciones y Hoteles de la ciudad de Cuenca, entre los que se destacan los siguientes:

**Cuadro No. 1**

Nombre de la Competencia	Ubicación	Principal Ventaja
Casa Real Mesa a Punto La Casa del Banquete	Padre Aguirre y Pío Bravo Vargas Machuca 15-72 y Muñoz Vernaza Cornelio Crespo 1-99 y Av. de las Américas	Variedad Precio Antigüedad

*Elaboración: Tesista*

Sin embargo, como competidor indirecto, con el cual es sumamente difícil, se tiene a las amas de casa, o simplemente el que financia el evento. Se considera a éstos como parte de los competidores indirectos ya que cuando las personas quieren reducir sus costos, existen cosas que realizan para ellas mismas, a la hora de realizar un evento social, como por ejemplo, la comida, entrega de invitaciones, entre otros.

**(Anexo.13)**

#### 4.16. Estrategias de desarrollo a partir de la presencia de competencia comercial.



- Invertir en menaje, utensilios, equipos, entre otros. Cuyas características (formas, colores, material, etc.) sean actuales y modernas.
- Control efectivo de costos, para poder reducir gastos que repercutan en el precio.
- Aplicar ideas creativas, que vayan cambiando los productos o servicios vs. oferta actual.
- Capacitar constantemente al personal; lo que garantizará un buen trato y cortesía a los clientes, y al mismo tiempo será la carta de presentación a través de la publicidad boca a boca.

#### 4.17. Plan de introducción al Mercado.

Para introducir el servicio al mercado se crearán estrategias que puedan llegar a los clientes y a la vez ubicar a la empresa entre la competencia.

**Cuadro No. 2**

ESTRATEGIA	DESCRIPCION
Atención, servicio y trato.	La atención, servicio y trato hacia los clientes será personalizada, garantizando su satisfacción en la realización de cada evento.
Infraestructura y tecnología.	Infraestructura nueva y moderna de tal forma que de confort y elegancia. Al igual que seguridad sanitaria en la manipulación, cocción y transportación de los alimentos. Aspectos que harán que el cliente y sus invitados se sientan tranquilos y confiados.

*Elaboración: Tesista*

#### 4.18. Matriz FODA para determinar sus características de funcionamiento.





Consiste en realizar un análisis de una serie de aspectos internos y externos de la empresa; que se deben considerar para evaluar la factibilidad de éxito que puede tener ésta cuando incursione en el mercado.

**Cuadro No. 3**



<b>FACTORES INTERNOS</b>		<b>FACTORES EXTERNOS</b>	
<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conocimiento del mercado.</li> <li>- Personal capacitado en cada área.</li> <li>- Valores agregados que marcan la diferencia.</li> <li>- Disposición de adecuada tecnología y productos de calidad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Falta de trabajo en equipo.</li> <li>- Falta de recursos financieros.</li> <li>- Local arrendado.</li> <li>- Precios similares a la competencia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ubicación en el centro de la ciudad con fácil parqueo.</li> <li>- Falta de calidad de la competencia.</li> <li>- Preferencia actual de las personas por los servicios y productos que faciliten su vida.</li> <li>- Empresa nueva en el mercado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Competencia desleal.</li> <li>- Reacción de la competencia por pérdida de mercado.</li> <li>- Estancamiento, no seguir la mejora continúa.</li> </ul>
<b>ESTRATEGIAS</b>	<b>ESTRATEGIAS</b>	<b>ESTRATEGIAS</b>	<b>ESTRATEGIAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reforzar Valores agregados para fidelizar a los clientes.</li> <li>- Capacitación interna permanente.</li> <li>- Publicidad continúa para incrementar ventas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fomentar el trabajo en equipo.</li> <li>- Crear adecuadas políticas financieras.</li> <li>- Proyectarse a futuro para la compra del local.</li> <li>- Ser innovadores en las ofertas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mantener proveedores constantes.</li> <li>- Establecer un registro de clientes frecuentes para una cobertura más oportuna.</li> <li>- Proyectar siempre una buena imagen de la empresa.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- investigación continua sobre satisfacción del cliente mediante carta de evaluación del servicio.</li> <li>- Actualización continúa sobre técnicas, productos y tecnología.</li> <li>- Conocer de cerca a la competencia para saber sus movimientos dentro del mercado.</li> </ul>

*Elaboración: Tesista*

#### **4. 2.1.- Esquema de distribución.**

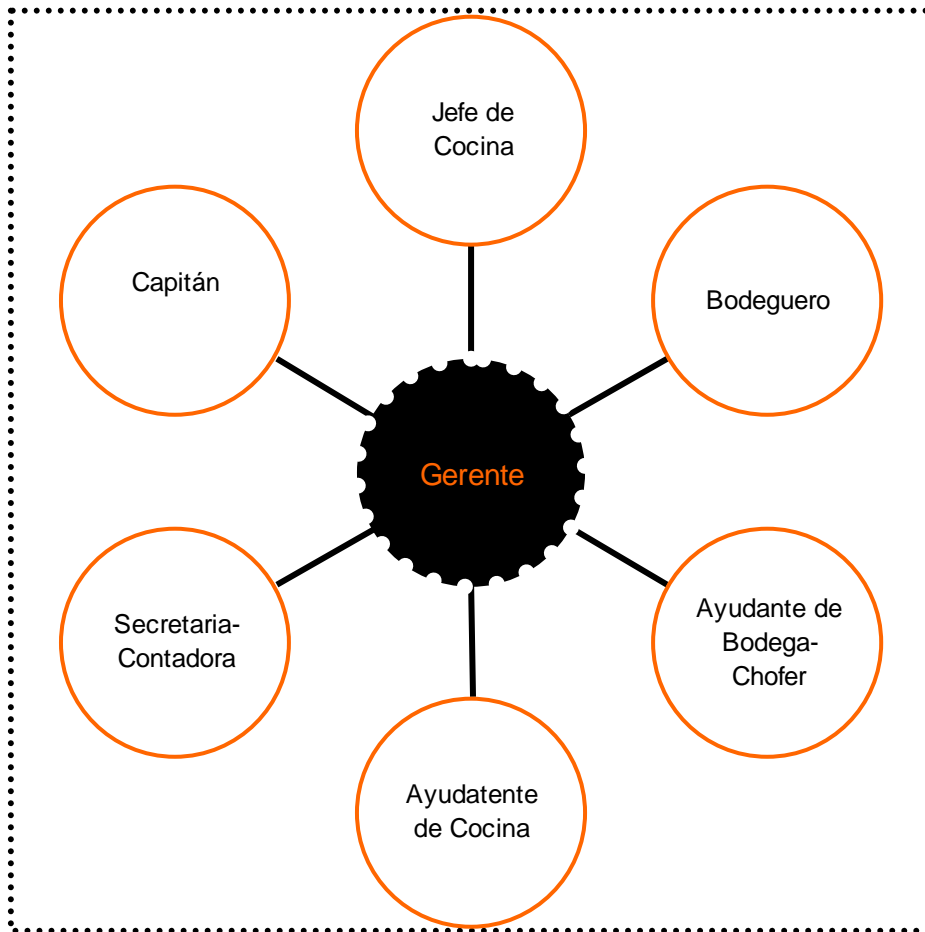
##### **4.2.1. 2.- Distribución de las áreas.**

La distribución de las áreas de la empresa de Catering & Eventos Cía. Ltda. La optimización de los espacios del local arrendado se pueden observar en el plano de adaptación del lugar que consta en el anexo No. 7, elaborado por la Arq. Fernanda Beltrán Moncayo.

##### **4.2.1.3 Estructura organizacional.**



**Gráfico No. 1**



*Elaboración: Tesista*



#### 4.2.1.4.- Competencias de cada puesto.

**Cuadro No. 4**

Nombre del puesto de trabajo	Requisitos del puesto de trabajo	Actividades
<b>Gerente</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Título de Licenciado en Gastronomía.</li> <li>- Experiencia mínima 2 años.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Delegar funciones y toma de decisiones a sus colaboradores.</li> <li>* Estimula la participación de sus colaboradores en la planificación y solución de problemas.</li> <li>* Analiza y evalúa, conjuntamente con sus colaboradores, los logros alcanzados, las causas de las desviaciones y las posibles medidas correctivas.</li> </ul>
<b>Secretaria- Contadora</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Título Universitario en la rama.</li> <li>- Edad máxima 30 años.</li> <li>- Experiencia mínima 2 años.</li> <li>- Referencias personales y laborales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Contestar el teléfono.</li> <li>* Recibir a los clientes.</li> <li>* Digitar comunicaciones interna y externa.</li> <li>* Llevar la contabilidad del negocio.</li> <li>* Realizar todos los trámites mensuales en el SRI.</li> </ul>
<b>Capitán</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Título Bachiller o estudiante de gastronomía.</li> <li>- Edad máxima 25 años.</li> <li>- Experiencia mínima 2 años en cargos similares.</li> <li>- Referencias personales y laborales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Dirigir el grupo de servicio.</li> <li>* Revisar trabajo de equipo de servicio.</li> </ul>
<b>Bodeguero</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Título Bachiller Contable.</li> <li>- Edad máxima 30 años.</li> <li>- Experiencia mínima 1 año.</li> <li>- Referencias personales y laborales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Realizar inventarios.</li> <li>* Control de las bodegas.</li> <li>* Llevar stock.</li> <li>* Entrega y recepción de pedidos.</li> </ul>
<b>Ayudante de Bodega-Chofer</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Título Bachiller o estudiante de gastronomía.</li> <li>- Edad máxima 25 años.</li> <li>- Experiencia mínima 1 año.</li> <li>- Referencias personales y laborales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Participar de las actividades del bodeguero.</li> <li>* Realizar montajes y desmontajes.</li> <li>* Reemplazar al bodeguero cuando éste se ausenta.</li> <li>* Transporta los pedidos.</li> <li>* Colabora con la limpieza.</li> </ul>
<b>Jefe de cocina</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Título Universitario en la rama.</li> <li>- Edad máxima 35 años.</li> <li>- Experiencia mínima 1 año.</li> <li>- Referencias personales y laborales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Elaborar Carta.</li> <li>* Elaborar productos.</li> <li>* Elaborar solicitudes de compra.</li> <li>* Llevar control de inventarios.</li> </ul>
<b>Ayudante de cocina</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ser Bachiller o estudiante de gastronomía.</li> <li>- Experiencia mínima 1 año.</li> <li>- Edad máxima 30 años.</li> <li>- Referencias personales y laborales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Elaborar productos junto con el jefe de cocina.</li> <li>* Colaborar con la limpieza de la cocina.</li> <li>* Reemplazar al jefe de cocina cuando éste se ausenta.</li> </ul>

*Elaboración: Tesista*

#### 4.2.1. 5.- Capacitación del personal.

##### **Reclutamiento**

El reclutamiento se realizará mediante anuncios en el periódico, y base de datos de las Universidades e Institutos con la profesión de gastronomía, detallando los perfiles requeridos.

##### **Selección**

La selección del personal será mediante una entrevista en la cual se hará un análisis de la carpeta presentada por el candidato; para lo cual se seguirá el siguiente proceso:



- Solicitud de trabajo.
- Selección de carpeta.
- Entrevista.
- Elección del mejor perfil para el puesto.
- Notificación a la persona seleccionada.

### ***Contratación***

La contratación se la realizará bajo los parámetros y exigencias del Código Laboral vigente.

Los aspectos más importantes que la empresa debe considerar son:

- Determinar las actividades que debe realizar, fijación de sueldo y horario de trabajo.
- Tiempo del Contrato de trabajo: a prueba, por un año, luego definitivo y
- Especificarán los beneficios que amparan al trabajador según el Código de Trabajo.
- Inscribir al trabajador con el número patronal en el IESS.

### ***Capacitación por inducción***

La inducción la realizará directamente la Gerencia, la cual deberá tomar en cuenta lo siguiente:

- Dar a conocer la misión, visión y objetivos de la empresa.
- Indicar la estructura orgánica funcional.
- Detallar las funciones específicas del puesto o lugar de trabajo.
- Realizar un adiestramiento antes de iniciar las labores en el puesto de trabajo.
- Indicar toda la infraestructura e instalaciones de la empresa.

### ***Desarrollo del personal***

- Adiestramiento: Es el conocimiento básico que se ofrecerá a los nuevos empleados sobre el puesto de trabajo en donde se van a desempeñar, con el propósito de que conozcan con claridad sus funciones y responsabilidades.



- Capacitación: Es el adiestramiento que se proporcionará a los empleados para su mejor y mayor desarrollo personal, profesional y de la empresa.
- Se realizarán capacitaciones periódicas al personal para garantizar el buen servicio y la correcta manipulación de los alimentos, la misma que será mediante los programas de capacitación del Ministerio de Turismo y la Cámara de Comercio de la localidad.

#### **4.2. 1.6.- Administración de sueldos y salarios**

La empresa Catering & Eventos Cía. Ltda. para la administración de sueldos y salarios tomará como referencia el Código Laboral.

*“En ejercicio de las facultades que le confieren los artículos 154, numeral 1 de la Constitución de la República y 118 del Código del Trabajo,*

*Acuerda:*

**Art. 1.-** *Fijar a partir del 1 de enero del 2010, los siguientes sueldos o salarios básicos unificados de los trabajadores del sector privado:*

*- Trabajadores en general, incluidos los trabajadores de la pequeña industria, trabajadores agrícolas y trabajadores de maquila: USD 240,00 (DOSCIENTOS CUARENTA 00/100 DÓLARES) mensuales.*

**Art. 3.-** *El presente acuerdo ministerial entrará en vigencia a partir del 1 de enero del 2010, sin perjuicio de su publicación en el Registro Oficial.*

*Publíquese y regístrese.*

*Dado en Quito, a 31 de diciembre del 2009.*

*f.) Richard Espinosa Guzmán, B.A.,  
Ministro de Relaciones Laborales.”<sup>6</sup>*

Y la remuneración básica unificada, servirá de base para calcular y pagar:

- a) Las horas suplementarias y extraordinarias;
- b) Aportes al IESS
- c) Fondo de Reserva

---

<sup>6</sup> *Ministerio de Trabajo, Código Laboral*



- d) Décimo tercera remuneración
- e) Décimo cuarta remuneración
- f) Las vacaciones
- g) Las indemnizaciones

**Cuadro No. 5**

Nombre del puesto de trabajo	Sueldo
<b>Gerente</b>	<b>\$ 400.00</b>
<b>Jefe de Cocina</b>	<b>\$ 350.00</b>
<b>Ayudante de Cocina</b>	<b>\$ 240.00</b>
<b>Secretaria-Contadora</b>	<b>\$ 260.00</b>
<b>Capitán</b>	<b>\$ 300.00</b>
<b>Bodeguero</b>	<b>\$ 260.00</b>
<b>Ayudante de Bodega-Chofer</b>	<b>\$ 240.00</b>

*Elaboración: Tesista*

**Ver Anexo No. 8**

### ***Relaciones de trabajo***

Las relaciones de trabajo en la empresa se basan en la comunicación, orden, trabajo en equipo; motivando y capacitando al personal periódicamente.

#### **4.2.1.7.- Marco Legal.**

Para la creación, la Empresa se debe cumplir con ciertos requisitos y autorizaciones de carácter obligatorio, como son:



**Intendencia de Compañías**, para registrar legalmente a la Empresa.

*«La Compañía de Responsabilidad Limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras -Compañía Limitada o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación adjetiva, será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como «comercial. Industrial», «agrícola», «constructora», etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañados de una expresión peculiar.*

*La compañía de responsabilidad limitada es siempre mercantil. El mínimo de socios es tres y el máximo quince.*

*Los cónyuges entre sí no pueden comparecer juntos a la constitución de una compañía de responsabilidad limitada.*

*El capital suscrito de la compañía no podrá ser menor de cuatrocientos dólares, y deberá estar pagado al momento de otorgarse la escritura de constitución, por lo menos el cincuenta por ciento y. El saldo en el plazo de un año.<sup>7</sup>*

**Requisitos:**

- ❖ Depósito bancario (integración del Capital)
- ❖ Minuta (Notariada)
- ❖ Nombramientos de Gerente y Presidente (legalmente inscritos)
- ❖ Formulario SRI.

---

<sup>7</sup> Ley de Compañías, Art. 93 reformado.





Para los trámites de abogado, notaría, publicación, entre otros, la Empresa debe prever un gasto estimado de \$ 1,300.00.

Y para los permisos de funcionamiento de local, los trámites son:

### **Servicio de Rentas Internas (SRI)**

#### ***Requisitos para inscribir RUC de Sociedades***

- ❖ Llenar formulario 01-A
- ❖ Llenar formulario 01-B
- ❖ Sociedades bajo la Superintendencia de Compañías o Bancos: original o copia de la Escritura Pública de la constitución inscrita en el Registro Mercantil.
- ❖ Sociedad de Hecho, cuentas en participación, etc.: copia certificada de la escritura pública o del contrato social otorgado por un juez o notario.
- ❖ Original y copia a colores de la cédula de identidad y papeleta de votación del representante legal; extranjeros (pasaporte y visa vigente)
- ❖ Original y copia del nombramiento legalizado inscrito en el Registro Mercantil, (Sociedad bajo la Superintendencia de Compañías.
- ❖ Planilla de luz, agua, teléfono o TV. Cable a nombre del sujeto pasivo como tal (sociedad) o a nombre del representante legal, socio accionista, de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de emisión o contrato de arrendamiento legalizado.
- ❖ Registro de sociedad (actualizado) para las Sociedades bajo la Superintendencia de Compañías.

Estos trámites no tienen costo alguno.

### **Ilustre Municipio de Cuenca**

#### ***Requisitos (por primera vez):***

(Departamento de Higiene y Medio Ambiente):



- ❖ Copia de la carta del pago del predio urbano en el cual pretenden instalarse.
- ❖ Copia del RUC.
- ❖ Certificado de no adeudar al Municipio

El valor a cancelar por este permiso esta calculado en función del capital en giro que tiene el negocio.

### **Benemérito Cuerpo de Bomberos**

#### ***Requisitos:***

- ❖ Copia del RUC
- ❖ Copia de la patente municipal
- ❖ Extintor de 10 lb.

