



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE SALUD PÚBLICA

ESCUELA DE GASTRONOMÍA

**“PLANEACIÓN ESTRATÉGICA PARA SERVICIOS DE CATERING
EN LA CIUDAD DE SAN MIGUEL DE SALCEDO, 2013”**

TESIS DE GRADO

Previo a la obtención del título de:

LICENCIADA EN GESTIÓN GASTRONÓMICA

VERÓNICA ALEXANDRA URGILÉS REMACHE

Riobamba – Ecuador

2013

CERTIFICACIÓN.

La presente investigación fue revisada y se autoriza su presentación.

.....

Msc. Luis E. Carrión E.

DIRECTOR DE TESIS.

CERTIFICADO

Los miembros de Tesis certifican que el trabajo de investigación titulado **“PLANEACIÓN ESTRATÉGICA PARA SERVICIOS DE CATERING EN LA CIUDAD DE SAN MIGUEL DE SALCEDO, 2013”**; de responsabilidad del Señorita **VERÓNICA ALEXANDRA URGILÉS REMACHE**, ha sido revisada y se autoriza su publicación.

Msc. Luis E. Carrión E.

.....

DIRECTOR DE TESIS

Dra. Martha C. Avalos P.

.....

MIEMBRO DE TESIS

Riobamba, 06 de mayo del 2013

AGRADECIMIENTO

Agradezco infinitamente a los profesores en la Escuela de Gastronomía por los conocimientos y consejos impartidos y de esta manera me han ayudado a enriquecerme en conocimientos administrativos y técnicos que en un futuro no muy lejano servirán para aplicarlos en mi profesión, agradezco igualmente al tutor de mi tesis que ha sido el guía para el desarrollo y la puesta en marcha del presente proyecto.

DEDICATORIA

Este trabajo, lo dedico en gran parte a Dios, ya que él ha sido mi guía y protección durante todo el período de mi carrera.

A mis padres, Digna y Luis y mis hermanos Miriam y Fausto que me dieron su apoyo incondicional y confianza para la culminación de una de las etapas más importantes de mi vida.

También dedico este proyecto a mi esposo y a mis hijos, por ser la alegría y amor en mi vida y por alentarme cuando lo necesité. Este proyecto será la base para nuestro futuro emprendimiento

ÍNDICE GENERAL

I.	INTRODUCCIÓN.....	1
II.	OBJETIVOS.....	4
	A. GENERAL.....	4
	B. ESPECÍFICOS.....	4
III.	MARCO REFERENCIAL.....	5
	1. La Planeación Estratégica.....	5
	1.1. Objetivos Específicos.....	6
	1.2. Necesidades y beneficios de la planeación estratégica.....	8
	1.3. Lo que no es la planeación estratégica.....	8
	2. Gastronomía.....	9
	3. Organización de eventos.....	11
	4. Gestión de eventos.....	13
	4.1. Herramienta de Marketing.....	14
	4.2. Servicios.....	14
	4.3. Gestor de eventos.....	15

4.4.	Sostenibilidad.	17
5.	Catering.....	18
5.1.	Categorías de empresas de Catering.	19
5.1.1.	Por el sector en el que opera.	19
5.1.2.	Por el motivo o razón de Aplicación.....	20
5.2.	Características del negocio de catering.....	21
5.3.	Diferencias entre empresas de catering y otras de A & B.	23
5.3.1.	Empresas de Restauración.....	23
5.3.2.	Empresas de Catering.	24
5.4.	Ventajas del negocio de catering.....	25
5.4.1.	Los Depósitos.	26
5.4.2.	Los costos de comidas controlables.	27
5.4.3.	Los costos de labor controlables.....	28
5.4.4.	Los costos de energía controlables.	28
5.4.5.	Los inventarios limitados.....	29
5.4.6.	Los réditos adicionales.	29

5.4.7.	La previsión exacta.....	30
5.4.8.	La inversión inicial baja.....	30
5.5.	Operaciones del catering.....	31
5.6.	Tareas y habilidades necesarias.....	31
5.7.	Horario del negocio.....	32
5.8.	Equipo de trabajo.....	33
5.9.	Habilidades para el negocio.....	33
5.10.	Tipos de catering.....	34
5.11.	Equipo necesario.....	36
5.12.	Puntosa favor y en contra.....	37
6.	El banquete.....	37
7.	El servicio.....	38
7.1.	Principios del servicio.....	39
7.2.	Personal de servicio.....	42
7.2.1.	Gerente de alimentos y bebidas.....	42
7.2.2.	Asistente de alimentos y bebidas.....	43

7.2.3.	Jefe de catering y eventos.	43
7.2.4.	Capitán de meseros.	43
7.2.5.	Barman.	44
7.2.6.	Meseros.	44
7.2.7.	Ayudantes de meseros.	44
8.	La imagen de la empresa frente a los clientes.	45
8.1.	El nombre de la empresa.	45
8.2.	El logo.	46
8.3.	El eslogan.	46
8.4.	Sitios web.	47
8.5.	Brochure.	47
IV.	METODOLOGÍA.	48
A.	LOCALIZACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN.	48
B.	VARIABLES.	48
1.	Identificación.	48
2.	Definición.	48

3.	Operacionalización.....	52
C.	TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	55
D.	POBLACIÓN, MUESTRA O GRUPO DE ESTUDIO.	55
E.	DESCRIPCIÓN DE PROCEDIMIENTO.	56
V.	RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	58
A.	Diagnostico de los procesos de planeación y gestión de los servicios de catering en la ciudad de Salcedo.....	58
B.	Determinar las políticas para la gestión de empresas dedicadas al servicio de catering en la ciudad de Salcedo.....	76
C.	Desarrollo del plan estratégico 2013 – 2014 para el mejoramiento de los procesos de gestión y servicios en las empresas de catering.	77
	PLAN ESTRATÉGICO 2013-2014.....	78
VI.	CONCLUSIONES.....	167
VII.	RECOMENDACIONES.....	169
VIII.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.	170
IX.	ANEXOS.....	172

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1. Operacionalización de variables	52
Cuadro N° 2. Conocimiento sobre servicio de catering.	58
Cuadro N° 3. Servicio de alimentación.....	60
Cuadro N° 4. Calificación del servicio brindado.	62
Cuadro N° 5. Frecuencia de eventos.	64
Cuadro N° 6. Preferencias de días.....	65
Cuadro N° 7. Eventos asistidos.....	68
Cuadro N° 8. Tiempo para planificar el evento.....	70
Cuadro N° 9. Valor a pagar por persona.....	72
Cuadro N° 10. Los servicios brindados.	74

TABLA DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1 Conocimiento sobre servicio de catering	58
Gráfico N° 2. Servicio de alimentación.	60
Gráfico N° 3. Calificación del servicio brindado.....	62
Gráfico N° 4. Frecuencia de eventos.	64
Gráfico N° 5. Preferencias de días.	66
Gráfico N° 6. Eventos asistidos.....	68
Gráfico N° 7. Tiempo para planificar el evento.....	70
Gráfico N° 8. Valor a pagar por persona.	72
Gráfico N° 9. Los servicios brindados.	74

RESUMEN

El proyecto que a continuación se muestra consta de un planeación estratégica para servicios de catering en la ciudad de Salcedo. Se puede observar una parte teórica en los primeros capítulos y toda la descripción de la investigación posteriormente.

Se diagnosticó los procesos de planeación y gestión de los servicios de catering en la ciudad; se calculó una muestra para realizar la respectiva encuesta donde se consiguió resultados favorables para la planeación estratégica de servicios de catering; se dedujo el desconocimiento de empresas de catering en la ciudad, la deficiencia del servicio y atención del cliente por parte de personas y establecimientos que ofrecen servicios de alimentación para eventos, se determinó la frecuencia, el tiempo, los días, y los servicios que requieren los clientes para organizar un evento. Se determinaron políticas para la gestión de empresas dedicadas al servicio de catering, políticas generales, políticas para las distintas áreas de la empresa, cargos y funciones para los colaboradores de la empresa; se desarrollo un plan estratégico para el mejoramiento de los procesos de gestión y servicios en las empresas de catering, posteriormente se elaboran los manuales de funciones específicas y los requisitos mínimos para cada uno de los cargos de la empresa, la organización funcional y las inversiones en espacio físico requeridas.

El manejo de un planeamiento estratégico es de gran importancia, pues marca no solamente el horizonte sino el camino a seguir; así como también las principales pautas de operación que rigen el giro de negocio y el mercado.

SUMMARY

The project show consists of strategic planning catering services in the city of Salcedo. You can observe a theoretical part in the first chapters and all subsequent research description.

The planning process diagnosis and management of catering services in the city, is a sample calculation for the respective survey which was achieved favorable results for strategic planning catering services. It was deduced the ignorance of caterers in the city, deficiency of service and customer care by individuals and establishments that offer food for events. The frequency was determine, the day, and the services that the customers require to organize an event.

Management policies were determined for companies engaged in catering, general policies, policies for different areas of De Company, positions and functions for the employees of de company, A strategic developing plan was developed to improve the management processes and catering services of the companies, Subsequently the specific functions manuals were developed, and the minimum requirements for each of the offices of the company, the functional organization and investment in physical space required.

The management of strategic planning is of great importance, not only because it marks the horizon but the way to go, as well also the main operating guidelines governing the line of business and the market. The management of strategic planning is of great importance, not only because it marks the horizon but the way to go, as well as also the main operating guidelines governing the line of business and the market.

I. INTRODUCCIÓN.

La ciudad de Salcedo ciudad de valles y encantos potencialmente turística de cultura y gastronomía tiene una gran deficiencia en la organización de catering; existen establecimientos que prestan servicios de menaje y vajilla, servicio de alimentación, otros solo sonido y audio, etc.; dificultando así la organización de cualquier tipo de evento social cultural o gastronómico que se vaya a realizar, todo esto lleva a un sin número de gastos y sobre todo el tiempo que se necesita para realizar dichos actos por la demora en buscar cada uno de los servicios en diferentes lugares.

El Servicio de Catering es un campo de estudio relativamente nuevo; este consiste en el proceso de diseño, planificación y producción de congresos, festivales, ceremonias, fiestas, convenciones u otro tipo de reuniones, cada una de las cuales puede tener diferentes finalidades.

Algunas de las tareas que incluye el Servicio de Catering son la realización de presupuestos, el armado de cronogramas, los servicios gastronómicos, la coordinación logística integral, el desarrollo de una línea temática, la registración previa y la acreditación de los participantes, la coordinación de los oradores o conferencistas, la decoración del lugar, mobiliario, equipamiento audio-visual, entre otros; dependiendo del tipo de evento.

Cualquiera que sea la ocasión, por muy pequeño que sea, puede ser una tarea exhaustiva, ya sea que se trate de una fiesta temática, un gran evento o simplemente una pequeña reunión familiar.

El proyecto se enfoca en brindar a cada uno de los consumidores el mejor servicio y asesoramiento ante un evento, reflejado en el profesionalismo y preparación de cada detalle de acuerdo al gusto del cliente, puesto que el objetivo principal es su satisfacción.

De lo anteriormente expuesto se ha visto la necesidad de realizar la planeación estratégica para servicios para un catering de eventos sociales en la ciudad de Salcedo para consolidarse como uno de los líderes en la organización de eventos sean estos en establecimientos o sus propios hogares.

La planeación estratégica para un servicio de catering servirá para verificar los pasos a seguir antes durante y después de organizar todo tipo de eventos sociales en cada una de las áreas que forman un catering; con la creación se lograra dar solución a una necesidad existente en el mercado, el proyecto se enfocara únicamente en la ciudad de Salcedo; cuando se dice un hecho importante en la sociedad, se observa que todo esto acarrea un sin número de actividades para las personas que deseen hacerlo, es lo que va a solucionar; dar a la sociedad una alternativa para que de la forma más relajada tomen las decisiones de las

actividades que tengan planeadas y organizar con ayuda de expertos todo el proceso al que se van a incurrir.

La necesidad de un estudio de procedimientos se basa en la eficiencia con el que se pretende lograr un objetivo determinado, la necesidad de elaborar un manual de procedimientos se justifica en los siguientes casos:

Que existan eventos que mantengan cierto grado de complejidad.

Que resulte convenientemente asegurar la uniformidad en el desarrollo de los eventos y procedimientos para lo cual resulte indispensable contar con descripciones claras de los mismos.

Que se desee emprender tareas de simplificación del trabajo.

Que se vaya a establecer un sistema de información que se necesite conocer las fuentes de entrada, proceso y salidas de información.

Los beneficios del presente proyecto serán para la sociedad, porque entrará una nueva empresa al mercado lo cual fomentará la competencia que ayudará a mejorar la calidad de los servicios de catering. Por otra parte, la empresa proveerá de puestos de trabajo a la población, lo cual tiene consecuencias positivas en la economía.

II. OBJETIVOS.

A. GENERAL.

- Realizar la planeación estratégica para servicios de catering en la ciudad de Salcedo.

B. ESPECÍFICOS.

- Diagnosticar los procesos de planeación y gestión de los servicios de catering en la ciudad de Salcedo.
- Determinar las políticas para la gestión de empresas dedicadas al servicio de catering en la ciudad de Salcedo.
- Desarrollar el plan estratégico 2013 – 2014 para el mejoramiento de los procesos de gestión y servicios en las empresas de catering.

III. MARCO REFERENCIAL.

1. La Planeación Estratégica.

Es el proceso de análisis para determinar las posiciones futuras que la organización o empresa debe alcanzar. Proceso dinámico lo suficientemente flexible para permitir y hasta forzar modificaciones en los planes de la empresa, con el fin de responder a las cambiantes circunstancias. Es el componente intermedio del proceso de planeación, situado entre el pensamiento estratégico y la planeación táctica.

Trata con el porvenir de las decisiones actuales, observa la cadena de consecuencias de las causas y efectos durante un tiempo, relacionadas con una decisión real o intencionada que tomara la dirección. Es identificar y llevar a la práctica los objetivos a Largo Plazo de la empresa.

La planificación estratégica tiene dos connotaciones relativamente diferentes; realizar un "mapa" de las probables decisiones futuras de una organización privada o Institución pública o diseñar una ruta de acción personal para el futuro.

En ambos casos nos enfrenta a la incertidumbre de qué pasará en el futuro y cómo actuaremos de manera conveniente para cumplir nuestros propósitos fundamentales.

Al final, las dimensiones personal e organizacional se entretajan en tanto el rumbo que elegimos para nuestras organizaciones influirá en las personas y viceversa. En general se trata de la interacción entre entorno y el interno de los entes y la habilidad de éstos para actuar de manera proactiva configurando estrategias que nos permitan aprovechar nuestras fortalezas internas y las oportunidades externas.

1.1. Objetivos Específicos.

Introducir a los participantes en los conceptos, elementos y características fundamentales del proceso de Planeación Estratégica. Definir la Visión y la Misión de la empresa así como lograr que cada participante desarrolle un plan de trabajo producto del análisis, entendimiento y conocimiento de las necesidades de su cliente (interno y/o externo), previa definición de las estrategias básicas de la Empresa, la elaboración de planes, programas y procesos clave, para obtener objetivos e indicadores de cada una de las áreas.

Familiarizar al participante con los procesos de la Planeación Estratégica global, así como en su alcance y en uso de manejo de modelos como herramientas analíticas para soportar estrategias de posicionamiento que brinden ventaja competitiva a cualquier empresa privada o pública.

Analizar modelos específicos en los diferentes niveles de planeación y coadyuvar en la toma de decisiones real, optimizando el uso de los recursos materiales, tecnológicos y humanos.

Detallar el proceso estratégico empezando por la investigación, análisis, síntesis, correlación y juicios que le permitan a la empresa o institución competir positivamente en un mundo globalizado.

Se comprenderá el rol que juega la Alta Dirección, su poder, el manejo de la Misión y Visión como fundamento de la razón de ser de una empresa. Visualizará el impacto estratégico de la estructura organizacional y su impacto a resultados operando cadenas de valor.

El participante visualizará sus fuerzas y debilidades; los factores para hacer negocios; los factores para tener éxito en los negocios de forma cuantitativa y cualitativa en diversos escenarios.

Los participantes desarrollarán habilidades de detección de estrategias dependiendo de los escenarios expuestos y las oportunidades y amenazas reales que se han presentado.

Valorará la obsolescencia de las estrategias, al revisar, evaluar y controlar la ejecución de las mismas mediante guías que faciliten los ajustes oportunos y necesarios.

1.2. Necesidades y beneficios de la planeación estratégica.

Mantiene a la vez el enfoque en el futuro y en el presente.

Refuerza los principios adquiridos en la misión, visión y estrategia.

Fomenta la planeación y la comunicación interdisciplinarias.

Asigna prioridades en el destino de los recursos.

Constituye el puente con el proceso de planeación táctica a corto plazo

Obliga a los ejecutivos a ver la planeación desde la macro perspectiva, señalando los objetivos centrales a modo que pueden contribuir a lograrlos.

Excelentes resultados obtenidos en áreas como: ventas, utilidades, participación en el mercado, reparto equitativo, índices de operación y del costo/utilidad de las acciones.

1.3. Lo que no es la planeación estratégica.

La planeación estratégica no trata de tomar decisiones futuras, ya que éstas sólo pueden tomarse en el momento. La planeación del futuro exige que se haga la elección entre posibles sucesos futuros, pero las decisiones en sí, las cuales se toman con base en estos sucesos, sólo pueden hacerse en el momento.

La planeación estratégica no pronostica las ventas de un producto para después determinar qué medidas tomar con el fin de asegurar la realización de tal pronóstico en relación con factores tales como: compras de material, instalaciones, mano de obra, etc.

La planeación estratégica no representa una programación del futuro, ni tampoco el desarrollo de una serie de planes que sirvan de molde para usarse diariamente sin cambiarlos en el futuro lejano. Una gran parte de empresas revisa sus planes estratégicos en forma periódica, en general una vez al año. La planeación estratégica debe ser flexible para poder aprovechar el conocimiento acerca del medio ambiente.

La planeación estratégica no representa esfuerzo para sustituir la intuición y criterio de los directores. La planeación estratégica no es nada más un conjunto de planes funcionales o una extrapolación de los presupuestos actuales; es un enfoque de sistemas para guiar una empresa durante un tiempo a través de su medio ambiente, para lograr las metas dictadas.

2. Gastronomía.

Gastronomía es el estudio de la relación entre cultura y alimento. Gastrónomo es la persona que se ocupa de esta ciencia. A menudo se piensa erróneamente que el término gastronomía únicamente tiene relación con el arte culinario y la cubertería en torno a una mesa. Sin embargo ésta es una pequeña parte del campo de estudio de dicha disciplina: no siempre se puede afirmar que un cocinero es un gastrónomo. La gastronomía estudia varios componentes culturales tomando como eje central la comida.

Etimológicamente proveniente del griego “gastros”, que significa estómago, y “gnomos” ley o conocimiento, para referirse no tanto como pareciera sugerir del origen de la palabra a llenar el estómago, sino que el objetivo de la gastronomía es crear platos de comidas para saborear ricas preparaciones culinarias con los sentidos del gusto, la vista y el olfato, comparar las comidas de distintos lugares, ver como se originaron, los aportes nutricionales de cada ingrediente y sus posibilidades de combinación, etcétera.

La persona que es conocedora de esta ciencia es el gourmet, pues tiene relación con las características del lugar donde se habita, los recursos naturales que aporta la región y los gustos de sus habitantes. De esta manera se crean platos típicos que harán parte de la tradición cultural del lugar, como el arroz es el ingrediente característico de la comida china, o el pescado de las zonas costeras.

La adecuada explotación de la actividad gastronómica puede ser una fuente importante de ingresos para el país, pues tiene gran influencia en el flujo turístico. Lugares donde la gastronomía es inadecuada o deficiente alejará a los potenciales visitantes.

Si bien desde la antigüedad el hombre se preocupó de disfrutar de una rica combinación de ingredientes para satisfacer su apetito más que su hambre, la gastronomía tuvo una gran evolución sobre todo a partir del siglo XIX. En el siglo XX con el surgimiento de la gastronomía molecular se han introducido nuevos conocimientos sobre el por qué del comportamiento de ciertos ingredientes en el conjunto, o nuevas técnicas como la cocina al vacío, realizándose una conjunción entre gastronomía y ciencia.

3. Organización de eventos.

Una organización de eventos consiste en una serie de servicios globales que se le ofrecen a una persona o empresa que necesita realizar una reunión de carácter social o corporativo. Un evento además de ser una reunión cumple la función de carta de presentación frente a posibles clientes, medios de comunicación y público en general. Suele ofrecer información insustituible que da cuenta de la identidad de un individuo, empresa o institución.

La forma que tomará un proyecto de organización de eventos dependerá del tipo de reunión de que se trate: las hay informales como suelen ser los eventos sociales: bautizos, comuniones, cumpleaños, bodas y aniversarios y formales. Entre estas últimas podemos ubicar las reuniones empresariales: inauguraciones, lanzamientos de nuevos productos, eventos promocionales, capacitaciones, exposiciones, fiestas corporativas, galas y celebraciones.

Cada tipo de evento tendrá características propias que lo distinguirán de todos los demás. De todas formas, en la organización de eventos existen ciertas constantes que estarán presentes en la planificación de proyectos de alto nivel. Las compañías que se especializan en la organización de eventos cuentan con un equipo de expertos en distintos campos que trabajan de manera conjunta para lograr los mejores resultados. Esta diversificación de las tareas necesarias en una organización de eventos disminuye sensiblemente el tiempo total que demanda un proyecto de estas características.

Los eventos empresariales y los sociales (aunque estos últimos en menor medida) constan de una serie de pasos en los que se debe observar un protocolo adecuado especialmente si entre los asistentes se cuentan funcionarios gubernamentales. Cada una de las etapas del evento deberá ser planeada de manera cuidadosa y será registrada en un cronograma. Todo el personal empleado en la organización

del evento tendrá que conocer y respetar dicho cronograma para garantizar la efectividad del proyecto.

Por otra parte, vale destacar que el éxito de un evento no solo dependerá del desempeño de los especialistas y del personal a cargo de las distintas áreas que componen el proyecto integral, sino que también estará ligado a la adecuada elección del lugar y el momento adecuado para realizar la reunión. Según la fecha, hora y locación escogida para un evento social o empresarial, así será la respuesta del público que hayamos convocado. No existen criterios definitivos al respecto, pero un equipo de profesionales en organización de eventos siempre encontrará las mejores alternativas según las necesidades del contratante.

4. Gestión de eventos.

La gestión de eventos es la aplicación de gestión de proyectos para la creación y desarrollo de festivales eventos y conferencias. La gestión de eventos implica el estudio de las complejidades de la marca, la identificación del público objetivo, la elaboración del concepto del evento, la planificación de la logística y la coordinación de los aspectos técnicos antes de que en realidad el lanzamiento del evento. Análisis post-evento y garantizar un retorno de la inversión se han convertido en factores importantes para la industria de los eventos.

La industria ahora incluye eventos de todos los tamaños a partir de la Juegos Olímpicos de abajo a un desayuno de trabajo para diez personas de negocios. Muchas industrias, organizaciones benéficas y grupos de interés llevarán a cabo eventos de cierta importancia con el fin de promocionarse, establecer relaciones de negocios, obtención de fondos o celebrar.

