

**UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR UNIB.E**

**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN HOTELERA Y GASTRONOMÍA**

**ESCUELA DE GASTRONOMÍA**

**TESIS PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS GASTRONÓMICAS.**

**“IMPLEMENTACION DE UN SERVICIO DE CATERING CORPORATIVO  
ESPECIALIZADO EN LA PREPARACION DE ENSALADAS”**

**AUTOR:**

**DAVID ALEXANDER JACHO TINOCO**

**DIRECTORA:**

**ING. ANDREA SANTANDER**

**QUITO ECUADOR**

**2012**

## DECLARATORIA DE AUTORIA

Cualquier situación que surja con los criterios expuesto en este trabajo no se responsabilice a la Universidad Iberoamericana del Ecuador UNIB.E., ni a la Escuela de Gastronomía y de ninguna manera a la Directora del Trabajo de Titulación, ya que son de exclusiva responsabilidad del estudiante que investigo el tema, asumiendo cualquier situación de riesgo que del mismo se derive.

Su autor

-----

David Alexander Jacho Tinoco

## **INFORME DEL DIRECTOR**

Yo como directora de la presente tesis declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con el estudiante, orientando sus conocimientos para un adecuado desarrollo del tema escogido, y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos”.

-----  
**ING ANDREA SANTANDER**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a todos quienes han colaborado en esta tarea, a mi Directora de tesis la Ing. Andrea Santander, quien me ayudo a fomentar y poner en práctica mi conocimiento, a mis amigos y profesores quienes contribuyeron a excelente la presentación de este trabajo.

DAVID ALEXANDER JACHO TINOCO

## DEDICATORIA

El presente trabajo va dedicado a mi padre quien con su apoyo incondicional ayudo a culminar mi carrera, por soportar dificultades que se presentaron en la misma, es por eso que siento un profundo agradecimiento y admiración hacia el.

A mi madre que aunque no esté a mi lado siento que desde donde esta se siente orgullosa de mi por haber alcanzado lo que ella más anhelaba para mí, por fomentar en mi valores importantes que han hecho posible este logro.

A mi hermano que contribuye día a día a esforzarme, para ser una mejor persona y un ejemplo para él, de igual manera a mi abuelita quien para mi es una madre más que con su apoyo y cariño inmenso me alienta a superarme día a día.

A mi novia Cinthya quien con su cariño y que en innumerables ocasiones ayudo a que este trabajo sea posible.

DAVID ALEXANDER JACHO TINOCO

<b>CAPITULO I</b>	<b>1</b>
<b>RESUMEN</b>	<b>1</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>1</b>
<b>JUSTIFICACION</b>	<b>2</b>
<b>DEFINICION DEL PROBLEMA</b>	<b>2</b>
<b>OBJETIVO GENERAL</b>	<b>3</b>
<b>OBJETIVOS ESPECIFICOS</b>	<b>3</b>
<b>CAPÍTULO II</b>	<b>5</b>
<b>2. Marco Teórico</b>	<b>5</b>
<b>2.1 Empresas de Catering</b>	<b>5</b>
<b>2.1.1 Personal de Servicio</b>	<b>6</b>
<b>2.1.2 Planificación de la cocina</b>	<b>7</b>
<b>2.1.3 Organización del trabajo en la cocina</b>	<b>8</b>
<b>2.2 Sistemas convenience food</b>	<b>8</b>
<b>2.2.1. Concepto, características y objetivos de la oferta menú</b>	<b>9</b>
<b>Concepto de menú</b>	<b>9</b>
<b>Características del menú</b>	<b>9</b>
<b>Interacciones de la planificación de menús con otros sistemas o departamentos</b>	<b>9</b>

<b>2.3 Calidad y sistemas de calidad</b>	<b>10</b>
<b>2.3.1 Conceptos de calidad y aspectos relacionados</b>	<b>10</b>
Calidad de diseño manufacturada	10
Normas bases para la calidad	10
<b>2.3. Medición de las características de la calidad</b>	<b>11</b>
El marketing	11
El equipamiento	11
Atributos del producto	11
Extensión del Producto	12
Las compras	12
El almacenamiento	12
La producción	12
La gestión	13
<b>2.4 Elaboración de buenas recetas</b>	<b>13</b>
<b>2.5. Gestión de compras</b>	<b>13</b>
Función de compras	14
<b>2.6. Métodos de cultivo</b>	<b>14</b>
<b>2.7. Lechuga</b>	<b>15</b>

<b>La lechuga romana</b>	<b>16</b>
<b>La lechuga del tallo</b>	<b>16</b>
<b>Lechuga para cortar</b>	<b>17</b>
<b>Lechuga de hoja de roble</b>	<b>17</b>
<b>Lechuga china</b>	<b>17</b>
<b>2.8. El palmito</b>	<b>19</b>
<b>2.9. El pimiento</b>	<b>20</b>
<b>2.10. Tomates</b>	<b>21</b>
<b>Tomates de invernadero</b>	<b>21</b>
<b>Tomatillo</b>	<b>23</b>
<b>2.11. Mini hortalizas</b>	<b>24</b>
<b>2.11.1. Comer mejor en el mejor de los mundos</b>	<b>24</b>
<b>2.11.2. Sustancias nutritivas básicas</b>	<b>24</b>
<b>2.11.3. La concentración nutritiva</b>	<b>26</b>
<b>2.11.4. Hábitos alimenticios</b>	<b>26</b>
<b>2.11.5. Vitaminas y principios minerales</b>	<b>27</b>
<b>2.12. Verduras saludables</b>	<b>29</b>
<b>2.12.1. Desayuno</b>	<b>30</b>
<b>2.13. Ensaladas</b>	<b>33</b>



<b>2.14 CATERING</b>	<b>34</b>
<b>Transporte</b>	<b>34</b>
<b>Instrumentos de venta de catering</b>	<b>35</b>
<b>Sistemas de Calidad a empresas en Ecuador</b>	<b>36</b>
<b>CAPITULO III</b>	<b>38</b>
<b>3.1. Resumen Ejecutivo</b>	<b>38</b>
<b>Introducción</b>	<b>38</b>
<b>Misión</b>	<b>38</b>
<b>Visión</b>	<b>38</b>
<b>3.2. Valores</b>	<b>39</b>
<b>3.3. Mercado Potencial</b>	<b>39</b>
<b>3.4. Estructura Legal</b>	<b>40</b>
<b>3.5. Producto</b>	<b>41</b>
<b>3.6. Publicidad</b>	<b>42</b>
<b>Logotipo/Slogan de la empresa</b>	<b>44</b>
<b>3.7. Presupuesto</b>	<b>45</b>
<b>3.8. Organigrama jerárquico y funcional de la empresa</b>	<b>48</b>
<b>3.8.1. Organigrama jerárquico de la empresa</b>	<b>48</b>
<b>3.8.2. Organigrama Funcional de la Empresa</b>	<b>49</b>