Valor a cancelar para el permiso depende del tamaño del establecimiento: pequeños \$. 20,00 medianos \$. 30,00 y grandes \$. 50,00.

#### ***Observaciones:***

El restaurante debe tener señalización.

El permiso es para cada año y para no pagar con multa se lo debe hacer desde Enero hasta Marzo.

Las instalaciones eléctricas deben ser bajo tubería.

El gas de la cocina debe tener una distancia mínima de 4 m.

Sistema de evacuación de gases y olores

Debe existir salida de emergencia.

El extintor no debe estar cerca del espacio del cuarto de cocina, pues es un explosivo, se recomienda colocarlo a una distancia de 1,5 a 2 m. de la misma.

### **Sanidad**

#### ***Requisitos para obtener el permiso sanitario (primera vez):***



- ❖ Solicitud al Director Provincial.
- ❖ Copia del RUC.
- ❖ Copia de la cédula.
- ❖ Documento personería jurídica (en caso de ser persona jurídica)
- ❖ Copia del título profesional
- ❖ Plano del establecimiento, escala 1,50.
- ❖ Croquis ubicación.
- ❖ Copia permiso de Bomberos.
- ❖ Certificado de salud.
- ❖ Foto carnet.

El precio para el registro sanitario depende de la categoría, cuando es de primera el valor es de \$. 156,96 y el permiso tiene una duración de un año calendario.

***Requerimiento del local para el permiso:***

- ❖ SS.HH
- ❖ Agua
- ❖ Luz
- ❖ Piso lavable
- ❖ Paredes con pintura lavable
- ❖ Ventilación.

**Ministerio de Turismo**

***Requisitos:***

- ❖ Copia certificada de la Escritura de Constitución, aumento de Capital o Reforma de Estatutos.
- ❖ Nombramiento del representante legal debidamente inscrito en la oficina del Registro Mercantil.
- ❖ Foto copia cédula de identidad.
- ❖ Foto copia contrato de compra-venta del establecimiento, en caso de cambio del propietario con la autorización de utilizar la Razón Social.

**Cámara de Turismo del Azuay**

***Requisitos:***

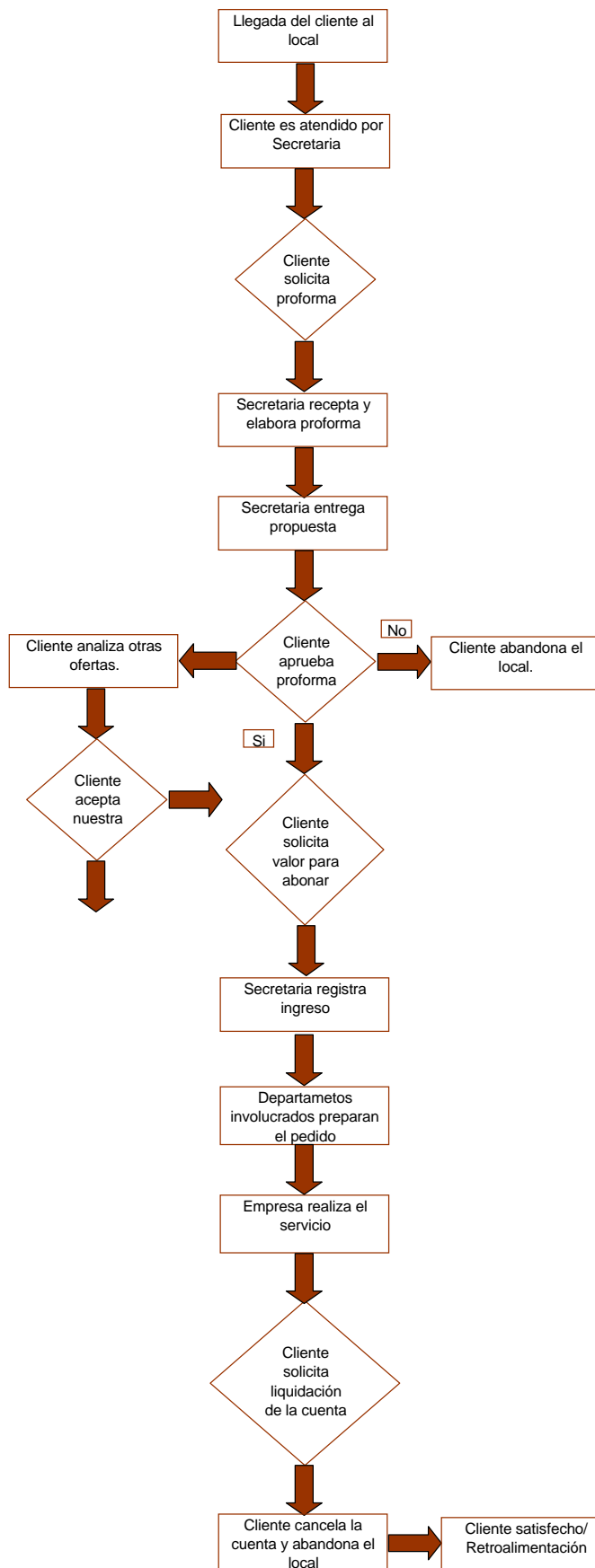
- ❖ Copia del RUC.



- ❖ Copia del nombramiento del representante legal.
- ❖ Copia de cédula de identidad y certificado de votación del Representante Legal.
- ❖ Copia del Acta de Constitución de la Compañía.
- ❖ Copia de la categorización del Ministerio de Turismo.
- ❖ Fichas de afiliación (promocionadas por la Cámara de Turismo del Azuay).

#### **4.2.1.8.- Flujo Organizacional**

El flujo organizacional está diseñado tomando en cuenta paso a paso.





### 4.3. Equipamiento y distribución.

#### 4.3.1. Características de la Tecnología.

- Equipos modernos.
- Personal con título universitario y experiencia.
- Instalaciones centralizadas de cocina (gas, electricidad).

#### 4.3.2. Equipo e instalaciones

**Cuadro No. 6**

DESCRIPCION	CANTIDAD	DESCRIPCION	CANTIDAD
Escritorio	2	Carpas	3
Silla hergonómica	2	Mesas	15
sillas p/oficina	4	Sillas	150
Computador	2	Manteles	30
Impresora	1	Sobremantel	30
Telefax	1	Faldones	30
Softwar p/ventas	1	Servilletas	300
Archivador	1	Lazos	300
Suministros de Oficina	1	Veloz Decorativos	6
Papeleria	1	Toldos para Carpas	3
Estantería Plas.	3	Plato Base	150
Estantería Hierro	6	Plato Tendido	150
Lavadora	1	Plato Postre	150
Secadora	1	Plato Hondo	100
Camión Nisan	1	Cucharita	150
Cocina	1	Cuchara de Sopa	100
Extractor de olores	1	Tenedor Postre	150
Horno microondas	1	Tenedor Cena	150
Horno Andino	1	Cuchillo Entrada	150
Refrigerador	1	Cuchillo Cena	150
Mesa de Trabajo	3	Copa Vino Blanco	150
Estante Acero inox.	2	Copa Vino Tinto	150
Congelador	1	Copa Agua	150
Batidora	1	Copa Flauta	150
Licudadora	1	Copa Cocktail	150
Balanza digital	1	Vaso Largo	150
Accesorios kitchen-Aid	1	Vaso Corto	150
Utensilios varios de cocina	1	Charoles	8
Gas industrial	1	Jarras	15
Extintor	1	Ajiceros	30
Pozo Acero Inox.	1	Saleros	30
		Pimenteros	30
		Ceniceros	30
		Samobares	8



*Elaboración: Tesista*

#### **4.3.3 Instalaciones necesarias.**

- Acceso a Internet, línea telefónica.
- Gas centralizado.
- Tuberías para agua caliente.

#### **4.3.4. Mantenimiento.**

- Limpieza diaria de todas las áreas.
- Encuestas periódicas a los clientes para medir la satisfacción del servicio y productos.

#### **4.3.5. Identificación de proveedores y cotizaciones.**

La identificación de proveedores se realizará mediante un proceso de selección según el precio y la calidad de los productos y alimentos.

#### **4.3.6. Compras**

- Las compras por concepto de alimentos se realizará sin intermediarios en forma directa a Coopera Ltda. Jomar, La Europea, La Casa de las Especies, Levapan, La Italiana, Supermaxi.
- Especificar lo que se va a comprar; cuándo se necesitarán los insumos, establecer si el proveedor o el comprador pagará el flete, si hay un incremento fijo de los insumos, conocer si hay descuentos por pronto pago o por volumen de compra.

#### **4.3.7. Manejo de inventarios.**

Los inventarios son la cantidad de materiales que se encuentran en la empresa.

El objetivo del control de inventarios es mantener una cantidad óptima de materiales e insumos disponibles en cualquier momento, lo que hará que el



proceso de desarrollo del servicio no se vea afectado por escasez ni exceso de los mismos.

La empresa ha establecido como política de inventarios a manejar en lo referente a materia prima para Banquetería, el mínimo posible ya que por tratarse de productos perecibles las compras se realizarán 2 veces por semana.

#### **4.3.8. Interconexión con otras áreas o departamentos.**

*Recepción - Cocina:* se relacionan directamente porque en cocina se realizan los platos a entregar en la venta realizada en recepción.

*Cocina - Bodega:* en bodega se almacenan muchos de los productos a utilizar en la cocina.

*Recepción - Bodega:* Los pedidos que ingresan por venta a recepción, serán despachados por bodega.

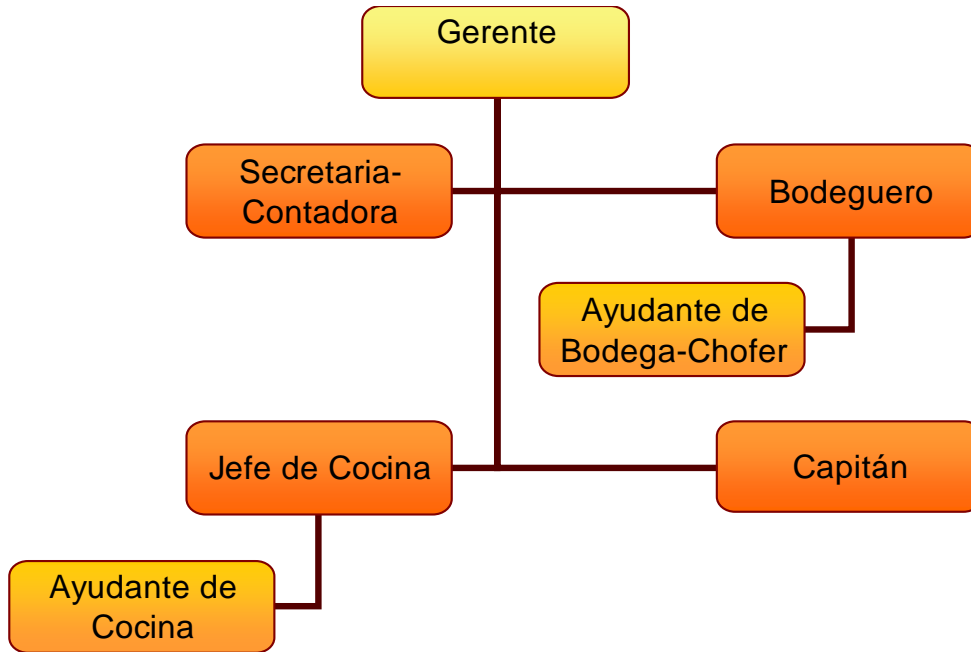
*Administración - Contabilidad:* el Contador entrega directamente al Administrador los balances contables del negocio, para que éste tome las decisiones correspondientes.





#### 4.4. Organigrama de funcionamiento laboral.

Gráfico No. 3



*Elaboración: Tesista*

##### 4.4.1. Turnos de trabajo

Catering & Eventos Cía. Ltda. Atenderá de 9h30 a 13h00 y 15h30 a 19h00; de lunes a viernes y 9h30 a 13h00 horas, los días sábados.

##### 4.4.2. Políticas organizacionales.

Las políticas organizacionales de Catering & Eventos Cía. Ltda., se regirán al Reglamento Interno de Disciplina, orden y manipulación de alimentos, que se detallan en el Anexo No. 9.

##### 4.4.3. Cómo se desarrolla la planificación de las actividades.

La planificación será trimestral, es decir a mediano plazo; y se planificarán recursos financieros, económicos y materiales. En esta etapa no se puede



dejar de lado la planificación de los proveedores, esto según las garantías que ofrecen en cuanto a calidad, entrega a tiempo y durante todas las temporadas, facilidades de pago, etc.

Esta planificación se la hará en un cronograma, en el cual se detallarán las necesidades y el tiempo en que las mismas serán cubiertas.

#### 4. 5. Inversión

**Cuadro No. 7**

INVERSION	
AREA	VALOR
RECEPCION	\$ 5,292.00
BODEGAS	\$ 18,400.00
ALIMENTACION y ALQUILER	\$ 31,812.45
COCINA	\$ 8,831.09
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 64,335.54</b>

*Elaboración: Tesista*

**Cuadro No. 8**

RECEPCION			
DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO U.	PRECIO TOTAL
Escritorio	2	\$ 173.00	\$ 346.00
Silla hergonómica	2	\$ 105.00	\$ 210.00
sillas p/oficina	4	\$ 37.00	\$ 148.00
Computador	2	\$ 1,000.00	\$ 2,000.00
Impresora	1	\$ 50.00	\$ 50.00
Telefax	1	\$ 400.00	\$ 400.00
Softwar p/ventas	1	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00
Archivador	1	\$ 188.00	\$ 188.00
Suministros de Oficina	1	\$ 150.00	\$ 150.00
Papelería	1	\$ 150.00	\$ 150.00
Estantería	1	\$ 150.00	\$ 150.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 5,292.00</b>

*Elaboración: Tesista*

**Cuadro No. 9**



**BODEGAS**

<b>DESCRIPCION</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO U.</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
Estantería	6	\$ 250.00	\$ 1,500.00
Lavadora	1	\$ 800.00	\$ 800.00
Secadora	1	\$ 1,100.00	\$ 1,100.00
Camión Nisan	1	\$ 15,000.00	\$ 15,000.00
		<b>TOTAL</b>	<b>\$ 18,400.00</b>

*Elaboración: Tesista*

**Cuadro No. 10**



**ALIMENTACIÓN y ALQUILER**

DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO U.	PRECIO TOTAL
Carpas	3	\$ 1,200.00	\$ 3,600.00
Mesas	15	\$ 110.00	\$ 1,650.00
Sillas	150	\$ 35.00	\$ 5,250.00
Manteles	30	\$ 20.00	\$ 600.00
Sobremantel	30	\$ 15.00	\$ 450.00
Faldones	30	\$ 15.00	\$ 450.00
Servilletas	300	\$ 1.00	\$ 300.00
Lazos	300	\$ 3.50	\$ 1,050.00
Veloz Decorativos	6	\$ 40.00	\$ 240.00
Toldos para Carpas	3	\$ 120.00	\$ 360.00
Plato Base	150	\$ 3.43	\$ 514.50
Plato Tendido	150	\$ 2.76	\$ 414.00
Plato Postre	150	\$ 2.13	\$ 319.50
Plato Hondo	100	\$ 2.76	\$ 276.00
Cucharita	150	\$ 3.16	\$ 474.00
Cuchara de Sopa	100	\$ 3.88	\$ 388.00
Tenedor Postre	150	\$ 3.99	\$ 598.50
Tenedor Cena	150	\$ 4.59	\$ 688.50
Cuchillo Entrada	150	\$ 3.41	\$ 511.50
Cuchillo Cena	150	\$ 3.60	\$ 540.00
Copa Vino Blanco	150	\$ 2.73	\$ 409.50
Copa Vino Tinto	150	\$ 2.98	\$ 447.00
Copa Agua	150	\$ 3.83	\$ 574.50
Copa Flauta	150	\$ 2.70	\$ 405.00
Copa Cocktail	150	\$ 4.72	\$ 708.00
Vaso Largo	150	\$ 1.45	\$ 217.50
Vaso Corto	150	\$ 2.50	\$ 375.00
Charoles	8	\$ 17.20	\$ 137.60
Jarras	15	\$ 4.47	\$ 67.05
Ajiceros	30	\$ 2.80	\$ 84.00
Saleros	30	\$ 2.01	\$ 60.30
Pimenteros	30	\$ 2.01	\$ 60.30
Ceniceros	30	\$ 1.74	\$ 52.20
Alto Shaam	1	\$ 8,100.00	\$ 8,100.00
Samobares	8	\$ 180.00	\$ 1,440.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 31,812.45</b>

*Elaboración: Tesista*

(Anexo No.14)



**Cuadro No. 11107**

**COCINA**

DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO U.	PRECIO TOTAL
Cocina	1	\$ 480.00	\$ 480.00
Extractor de olores	1	\$ 400.00	\$ 400.00
Horno microondas	1	\$ 234.00	\$ 234.00
Horno Andino	1	\$ 600.00	\$ 600.00
Refrigerador	1	\$ 798.00	\$ 798.00
Mesa de Trabajo	3	\$ 366.00	\$ 1,098.00
Estante Acero inox.	2	\$ 435.00	\$ 870.00
Congelador	1	\$ 1,137.00	\$ 1,137.00
Batidora	1	\$ 1,144.00	\$ 1,144.00
Licuada	1	\$ 203.90	\$ 203.90
Balanza digital	1	\$ 122.09	\$ 122.09
Accesorios kitchen-Aid	1	\$ 164.10	\$ 164.10
Utensilios varios de cocina	1	\$ 800.00	\$ 800.00
Gas industrial	1	\$ 60.00	\$ 60.00
Extintor	1	\$ 80.00	\$ 80.00
Estante Plast.	2	\$ 150.00	\$ 300.00
Pozo Acero Inox.	1	\$ 340.00	\$ 340.00
		<b>TOTAL</b>	<b>\$ 8,831.09</b>

*Elaboración: Tesista*

**4.6. El Capital.**

Para la formación de la Empresa el aporte de capital que realicen los socios será a través de un crédito comercial otorgado por una de las Instituciones del sistema bancario existentes en la ciudad y el capital social será dividido en cuatro participaciones sociales de veinte mil dólares de valor nominal cada una.