4.1. Herramienta de Marketing.

La gestión de eventos es considerado uno de los de marketing estratégico y herramientas de comunicación de las empresas de todos los tamaños. Desde el lanzamiento de productos a conferencias de prensa, las empresas crean eventos promocionales para ayudarles a comunicarse con los clientes y clientes potenciales. Pueden dirigirse a su público utilizando los medios de comunicación, con la esperanza de generar cobertura mediática que llegará a miles o millones de personas. También puede invitar a su audiencia a sus eventos y llegar a ellos en el evento real.

4.2. Servicios.

Empresas de gestión de eventos y servicio a las empresas una variedad de áreas, incluyendo eventos corporativos (lanzamientos de productos, conferencias de

prensa, reuniones de trabajo y conferencias), programas de marketing (road shows, eventos de apertura), y especiales de hospitalidad corporativa eventos como conciertos, entregas de premios, estrenos de cine, lanzamiento, desfiles de moda, eventos comerciales, eventos privados (personal) como bodas y bar.

Los clientes contratan empresas de gestión de eventos para manejar un ámbito específico de los servicios para el evento dado, que en su punto máximo puede incluir todos los elementos creativos, técnicos y logísticos del evento. (o simplemente un subconjunto de ellos, dependiendo de las necesidades del cliente, experiencia y presupuesto).

4.3. Gestor de eventos.

El gestor de sucesos es la persona que planifica y ejecuta el evento. Los administradores de eventos y sus equipos son a menudo detrás de las cámaras en ejecución del evento. Los administradores de eventos también pueden estar involucrados en algo más que la planificación y ejecución del evento, sino también la construcción de marca, estrategia de marketing y comunicación. El gestor de eventos es un experto en los elementos creativos, técnicos y logísticos que ayudan a un evento de éxito. Esto incluye el diseño de eventos, audiovisual producción, guión, logística, negociación de presupuestos, y, por supuesto, el servicio al cliente. Es una profesión multi-dimensional.

Un arquitecto evento es un gestor de eventos que se involucra en las etapas de iniciación temprana del evento. Especialmente para grandes eventos públicos, en la etapa inicial, el arquitecto evento necesita para tomar decisiones cruciales y decisiones relacionadas con el concepto creativo y diseño del evento. En conocimiento de la profundidad de diseño técnico y plena comprensión de la forma de comunicar el mensaje de una compañía a través de un público son necesarios con el fin de hacer que el evento eficaz.

Si el gestor de eventos tiene responsabilidades presupuestarias en esta etapa temprana que puede denominarse un evento o ejecutivo de producción. Las etapas tempranas del desarrollo del evento incluyen:

Emplazamiento de medición

Servicio al Cliente

Breve aclaración

Presupuesto redacción

Suministro de identificación cadena

Obtención

Programación

Diseño del sitio

Diseño técnico

Salud y Seguridad

Servicios de Primeros Auxilios

Gestión ambiental y ecológica

Gestión del riesgo

Las principales disciplinas más cerca del evento son:

Salud y seguridad, incluyendo control de multitudes

Logística y selección de vehículos

Sonar

Luz

Vídeo

Programación detallada y la planificación de la agenda

Seguridad.

4.4. Sostenibilidad.

Gestión de eventos Sostenible (también conocido como el evento más ecológico) es el proceso utilizado para producir un evento con especial preocupación por los temas ambientales, económicos y sociales. Sostenibilidad en la gestión de eventos incorpora social y ambientalmente toma responsable de decisiones en la planificación, organización y ejecución de, y la participación en un evento. Se trata, incluidos los principios de desarrollo sostenible y las prácticas en todos los niveles de organización de eventos, y tiene por objeto garantizar que un evento es

organizado de manera responsable. Se representa el paquete total de intervenciones en un evento, y que hay que hacer de una manera integrada. Evento ecológico debe comenzar al inicio del proyecto, y debe involucrar a todos los actores clave, tales como los clientes, los organizadores, los lugares, los subcontratistas y proveedores.

5. Catering.

Se denomina catering, al servicio de alimentación institucional o alimentación colectiva que provee una cantidad determinada de comida y bebidas en fiestas, eventos y presentaciones de diversa índole.

En algunos casos los salones de fiestas u hoteles y empresas del rubro proveen este servicio junto al alquiler de sus instalaciones; en otros casos hay empresas especializadas para elaborar y trasladar los alimentos al sitio que disponga el cliente. En el servicio se puede incluir desde la propia comida, la bebida, la mantelería y los cubiertos hasta el servicio de cocineros, camareros y personal de limpieza posterior al evento.

Como catering, tendrán la tarea de escoger insumos y preparar el menú; contratar y entrenar a sus empleados; trabajar largas horas los fines de semana y vacaciones; evaluar la calidad de los productos e ingredientes; etc.

Si quieren, pueden verlo de esta manera: el catering, hoy, consiste en satisfacer todos los sentidos: vista, olfato, oído, gusto y tacto.

5.1. Categorías de empresas de Catering.

5.1.1. Por el sector en el que opera.

- **Catering Aéreo.**

Se trata de industrias que preparan en un edificio normalmente separado de las instalaciones del aeropuerto, una serie de alimentos para el consumo de los pasajeros y tripulaciones que vayan a bordo de la aeronave.

Están incluidas dentro de esta categoría a aquellas otras que suministran comidas en los bares, cantinas de los aeropuertos, y que de forma habitual pueden prepararen sus cocinas, alimentos para el consumo a bordo de las aeronaves.

- **Catering de Ferrocarriles.**

Se trata de industrias que preparan en un edificio, normalmente ubicado en una estación de ferrocarril, comidas para consumo, a bordo de trenes de diferentes tipos, bien por los usuarios o por los empleados de los mismos.

- **Catering de Buques.**

Se trata de industrias que preparan comidas normalmente en edificios situados en los puertos, para consumo por parte de las tripulaciones y pasajeros a bordo de los buques de carga o pasaje.

- **Catering Industrial.**

El servicio de alimentación prestado a empresas o industrias en situaciones fuera de lo común, como en lugares con dificultad de acceso a zonas urbanas, empresas que operan en zonas selváticas o montañosas, las cuales laboran con horarios corridos de trabajo por lo que requieren todas las comodidades que la alimentación lo requiera. A esto se lo denomina catering industrial ya que las características principales es que en la mayoría de los casos los volúmenes de alimentos servidos diariamente son en gran volumen y de estilo casero.

5.1.2. Por el motivo o razón de Aplicación.

- **Catering Social.**

Se considera catering social al servicio de alimentos fuera del establecimiento de producción, en lugares escogidos por los clientes y en muchos de los casos en sus domicilios estos pueden ser, residencias, casas de eventos, haciendas, clubes, etc. La característica principal es que el motivo de estos eventos son de carácter social pueden ser: matrimonios, cumpleaños, bautizos, primeras comuniones, aniversarios etc.

- **Catering Corporativo.**

Se denomina catering corporativo al servicio de comida prestada a clientes que figuran con la denominación de su razón social, es decir que sus clientes son empresas, instituciones que contratan el servicio de abastecimiento de alimentos a sus trabajadores ya sean estos de alimentación diaria o en ocasiones especiales. Las corporaciones utilizan los catering para eventos como bufetes de comida fría, en días festivos, galas entre otros.

5.2. Características del negocio de catering.

Luego de haber estudiado sobre las diferentes clases de empresas de catering podemos observar aspectos o características comunes entre todas las clases de empresas relacionadas a este sector laboral, entre ellas citamos las siguientes:

Servicio de alimentos fuera del establecimiento de producción.

El lugar de servicio no es fijo.

Los volúmenes de producción en su mayoría son en gran volumen.

En muchos de los casos este tipo de servicio se da en ocasiones especiales para el cliente.

Si el servicio de alimentos es fuera del establecimiento de producción, entonces se puede deducir que para estas actividades es fundamental considerar como aspecto importante el transporte.

En todas las clases de empresas de catering se menciona la clase de clientes a las cuales se van a dar el servicio por lo cual, se sabrá el volumen exacto o al menos aproximado al cual alimentaremos.

A diferencia de otros banquetes en este se puede prever aspectos anticipadamente como los volúmenes necesarios de géneros alimenticios, bebidas.

La materia prima puede comprarse con la mayor exactitud y se puede evitar pérdidas o desperdicios ocasionados por sobrantes de la materia prima.

El personal a emplearse será el necesario y cada uno de ellas sabrá su labor con exactitud y no existirá personal desocupado o extraviado en su campo de acción.

Podríamos seguir deduciendo muchas más características de este tipo de negocio, lo que nos ayudara a comprender cada vez más sobre lo importante que es aplicar procedimientos minuciosos, necesarios y con bases sólidas de conocimientos para su correcta aplicación.

Para tener una visión más clara sobre lo que es una empresa de catering a continuación citaremos las diferencias sobre una empresa de catering y una empresa de restaurantes.

5.3. Diferencias entre empresas de catering y otras de A & B.

5.3.1. Empresas de Restauración.

El orden de procesos para la ejecución de un restaurante explicamos brevemente para establecer las diferencias con las empresas relacionadas con el catering.

En el caso de empresas de restaurantes primero procedemos a realizar la operación de compras en base a las necesidades del menú ofertado por el establecimiento, para posteriormente realizar todos los procesos a cada uno de los géneros dándoles un trato para cada caso para un correcto almacenamiento bodegaje de la materia

prima, continuamos con la requisición de la materia prima, necesaria para mantener un orden existencias, posteriormente se procede a la producción de las recetas estándar en base al menú ofertado por el establecimiento de acuerdo su especialidad. Una vez que se ha producido el producto de venta se procede a ofertar al cliente para recibir su pedido (comanda) el cual, visto de otro punto de vista equivale al contrato entre cliente-establecimiento por el cual el cliente pagara por los productos y servicios recibidos, cabe señalar que en este caso el establecimiento, nunca podrá saber el volumen de venta exacto, hasta que exista un cierre de caja.

5.3.2. Empresas de Catering.

A diferencia de los restaurantes las empresas de catering en sus procesos operativos empiezan con el contrato en el cual constara el número exacto de pax a servirse, el menú a proveerse, la misma que servirá como guía para la orden de producción, y la cual será la base de para proceder a sacar las necesidades de materia prima en base a las recetas estándar dándonos como resultado el requerimiento exacto de materia prima para una posterior compra, luego de realizar las requisiciones de materia prima procedemos a los procesos de producción y posteriormente la venta el cual se dará en el lugar de servicio bajo los acuerdos mencionados en el contrato.

A diferencia de los procesos realizados en el restaurante podemos observar que en las empresas de catering empezamos con el contrato, el mismo que será la base para todos los procesos a realizarse para la elaboración del evento, de esta manera en este caso todas estas funciones se las puede realizar con una mayor eficacia y exactitud.

5.4. Ventajas del negocio de catering.

Proveer alimentos es una de las maneras de obtener utilidades en la industria ya que en la mayoría de los casos las ventas son de gran volumen y normalmente se consigue un 25% de prepago a la firma del contrato. Por ello se puede considerar que el aprovisionamiento de alimentos es una transacción comercial que genera una ganancia regular bajo transacciones que pueden ser controladas.

Citamos aquí algunas características que las consideramos como ventajas para el negocio de catering:

Los depósitos.

Los costos de comidas controlables.

Los costos de labor controlables.

Los inventarios limitados.

Los réditos adicionales.

La previsión exacta.

La inversión inicial baja.

5.4.1. Los Depósitos.

Los proveedores pueden solicitar un anticipo como una carpeta al contrato. Las políticas varían de acuerdo al establecimiento, pero todos coinciden en solicitar un anticipo que redondea entre el 10 al 25% del total del costo del servicio ofertado.

Esto varía de acuerdo a la reputación ganada por el establecimiento, ya que a más prestigio de la empresa puede exigir un depósito inicial superior al mencionado estas pueden oscilar en muchos casos hasta en un 50% del costo total del contrato, pero es necesario tener en cuenta que esto exige una exigencia excesiva al cliente y en algunos casos puede ser causa de indecisión del cliente.

Esto trae ciertos beneficios al proveedor de alimentos como:

- Proporciona capital activa y un flujo del dinero en efectivo constante.
- Debido a la posibilidad de perder el depósito, el cliente estará menos propenso a cancelar el evento si no tuviera una razón que le exija a esta decisión.
- En el caso de cancelación del contrato, el proveedor tendrá una pérdida reducida.

Existen causas que pueden llevar al rompimiento o cancelación del contrato, razón por la cual debe estar muy bien detallado el efecto que tendrá esta situación sobre el depósito exigido, lo cual se lo avalara mediante la firma de las dos partes interesadas.

5.4.2. Los costos de comidas controlables.

Debido a que el número de pax a servirse es conocido, se puede preverse con exactitud las necesidades de materia prima.

- De acuerdo a los estándares de porciones puede manejarse y eliminarse los desperdicios y desechos.
- El conocimiento del volumen de compra nos ayuda a tener cierto poder de compra en el mercado. Esto nos ayudara a tener una planificación de antemano y realizarse las compras a un precio más bajo y la calidad más alta.
- Se puede seleccionar proveedores con estándares que se acoplen a las necesidades de la empresa, evitando un gasto de transportación de materia prima.

5.4.3. Los costos de labor controlables.

Los costos de labor pueden ser controlables ya que en este caso se puede establecerlos el número necesario de personal para cada función adema:

- Puede determinarse las horas exactas de trabajo directo y horarios de personal extra necesario para el evento Y se solicitara con exactitud el número de personal y horas del personal administrativo.
- Se puede prever con anticipación a la mano de obra no calificada para capacitar brevemente sobre sus funciones, así se evitara el alto costo de mano de obra experimentada, esto solo para funciones que no requiera una gran experiencia, aun así estos deberán ser supervisados por personal que posea experiencia en estas funciones.

5.4.4. Los costos de energía controlables.

Los costos de energía representan un valor considerado, razón por la cual también es posible controlar su consumo en base a la elaboración de horarios de producción.

Esto permitirá mantener en funcionamiento solo cuando el caso lo requiera como por ejemplo, el calor en los hornos, cocinas, parrillas, etc. El aire acondicionado, la ventilación entre otros.

5.4.5. Los inventarios limitados.

Por las características de negocio es posible mantener inventarios disponibles bajos, claro excepto géneros principales que se puedan mantener alargo plazo y no requiera de un proceso caro para su almacenamiento.

En muchos casos algunos géneros se puede mantener con un cero de existencias hasta la existencia de un nuevo contrato, esto nos puede traer ahorro en lo que se refiere a las áreas destinadas a bodegaje y almacenamiento y el costo que representa el mantenimiento de estas.

5.4.6. Los réditos adicionales.

En algunos casos se puede conseguir créditos adicionales, proveniente deservicios adicionales al cliente como, fotógrafo, artistas, conferencistas. El proveedor normalmente tendrá comisiones por colocar estos servicios extras o auxiliares al cliente.

Es verdad que estos réditos no serán altos pero de alguna manera representan ingresos a las ventas del establecimiento y por lo tanto aumento de las utilidades que genere el contrato.

5.4.7. La previsión exacta.

Es una gran ventaja la previsión exacta de ventas y ganancias ya que a estas se las puede manejar de antemano con estrategias administrativas ya sean en costos como en la planificación de los recursos humanos, y esta información será importante ya que también se podrá analizar para posteriores expansiones en el servicio, el mejoramiento físico o equipamiento.

También nos permite anticiparnos a posibles cancelaciones del contrato y las consecuencias que esto nos traería, tomando como penalidades tanto para el cliente como para el proveedor, haciéndolas presentes a estas claramente en el contrato.

5.4.8. La inversión inicial baja.

Para el proveedor que empiece en este tipo de negocio, le permite navegar de aumentar los servicios de acuerdo a la demanda que posea. La inversión inicial puede emplearse en aspectos de primera necesidad en este tipo de negocio en base a arriendos.

Este negocio permite minimizar las nominas en las pequeñas industrias a través de la participación del dueño y familiares en actividades de cocina o de servicio, ya que en la ejecución de un evento existen muchos cargos que no requieren de un conocimiento o experiencia exigente.

5.5. Operaciones del catering.

Consideramos operaciones de catering a las funciones y actividades que conllevan a la realización y organización de un evento para su plena y exitosa realización. Estas pueden indirectas o directamente relacionadas con los procesos a seguirse pero que por su importancia y efecto en la organización de un evento de catering es imposible echarlo de menos y prestar cada una de ellas el análisis necesario. Ya que están serán las pautas que se pueden seguirse para la venta de un servicio de catering, por ello esto comienza desde que exista la relación que concretara el éxito o fracaso de toda empresa con fines de lucro: “la relación cliente-vendedor”.

5.6. Tareas y habilidades necesarias.

Tanto si planean encargarse de todas las tareas de gestión de su negocio, como si piensan trabajar en equipo, esta es una lista de las principales tareas que deberán dominar.

➤ Sobre el negocio:

- Contabilidad.
- Mantenimiento de la página y responder a los emails.
- Agenda ordenada.
- Publicidad y marketing.

➤ Sobre el catering:

- Pedido de ingredientes.
- Pedido de suministros y equipo.
- Planear los menús.
- Asistir a talleres, demostraciones y cursos.

5.7. Horario del negocio.

Horario de la empresa. Por lo general, las empresas que se dedican al catering operan todo el día, de 9am a 5pm. Considerando que hoy en día tenemos acceso constante al correo electrónico y mensajes, el servicio de atención al cliente puede ser de 24/7.

Horario de las actividades. Es usual que las tareas para preparar un evento tomen uno o dos días de preparación, entre los pedidos de ingredientes y la organización misma del evento. Si el catering consiste solo en preparar aperitivos o un coffee break, puede limitarse a una preparación de 6 horas.

5.8. Equipo de trabajo.

Para que el servicio de catering opere de manera eficaz y facilite el éxito del negocio, deberán contar, como mínimo, con un equipo de:

- Cocineros.
- Meseros.
- Transporte.
- Atención al cliente.
- Contabilidad.

5.9. Habilidades para el negocio.

Además de las habilidades para administrar un negocio, empezar con el catering se les hará más fácil si cuentan con las siguientes habilidades:

- Conocimiento en cocina.
- Pasión por la cocina.

- Organización de eventos.
- Etiqueta de eventos sociales.
- Decoración.
- Coordinación y sincronización entre las comidas y el evento.
- Habilidades para llevarse bien con las personas y ser flexible con el cliente.

5.10. Tipos de catering.

Existen diferentes tipos de servicios de catering. Pero te contamos lo básico de cada una de ellos.

- **Catering aperitivo:** su duración es de 15 a 30 minutos y se calculan dos bocados por persona.
- **Catering cocktail:** El horario estimado de realización es de 11 a 13 o de 19 a 21 horas. Se calculan de quince a veinte bocados por personas; salados 2/3 y dulce 1/3.
- **Catering recepción:** Su duración aproximada es de tres horas, su realización se efectúa a las 20 horas. Se calculan de dieciocho a veinte bocadillos por persona; salados 2/3 y dulce 1/3.

- **Catering recepción buffet:** Su duración es de tres horas, el horario estimado es a las 20 horas. Se proveen variedades de platos fríos, calientes y guarniciones.

- **Catering recepción, comida o banquete:** Su duración es de seis a ocho horas (evento prolongado), su horario estimado es de 22 horas. Los bocados son seis por persona para la recepción. Luego la cena: entrada, plato principal, postre, servicio de café, brindis, mesa de dulce y final de fiesta.

- **Catering desayuno de trabajo:** Puede ser continental o americano, se calculan tres a cinco piezas por hora.

- **Cateringbrunch:** Es la combinación del desayuno y el almuerzo, su horario estimado es a las 11 horas y su duración es de una hora y media.

- **Cateringvernissage:** Se realiza en una inauguración de una muestra pictórica. Se ofrece champagne, vino y dos bocados por persona.

- **Catering vino de honor:** Su horario estimado es de 11.30 a 12.30 horas o de 18 a 19 horas. Se ofrecen vinos, dulces (oportó o jerez) y dos bocados por persona.

- **Cateringcoffee break:** Se trata de un corte o recreo, su duración es de 15 a 30 minutos y se ofrece café, té jugos, bocaditos salados y dulces.

5.11. Equipo necesario.

Este es lo básico que van a necesitar:

- Equipo de cocina y utensilios (cocina con horno, cuchillos, ollas, licuadora, refrigeradora, etc.)
- Equipos de servicio (platos, cubiertos, servilletas, vasos y copas).
- Uniformes.
- Celulares.
- Computadora.
- Carro/camioneta.
- Una vez que su negocio empiece a crecer, pueden incorporar lo siguiente:
- Camioneta personalizada para el negocio.
- Alquiler de un local.
- Mesas y sillas.
- Unidades de refrigeración.
- Lavadoras.
- Armarios calienta platos.
- Parrilla.

- Mesas de acero inoxidable.

5.12. Puntosa favor y en contra.

A favor. Tener un negocio de catering es una muy buena oportunidad para generar grandes ingresos. En la medida que se especialicen y crezcan, sus técnicas de preparación se perfeccionarán y variarán. Es decir, no es un conocimiento limitado que todos repiten, sino que pueden diferenciarse de la competencia. Es, además, una gran oportunidad para ser sus propios jefes y hacer las cosas a su manera, aprovechando su creatividad e ideas propias.

En contra. Es muy probable que encuentren bastante competencia en su zona; el negocio de catering ha demostrado ser bastante rentable. Por otro lado, para lanzar su negocio con éxito, deben estar preparados para invertir fuerte desde el principio. Y, aunque sea un negocio propio, no existe mucha oportunidad para disfrutar del tiempo libre pues deben estar disponibles para trabajar largas horas, que incluyen los fines de semana y vacaciones. Finalmente, deben estar preparados para lidiar con el estrés que generan los clientes (imagínense a la novia) que esperan un evento perfecto. Existen muchas variantes, algunos se especializan en un tipo de evento social (matrimonios, por ejemplo) y otros trabajan con un tipo de comida.

6. El banquete.

Comida a que concurren muchas personas, invitada o a escote, para agasajar a alguien o celebrar algún suceso. Y también lo define como: Comida espléndida. El banquete, es una comida que se organiza con el motivo de celebrar un determinado acontecimiento (una visita oficial, una boda, un aniversario, etc.). Hay otros muchos tipos de "comidas" que se organizan para otras ocasiones, y que no revisten de la misma importancia que un banquete (lunch, vinos de honor, cóctel, etc.). El banquete puede tener un aperitivo previo o una continuación; puede ir seguido a su término de un baile o un espectáculo. Todo ello debe guardar relación con el motivo de la celebración.

7. El servicio.

El servicio tiene cierto grado de intangibilidad porque su prestación y consumo son simultáneos. El anhelo de satisfacer a todos podría ser el camino más expedito para el fracaso. La calidad total en materia de servicio es el nivel de excelencia que la empresa ha escogido para satisfacer su clientela clave y la dimensión en que logra conseguirlo.