<b>3.9. ENCUESTA</b>	<b>50</b>
<b>3.9.1. GRAFICOS</b>	<b>51</b>
<b>TABLA 1</b>	<b>51</b>
<b>GRAFICO 1</b>	<b>51</b>
<b>TABLA 2</b>	<b>52</b>
<b>GRAFICO 2</b>	<b>52</b>
<b>TABLA 3</b>	<b>53</b>
<b>GRAFICO 3</b>	<b>53</b>
<b>TABLA 4</b>	<b>54</b>
<b>GRAFICO 4</b>	<b>54</b>
<b>TABLA 5</b>	<b>55</b>
<b>GRAFICO 5</b>	<b>55</b>
<b>TABLA 6</b>	<b>56</b>
<b>GRAFICO 6</b>	<b>56</b>
<b>TABLA 7</b>	<b>57</b>
<b>GRAFICO 7</b>	<b>57</b>
<b>3.10. ANALISIS FODA</b>	<b>58</b>
<b>3.11. Recetas Estándar</b>	<b>59</b>
<b>CAPITULO IV</b>	<b>68</b>

<b>Marco Conclusivo</b>	<b>68</b>
<b>4.1 Conclusiones</b>	<b>68</b>
<b>4.2 Recomendaciones</b>	<b>69</b>
<b>Bibliografía</b>	<b>70</b>

## **CAPITULO I**

### **RESUMEN**

Este proyecto es una idea principal que nace con su finalidad de concientizar a las personas de la manera que se alimentan cuando están en sus trabajos y lo que consumen y deberían consumir fuera de ellos. Los ecuatorianos por sus largas jornadas de trabajo y el poco tiempo que le dedican a la comida hace que este proyecto sea atractivo ya que por medio del el nos daremos cuenta la importancia de comer sano.

Se realizara para personal de sector publico y privado , este catering de ensaladas este enfocado en el sector de la Mariscal ya que es un lugar que según estadísticas y encuesta es muy transitado y existen a su alrededor oficinas.

Por medio de encuetas y cuadros estadísticos pudimos analizar diversos gustos y preferencias que nos permitirá innovar cada día y seguir manteniéndonos en el mercado.

Poseemos un solido grupo de trabajo que dominara las áreas que vamos a ingresar, el mercado es óptimo para posicionar la idea.

### **INTRODUCCIÓN**

El pensar en una ensalada nos da la idea de un plato lleno de vegetales o verduras que a muchos desagrada y nos resulta poco apetitoso sin embargo si se les agrega ingredientes o productos que realcen el sabor y la estética con el que las vemos habitualmente.

Una ensalada es una mezcla de alimentos en los que destacan los vegetales y las frutas, esto hace de este un plato bajo en calorías, rico en nutrientes y que además nos brinda saciedad. Estas cualidades hacen de la ensalada un plato lleno de beneficios.

Por esta razón el implementar un servicio de alimentación institucional o catering de ensaladas hace de este un proyecto viable si se toma en cuenta que la ciudad de Quito se caracteriza por su constante movimiento en periodos u horarios de oficina ajustados que dejan un periodo muy corto para la ingesta adecuada de alimentos dando como resultado la búsqueda de otras opciones, por la cual se ven afectados y su desempeño laboral.

#### **JUSTIFICACION.-**

Implementar un servicio de ensaladas que pueda ser consumidas por empleados que pertenecen a empresas del sector público privado, contribuye a mantener una buena salud, más aún si se considera que estas serán preparadas con la observación de las normas de sanitación y con criterios de profesionalismo.

Las ensaladas como plato único en este proyecto son ideales para la cocina, porque se pueden servir frías o templadas, se pueden preparar con antelación, tienen un sabor neutro, que no cansa y que tiene la virtud de mejorar a cualquier otro ingrediente o condimento que lo acompañe.

#### **DEFINICION DEL PROBLEMA.-**

La inadecuada alimentación por parte de empleados de empresas del sector público y privado no cuentan con tiempo suficiente para ingerir alimentos preparados adecuadamente, por estar sometidos a largos periodos de trabajo

dando como resultado el consumo de comida que no brinda una alimentación idónea.

Naturalmente, esto no tiene por qué disminuir el placer que proporciona comer; al contrario, la idea del plato único abre las puertas a la invención de nuevos y originales platos alimentos cargados de fantasía, se debe considerar los farináceos y las legumbres secas como elementos principales a los que acompañar con otros ingredientes, sin límites para la creación de nuevas armonías y sabores.

#### **OBJETIVO GENERAL.-**

Implementar un servicio de alimentación institucional (catering corporativo), especializado en la elaboración de ensaladas ubicado en el centro norte de la ciudad Quito en el sector de la Mariscal.

#### **OBJETIVOS ESPECIFICOS.-**

1. Identificar el mercado objetivo, con el fin de conocer a fondo al target al que estaría dirigido.
2. Desarrollar una propuesta de menú un atractivo de ensaladas para empleados de empresas públicas y privadas de la ciudad de Quito.
3. Determinar la localización geográfica apropiada para la implementación del catering corporativo.

4. Establecer precios de servicio competitivos a ofertarse, enfocados al mercado objetivo al que se desea llegar (empleados de empresas públicas y privadas).

## **CAPÍTULO II**

### **2. Marco Teórico**

#### **2.1 Empresas de Catering.-**

##### **Concepto:**

Los establecimientos hoteleros y de restaurantes han proliferado en los últimos años. Empresas de catering especializadas en servicios varios ofrecen según las necesidades del cliente, en el lugar donde este desee, según el número de comensales previamente especificado.

Las empresas de catering se encargan de la elaboración de alimentos y bebidas para un número de comensales ya fijado con anterioridad de su posterior transporte hasta las instalaciones solicitadas por el cliente.

Cabe destacar que existen varios tipos de catering esenciales en el campo de la restauración, el catering de gama alta cada presta sus servicios para banquetes u ocasiones especiales, mientras que el catering de colectividades se enfoca en un servicio como hospitales, comedores de empresas, centros de enseñanza, entre otros, el segundo presta sus servicios o realiza tareas a diario.