**Cuadro No. 12**

APORTE DEL CAPITAL		
Socios	Valor Aportado	#. Acciones
A	\$ 16,083.91	25.00%
B	\$ 16,083.91	25.00%
C	\$ 16,083.91	25.00%
D	\$ 16,083.91	25.00%
Total Capital \$.	\$ 64,335.64	100.00%

*Elaboración: Tesista*

**4.7. Evaluación financiera.**



Para poder realizar la evaluación financiera del proyecto sobre la creación de la empresa Catering y Organización de Eventos Sociales se partirá con la fijación de precios para los productos que se van a comercializar considerando el precio existente de las empresas que aparecen en el estudio de mercado realizado en el Capítulo I y para aquellos productos que estas empresas no poseen, se tomó de referencia a otras empresas o personas que prestan dicho servicios en el mercado local.

Ver Anexo No. 10.

**Cuadro No. 13**

ANÁLISIS DE PRECIOS DE LA COMPETENCIA									
Empresa	Alimentación	Artículo	Alquiler			Valor por Pax.	Otros		
			Casa Real	Mesa a Punto	La Casa del Banquete		Música	Meseros	Flores
	Valor por Pax.					Valor por Hora	Valor Individual	Valor por Mesa	
Casa Real	\$ 12.00	Mesa Vestida	0.77	0.88	1.1	\$ 4.68	\$ 0.00	\$ 25.00	\$ 16.00
Mesa a Punto	\$ 7.50	silla vestida	0.95	1	1.35	\$ 4.78	\$ 0.00	\$ 25.00	\$ 15.00
La Casa del Banquete	\$ 12.00	Vaso	0.1	0.15	0.15	\$ 5.79	\$ 0.00	\$ 25.00	
		Copa	0.15	0.2	0.2				
		Copa flauta	0.15	0.2	0.25				
		Charoles	0.15	0.2	0.2				
		Carpa	1.60	1.40	1.40				
		Plato base	0.08	0.2	0.12				
		Plato postre	0.08	0.1	0.12				
		tenedor postre	0.08	0.04	0.12				
		cuchillo entrada	0.08	0.06	0.12				
		tenedor	0.08	0.06	0.12				
		Cuchillo	0.08	0.06	0.12				
		Cucharita	0.08	0.03	0.12				
		Servilleta tela	0.25	0.2	0.3				
			4.68	4.78	5.79				
	\$ 10.50					\$ 5.08	\$ 0.00	\$ 25.00	\$ 15.50

Elaboración: Tesista

**Cuadro No. 14**

LISTA DE PRECIOS DE LA EMPRESA		
RUBRO	P.V.P	Observaciones
Alimentación	\$ 10.50	valor por persona
Alquiler	\$ 5.08	valor por persona
Otros:		
Música	\$ 30.00	valor por hora
Meseros	\$ 25.00	valor por cada persona de servicio
Flores	\$ 15.50	valor por cada ramo

Elaboración: Tesista



Para la proyección de las ventas, se ha considerado las principales actividades del calendario de la siguiente forma:

- Enero; primer mes de año calendario donde la economía de los consumidores no se restablece de los gastos de las fiestas navideñas y el fin de año, pero todavía siguen las reuniones sociales por el Pase de Niño.
- Febrero; el comercio empieza a tomar fuerza por las fiestas de Carnaval y es un mes donde se realizan bodas con motivo del mes del Amor y la Amistad.
- Marzo, considerado un mes pobre en actividad comercial y social.
- Abril, empieza el movimiento social y comercial; pues en el sistema escolar se inicia la temporada conmemorativa del Sacramento de la Primera Comunión y el movimiento social por las festividades conmemorativas de Fundación de la Ciudad.
- Mayo, es uno de los mejores meses del año con respecto a ventas. Las celebraciones del día de la Madre, la mayoría de las celebraciones de la Primera Comunión, Confirmación y Matrimonios.
- Junio y Julio; finalizan las celebraciones religiosas de Eucaristía y comienzan las graduaciones de Bachillerato lo cual se va hasta mediados del mes de julio.
- Agosto, las ventas empiezan a caer; mas el factor salvatorio del mes son los Paseos Familiares por inicio de vacaciones.
- Septiembre, es el mes más crítico debido al inicio de clases.
- Octubre se comporta más o menos como enero.
- Noviembre comienza el movimiento comercial por conmemorar las festividades de Independencia de la Ciudad y empieza a sentirse el



ambiente navideño con reuniones de Intercambio de Sorpresas, entre otros.

- Diciembre es un mes parecido a mayo con buen movimiento comercial por las fiestas de Navidad y Fin de Año.

Además se ha considerado una ocupación parcial en relación a la capacidad instalada de la empresa, quedando la proyección de la siguiente manera:



# Universidad de Cuenca



#. SEMANAS POR MES= 4  
 #. EVENTOS ATENDIDOS POR SEMANA= 2  
 CAPACIDAD INSTALADA= 150 pax.

Se considerará al 50% de la capacidad instalada para cada evento, lo que da:

#. PAX ATENDIDOS POR EVENTO= 75

Si se tiene un valor por pax de: \$ 15.58 en los rubros de Alimentación y Alquiler.

Dando como resultado un valor de:

$4 * 2 = 8 * 75 \text{ pax.} = 600 \text{ pax.} * \$ 15.58 = \mathbf{\$ 9348.00 \text{ mensuales.}}$

Para calcular los valores de venta referentes a la Música:

#. EVENTOS AL MES 8  
 #. HORAS APROXIMADAS DE MÚSICA POR EVENTO 5  
 PRECIO DE HORA \$ 30.00

$8 * 5 = 40 * \$ 30.00 = \mathbf{\$ 1200.00 \text{ mensuales}}$

Para el valor del servicio se ha considerado:

CAPACIDAD DE ATENCIÓN POR MESERO= 20 pax  
 #. MESERO POR EVENTO 4  
 #. EVENTOS POR MES= 8  
 PRECIO POR MESERO \$ 25.00

$8 * 4 = 32 * \$ 25.00 = \mathbf{\$ 800.00 \text{ mensuales}}$

Y para calcular los valores por el rubro de las flores se va a considerar que:

#. PAX. POR MESA= 10  
 #. RAMO POR MESA= 1  
 #. PAX ATENDIDOS POR EVENTO= 75  
 #. EVENTOS POR MES= 8  
 PRECIO POR RAMO= \$ 15.50

$8 * 8 = 64 \text{ RAMOS} * \$ 15.5 = \mathbf{\$ 992.00 \text{ mensuales}}$

Con estos datos podemos concluir diciendo que el ingreso total mensual va ha ser de:

Alimentación y Alquiler	\$ 9,348.00
Música	\$ 1,200.00
Meseros	\$ 800.00
Flores	\$ 992.00
<b>TOTAL VENTAS MES.....</b>	<b>\$ 12,340.00</b>

## Gráfico No. 15

PROYECCION DE VENTAS POR AÑO													
Producto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTALES
Alimentación y Alquiler	\$ 9,348.00	\$ 9,348.00	\$ 9,348.00	\$ 11,685.00	\$ 14,606.25	\$ 18,257.81	\$ 22,822.27	\$ 9,348.00	\$ 9,348.00	\$ 9,348.00	\$ 11,685.00	\$ 14,606.25	\$ 149,750.58
Música	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,500.00	\$ 1,875.00	\$ 2,343.75	\$ 2,929.69	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,500.00	\$ 1,875.00	\$ 19,223.44
Meseros	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 1,000.00	\$ 1,250.00	\$ 1,562.50	\$ 1,953.13	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 1,000.00	\$ 1,250.00	\$ 12,815.63
Flores	\$ 992.00	\$ 930.00	\$ 930.00	\$ 1,162.50	\$ 1,453.13	\$ 1,816.41	\$ 2,270.51	\$ 930.00	\$ 930.00	\$ 930.00	\$ 1,162.50	\$ 1,453.13	\$ 14,960.16
<b>Total Ventas</b>	<b>\$ 12,340.00</b>	<b>\$ 12,278.00</b>	<b>\$ 12,278.00</b>	<b>\$ 15,347.50</b>	<b>\$ 19,184.38</b>	<b>\$ 23,980.47</b>	<b>\$ 29,975.59</b>	<b>\$ 12,278.00</b>	<b>\$ 12,278.00</b>	<b>\$ 12,278.00</b>	<b>\$ 15,347.50</b>	<b>\$ 19,184.38</b>	<b>\$ 196,749.80</b>



*Elaboración: Tesista*

En el gráfico No. 15 de proyección de ventas anuales se ha considerado el primer trimestre con un valor constante, los cuatro meses siguientes por ser temporada alta se hizo la proyección con un 25% más, agosto y septiembre se consideró como los primeros meses. Más noviembre y diciembre se incrementaron igual que los cuatro meses de temporada alta.

En relación a los gastos se consideró toda la información que consta en el presente Capítulo, como son sueldos, arriendo, la materia prima (Anexo No. 6), entre otros.

**(Anexos No. 11 y 12.)**

**Cuadro No. 16**

<b>COSTOS MATERIA PRIMA Y OUTSOURCING</b>		
<b>RUBRO</b>	<b>VALOR</b>	<b>Observaciones</b>
<b>Alimentación:</b>	<b>\$ 6.27</b>	Costo por persona
Entrada	\$ 1.17	
Plato Fuerte	\$ 0.59	
Guarnición 1	\$ 0.37	
Guarnición 2	\$ 0.84	
Ensalada	\$ 2.70	
Carne/Ave	\$ 0.60	
Postre		
<b>Meseros</b>	<b>\$ 15.00</b>	Costo por cada persona de servicio
<b>Flores</b>	<b>\$ 10.00</b>	Costo por cada ramo
<b>Música</b>	<b>\$ 20.00</b>	Costo por hora

*Elaboración: Tesista*

## Universidad de Cuenca



#. SEMANAS POR MES= 4  
 #. EVENTOS ATENDIDOS POR SEMANA= 2  
 CAPACIDAD INSTALADA= 150 pax.

Se considerará al 50% de la capacidad instalada para cada evento, lo que da:

#. PAX ATENDIDOS POR EVENTO= 75

Si se tiene un costo por pax de: \$ 6.27 en el rubros de Alimentación.

Dando como resultado un valor de:

$4 * 2 = 8 * 75 \text{ pax.} = 600 \text{ pax.} * \$ 6.27 = \mathbf{\$ 3762.00 \text{ mensuales.}}$

Para el calculo del costo de Música:

#. EVENTOS AL MES 8  
 #. HORAS APROXIMADAS DE MÚSICA POR EVENTO 5  
 COSTO HORA \$ 20.00

$8 * 5 = 40 * \$ 20.00 = \mathbf{\$ 800.00 \text{ mensuales}}$

Para el costo del servicio se ha considerado:

CAPACIDAD DE ATENCIÓN POR MESERO= 20 pax  
 #. MESERO POR EVENTO 4  
 #. EVENTOS POR MES= 8  
 COSTO POR MESERO (PERSONAL EVENTUAL) \$ 15.00

$8 * 4 = 32 * \$ 15.00 = \mathbf{\$ 480.00 \text{ mensuales}}$

Y para calcular el costo por las flores se va a considerar que:

#. PAX. POR MESA= 10  
 #. RAMO POR MESA= 1  
 #. PAX ATENDIDOS POR EVENTO= 75  
 #. EVENTOS POR MES= 8  
 COSTO POR RAMO= \$ 10.00

$8 * 7.5 = 60 \text{ RAMOS} * \$ 10.00 = \mathbf{\$ 600.00 \text{ mensuales}}$

Con estos datos podemos concluir diciendo que el costo total mensual de los siguientes rubros va ha ser de:

Alimentación	\$ 3,762.00
Música	\$ 800.00
Meseros	\$ 480.00
Flores	\$ 600.00
<b>TOTAL COSTO MES POR ESTOS RUBROS.....</b>	<b>\$ 5,642.00</b>

### Cuadro No. 17

PROYECCION COSTO MATERIA PRIMA Y OUTSOURCING													
Producto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTALES
Alimentación	\$ 3,762.00	\$ 3,762.00	\$ 3,762.00	\$ 3,762.00	\$ 3,762.00	\$ 3,762.00	\$ 3,762.00	\$ 3,762.00	\$ 3,762.00	\$ 3,762.00	\$ 3,762.00	\$ 3,762.00	\$ 45,144.00
Música	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 9,600.00
Meseros	\$ 480.00	\$ 480.00	\$ 480.00	\$ 480.00	\$ 480.00	\$ 480.00	\$ 480.00	\$ 480.00	\$ 480.00	\$ 480.00	\$ 480.00	\$ 480.00	\$ 5,760.00
Flores	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 7,200.00
<b>Total Costo</b>	<b>\$ 5,642.00</b>	<b>\$ 5,642.00</b>	<b>\$ 5,642.00</b>	<b>\$ 5,642.00</b>	<b>\$ 5,642.00</b>	<b>\$ 5,642.00</b>	<b>\$ 5,642.00</b>	<b>\$ 5,642.00</b>	<b>\$ 5,642.00</b>	<b>\$ 5,642.00</b>	<b>\$ 5,642.00</b>	<b>\$ 5,642.00</b>	<b>\$ 67,704.00</b>

*Elaboración: Tesista*



En el Cuadro No. 17 de proyección de costos; contrario al de ventas, el valor se mantiene estable. Pues el porcentaje de variaciones que sufre la materia prima es mínima y solo se da en algunos productos cuando es temporada alta.

Una vez procesada toda la información económica se obtiene el siguiente cuadro de simulación de ventas:

**Cuadro No. 18**

SIMULACION DE VENTAS POR AÑO						
	ANO 0	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
<b>INVERSIÓN</b>	\$ 64,335.64					
Gtos.Constitución	\$ 1,756.96					
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 66,092.60</b>					
<b>(+) INGRESOS</b>						
Alimentación y Alquiler		126,198.00	151,437.60	169,610.11	195,051.63	214,556.79
Música		16,200.00	19,440.00	21,772.80	25,038.72	27,542.59
Meseros		10,800.00	12,960.00	14,515.20	16,692.48	18,361.73
Flores		12,617.00	15,140.40	16,957.25	19,500.84	21,450.92
<b>TOTAL INGRESOS</b>		<b>165,815.00</b>	<b>198,978.00</b>	<b>222,855.36</b>	<b>256,283.66</b>	<b>281,912.03</b>
<b>(-) COSTOS</b>						
Materia Prima		45,144.00	47,852.64	50,723.80	54,274.46	58,073.68
Otros (outsourcing)		22,560.00	23,913.60	25,348.42	27,122.81	29,021.40
<b>TOTAL COSTOS</b>		<b>67,704.00</b>	<b>71,766.24</b>	<b>76,072.21</b>	<b>81,397.27</b>	<b>87,095.08</b>
<b>GANANCIA BRUTA</b>		<b>98,111.00</b>	<b>127,211.76</b>	<b>146,783.15</b>	<b>174,886.39</b>	<b>194,816.95</b>
<b>(-) Gtos. Operacionales</b>						
Arriendos		6,000.00	6,300.00	6,615.00	6,945.75	7,293.04
Sueldos		31,356.84	31,983.98	32,623.66	33,276.13	33,941.65
Prov. Salariales		9,729.12	9,923.70	10,122.18	10,324.62	10,531.11
Gtos.Publicidad		275.00	288.75	303.19	327.44	356.91
Gtos. Mantenimiento		360.00	378.00	396.90	416.75	437.58
Suministros Oficina		360.00	378.00	396.90	416.75	437.58
Servicios Básicos		1,440.00	1,512.00	1,587.60	1,666.98	1,750.33
Trans.y Movilización		1,440.00	1,512.00	1,587.60	1,666.98	1,750.33
Gtos. Depreciación		4,842.93	4,842.93	4,842.93	4,842.93	4,842.93
<b>TOTAL GASTOS</b>		<b>55,803.89</b>	<b>57,119.36</b>	<b>58,475.95</b>	<b>59,884.32</b>	<b>61,341.47</b>
<b>(=) UTILIDAD</b>						
<b>O GANANCIA</b>		<b>42,307.11</b>	<b>70,092.40</b>	<b>88,307.20</b>	<b>115,002.07</b>	<b>133,475.49</b>

*Elaboración: Tesista*

Analizando los valores proyectados se observa que la inversión registra valores positivos.



## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Para el desarrollo del presente trabajo de investigación se recopiló información de varias fuentes tanto bibliográficas como de campo.

En el Capítulo I se realizó el Estudio de Mercado, un trabajo netamente de campo al realizar las encuestas en los distintos sectores de la Ciudad lo que constituyó una experiencia única y muy enriquecedora al poder hacer contacto con personas de diferentes clases sociales, distintos niveles de educación, etc.

Aprender a manejar una técnica que antes no lo había hecho me obligó a desarrollar competencias nuevas que han aportado a mi crecimiento personal y a investigar en libros de diversos autores donde recopilé la siguiente información:

- Conceptos Generales
- Procesos para la investigación
- Desarrollo del plan de investigación
- Obtención de la muestra
- Aplicación y análisis de la información



- Cuadros Estadísticos
- Conclusiones

El Capítulo II es un capítulo teórico donde aprendí conceptos básicos del Catering y su estructura, donde se obtuvo información referente a:

- Concepto.
- Clasificación.
- Segmentación del mercado dentro del Catering.
- Instrumentos de Ventas.
- La planificación del evento.
- Departamentos que intervienen.
- Los instrumentos de enlace departamentales.
- El menú.

Para el Capítulo III acudí a fuentes bibliográficas virtuales, personas del medio conocedoras del tema, libros, entre otros y pude aprender temas protocolares muy importantes sobre Etiqueta y Protocolo Social, como son:

- Conceptos generales.
- Acontecimientos sociales.
- La cubertería, cristalería y servilleta.
- Regla de montaje y la precedencia según el tipo de mesa.