La amabilidad y gentileza son factores básicos en el servicio pero esto solo no basta, influyen otros aspectos como la prontitud, precisión de respuestas, respecto al cliente, concepto de honradez, calidad de materiales, entre otros, envuelven la verdadera calidad del servicio.

7.1. Principios del servicio.

Los principios básicos del servicio son la subyacente de éste, que sirven para entenderlo y a su vez aplicarlo de la mejor manera para el aprovechamiento de sus beneficios por la empresa.

Actitud de servicio: Convicción íntima de que es un honor servir.

Satisfacción del usuario: Es la intención de vender satisfacción más que productos.

Toda la actividad se sustenta sobre bases éticas: es inmoral cobrar cuando no se ha dado nada ni se va a dar. El buen servidor es quien dentro de la empresa se encuentra satisfecho, situación que lo estimula a servir con gusto a los clientes: pedir buenos servicios a quien se siente esclavizado, frustrado, explotado y respira hostilidad contra la propia empresa, es pedir lo imposible.

En catering el servicio y su personal son parte fundamental de un establecimiento dedicado al servicio de alimentos, ya que a través del personal se proyecta la imagen de la empresa, por ser quienes mantienen un contacto directo con el cliente, razón por la cual es indispensable que ellos hagan sentir a gusto y complacidos a los clientes.

El maître es el encargado de coordinar el personal de servicio con el cliente y la cocina para que exista un movimiento uniforme, sin obstáculos y que sea agradable para el cliente. Entre las responsabilidades primordiales del maître, están:

- Inspeccionar la distribución apropiada de las mesas, sillas, mostradores deservicio y equipo.
- Inspeccionar el montaje de la mesa, verificando que estén arregladas adecuadamente y manteniendo las normas del establecimiento.
- Realizar una inspección previa al servicio para verificar que la apariencia y presentación personal de cada mesero sea adecuada, revisar el menú y dar a conocer la información especial al personal de servicio.
- Asignar las estaciones de servicio. Dicha asignación debe realizarse con cautela para lograr un equilibrio de la carga de trabajo para el personal. Para una

correcta y conveniente distribución de las distintas estaciones es necesario tomar en cuenta la distancia de la cocina, número de asientos y la distancia de los espectáculos.

- Supervisar el servicio y establecer una norma para la presentación del personal de servicio.
- Recibir al cliente y ubicarlo en la mesa dispuesta para el cliente.
- Supervisar al personal de servicio en el control de alimentos de la cocina.

Para lograr un cliente satisfecho, como se menciona anteriormente, es muy importante la actitud y presencia del empleado de servicio. La actitud que este debe tener con el cliente debe ser agradable, positivo, sin embargo no se debe ser una relación en extremo amistosa o involucrar una cantidad excesiva de conversación. Conocer las necesidades y deseos del cliente sería una gran ayuda para tomar la actitud correcta del personal de servicio para con el cliente.

Que un cliente no sea tomado en cuenta por el personal de servicio es un gran insulto. La mayoría de los clientes se mostrarán pacientes si saben que alguien sea cercará pronto para cubrir sus necesidades. Una sonrisa, una cálida bienvenida al cliente son buenos hábitos que deben establecerse como regla general para la atención al cliente. Conversaciones sobre problemas personales, inmiscuirse en

asuntos del cliente son impropias y no deben permitirse. Las quejas son parte del negocio de alimentos, es necesario estar alerta a los comentarios y actos del cliente, atendiendo sus inquietudes de una forma constante y con mucha atención. Algunas maneras de atender las quejas son:

No discutir con el cliente, hay que tratar de averiguar qué es lo que está mal y tratar de corregirlo lo más rápido y silenciosamente posible. Dar a conocer al supervisor inmediatamente cuando una queja se presenta, aunque el cliente parezca complacido con la solución.

Es necesario cambiar rápidamente un producto parcialmente consumido, sin hacer preguntas, llevarlo a la cocina con la finalidad de que el chef determine el problema. Si se presenta una queja de que un producto no ha sido satisfactorio, se puede obsequiar un postre o una bebida o aclarar la queja.

7.2. Personal de servicio.

Dentro del personal que integra el servicio de catering y eventos se tiene:

7.2.1. Gerente de alimentos y bebidas.

Será el encargado de efectuar el convenio con el cliente, o de supervisar de que el convenio se lleve a cabo, bajo peticiones o requerimientos del mismo, es la persona

que va estar al tanto de todo lo que ocurra al momento de llegar a un acuerdo con el cliente.

7.2.2. Asistente de alimentos y bebidas.

Es el encargado de organizar, revisar, registrar y ordenar todas las actividades antes de ser ejecutados por el gerente y los demás departamentos del establecimiento.

7.2.3. Jefe de catering y eventos.

Es la persona encargada de programar el personal que va a realizar el servicio, la organización logística necesaria, la coordinación con otros departamentos y las disposiciones especiales según el cliente, ésta persona estará dependiendo del jefe o gerente de alimentos y bebidas del establecimiento, pero tendrá la libre disposición del manejo de su sección y las políticas establecidas por el establecimiento.

7.2.4. Capitán de meseros.

Desempeña en parte la función de maître con una visión más operativa puesto que tiene que organizar el local según lo previsto, organizar el equipo humano para el

servicio, supervisar su desarrollo y al final del servicio, revisar el orden de la localidad, así como el material a cargo.

7.2.5. Barman.

Es aquella persona que se encarga de preparar y servir las bebidas para que sean distribuidas en el evento o la reunión, entre las bebidas que prepara se considera alcohólica y no alcohólicas.

7.2.6. Meseros.

Por lo general son en su mayoría extras o eventuales, pueden ser practicantes, o personas que trabajan en distintos lugares, que se les facilite la prestación de servicios del evento programado, el establecimiento contará con dos o tres meseros fijos para el mantenimiento y organización de los materiales de trabajo, muebles, equipos, etc.

7.2.7. Ayudantes de meseros.

Así como los meseros, en su mayoría son extra, tomando en cuenta que tendrá que haber por lo menos dos ayudantes de mesa, para la organización de la sección en el momento de servicio, se encargará las funciones correspondientes a su cargo.

8. La imagen de la empresa frente a los clientes.

En un mercado donde existen una serie de empresas dedicadas a lo mismo que la suya, la imagen corporativa ha pasado a ser el elemento esencial de diferenciación y posicionamiento en la mente del cliente.

Para captar la atención del cliente, posicionarse en su mente y así generar demanda por sus productos o servicios, es necesario desarrollar una imagen corporativa potente y así poder diferenciarse de sus competidores.

Se entiende por imagen corporativa a la manera cómo sus clientes perciben una empresa y que contribuye al logro de los objetivos comerciales trazados por el negocio. La creación de esta imagen es responsabilidad de los expertos en marketing y comunicaciones, quienes son los encargados de desarrollar mensajes y de transmitirlos a través de diversos canales. Esta imagen está formada por diversos elementos, los cuales, al conjugarse, permiten llegar a la mente del cliente. Algunos de estos son:

8.1. El nombre de la empresa.

La primera impresión que los clientes se llevan de una empresa está justamente basada en su nombre. Por ello, la importancia de escogerlo correctamente. Se recomienda que el nombre tenga relación con la esencia de su negocio, pero también que sea breve, fácil de recordar y lo suficientemente original para distinguirse de la competencia.

8.2. El logo.

Un logo tiene la función principal de representar a una compañía. Existen tres tipos: el logotipo (se compone de palabras), el tipo (de imágenes) y el logotipo (combina tipografía e imagen) El logo debe ser comprensible por el público y atractivo para los potenciales clientes. Por ello, en el momento del diseño, deberá considerar tanto a su clientela como a la competencia, y el mensaje o idea que desea transmitir.

8.3. El eslogan.

Es uno de los medios más efectivos para atraer la atención del público. Para que tenga efecto, es necesario que destaque los principales beneficios del producto o servicio que su empresa ofrece y que los diferencia de la competencia, así como dar una impresión de prestigio y credibilidad a su negocio. La mayoría de las empresas busca crear eslóganes originales, lo cual ayuda, siempre y cuando sea recordable por el consumidor.

8.4. Sitios web.

Los sitios web también son pensados para fortalecer la imagen de su empresa. Por ello, el diseño elegido y las herramientas incluidas son decisiones que muchas veces quedan en manos de expertos en el área. Tanto el diseño de su sitio web como el dominio propio deberán ser pensados en función del cliente. Un diseño amigable y fácil de manejar, que estimule la compra y que además informe sobre la empresa y sus productos, pueden darle un giro a su imagen, aportando al prestigio de su negocio. Por otro lado, es fundamental contar con un dominio propio, que puede ser el nombre de su empresa o bien alguna palabra relacionada al negocio. Esto da una imagen de seriedad, pero también de globalidad.

8.5. Brochure.

Para comunicar y fortalecer la imagen de su empresa, existen una serie de herramientas. Algunas de estas son folletos y manuales de su negocio, así como tarjetas de presentación, sobres y etiquetas, carpetas, facturas y hasta la vestimenta de sus vendedores. Lo importante es que todos los elementos sean parte del quehacer diario y de la cultura corporativa de la empresa, y que genere reconocimiento e identificación no sólo por parte de sus clientes, sino también de sus propios trabajadores.

IV. METODOLOGÍA.

A. LOCALIZACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN.

El presente proyecto se desarrolló en la ciudad de San Miguel de Salcedo, provincia de Cotopaxi. El trabajo fue de tipo transversal, tuvo una duración de seis meses (Octubre- Marzo) que consistió, en la recolección de datos, tabulación y análisis del mismo, entre otros.

B. VARIABLES.

1. Identificación.

- Planeación estratégica.
- FODA.
- Servicio de catering

2. Definición.

Planeación estratégica.

Es el proceso de análisis para determinar las posiciones futuras que la organización o empresa debe alcanzar. Proceso dinámico lo suficientemente flexible para permitir

y hasta forzar modificaciones en los planes de la empresa, con el fin de responder a las cambiantes circunstancias. Es el componente intermedio del proceso de planeación, situado entre el pensamiento estratégico y la planeación táctica.

Servicio de catering.

El servicio de catering es la atención y la oferta de un variado conjunto de alimentos en situaciones excepcionales como suelen ser los eventos. Es el servicio profesional que se dedica principalmente a la prestación externa del suministro del servicio de comida preparada, pero también puede tomar parte en abastecer de todo lo necesario para la organización de un banquete u una fiesta.

FODA.

FORTALEZAS.

Personal capacitado con amplio conocimiento del sector.

Oferta de alimentos variada.

Activos fijos propios.

Servicio integral proactivo y dispuesto a mejorar.

Uso de materia prima integral.

Área de producción con todo el sistema de equipamiento.

Innovadores en las tendencias culinarias.

Calidad de servicio.

Facilidad de acceso a los locales en el que se realizan los eventos, convenios.

Capacidad de adaptación a las necesidades del cliente.

Buena proyección laboral para sus empleados.

Brindar asesoramiento en todo lo que se respecta el desarrollo de un evento.

Diversidad de productos y servicios para captar más necesidades del mercado.

Capacitación permanente al personal sean fijos o eventuales.

Desarrollo de sugerencias y comentarios de clientes para la adecuación de la empresa.

Conocimiento de las necesidades de los posibles clientes.

Captar el mercado que la competencia no pueda hacerlo con diversidad de servicios y productos.

Ahorro del tiempo del cliente sin sorpresas inesperadas.

Menús diferentes a los tradicionales.

Manejo de estándares y procesos de calidad.

OPORTUNIDADES.

Empresas empíricas en el mercado.

Mala o incompleta infraestructura de la competencia.

Empresas mono productivas.

Oportunidad de realización de prácticas profesionales.

Mercado en crecimiento.

Incremento de fuentes de trabajo para diferentes áreas.

Eventos interculturales

Fechas festivas dentro de la población.

Alto número de posibles consumidores, mercado en crecimiento.

Elevado número de proveedores dando la posibilidad de una amplia gama para escoger sus productos.

Incremento de número de empresas, colegios, e instituciones públicas y privadas.

Poca especialización del servicio de alimentación en la competencia informal.

Oportunidad de brindar servicio de catering social y promocional.

DEBILIDADES.

Contratación de personal eventual.

Estructura organizacional deficiente.

Inversión elevada.

Mal equipamiento de la empresa.

Producto no posicionado.

Baja lealtad del cliente.

Personal empírico.

Inestabilidad laboral del personal

Infraestructura del área de cocina insuficiente.

Carencia de políticas internas.

Funciones por cargos no establecida.

No exista un sistema de control de costos para el manejo de materia prima.

Comunicación y coordinación deficiente entre el área administrativa, operativa y compras.

Escaza estandarización del servicio.

Alta rotación de personal.

Poca promoción y publicidad.

AMENAZAS.

La competencia informal posee costos y precios más bajos.

Poca apertura de cierto sector tradicionalista, respecto a la realización de eventos, lanzamientos, aperturas y servicio a colegios e instituciones.

Líder del mercado con alto posicionamiento.

Problemas sociales dentro del cantón.

Incremento de la competencia.

Incremento de precios de la materia prima por diversos factores.

Diversidad de gustos y preferencias del consumidor.

Desastres naturales.

3. Operacionalización.

Cuadro N° 1. Operacionalización de variables

VARIABLE	INDICADOR	ESCALA
Planeación estratégica	Visión Misión	Tiene No tiene
	Recursos	Altos Medio Bajos
	Cumplimiento y seguimiento de metas	Alto Medio Bajo No tiene
	Estrategias	Tiene No tiene
VARIABLE	INDICADOR	ESCALA
FORTALEZA	Rotación del personal	alto medio bajo no tiene
	Tiempo	1 y 2 años 2 y 3 años más de 3 años
	Costo	0,5 y 1% I.V. 1 y 2 % I.V. 2 y 3 % I.V. + de 3% I.V.
	Imagen corporativa.	consta No consta.
VARIABLE	INDICADOR	ESCALA
OPORTUNIDADES	Eventos interculturales	Tiene No tiene
	Fechas festivas dentro de la población	existe no existe
	Empresas empíricas en el mercado	muchas pocas no existe
	Infraestructura de la competencia	buen estado mal estado regular pésima No poseen.
VARIABLE	INDICADOR	ESCALA

DEBILIDADES	Personal eventual	tiene no tiene
	rotación de personal	carece no carece
	Promoción y publicidad	existe no existe
	políticas internas	tiene tiene pocas no tiene desconoce
VARIABLE	INDICADOR	ESCALA
AMENAZAS	Competencia informal	Tiene No tiene
	incremento de competencias	conoce desconoce
	costo de materia prima	Alto Medio Bajo No tiene
	desastres naturales	tiene riesgo no tiene riesgo.

VARIABLE	INDICADOR	ESCALA
Servicio de catering	Tipo de evento	Formal Informa
	Frecuencia	Días 2-4 a la semana + 4 a la semana
	Días preferenciales de eventos	Lunes Martes Miércoles Jueves Viernes Sábado Domingo
	Eventos por día	Numero de eventos en 1 día Numero de eventos en la semana

		Numero de eventos en el mes.
--	--	------------------------------

C. TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.

El siguiente proyecto se desarrolló con el fin de realizar una planeación estratégica para la implementación a un servicio de catering en la ciudad de Salcedo.

La investigación de planeación estratégica para servicios de catering realizada fue de tipo transversal, al tomar los datos en un solo momento en el tiempo.

D. POBLACIÓN, MUESTRA O GRUPO DE ESTUDIO.

En la presente investigación se consideró como muestra a un grupo de personas y establecimientos que proporciona los servicios de Catering formal e informal en la ciudad de Salcedo.

Muestra.- Se estableció una muestra probabilística para determinar su tamaño y para lo cual se aplicó el siguiente procedimiento.

Formula Estadística

$$n = \frac{m}{e^2(m-1)+1}$$

Donde

n = tamaño de la muestra

m = tamaño de la población

e = error admisible (aceptable hasta el 5%)

Universo **N=8146** habitantes

$$n = \frac{8146}{(0.05)^2(8146-1)+1} = \frac{8146}{(0,0025) \times (8145)+1} = \frac{8146}{21.24} = 383.52$$

Para el estudio se trabajó con una muestra de 384 personas, resultado que lanzó la fórmula estadística.

E. DESCRIPCIÓN DE PROCEDIMIENTO.

PLAN PARA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN.

Los datos recogidos se transformaron mediante una revisión crítica de la información recopilada, la tabulación o cuadros según las variables de la investigación y los estudios estadísticos de datos para presentación de resultados.

Para ello se desarrollarán las siguientes actividades:

- Se receptaron datos de las encuestas aplicadas a un grupo de personas tomado el numero de encuestados mediante la fórmula para calcular la muestra.
- Se tabulo en cada ítem los datos obtenidos a través de una tabla de frecuencias.
- Por cada ítem se realizo un histograma de porcentajes.
- Se realizo un análisis de resultados de cada ítem.
- Se obtuvo conclusiones por cada uno de los ítems.
- Se desarrolló los análisis correspondientes de los resultados para emitir las respectivas recomendaciones.
- El informe fue elaborado mediante la implementación de la metodología específica para el efecto.

V. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.

A. Diagnostico de los procesos de planeación y gestión de los servicios de catering en la ciudad de Salcedo.

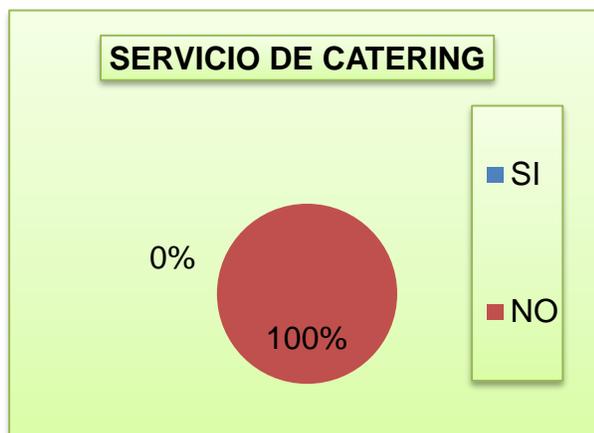
1.- ¿Conoce las empresas que ofrecen servicio de catering?

Cuadro N° 2. Conocimiento sobre servicio de catering.

SERVICIO DE CATERING	FRECUENCIA	%
SI	0	0%
NO	384	100%
TOTAL	384	100%

Fuente: Clientes de servicio de catering de Salcedo

Gráfico N° 1 Conocimiento sobre servicio de catering .



Análisis.

El resultado obtenido en esta pregunta deja claro que en la ciudad de Salcedo no existen empresas que ofrezcan servicios de catering para eventos sociales, culturales, empresariales, etc.; El 100% de encuestados desconocen de este tipo de empresas en la ciudad.

Se denomina catering, al servicio de alimentación institucional o alimentación colectiva que provee una cantidad determinada de comida y bebidas en fiestas, eventos y presentaciones de diversa índole.

En la ciudad de Salcedo no existen empresas que oferten servicios de catering ni tampoco fuera de la ciudad, es una ventaja para realizar una planeación estratégica para servicios de catering en la ciudad; con estos resultados se puede tener claro que la ciudad de Salcedo necesita de una empresa de Catering para satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes.

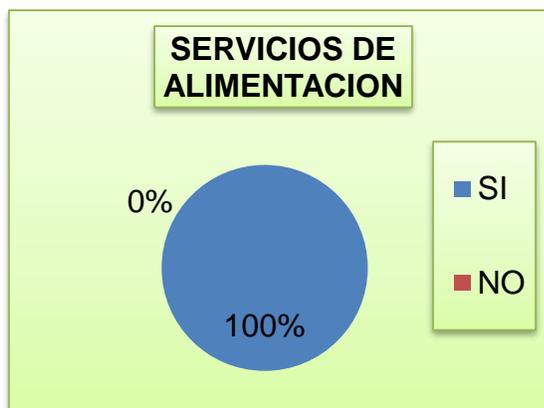
2.- ¿Conocen Personas que ofrezcan servicio de alimentación para eventos sociales?

Cuadro N° 3. Servicio de alimentación.

SERVICIO DE ALIMENTACIÓN	FRECUENCIA	%
SI	384	100%
NO	0	0%
TOTAL	384	100%

Fuente: Clientes de servicio de catering de Salcedo

Gráfico N° 2. Servicio de alimentación.



Análisis.

El servicio de alimentación obtuvo un resultado positivo porque el 100% de las personas encuestadas respondieron que si conocen a personas y establecimientos que brindan el servicio de alimentación para eventos sociales.

Una organización de eventos consiste en una serie de servicios globales que se le ofrecen a una persona o empresa que necesita realizar una reunión de carácter social o corporativo.

El servicio de alimentación si existe dentro del mercado local existen personas y establecimientos que prestan este servicio; los mismos que nos servirán para la investigación de un estudio de mercado sobre la calidad de servicio que brindan los mismos

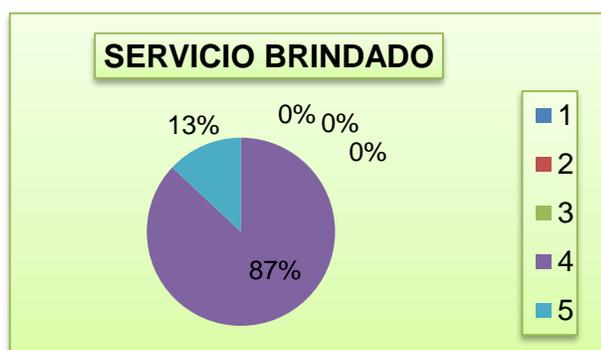
3.- Califique el servicio brindado por las empresas o personas que conoce que brindan dicho servicio, con números del 1 al 5 donde 1 es la más baja nota y 5 la más alta.

Cuadro N° 4. Calificación del servicio brindado.

SERVICIO BRINDADO	FRECUENCIA	%
1	0	0%
2	0	0%
3	0	0%
4	336	87%
5	48	13%
TOTAL	384	100%

Fuente: Clientes de servicio de catering de Salcedo

Gráfico N° 3. Calificación del servicio brindado.



Análisis.

La mayoría de los encuestados calificaron el servicio que han recibido en las fiestas asistidas, en una escala del 1 al 5 siendo la última la más alta calificación; de donde se obtuvo los siguientes resultados, el 87% una mayoría calificó 4/5 la calidad del

servicio y un 13 % calificó de 5/5 dando como resultado que la calidad del servicio en la ciudad carece de profesionalismo u organización.

La amabilidad y gentileza son factores básicos en el servicio pero esto solo no basta, influyen otros aspectos como la prontitud, precisión de respuestas, respecto al cliente, concepto de honradez, calidad de materiales, entre otros, envuelven la verdadera calidad del servicio.

La calidad del servicio es el punto más importante en las empresas que brindan servicios de catering o solo de alimentación para eventos, la ciudad desconoce un poco la calidad de servicio en los eventos, se piensa que las personas que atienden en los eventos son inferiores a los invitados; existe falta de cultura y conocimiento de parte de las personas hacia el personal de servicio; culturizar y mejorar el servicio de calidad es uno de los puntos más importantes en la planeación estratégica para el servicio de catering; no solo depende de las personas que atienden sino también de parte de los invitados u organizadores del evento.