Aunque el núcleo del segmento del catering se centra en la preparación de alimentos y su posterior traslado al lugar que ha determinado el cliente, estas empresas suelen completar toda la cadena de valor prestando otros servicios complementarios como:

- a) La empresa de catering, además de la elaboración de la comida y su posterior traslado al lugar de celebración, permite que el cliente que contrate dicho



servicio cuenta con determinados locales o espacios para realizar dicho evento o celebración contando cada uno con peculiaridades propias (decoración, originalidad, alrededores).Cuentan con una amplia gama de servicios complementarios que hacen del catering algo inusual como: alquiler y contratación de servicios de carpas, tarimas, moquetas y calefacción, medios audiovisuales, videoconferencias,, diapositivas, alquiler del mobiliario.

- b) En la mayoría de los casos, las empresas de catering subcontratan estos tipos de servicios a otras empresas especialistas a las que encargan el servicio concreto que se necesite. De esta forma, es la empresa de catering la que se encarga de la total organización del evento, facilitando al cliente todas las operaciones burocráticas. <sup>1</sup>

### **2.1.1 Personal de Servicio.-**

La contratación del personal de servicio en las empresas de catering es uno de los aspectos más delicados; ya que, por ser discontinuada no se puede contar con una plantilla fija de personal (personal de servicio) para cada una de las áreas que requiere la empresa.

Por ello, este tipo de personal se contrata constantemente por periodos temporales, lo cual crea una serie de dificultades en cuanto a la correcta prestación del servicio, tales como: falta de motivación (remuneración muy baja), actitud del personal (la relación laboral no da lugar a castigos por malas actitudes frente al cliente), uniformidad correcta, grado de compromiso.

---

<sup>1</sup>Alacreu. J. *Gestión de banquetes*

Como conclusión, en el tema relacionado con el personal, se debe prestar especial atención a:

- Es importante que cada persona encargada del servicio cuente con un número de comensales adecuado para brindar el servicio de una forma ágil y adecuada.
- Es muy importante fomentar una buena relación y coordinación entre el personal de servicio y la empresa que contrata los mismos, con el fin de generar una buena actitud frente al cliente.

### **2.1.2 Planificación de la cocina.-**

Como cualquier centro de producción, la cocina necesita una planificación y organización acorde con la política establecida por la empresa y en consonancia con los recursos humanos y materiales de que dispone. El jefe de cocina será el responsable de la planificación, la organización y el consiguiente desarrollo del servicio.

Cada establecimiento tiene sus propias características, están delimitadas tanto por el espacio o por el tipo de restauración que se quiera realizar. No obstante, hay una serie de características a tener en cuenta para planificar una cocina:

- Espacios con superficie apropiada para desarrollar la actividad.
- Condiciones óptimas higiénico-sanitarias.
- Ubicación y comunicaciones acordes con las demás unidades de trabajo
- Distribución y ordenación del espacio para facilitar el trabajo en la cocina.

- Instalaciones adecuadas para el perfecto desarrollo de trabajo en la cocina
- Maquinaria que nos permita hacer uso de las técnicas más modernas.<sup>2</sup>

### **2.1.3 Organización del trabajo en la cocina.-**

De una buena organización dependerán en cada momento aspectos muy importantes, como:

- Personal motivado.
- Clientes satisfechos.
- Prestigio para el establecimiento.
- Rentabilidad del negocio.

Es importante que la empresa dedicada a este tipo de servicio esté en constante aprendizaje, cambio interno y externo con el fin de ser competitivos y ejemplo en cuanto a sistemas de calidad, y sistemas organizacionales.

## **2.2 Sistemas convenience food.-**

### **Materia prima ya transformada:**

La materia prima a utilizar en el establecimiento deberá contar con los más altos estándares de calidad, ya que de lo contrario puede afectar negativamente en los resultados que piensa alcanzar la empresa. La manipulación de los distintos productos deberá ser específica para cada uno de estos. Además esto ayuda a que la fase de pre preparación del producto final sea más corta.

---

<sup>2</sup>Calidad y sistemas de calidad

### **2.2.1. Concepto, características y objetivos de la oferta menú.-**

Se deberá contar con productos o materia prima de calidad y disponer de una cocina encargada de elaborar platos y presentaciones que satisfagan las necesidades y exigencias del cliente.

#### **Concepto de menú.-**

Se entiende por menú el conjunto de todos los productos que se ofrecen en un establecimiento, tanto comidas, como bebidas.

Sirve para dos cosas esenciales:

- a) Saber que materia prima se deben comprar.
- b) Informar al cliente de los productos que se ofrecen.

#### **Características del menú.-**

Un menú debe elegir las siguientes características:

- Simplicidad.
- Claridad.
- Descripción correcta y exacta de los componentes.
- Presentación de los platos siguiendo el orden del consumo.<sup>3</sup>(Calidad y sistemas de calidad p# 12, 13,14 )

### **Interacciones de la planificación de menús con otros sistemas o departamentos.-**

---

<sup>3</sup> *Calidad y Sistemas de calidad.*

La planificación de menús (al igual que la planificación de cartas) afecta por todos los demás sistemas englobados en las operaciones de comida y bebida.

## **2.3 Calidad y sistemas de calidad.-**

### **2.3.1 Conceptos de calidad y aspectos relacionados:**

La calidad puede afectar elementos vitales de una compañía tales como productividad, costo y programas de entrega. También es posible que influya sobre el entorno del lugar de trabajo La calidad deja su huella en la sociedad y en la forma en la se gobierna.

#### **Calidad de diseño manufacturada:**

La calidad de diseño manufacturada se asocia con el costo de calidad o el grado económico del producto a fabricar o a elaborar, más es indispensable que les aterra a sus potenciales clientes sin menospreciar el uso de materia prima de prima calidad con el fin de generar satisfacción en el consumidor.

#### **Normas bases para la calidad.-**

Las normas constituyen una parte importante de un sistema de calidad, Cubren una gama amplia de productos y sistema.

Estas normas influyen en gran parte en la elaboración de productos o servicios, de los cuales utilizamos en gran parte, de igual manera tiene que ver con procesos de estandarización de dichos productos con el fin de mejorar la calidad y servicio que estos ofrecen.

### **2.3. Medición de las características de la calidad.-**

Los métodos y el equipo para pruebas son partes importantes de un sistema global de calidad.

Los instrumentos para medir las características de la calidad varían de dispositivos mecánicos, instrumentos eléctricos e inspecciones visuales y sensoriales para la verificación de algún tipo de producto o servicio.

#### **El marketing.-**

Utilizando la información obtenida en el estudio del mercado, la planificación de menús se basará en el conocimiento de las características como preferencias y deseos de los clientes. Con el fin de crear la imagen de mercado deseada para la empresa.