En el Capítulo IV se desarrolló toda la información necesaria para la Creación de la Empresa de Catering y Organización de Eventos Sociales, donde se procesó la información económica que se obtuvo de varios comercios de la ciudad, necesaria para la simulación de ventas, costos y varios conceptos financieros como:

- Conceptos generales de la empresa



- Ciclo de vida
- El plan de negocios
- Aplicación

Luego de procesar toda la información obtenida y plasmarla en este trabajo de investigación se determinó que en la Ciudad de Cuenca existe un sector de entretenimiento social en pleno desarrollo, que crece día a día cada vez con mayores exigencias, cuyas preferencias tienden a la búsqueda de empresas que posean productos comerciales que cubran todos los aspectos organizacionales de sus eventos sociales de forma profesional y técnica que combinen conceptos administrativo, gastronómicos y protocolares, con una nueva cultura empresarial en donde la relación empresa-cliente, cliente-servicio, trascienda en el cliente proporcionándole además de los servicios básicos con los que cuenta, valores agregados y/o servicios extraordinarios que ofrezca una experiencia de compra diferente cumpliendo con sus expectativas como consumidor y que trascienda más allá de satisfacer simplemente la función utilitaria del producto.

Que la oferta local está limitada y no muy desarrollada, lo que posibilitará a la captación de un mejor porcentaje de consumidores para un desarrollo financiero exitoso.

También se pudo determinar otros productos que los consumidores quisieran poder obtener, lo que constituirá una pauta para la creación de nuevos proyectos en el futuro y lograr así la continuidad de la empresa.

Con la aplicación de los conceptos administrativos se pudo determinar la estructura organizacional, las funciones administrativas, las jornadas de trabajo, los sueldos. Con relación a la parte legal de la compañía, se determinó que será de tipo responsabilidad limitada, por el número de socios que van a



integrar la sociedad y las intenciones que se tienen en cuanto a la responsabilidad en el monto de los aportes.

La situación financiera se proyectó a cinco años teniendo en cuenta un incremento anual ocasionado por el incremento natural de la demanda según datos del país.

Analizando los resultados de los estados de pérdidas y ganancias se puede decir que económicamente el proyecto de la creación de la Empresa de Catering y Organización de Eventos Sociales es factible de acuerdo a las cifras obtenidas y con una recuperación total del capital.

En conclusión se puede decir que el proyecto es factible en todos sus aspectos.





### Bibliografía:

- ACERENZA Miguel Ángel, **Marketing de restaurantes**. Trillas, Edición 2004.
- Artes Gráficas Señal, **La Etiqueta en Sociedad**. Impreseñal Cía. Ltda. Segunda edición 2001.
- BIOSCA, Doménech, **Dirigir con Éxito un Restaurante, Gestión 2000**, Edición 2003.
- CATAFORA Carpio Fernando, **Sistemas y procedimientos contables**, Quebecor World Bogotá S.A., año 1997.
- Círculo de Lectores, **Enciclopedia Práctica de Administración Micro, Pequeña y Mediana Empresa**, Edición 2006, tomo I y II.
- CUERVO Tafur Joaquín, Osorio Agudelo Fair Albeiro, **Costo basado en actividades –ABC- Gestión basada en actividades-ABM**, ECOE Ediciones. Edición 2007.
- Cultura de Ediciones SA. Tomo I, II y III, **Dirección de marketing y ventas**, Edición 2000.
- Editorial Prentice Hall, Gestión en H. **Técnicas de Marketing y Estrategias para Restaurantes**, Edición 2005.
- FISHER Laura, Espejo Jorge. **Mercadotecnia**. Tercera Edición. Impreso en México.
- GUTIERREZ José Bello, Díaz de Santos. **Ciencia y Tecnología Culinaria**, Edición 1998.
- KOTLER Philip, **Marketing según Kotler**. Pearson Educación.
- LIND A. Douglas, Marchal G. William y Mason D. Robert, **Estadística para**



**Administración y Economía**, Alfaomega Grupo Editor, SA.de C.V.,  
11ª.ed, año 2004.

- MOLINA Violeta, **La Etiqueta en Sociedad**. Agosto 2001.
- Programa de Implementación práctica DGP Desarrollo y Gestión PYME, **Como ser un Emprendedor Exitoso y no fracasar en el intento.**, Edición 2006.
- Superintendencia de Compañías, **Reglamentos y Resoluciones**.
- [http://images03.olx.com.ar/ui/1/32/68/8522468\\_1.jpg](http://images03.olx.com.ar/ui/1/32/68/8522468_1.jpg)
- <http://servicios.laverdad.es/consultorio/gastronomico/preguntas/Terminologia/188/1.htm>
- <http://www.buscoempresas.es/uploads/1/4/5/145672.jpg>
- <http://search.conduit.com/Results.aspx?q=Biblioteca+virtual%3A+tesis&ctid=CT1960542&octid=CT1960542&SearchSource=1>
- [www.monografias.com](http://www.monografias.com)
- [www.javerian.edu.co](http://www.javerian.edu.co)
- [www.wikipedia.es.org](http://www.wikipedia.es.org).
- [www.imagenes.com](http://www.imagenes.com)
- [www.sri.gov.ec](http://www.sri.gov.ec)
- [www.redprotocolo.com](http://www.redprotocolo.com)
- Información otorgado por:
  - Ilustre Municipalidad de Cuenca.
  - Benemérito Cuerpo de Bomberos - Cuenca.
  - Jefatura Provincial de Salud del Azuay.



- Dr. Víctor Llerena.
- Eco, Angélica García V. MBA.
- Msc. Heriberto López.

# ANEXOS

Universidad de Cuenca





**Anexo No. 1**

**Preguntas abiertas**

# Universidad de Cuenca



TIPOS DE PREGUNTAS		
Nombre	Descripción	Ejemplo
Sin estructura alguna.	Preguntas que los encuestados pueden contestar de un sinnúmero de maneras.	¿Qué opina sobre la organización de eventos sociales?
Asociación de palabras.	Se presentan palabras, una por una, y los encuestados mencionan la primera palabra que se le ocurre.	¿Qué palabra se le viene a la mente cuando escucha lo siguiente?  Organizar _____ Fiesta _____ Servicio _____
Completar enunciados.	Se presenta un enunciado incompleto y los encuestados lo completan.	Cuando quiero realizar mis eventos sociales, la consideración más importante para mi decisión es _____
Completar una historia.	Se presenta un relato incompleto, y se pide a los encuestados completarlo.	"Hace unos días realice un evento social. Observé que los invitados estaban felices. Esto despertó en mí los siguientes pensamientos y emociones.... Ahora complete el relato"
Imagen.	Se presenta una imagen de dos personajes, y uno dice algo. Se pide a los encuestados identificarse con el otro y llenar el globo vacío.	
Prueba de percepción temática (PPT).	Se presenta una imagen y se pide a los encuestados inventar una historia que describa lo que está sucediendo o podría suceder en la imagen.	

## Anexo No. 2 Preguntas cerradas

# Universidad de Cuenca



TIPOS DE PREGUNTAS		
Nombre	Descripción	Ejemplo
Dicotomía.	Pregunta con dos posibles respuestas.	Alguna vez a solicitado servicio para la realización u organización de un evento social?  Sí                      No
Opción múltiple.	Pregunta con tres o más posibles respuestas.	Señale cual de estos?  Alquiler de carpas, sillas, etc. <input type="checkbox"/> Comida <input type="checkbox"/> Solo organización <input type="checkbox"/>
Escala Likert.	Afirmación con la que el encuestado indica su grado de acuerdo o desacuerdo.	Las empresas pequeñas suelen dar mejor servicio que las grandes.  Totalmente en desacuerdo. 1 ___ En desacuerdo. 2 ___ Ni de acuerdo, ni en desacuerdo. 3 ___ De acuerdo. 4 ___ Totalmente de acuerdo. 5 ___
Diferencial semántico.	Escala que relaciona dos palabras bipolares. El encuestado selecciona el punto que representa su opinión.	Empresa de Catering y Organización de Eventos  Grande_ _ _ _ _ pequeña Experimentada_ sin experiencia Moderna_ _ _ _ _ Anticuada
Escala de importancia.	Escala que califica la importancia de algún atributo.	Para realizar mi fiesta el catering y la organización del evento me parece.  Extremadamente importante 1_ Muy importante 2_ Más o menos importante 3_ No muy importante 4_ Nada importante 5_
Escala de calificación.	Escala que califica algún atributo desde "deficiente" hasta "excelente".	El servicio que la Empresa me brinda es.  Excelente 1 ___ Muy bueno 2 ___ Bueno 3 ___ Regular 4 ___ Deficiente 5 ___
Escala de intención de compra.	Escala que describe la intención de comprar del encuestado.	Si hubiera una Empresa que brinde este servicio, yo  Definitivamente compraría 1 ___ Probablemente compraría 2 ___ No estoy seguro 3 ___ Probablemente no compraría 4 ___ Definitivamente no compraría 5 ___

## Anexo No. 3



## Tipos de muestras

---

---

### MUESTRA PROBABILISTICA

---

---

**Muestra aleatoria simple.** Cada miembro de la población tiene la misma probabilidad de ser escogido.

**Muestra aleatoria estratificada.**

La población se divide en grupos mutuamente excluyentes y se extraen muestras aleatorias de cada grupo. Ejemplo: Grupos por edad.

**Muestra por zona.**

La población se divide en grupos mutuamente excluyentes y el investigador extrae una muestra de los grupos para entrevistarla. Ejemplo: Por manzanas de una ciudad.

---

---

### MUESTRA NO PROBABILISTICA

---

---

**Muestra de conveniencia.** El investigador selecciona los miembros más accesibles de la población.

**Muestra de juicio.**

El investigador selecciona miembros de la población que sean buenos prospectos para obtener información exacta.

**Muestra de cuota.**

El investigador localiza y entrevista un número prescrito de personas en cada una de varias categorías.



## Anexo No. 4

### Encuesta

Encuesta de Participación Ciudadana :

Medición de la satisfacción del servicio de catering y organización de eventos sociales en la Ciudadanía.

Nombre de Encuestado: \_\_\_\_\_

Parroquia:  Sector:  Manzana

1.- Alguna vez a solicitado servicio para la realización u organización de un evento social.

1.SI

2.NO

2.-Señale cual de estos.

1.Alquiler de carpas, sillas,etc.  3.Solo Organización

2.Comida  4.Todos

5. Otros  Especifique \_\_\_\_\_

3.-Indique el nombre de la Empresa que le brindo el servicio.

\_\_\_\_\_

4.-Como califica usted el servicio que esta Empresa le brindo.

1.Excelente

2.Muy bueno

3.Bueno

4.Regular

5.Malo

6. Por qué? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_



# Universidad de Cuenca



5.-Le gustaría que exista una empresa que le brinde un servicio completo de la organización de su evento social, de forma profesional.

1.Si

2.No

3.Por qué? \_\_\_\_\_

---

6.-Cual de estas características le gustaría que exista en esta empresa. (señalar solo una)

1. Profesionalismo.

2.Confianza .

3.Ambas.

7.-A su parecer el servicio debería incluir.

1.Asesoramiento para organizar.

2.Repartir tarjetas, elegir local, comida,etc.

3.Servicio de alimentos.

4.Solo alquiler.

5.Todo completo.

6. Otros. Especifique. \_\_\_\_\_

---

8.-Cuanto estaría usted dispuesto a pagar por este servicio

1.Un porcentaje por el total gastado.

2.Un valor por persona.

Si su respuesta es 1, pase a la siguiente pregunta.

9.-Estaría dispuesto a pagar ?

1.Un 20 %

2.Un 25%

Le agradecemos por su valiosa colaboración, su información será muy valiosa para nuestro trabajo.

Universidad de Cuenca



**Anexo No. 5**  
**Datos auxiliares**



---

---

**DATOS AUXILIARES PARA LA TABULACION DE LA INFORMACION**

---

---

**Pregunta 2. Señale cual de estos.**

- 6. en blanco.
- 51. No especifica.
- 52. Hora loca.
- 53. Alquiler de local.
- 54. Arreglo de flores.
- 55. Decoración.
- 56. Ninguno.

**Pregunta 3. Indique el nombre de la Empresa que le brindo el servicio.**

- |                                  |                             |
|----------------------------------|-----------------------------|
| 1. No recuerda.                  | 41. D Gourmet.              |
| 2. En blanco.                    | 42. Megarenta.              |
| 3. Mesa a punto.                 | 43. Casa Bella.             |
| 4. Bazar Galanty.                | 44. Cuatro Ríos.            |
| 5. Las Cascadas.                 | 45. Club Recepcion Eventos. |
| 6. Casa Real.                    | 46. Ximena Torres.          |
| 7. Portal del Río.               | 47. Quinta Berenice.        |
| 8. Bazar la Orquidea.            | 48. Centro de Convenciones. |
| 9. Monte Bello.                  | 49. D´Etiquet.              |
| 10. Los Puentes.                 | 50. No ha utilizado.        |
| 11. Quinta Balzay.               | 51. Royal.                  |
| 12. Villa Paraiso.               | 52. La Herradura.           |
| 13. Villa Verde.                 | 53. Olivos Garden.          |
| 14. Quinta Lucrecia.             | 54. Cristal Eventos.        |
| 15. Carrasco y Carrasco.         | 55. Colegio de Contadores.  |
| 16. Colegio de Odontologos.      | 56. Hotel Crespo.           |
| 17. Sulema Rosas.                | 57. Hotel el Dorado.        |
| 18. Nuestra Cena.                | 58. El Goloso Restaurant.   |
| 19. Doña Charito.                | 59. Hotel Oro Verde.        |
| 20. Jardines de San Joaquín.     | 60. El Bertuchis.           |
| 21. Las Campanas Restaurante.    | 61. Los Maderos.            |
| 22. La Cocina de la Abuela.      | 62. La Leyenda.             |
| 23. De Gala.                     | 63. La Casa de la Hacienda. |
| 24. La cocina del Chef.          | 64. De Catta.               |
| 25. La casa del Banquete.        | 65. Club Madisson Dance.    |
| 26. Villa San Carlos.            | 66. Caba V&J.               |
| 27. Red Crab.                    | 67. Estancia Real.          |
| 28. El Quijote.                  | 68. El Palacio.             |
| 29. Particular.                  | 69. El Cisne.               |
| 30. El Conquistador.             | 70. Bungalow's.             |
| 31. El Punto.                    | 71. Quinta Bolivar.         |
| 32. Hotel Italia.                | 72. Club de Medicos.        |
| 33. Aioli Bar.                   | 73. Las Americas.           |
| 34. Rancho Grande.               | 74. BK Eventos.             |
| 35. Lujos todo para sus eventos. | 75. Club Tomebamba.         |
| 36. Nova eventos inolvidables.   | 76. La Gran Manzana.        |
| 37. Estancia Blanca.             | 77. Corvel.                 |
| 38. Picardias.                   | 78. Los Sonblades.          |
| 39. Persa Flor.                  | 79. Brinco Fiestas.         |
| 40. D services.                  | 80. Club de Ingenieros.     |



**DATOS AUXILIARES PARA LA TABULACIÓN DE LA INFORMACIÓN**

**Pregunta 4. Como califica usted el servicio que esta empresa le brindo.**

- 7. En blanco.
- 161. Excelente. Porque; buena atención y asesoramiento.
- 162. Excelente. Porque; tiene todo completo.
- 163. Excelente. Porque; tiene buen servicio.
- 164. Excelente. Porque; nos facilitan.
- 165. Excelente. Porque; nos dio confianza.
- 166. Excelente. Porque; son muy buenos, puntuales, buena comida y servicio.
- 167. Excelente. Porque; buena comida, buena atención.
- 168. Excelente. Porque; es bien organizado.
- 169. Excelente. Porque, fue completo y variado.
- 1610. Excelente. Porque; fueron muy profesionales.
- 1611. Excelente. Porque, todo estuvo a tiempo.
- 1612. Excelente. Porque, todo estuvo acorde al servicio solicitado.
- 1613. Excelente. Porque, era amplio.
- 1614. Excelente. Porque, su elegancia.
- 1615. Excelente. Porque, se lucieron en todo.
- 1616. Excelente. Porque, sin respuesta.
- 1617. Excelente. Porque, fue excelente y completo.
- 261. Muy bueno. Porque, satisfacción del servicio.
- 262. Muy bueno. Porque, comida variada y buena.
- 263. Muy bueno. Porque, la atención al cliente.
- 264. Muy bueno. Porque, la amabilidad.
- 266. Muy bueno. Porque, ayuda a la organización.
- 267. Muy bueno. Porque, el menú y el servicio complacio a los invitados.
- 268. Muy bueno. Porque, fueron puntuales para armar y preparar todo antes de la llegada de los invitado.
- 269. Muy bueno. Porque, cumplieron con todas las expectativas del contrato.
- 2610. Muy bueno. Porque, les falto organización al momento de servir los alimentos.
- 2611. Muy Bueno. Porque, falto un poco de organización.
- 2612. Muy Bueno. Porque, fue una muy buena organización y excelente servicio.
- 2613. Muy Bueno. Porque; la comida estaba buena, pero le faltaron algunos detalles.
- 2614. Muy Bueno. Porque; lo pedido estuvo a tiempo, pero se demoraron en arreglar las mesas.
- 2615. Muy Bueno. Porque; la atención fue la mejor, pero hubo algunas fallas pequeñas.
- 2616. Muy Bueno. Porque, hubieron algunos detalles que no nos parecieron correctos.
- 2617. Muy Bueno. Porque, no contaban con todos los servicios.
- 2618. Muy Bueno. Porque, les falto mas atención a los invitados.
- 2619. Muy Bueno. Porque, buenos productos.
- 2620. Muy Bueno. Porque, cuentan con todo lo necesario.
- 2621. Muy Bueno. Porque, por su Música.
- 2622. Muy Bueno. Porque, no gusto la comida.