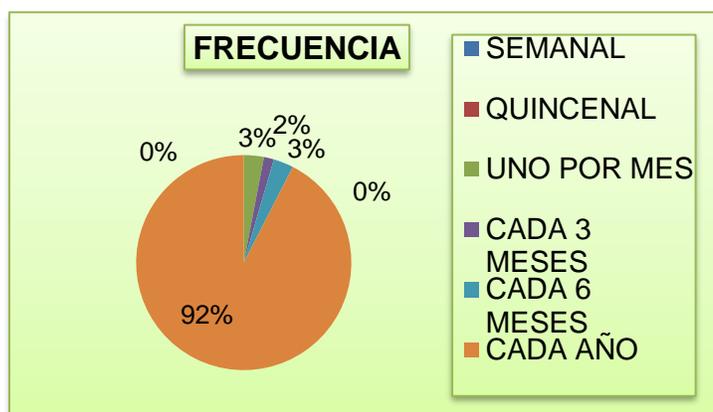
4.- ¿Con qué frecuencia realizan eventos sociales?

Cuadro N° 5. Frecuencia de eventos.

FRECUENCIA	FRECUENCIA	%
SEMANTAL	0	0%
QUINCENAL	0	0%
UNO POR MES	12	3%
CADA 3 MESES	6	2%
CADA 6 MESES	12	3%
CADA AÑO	354	92%
TOTAL	384	100%

Fuente: Clientes de servicio de catering de Salcedo

Gráfico N° 4. Frecuencia de eventos.



Análisis.

Del total de las personas encuestadas el 92% que corresponde a 354 personas encuestadas; responde a las personas que realizan un evento social cada año es una respuesta positiva porque con esto se puede reconocer que todos los fines de semana no dejan de existir un evento de índole social.

Servicio de alimentos fuera del establecimiento de producción, en lugares escogidos por los clientes y en muchos de los casos en sus domicilios estos pueden ser,

residencias, casas de eventos, haciendas, clubes, etc. La característica principal es que el motivo de estos eventos son de carácter social pueden ser: matrimonios, cumpleaños, bautizos, primeras comuniones, aniversarios etc.

La planeación estratégica trata de organizar y planificar con tiempo los eventos entonces con estos resultados favorecen en vista que la mayoría de los encuestados si realizan un evento por año tiempo necesario para verificar todos los detalles que sea necesarios para el mismo.

5.- ¿Qué días prefiere realizar un evento?

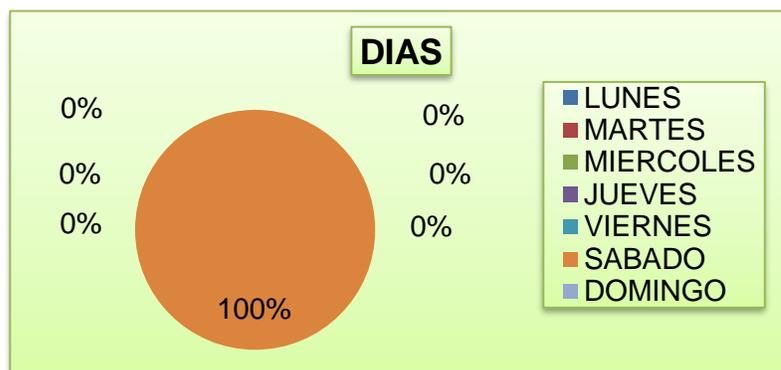
Cuadro N° 6. Preferencias de días.

DÍAS	FRECUENCIA	%
-------------	-------------------	----------

LUNES	0	0%
MARTES	0	0%
MIÉRCOLES	0	0%
JUEVES	0	0%
VIERNES	0	0%
SÁBADO	384	100%
DOMINGO	0	0%
TOTAL	384	100%

Fuente: Clientes de servicio de catering de Salcedo

Gráfico N° 5. Preferencias de días.



Análisis.

Del total de los encuestados, el 100% respondieron que el sábado es el día que realizan todo tipo de evento social, cultural, familiar etc. Esto puede ser también porque la mayoría de los habitantes tengan tendencias religiosas y el sábado es el día que todos pueden asistir a un evento social.

Vale destacar que el éxito de un evento no solo dependerá del desempeño de los especialistas y del personal a cargo, sino que también estará ligado a la adecuada elección del lugar y el momento adecuado para realizar la reunión. Según la fecha,

hora y locación escogida para un evento social o empresarial, así será la respuesta del público que hayamos convocado.

Los eventos sociales en la ciudad de Salcedo no dejan de existir por lo general y comúnmente se los realizan los sábados por ser días en que la mayoría de las personas están libres y pueden reunirse con sus familiares; entonces con la planeación estratégica se desea llegar a este tipo de clientes potenciales pero que pueden dejar grandes beneficios para la empresa o establecimiento que brinde este servicio.

6.- En los eventos que ha asistido califique con el número más alto los puntos más importantes que consideró durante el evento, con números del 1 al 8 donde 1 es la más baja nota y 8 la más alta.

Cuadro N° 7. Eventos asistidos.

EVENTOS ASISTIDOS	*1	*2	*3	*4	*5	*6	*7	*8	TOTAL
COMIDA	0	0	0	0	0	24	102	258	384
ORGANIZACIÓN	0	0	6	12	30	102	210	24	384
AMBIENTACIÓN	0	18	24	54	54	120	114	0	384
PROTOCOLO	384	0	0	0	0	0	0	0	384
LOCAL	0	0	6	30	36	72	186	54	384
MÚSICA	0	0	0	0	42	30	84	228	384
ILUMINACIÓN	0	24	54	18	102	108	36	42	384
SONIDO	0	18	12	6	48	66	108	126	384
TOTAL	384	60	102	120	312	522	840	732	3072
TOTAL %	13%	2%	3%	4%	10%	17%	27%	24%	100%

Fuente: Clientes de servicio de catering de Salcedo

Gráfico N° 6. Eventos asistidos.



Análisis.

En esta pregunta se obtuvo como resultado proporcional de todos los puntos señalados en la pregunta la mayoría de los encuestados calificó con 7/8 puntos los servicios recibidos en los eventos asistidos, dando como resultado 27% como un valor más alto calificado.

Las quejas son parte del negocio de alimentos, es necesario estar alerta a los comentarios y actos del cliente, atendiendo sus inquietudes de una forma constante y con mucha atención.

Con estos resultados se puede confirmar que en todo evento los detalles más importantes son observados y criticados por los asistentes es por ello que la planeación estratégica trata de organizar y estar pendiente de todos los puntos en general para la organización del evento.

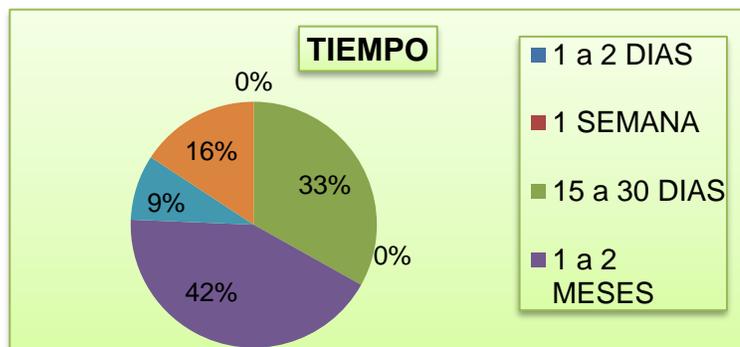
7.- ¿Qué tiempo se demora (n) en planificar un evento?

Cuadro N° 8. Tiempo para planificar el evento.

TIEMPO	FRECUENCIA	%
1 a 2 DÍAS	0	0
1 SEMANA	0	0
15 a 30 DÍAS	126	32.8
1 a 2 MESES	162	42.1
2 a 4 MESES	36	8.5
MAS DE 4 MESES	60	15.6
TOTAL	384	100%

Fuente: Clientes de servicio de catering de Salcedo

Gráfico N° 7. Tiempo para planificar el evento.



Análisis.

La mayoría de las personas encuestadas determinó un tiempo en que se puede demorar en planificar un evento obteniendo un resultado de 15 a 30 días que alcanzó un porcentaje del 32% y el otro por ciento más relevante fue del 42 que es de 1 a 2 meses tiempo que se demoran en organizar un evento social.

Cada una de las etapas del evento deberá ser planeada de manera cuidadosa y será registrada en un cronograma. Todo el personal empleado en la organización del evento tendrá que conocer y respetar dicho cronograma para garantizar la efectividad del proyecto.

Con estos resultados se puede tener claro el tiempo estimado que los clientes planifican un evento, el tiempo que consideran necesario para organizar su fiesta, la planificación de los eventos son considerados muy importantes, mientras más tiempo más rápido podemos verificar desde los detalles más pequeños hasta los más grandes.

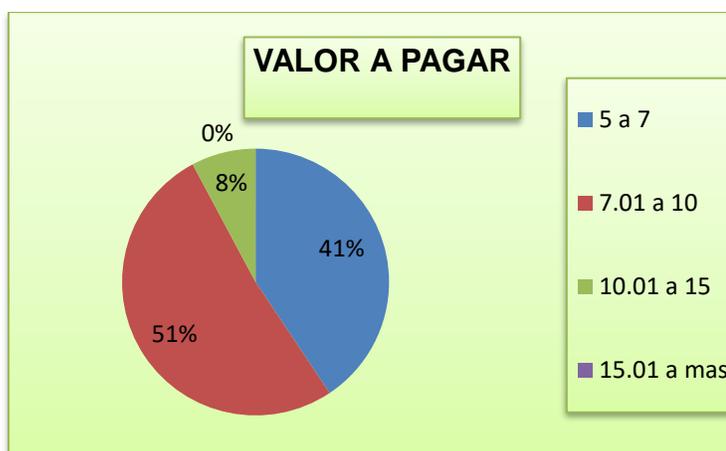
8.- ¿Qué valor estaría dispuesto a pagar por persona para un evento?

Cuadro N° 9. Valor a pagar por persona.

VALOR A PAGAR	FRECUENCIA	%
5 a 7	156	40.6
7.01 a 10	198	51.5
10.01 a 15	30	7.8
15.01 a mas	0	0
TOTAL	384	100%

Fuente: Clientes de servicio de catering de Salcedo

Gráfico N° 8. Valor a pagar por persona.



Análisis.

Los resultados obtenidos de esta pregunta son los siguientes el 51 % está dispuesta a pagar de 7 a 10 dólares y un 41% menciona pagar de 5 a 7 dólares por persona para su evento.

Las políticas varían de acuerdo al establecimiento, pero todos coinciden en solicitar un anticipo que redondea entre el 10 al 25% del total del costo del servicio ofertado. Esto varía de acuerdo a la reputación ganada por el establecimiento, ya que a más prestigio de la empresa puede exigir un depósito inicial superior al mencionado estas pueden oscilar en muchos casos hasta en un 50% del costo total del contrato,

La planeación estratégica es un sistema que se utiliza para realizar u organizar eventos pero también trata sobre como poder calcular los costos de acuerdo a las necesidades de los clientes; con esto decimos que tenemos que elaborar y estandarizar los servicio y menús para los diferentes tipos de eventos.

9.- ¿Considerando el precio anteriormente señalado marque los servicios brindados para su evento?

Cuadro N° 10. Los servicios brindados.

SERVICIOS PARA EVENTOS	FRECUENCIA	%
COMIDA	384	10.9
SERVICIO MESEROS	378	10.7
LOCAL	312	8.8
MÚSICA	360	10.2
MENAJE	342	9.7
VAJILLA	372	10.5
CRISTALERÍA	270	7.6
CARPAS	66	1.8
CD MÓVIL	294	8.3
ORQUESTA	30	0.8
ILUMINACIÓN	300	8.5
MAESTRO DE CEREMONIA	18	0.5
ANIMADOR	330	9.3
HORA LOCA	66	1.8
TOTAL	3522	100%

Fuente: Clientes de servicio de catering de Salcedo

Gráfico N° 9. Los servicios brindados.



Análisis.

En este análisis tenemos respuestas similares en la selección de los servicios para los eventos; planificar y organizar cualesquier tipo de fiestas quiere decir que debemos detalla cada uno de los servicios que se puede ofrecer a los anfitriones para sus invitados, mencionamos desde la alimentación hasta la decoración, música y animación del evento; por supuesto mientras más servicios desee el cliente se incrementaran los costos para su evento.

En algunos casos los salones de fiestas y empresas del rubro proveen este servicio junto al alquiler de sus instalaciones; en otros casos hay empresas especializadas para elaborar y trasladar los alimentos al sitio que disponga el cliente. En el servicio se puede incluir desde la propia comida, la bebida, la mantelería y los cubiertos hasta el servicio de cocineros, camareros y personal de limpieza posterior al evento.

Con esta pregunta decimos que una empresa que brinde servicios de catering debe estar preparada para todo tipo de clientes porque a ellos nunca se puede decir no pero si se pude dar opciones para la satisfacción del mismo.

B. Determinar las políticas para la gestión de empresas dedicadas al servicio de catering en la ciudad de Salcedo.

Selección.

Seleccionar personal calificados con una excelente calidad humana y con un alto potencial de desarrollo que cumpla con los valores institucionales y con las habilidades y competencias requeridas para el rol a desempeñar.

Bienestar.

Mantener un plan de bienestar actualizado acorde con las necesidades de nuestros empleados y voluntarios, con el fin de garantizar el desarrollo y crecimiento de ellos y sus familias.

Imagen corporativa.

Velar por la adecuada presentación y preservación de las instalaciones de la Institución, lugares de trabajo y de los elementos requeridos para la realización del mismo.

Trato al personal

Requerir que todos aquellos empleados que tienen personal a cargo acepten con convicción los principios y las normas, con el fin de producir el estilo necesario en el trato al personal y así establecer un clima organizacional con base en relaciones de trabajo respetuosas, claras, equitativas y justas.

Formación.

Estructurar, apoyar y llevar a cabo procesos de formación y entrenamiento para el personal, apuntando al desarrollo y fortalecimiento de las competencias laborales requeridas para cada rol a través del Plan de Formación Integral.

Reconocimiento.

Crear espacios institucionales en los cuales hacemos público reconocimiento a los empleados y voluntarios que aportan y contribuyen significativamente al logro de los objetivos de la Institución.

C. Desarrollo del plan estratégico 2013 – 2014 para el mejoramiento de los procesos de gestión y servicios en las empresas de catering.

PLAN ESTRATÉGICO 2013-2014

INTRODUCCIÓN.

El planeamiento estratégico dentro de la organización de eventos será la herramienta que nos permita delinear las acciones que guiarán la empresa a corto, mediano y largo plazo, es decir que son necesarios los planes generales y específicos para lograr el éxito.

Este servirá para que los directivos de la organización puedan encaminar la empresa hacia lo que espera de la misma y trazar el plan que permitirá llegar a obtener resultados positivos, ya que sin el mismo no se podrá realizar lo propuesto de una manera eficiente y eficaz.

Además de lo ya mencionado cabe mencionar que el planeamiento estratégico es una parte sustancial en el desempeño ya que permite pensar en el futuro de la empresa y visualizar el crecimiento y desarrollo de la misma.

Justificación.

La planeación estratégica para un servicio de catering servirá para verificar los pasos a seguir antes durante y después de organizar todo tipo de eventos sociales en cada una de las áreas que forman un catering; con la creación se lograra dar solución a una necesidad existente en el mercado, el proyecto se enfocara únicamente en la ciudad de Salcedo; cuando se dice un hecho importante en la sociedad, se observa que todo esto acarrea un sin número de actividades para las personas que deseen hacerlo, es lo que va a solucionar; dar a la sociedad una alternativa para que de la forma más relajada tomen las decisiones de las actividades que tengan planeadas y organizar con ayuda de expertos todo el proceso al que se van a incurrir.

Misión: es una empresa que brinda servicio de elaboración de alimentos a domicilios y empresas, adecuados a la necesidad y gusto de nuestros clientes, con la mayor responsabilidad hacia la sociedad, y con la calidad requerida por nuestros consumidores con el fin de ofrecer el mejor servicio del mercado y maximizar la rentabilidad.

OBJETIVOS.

Buscar la satisfacción de las necesidades de las empresas que brinden los servicios de catering en la ciudad de San Miguel Salcedo.

Generalidades de la empresa.

Una empresa dedicada a la planeación de servicios de catering donde se velará tanto como el lugar, comida, decoración, animación, entre otras cosas. Que siempre busca la satisfacción del cliente en todo momento y simplifique la organización del evento en su mayor totalidad.

Misión.

La misión es la parte central y razón de ser de la organización que nos da a conocer el propósito de esta y lo que la diferencia de otras, dando vista clara de su filosofía corporativa.

Visión.

La visión es lo que refiere al futuro de la empresa y es una meta propuesta que se pretende llegar a cumplir en el por venir de la organización durante el transcurso de vida de la misma, es una representación de hacia dónde estamos encaminando la misma.

- **Planificación de eventos sociales.**

Los eventos sociales son parte de la vida de la mayoría de la gente, ya que es muy común asistir de invitados a fiestas de cumpleaños, de bodas, a eventos culturales y otros tipos de eventos sociales. Cuando hablamos de eventos sociales nos estamos refiriendo a un suceso importante y programado que puede abarcar cualquier área social, artística, deportiva y los mismos pueden presentarse como seminarios, talleres, conferencias, inauguraciones, exposiciones entre otros.

El tipo de evento determinará la finalidad del mismo, aunque generalmente los eventos sociales se organizan con el principal objetivo de que la gente invitada se relacione entre sí.

Como se dice, son muchos los tipos de eventos sociales con los que se puede encontrar, pero sin lugar a duda, los más habituales son las fiestas. En este caso debemos decir que aunque la mayoría de ellas tienden a realizarse en un ambiente algo más privado, poseen todas las características para que puedan considerarse como tal, además, una fiesta no solo es motivo de celebración, sino que también es mucha la gente que interactúa entre sí, y precisamente por esta razón, las fiestas son consideradas eventos sociales. De todos modos es preciso que se consideren las características de la misma a la hora de la organización, ya que no es lo mismo organizar una fiesta de boda que organizar una fiesta de cumpleaños, pero aún así, los factores que se deben tener en cuenta durante su planeamiento son básicamente los mismos.

También es importante destacar que si bien en este caso, la finalidad del evento es la celebración, como bien dijimos anteriormente, es importante también lograr un ambiente ameno, en donde la gente se pueda relajarse, divertirse y relacionarse entre sí.

Eventos sociales y los diferentes paquetes.

De todos modos, a pesar de las diferencias en las finalidades de cada uno de estos eventos sociales, los mismos poseen el mismo método de organización que involucra una lista de invitados, la contratación de servicios especiales, como pueden ser los servicios de catering, de camareros, en algunos casos de entretenimiento, etc. Y por supuesto un lugar físico en el cual se pueda transcurrir el evento.

La organización de los eventos sociales siempre será llevada a cabo por un profesional que se dedique exclusivamente a este labor ya que por lo general, son muchos los que prefieren desligarse de las responsabilidades, el tiempo y el esfuerzo de trabajo que representa la misma, por ello también es importante que destaquemos que son muchas las empresas que dedican exclusivamente a la organización de eventos sociales.

En este sentido cabe mencionar el hecho que, al tratarse de profesionales que ya están muy acostumbrados a este trabajo, la persona que esté a cargo del evento social, solo debe aportar su participación en aspectos tales como la decoración, las características de los servicios que serán contratados y las instalaciones entre otros. También es fundamental que se tenga en cuenta que son muchas las empresas de organización de eventos sociales que proporcionan diferentes paquetes de eventos en donde se encuentran presupuestados todos y cada uno de los servicios con diferentes opciones que se adaptan perfectamente a los gustos, preferencias y pretensiones de los responsables del evento, y esto resulta ser un método muy conveniente para la organización ya que, el hecho de tener que contratar todos los servicios por separado y por otra parte al organizador de eventos sociales, no solo representa una complicación en cuanto a la organización, sino que también, constituye una inversión mucho más grande.

- **Organización de eventos y celebraciones.**

La organización de eventos es un proceso en el cual se deben definir con certeza todas las cuestiones básicas que afectan al mismo, es decir, cual será el tipo de evento que se llevará a cabo, quien será la persona encargada de dirigir el acto correspondiente al evento, cual será el objetivo del mismo, y lo más importante, cuál será la fecha en la cual se llevara a cabo.

Una vez que cada uno de estos aspectos se haya determinado, entonces se procederá con la organización de eventos, que comienza con la fase de preparación. Esta fase se trata de planificar todas las actividades y las acciones que serán ejecutadas antes de llevar a cabo el evento para que el mismo sea desarrollado correctamente.

Generalmente la fase de preparación correspondiente a la organización de eventos, es la que más trabajo lleva, ya que es allí en donde se deben pensar y desarrollar todos los conceptos correspondientes que afectarán al evento en su totalidad. Uno de los métodos más importantes que debe tener en cuenta cualquier persona que está a cargo de la organización de un evento, independientemente de si se trata de una boda, un cumpleaños o un evento cultural, deportivo o empresarial, es realizar una lista de todas las actividades que se deben llevar a cabo durante la organización del evento, para que de esta manera pueda ser mucho, más fácil repartir las tareas y alivianar un poco el trabajo que implica la organización.

Lo más importante a considerar cuando se realice este listado, es la fecha en la cual se llevará a cabo el evento, ya que la misma será quien limite el tiempo de organización, por ello también es muy importante que la misma comience a realizarse con bastante tiempo de anticipación.

Organización de eventos de todo tipo.

Uno de los primeros pasos que marca la organización de eventos es realizar una lista de invitados al mismo ya que la cantidad de gente que se haga presente determinará los servicios que serán contratados. Una vez que la lista esté terminada, lo mejor es mandar a hacer las invitaciones, especialmente si el evento en cuestión es una boda, y así todas las personas estarán notificadas y tendrán la oportunidad de confirmar su presencia, como así también, de revocarla; este es un factor que es muy importante a considerar ya que siempre se le debe dar un margen de tiempo considerable a un invitado para que el mismo tenga la posibilidad de avisarnos si podremos contar con su presencia, por ello, lógicamente, el envío de las invitaciones debe ser realizado con mucha anticipación.

Una buena organización de eventos nos indica que se debe realizar un seguimiento de todos los detalles minuciosamente, acerca de la confirmación de dichas invitaciones, hay que elegir los paquetes en los cuales se incluyen las entradas, los platos principales, los postres y las bebidas correspondientes; también se puede ofrecer servicios de viandas, que resultan ser muy útiles para aquellos eventos sociales referidos a exposiciones culturales, eventos empresariales, y todos aquellos eventos en los cuales el servicio de catering es simplemente un detalle.

El servicio de meseros es también parte importante de la organización de eventos, tener personal capacitado para desarrollar la actividad correspondiente en cada

evento. Por otro lado queremos decir que la contratación de un lugar físico en el cual se desarrollará el evento es la parte más importante que se debe tratar en la organización de eventos, y por ello se deben analizar todas las posibilidades, teniendo en cuenta la magnitud que tendrá el evento, el tipo de evento que será y lógicamente la cantidad de invitados que asistirán.

Estrategias.