#### **El equipamiento.-**

La planificación de menús deberá tener en cuenta el equipamiento de trabajo existente en la cocina. Los platos o preparaciones a realizar en la empresa deberán realizarse con la materia prima e instrumentos con las que cuenta la misma. Por otro lado, en caso de cambio o implantación de una nueva unidad, deberá influir en el diseño de la cocina.

#### **Atributos del producto.-**

Son factores determinantes en la presentación final del producto, estos pueden ser físicos como mobiliario, cubertería, vajilla, y de servicio. Ambos son de vital importancia para obtener una plena satisfacción del cliente.

Es importante cuidar ambos, pero básicamente debe existir una armonía entre ellos. Un servicio eficaz perdería su sentido si el uniforme del personal que entrega la comida estuviese manchado.

### **Extensión del Producto.-**

Básicamente es la satisfacción que el cliente obtiene muy aparte de la comida o producto que recibió, hace referencia mas bien al trato que recibe y como se siente en general dentro del establecimiento.

### **Las compras**

Dependiendo de la situación geográfica del establecimiento y la variedad de productos que ofrece el mercado local, existirán posibilidades de adquirir el producto o limitaciones del mismo, la proximidad y el fácil abastecimiento de las materia prima limitarán la oferta del menú.

### **El almacenamiento**

Se debe contar con un espacio físico adecuado destinado al almacenaje de la materia prima a utilizar en la empresa, sino se cuentan con centro de almacenaje adecuado puede suponer una limitación en la confección de los mismos.

### **La producción**

El conocimiento y destrezas que posee cada uno de los empleados dedicados a la producción de la materia prima puede limitar la extensión o calidad del producto final, pero si se cuenta con sistema de calidad de producción dirigida

permitirá el desarrollo del producto conveniente que cumpla con las exigencias del cliente. (*Alacreu. J. Gestión de banquetes p# 15*)

## **La gestión**

Una planificación de menús apropiada ayuda a determinar la venta, rentabilidad e inversión.

### **2.4 Elaboración de buenas recetas.-**

Una receta debe permitir conocer cualitativa y cuantitativamente todos los elementos necesarios para la elaboración de cada plato, y así facilitar los pedidos y la gestión de stocks. Por otra parte, se debe simplificar las sucesivas fases de trabajo que permiten la realización del producto. Su aplicación, junto con los tiempos de cocción y ejecución, permite un empleo racional del tiempo invertido así como también:

- Mayor orden en la cocina y más posibilidad de concentración de las tareas de producción bien realizadas.
- Racionalización y planificación del trabajo.
- Disminución de errores de ejecución.
- Ahorro de tiempo, energía y alimentos.
- Uniformidad en las características del producto.

### **2.5. Gestión de compras.-**

La adecuada elección de la materia prima a utilizar en la empresa (calidad del producto) y los equipos para elaborar la misma deberán estar acordes a las



necesidades y demandas del cliente, una gestión de compras deficiente puede causar inestabilidad en el negocio

### **Función de compras.-**

La función de compras es una de estas actividades; exige la responsabilidad de adquirir la materia prima y equipos necesarios para cubrir satisfactoriamente las necesidades operativas. Para alcanzar este objetivo es preciso que satisfagan las siguientes condiciones de compra:

- La calidad del producto comprado debe ser el necesario para el fin al que se destina.
- El plazo de entrega debe ser el apropiado.
- El precio justo en relación a la calidad, condiciones de pago y plazo de entrega estipulados.

### **2.6. Métodos de cultivo**

A lo largo de los siglos los campesinos transmitieron sus conocimientos de generación en generación. Tanto la fertilidad de la tierra y el clima como las buenas y malas cosechas dependían de la voluntad de Dios. Estudios sobre la nutrición vegetal y sobre la técnica modificaron radicalmente la situación.

La tierra elevaron su fertilidad y las cosechas mejoraron. En estos tiempos las maquinas simplificaban el trabajo, los abonos minerales, los grandes cultivos, los invernaderos y el tratamiento químico de las plantas ha elevado considerablemente la capacidad de producción.

El cultivo intenso de vegetales se ha cometido graves errores, se ha cultivado pepinos y tomates en gigantescos habitáculos de plástico, hasta de una hectárea de superficie. Además los suelos han sido sometidos a un tratamiento radical con alta dosis de abonos y han recibido cantidades enormes de fungicidas, de insecticidas y de desinfectantes.

## **2.7. Lechuga**

Las distintas variedades de la lechuga pueden presentar formas muy diversas, según su origen y especie, en cuanto a la estructura de la hoja y al desarrollo del repollo. He aquí una muestra; la lechuga crisp (fotografía superior) es una variedad de lechuga iceberg, que esta la fecha solo se cultiva en invernaderos holandeses. Posee tres o mas hojas envolventes y u cogollo esférico. Actualmente se vende en pequeña cantidades de noviembre a marzo con un peso mínimo de 300g.

La lechuga icerebreg verde (segunda fotografía) se vende generalmente en los mercados semanales en formas de repollos verdes y compactos con hojas envolventes . La lechuga icereberg roja (tercera fotografía) se comercializa desde hace poco tiempo y comparada con la verde, apenas si tiene importancia magnifico ejemplar con hojas envolventes. Lechuga iceberg; repollos muy compactos, de color verde pálido a verde amarillento, sin hojas envolventes y envueltos para evitar la evaporación. El repollo cortado refleja una estructura muy compacta con sus nervios centrales típicos y arqueados.

## **La lechuga romana**

Crece erguida, alcanza de 35 - 40 cm, y tiene hojas a largadas y redondeadas. Las hojas exteriores son vigorosamente verdes; las interiores son tiernas y blancuzcas en razón del cogollo. Para blanquear su interior, deben atarse las variedades mas antiguas, las variedades nuevas se cierran por si mismas. Según las distintas variedades de los repollos son mas o menos esféricos u ovalados.

## **La lechuga del tallo**

Se cultiva fundamentalmente por el tallo, grueso y carnoso que da lugar a una hortaliza parecida al esparrago. Los tallos de 2-3cm de diámetro y de hasta 1,2m, de longitud, se recolectan en veranon y a principios de otoño.

La lollo rossa de color rojo oscuro , y la lollo bionda, verde amarilla, son otras tantas lechugas para cortar , aunque sus hojas muy rizadas, y tiernas forman una roseta semiesférica tan compacta que dan la impresión de formar un cogollo . No se distinguen en cuanto al sabor y ambas se caracterizan por recordar ligeramente a la nuez.