---

---

**DATOS AUXILIARES PARA LA TABULACION DE LA INFORMACION**

---

---

**Pregunta 4. Como califica usted el servicio que esta empresa le brindo.**

- 2622. Muy Bueno. Porque, sin respuesta.
- 2623. Muy Bueno. Porque, su local amplio.
  - 361. Bueno. Porque, gusto a los clientes.
  - 362. Bueno. Porque, dan lo que necesita.
  - 363. Bueno. Porque, es bueno y barato.
  - 364. Bueno. Porque; se realizo lo esperado, pero no con buena organización.
  - 365. Bueno. Porque; page mucho dinero, pero el servicio estuvo regular.
  - 366. Bueno. Porque; no fue excelente, pero agrado en parte a los invitados.
  - 367. Bueno. Porque, no llegaron a la hora acordada.
  - 368. Bueno. Porque, me hicieron pagar por un mantel que no había quemado.
  - 369. Bueno. Porque, hubieron fallas en las porciones pedidas.
- 3610. Bueno. Porque, el servicio no fue lo que esperabamos.
- 3611. Bueno. Porque, falta más dedicación.
- 3612. Bueno. Porque, el servicio que prestan es muy bueno.
- 3613. Bueno. Porque, no cuentan con todo lo necesario.
- 3614. Bueno. Porque; no hubo un buen servicio, además no hubo organización y presentación.
- 3615. Bueno. Porque, las carpas y sillas no estuvieron en muy buen estado.
- 3616. Bueno. Porque, le gusta la forma de trabajo.
- 3617. Bueno. Porque, no hubo el suficiente espacio.
- 3618. Bueno. Porque, no estuvo buena la comida y su servicio.
- 3619. Bueno. Porque, estuvo de acuerdo a lo que pedí.
- 3620. Bueno. Porque, sin respuesta.
- 3621. Bueno. Porque, estuvo la comida rica y más o menos el servicio.
  - 461. Regular. Porque, no era muy buena organización.
  - 462. Regular. Porque, la comida no estuvo muy buena.
  - 463. Regular. Porque, el local era pequeño y un mal servicio.
  - 464. Regular. Porque, sin respuesta.
- 561. Malo. Porque, la comida llego tarde.
- 562. Malo. Porque, la comida intoxicó a todos.

**Pregunta 5. Le gustaría que exista una empresa que le brinde un servicio de la organización completa de su evento social de forma profesional.**

- 131. Porque, no perdería tiempo en buscar en otros lugares.
- 132. Porque, es más fácil confiar en una sola empresa.
- 133. Porque, pago para que me brinden un servicio profesional.
- 134. Porque, es más cómodo y conveniente todo en un solo lugar.
- 135. Porque, es más rápido y ahorro tiempo.
- 136. Porque, es más fácil encontrar todo en un solo lugar con personal capacitado y experiencia.
- 137. Porque, es más cómodo y hacen con profesionalismo.
- 138. Porque, es seguro y organizado.
- 139. Porque, no tendría que preocuparme de nada.
- 1310. Porque, el cliente este satisfecho.
- 1311. Porque, nos darían un buen servicio.
- 1312. Porque, es más cómodo.
- 1313. Porque, sería bueno saber que en nuestra ciudad contamos con empresas profesionales.
- 1314. Porque, como profesionales realizan mejor el evento.



---

---

**DATOS AUXILIARES PARA LA TABULACIÓN DE LA INFORMACIÓN**

---

---

**Pregunta 5. Le gustaría que exista una empresa que le brinde un servicio de la organización completa de su evento social de forma profesional.**

- 1315. Porque, nos libra de preocupaciones y disfrutamos de la fiesta.
- 1316. Porque, es más fácil y con menos problemas.
- 1317. Porque; fuera más cómodo en oferta, precio y variedad.
- 1318. Porque, su economía y confianza.
- 1319. Porque, es más cómodo y económico.
- 1320. Porque, quiero quedar bien ante mis amistades.
- 1321. Porque, respetan la puntualidad en la hora de la comida.
- 1322. Porque, sea más elegante y bien presentado.
- 1323. Porque, la competencia con otras empresas le haría ser mejor.
- 1324. Porque, es indispensable.
- 1325. Porque, existen muchas que no son confiables.
- 1326. Porque, sin respuesta.
- 231. Porque, debe ser muy costoso.
- 232. Porque, mis eventos sociales me gusta encargarme personalmente.
- 233. Porque, no organizo Fiestas.
- 234. Porque, sin respuesta.
- 235. Porque, se gasta mucho dinero.

**Pregunta 9. Estaría dispuesto a pagar.**

- 3. En blanco.

**Anexo No. 6**



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD  
CARRERA DE GASTRONOMÍA**

FICHA TÉCNICA DE: Tabla de Jamones y Quesos FECHA: 30/09/10						
C.BRUTA	INGREDIENTES	U.C	C.NETA	REND.EST. %	PRECIO U	PRECIO C.U.
0.3	Queso Holandes	kg	0.225	100	\$ 9.96	\$ 2.24
0.3	Queso Cheddar	kg	0.225	100	\$ 9.96	\$ 2.24
0.5	Jamón Americano	kg	0.24	100	\$ 8.50	\$ 2.04
0.2	Mortadela de Pollo	kg	0.204	100	\$ 5.95	\$ 1.21
0.18	Jamón Serrano	Kg.	0.18	100	\$ 43.00	\$ 7.74
0.18	Salami Ahumado	kg	0.18	100	\$ 17.68	\$ 3.18
0.22	Aceituna Verde	kg	0.225	100	\$ 9.30	\$ 2.09
0.3	Aceituna Negra	kg	0.36	100	\$ 17.82	\$ 6.42
0.22	Cebollitas	kg	0.12	100	\$ 11.50	\$ 1.38
0.5	Tomate cherry	kg	0.084	100	\$ 0.69	\$ 0.06


CANT. PRODUCIDA: 2.043 Kg.

CANT. PORCIONES: 12

De: 170 gr.

Costo p porción:

\$ 2.38

TÉCNICAS	FOTO	
Decoración.		
RECETA:		
MISE EN PLACE	PRODUCTO TERMINADO	OBSERVACIONES
Desempacar. Ecurrir.	Colocar por producto.	Plato base espejo.



FACULTAD DE CIENCIAS  
DE LA HOSPITALIDAD



UNIVERSIDAD DE CUENCA  
Fundada en 1867

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD  
CARRERA DE GASTRONOMÍA**

FICHA TÉCNICA DE: Dip de Cangrejo			FECHA: 07/11/10			
C.BRUTA	INGREDIENTES	U.C	C.NETA	REND. EST. %	PRECIO U	PRECIO C.U.
0.5	Pulpa de Cangrejo	kg	0.500	95	\$ 12.00	\$ 6.00
0.08	Pimiento verde	kg	0.080	75	\$ 1.05	\$ 0.08
0.34	Pimiento Amarillo	kg	0.15	75	\$ 2.00	\$ 0.30
0.1	Cebollin	kg	0.05	90	\$ 4.90	\$ 0.25
0.22	Queso Crema	Kg.	0.22	100	\$ 5.80	\$ 1.28
0.02	Ají	kg	0.02	75	\$ 0.56	\$ 0.01
0.2	Mayonesa	kg	0.2	100	\$ 1.60	\$ 0.32
0.455	Sal	kg	0.03	100	\$ 0.40	\$ 0.01
0.05	Pimienta	kg	0.005	100	\$ 11.40	\$ 0.06
0.15	Tomate Riñón	kg	0.15	75	\$ 0.75	\$ 0.11
0.5	Limón	kg	0.125	75	\$ 1.00	\$ 0.13
0.37	Galletas	kg	0.36		\$ 2.49	\$ 0.90

CANT. PRODUCIDA: Kg.

CANT. PORCIONES: 12

De: gr.

Costo p porción:

\$ 0.79

TÉCNICAS	FOTO
Baño María. Cortes.	
<b>RECETA:</b>	
<b>MISE EN PLACE</b>	<b>PRODUCTO TERMINADO</b>
Pesar. lavar. Picar. Cocinar.	Mezclar.
	<b>OBSERVACIONES</b>
	Servir acompañado de las galletas.





FACULTAD DE CIENCIAS  
DE LA HOSPITALIDAD



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD  
CARRERA DE GASTRONOMÍA**

FICHA TÉCNICA DE: Soufflé de Yuca Gratinada						
			FECHA: 30/09/10			
C.BRUTA	INGREDIENTES	U.C	C.NETA	REND.EST. %	PRECIO U	PRECIO C.U.
0.5	Mantequilla	kg	0.025	100	\$ 5.50	\$ 0.14
1	Harina	kg	0.025	100	\$ 0.88	\$ 0.02
1	Leche	kg	0.25	100	\$ 0.75	\$ 0.19
0.455	Sal	kg	0.03	100	\$ 0.40	\$ 0.01
0.05	Pimienta	kg	0.005	100	\$ 11.40	\$ 0.06
0.025	Nuez Moscada	kg	0.005	100	\$ 63.20	\$ 0.32
0.35	Claras	kg	0.2	85	\$ 1.71	\$ 0.34
0.06	Yemas	kg	0.06	85	\$ 0.00	\$ 0.00
0.5	Yuca	kg	0.25	40	\$ 0.80	\$ 0.20
0.25	Crema de leche	kg	0.05	100	\$ 2.40	\$ 0.12
0.125	Polvo de Hornear	kg	0.005	100	\$ 4.25	\$ 0.02
0.25	Queso Parmesano	kg	0.1	95	\$ 16.10	\$ 1.61
0.25	Queso Gruyere	kg	0.3	95	\$ 14.91	\$ 4.47

CANT. PRODUCIDA: 1.200 Kg

CANT. PORCIONES: 12

De: 100 gr.

Costo p porción:

\$ 0.62

TÉCNICAS	FOTO	
Sancochado. Procesado. Bechamel. Gratinado.		
RECETA:		
MISE EN PLACE	PRODUCTO TERMINADO	OBSERVACIONES
Pesar ingredientes Lavar Yuca. Sancochar y procesar. Hacer Bechamel. Separar claras de yemas. Rallar quesos.	Claras a punto nieve. Mezclar yemas, yuca y 1/2 quesos. Agregar bechamel y crema. Colocar en el molde. Añadir quesos. Hornear.	



FACULTAD DE CIENCIAS  
DE LA HOSPITALIDAD



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD  
CARRERA DE GASTRONOMÍA

FICHA TÉCNICA DE: Bolitas de Papa al Curry						
			FECHA: 06/11/10			
C.BRUTA	INGREDIENTES	U.C	C.NETA	REND.EST. %	PRECIO U	PRECIO C.U.
1.5	Papas	kg	1.2	75	\$ 0.66	\$ 0.79
0.44	Mantequilla	kg	0.06	100	\$ 5.57	\$ 0.33
0.18	Yemas	kg	0.06	85	\$ 1.71	\$ 0.10
0.25	Crema de Leche	kg	0.05	100	\$ 2.40	\$ 0.12
0.1	Tocino Ahumado	kg	0.15	100	\$ 9.31	\$ 1.40
0.455	Cebolla Roja	kg	0.2	85	\$ 2.20	\$ 0.44
0.02	Curry	kg	0.005	100	\$ 43.50	\$ 0.22
0.455	Harina	kg	0.05	100	\$ 0.99	\$ 0.05
0.455	Sal	kg	0.03	100	\$ 0.40	\$ 0.01
0.05	Pimienta	kg	0.005	100	\$ 11.40	\$ 0.06
0.455	Harina	kg	0.25	100	\$ 0.99	\$ 0.25
0.24	Huevos	kg	0.24	85	\$ 1.71	\$ 0.41
0.4	Miga de Pan	kg	0.25	100	\$ 2.30	\$ 0.58

CANT. PRODUCIDA: 1.100 Kg

CANT. PORCIONES: 12

De: 90 gr.

Costo p porción:

\$ 0.40

TÉCNICAS	FOTO	
Sancochado. Procesado. Apanado. Fritura.		
RECETA:		
MISE EN PLACE	PRODUCTO TERMINADO	OBSERVACIONES
Pesar ingredientes Lavar Papa. Sancochar y procesar.	Mezclar ingredientes. Dar forma. Apanar. Freír.	



FACULTAD DE CIENCIAS  
DE LA HOSPITALIDAD



UNIVERSIDAD DE CUENCA  
Fundada en 1867

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD  
CARRERA DE GASTRONOMÍA**

FICHA TÉCNICA DE: Pastel de Papa		FECHA: 06/11/10				
C.BRUTA	INGREDIENTES	U.C	C.NETA	REND.EST. %	PRECIO U	PRECIO C.U.
4	Papas	kg	4	75	\$ 0.66	\$ 2.64
0.44	Mantequilla	kg	0.2	100	\$ 5.57	\$ 1.11
0.18	Yemas	kg	0.08	85	\$ 1.71	\$ 0.14
1	Leche	kg	1	100	\$ 0.65	\$ 0.65
0.455	Sal	kg	0.03	100	\$ 0.40	\$ 0.01
0.05	Pimienta	kg	0.005	100	\$ 11.40	\$ 0.06
0.025	Nuez Moscada	kg	0.005	100	\$ 63.20	\$ 0.32
0.75	Aceite de Oliva	kg	0.08	100	\$ 9.80	\$ 0.78
0.5	Queso Mozzarella	kg	0.25	100	\$ 1.71	\$ 0.43
0.25	Queso Parmesano	kg	0.1	95	\$ 16.10	\$ 1.61
0.4	Miga de Pan	kg	0.05	100	\$ 2.30	\$ 0.12

CANT. PRODUCIDA: 1.100 Kg

CANT. PORCIONES: 12

De: 90 gr.

Costo p porción:

\$ 0.66

TÉCNICAS	FOTO
Procesado. Honeado.	

RECETA:		
MISE EN PLACE	PRODUCTO TERMINADO	OBSERVACIONES
Pesar ingredientes Lavar Papa. Laminar.	Mezclar ingredientes. Colocar en molde por capas. Hornear.	



FACULTAD DE CIENCIAS  
DE LA HOSPITALIDAD



UNIVERSIDAD DE CUENCA  
Fundada en 1867

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD  
CARRERA DE GASTRONOMÍA**

FICHA TÉCNICA DE: Croquetas de Papa y Trucha Ahumada.				FECHA: 06/11/10		
C.BRUTA	INGREDIENTES	U.C	C.NETA	REND. EST. %	PRECIO U	PRECIO C.U.
1.5	Papas	kg	1.2	75	\$ 0.66	\$ 0.79
0.44	Mantequilla	kg	0.06	100	\$ 5.57	\$ 0.33
0.18	Yemas	kg	0.06	85	\$ 1.71	\$ 0.10
0.25	Crema de Leche	kg	0.05	100	\$ 2.40	\$ 0.12
0.2	Trucha Ahumado	kg	0.2	100	\$ 18.80	\$ 3.76
0.025	Nuez Moscada	kg	0.005	100	\$ 63.20	\$ 0.32
0.455	Harina	kg	0.05	100	\$ 0.99	\$ 0.05
0.455	Sal	kg	0.03	100	\$ 0.40	\$ 0.01
0.05	Pimienta	kg	0.005	100	\$ 11.40	\$ 0.06
0.455	Harina	kg	0.25	100	\$ 0.99	\$ 0.25
0.24	Huevos	kg	0.24	85	\$ 1.71	\$ 0.41
0.4	Miga de Pan	kg	0.25	100	\$ 2.30	\$ 0.58

CANT. PRODUCIDA: 1.100 Kg

CANT. PORCIONES: 12

De: 90 gr.

Costo p porción:

\$ 0.56

TÉCNICAS	FOTO	
Sancochado. Procesado. Apanado. Fritura.		
RECETA:		
MISE EN PLACE	PRODUCTO TERMINADO	OBSERVACIONES
Pesar ingredientes Lavar Papa. Sancochar y procesar.	Mezclar ingredientes. Dar forma. Apanar. Freír.	



FACULTAD DE CIENCIAS  
DE LA HOSPITALIDAD



**FACULTAD  
CARRER**

FICHA TÉCNICA DE: Soufflé de Zapallo			FECHA: 06/11/10			
C.BRUTA	INGREDIENTES	U.C	C.NETA	REND.EST. %	PRECIO U	PRECIO C.U.
0.5	Mantequilla	kg	0.025	100	\$ 5.50	\$ 0.14
1	Harina	kg	0.025	100	\$ 0.88	\$ 0.02
1	Leche	kg	0.25	100	\$ 0.75	\$ 0.19
0.455	Sal	kg	0.03	100	\$ 0.40	\$ 0.01
0.05	Pimienta	kg	0.005	100	\$ 11.40	\$ 0.06
0.025	Nuez Moscada	kg	0.005	100	\$ 63.20	\$ 0.32
0.48	Claras	kg	0.32	85	\$ 1.71	\$ 0.55
0.16	Yemas	kg	0.16	85	\$ 0.00	\$ 0.00
3	Zapallo	kg	3	85	\$ 1.00	\$ 3.00
0.25	Crema de leche	kg	0.05	100	\$ 2.40	\$ 0.12
0.125	Polvo de Hornear	kg	0.005	100	\$ 4.25	\$ 0.02
0.25	Queso Parmesano	kg	0.1	95	\$ 16.10	\$ 1.61
0.25	Queso Gruyere	kg	0.15	95	\$ 14.91	\$ 2.24

CANT.

CANT. PORCIONES: 12

De: 100 gr.

Costo p porción:

\$ 0.69

TÉCNICAS	FOTO	
Sancochado. Procesado. Bechamel. Gratinado.		
RECETA:		
MISE	PRODU	OBSERVAC
Pesar ingredientes Lavar Yuca. Sancochar y procesar. Hacer Bechamel. Separar claras de yemas. Rallar quesos.	Claras a punto nieve. Mezclar. Agregar bechamel y crema. Colocar en el molde. Añadir quesos. Hornear.	