Las estrategias son las formas, método o camino que tenemos para alcanzar los objetivos propuestos, el establecimiento de la mismas debe estar enfocado al cumplimiento de estos teniendo en cuenta los factores trascendentales en el medio y la situación actual del mercado y de la empresa, de esta forma se puede proponer las más adecuadas que ayuden los fines mencionados.

La oferta gastronómica posee sugerencias, el precio de cada menú incluye:

- ✓ Uso exclusivo de un salón sin costo adicional por un tiempo determinado.
- ✓ Menú servido a la mesa.
- ✓ Mesas redondas, sillas con forros y lazos.
- ✓ Elegante mantelería (mantel, cubre mantel, servilletas) de acuerdo al color escogido.
- ✓ Vajilla, cristalería, cubertería.

- ✓ Descorche.
- ✓ Arreglos con flores naturales (centros de mesa).
- ✓ Servicio profesional de meseros y personal de cocina.
- ✓ Mesa, cuchillo y paleta especialmente decorada para el pastel.
- ✓ Alfombra roja desde el ingreso.
- ✓ Guardia para seguridad de los vehículos.

Extra.

- ✓ Torta en masa blanca rellena de fresa o durazno.
- ✓ Torta especial de novios con fondant.
- ✓ Gaseosas.
- ✓ Minerales.
- ✓ Maestro de ceremonias.
- ✓ Disco móvil.

Sugerencias adicionales.

Plan 1

Creado para su tranquilidad y con un toque de sobriedad, presentamos esta opción a partir de 100 personas.

El plan incluye:

- ✓ Salón y servicio durante 5 horas (con opción a prolongarse).
- ✓ Sugerencia de menú a escoger (3 alternativas).
- ✓ Torta especial de novios.
- ✓ Descorche de champaña sin costo.
- ✓ Descorche de vinos sin costo.
- ✓ Descorche de licores sin costo.
- ✓ Servicio de gaseosas y/o mineral durante todo el evento.
- ✓ Disco móvil profesional 5 horas.
- ✓ Arreglos florales estándar en salón.
- ✓ Variedad en mantelería.
- ✓ Venta de vinos y licores a consignación (opcional).
- ✓ Asesoramiento del evento (protocolo y etiqueta).
- ✓ Personal a su disposición:

 - ✓ Supervisor/coordinador del evento.
 - ✓ Animador.
 - ✓ Capitanes de meseros.
 - ✓ Meseros.

- ✓ Guardianía para vehículos de los asistentes Recepcionista.

Otros servicios incluidos:

- ✓ Planta de energía que garantiza el desarrollo de su evento.
- ✓ Servicio de taxi a la puerta.

Plan 2

Sin olvidarnos de los mejores momentos, presentamos esta opción a partir de 150 pax.

El plan incluye, adicional a los servicios ya mencionados:

- ✓ Violín y guitarra en vivo durante la cena.

Plan 3

Con una decoración exclusiva y con detalles de elegancia, a partir de 200 pax.

El plan incluye adicionalmente:

- ✓ Servicio de fotografía (80 fotos).

- ✓ Violín y guitarra en vivo durante la cena.
- ✓ Auto antiguo para el transporte.
- ✓ Sugerencia de menú a escoger (3 alternativas).

Plan 4

La decoración floral será el elemento principal y glamoroso, que acompañado del sofisticado menú, convertirán su boda en un suceso de ensueño, le presentamos esta opción a partir de 250 pax.

El plan incluye adicionalmente:

- ✓ Salón y servicio durante 5 horas (con opción a prolongarse).
- ✓ Sugerencia de menú a escoger (3 alternativas).
- ✓ Torta especial de novios.
- ✓ Mesa de especial de dulces.
- ✓ Servicio de fotografía (80 fotos).
- ✓ Violín y guitarra en vivo durante la cena.
- ✓ Auto antiguo para el transporte de la novia.
- ✓ Suite nupcial con flores, frutas y desayuno en la habitación.
- ✓ Arreglos florales especiales en salón.

ESTRATEGIAS DEL PLAN DE MERCADEO.

Catering por el hecho de ser una empresa de venta de servicio de alimentos pretende ingresar al mercado se encontraría en la Etapa de Introducción, en esta etapa se necesita, una buena campaña publicitaria inicial dar a conocer, características y beneficios, marca y el producto, esta etapa es vital para la empresa.

Posteriormente y luego de cierto tiempo la empresa se encontrará en la etapa de Crecimiento, en donde el producto ya hablará por sí solo, la publicidad informal será la mejor aliada y se conseguirá ampliar la cartera de clientes, el inconveniente que en esta etapa se podría encontrar es la aparición de nuevos competidores que ofrezcan servicios similares o sustitutos; por lo cual antes de que ocurra ello se deberá potenciar al máximo los recursos en afán de conseguir poner una barrera de entrada que sería la experiencia y conocimiento.

Estrategia Genérica

Se propone tres grandes estrategias básicas frente a la competencia, según el objetivo planteado.

Liderazgo en Costos.

Esta estrategia está ligada directamente en la productividad y por lo general está basada en la experiencia de una empresa en un mismo mercado desarrollando cierta actividad específica.

Para ello se optimizarán los recursos materiales y humanos, negociando adecuadamente con los proveedores y formando alianzas estratégicas para conseguir precios preferenciales que podrían arrojar un costo final más bajo, pero siempre precautelando la inocuidad del producto.

Diferenciación.

La diferenciación tiene como finalidad brindar al cliente un producto que va a satisfacer tal vez las mismas necesidades pero de una manera diferente, en esta estrategia se da al producto características distintivas importantes para el comprador, que lograrán destacarse por la diferencia que existiría con los productos de la competencia.

En las características distintivas se pueden encontrar varias manifestaciones tales como: imagen, marca, características avanzadas en su producción, manejo de estándares de sanitación y procesos de producción, profesionalismo, servicio de asesoría integral durante todo el evento, entre los principales.

La diferenciación permite que el cliente tome en cuenta como su predilección a la empresa por sobre la competencia por los servicios que ofrece, y existe la posibilidad de disminuir la sensibilidad al precio. Se pone en juego principalmente una campaña publicitaria que sea eficiente con el objeto de dar a conocer a los clientes potenciales las características del servicio, teniendo también en cuenta que no todos los clientes están dispuestos a pagar más por un producto diferenciado, es por esto la necesidad de ofrecer el producto principal para cubrir necesidades puntuales y la creación de paquetes para ofertar mayores beneficios.

Dentro de las estrategias de diferenciación encontramos:

✓ **Celebración de fiestas temáticas.**

Proponer la celebración de fiestas temáticas de acuerdo a los gustos del cliente, es decir es una celebración que se desenvuelve en torno al tema, incluye espectáculos y animaciones llenos de sorpresas. Pueden ser celebraciones: de los años 90`s, 80`s, de personajes de la historia, hindúes, brasileras, la fiesta del semáforo; es decir aquí juega la creatividad del organizador en ofrecer ideas novedosas y diferentes que amenicen a los convidados haciendo realce a la tendencia que se elige.

✓ **Hora loca o vuelta al mundo.**

Consiste en amenizar a la fiesta con: zanqueros, estatuas vivientes, magos, payasos, mimos, malabaristas con vestuarios, es un momento de esparcimiento diferente en que se los harán divertir y bailar se acostumbra a repartir: sombreros, collares, antifaces, máscaras, entre otros accesorios que depende el giro que se pretenda dar a la fiesta.

✓ **Rescate de tradiciones ancestrales.**

Consiste en colocar sorpresas dentro de la torta, antiguamente se tenía la tradición, se trata de colocar una cinta que cuelga en la parte exterior y en momento de la fiesta se llama a las personas solteras y se les pide que elijan una y la halen, en este momento aparecen diferentes figuras que son un augurio para el futuro como: encontrar el amor, comprarse una vivienda, salir de viaje, etc.

Otra estrategia es retomar la celebración de eventos como son: el Pedido de Mano, y el Cambio de Aros. Esta tradición se ha perdido con el tiempo pero podemos ofrecer dentro de los servicios, con el propósito de no perderlos y ser retomados una vez más.

Concentración o enfoque.

La empresa se concentra en las necesidades de un grupo específico de clientes, al cual, en base al estudio de dichas necesidades, preferencias y gustos, logra brindar un servicio a la medida y la asesoría un diferencial mercado.

En este caso la empresa concentra su atención a: bodas, graduación, bautizo, primera comunión, confirmación, fiestas de quinceañera, confirmación, aniversario (cumpleaños), fiestas de compromiso, babyshower, despedida de solteros, pedidos de mano, cambio de aros; es decir centra su actividad en eventos sociales de índole familia. Y su función se centra en la constante capacitación de todo su personal y a la vez de incrementar la creatividad ofreciendo servicios diferentes para la celebración del evento.

MIX DE MERCADO.

Son las diversas estrategias aplicadas al mercado.

- ✓ Producto.
- ✓ Promoción.
- ✓ Publicidad.
- ✓ Precio.
- ✓ Canales de distribución.

PRODUCTO.

Marca.

En este plan de negocio proponemos usar un isotopo similar a un reconocido, para proyectar confianza a la clientela, estimando que el usuario común siempre tiende a asociar marcas conocidas con productos de calidad. Por esto es importante tener colores distintivos.

Garantía.

Creación de un buzón de sugerencias que se ubicará en las oficinas donde se atenderá a las personas para que realizar recomendaciones para mejorar el servicio y la calidad del producto será un formulario pequeño donde las personas coloquen: Nombre completo, queja y las recomendaciones del caso pero como empresa nos comprometemos a mejorar continuamente y ser los indicados para hacer cumplir las normas básicas realizando un seguimiento del problema suscitado y los correctivos que se han ido tomando para que sea notorio el cambio en ese aspecto negativo que ha calificado el cliente.

Es decir es un proceso de mejoramiento continuo donde la empresa se compromete a mejorar a través de capacitaciones y actualizaciones de técnicas para mejorar el servicio y el producto. Ya que es importante conocer los gustos, preferencias y demandas del cliente.

PROMOCIÓN.

Promociones de ventas.

Diseño de paquetes promocionales todo incluido: servicio de alimentos y bebidas, transporte y servicio.

Diseño de ofertas gastronómicas individuales en las que se incluya el servicio de alimentos y bebidas.

Técnica de ventas.

Follow up son llamadas que se realizan después del evento (Postventa), un seguimiento del cliente para conocer si el servicio cumplió sus expectativas.

Relaciones públicas.

Crear alianzas con el proveedor, es una retroalimentación que busca el promocionar tanto al proveedor como el establecimiento. Podemos citar el arreglo del local con los adornos preseleccionados con el cliente de manera gratuita.

Realizar continuas capacitaciones para el recurso humano interno, es decir los empleados pues son ellos los promotores de las ventas. Para esto se pretende crear grupos de trabajo para ser capacitados en atención al cliente.

Alianzas complementarias con las universidades y centros de educación para promover el trabajo de pasantías laborales remuneradas, en las que se pretende garantizar el servicio de los meseros y el personal de cocina pues son personas que están con bases de formación académica y profesional.

PUBLICIDAD.

Elección de los medios secundarios escritos.

El Internet es una fuente de continua información actualizada a través del enlace mediante esta dirección electrónica se podrán conocer de los servicios, y permitirá promocionar de una manera más eficaz y veraz. HOME: Al ingresar los visitantes serán invitados a conocer la empresa a través de una bienvenida.

¿Quiénes somos?: Es un resumen de los puntos estratégicos de la empresa que consta de objetivo, misión con todos los involucrados con el propósito de reflejar seriedad, compromiso, profesionalismo.

Menús: Donde se plasma toda la oferta gastronómica, con fotos de la presentación de los platos.

Decoraciones: Las diferentes opciones en cuanto a mantelería y las combinaciones de cada una, fotos de los centros de mesa y decorado del local en general para ofrecerle.

Reservaciones: Un lugar que explica la disponibilidad de fechas para la celebración de eventos, aquí la persona interesada puede dejar sus datos para fijar una cita para informarle de los servicios con el propósito de generar una proforma.

Pasteles: Es una galería de fotos de pasteles para que se pueda elegir una opción y tener en cuenta como opción a la hora de realizar su evento.

Contáctenos: Correo electrónico, teléfono, dirección, horario de atención para contactarnos con la persona interesada en la contratación del servicio.

Medios auxiliares.

Creación del rótulo distintivo de la empresa, donde constarán: nombre de la empresa, teléfonos, página web.

El diseño de tarjetas de presentación.

PRECIO.

Se crearán opciones de venta que consiste en la elaboración de paquetes promocionales todo incluido, los mismos que pueden ser intercambiados con otros servicios, además se adaptarán para cualquier celebración. Y este es el punto fuerte para la venta y básicamente el diferencial en el que la empresa incursionará.

Otra opción puede ser la tradicional y aplicada por las casas de banquetes es la fijación de precio por menú contratado, en que se incluye la decoración y adecuación del local de acuerdo a las necesidades del cliente.

Precios negociables.

Acordar con los proveedores una forma de pago a plazos. Los alimentos pasarán por controles de calidad establecidos en la empresa para la recepción de la misma.

CANALES DE DISTRIBUCIÓN.

Punto de venta.

Dípticos informativos el mismo que será entregado en las oficinas, iglesias, tiendas especializadas como son: tiendas de novias, tiendas de venta de artículos de fiesta, floristerías, peluquerías e incluso pastelerías que son lugares donde la gente puede sentir curiosidad para solicitar información de los locales de eventos.

Atención vía telefónica el personal estará altamente capacitado para ofrecer información completa y veraz de los servicios y fije una cita para conocer más de la empresa y sus servicios.

- **Servicio de mesas.**

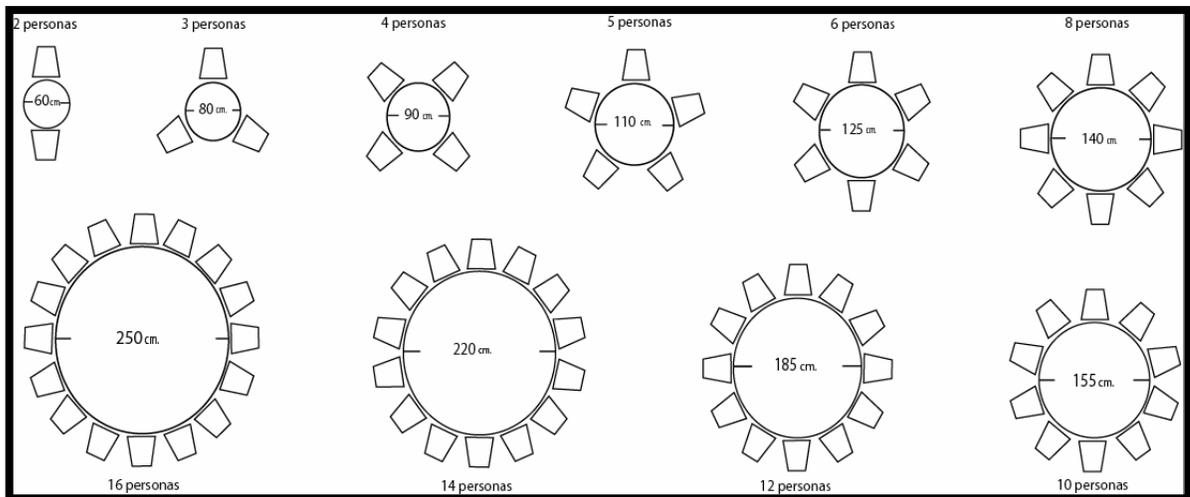
Forma de organizar las mesas.

Formas en que se ubica un conjunto de mesas, en un salón, espacios abiertos, etc. Ésta organización y forma que se les dé a las mesas depende directamente del área disponible en la cual se va a realizar el servicio de alimentos, del tipo de evento que se vaya a realizar, del número de personas que asistirán a un evento, y básicamente del acuerdo que se tenga con el cliente.

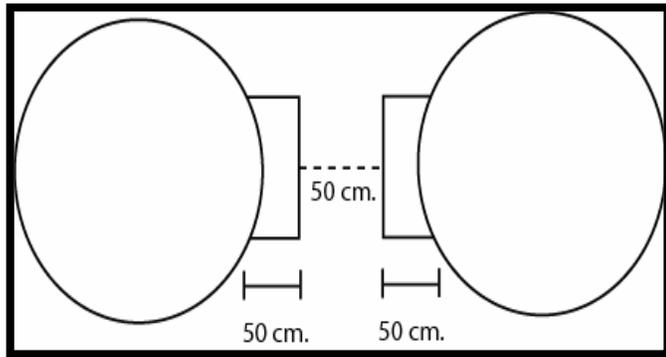
Entre las mesas que se utiliza habitualmente para el servicio de banquetes, eventos, servicio de catering tenemos:

❖ **Mesas redondas.**

Existen de varias medidas, las cuales estarán distribuidas para un determinado número de personas, como podremos apreciar en los siguientes gráficos:



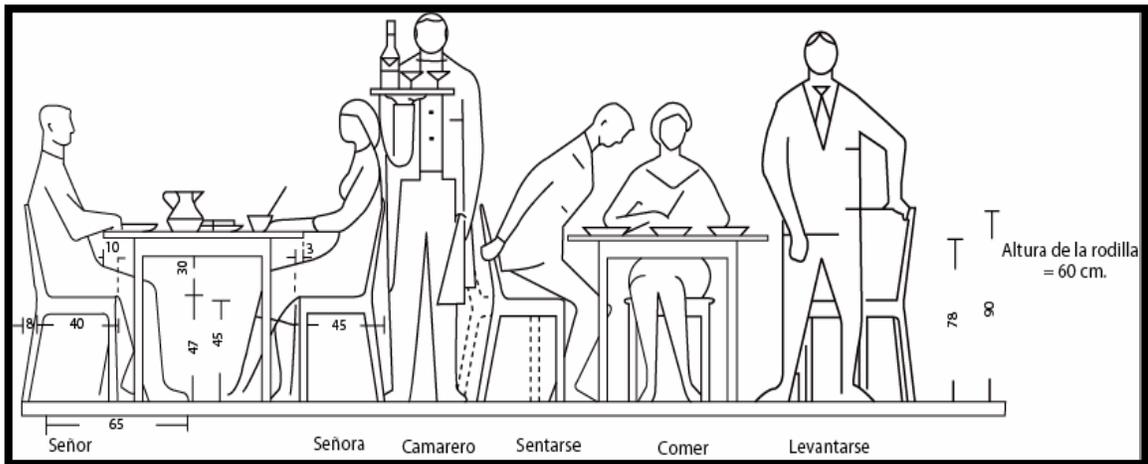
El espacio mínimo que debe existir entre mesas redondas es de 50 cm.

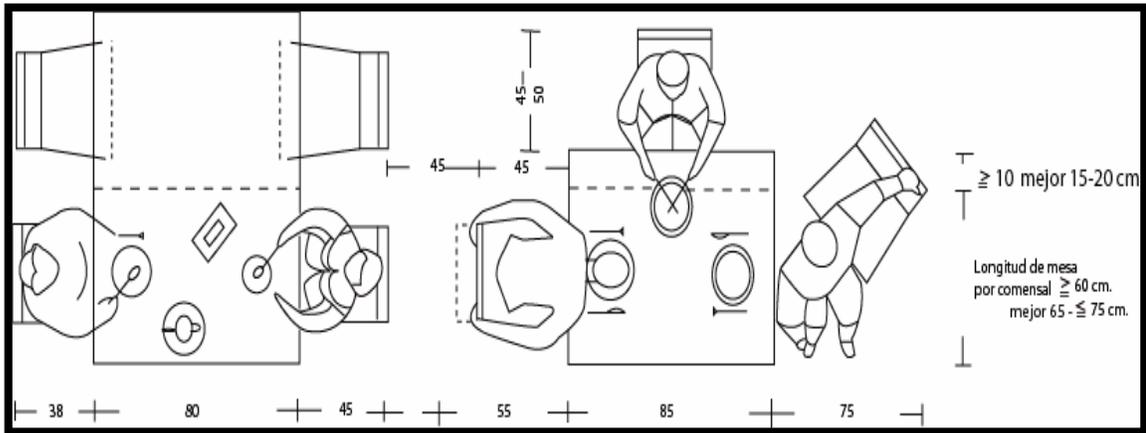


❖ **Mesas rectangulares.**

Con medidas de 2.50 m. X 0.90 cm. Con soportes, caballetes, o burros como patas.

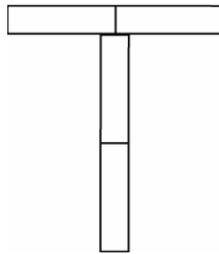
Espacio requerido para comodidad del cliente y su respectivo servicio



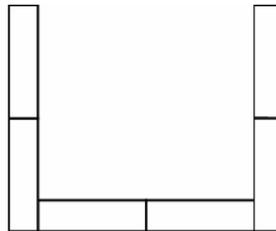


Las figuras más utilizadas de mesas son:

1. Mesa en T



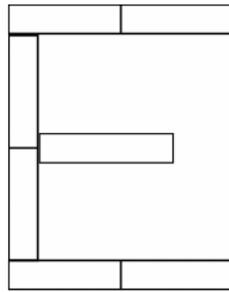
2. Mesa en U



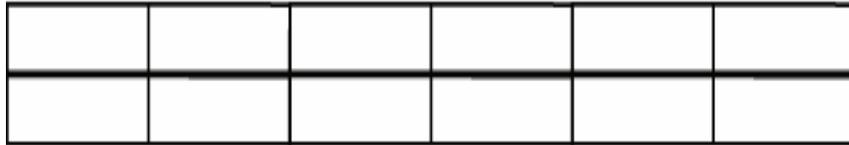
3. Mesa en I



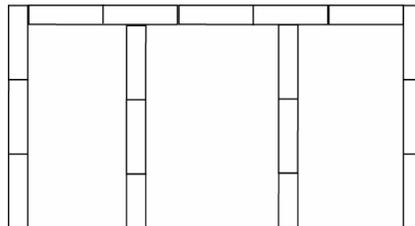
4. Mesa en E



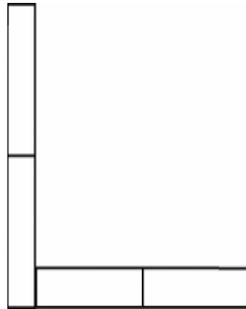
5. Mesa Imperial



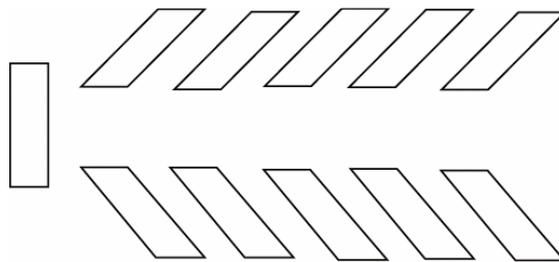
6. Mesa en peine



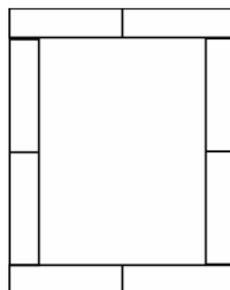
7. Mesa en L



8. Mesa en espiga



9. Mesa en O



Además de las formas de mesas vistas anteriormente, predomina el ingenio y la creatividad de las personas participantes en la organización de un evento, para reformar e innovar las formas de las mesas para el evento.