Recientemente el mercado ofrece en tiestos la lechuga para cortar , que procede de Holanda. Las plantas se ofrecen con sus raíces en pequeños tiestos envueltas en plástico .A una temperatura adecuada se conservan frescas durante diez días y proporcionan las hojas frescas que se necesiten.

## **Lechuga para cortar**

Este grupo esta formado por todas las lechugas que no forman repollo, por lo que en el predomina una gran variedad de formas y colores. Sus hojas son redondas o alargadas, con bordes plenos o con entrantes, y en cuanto a su forma de crecimiento varían desde la mata baja hasta el desarrollo erguido. Se cortan tanto las hojas desarrolladas (con posibilidad de repetir la recolección) o, sobre todo el cultivo industrial, toda la planta.

También se puede recolectar repetidamente las variedades **lollo rossa y lollo bionda**, originarias de Italia, pues la planta sigue desarrollándose tras haber cortado las hojas una a una. O bien se corta toda la planta, pero entonces solo cabe una cosecha. Las dos variedades tiene un sabor moderado fuerte y ligeramente amargo.

## **Lechuga de hoja de roble**

Se cultiva predominantemente al aire libre y en Alemania se recoge de mayo a octubre. Esta lechuga seduce no solo por lo atractivo de sus hojas, que recuerdan a las del roble, sino por su sabor, que ligeramente recuerda a la nuez. Se conserva muy poco tiempo, por lo que es preciso consumirla cuanto antes. En el frigorífico se conserva fresca a lo sumo un día. También se encuentra en el mercado..

## **Lechuga china**

Esta variedad es originaria de China. Se trata de una planta plurianual, erguida, que alcanza hasta 1,3 m. de altura. Se cultiva por sus hojas, que se cortan una a una y se preparan como verdura. Los egipcios utilizaban como

verdura la forma primitiva de la escarola. Al centro y norte de Europa la escarola no llegó hasta el siglo XIII; en Norteamérica las primeras referencias se remontan al año 1803. Actualmente los principales países cultivadores son Italia, Francia y Holanda. En Europa occidental tiene tanta aceptación como la lechuga repollada. Botánicamente esta emparentada con la achicoria, no con la lechuga repollada ni con cualquier otra especie del género *Lactuca*.

### **Escarola lisa**

Un principio amargo contenido en el jugo lechoso de sus hojas, estimula el apetito y favorece la digestión, por lo cual esta escarola es muy interesante para las ensaladas de entrada. En el mercado se encuentra sobre todo en invierno, aunque también se comercializa, en menor proporción, durante el verano.

### **Escarola rizada**

Sus zonas clásicas de cultivo se sitúan en Europa meridional. Ahora bien, como tiene tanta aceptación, la escarola rizada ha empezado a cultivarse también en invernaderos en la fría Europa septentrional.

Todavía hoy crece espontáneamente en Europa, en el norte de África y desde Oriente a Siberia. Los griegos y los romanos la utilizaban ya como planta medicinal y como verdura, las formas cultivadas, derivadas de la achicoria silvestre; la achicoria de raíz y la achicoria de ensalada se conocen entre nosotros desde la Edad Media. La primera se utilizó como planta forrajera primero y como base de café de achicoria. La achicoria de ensalada se divide en cinco grupos: achicoria de repollo o de roseta, pan de azúcar, achicoria de hojas o Catalogna, achicoria para cortar y endibia.

Esta planta de ensalada, de color rojo oscuro y rojo vino, verde- amarilla en ocasiones, con nervios rabiosamente blancos en sus hojas, se cultiva en Europa, sobre todo en Italia concretamente en la región de Venecia. El mayor centro de cultivo y de comercialización esta en el Adriático, en Chioggia. En el mercado se encuentra sobre todo en los meses de octubre a mayo. Generalmente se recolecta con un trozo de raíz, a fin de que se conserven mejor las hojas o los cogollos.

## **2.8. El palmito.-**

**Palmae**(*palmáceas*)solo se aprovecha como verdura una pequeña, aproximadamente 225 géneros con sus 2600 especies. Palmito (*Euterpe edulisoleracea*), Los palmitos se obtienen de la única variedad de la palmera cultivada con este fin en plantaciones brasileñas, argentinas y paraguayas. En cualquier caso los palmitos son un subproducto muy apreciado de la tala de palmeras.<sup>4</sup>(Goerg.H. Everest S.A. El gran libro de verduras de todo el mundo p# 14,15,16,17,18,19,20,24, )

El delicado y blanco palmito, se caracteriza por su crujiente consistencia y su sabor intenso, similar de la nuez, por lo que es muy apreciado en crudo, por ejemplo en ensaladas.

El palmito está recubierto por varias hojas fibrosas que deben retirarse completamente para que el palmito quede libre. El palmito es muy fino, pero tiene una estructura crujiente. Se pueden separar con las manos sus diferentes hojas.

---

<sup>4</sup>Goerg. H. Lange.E. Everest S.A. El gran libro de verduras de todo el mundo

## **2.9. El pimiento.-**

Es una de las hortalizas mas apreciadas, ya que durante los últimos años sus importaciones han tenido una creciente favorable y la tendencia se mantiene al alza. Han sido los trabajadores los que han conseguido en periodo relativamente corto que se haya convertido en verdura cotidiana, el pimiento tiene una enorme importancia en la industria alimenticia.

En la actualidad el pimiento se cultiva al aire libre en numerosos países de clima cálido y soleado pueden diferenciarse muchísimo en cuanto a la forma, el color y el tamaño. El pimiento puede tener el tamaño de un puño así mismo puede ser aplanado, esférico, cilíndrico y cónico, más o menos piramidal, acorazonado o trapezoidal, con final romo o en punta.

El color de la piel, que es brillante, va del verde y el rojo al morado o incluso negro pasando por el amarillo, el naranja y el blanco. Los pimientos verdes son fundamentales frutos no maduros que en su fase de maduración posterior suelen adquirir tonos rojizos, aunque nunca son tan uniformemente rojos como cuando se recogen plenamente maduros. Las restantes variedades proceden de cultivos intensivos. *(Goerg. H. Lange.E. Everest S.A. El gran libro de verduras de todo el mundo p# 18-22)*

### **De todos los colores:**

En Alemania el pimiento ha efectuado un salto prodigioso; prácticamente desconocido a finales de la Segunda Guerra Mundial, actualmente es una de las hortalizas mas apreciadas. Así durante los cinco últimos años las importaciones han subido en un 23% y la tendencia se mantiene al alza. Han sido los

trabajadores italianos, turcos y españoles los que han conseguido en periodo relativamente corto de tiempo este producto exótico se haya convertido en verdura cotidiana, No obstante en Alemania la superficie destinada al cultivo de pimiento es muy pequeña; el 95% del consumo procede de la importación.