FACULTAD DE CIENCIAS  
DE LA HOSPITALIDAD



UNIVERSIDAD DE CUENCA  
Fundada en 1867

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD  
CARRERA DE GASTRONOMIA**

FICHA TÉCNICA DE: Ensalada Verde		FECHA: 030/09/10				
C.BRUTA	INGREDIENTES	U.C	C.NETA	REND. EST. %	PRECIO U	PRECIO C.U.
1	Espinacas	kg	1	90	\$ 0.75	\$ 0.75
1	Berro	kg	0.2	90	\$ 1.50	\$ 0.30
0.5	Acelga	kg	0.05	90	\$ 0.40	\$ 0.02
0.454	Nuez	kg	0.2	100	\$ 13.20	\$ 2.64
0.5	Queso Mozzarella en rodajas	Kg	0.24	95	\$ 8.00	\$ 1.92
0.5	Limón	kg	0.125	75	\$ 1.00	\$ 0.13
1	Culantro	kg	0.03	100	\$ 0.60	\$ 0.02
2	Aceite	kg	0.06	100	\$ 4.42	\$ 0.27
0.455	Sal	kg	0.02	100	\$ 0.40	\$ 0.01
0.05	Pimienta	kg	0.005	100	\$ 11.40	\$ 0.06
0.108	Vinagreta de Balsámico	kg	0.108	100	\$ 22.22	\$ 2.40
0.455	Nuez	kg	0.3	100	\$ 18.70	\$ 5.61

CANT. PRODUCIDA: 1.990kg.

CANT. PORCIONES: 12

De: 165 gr.

Costo p porción:

\$ 1.18

TECNICAS	FOTO	
Blanqueado		
RECETA:		
MISE EN PLACE	PRODUCTO TERMINADO	OBSERVACIONES
Pesar. Lavar. Picar. Hacer vinagreta.	Unir Hojas. Agregar vinagreta.	



FACULTAD DE CIENCIAS  
DE LA HOSPITALIDAD



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD  
CARRERA DE GASTRONOMÍA

FICHA TÉCNICA DE: Ensalada de Manzana y Brotes de Soya				FECHA: 02/11/10		
C.BRUTA	INGREDIENTES	U.C	C.NETA	REND.EST. %	PRECIO U	PRECIO C.U.
1	Brotes de Soya	kg	1	100	\$ 3.51	\$ 3.51
0.375	Manzana Verde	kg	0.375	75	\$ 1.80	\$ 0.68
0.5	Apio	kg	0.25	95	\$ 1.89	\$ 0.47
1.5	Melón Verde	kg	0.30	75	\$ 1.68	\$ 0.50
0.455	Sal	kg	0.02	100	\$ 0.40	\$ 0.01
0.05	Pimienta	kg	0.005	100	\$ 11.40	\$ 0.06
0.06	Mayonesa	kg	0.06	100	\$ 1.60	\$ 0.10

CANT. PRODUCIDA: 1.925Kg.

CANT. PORCIONES: 12

De: 160 gr.

Costo p porción:

\$ 0.44

TÉCNICAS	FOTO	
Blanqueado Cortes.		
RECETA:		
MISE EN PLACE	PRODUCTO TERMINADO	OBSERVACIONES
Pesar Picar	Unir productos. Agregar mayonesa.	



FACULTAD DE CIENCIAS  
DE LA HOSPITALIDAD



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD  
CARRERA DE GASTRONOMÍA

FICHA TÉCNICA DE: Ensalada Capresse		FECHA: 05/06/10				
C.BRUTA	INGREDIENTES	U.C	C.NETA	REND. EST. %	PRECIO U	PRECIO C.U.
0.5	Queso Mozzarella en rodajas	Kg	0.72	100	\$ 8.00	\$ 5.76
1	Tomate Riñón	kg	0.95	75	\$ 0.75	\$ 0.71
0.1	Albahaca	kg	0.1	60	\$ 5.40	\$ 0.54
0.75	Aceite de oliva	kg	0.5	500	\$ 9.80	\$ 4.90
0.455	Sal	kg	0.03	100	\$ 0.40	\$ 0.01
0.05	Pimienta	kg	0.005	100	\$ 11.40	\$ 0.06
0.5	Limón	kg	0.125	75	\$ 1.00	\$ 0.13

CANT. PRODUCIDA: 1.500 Kg

CANT. PORCIONES: 12

De: 125 gr.

Costo p porción:

\$ 1.01

TÉCNICAS	FOTO	
Cortes. Emulsión		
RECETA:		
MISE EN PLACE	PRODUCTO TERMINADO	OBSERVACIONES
Pesar Cortar.	Emulsionar. Montar.	





FACULTAD DE CIENCIAS  
DE LA HOSPITALIDAD



UNIVERSIDAD DE CUENCA  
Fundada en 1867

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD  
CARRERA DE GASTRONOMÍA**

FICHA TÉCNICA DE: Ensalada Roja y Verde		FECHA: 03/11/10				
C.BRUTA	INGREDIENTES	U.C	C.NETA	REND. EST. %	PRECIO U	PRECIO C.U.
1	Espinaca	Kg	0.5	90	\$ 0.75	\$ 0.38
0.375	Manzana Verde	kg	0.375	75	\$ 1.80	\$ 0.68
1	Uva Verde	kg	0.36	95	\$ 4.51	\$ 1.62
0.455	Nuez	kg	0.18	100	\$ 18.70	\$ 3.37
0.455	Sal	kg	0.03	100	\$ 0.40	\$ 0.01
0.05	Pimienta	kg	0.005	100	\$ 11.40	\$ 0.06
0.5	Frutilla	kg	0.720	90	\$ 2.90	\$ 2.09
0.42	Leche Condensada	kg	0.100	100	\$ 5.90	\$ 0.59
0.06	Mayonesa	kg	0.06	100	\$ 1.60	\$ 0.10

CANT. PRODUCIDA: 2.100 Kg

CANT. PORCIONES: 12

De: 175 gr.

Costo p porción:

\$ 0.74

TÉCNICAS	FOTO	
Cortes.		
RECETA:		
MISE EN PLACE	PRODUCTO TERMINADO	OBSERVACIONES
Pesar Cortar.	Mezclar.	



FACULTAD DE CIENCIAS  
DE LA HOSPITALIDAD



UNIVERSIDAD DE CUENCA  
Fundada en 1867

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD  
CARRERA DE GASTRONOMÍA**

FICHA TÉCNICA DE: Arroz al Curry y Cebollas		FECHA: 05/06/10				
C.BRUTA	INGREDIENTES	U.C	C.NETA	REND.EST. %	PRECIO U	PRECIO C.U.
1	Arroz	kg	1	100	\$ 0.86	\$ 0.86
1	Aceite	kg	0.2	100	\$ 4.42	\$ 0.88
0.5	Ajo	kg	0.05	75	\$ 4.00	\$ 0.20
0.5	Cebolla perla	kg	0.125	75	\$ 4.51	\$ 0.56
0.455	Sal	kg	0.03	100	\$ 0.40	\$ 0.01
0.05	Pimienta	kg	0.005	100	\$ 11.40	\$ 0.06
0.5	Chalote	kg	0.1	75	\$ 2.20	\$ 0.22
0.5	Azúcar	kg	0.1	100	\$ 0.80	\$ 0.08
0.05	Curri	kg	0.03	100	\$ 43.50	\$ 1.31

CANT. PRODUCIDA: 1640 Kg.

CANT. PORCIONES: 12

De: 130 gr.

Costo p porción:

\$ 0.35

TÉCNICAS	FOTO	
Hervir. Caramelizar.		
RECETA:		
MISE EN PLACE	PRODUCTO TERMINADO	OBSERVACIONES
Pesar Picar Caramelizar chalotes.	Sofreír ajo y cebolla. Condimentar. Cocinar arroz, agregar sofrito.	Incorporar echalotes al final.



FACULTAD DE CIENCIAS  
DE LA HOSPITALIDAD



UNIVERSIDAD DE CUENCA  
Fundada en 1867

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD  
CARRERA DE GASTRONOMIA**

FICHA TÉCNICA DE: Arroz con Coco		FECHA: 05/06/10				
C.BRUTA	INGREDIENTES	U.C	C.NETA	REND.EST. %	PRECIO U	PRECIO C.U.
1	Arroz	kg	1	100	\$ 0.86	\$ 0.86
1	Aceite	kg	0.2	100	\$ 4.42	\$ 0.88
0.5	Ajo	kg	0.05	75	\$ 4.00	\$ 0.20
0.5	Cebolla perla	kg	0.125	75	\$ 4.51	\$ 0.56
0.455	Sal	kg	0.03	100	\$ 0.40	\$ 0.01
0.05	Pimienta	kg	0.005	100	\$ 11.40	\$ 0.06
0.425	Leche de Coco	kg	0.1	100		
0.5	Agua de Coco	kg	0.5	100	\$ 4.00	\$ 2.00
0.5	Coco seco	kg	0.1	100	\$ 5.70	\$ 0.57

CANT. PRODUCIDA: 1.610 Kg.

CANT. PORCIONES: 12

De: 130 gr.

Costo p porción:

\$ 0.43

TÉCNICAS	FOTO	
Hervir		
RECETA:		
MISE EN PLACE	PRODUCTO TERMINADO	OBSERVACIONES
Pesar Picar	Cocinar. Lavar arroz Mezclar con coco seco.	Secar a fuego lento.



FACULTAD DE CIENCIAS  
DE LA HOSPITALIDAD



UNIVERSIDAD DE CUENCA  
Fundada en 1867

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD  
CARRERA DE GASTRONOMÍA**

FICHA TÉCNICA DE: Arroz con Hongos y Nueces						
FECHA: 12/11/10						
C.BRUTA	INGREDIENTES	U.C	C.NETA	REND.EST. %	PRECIO U	PRECIO C.U.
1	Arroz	kg	1	100	\$ 0.86	\$ 0.86
1	Aceite	kg	0.2	100	\$ 4.42	\$ 0.88
0.5	Ajo	kg	0.05	75	\$ 4.00	\$ 0.20
0.5	Cebolla perla	kg	0.125	75	\$ 4.51	\$ 0.56
0.455	Sal	kg	0.03	100	\$ 0.40	\$ 0.01
0.05	Pimienta	kg	0.005	100	\$ 11.40	\$ 0.06
0.1	Hongos secos	kg	0.1	100	\$ 22.70	\$ 2.27
1	Vino Blanco	kg	0.1	100	\$ 4.33	\$ 0.43
0.455	Nuez	kg	0.18	100	\$ 18.70	\$ 3.37
0.44	Mantequilla	kg	0.05	100	\$ 5.12	\$ 0.26

CANT. PRODUCIDA: 1.610 Kg.

CANT. PORCIONES: 12

De: 130 gr.

Costo p porción:

\$ 0.74

TÉCNICAS	FOTO	
Hervir Sofreir		
RECETA:		
MISE EN PLACE	PRODUCTO TERMINADO	OBSERVACIONES
Pesar Picar Remojar Hongos.	Lavar. Cocinar. Sofreir nuez y hongos.	Secar a fuego lento.



FACULTAD DE CIENCIAS  
DE LA HOSPITALIDAD



UNIVERSIDAD DE CUENCA  
Fundada en 1867

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD  
CARRERA DE GASTRONOMIA**

FICHA TÉCNICA DE: Risotto al Azafrán		FECHA: 12/11/10				
C.BRUTA	INGREDIENTES	U.C	C.NETA	REND.EST. %	PRECIO U	PRECIO C.U.
1.5	Arroz Arborio	kg	1.2	100	\$ 10.88	\$ 13.06
1	Aceite de Oliva	kg	0.2	100	\$ 4.42	\$ 0.88
0.5	Ajo	kg	0.05	75	\$ 4.00	\$ 0.20
0.5	Cebolla perla	kg	0.125	75	\$ 4.51	\$ 0.56
0.455	Sal	kg	0.03	100	\$ 0.40	\$ 0.01
0.05	Pimienta	kg	0.005	100	\$ 11.40	\$ 0.06
0.005	Azafrán	kg	0.002	100	\$ 892.00	\$ 1.78
1	Vino Blanco	kg	0.1	100	\$ 4.33	\$ 0.43
0.25	Crema de Leche	kg	0.01	100	\$ 2.40	\$ 0.02
0.44	Mantequilla	kg	0.05	100	\$ 5.12	\$ 0.26

CANT. PRODUCIDA: 1.610 Kg.

CANT. PORCIONES: 12

De: 130 gr.

Costo p porción:

\$ 1.44

TÉCNICAS	FOTO	
Corte. Sofreir. Hervir.		
RECETA:		
MISE EN PLACE	PRODUCTO TERMINADO	OBSERVACIONES
Pesar Picar Remojar Hongos.	Lavar. Cocinar. Sofreir nuez y hongos.	Secar a fuego lento.



FACULTAD DE CIENCIAS  
DE LA HOSPITALIDAD



UNIVERSIDAD DE CUENCA  
Fundada en 1867

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD  
CARRERA DE GASTRONOMÍA**

FICHA TÉCNICA DE: Ballotine de Pollo con Salsa de Higos					FECHA: 16/11/10	
C.BRUTA	INGREDIENTES	U.C	C.NETA	REND.EST. %	PRECIO U	PRECIO C.U.
0.44	Mantequilla	kg	0.06	100	\$ 5.12	\$ 0.31
3.6	Filete de Pechuga	kg	2.4	80	\$ 5.75	\$ 13.80
0.455	Higos	kg	0.4	100	\$ 4.00	\$ 1.60
0.25	Crema de Leche	kg	0.1	100	\$ 2.40	\$ 0.24
0.1	Fondo de Ave	kg	0.6	100	\$ 0.00	\$ 0.00
0.5	Cebolla Perla	kg	0.2	85	\$ 0.58	\$ 0.12
1	Azúcar Morena	kg	0.005	100	\$ 1.54	\$ 0.01
0.455	Sal	kg	0.03	100	\$ 0.40	\$ 0.01
0.05	Pimienta	kg	0.005	100	\$ 11.40	\$ 0.06
0.02	Jenjibre	kg	0.005	100	\$ 43.50	\$ 0.22
0.455	Nuez	kg	0.1	100	\$ 18.70	\$ 1.87

CANT. PRODUCIDA: 2.160 Kg

CANT. PORCIONES: 12 De: 160 gr. Costo p porción: \$ 1.52

TÉCNICAS	FOTO	
Filetear Rellenar Sellar. Hornear. Reducir. Cortar.		
RECETA:		
MISE EN PLACE	PRODUCTO TERMINADO	OBSERVACIONES
Pesar ingredientes. Limpiar Pechuchas. Condimentar. Brunoise cebolla. Procesar higos.	Sellar filetes. Hornear hasta 70°C Porcionar Saltear cebolla. Agregar hogos procesados. Añadir crema y rectificar sabores.	Balletine anapado con salsa.



FACULTAD DE CIENCIAS  
DE LA HOSPITALIDAD



UNIVERSIDAD DE CUENCA  
Fundada en 1867

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD  
CARRERA DE GASTRONOMÍA**

FICHA TÉCNICA DE: Lomo de Cerdo en Salsa de Ciruelas Pasas						FECHA: 20/11/10
C.BRUTA	INGREDIENTES	U.C	C.NETA	REND.EST. %	PRECIO U	PRECIO C.U.
0.44	Mantequilla	kg	0.06	100	\$ 5.12	\$ 0.31
3.4	Lomo falda	kg	2.8	30	\$ 8.54	\$ 23.91
0.455	Ciruelas Pasas	kg	0.12	100	\$ 5.00	\$ 0.60
0.25	Crema de Leche	kg	0.05	100	\$ 2.40	\$ 0.12
0.1	Fondo de Ave	kg	0.6	100	\$ 0.00	\$ 0.00
0.5	Cebolla Perla	kg	0.2	85	\$ 0.58	\$ 0.12
0.2	Ajo	kg	0.02	100	\$ 2.82	\$ 0.06
0.455	Sal	kg	0.03	100	\$ 0.40	\$ 0.01
0.05	Pimienta	kg	0.005	100	\$ 11.40	\$ 0.06
1	Vino Tinto	kg	0.1	100	\$ 4.33	\$ 0.43

CANT. PRODUCIDA: 1.960 Kg

CANT. PORCIONES: 12 De: 160 gr. Costo p porción: \$ 2.13

TÉCNICAS	FOTO
Sellar. Hornear. Reducir. Cortar. Licuar.	

RECETA:		
MISE EN PLACE	PRODUCTO TERMINADO	OBSERVACIONES
Pesar ingredientes. Limpiar Lomo. Condimentar. Brunoise cebolla. Brunoise ajo.	Sellar Lomo. Hornear hasta 75°C Porcionar Saltear cebolla. Agregar ajos. Añadir fondo, crema y rectificar sabores. Incorporar Ciruelas licuadas.	Medallones napados con Salsa.



FACULTAD DE CIENCIAS  
DE LA HOSPITALIDAD



UNIVERSIDAD DE CUENCA  
Fundada en 1867

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD  
CARRERA DE GASTRONOMÍA**

FICHA TÉCNICA DE: Medallones de Res con Salsa a la Crema						FECHA: 20/11/10
C.BRUTA	INGREDIENTES	U.C	C.NETA	REND.EST. %	PRECIO U	PRECIO C.U.
0.44	Mantequilla	kg	0.07	100	\$ 5.12	\$ 0.36
3.75	Lomo Fino	kg	2.8	30	\$ 10.99	\$ 30.77
0.455	Harina	kg	0.07	100	\$ 0.99	\$ 0.07
0.25	Crema de Leche	kg	0.15	100	\$ 2.40	\$ 0.36
1	Leche	kg	0.5	100	\$ 0.74	\$ 0.37
0.5	Cebolla Blanca	kg	0.2	85	\$ 0.58	\$ 0.12
0.455	Sal	kg	0.03	100	\$ 0.40	\$ 0.01
0.05	Pimienta	kg	0.005	100	\$ 11.40	\$ 0.06
1	Vino Blanco	kg	0.1	100	\$ 4.33	\$ 0.43

CANT. PRODUCIDA: 1.960 Kg

CANT. PORCIONES: 12 De: 160 gr. Costo p porción: \$ 2.71

TÉCNICAS	FOTO
Sellar. Hornear. Reducir. Cortar. Licuar.	

RECETA:		
MISE EN PLACE	PRODUCTO TERMINADO	OBSERVACIONES
Pesar ingredientes. Limpiar Lomo. Condimentar. Brunoise cebolla. Brunoise ajo.	Sellar Lomo. Hornear hasta 60°C Porcionar Saltear cebolla. Agregar ajos. Añadir fondo, crema y rectificar sabores. Incorporar Ciruelas licuadas.	Medallones napados con Salsa.