Los datos sobre la ubicación de las personas en la mesa, siempre se colocará en una parte visible para los invitados, el agasajado, su acompañante, el anfitrión y su acompañante, en un evento por lo general los invitados se sientan a su propia disposición dependiendo del grado de compenetración, confianza y conocimiento del anfitrión, así se va dando su importancia dentro del grado de jerarquía que se pueda establecer en una reunión.

Cuando existen invitados de honor y el anfitrión decide que la parte principal de la mesa sea exclusivamente para ésta persona se hace de la siguiente manera:

En la parte principal irá el invitado de honor o agasajado.

A la derecha o frente al invitado de honor, irá según el caso su esposa o acompañante.

A la izquierda del invitado de honor irá el anfitrión del evento.

Las personas se colocarán dependiendo el orden de importancia a izquierda y derecha del invitado de honor, teniendo en cuenta que quedarán intercaladas las damas y caballeros hasta donde sea posible.

Tipos de servicios.

Dentro de los diferentes tipos de servicios que una empresa de catering, destacamos los más importantes, entre estos tenemos:

Servicio a mesas para eventos como desayunos.

Los desayunos deben manejarse de una manera diferente de las otras comidas, porque es la primera comida del día, y es la parte esencial con la que empezará el día, ya que un buen desayuno ayudará en un buen desenvolvimiento durante las siguientes horas.

Se acordará el tipo de desayuno que se servirá dependiendo a un acuerdo que se haya llegado en una reunión anterior.

El orden del servicio es el siguiente:

1. Verificar que la mesa está bien puesta antes de que llegue el cliente, al lugar designado para dicho evento. Los cubiertos correctos, la vajilla y los condimentos deben estar en su lugar, verificar que el lugar designado para el servicio se encuentre abastecido con mantequilla, mermelada, hielo, jarabe, tazas adicionales para café y otros utensilios normales.

2. Tan pronto como el cliente toma asiento, se sirve el café, té o aguas aromáticas dependiendo lo que desee el cliente y agua helada.

3. Asegurarse de cómo le gustan al comensal los huevos.

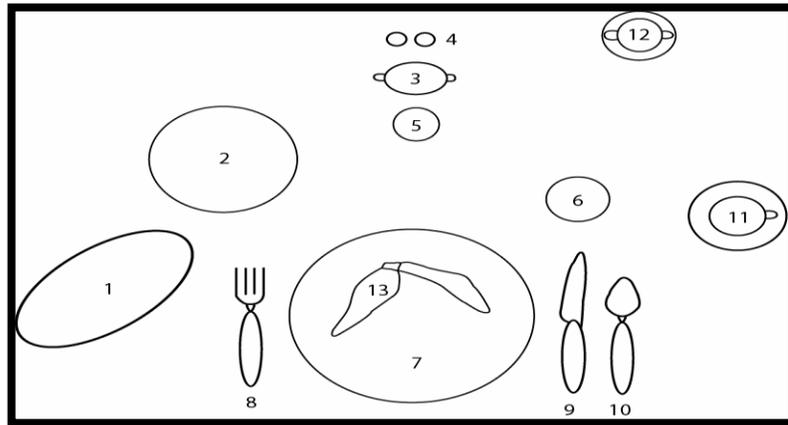
4. Servir el aperitivo. La fruta fresca y el jugo deben ponerse sobre un plato de servicio al centro del mantel individual y frente al cliente, retirar después de que el cliente ha ya terminado.

5. Colocar al tazón de cereal en el plato de servicio junto a la crema, proporcionar una cucharita adicional para el azúcar, retirar después de que el cliente haya terminado.

6. Servir el plato principal y volver a llenar la taza con café. Si el café está colocado en el centro, pásese al lado derecho, el pan caliente y las tostadas deben servirse calientes y los “hotcakes” o “waffles” deben servirse inmediatamente, con más mantequilla si así fuera necesario.

7. Retirar todos los trastos vacíos y sucios, excepto el agua helada y la tasa de café.

La distribución de lugar para el desayuno debe ser:



1. Cesta para tostadas o pan
2. Plato para pan y mantequilla
3. Azúcar
4. Sal y pimienta
5. Crema
6. Vaso para agua
7. Plato para desayuno
8. Tenedor
9. Cuchillo
10. Cuchara
11. Taza para café
12. Cafetera (opcional)
13. Servilleta

Hay que resaltar que los jugos y las frutas deben estar muy fríos, no se debe dejar a temperatura ambiente, si los jugos se encuentran en la estación deservicio se los debe colocar en un baño de agua helada.

En lo posible hay que servir todos los alimentos que sean calientes, bien calientes, y lo que sean fríos, bien fríos.

Servicio a mesas para eventos como almuerzos, comidas, cenas

Entre los servicios más utilizados para un almuerzo o comida tenemos:

Norteamericano

Francés

Ruso

✓ Servicio norteamericano.

Es el tipo de servicio más rápido y simple, el alimento se lo ha preparado en la cocina, se adorna y se lo arregla en un plato para almuerzo o comida y el mesero lo presenta al cliente.

✓ Servicio francés.

Es la forma de servicio más elaborada de presentación de comidas, parte de la preparación tiene parte en la cocina y posteriormente es terminada en el lugar de donde va a ser servida la comida. El servicio involucra el uso de fuentes de plata, braserillos y otras piezas para servir colocadas en un carrito cerca del comensal, un mesero y un chef trabajan en equipo para preparar y servir los platillos.

✓ **Servicio Ruso**

Es el tipo de servicio más popular en todo el mundo debido a que es tanto elegante como fácil de ejecutar.

El alimento se lo ha preparado en la cocina y el chef o jefe de producción lo arregla en fuentes de plata o porcelana o en platones para servir, el mesero recoge las fuentes en una charola grande de servicio y coloca el alimento en una mesa portátil cerca del cliente. El mesero coloca los platos vacíos frente a los comensales, moviéndose en dirección del reloj alrededor de la mesa, colocándolos con la mano derecha y sosteniendo los platos con la izquierda.

Presenta la fuente al anfitrión de modo que todos puedan ver la atractiva distribución y luego sirve a los comensales de la misma fuente, moviéndose en dirección contraria a las manecillas del reloj de la mesa, esto permite al mesero servir con comodidad con la mano derecha.

Cabe anotar que el servicio más utilizado en una empresa de catering y eventos es el norteamericano, y en algunas ocasiones el ruso, en otros casos es común la

utilización de un servicio de “buffet”, en el que se preparan una serie de alimentos, los cuales ya fueron escogidos por el cliente, y se sirven en mesas bien decoradas y preparadas, en las cuales deben permanecer calientes los alimentos destinados a ser servidos de ésta manera, y así mismo los fríos.

Los alimentos tendrán que estar en fuentes las cuales permitan que los alimentos estén a la temperatura adecuada, para que sean agradables a los comensales, así como también habrá que revisar que estén en orden todos los materiales destinados para un buen servicio.

Para que los comensales puedan coger sus alimentos existirá un espacio destinado para vajilla, cubiertos, cristalería y blancos como servilletas.

Orden de servicio.

El orden de servicio es indispensable en cualquier tipo de comida, ya sean éstos desayunos, almuerzos, comidas o cenas.

Tres funciones que debe llevar a cabo el personal de servicio.

1. Preparación previa
2. Servicio
3. Limpieza y reacomodo.

Preparación previa.

Éste punto es muy importante si se quiere que el servicio sea rápido, uniforme eficiente, y agradable al cliente.

A continuación exponemos una lista de sugerencias de preparación previa, las cuales se tendrán que tomar en cuenta, aunque cabe anotar que cada establecimiento tendrá su propia lista de confrontación para que el personal de servicio se ajuste a ella:

1. Verificar el lugar de servicio para ver si están todos los artículos y cerciorarse de que está limpio y ordenado.
2. Estudiar el menú que se servirá con mucho cuidado, entender cada uno de los platos que serán servidos. Si no se conoce la apariencia del platillo o método de preparación, preguntar al jefe de meseros o al chef, verificar que:
 - a) Los platos que están servidos, a fin de proporcionar un servicio más rápido.
 - b) Pronunciación correcta del nombre de los platos.
3. Comprobar que las mesas que se le han asignado, están bien montadas.
4. Antes de la llegada de comensales, revisar la apariencia del personal y corregir cualquier problema que se haya suscitado durante la instrucción previa a la comida y el período de instrucción.
5. Ayudar a otros compañeros durante el trabajo para fomentar un espíritu de equipo entre el personal de servicio y cocina.

Existen muchas opiniones acerca si se debe servir por la derecha o por la izquierda, conviene seguir la regla que más se acomode tanto para el comensal como para el mesero o mesera, una forma fácil es servir los alimentos sólidos por la izquierda con la mano izquierda, esto mantiene el alimento y el codo del mesero o mesera fuera del rostro del comensal, servir los líquidos por la derecha con la mano derecha, esto pone la bebida en el lado correcto del cliente, el retiro de platos debe efectuarse en la forma más fácil y eficiente.

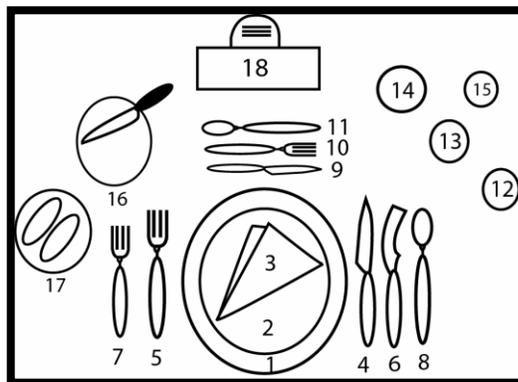
Orden para servicio de almuerzo, comida o cena.

- ✓ Verificar que todos los cubiertos y cristalería estén bien distribuidos en la mesa para sus posteriores usos.
- ✓ Recibir al cliente y ayudarlo a sentarse, y si no es posible ya que en catering y eventos la cantidad de gente por lo general es de gran cantidad, hay que darle la bienvenida, e indicarle donde puede sentarse, hacer que se sienta a gusto con el trato, ya que de esto dependerán futuras contrataciones.
- ✓ Verificar que las copas e agua estén siempre llenas, y si no fuere así, hay que llenarlas cada vez que sea necesario, si existiera un brindis con champagne, servir todas las copas para que pueda efectuarse el brindis, debe ser rápido e inmediato.

- ✓ Retirar todas las copas y vajilla que ya no se vayan a utilizar como por ejemplo las copas del champagne que se retirarán, y las copas de agua se quedarán para el posterior servicio del agua conforme se vaya consumiendo.
- ✓ Posteriormente se procederá a servir los tipos de panes y mantequillas que se han dispuesto para dicho evento.
- ✓ Se servirá vino blanco o vino tinto, dependiendo del gusto del cliente, para lo que estarán dispuestos los diferentes tipos de copas.
- ✓ A continuación se servirá un sorbete o un licor el cual será pasado en una copa o cristalería dispuesta para dichos limpiadores, con una cucharilla en el caso de servir un sorbete, el cual debe tener la mezcla de un ácido y alcohol, la descripción de éstos limpiadores deben ser suaves para limpiar la boca, y poder perder los sabores que quedan en el paladar y apreciar los sabores de los manjares del plato fuerte, y retirar la vajilla correspondiente a la entrada.
- ✓ Servir el plato fuerte, el cual irá arriba del plato base, manteniendo la armonía de la mesa, retirando la vajilla y cristalería correspondiente al sorbete o licor suave.
- ✓ Retirar la vajilla correspondiente al plato fuerte, el plato de pan y el recipiente de mantequilla, cualquier cubierto o vajilla usados en el plato fuerte, y limpiar las migajas de la mesa.
- ✓ A continuación será servido el postre el que deberá ser consumido con los cubiertos destinados para dicho manjar.

- ✓ Retirar los cubiertos, vasos y vajilla, sucios que quedan en la mesa, excepto la copa de agua, el cliente nunca debe tener un lugar vacío frente a ellos.
- ✓ Posteriormente se servirá las bebidas alcohólicas y no alcohólicas según el deseo del cliente destinados para dicho evento, los cuales serán servidos por los meseros de forma frecuente y consecutiva, cuidando de retirar todos los vasos vacíos, y que todas las mesas estén servidas con lo necesario, para que el cliente esté satisfecho y feliz con el servicio que se ofrece.
- ✓ Si fuere el caso y el cliente deseara el servicio de un plato después de la media noche para levantar el ánimo y evitar el mal estado por consumo de licor se servirá una sopa o caldo que dará fuerza y despertará al cliente, en éste caso, se servirá la vajilla y cubertería que se necesitará para estos platillos, de la misma forma se retirará y si el cliente desea se seguirá con el servicio de bebidas alcohólicas y no alcohólicas.

A continuación se ilustra la colocación correcta de vajilla, cristalería y cubertería en una mesa destinada a un evento:



1. Se lo denomina plato de sitio, plato de asiento, plato fijo, plato base o posa plato. Confeccionado en un material neutro que se pueda combinar con cualquier diseño de vajilla.
2. Plato tendido o de comida (porcelana).
3. Servilleta, doblada sobre el plato, no es de buen gusto doblar la servilleta con formas extrañas, en la copa o en el plato, eso indica que la servilleta ha sido demasiado manipulada, debe colocarse tal cual como ha sido planchada.
4. Cuchillo de fuerte o lomo.
5. Tenedor de fuerte o lomo.
6. Paleta de pescado.
7. Tenedor de pescado.
8. Cuchara de sopa, crema o consomé.
9. Cuchillo de postre o frutas.
10. Tenedor de postre.
11. Cucharita de postre.
12. Copa de vino blanco.
13. Copa de vino tinto.
14. Copa de agua.
15. Copa de champagne.
16. Plato con paleta para mantequilla.
17. Plato para pan.
18. Tarjeta de ubicación

Limpieza y reacomodo.

Quitar el mantel, doblarlo, y ponerlos uno a uno sobre un lugar destinado para el acomodo de los mismos, de la misma manera con todos los blancos utilizados en el evento, contarlos y verificar que no estén con rotos, quemaduras por tabaco.

De la misma forma contar y revisar toda la vajilla, cristalería y cubertería para verificar que no existan rupturas, pérdidas o daños en nuestro material.

Si hubiese el caso de encontrar mantelería, vajilla, cristalería, y cubertería en mal estado, se notificara al cliente y se tendrá que cobrar por todos los daños.

NOTA: Hay que tomar en cuenta que antes de la realización de un evento o la realización de un catering, se dará a conocer al cliente, que por daños o perdidas del material utilizado en el evento se tendrá que hacer responsable y pagar el valor estipulado por el establecimiento, que constará en el contrato que debe ser firmado por las dos partes antes del evento, para evitar cualquier tipo de malos entendidos que pueden perjudicar a la empresa o al cliente.

Una vez contabilizados y comprobados todos los materiales utilizados en el evento, hay que limpiarlos bien y guardarlos, separando todos aquellos que estén mal para entregar al cliente, y dar a conocer todos faltantes mediante un registro de materiales.

Servicio de vinos y bebidas.

Para un buen servicio de vino, hay que utilizar el siguiente orden:

1. Seleccionar la copa correcta para los vinos que serán servidos.
2. Estudiar los vinos que serán servidos en el evento, aprender a pronunciar correctamente los nombres de los vinos, (no corregir la pronunciación al cliente), cualquier vino puede servirse con cualquier plato.
3. Si fuere el caso, sacar correctamente el corcho del vino, sin que exista ningún ruido al momento de sacar el corcho, hay que hacerlo con mucha cautela, de otra manera, los vinos saldrán descorchados de la cocina.
4. Limpiar la boca de la botella, servir siempre indicando la etiqueta al comensal, si éste aceptare, llenar la copa, y usar una servilleta de lino para recoger cualquier escurrimiento al servir cada copa.
5. A medida que se van vaciando las copas ir vertiendo más vino, y mantener las botellas frías. Las temperaturas para las diferentes clases de vinos son:
 - a) Temperatura ambiente: vinos tintos
 - b) Fríos: Vinos rosado y blanco
 - c) Muy fríos: Champagne y vinos afines

6. Los vinos espumosos deben manejarse con mucho cuidado, por lo que se los abrirá en la cocina, para su posterior servicio, ya que tienen gran presión, hay que tomar en cuenta los siguientes puntos:

a) Sostener la botella con la mano izquierda, y envolverla con una servilleta de lino, quitar la película protectora y el alambre que sostiene al corcho en su lugar, con la botella apuntando hacia arriba y fuera del alcance de la cara.

b) Hacer girar la botella con la mano izquierda, sostener el tapón o el corcho con la mano derecha y tirar lentamente, la presión empujara al corcho hacia fuera, hasta destapar completamente, después se procederá a servir el vino espumoso, llenar las copas hasta las dos terceras partes.

c) Después de servir las copas, si existiera sobrante de vino espumoso, se debe colocarlo en frío, para su posterior servicio, no hay que dejarlo al ambiente.

Servicio de cócteles.

El orden para servicio de cócteles y toda bebida alcohólica, no sigue ningún orden en particular, generalmente se los utiliza como un aperitivo en distintos tipos de eventos, o el servicio de bebidas, sin alimentos, espectáculos, etc.

El personal de servicio tiene que estar familiarizado con los tipos de cócteles, para satisfacer las necesidades del cliente, por lo que se debe instruir al personal deservicio, tomando en cuenta:

1. Vaso o copa correctos.
2. Nombres e ingredientes de los cócteles.
3. Método adecuado de servir la bebida.
4. Uso correcto de servilletas para el cóctel.
5. Cómo manejar bebidas no satisfactorias que se derramaron.
6. Cuándo servir bocadillos con los cócteles.
7. Método correcto para servir la cerveza.

SERVICIOS DE LA EMPRESA.

Los prestadores de servicio de catering se dirigen hacia a la atención de las necesidades del cliente, sin perder de vista que a este servicio se podría incluir las recomendaciones de:

Sugerencia de locales para la celebración del evento.

Alquiler y contratación de servicios adicionales como:

- Carpas
- Tarimas
- Medios audiovisuales

- Mobiliario
- Vajilla
- Cristalería
- Mantelería entre otros.

Valores Corporativos.

Son los valores estratégicos que representan las convicciones o la filosofía que nos conducirá al éxito considerando tanto el presente como el futuro.

- ✓ Excelencia operacional que garantice la calidad de los productos.
- ✓ Preocupación constante por la satisfacción del cliente.
- ✓ Mantener un buen ambiente de trabajo donde los empleados disfruten realizando sus labores.
- ✓ Capacidad de solucionar problemas y aprender de los errores.
- ✓ Política de autocrítica e innovación.
- ✓ Conocimiento de nuestros clientes como individuos.

POLÍTICAS.

POLÍTICAS DE LA EMPRESA.

Los establecimientos o empresas que ofrecen servicios de catering tienen políticas en cada una de las áreas a seguir como se las menciona a continuación:

- ✓ La comunicación es uno de los pilares que va a determinar el funcionamiento correcto de la empresa de forma oral o escrita, hacer factible una relación interpersonal que aporte al entendimiento de todos los integrantes.
- ✓ Impulsar las ventas del establecimiento con una actitud positiva y de servicio.
- ✓ Amabilidad, es decir siempre sonreír y en todo momento nuestro comportamiento deberá ser cortés y servicial.
- ✓ Respetar a las personas internas y externas de la empresa.

Políticas para con los clientes.

Satisfacer al cliente mediante una atención de calidad que se retroalimente su confianza en la empresa, contar con el personal adecuado para brindar atención de calidad, mediante el servicio de bebidas, alimentos y actividades complementarias.

Políticas para con los proveedores.

El pago cumplidos y respetar plazos con los proveedores.

Los productos pasarán por estándares y controles de calidad establecidos por el Jefe de cocina y bodega para la recepción de la misma.

Políticas para con los colaboradores.

- ✓ Uniformidad impecable hasta el final de la jornada de trabajo.
- ✓ Todos los cargos tienen una responsabilidad especial y el entendimiento cabal de su función, sin embargo el personal estará capacitado para enfrentar la ausencia de personal con absoluta seriedad y responsabilidad.
- ✓ Estricta obligación de: puntualidad, disciplina comportamiento de educación y cortesía hacia sus superiores, compañeros y clientes.
- ✓ Educación y cortesía creando una convivencia social junto, por ejemplo, intentar hablar poco y en tono bajo en las horas de servicio.
- ✓ “No hay accidente inevitable” en su mayoría los podemos evitar actuando correctamente para esto se contará con: Extintores de incendios en diferentes lugares del establecimiento para ser usados por todo el personal.
- ✓ Se prohíbe el estado etílico en el trabajo.
- ✓ No actuar sin el consentimiento del cliente.
- ✓ No reaccionar con agresividad siempre la comunicación.
- ✓ En las horas de trabajo el personal no podrá hacer uso de objetos que disminuyan su ritmo de trabajo como son: teléfonos, celulares, audífonos o ipod, etc.

POLÍTICAS GENERALES.

- ✓ La puntualidad de todos los colaboradores antes, durante y después de cada evento en las distintas áreas designadas.
- ✓ Poseer el carné de manipulador o documento acreditativo de la empresa con su respectiva foto y datos personales.
- ✓ Mantener la higiene en su aseo personal y utilizar en estado de limpieza adecuado la indumentaria y los utensilios propios de la actividad que desempeña y de usos exclusivo para su trabajo.
- ✓ Lavarse las manos con agua caliente y jabón o detergente adecuados tantas veces como requieran las condiciones de trabajo y siempre antes de incorporarse a su puesto, después de una ausencia o de haber realizado actividades ajenas a su cometido específico. Lavado de manos entre una actividad y otra cuando se están manipulando distintos alimentos dentro de la cocina.
- ✓ El manipulador enfermo de alguna enfermedad de transmisión por vía digestiva o que sea portador de gérmenes deberá ser excluido de toda actividad directamente relacionada con los alimentos hasta su total curación clínica y bacteriológica y la desaparición de su condición de portador.
- ✓ En los casos en que exista lesión cutánea que pueda estar o ponerse en contacto directa o indirectamente con los alimentos, al manipulador afectado se le facilitará el oportuno tratamiento y una protección con vendaje impermeable, en su caso.

- ✓ Emplear el uniforme asignado a su respectiva función en correctas condiciones de uso y limpio.
- ✓ Usar una camiseta blanca debajo del uniforme cuando sea necesario (invierno).
- ✓ Usar el delantal de plástico cuando realiza la tarea de lavado de planta, pisos, paredes, ollas, vajilla, lavado y pelado de verduras.
- ✓ Evitar el uso de anillos, cadenas, reloj, aros, pues pueden caer en la preparación siendo un vehículo de contaminación y causar en algunos casos, un accidente de trabajo.
- ✓ Usar birrete o gorro para el cabello mientras permanezcan en la cocina.
- ✓ El uniforme no debe ser empleado fuera del ambiente de trabajo (esto incluye todas sus partes).
- ✓ No se puede ingresar, transitar o permanecer con ropa de calle en la cocina.

Prohibiciones.

Relativas al personal manipulador.