Son sobre todo los holandeses lo que mas han por el pimiento. Cultivan estos frutos en gran escala y han desarrollado una gran variedad de colores y de formas. Los invernaderos holandeses no solo producen pimientos verdes, amarillos y rojos, sino también últimamente variedades negras, moradas, castañas y anaranjadas. Por el contrario el pimiento tomatero rojo, muy aromático, procede de Hungría, el país por **antonomasia** del pimiento especia y del pimiento verdura. El pimiento tiene una enorme importancia en la industria alimenticia y se utiliza sobre todo en las verduras en vinagre.

## **2.10. Tomates.-**

### **Tomates de invernadero.-**

Tomate (*Lycopersicon esculentum*) el tomate es la planta útil más difundida en el mundo. También presenta afinidades en la papa. Su lugar de origen debió de ser Perú o Ecuador. Los primeros cultivos aparecieron probablemente en México.

Los tallos y las hojas, recubiertos de una pelusa glandular, determinan el olor típico del tomate. Las diversas variedades se distinguen sobre todo por la forma, el tamaño y el peso. Los más apreciados son los tomates redondos.



En cuanto a la coloración es determinante el color de la piel y la carne, causado fundamentalmente por la licopina y la carotina. La luz acentúa la intensidad del color y las temperaturas excesivamente altas o bajas la reducen.

El sabor depende fundamentalmente de la relación entre el azúcar y los ácidos. La maduración eleva el contenido de azúcar y reduce el nivel de ácidos. Debe evitarse tomar tomates verdes, no maduros, pues contienen solanina, que pueden provocar dolor de cabeza y otras molestias.

El tomate es la planta útil de las solanáceas más difundida en el mundo. También presenta afinidades históricas con la patata. Su lugar de origen debió de ser Perú o Ecuador. Los primeros cultivos aparecieron probablemente en México, desde donde los conquistadores españoles trajeron a Europa en el siglo XVI las plantas y los frutos que en Latinoamérica se designaban con el nombre de "tomati". Desde Europa el tomate se extendió por todo el mundo. Sin embargo tuvieron que pasar 200 años antes de que los europeos aceptaran como hortaliza una planta ornamental que se consideraba toxica.

Hubo incluso países como, Alemania, en los que el tomate resulto exótico hasta la Segunda Guerra Mundial. Los principales países cultivadores de tomate al aire libre son Italia, España, Turquía, Grecia y Bulgaria. En los cultivos de invernadero destacan, en Europa, Bélgica y Holanda. Los mayores productores de tomate son Estados Unidos, Rusia, China y Egipto. La planta del tomate cultivado, que en realidad es un arbusto, es anual y alcanza hasta 1,50 m. de altura. Los tallos y las hojas, recubiertos de una pelusa glandular, determinan el olor típico del tomate.

De los tallos más o menos ramificados, penden en racimos las flores, amarillas, y los frutos en bayas de color amarillo, rosa, naranja, rojo o violeta. Las diversas variedades se distinguen sobre todo por la forma, el tamaño y el peso. Los más apreciados son los tomates redondos o convexos, que llegan a pesar 100gr. En cuanto a la coloración es determinante el color de la piel y la carne, causado fundamentalmente por la licopina y la carotina.

La luz acentúa la intensidad del color y las temperaturas excesivamente altas o bajas la reducen. El sabor depende fundamentalmente de la relación entre el azúcar y los ácidos. La maduración eleva el contenido de azúcar y reduce el nivel de ácidos. Debe evitarse tomar tomates verdes, no maduros, pues contienen solanina, que pueden provocar dolor de cabeza y otras molestias.

### **Tomate cereza**

Además del tomate cereza más común entre nosotros existen otras tres variedades: *esculentumpyriforme*, de tamaño similar al anterior pero con forma de pera, *pruniforme* del mismo tamaño pero con forma de ciruela; *ribesiforme*, el más pequeño de los tomates.

### **Tomatillo**

La zona comprendida entre el sur de Texas y Guatemala es el lugar de origen de las formas silvestres y de los cultivos actuales. Las especies de la uva espina (*Physalis peruviana*), similares al tomate, solo tienen 5cm. de diámetro

como mucho.<sup>5</sup> (Goerg. H. Lange.E. Everest S.A. *El gran libro de verduras de todo el mundo* p#21,22,23)

## **2.11. Mini hortalizas:**

Merecen la pena cultivarlas. En determinados casos las mini hortalizas son dos o tres veces más caras que los productos normales similares. Obviamente se plantea la pregunta ¿por qué cuestan tanto los repollos, las zanahorias, los bulbos de hinojo y los puerros de pequeño tamaño? Tal vez, porque en estos casos se acentúan las preferencias por lo joven y lo tierno.

A diferencia de lo que sucede con la fruta, en las verduras no existe una madurez que coincida con un nivel óptimo de principios nutritivos. Ya en su primera fase las hortalizas contienen prácticamente todos los principios que se encuentran en los ejemplares mayores.

### **2.11.1. Comer mejor en el mejor de los mundos.-**

La sobrealimentación se daba en un reducido grupo de personas ricas que hacían ostentación de sus bienes con sus espléndidas redondeces. La obesidad ya no esta de moda y en cualquier caso ya no indica éxito social ni ingresos abundantes. Hoy todos tratan de acertar ante la sobreabundancia de productos alimenticios y muchos combaten el exceso de peso.

---

<sup>5</sup>Goerg. H. Lange.E. Everest S.A. *El gran libro de verduras de todo el mundo*

Además la comida desempeña incluso inadvertidamente, un papel importantísimo para cada uno. Comer es una de las pocas actividades absolutamente necesarias para la vida

### **2.11.2. Sustancias nutritivas básicas.-**

Los hidratos de carbono, las proteínas y los lípidos o grasas constituyen la base de la alimentación. Estas sustancias nutritivas básicas son imprescindibles; pues el ser humano depende de ellas, de energía suficiente para todas las funciones físicas y de fuerza. Por otra parte, las sustancias nutritivas básicas se utilizan como materiales de construcción; las proteínas para los músculos y los órganos, los lípidos para los panículos adiposos y mil sustancias básicas para todas las células.

Los alimentos combinan, en proporciones diferentes, tres principios nutritivos. El azúcar doméstico es formado casi totalmente de hidratos de carbono, el aceite vegetal contiene lípidos y una proporción fundamental de proteínas.