**Anexo No. 7**

**Distribución de las áreas**





## Plano

### Anexo No. 8

#### 1. Modalidad de Contratación y Duración

**1.1.** En términos generales, la duración mínima de los contratos de naturaleza estable o permanente es de un año, ya se trate de contratos a plazo fijo o de plazo indefinido.

Se entiende por contrato a plazo fijo aquel cuya duración se establece en el propio contrato. El tiempo de duración no puede ser menor a un año ni mayor a dos años. Estos contratos no pueden renovarse. Si la relación laboral persiste al término del plazo contractual, este se convierte automáticamente en contrato a plazo indefinido.

Contrato a plazo indefinido es aquel que no tiene un plazo de duración determinado y permanece vigente hasta que se termine por alguna de las causas que establece la ley.

**1.2.** Los contratos que se detallan a continuación constituyen excepciones a la regla anterior:

El contrato de obra cierta que se celebra con un trabajador para la ejecución de obras extraordinarias requeridas por el empleador. Se trata de servicios que no son requeridos por el empleador en forma habitual o permanente. El contrato concluye con la entrega de la obra.

Se entiende que el empleado sujeto a un contrato por obra cierta se compromete a realizar una obra específica a cambio de una remuneración, sin considerar el tiempo que tome completar la obra.

El contrato eventual es aquel que se celebra para satisfacer exigencias circunstanciales de la empresa, tales como reemplazo de personal que está de vacaciones, con licencia, en casos de enfermedad o maternidad, o para atender incrementos de trabajo motivados por una mayor demanda de producción o de los servicios regularmente prestados por el empleador. La duración de estos contratos no puede exceder de seis meses en el año,



cuando tienen por objeto cubrir una mayor demanda de producción o de los servicios regularmente prestados por el empleador.

El contrato ocasional que se celebra cuando existen situaciones emergentes o requerimientos extraordinarios del empleador. La duración de estos contratos no puede exceder de treinta días en el año.

El contrato de temporada se celebra para la ejecución de trabajos de carácter periódico o cíclico. Estos contratos establecen garantías para la estabilidad de los empleados, ya que el empleador está obligado a contratar a los mismos empleados cada temporada que requiera el servicio. Si el empleador no contrata a los mismos empleados podría considerarse que el empleado fue despedido intempestivamente.

El contrato a tiempo parcial es aquel en el cual el empleado acepta prestar sus servicios personales los días sábados, domingos y feriados obligatorios en jornada normal o parcial de trabajo, y ese trabajo es considerado como ordinario para efectos de la remuneración.

## **2. Período de Prueba**

**2.1.** En los contratos a plazo fijo o a plazo indefinido se puede establecer un período inicial de prueba de hasta noventa días durante el cual cualquiera de las partes puede dar por terminado el contrato sin lugar a indemnización alguna. El período de prueba puede acordarse por una sola vez y debe constar expresamente en el contrato.

**2.2.** El empleador no puede mantener al mismo tiempo más del quince por ciento de sus trabajadores con contratos a prueba. Esta limitación no se aplica para empleadores que inicien sus operaciones, durante un período de seis meses.

## **3. Jornada de Trabajo**

**3.1.** Salvo ciertas excepciones, la jornada ordinaria de trabajo es de ocho horas diarias y cuarenta horas semanales, dividida en cinco días.

**3.2.** La jornada de trabajo puede ser una sola con un pequeño descanso para el almuerzo, o dividirse en dos períodos de cuatro horas cada uno con un descanso de dos horas después de las primeras cuatro.



**3.3.** Los días sábados y domingos son de descanso obligatorio, salvo que por la naturaleza de la actividad o empresa no se pudiese interrumpir el trabajo en esos días. En este caso, de mutuo acuerdo entre las partes, se puede designar otros días de la semana para el descanso obligatorio.

**3.4.** La jornada realizada entre las 19h00 y las 06h00 se la califica como nocturna y tiene un recargo del 25% sobre el monto de la remuneración que regularmente de paga durante la jornada matutina.

**3.5.** Se entiende por horas suplementarias aquellas horas de trabajo siguientes a la jornada ordinaria. No pueden exceder de cuatro horas al día y doce a la semana.

Las horas suplementarias de trabajo desarrolladas durante el día y hasta las 24h00 tienen un recargo del 50% sobre la remuneración correspondiente a la jornada ordinaria. Para determinar el monto a pagar por las horas suplementarias se toma en cuenta únicamente el sueldo y no los beneficios adicionales detallados anteriormente.

Si las horas suplementarias tienen lugar entre las 24h00 y las 06h00, el recargo será del 100%. Este recargo también se aplica cuando el trabajo suplementario de lo realiza en días sábados o domingos.

#### **4. Vacaciones y Días Festivos**

**4.1.** Todo empleado tiene derecho a gozar de 15 días de vacaciones ininterrumpidas cada año. Luego del quinto año de trabajo para el mismo empleador, el empleado tiene derecho a un día adicional de vacación por cada año excedente. Los días adicionales de vacación no pueden ser más de 15 y es facultad del empleador el compensarlos en dinero.

**4.2.** El derecho a gozar las vacaciones nace al completar el año de servicio. El empleador tiene el derecho de determinar el período dentro del cual el empleado gozará sus vacaciones.

**4.3.** La vacación es pagada. El pago equivale a la veinticuatroava parte de lo percibido por el trabajador durante el año inmediato anterior. Para el cálculo se computará todo lo percibido por el trabajador por horas ordinarias,



suplementarias y extraordinarias, comisiones y toda otra retribución accesorio que haya tenido el carácter de normal en la empresa.

**4.4.** Además de los feriados locales, las fechas que constan a continuación son feriados nacionales y constituyen días de descanso obligatorio: 1 de Enero, Viernes Santo, 1 de Mayo, 24 de Mayo, 10 de Agosto, 9 de Octubre, 2 de Noviembre, 3 de Noviembre y 25 de Diciembre.

## **5. Remuneración**

**5.1.** El pago de la remuneración puede estipularse por horas o días, si las labores del trabajador no son permanentes o si se trata de tareas periódicas o estacionales; y, por semanas o mensualidades, si se trata de labores estables y continuas.

**5.2.** Si el empleado labora dentro de un régimen de jornada parcial, su remuneración deberá pagarse en proporción a lo que le correspondería por la jornada completa.

**5.3.** La remuneración se pacta libremente entre las partes. Existe un salario mínimo vital general, actualmente de US \$4, utilizado exclusivamente para propósitos referenciales. Existe un salario mínimo de US \$240,00. También existen salarios mínimos sectoriales para distintas ramas de actividad. Los salarios mínimos sectoriales son normalmente mayores que el salario mínimo y se fijan anualmente.

**5.4.** Ningún empleado puede percibir un salario menor al salario mínimo aplicable, aún cuando así se haya pactado libremente entre las partes.

**5.5.** Además del sueldo, la remuneración se compone de otros beneficios adicionales, a saber:

- **DÉCIMO TERCERA REMUNERACIÓN.-** Este pago se realiza hasta el 24 de diciembre de cada año y es equivalente a la doceava parte de lo percibido por el empleado durante el período comprendido entre el 1 de diciembre del año anterior y el 30 de noviembre del año en curso. Para calcular el monto a pagar se debe considerarse el sueldo, horas suplementarias y extraordinarias, comisiones y cualquier otra retribución que tenga el carácter de normal en la empresa.



Cuando el empleado no ha trabajado durante el período de doce meses antes mencionado, la décimo tercera remuneración equivale a la doceava parte de lo percibido por el empleado durante el tiempo laborado. En otras palabras tiene derecho a recibir un valor proporcional.

- **DÉCIMO CUARTA REMUNERACIÓN.-** Debe cancelarse hasta el 15 de agosto de cada año, en la regiones Sierra y Oriente, y hasta el 15 de marzo en las regiones Costa e Insular, y corresponde a un valor equivalente a un salario mínimo. Abarca el período comprendido entre el 1 de septiembre del año anterior y el 31 de agosto del año en curso para las regiones Sierra y Oriente, y entre el 1 de abril del año anterior y el 31 de marzo del año en curso para las regiones Costa e Insular. De acuerdo al salario mínimo vigente actualmente equivale a US \$240,00.

Cuando el empleado no ha trabajado durante el período de doce meses antes mencionado, tiene derecho a que se le pague esta remuneración en proporción al tiempo trabajado.

- **FONDO DE RESERVA.-** Se paga después del primer año de trabajo y equivale a un mes de sueldo o salario. Debe depositarse anualmente en el Instituto de Seguridad Social Ecuatoriano.

## 6. Participación en las Utilidades

**6.1.** El empleador está obligado a distribuir entre sus empleados y trabajadores el 15% de las utilidades netas del año. El monto es deducible para propósitos tributarios.

**6.2.** Si el empleador entrega durante el año a sus empleados o trabajadores bonos iguales o superiores a lo que les correspondería por concepto de utilidades, no está obligado a distribuir el 15% de utilidades antes referido.

## 7. Seguridad Social y Jubilación Patronal

**7.1.** El empleador está obligado a afiliar a sus empleados o trabajadores al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS). Para el efecto deberá presentar un aviso de entrada al IESS en el formulario proporcionado por esta institución. El empleador contribuye con aproximadamente el 12.15% y el empleado con aproximadamente el 9.35% del sueldo o salario mensual. Los



beneficios adicionales descritos en el párrafo 1.5.3 de este documento no se incluyen para su cálculo.

**7.2.** Esta obligación existe inclusive cuando el empleador proporciona un seguro privado para sus empleados o trabajadores e incluye a funcionarios expatriados.

**7.3.** Los riesgos básicos cubiertos por el IESS son: enfermedad, maternidad, jubilación por invalidez o por vejez, accidentes de trabajo, enfermedad profesional, cesantía y muerte.

**7.4.** Cuando un empleado completa 25 años de servicio para el mismo empleador, éste está obligado a asumir la jubilación patronal.

**7.5.** La pensión jubilar no puede ser menor a US \$20, si es beneficiario de doble jubilación, o US \$30 si solo es beneficiario de la jubilación patronal; ni mayor que el salario básico unificado medio del último año de trabajo.

**7.6.** Las partes pueden convenir en la entrega de un fondo de jubilación, que sustituye a la pensión jubilar.

## **8. Terminación de la Relación Laboral**

**8.1.** La relación laboral entre las partes puede terminar por una de las siguientes causas:

- Mutuo acuerdo entre las partes
- Vencimiento del plazo del contrato
- Terminación del empleador (“desahucio”)
- “Visto Bueno” (causales establecidas en la ley para que una de las partes termine la relación laboral unilateralmente)
- Despido intempestivo

**8.2.** Si una de las partes desea dar por terminado un contrato de trabajo a plazo fijo al vencimiento del plazo, deberá notificar a la otra parte su decisión a través de las autoridades laborales. Esto se conoce como “desahucio”. En el caso de contratos de trabajos eventuales, ocasionales, de temporada y por hora esta notificación no es necesaria.



**8.3.** En caso de faltas cometidas por el empleado, el empleador deberá terminar la relación laboral, previa la autorización de las autoridades laborales. Esto se conoce como “Visto Bueno”. Las causas para terminar el contrato de trabajo están detalladas en la ley y se refieren a: (i) faltas o atrasos injustificados por más de tres días consecutivos; (ii) indisciplina o desobediencia graves a los reglamentos internos y a disposiciones del empleador; (iii) ineptitud manifiesta en el desempeño del trabajo; (iv) injurias u ofensas al empleador.

El trámite de “Visto Bueno” debe iniciarse dentro de los treinta días siguientes a la fecha en que el empleado cometió la falta. Si la autoridad laboral no concede el “Visto Bueno”, el empleado podrá continuar en sus funciones o podrá considerarse que fue despedido intempestivamente, con la consiguiente indemnización.

La relación laboral puede suspenderse al momento de iniciar el trámite de “Visto Bueno”, si el empleador deposita ante las autoridades laborales un valor equivalente a la última remuneración mensual del empleado.

**8.4.** Cuando el empleador termina unilateralmente la relación con el empleado, o cuando se niega el trámite de “Visto Bueno”, se produce un despido intempestivo. En este caso, el empleado tiene derecho a que se le reconozcan las indemnizaciones que se detallan a continuación, dependiendo del tipo de contrato de trabajo:

**8.4.1. Contratos a plazo indefinido:**

- En relación al tiempo de servicio:

Hasta tres años de servicio: el valor correspondiente a tres meses de remuneración.

Más de tres años: el valor equivalente a un mes de remuneración por cada año de servicio hasta un máximo de veinte y cinco meses de remuneración. La fracción de año se considera como año completo para efectos de cálculo.

- Un bono equivalente al 25% de la última remuneración mensual por cada año de servicio.

- Los trabajadores que hubieren completado más de 20 años y menos de 25 años de servicio para el mismo empleador sean estos continuos o interrumpidos, tendrán derecho a la jubilación patronal proporcional.



#### **8.4.2. Contratos a plazo fijo:**

- El empleador podrá elegir entre una indemnización equivalente al 50% de la última remuneración mensual por cada mes que faltare para completar el contrato, o la indemnización aplicada a los contratos a plazo indefinido.
- Un bono equivalente al 25% de la última remuneración mensual por cada año de servicio.

**8.5.** Para efectos del cálculo de las indemnizaciones, se considerará como remuneración todo lo que el trabajador reciba en dinero, en servicios o en especie, inclusive lo que percibiere por trabajos suplementarios o extraordinarios, comisiones o cualquier otra retribución que tenga el carácter de normal en la empresa o negocio.

Se excluyen el porcentaje legal de utilidades, los viáticos o subsidios ocasionales, la décimotercera y décimocuarta remuneraciones, y los componentes salariales en proceso de incorporación, mientras estos no se incorporen al sueldo o salario.

### **9. Trabajo de Mujeres y Menores de Edad**

**9.1.** En el caso de menores de edad comprendidos entre los quince y diez y ocho años, la jornada máxima de trabajo es de seis horas al día. Las mujeres pueden laborar la jornada ordinaria de trabajo.

**9.2.** Los trabajos nocturnos así como trabajos contrarios a la salud están prohibidos para los menores de diez y ocho años.

**9.3.** En caso de embarazo, se prohíbe el trabajo de la mujer durante doce semanas posteriores al parto. Durante este período el empleador debe pagar el 25% del sueldo o salario y el 75% restante le corresponde pagar al IESS. Durante nueve meses posteriores al parto, la mujer tiene un horario especial de lactancia. En este caso, la jornada de trabajo es de seis horas diarias y el empleador reconocerá una remuneración completa.

### **10. Sindicatos**





**10.1.** Se requiere un mínimo de treinta trabajadores para formar un sindicato.

## **11. Temas Tributarios**

**11.1.** El empleador constituye agente de retención para efectos tributarios, en relación con las remuneraciones que paga a sus empleados o trabajadores. La tabla de impuesto es progresiva en relación al ingreso, y va desde el 0% al 35%.

“CORRAL & ROSALES, 2010”

### **Anexo No. 9**

Políticas Organizacionales:

## **REGLAMENTO INTERNO DE DISCIPLINA, ORDEN Y MANIPULACION DE ALIMENTOS**

### **PUNTUALIDAD**

Todos los empleados deberán asistir puntualmente a las labores.

Todos los empleados deberán marcarla tarjeta a su ingreso y salida del local.

En casos extraordinarios, si el empleado llega después del horario establecido deberá o falta a las labores, justificar su retraso o falta ante la Gerencia.

### **UNIFORME**

El uniforme de los empleados es de carácter obligatorio, de lunes a sábado y en los eventos.

Los empleados que no porten el uniforme, no se les permitirá el acceso al local.

En la Cocina se deberá obligatoriamente utilizar malla, gorro, chaqueta, delantal, zapatos antideslizantes.

### **EL UNIFORME PARA SERVICIO CONSTA DE:**

Camisa blanca

Pantalón negro

Delantal negro

Lito



### **UNIFORME PARA EL PERSONAL DE COCINA:**

Malla para el cabello  
Gorro  
Delantal  
Chaqueta / Filipina  
Pantalón gris a cuadros  
Zapatos antideslizantes  
Lito

En ningún caso se aceptaran camisetas informales, ni con figuras decorativas o letras, en espalda o pecho.

Está prohibido para todo el personal el uso de aretes largos en el caso de las mujeres, pircing, manillas, anillos grandes, uñas largas, cabellos sueltos, maquillaje y con esmalte.

### **IDENTIFICACIÓN**

Es de obligación portar visiblemente un gafete con su nombre, durante la realización de los eventos.

### **COMPORTAMIENTO DENTRO DE LA EMPRESA**

- Deberá existir consideración y respeto entre directivos y empleados dentro y fuera de la empresa.
- La Secretaria deberá avisar oportunamente al Gerente la ausencia de los empleados.
- El empleado que abandone el local sin permiso se hará merecedor a la sanción correspondiente.
- En caso de hurto comprobado de productos o utensilios de cocina o banquetería, causara baja definitiva.

### **SANCIONES**

Las sanciones respecto a cualquier falta al reglamento, durante su estancia en el lugar de trabajo, podrán ser determinadas por el Gerente, cuando el caso lo amerite.

### **LAS SANCIONES SE DEBERÁN APLICAR EN EL ORDEN SIGUIENTE:**



1. Amonestación verbal privada, por parte del Gerente Propietario, con constancia a su expediente.
2. Amonestación por escrito, con constancia a su expediente.
3. En caso de que la falta haya provocado algún daño físico, se deberá realizar la reparación del daño, independientemente de que se realice cualquiera de los 2 casos anteriores.
4. Separación definitiva del lugar de trabajo, fundamentando que las faltas son graves.

## **PLAN DE SANIDAD E HIGIENE**

### **DISPONIBILIDAD**

- *Reservas*: disponibilidad de productos en caso de que hagan falta y en épocas de escasez.
- *Proveedores*: Pronaca, Supermaxi, Jomar (mariscos), Casa de las especies.
- *Capacidad de almacenamiento*: Contamos con una bodega con fríos para almacenamiento de productos en general.
- *Movilización*: Vehículo propio para entrega a domicilio.