Se prohíbe durante el ejercicio de la actividad:

- ✓ Fumar y masticar goma de mascar.
- ✓ Comer en el puesto de trabajo.
- ✓ Utilizar prendas de trabajo distintas a las reglamentarias.

- ✓ Estornudar o toser sobre los alimentos.
- ✓ Cualquier otra actividad que pueda ser causa de contaminación de los alimentos.

Presentación Personal.

- ✓ Los uniformes deben estar siempre limpios y con buena presentación.
- ✓ El calzado no debe ser utilizado como chinela y debe utilizarse el calzado de seguridad.
- ✓ La ropa de trabajo como así también los guardapolvos debe estar totalmente abrochados.
- ✓ No está permitido el uso de llaveros prendidos de los uniformes.

Observación: Cada funcionario debe tener como mínimo 2 mudas de ropa para que de esta forma tenga diariamente en condiciones higiénicas su uniforme.

Aseo Personal.

Cuerpo.

- ✓ El baño debe ser diario y preferentemente antes de las actividades.
- ✓ No usar perfumes.

- ✓ Usar desodorantes personales suaves.

Dientes.

- ✓ Mantener la higiene bucal.

Barba/Cabello

- ✓ Los funcionarios masculinos mantendrán sus cabellos cortos y diariamente deben rasurarse la barba antes de tomar servicio.
- ✓ El personal femenino sin excepción debe recoger su cabello con una cofia, redecilla o gorro.
- ✓ Los funcionarios deben lavar con frecuencia diaria sus cabellos, conservándolos en el interior de la cofia o gorro.

Observación: Es prohibido peinar los cabellos en el ambiente de trabajo.

Manos y Uñas

- ✓ Las uñas deben estar cortas, limpias y libres de esmalte.
- ✓ Las manos son el principal vehículo de transmisión de microorganismos porque están en contacto con diferentes objetos que pueden albergar

agentes contaminantes, por eso es necesario un frecuente y correcto lavado de manos.

Cómo y cuándo lavarse las manos.

Sus manos pueden transferir patógenos a los alimentos. Por esto debe cuidarlas para mantener seguro los alimentos.

Una práctica muy importante es lavarse las manos correctamente y en el momento correcto.

Pasos para un buen lavado:

- ✓ Mojarse las manos y los antebrazos.(bajo un chorro de agua, tan caliente como pueda soportar)
- ✓ Aplicar jabón. (aplique suficiente para hacer bastante espuma)
- ✓ Frotarse las manos y los antebrazos vigorosamente. (entre 10 a 15 segundos)
- ✓ Enjuagar. (bajo un chorro de agua)
- ✓ Secarse las manos y los antebrazos. (secador de manos)

Cuándo lavarse las manos.

Lavarse las manos antes de empezar a trabajar y después de ciertas actividades.

- ✓ Al sacar la basura.
- ✓ Al atender el teléfono.
- ✓ Al saludar con la mano.
- ✓ Tocarse el cabello, la cara o el cuerpo.
- ✓ Al tocar ingredientes o elementos ajenos a la elaboración, preparación o distribución.
- ✓ Al tocar el equipamiento.
- ✓ Estornudar, toser o usar un pañuelo de papel.
- ✓ Comer o beber.
- ✓ Al tocar dinero.
- ✓ Antes de ponerse los guantes.
- ✓ Antes y después de usar las instalaciones sanitarias.
- ✓ Después de sonar la nariz.
- ✓ Después de usar paños para la limpieza.
- ✓ Después de fumar.
- ✓ Después de tocar alimentos no higienizados.
- ✓ Antes y después de manipular alimentos.
- ✓ Antes de tocar utensilios higienizados.
- ✓ Antes de tocar alimentos ya preparados.
- ✓ Luego de sacar los residuos.
- ✓ Luego de tocar puertas o cualquier otra maquinaria.
- ✓ Al entrar al lugar de trabajo.

Cortes, heridas y estado de salud de los funcionarios.

- ✓ Toda persona afectada por alguna enfermedad contagiosa que pueda transmitirse a través de los alimentos o que sea portadora de organismos causantes de enfermedad, no podrá trabajar en el área.
- ✓ Cada local deberá disponer de un botiquín de primeros auxilios, para el tratamiento inmediato de cortes, quemaduras o lesiones, debiéndose verificar con regularidad que el botiquín este completo y los medicamentos no estén vencidos.

Hábitos Personales.

En los lugares de trabajo se deben tener en cuenta las siguientes prácticas.

- ✓ No fumar.
- ✓ No salivar.
- ✓ No peinar los cabellos.
- ✓ No sonar la nariz.
- ✓ No hablar, ni toser por encima de los alimentos.
- ✓ Lavar las manos luego de ir al baño.
- ✓ Mantener limpios los armarios de los vestuarios.

- ✓ No tocar objetos sucios y luego manipular alimentos u objetos limpios.
- ✓ Trabajar con uniforme limpio.
- ✓ No secarse el sudor con el uniforme o el paño de trabajo.
- ✓ No degustar alimentos con las manos.
- ✓ No degustar diferentes tipos de alimentos con el mismo utensilio.
- ✓ No salir del local de trabajo con ropa de trabajo.
- ✓ No masticar chicles durante el servicio.

Áreas de trabajo y sus funciones.

Gerencia General.

Responsabilizarse de la planeación, organización, dirección y control de los diferentes departamentos de la empresa.

Optimizar los recursos humanos, financieros y materiales, por medio de la aplicación de las técnicas administrativas adecuadas a las circunstancias y a las necesidades.

Supervisar y efectuar el análisis de los diferentes estados financieros generados.

Trabajar en conjunto con los supervisores y gerentes para mantener un control constante de las actividades de la empresa.

Presentar informes de la situación de la empresa a la Junta de accionistas.

Accionistas.

Aportar con el capital para la realización del proyecto de igual manera las acciones serán repartidas en función de su participación.

Administración.

Controlar la gestión de la empresa y el cumplimiento de objetivos.

Velar por la seguridad y satisfacción del personal para alcanzar las metas planteadas por la empresa.

Coordinar los eventos a realizarse en la empresa junto con el Coordinador y el cumplimiento legal y financiero de la empresa.

Contabilidad.

Analizar y valorar los resultados económicos en estados financieros que obtiene la empresa agrupando y comparando resultados en base a los objetivos planteados.

Registrar los ingresos y egresos para llevar así las utilidades o pérdidas del negocio, para la toma de decisiones y estrategias sobre la toma de decisiones y control.

Coordinador de Eventos.

Organizar la selección, capacitación y coordinación del personal junto con el Administrador.

Supervisar a los colaboradores para que el evento tenga el curso esperado por la empresa y el cliente.

Proveer y dar la bienvenida al cliente interesado en adquirir los servicios, brindando información completa que permita generar un interés y ser toma en cuenta para su decisión.

Conocer la capacidad del establecimiento y las superficies máximas de los salones.

Conocer la oferta en su totalidad al igual que los precios de costo y de venta.

Proveer de información y precios sobre los servicios complementarios que la empresa no posee para orientar al cliente en su elección.

Conocer el existente de menaje, mantelería, cristalería y estar al control de inventarios.

Conseguir que el cliente salga satisfecho para obtener un cliente repetitivo, motivo por el cual es necesario realizar un seguimiento del evento antes, durante y después para enmendar errores y mejor día a día el servicio.

Ser flexible, perspicaz para resolver problemas que se presenten de manera inmediata durante el evento.

Realizar un “esqueleto de montaje”, consiste en detallar la decoración, posición y distribución de mesas, número de comensales e incluso el menú elegido, determinar el número de niños y si es necesario elaborar un menú especial para algún comensal.

Estar en contacto con el cliente para ultimar detalles y así evitar imprevistos.

Elaborar la hoja de contratación del evento.

Cocina.

Coordinar el servicio de alimentos y bebidas con la Administración específicamente con el Coordinador de Eventos, en base a objetivos, planificando las actividades y el personal con el propósito de evitar inconvenientes en el momento del servicio.

Elaborar las recetas estándar del establecimiento.

Correcta manipulación, preparación y conservación de alimentos y sobretodo manejar estándares de calidad que permitan cuidar la salud del cliente y brindar un servicio de calidad.

Controlar las bodegas y existencia de productos, evitando pérdidas innecesarias.

Personal de Cocina:

La función básica será la buena manipulación y mantenimiento, así como el aprovechamiento de la materia prima.

Mantener el lugar de trabajo impecable.

Así mismo deberán tener su uniforme y aseo personal de forma impecable así como deberán tener siempre la materia prima para la elaboración de los platos a manos para que no haya inconveniente alguno.

Limpieza y Mantenimiento.

Mantener una imagen pulcra de todas las instalaciones del establecimiento al igual que durante y después de la realización de un acontecimiento.

Precautelar el cuidado y mantenimiento de los equipos y maquinarias.

Recursos Humanos

Planificación de Recursos Humanos.

Es de vital importancia una adecuada selección de personal, ya que los insumos más importantes son las personas puesto que, su desempeño y desenvolvimiento es el que está siempre en contacto con el cliente, siendo así que se debe buscar la manera que se sientan satisfechos.

Reclutamiento.

Consiste en buscar una cantidad suficiente de candidatos con el propósito de depurar entre ellos y determinar si poseen los requisitos necesarios para ocupar la vacante; tiene por objeto llevar una base de datos y a la vez renovar y enriquecer el recurso humano de la empresa.

Para la empresa el reclutamiento que se pretende realizar se basará en los siguientes parámetros, teniendo en cuenta que se trabaja también con personal temporal.

Dentro de las fuentes de reclutamiento están:

- ✓ Base de datos conformada por candidatos que se acercan a las oficinas a dejar su hoja de vida.
- ✓ Candidatos referidos por trabajadores de la misma empresa, compañeros de trabajos anteriores.
- ✓ Una buena alternativa es buscar contactos con universidades, centros de capacitación u otros centros de estudio; a través de convenios de pasantías remuneradas y horas prácticas. Las mismas que a través de contacto telefónico con la Institución nos permite acceder a un listado de estudiantes actualizado para ofrecer las vacantes.

- ✓ Anuncios en diarios para llamar a candidatos, esta fuente se utilizará para reclutar posiciones más especializadas como son las de, Contador, Chef, entre los principales.
- ✓ Anuncios a través de la web en páginas especializadas que ofrecen el servicio de búsqueda y de publicación de anuncios

Preselección de Personal.

Tras conseguir un número aceptable de candidatos se realiza la preselección que es clasificar a los mismos en adecuados, eventuales adecuados e inadecuados, utilizando su currículum y cartas de presentación y si reúnen las condiciones del anuncio de selección. Debe ser realizada de forma minuciosa, observando si cumplen las exigencias mínimas solicitadas.

Calendario de Entrevista.

Después se procede a fijar un calendario de entrevista personal con los aspirantes para decidir si será el ideal para la empresa, mediante el cual el entrevistador pretende obtener información del candidato sobre su experiencia, habilidades, intereses, motivaciones, conocimientos y resultados, revelar su personalidad, su estilo y su habilidad de trabajar con los demás, se obtiene información laboral y

referencias de trabajos anteriores, educacional, saber hasta qué punto la organización puede dar respuesta a sus necesidades y expectativas.

Es necesario tener en cuenta que las entrevistas deben:

Buscar objetivos específicos por lo tanto deben ser preparadas.

Se debe conocer las funciones de cada puesto.

Realizarlas en un ambiente de confianza, comfortable, cordial para disminuir las tensiones y el nerviosismo.

Al concluir la entrevista se debe permitir que el entrevistado realice preguntas, o agregue algo más; se le da las gracias por haber colaborado y explicar el proceso de selección y siempre dar la idea que la entrevista valió la pena.

Selección de Personal.

Basándose en las entrevistas realizadas se seleccionan las personas calificadas para las vacantes, para lo cual se aplicarán:

- ✓ **Pruebas psicológicas.**

Éstas serán aplicadas especialmente para el Cargo de Coordinador de eventos, pues necesitamos medir competencias adicionales a su formación profesional como su habilidad para las ventas, donde también es importante complementar su evaluación con el análisis de su personalidad, entre otros aspectos.

✓ **Pruebas de FOCUS GROUP.**

Son pruebas prácticas en las que se pretende determinar, conocer y evaluar las habilidades de la persona, a través de un caso práctico presentado al aspirante, el mismo que deberá ser solucionado en un tiempo determinado bajo la observación de un grupo de observadores.

Junta de Selección.

Una vez finalizado el proceso de entrevista y de evaluaciones se debe realizar un informe de cada candidato preseleccionado (los que se ajusten más al perfil requerido) para comparar sus resultados y seleccionar al candidato que va a desarrollar de óptimamente las funciones del cargo establecido. Se debe contactar con las referencias para pedir referencias, motivos de salida del trabajo.

Contratación.

Se contacta a la persona escogida y se le explican las condiciones, es decir salario, horario, etc. Una vez que la persona acepta se fija la fecha de inicio de las labores.

Inducción.

El proceso de inducción consiste en:

- ✓ Dar la bienvenida al nuevo integrante.
- ✓ Explicar las expectativas que posee la empresa.
- ✓ Entregar los manuales de procedimientos, políticas, normas y reglamentos y preguntar algunas
- ✓ Familiarizar al empleado con las instalaciones físicas de la empresa.
- ✓ Explicar las funciones y responsabilidades del puesto.
- ✓ Presentar al equipo de trabajo.
- ✓ Aprendizaje interactivo participativo en la empresa.
- ✓ Firma del Contrato de Trabajo.

Atención al cliente.

Solución de problemas de clientes.

Atención a sugerencias.

Elaboración de evaluación de satisfacción de los clientes.

Entrega de reportes del departamento a Gerencia de servicio.

Atención a inquietudes de clientes.

Negociación de contratos.

Área Personal.

Jefe de Meseros.

Este profesional debe mentalizarse en su función, que es lograr una excelencia en el servicio, inculcándoles a sus colaboradores en todo momento el valor de esa palabra.

Funciones:

- ✓ Deberá supervisar que el mise en place esté terminada antes de comenzar cada servicio incluyendo la perfección en el uniforme del personal y su llegada a horario.
- ✓ Controlar que tanto él mismo, como los meseros, barman, etc. Tengan su uniforme y zapatos impecables.

- ✓ Supervisará y coordinará el trabajo de los meseros así como también de las personas encargadas de realizar las funciones designadas.
- ✓ Supervisará y dará pautas acerca del inventario, además deberá prever y hacer los pedidos correspondientes para las necesidades.
- ✓ Mantendrá una buena relación con el jefe de cocina, persona de relaciones públicas y barman para coordinar esfuerzos.
- ✓ Dispondrá de conocimiento de las promociones y del grado de ocupación del local para ver como se manejará la afluencia de comensales.
- ✓ Deberá saber resolver situaciones de reservas no programadas y pedidos de último momento.
- ✓ Se pondrá en contacto con el barman y el jefe de cocina para chequear los faltantes.
- ✓ En los días de mucho trabajo debe estar atento a la cocina y la demora que pudiera surgir en los platos.
- ✓ Instruir al personal de acuerdo a las necesidades de la empresa.
- ✓ Deberá supervisar intensamente la exposición de las mesas, si están de acuerdo a las necesidades del evento.
- ✓ Pedirá reuniones con directivos para limar asperezas.
- ✓ Supervisará el cumplimiento de las reglas de trabajo.
- ✓ Deberá mantener un estilo de servicio de su salón.

Meseros.

Responsabilidades:

- Repasar que todo el material a utilizar durante el turno se encuentre en perfecto estado, tanto de su sector como la de la mise en place.
- Preparar las mesas de su sector y tener en mise en place la renovación de los elementos para las mesas.
- Controlar la cantidad de saleros adecuados para las mesas y que tengan todas las mesas sus ceniceros.
- Hacer el pedido de mantelería para tener las mesas en perfecto estado.
- Tener antes del servicio los utensilios necesarios para el servicio: encendedor, saca corchos, etc.
- Estará atento en todo momento, para control de entradas y salidas, dará la bienvenida y despedirá al cliente dándole las gracias por su presencia y preguntándole si todo estuvo a su gusto. Se pondrá a sus órdenes para próximos eventos.

Reglas con respecto al cliente:

- Tratar a los clientes siempre de usted y mantener siempre la calma.
- No dar la espalda inmediatamente y nunca estar distraído.
- Llevar cubiertos en servilleta y tomar los cubiertos por la punta del mango.

- No marcar con los dedos las copas ni platos y si se le cae algo recogerlo inmediatamente como si no hubiera sucedido nada.
- Pedir disculpas si ensucia a alguien y solucionarlo.
- Realizar todo el evento establecido para el servicio de bebidas y alimentos.
- Debe estar atento siempre la pulcritud del mismo, uniforme y su aspecto personal.
- No gritar en el servicio, no señalar con el dedo y no tener discusiones.
- No se debe formar grupos en el salón para hablar.

Ayudante:

Sus funciones principales son las de asistir en todo momento al mesero, en lo que necesite ya sea el armado o desmontaje de mesas como el de levantamiento de copas, cubiertos y demás.

Además deberá ayudarlo y complementarse en caso que necesité ayuda con las mesas.

SEGURIDAD INDUSTRIAL DEL PERSONAL.

Para evitar ciertos riesgos en el puesto de trabajo o en el área de cocina, es necesario adoptar medidas de seguridad para prever accidentes, son las siguientes:

❖ **Caídas.**

No correr por la cocina, camine.

Evitar pisar sobre superficies mojadas y utilizar calzado antideslizante.

Conserve en debido orden las instalaciones de las zonas de trabajo y de paso, manteniéndolos sin obstáculos.

Garantice una iluminación adecuada.

En ocasiones manipulamos objetos pesados, (cajas de alimentos, cacerolas, bandejas, etc.) en la que podemos tener riesgos de caída y ocasionar lesiones, si se tiene que manipular objetos grandes, podemos solicitar ayuda a los demás compañeros de trabajo.

❖ **Sobreesfuerzos.**

Para la transportación de objetos pesados, se deberá utilizar la ayuda de carros transportadores.

La manipulación de cajas y objetos de forma manual, se realizará transportando el menor peso posible, manteniendo la espalda recta y la carga cerca del cuerpo, sin realizar giros del tronco.

❖ **Cortes por objetos.**

En el manejo de cuchillos y otros objetos corto punzantes se debe tener más precaución y mantener siempre los cuchillos bien afilados.

Utilice el cuchillo adecuado para cada tarea.

Asegúrese de que todas las máquinas disponen de mecanismos de protección, y de que todos los trabajadores los utilizan al manejarlas.

Usar las máquinas de manera adecuada, sin poner fuera de funcionamiento las protecciones de que disponga.

❖ **Contacto térmico o quemaduras.**

Uno de los riesgos que ocurren con más frecuencia en la cocina es el contacto térmico con superficies calientes de ollas, sartenes, cocinas, así como la proyección de vapor, para evitarlos se debe:

No llenar los recipientes hasta arriba y cambiar el aceite en frío.

Poner los mangos de los recipientes hacia el interior de los fogones y abrir despacio y con cuidado las tapaderas de los recipientes calientes.

❖ **Incendio.**

En caso de detectar un incendio, se debe mantener la calma y comunicar a los demás empleados sin crear alarma, una vez comunicado se activará el plan de

emergencia y se llamará a la central de bomberos para que ellos brinden la ayuda necesaria.

Mantenga los equipos eléctricos en buen estado y compruébelos periódicamente.

Dote a las freidoras de fondo profundo de termostatos para evitar el sobrecalentamiento.

Limpie los colectores de grasa, campanas extractoras y filtros.

Marque las salidas de incendio y manténgalas libres de obstáculos.

Instale extintores y compruébelos.

❖ **Instalaciones de gas.**

Para encender el fogón se procederá de la siguiente forma: primero se aproximará la llama y después se abrirá la perilla de la cocina, en caso de escape de gas no encender mecheros o cerillas, cerrar las llaves de paso y ventilar la zona hasta que se arregle la fuga de gas.

❖ **Máquinas en general.**

Cuando se estén limpiando las máquinas, éstas deberán estar desconectadas de la fuente eléctrica.

Usar las maquinas de forma adecuada.

Usar los dispositivos de protección.

❖ **Riesgo eléctrico.**

Revisa el estado de cables y enchufes antes de conectarlos a la red eléctrica y no utilizar aparatos eléctricos con las manos húmedas o mojadas porque podría ocasionar un corto circuito.

❖ **Fatiga postural.**

Las posturas incorrectas y posturas forzadas son causa de muchos problemas músculo esqueléticos, para prevenir su aparición se debe alternar funciones.

Utilice dispositivos auxiliares mecánicos siempre que resulte posible, como carretillas de cuatro ruedas o para sacos.

Asegúrese de adaptar el diseño del lugar de trabajo con arreglo a los empleados, y de que éstos reciban instrucciones sobre el modo de utilizarlos dispositivos auxiliares mecánicos.

Al izar o transportar, mantenga la carga tan cerca del cuerpo como sea posible.

Reponga las estanterías de una manera segura.

❖ **Exposición a productos químicos.**

En la utilización de productos químicos, se debe tener muy en cuenta la etiqueta del envase, o la ficha de seguridad del producto, se debe seguir estrictamente las formas de utilización, antes de manipularlos, siempre se debe utilizar guantes y mascarilla.

Los agentes limpiadores deben conservarse únicamente en recipientes cuya forma o designación garantice que el contenido no pueda confundirse con alimentos.

Al utilizar agentes limpiadores peligrosos debe emplearse equipo de protección, son equipos de protección individual las mascarillas y las gafas de seguridad, así como los dispositivos de protección contra inhalaciones, los guantes protectores, los delantales de caucho y las botas de seguridad.

❖ **Estrés.**

En ocasiones la exigencia de las tareas a realizar nos somete a una presión de trabajo excesivo, lo que nos produce un cierto grado de estrés, que nada beneficia a nuestra salud, a la relaciones con los demás y en definitiva al desarrollo normal del trabajo por eso siempre hay que planificar el trabajo antes de iniciarlo.

Reduzca las cargas de trabajo elevadas mediante el rediseño de los puestos de trabajo.

Procure que los trabajadores participen en la toma de decisiones.

Mejore la seguridad de los trabajadores que tienen contacto con los clientes, e impartir formación sobre el modo de tratar a los que se muestren agresivos o resulten difíciles en general.

ESTUDIO DEL IMPACTO AMBIENTAL.

❖ Antecedentes.

Un problema relevante en nuestro país y a nivel mundial es el manejo de residuos que se generan cada vez en mayor cantidad y terminan en veraderos, quebradas y rellenos que cada día son más escasos o que han llegado a colisionar es por esto que el reciclaje es una alternativa que persigue el uso moderado y la reutilización de materiales y residuos para cuidar el medio ambiente. Además contribuye a la disminución de los residuos municipales, disminución de la contaminación del medio ambiente, y un notable ahorro de los recursos naturales.

❖ Gestión y manejo de residuos.

El manejo de residuos parte de la identificación de la cantidad y naturaleza de los residuos dependiendo de su origen. Por eso, se suelen distinguir tres grandes grupos:

Residuos Sólidos Urbanos son las basuras que producimos diariamente en nuestras casas, tiendas, oficinas, mercados, restaurantes, calles, o comedores (papel, cartón, envases y restos de alimentos...).