No existe todavía una proporción correcta y adecuada para el consumo de estos, pero se ha demostrado que el exceso, de la misma no genera ninguna ventaja.

También se han registrado en los últimos años avances científicos, los partidarios de alimentación perfecta calificaron el azúcar, principal de fuentes de hidratos de carbono de producto perjudicial. Sin embargo, a los productos dulces únicamente se los ha podido atribuir efectos nocivos en la relación con la salud dental y con el peso.

El cuerpo necesita una determinada cantidad de sustancias nutritivas básicas, si bien tolera grandes oscilaciones de un día para otro. Quien durante el periodo prolongado de tiempo consume de más o de menos en una sola dirección termina pagándolo, aun cuando esto suceda después de varios años. Las deficiencias alimenticias se manifiestan después y se traducen de alteraciones de metabolismo y descenso del rendimiento.

### **2.11.3. La concentración nutritiva.-**

En el mismo ámbito doméstico las maquinas facilitan todas las labores vinculadas al esfuerzo físico. Así comiendo lo mismo, se aporta más calorías que las que se necesitan.

Además, quien se está reprimiendo constantemente y por querer, estar delgado come solo la mitad, sentirá un hambre mortal y sufrirá ataques incontrolables de sed.

Fácilmente la relación propicia entre la escases de calorías y las numerosas sustancias alimenticias de primera necesidad. Ninguna verdura engorda, aunque comamos cantidades masivas. Incluso las papas y las legumbres, tan ricas en hidratos de carbono, son pobres en calorías a su capacidad de saciar.

Solo preparándose con mucha grasa y con carne se presenta el problema de las calorías, los resultados de grandes proporciones sobre el estado de salud de los vegetarianos sorprendidos incluso a los expertos. Quien durante un largo periodo ha hecho de las verduras y de las papas el centro de su dieta prácticamente no padece enfermedades.

#### **2.11.4. Hábitos alimenticios.-**

A lo largo de la vida como una perspectiva global son las verduras, las legumbres y los cereales forman parte de la misma. La combinación de los víveres consumidos influye en la salud. La comida es tan importante para nuestra vida que el cuerpo no puede recomendar en una exclusiva a la razón la decisión sobre el particular.

Los hábitos reflejan claramente la enorme fuerza de los elementos. El hambre, el apetito y la hartura están dirigidos a una persona sana por señales internas. Pero también la cultura y la educación condicionan nuestro comportamiento.

Estas primeras experiencias influyen en el sujeto tan profundamente que en general conservan siempre los rasgos fundamentales de los hábitos alimenticios de la infancia y de la juventud

#### **2.11.5. Vitaminas y principios minerales.-**

En el metabolismo, la gran fábrica química del cuerpo, aparecen y desaparecen cada minuto miles de sustancias. El cuerpo sintetiza la mayor parte de ellas, pero algunas deben reponerse de un modo regular a través de la comida. Entre ellas está el grupo de vitaminas, que ejerce fundamentalmente funciones de regulación; también son imprescindibles los principios minerales y los elementos, que hacen posible toda una serie de procesos de asimilaciones y transformaciones, en el cuerpo existen incluso datos de una relación entre un aprovisionamiento bajo de vitaminas y el cáncer. (<http://www.alimentacion-sana.org>; septiembre, 2010. P# 23-27)

En este sentido no se suele apreciar en su justa medida el valor de las verduras, todas proporcionan de forma satisfactoria o excelente, los principios vitales imprescindibles.

Por otra parte, ni siquiera se pueden hacer cálculos con microgramos. En muchas vitaminas también ellos tienen que acudir a apreciaciones generales e incluyen en sus recomendaciones altos índices de riesgos para asegurarse, de que, aunque en los casos mas extremos, las cantidades son suficientes.

Tampoco como sobre las necesidades se sabe sobre el índice de vitaminas, es decir sobre las vitaminas o principios minerales que contienen exactamente la verdura concreta que encontramos en nuestro plato. Ya que los vegetales de un mismo campo pueden presentar diferencias radicales entre si, incluso en un mismo tomate muchas veces una de sus partes.

Nunca deben dejarse en agua las verduras ya limpias y troceadas pues los principios minerales no tardan en desaparecer. Es preferible cocinarlo todo inmediatamente.

Cuando haya que conservarla ya preparada, se colocará sin pérdida de tiempo la verdura, cubierta con papel de envolver, en un lugar oscuro y frío, tras trocearla con unas gotas de vinagre o de limón. Así se retrasa ligeramente la desintegración de la vitamina C.

La cocción constituye un nuevo obstáculo para la conservación de las sustancias vitales. En la fase inicial se pierde hasta un 40% de las vitaminas, destruidas por las enzimas propias de las verduras, cuanto mas se tarde en alcanzar la temperatura de cocción más vitaminas perderán las verduras. De ahí

que al blanquear se ha convertido en una opción adecuada para la cocción de las mismas.<sup>6</sup>

## **2.12. Verduras saludables.-**

En las distintas clases de verduras existen cientos de substancias biológicamente activas, aunque se desconoce totalmente la acción de muchas de ellas en el cuerpo.

La cebolla y el ajo protegen al corazón también sirve para regular el nivel de grasa en la sangre y de colesterol. Además, la medicina reconoce las cualidades preventivas y curativas del rábano para combatir los trastornos hepáticos, aun cuando se desconocen los principios activos que intervienen en tales casos.

El cultivo intenso de vegetales se ha cometido graves errores, sobre todo en los países meridionales. Se ha cultivado pepinos y tomates en gigantescos habitáculos de plástico, hasta de una hectárea de superficie. Además los suelos han sido sometidos a un tratamiento radical con alta dosis de abonos y han recibido cantidades ingentes de fungicidas, de insecticidas y de desinfectantes.

En la desinsectación química del suelo, dirigida fundamentalmente contra los gusanos (nematodos), se han inyectado gases tóxicos que eliminan todos los elementos nocivos, pero también los beneficiosos. Son gases tóxicos obtenidos durante la Primera Guerra Mundial que después se aplicaron en la agricultura. Todos ellos, excepto uno, están prohibidos hoy en Alemania. En algunas zonas

---

<sup>6</sup>Goerg. H. Lange.E. Everest S.A. *El gran libro de verduras de todo el mundo*



de cada dos años se combaten con vapor caliente los parásitos del suelo más resistente.

### **2.12.1. Desayuno**

El desayuno es la comida más importante del día, pues el cerebro no tiene capacidad para almacenar algo dulce y después de varias horas de descanso y sin alimento, su fuente única de energía es el alimento que recibe en el desayuno. El desayuno influye favorablemente en el estado de ánimo, desempeño mental y rendimiento.