### **ACCESOS A LOS ALIMENTOS O CAPACIDAD PARA ADQUIRIRLOS**

- Brindamos servicio a toda la población sin importar el estatus económico, edad, sexo, etc.

### **ESTABILIDAD DE LA OFERTA**

Contamos con proveedores permanentes, que garantizan entrega de productos originales o sustitutos en tiempo de escasez, y a precios del mercado

### **CONSUMO**

Se garantiza la inocuidad en la manipulación y elaboración de los alimentos.

### **APROVECHAMIENTO BIOLÓGICO**

1. Personal capacitado.
2. Chequeos médicos periódicos del personal.

### **CONCEPTOS INVOLUCRADOS EN LA SANIDAD E HIGIENE**

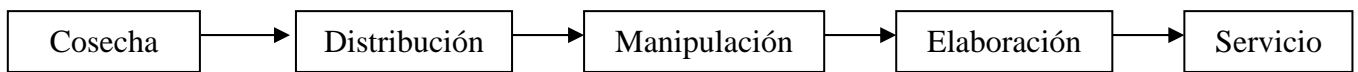
Para garantizar un producto final de calidad, realizaremos un estricto y permanente control de la manipulación de los alimentos, higiene tanto en



utensilios como en las instalaciones; lo cual permitirá ofrecer productos de calidad, posicionándonos en el mercado e incrementando la afluencia de clientes tanto locales como turistas.

### **CÓMO SE ADQUIEREN ENFERMEDADES TRANSMITIDAS POR LOS ALIMENTOS “ETA”**

Éstas se adquieren al consumir alimentos o bebidas que han sido contaminadas durante la fase de transformación:



#### **CONTAMINACIÓN**

Se debe tener cuidado con las sustancias dañinas o microbios que en su primera fase no producen alteraciones de color, sabor, olor, textura.

#### **DESCOMPOSICIÓN**

Se la detecta con más facilidad ya que presenta cambios de color, olor, sabor y textura en los alimentos, lo cual evita que se consuman al identificarlos con los sentidos.

#### **CONTAMINACIÓN CRUZADA**

Se debe tener cuidado ya que esto ocurre cuando microorganismos dañinos son transferidos a alimentos sanos y listos para el consumo, por medio de manos, utensilios, ropa y equipos.

- **Que es limpiar?**

Quitar la suciedad visible, las superficies aparentemente pueden estar limpias pero se debe tener cuidado porque siguen contaminadas de microorganismos.

- **Que es desinfectar?**

Es aplicar una solución de cloro o yodo a la superficie o alimento que posee microorganismos.

#### **QUÉ ES INFECCION E INTOXICACIÓN**

- La infección es producida por microorganismos y parásitos vivos.
- La intoxicación es producida por toxinas que son producidas por los microbios en el alimento, o los venenos de las plantas y animales.



### **HIGIENE PERSONAL**

1. Si está enfermo de vías respiratorias o infecciones en la piel alejarse de los alimentos; de igual manera si se tiene problemas gastrointestinales.
2. No toser ni estornudar sobre los alimentos, ya que en nuestra boca y garganta hay microbios; cubrirse la boca con papel desechable.
3. Bañarse todos los días antes de comenzar labores, si no hay ducha en el lugar de trabajo, bañarse en la casa.
4. Lavarse las manos antes de iniciar labores.
5. Lavarse las manos después de ir al baño.
6. Lavarse las manos después de cada interrupción sobre todo si se tocan limpiadores, trapeadores, basureros.
7. Lavarse las manos después de tocar carnes o alimentos crudos antes de manejar otros alimentos.
8. Lavarse las manos después de tocar heridas, cortaduras, forúnculos y quemaduras.
9. Lavarse las manos después de tocarse el cuerpo, cabello, nariz y boca.
10. Mantener las uñas limpias, cortas y sin esmalte.
11. Usar la malla para cubrir el cabello por completo.
12. Lavarse los dientes después de cada comida para evitar infecciones.
13. Ponerse el uniforme perfectamente limpio, el delantal y la malla deben ser sencillos y de color claro.
14. No utilizar el mandil como trapo para limpiar ni secar las manos en él.
15. Procurar tener un uniforme limpio extra en el vestidor para cualquier imprevisto.
16. No usar anillos, pulseras, aretes largos, reloj, ya que en ellos hay millones de microbios que contaminan los alimentos y lo que es peor, pueden provocar accidentes.
17. No fumar, masticar chicle o comer en la cocina y otras áreas de la empresa.

### **TÉCNICAS PARA EL LAVADO DE MANOS**

1. Hacer espuma en las palmas de las manos con jabón y cepillo.
2. Cepillar cada uno de los dedos por la parte interna sin olvidar los pliegues empezando desde adentro hasta la punta.
3. Hacer lo mismo con el ante brazo.
4. Después de enjuagarse hacer lo mismo con la otra mano y utilizar toallas de papel desechable.

### **Requerimientos para el área de lavado de las manos**



1. Activa y desactiva el flujo de agua mediante pedales para evitar la contaminación.
2. De preferencia utiliza jabones en solución líquida.
3. Abre el bote de basura con el pedal o de lo contrario evitar tocar la tapa.
4. Avisar en caso de que no haya jabón, papel o toallas desechables.

### ***PRÁCTICAS PROHIBIDAS EN EL SERVICIO***

1. Recoger pan, bollos, galletas, mantequilla con las manos. Se debe utilizar tenedores, pinzas o utensilios propios para recoger las cosas.
2. Poner la mesa después de limpiarla.
3. Probar la comida con los dedos.
4. Probar la comida con la misma cuchara que se está utilizando para cocinar.
5. Dejar los alimentos descubiertos.
6. Usar joyas u otros accesorios personales, a más de contaminar pueden provocar accidentes.
7. No seguir las reglas de lavado de manos.
8. No lavarse las manos después de cada interrupción, principalmente después de ir al baño.
9. Manipular los alimentos cuando se está enfermo de gripe, del estómago o presenta infecciones de la piel.
10. Comer o fumar durante la preparación de alimentos o el servicio durante los eventos.
11. Secarse las manos en mandil, ropa o trapos de cocina.
12. Poner los dedos dentro de los vasos y platos limpios.
13. Toser o estornudar sin cubrirse.
14. Chuparse los dedos.
15. Escupir.

### ***LIMPIEZA Y DESINFECCIÓN DEL ÁREA Y EQUIPO***

Se debe recalcar que el principal vehículo de transmisión de enfermedades es el agua, razón por la cual es necesario que la limpieza de utensilios y preparación de alimentos sea con agua potable.

Los pisos, techos y paredes así como equipos y utensilios que no han recibido limpieza y desinfección adecuada, provocan contaminación cruzada; es por ello que se debe usar: cepillos para uniones y hendiduras sobre todo azulejos y también los equipos como: licuadoras, batidoras transmiten también contaminación, es por ello que hay que lavarlos y desinfectarlos después de cada uso para evitar que la contaminación vaya de un alimento a otro, por



ejemplo una de las piezas de equipo que más pueden contaminar es la tabla de picar, que no deben ser de madera, sino de polietileno de alta densidad.

Otra fuente de contaminación son los limpiones, con frecuencia se utilizan para limpiar grasa, restos de comida, sangre, utensilios; éstos lo único que provocan es que el trapo se contamine cada vez más y que vaya pasando la contaminación de una superficie a otra, por lo que la solución sería tener limpiones de todos los colores.

### ***Limpieza para lavar la loza***

- Nunca secar los platos con limpiones.

Lo ideal para llevar a cabo el lavado y desinfección de la loza es contar con una máquina automática en la que se lave con detergente y desinfectantes, siempre recordando que hay que realizar el escamoteo.

### ***La desinfección química***

- Escamoteo: retirar todos los residuos de comida de los platos, y utensilios utilizados. Esto se realiza en la primera tarja.
- En la segunda tarja se lava los platos con agua a 23°C y detergente.
- En la tercera tarja sumergir los platos y utensilios en una solución de cloro.
- Generalmente al comprar los platos y utensilios, las especificaciones sobre la desinfección viene dada por los fabricantes.

### ***LIMPIEZA Y DESINFECCIÓN DE EQUIPO FIJO***

1. Desconectar y desarmar el equipo.
2. Realizar una prueba de desinfectantes para asegurarse de que la sustancia no sea corrosiva.
3. Lavar, enjuagar y desinfectar todas las partes que tengan contacto con los alimentos, las partes que no son desarmables también deben ser lavadas, enjuagadas y desinfectadas.
4. Colocar las piezas en el escurridor y dejarlas secar al aire libre.
5. Ensamblar las partes cuidadosamente evitando tocar con las manos.
6. Poner especial cuidado en el equipo que se utiliza varias veces al día como: abre latas, molinos y rebanadoras.

### ***MANEJO DE LA BASURA***

1. Evitar que los botes del área preparación se sobrellene al punto que no se pueda cerrar.



2. Colocar siempre bolsas plásticas dentro del bote para facilitar el manejo de la basura, amarrarlas bien evitando que se abran.
3. Mantener los botes tapados, también los contenedores externos.
4. Vaciar constantemente los botes en los contenedores.
5. Los depósitos de basura deben estar alejados del área de paso y procesamiento de los alimentos.
6. Mantener limpia el área donde se ubican los contenedores externos para evitar malos olores.

### **FAUNA NOCIVA**

La fauna nociva como: moscas, cucarachas, roedores provenientes de basura, drenajes excrementos, contaminan todo lo que tocan transmitiendo millones de microorganismos que causan enfermedades peligrosas.

### **PARA PREVENIR LAS CUCARACHAS**

1. Inspeccionar con cuidado los cartones, costales cuando lleguen a la cocina, pues en ellos pueden venir cucarachas o sus huevecillos; por lo que al recibir una mercadería se debe cambiar a canastillas propias, mismas que deben estar limpias y desinfectadas.
2. Eliminar escondites o rincones que les pueden servir de criadero. Informar siempre de grietas en pisos o paredes, y, mantener siempre las coladeras tapadas.
3. Colocar alimentos en anaqueles limpios, separados de las paredes, a una distancia de 15cm del piso; esto facilitará las labores de limpieza eliminando escondites para cucarachas.
4. Limpiar todo lo que se derrame de inmediato, ya que esto servirá de alimento para las cucarachas.
5. Mantener todos los alimentos cubiertos.
6. Limpiar con frecuencia los espacios entre pisos, anaqueles, repisas y equipos, ya que en estos espacios pequeños se esconden las cucarachas.

### **PARA PREVENIR LAS MOSCAS**

1. Mantener el bote de basura sellado a presión y limpiar la basura con frecuencia.
2. Verificar el buen funcionamiento de cortinas de aire en las puertas para evitar que entre las moscas a la bodega.
3. Limpiar debajo y detrás de anaqueles, el equipo y la mesa de trabajo.
4. Utilizar trampas de pegamento y dispositivos de electro fusión.





*Para detectar si existen roedores en la cocina hay que utilizar las siguientes técnicas:*

1. Observar si los paquetes o alimentos presentan rasgaduras, mordeduras o agujeros.
2. Aplicar un poco de talco en los lugares por donde transitan los roedores.
3. Observar si hay marcas de grasa en los pisos y paredes por donde transitan.

#### ***Medidas para prevenir la entrada de roedores***

1. Mantener cerradas las puertas y sellar las rendijas por donde puedan pasar.
2. Sellar ventanas o cualquier hueco o escondite en los pisos.
3. Limpie y recoja todos los restos de comida en el piso para que si logran entrar no tengan que comer.
4. Utilizar trampas, cebos o venenos.

#### ***Medidas generales para combatir la fauna nociva***

1. Mantener limpias las superficies y pisos, así como el equipo de trabajo.
2. Control de la basura.
3. Contar siempre con la protección de puertas y ventanas para evitar que ingrese la fauna nociva.
4. En caso de ser necesario utilizar plaguicidas.

#### ***Uso de los plaguicidas***

1. Conservar los plaguicidas con etiquetas que especifiquen claramente su uso, y guardarlos en un área separada de los alimentos y del personal que labora, así como del calor.
2. Colocar los alimentos tapados y fuera del alcance de los plaguicidas.
3. Mantener limpias las áreas donde se sospecha que hay plagas.
4. Aplicar plaguicidas en lugares como:
  - Debajo del lavabo y debajo de tuberías.
  - Detrás de puertas y en marcos de ventanas.
  - En aberturas, hoyos y esquinas.
  - En lugares donde pasen cañerías y desagües.
  - Debajo de sillas y mesas.

#### ***LA TEMPERATURA E HIGIENE EN LAS FASES DE SERVICIO.***



1. Solicitar que la materia prima no se entreguen en la hora de mayor movimiento.
2. Asegurarse que el lugar de almacenamiento esté disponible para la llegada de los productos.
3. Los alimentos deben cumplir con características sensoriales (textura, sabor, color) para poder realizar una inspección ligera.
4. No hay que olvidar verificar la temperatura de los alimentos cuando éstos lleguen.
5. Almacenar rápidamente los productos a temperaturas adecuadas.

## **ALMACENAMIENTO DE LA MATERIA PRIMA**

### ***Refrigeración***

1. Tomar en cuenta la temperatura a la que se encuentra el refrigerador (-4°C).
2. No sobrecargar los refrigeradores o congeladores porque se reduce la circulación de aire.
3. Utilizar recipientes poco profundos para que los alimentos se enfríen más rápido.
4. Colocar los alimentos crudos en la parte de abajo y los preparados o que no necesiten cocción en la parte superior.
5. Cuando enfríen los alimentos hacerlo rápidamente en porciones pequeñas utilizando baño de hielo.
6. No guardar alimentos calientes, ya que éstos provocan un alza de temperatura en el refrigerador.
7. No almacenar los alimentos directamente sobre el piso, en cajas de madera, ni costales.
8. Utilizar siempre recipientes limpios y tapados para almacenar los alimentos, evitar poner directamente sobre las rejillas.
9. No dejar los alimentos en latas abiertas en el refrigerador.

## **CONGELACIÓN**

### ***Pasos necesarios para la adecuada congelación***

1. Verificar que los alimentos en el congelador se encuentren a -18°C.
2. Al recibir los alimentos congelados inmediatamente colocarlos en el congelador para evitar zonas de peligro.
3. Colocar en recipientes limpios los alimentos antes de congelar y taparlos.
4. Dividir los alimentos en porciones para congelar.



5. Etiquetar con las fechas de entrada al almacén para asegurarse de que haya una rotación adecuada.
6. Para tomar la temperatura de los alimentos congelados colocar el termómetro entre 2 piezas.

### **ALMACENAJE DE SECOS**

1. Verificar la temperatura del lugar a almacenar, de 10°C a 20°C.
2. Cerciorarse de que el área esté ventilada para evitar el crecimiento de mohos y levaduras.
3. Colocar los productos fuera del alcance de la luz solar, ya que provoca rancidez.
4. Verificar que los alimentos estén separados de la pared y anaqueles, a 15 cm. del piso.
5. Colocar las fechas de entrada de cada producto de tal forma roten.
6. No tener paquetes de alimentos abiertos, ya que éstos contaminan el ambiente.
7. Llevar a cabo el mantenimiento, limpieza y desinfección del lugar.

### **LA PREPARACIÓN Y EL SERVICIO**

#### **1. ALIMENTOS CRUDOS**

- Lavar las frutas, verduras y hortalizas con agua potable y detergente, una por una o en manojos pequeños para quitar los restos de tierra y suciedad visible.
- Enjuagar perfectamente los alimentos y asegurarse que no queden residuos de jabón.
- Sumergir los alimentos en una solución de cloro, yodo o plata coloidal, siguiendo las indicaciones del producto en cuanto a la concentración y tiempo.

#### **1. DESCONGELACIÓN DE ALIMENTOS**

Nunca se debe descongelar los alimentos a temperatura ambiente ya que tardan demasiado tiempo en descongelarse permitiendo así el desarrollo de bacterias.



***Los métodos seguros para descongelar son:***

- Planear de antemano los productos que se van a utilizar y descongelarlos en refrigeración durante el tiempo necesario, fuera de la zona de peligro de la temperatura
- En el horno microondas siguiendo de inmediato la cocción del alimento.
- Como parte del proceso de cocción cuando se trate de verduras, hamburguesas, carnes y alimentos perecederos.

**2. COCCIÓN DE ALIMENTOS**

Es muy importante que los alimentos a la hora de ser cocidos lleguen a su temperatura adecuada, lo que son carnes de aves y carnes rellenas deben llegar a una temperatura de 74°C, carne de cerdo a 66°C, y, el resto de alimentos deberán tener como mínimo una temperatura interna de 60°C.

**3. ENSALADAS Y ADEREZOS**

Par la preparación de ensaladas y aderezos no se debe utilizar el huevo crudo; por este motivo no es recomendable preparar la mayonesa en el local, sino consumir mayonesa pasteurizada.

A los aderezos y salsas a base de huevos y crema de leche, se los debe mantener fuera de la zona de peligro.

**4. ENFRIADO DE ALIMENTOS CALIENTES.**

- Colocar los alimentos en envases poco profundos.
- Colocar en recipientes en la base con hielo.
- Agitar constantemente un alimento.
- Verificar la temperatura con un termómetro.
- Poner sin tapa los alimentos en el refrigerador.
- Una vez llegados a la temperatura de refrigeración se pueden congelar los alimentos.

**5. ALIMENTOS PREPARADOS CON ANTERIORIDAD.**

- Refrigerar los alimentos preparados con anterioridad
- Al recalentar no mezclar, es decir no mezclar alimentos cocidos en ese instante con alimentos que hayan sido preparados con anterioridad.



- Los alimentos que no se calientan como carnes frías hay que cubrirlos con papel encerado o plástico, y mantener a los 4°C.
- Utilizar pinzas, tenedores, cucharas de mango largo para manipular alimentos.
- No tocar alimentos crudos como carnes, pollos o pescados al mismo tiempo que alimentos cocidos, para evitar contaminación cruzada.

## **6.- EL SERVICIO**

Las manos y los dedos nunca deben tocar la superficie de los alimentos, o estar en contacto con utensilios que van a ser llevados a la boca de los comensales.