Residuos Tóxicos y Peligrosos son los producidos en procesos industriales y que deben ser gestionados de forma especial. En nuestras casas también tenemos este tipo de residuos (lejía, pinturas, aerosoles, disolventes, pilas...).

Otros Residuos son aquellos que producimos en actividades industriales o de construcción y no experimentan transformaciones físico- químicas o biológicas una vez vertidos (escombros, embalajes, escorias, etc.).

❖ **Implementación de reciclaje.**

❖ **Reciclaje**

El reciclaje es la única medida de la disminución de residuos.

Es la transformación de las formas y presentaciones habituales de los objetos de cartón, papel, lata, vidrio, algunos plásticos y residuos orgánicos, en las que se puede volver a ser utilizadas mediante determinados procesos a los que se someten.

❖ **Objetivos del Reciclaje.**

Promover la sensibilización y comprender la importancia del reciclaje al realizar las labores dentro de la empresa.

Practicar e impulsar el reciclaje en para convertirse en una cultura en la empresa y de la sociedad.

❖ **Medidas generales para el reciclaje.**

La empresa debe evitar comprar elementos innecesarios que rápidamente pierden utilidad y se convierten en basura.

Reutilizar los productos adquiridos, es decir sacarles el máximo provecho. Evitando malgastarlos.

Separar las basuras en diferentes depósitos.

Sacar y entregar al recolector de la basura.

❖ **Medidas de ahorro de recursos naturales.**

Uso de contenedores para clasificar la basura.

Contenedor de materiales orgánicos.

Contenedor de papel y cartón.

Contenedor de plásticos y metales.

Contenedor de vidrio.

Otros residuos.

❖ **Manejo del material orgánico.**

Se encuentra conformada por materia orgánica que son todos los que son generados por residuos orgánicos como: restos de comida sin embargo no se tiene en cuenta que estos restos pueden ser reutilizados como abonos para las plantas que conforman la empresa para aprovechar de mejor manera.

❖ **Manejo del papel y cartón.**

Lo conforma el papel y el cartón existen empresas especializadas en el reciclaje del papel, sin embargo podemos optimizar su uso:

Minimizar el consumo del papel fotocopiado e imprimiendo a doble cara.

Disminuir el tamaño de la letra.

Imprimir en calidad de borrador.

Uso de papel reciclado.

Reutilización del papel que ha sido ocupado en una sola cara para tomar apuntes y notas.

Reutilización de cajas de cartón para almacenar otros productos.

❖ **Manejo de plásticos y metales.**

Su reutilización es fundamental pues es resistente a agresiones físicas.

Reutilización de envases previa esterilización.

Compactado de materiales que sean posibles.

❖ **Manejo del vidrio.**

Su ventaja es que puede ser reutilizado a través de la fundición para generar nuevos productos y evitando fabricarlo con nuevas materias primas. Es resistente a la oxidación y no presenta alteración, pero es frágil y de alto peso.

Reutilizar determinados envases de vidrio después de la esterilización debida.

❖ **Manejo de otros residuos.**

Corresponden todos aquellos residuos que no poseen un lugar en la clasificación anterior.

❖ **Políticas ambientales para buenas prácticas ambientales.**

Evitar el uso de envoltorios innecesarios.

Separar y depositar los residuos en los envases adecuados.

Utilizar el papel a las dos caras si es posible.

Usar papel reciclado y separarlo, es importante para proteger el medio ambiente.

El papel reciclable no se debe mezclar con papel sucio, pañuelos desechables, papel de aluminio, papel de fax, papel engomado, plastificado, encerado, etc.

Prevenir la contaminación y el impacto nocivo en el medio ambiente.

Desarrollar siempre prácticas respetuosas con el medio y la correcta gestión de los residuos.

Utilice envases susceptibles de ser almacenados.

❖ **Cronograma de actividades y control.**

Desarrollar y fomentar una política ambiental a través de objetivos generales que garanticen el avance del proyecto en la publicidad del local.

Mantener informados a los trabajadores sobre las pautas a seguir, ya que ellos pueden comunicar a los clientes sobre todo tipo de información y sugerencias de mejora ecológica.

Plan de manejo de desperdicios y residuos.

Conocer los requisitos de gestión de residuos.

Coordinar el uso de contenedores de acuerdo a la clasificación antes mencionada en los lugares adecuados para facilitar la implicación de los trabajadores.

Contactar con empresas especializadas en el reciclaje.

Capacitar e informar a través de las carteleras de medidas para cuidar el medioambiente.

❖ **Programa de información y seguimiento.**

Comunicación a todos los actores e involucrados empleados y clientes sobre las actividades a desarrollar y los planes a utilizar en cada una de las actividades, debiendo actualizar, renovar y comunicar periódicamente a todo el personal, a través de carteleras informativas para que estén al tanto y si surgen inquietudes deban preguntar a sus superiores para aclarar las dudas.

El reciclaje permite que todos los involucrados participen activamente e incluso motiven a los clientes en la adquisición de buenas prácticas ambientales reduciendo el impacto de su gestión y control de procesos y actividades.

ANEXOS.

MODELO DE CONTRATO PARA UN EVENTO.

Conste por el presente documento, el contrato que celebran de una parte (Nombres y Apellidos), representante legal del evento, identificada con CI. N° #####, con domicilio fiscal (Datos del domicilio), con RUC N° #####, a quien en adelante se denominará EL CLIENTE, y de la otra (el nombre de la empresa) con RUC N° #####, debidamente representada por su Gerente General, (Nombres y Apellidos), identificado con CI. N° #####, con domicilio en (Datos del domicilio), a quien en lo sucesivo se le denominara. LA EMPRESA.

PRIMERA.- EL CLIENTE requiere contar con los servicios de la organización de un evento (tipo de evento a realizarse), que se realizará: (fecha del evento), desde (hora y duración del evento).

SEGUNDA.- Los asistentes al evento serán (# de pax).

EL CLIENTE podrá modificar (incrementar o disminuir en un 10%) unilateralmente la cantidad de invitado, siempre que lo haga con 5 días de anticipación previas a la fecha del evento, teniendo que respetar LA EMPRESA todos los precios y condiciones estipulados para el servicio del presente contrato.

Para su constatación, la declaración sobre la variación en el número de asistentes deberá realizarse por cualquier medio del que quede constancia, siendo de cuenta de EL CLIENTE la prueba de su ejercicio.

Si el número final de asistentes resultara superior al inicialmente acordado o al comunicado, LA EMPRESA estará facultada a incrementar el precio según la

cantidad de asistentes en exceso hasta en un 10%. Si el número final de asistentes resultara inferior al inicialmente acordado o comunicado, EL CLIENTE estará obligado a abonar lo inicialmente contratado o comunicado.

TERCERA.- EL CLIENTE manifiesta (lugar del evento) donde se desarrollará el evento y que el mismo es de su conocimiento y agrado.

CUARTA.- Si EL CLIENTE desea cambiar de locación, se procederá a realizar el cambio siempre que exista disponibilidad de salones y EL CLIENTE pague la penalidad que LA EMPRESA imponga, así como toda diferencia del costo anterior.

QUINTA.- Mediante el presente documento, EL CLIENTE contrata los servicios de LA EMPRESA para que elabore un menú especial de bocaditos y bebidas, para (# asistentes). LA EMPRESA se compromete a elaborar el siguiente menú y bebidas para (# invitados).

MENÚ (descripción).

SEXTA.- Queda convenido que EL CLIENTE para el desarrollo óptimo del evento materia del presente Contrato, contrata a LA EMPRESA para que brinde las siguientes prestaciones complementarias:

Show artístico.

Equipos

Menaje

Cristalería

Personal

SÉPTIMA.- El costo total del evento a realizarse es de \$..... (USD). Se hará efectivo en la forma siguiente:

Un 50% sobre el total de los servicios contratado a la firma del presente documento, cantidad que se denomina señal.

Un 20% en los cinco días anteriores a la fecha de la celebración.

La cantidad restante será abonada por el usuario en el plazo de 7 días contra factura debidamente desglosada por todos los conceptos.

LA EMPRESA reconoce a EL CLIENTE el derecho unilateral de abandono del presente contrato siempre que se ejercite antes de que falten dos meses para la celebración. Debiendo en este caso LA EMPRESA reintegrar la totalidad de la señal. Sin perjuicio de las indemnizaciones por daños y perjuicios que, en su caso, resulten procedentes, se estipula una cláusula penal por anulación total de la celebración provocada unilateralmente por una parte, consistente en un importe idéntico al de la señal si la anulación se realizase el día antes de la celebración y, proporcionalmente, si la anulación se produce en un plazo inferior a los dos meses citados anteriormente.

OCTAVA.- En caso que EL CLIENTE se atrase en el pago, LA EMPRESA se reserva el derecho de cobrar una multa de 2% (sobre el valor total del pago en cuestión, a manera de interés de 0,2% (CERO COMA DOS POR CIENTO) al día del valor total del evento.

NOVENA.- En ningún caso los asistentes al evento, tanto EL CLIENTE como los invitados, podrán ingresar al local con bebidas alcohólicas y no alcohólicas.

DÉCIMA.- El local deberá ser desocupado totalmente por los asistentes dentro del horario establecido como cierre. Pasadas las horas convenidas para realizar el evento, EL CLIENTE deberá pagarle a LA EMPRESA, por hora que se agregue, la suma de \$. (USD.). Al finalizar la fiesta.

Las partes recorrerán las instalaciones del local a fin de constatar su estado, se dejará constancia de los elementos faltantes, si los hubiera y de los deterioros producidos si existieran.

DÉCIMO PRIMERA.-Las partes acuerdan que los daños que pudiera ocasionar EL CLIENTE en el área total del local y/o menaje de LA EMPRESA, serán de absoluta responsabilidad de EL CLIENTE, debiendo asumir el costo de dichos daños, el mismo que deberá ser rembolsado a LA EMPRESA dentro de las 48 horas siguientes a la conclusión del evento.

Asimismo, queda establecido que objetos tales como pancartas, banderolas, pantallas, cuadros, monitores, trofeos, afiches, mobiliario, objetos personales y/o decorativos y cualquier otro objeto en general que EL CLIENTE hubiere dejado en el local de LA EMPRESA, con su respectiva Guía de Remisión, no podrán permanecer en éste más de 24 horas, tiempo dentro del que, EL CLIENTE, deberá retirarlos. En caso contrario, EL CLIENTE acepta expresamente su renuncia a los mismos, sin lugar a reclamo alguno o compensación de ningún tipo.

DÉCIMO SEGUNDA.- Queda también establecido que LA EMPRESA se reserva el derecho de suspender el evento en el caso de incumplimiento de alguna cláusula

del presente contrato o en caso que los asistentes ocasionen disturbios de cualquier tipo o que se ponga en riesgo la seguridad dentro del local.

DÉCIMO TERCERA.- EL CLIENTE para efectos de realizar todo tipo de coordinaciones con el personal y Apoderados de LA EMPRESA, designa como su Representante a, identificada con CI....., quedando facultada para ordenar consumos extras o adicionales y/u ordenar cambios o modificaciones en los detalles del evento obligando en este sentido en forma válida a LA EMPRESA.

Los contratantes se someten a la Jurisdicción y Competencia de los Jueces y Tribunales, señalando como sus domicilios los indicados en la introducción del presente Contrato. Los otorgantes declaran que lo manifestado en las cláusulas que anteceden, es el fiel reflejo de su libre voluntad, renunciando a cualquier acción que por cualquier concepto les pudiera corresponder para invalidar el mérito y efectos de este documento, en fe de lo cual firman al pie en dos ejemplares, a los (días, mes, año).

_____	_____
Nombre del representante de la Empresa	Nombres y Apellidos Cliente

Recuerden las partes leer detenidamente el contrato antes de firmarlo)

MONTAJES DE MESAS



MODELO DE UNA COCINA

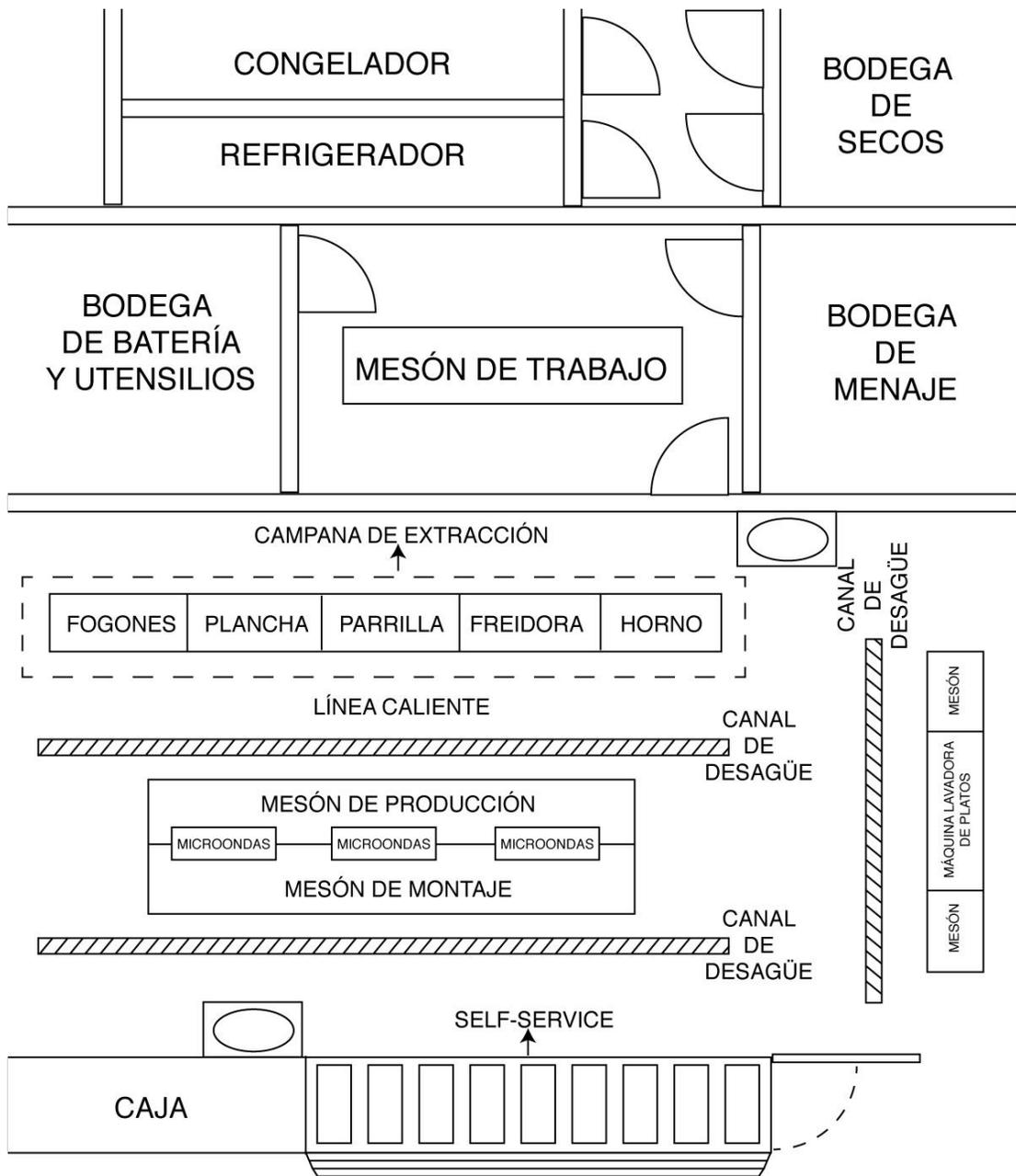


TABLA DE AMORTIZACIÓN DE UN PRÉSTAMO

Préstamo 12.000,00

Interés 14,66% anual

Interés mensual 0,0122

Período 36,00

FECHA	PAGO	INTERES	AMORTIZACION	SALDO
0				12000,00
1	413,87	146,40	267,47	11732,53
2	413,87	143,14	270,73	11461,79
3	413,87	139,83	274,04	11187,76
4	413,87	136,49	277,38	10910,38
5	413,87	133,11	280,76	10629,61
6	413,87	129,68	284,19	10345,42
7	413,87	126,21	287,66	10057,76
8	413,87	122,70	291,17	9.766,60
9	413,87	119,15	294,72	9.471,88
10	413,87	115,56	298,31	9.173,56
11	413,87	111,92	301,95	8.871,61
12	413,87	108,23	305,64	8.565,97
13	413,87	104,50	309,37	8.256,60
14	413,87	100,73	313,14	7.943,46
15	413,87	96,91	316,96	7.626,50
16	413,87	93,04	320,83	7.305,67
17	413,87	89,13	324,74	6.980,93
18	413,87	85,17	328,70	6.652,23
19	413,87	81,16	332,71	6.319,51
20	413,87	77,10	336,77	5.982,74
21	413,87	72,99	340,88	5.641,86
22	413,87	68,83	345,04	5.296,82
23	413,87	64,62	349,25	4.947,57
24	413,87	60,36	353,51	4.594,05
25	413,87	56,05	357,82	4.236,23
26	413,87	51,68	362,19	3.874,04
27	413,87	47,26	366,61	3.507,43
28	413,87	42,79	371,08	3.136,35
29	413,87	38,26	375,61	2.760,74
30	413,87	33,68	380,19	2.380,55
31	413,87	29,04	384,83	1.995,72
32	413,87	24,35	389,52	1.606,20
33	413,87	19,60	394,28	1.211,92
34	413,87	14,79	399,09	812,84
35	413,87	9,92	403,95	408,88
36	413,87	4,99	408,88	0,00

VI. CONCLUSIONES

No existen empresas dedicadas a los servicios de catering dentro de la ciudad, las personas que brinda este servicio se puede decir que trabaja empíricamente, pues no han renovado sus ofertas y su oferta gastronómica es similar.

El servicio de Catering, en la actualidad ha tomado una gran acogida en ciertas ciudades y variaciones en la presentación de aquellos manjares que se pueden ofrecer de manera que se puede aumentar alimentos elaborados con creatividad, y no precisamente serán las preparaciones clásicas que se presenten sino incluir sabores poco tradicionales y por qué no ancestrales, sin dejar de tomar en cuenta el precio atractivo, pero un servicio de calidad.

El cliente es una persona que gusta de un buen trato, su elección está en las facilidades y el profesionalismo que refleja la empresa contratada ya que la buena presentación de alimentos y menús equilibrados, vistosos, etc., obtiene resultados exitosos, esta propuesta debe llenar las expectativas demostrando por sobre todas las cosas calidad en: métodos, procesos y manipulación de alimentos. Sin descuidar el aportar con nuevas ideas y tendencias.

Los servicios de alimentación que existen dentro de la ciudad no manejan un control o manejo de servicio para el personal; no tienen tampoco el interés por cambiar o mejorar el servicio o la calidad de los productos que los ofertan.

Falta implementación de Reciclaje, el plan de reciclaje de las empresas o establecimientos que ofrecen servicios de alimentación no cumple con las expectativas de las mismas, precautelar el medio ambiente y sobretodo de difundir una cultura de cuidado y protección basada en el reciclaje.

VII. RECOMENDACIONES

Es necesario contar con una empresa de catering dentro de la ciudad.

Se recomienda realizar supervisiones constantes en las áreas de cocina y de servicio con el fin de identificar cualquier falencia existente, para poder dar una pronta solución al problema.

Es importante que la empresa de catering cuente con un plan de incentivos, charlas, inducciones, capacitación, las mismas ayudarán al desenvolvimiento eficaz de las operaciones, creando un ambiente agradable de trabajo.

Se sugiere que la planeación estratégica sea leído por el personal administrativo y operativo con el fin de enriquecerse de conocimientos que les permitirán aplicarlos en sus puestos de trabajo.

VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

- **Felipe Gallego, J.PeyrolónMelendo, R.** Diccionario de hostelería: Hostelería y turismo, restaurante y gastronomía, cafetería y bar. Australia: Paraninfo, 2004.
- **Kinton, R. Ceserani, V. Foskett, D.** Teoría del Catering: Zaragoza; Acribia, 1995
- **Leiva Zea, F.** Nociones de metodología de Investigación Científica. 2da. Edición 2005.
- **Dorado A, Alonso L, Díaz A, López JC, Sánchez A,** Cocina Fácil, Madrid: Cultural, 2003
- **ISMAL, Ahmed,** Congresos y Catering Organización y Ventas: España; EditorialThompson,2001.
- **CAST,** Manual de Manejo Medio Ambiental: Guatemala;Edicar, 1998.
- **MINTZBERG, H.** El proceso estratégico: México; Prentice Hall, 1998.

- **GASTRONOMÍA (CONCEPTO)**
<http://deconceptos.com>
2012-11-20
- **EVENTOS (SERVICIOS)**
<http://www.vpenter.com>
2012-11-22
- **CATERING (EMPREDIMIENTO)**
<http://www.mercadoynegocios.net>
2012-11-22

- **EMPRESA (IMAGEN)**

<http://www.blog-emprededor.info>

2012-11-15

- **SEGURIDAD(TEORÍA)**

www.seguridadindustrial.org

2013 - 03 - 05

- **MEDIO AMBIENTE (RECICLAJE)**

<http://escuelas.consumer.es>

2013-03-05

IX. ANEXOS

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA
ESCUELA DE GASTRONOMÍA**

ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN DE SALCEDO.

Objetivo: Realizar la planeación estratégica para servicios de catering en la ciudad de Salcedo.

1.- ¿Conoce las empresas que ofrecen servicio de catering?

Si cual.....
No

2.- ¿Conoce personas que ofrezcan servicio de alimentación para eventos sociales?

Si Nombre..... Dirección.....
No

3.- ¿Califique el servicio brindado por las empresas o personas que conoce que brindan dicho servicio, con números del 1 al 5 donde 1 es la más baja nota y 5 la más alta.

1 2 3 4 5

4.- ¿Con qué frecuencia realizan eventos sociales?

Semanal
Quincenal
Uno por mes
Cada 3 meses
Cada 6 meses
Cada año

5.- ¿Qué días prefiere realizar un evento?

Lunes
Martes
Miércoles
Jueves
Viernes
Sábado
Domingo

6.- En los eventos que usted ha asistido califique con el número más alto los puntos más importantes que consideró durante el evento, con números del 1 al 8 donde 1 es la más baja nota y 8 la más alta.

Comida
Organización
Ambientación.

Protocolo
Local
Música.
Iluminación
Sonido.

7.- ¿Qué tiempo se demora (n) en planificar un evento?

De 1 día a 2 días
1 semana
15 días a 30 días
De 1 a 2 meses
De 2 a 4 meses
Más de 4 meses

8.- ¿Qué valor estaría dispuesto a pagar por persona para su evento?

\$ 5 a 7
\$ 7.01 a 10
\$ 10.01 a 15
Más de \$ 15.01

9.- ¿Considerando el precio anteriormente señalado marque los servicios para su evento?

Comida
Servicio de meseros
Local
Música
Menaje
Vajilla
Cristalería
Carpas
Cd móvil
Orquesta
Iluminación
Maestro de ceremonia
Animador
Hora loca

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.