#### **Incluir proteínas**

Se encuentra proteínas en las carnes y sus derivados, lácteos y huevos. Es preferible consumirlos al vapor, horno, asado, a la parrilla o cocidos, para no incrementar el aporte energético de su menú.

#### **Reducir las grasas saturadas**

Las grasas saturadas son una gran amenaza para el corazón de los ejecutivos estresados, por eso es saludable reducirlos pues aumentan el nivel de colesterol y triglicéridos, situación frecuente aun mas cuando hay sedentarismo.

#### **Incluir frutas y verduras en el menú**

Es necesario consumir gran cantidad de frutas y verduras frescas, especialmente de colores verdes y rojos, para favorecer nuestras defensas y para que nuestro organismo aproveche los elementos constructivos y energéticos suministrados por medio de la alimentación.

Los antioxidantes son fundamentales pues retrasan el envejecimiento celular ocasionado por la acción de los radicales libres oxidantes y previniendo enfermedades crónicas: las vitaminas que contienen antioxidantes son la A, C, E y los minerales como: selenio, zinc y magnesio <sup>7</sup>

---

<sup>7</sup><http://www.alimentacion-sana.org>; septiembre, 2010.

NUTRIENTES	ALIMENTOS
Proteínas (Triptófano)	Carnes de pollo, pavo, pescados y mariscos, res, huevos, leche y derivados.
Grasas Insaturadas	Aceite de oliva, girasol, maíz, soya.
Alimentos con fibra	Frutas, vegetales, granos, cereales integrales como arroz.
Vitamina A	Hígado, riñón, leche, yema de huevo, zanahoria, tomate, brócoli, espinaca, acelga, nabos, lechuga.
Vitamina C	Guayaba, naranja, limón, toronja, piña, mora, tomate de árbol, acelga, nabo, espinaca, entre otros.
Vitamina E	Origen animal: yema de huevo, el hígado. Frutos secos: almendras, pistachos, trigo, avena y el arroz integral. Vegetales como la espinaca; brócoli y espárragos.
Selenio	Atún, cerdo, salchichas y jamones, huevos, arroz blanco.
Zinc	Carnes rojas, pescado, aves, leche, mariscos, hígado, cereales.

## **Hacer Ejercicio**

Es recomendable hacer ejercicio físico. Caminar a ritmo constante por 30 minutos es sano para su cuerpo, además ayudará para poder tener un buen descanso y a reducir la tensión y ansiedad del día.

### **2.13. Ensaladas**

Una ensalada es básicamente un plato frío con hortalizas mezcladas, cortadas en trozos y aderezadas básicamente con sal, jugos de alguna fruta cítrica, aceite de oliva y vinagre, que puede servirse como plato único, antes o después del plato principal.

#### **Ingredientes**

Una ensalada puede llevar de todo: carnes, pescados, verduras, queso, frutas, frutos secos, cereales y legumbres. Y los vegetales suelen estar crudos, pero también pueden estar asados, cocidos, o fritos.

Entre los elementos de origen animal más comunes, están:

- el huevo duro
- el queso:
- el pescado en conserva, sobre todo el atún.
- el jamón cocido
- el pollo asado, a la plancha o frito,
- la pasta en la ensalada de pasta.

También las frutas:

- naranjas
- manzana
- melón
- pera
- piña

## **Ensaladas**

Entrante, primer plato, segundo acompañamiento, quesos, postres, fruta: se piensa en un menú clásico y completo. A veces puede resultar agradable la idea de una gran comilona, pero actualmente, ¿Cuántos somos capaces de afrontarla sin problemas de digestión y e abuso de calorías?, ya no estamos acostumbrados a comer tanto como antes y el plato único parece ser en muchas ocasiones la solución más practica.

Las ensaladas, plato único son ideales para la cocina veraniega, porque se pueden servir frías o templadas, se pueden preparar con antelación, tienen un sabor neutro, que no cansa y que tiene la virtud de mejorar a cualquier otro ingrediente o condimento que tengan al lado.

## **2.14 CATERING**

### **Transporte.-**

El transporte de la comida desde donde se prepara, hasta donde se va a servir, es de vital importancia para la explotación de catering exterior. No resulta

tan importante cuando el proveedor de catering tiene acceso a una cocina en el lugar de reunión, pero estas cocinas raramente reúnen las características que requieren los proveedores de catering. Una cocina del lugar de reunión resulta más útil como cocina de apoyo para preparar los elementos de última hora o para reponer la comida.

El transporte utilizado en el catering exterior adopta dos formas: la **cocina móvil** y el **vehículo de uso general**. La cocina móvil es esencialmente una cocina sobre ruedas. La mayoría de las veces utilizada por proveedores de catering pequeños que no necesitan cocinar grandes cantidades de comida en poco tiempo.

#### **Instrumentos de venta de catering.-**

Cuando se preparan para la venta, los profesionales del catering deben equiparse con unos instrumentos básicos. El instrumento fundamental en cualquier tipo de venta es el conocimiento de la instalación propia y lo que puede ofrecer, otros dos instrumentos básicos, son cruciales antes de poder empezar a vender. Otro instrumento fundamental de venta es el conocimiento de la competencia. El personal de ventas de catering debe conocer a su competencia. Los instrumentos básicos finales que debe dominar un vendedor para prepararse para una venta son los impresos de comunicación con el cliente y los instrumentos de venta.

#### **Preparación.-**

Un proveedor de catering exterior puede proporcionar comida y bebida prácticamente en cualquier lugar. Aunque el proveedor de catering exterior sea

adaptable y flexible, la adaptabilidad no significa nada sin preparación. En el catering exterior, la preparación determina si un acontecimiento va a funcionar y como va a hacerlo.

**¿Puede hacerse?** El proveedor de catering exterior debe determinar primero si el lugar de reunión que el cliente ha elegido resulta viable dadas las posibilidades y limitaciones del proveedor y de su capacidad. Ningún proveedor de catering exterior debería aceptar una función de grandes dimensiones si carece del personal o la experiencia para hacerse cargo de ella. Es mejor que el proveedor de catering exterior sea honesto cuando no este seguro de poder hacer algo. Puede resultar mas fácil para un proveedor de catering exterior que para otro el prestar servicio a un grupo pequeño que va a celebrar una cena de etiqueta en un lugar apartado.<sup>8</sup>

### **Sistemas de Calidad a empresas en Ecuador**

Los servicios de gestión de la calidad incluyen la implementación de la norma ISO 9001: Contrariamente a lo que se pudiera pensar, no son criterios de control de calidad. Esta, se da por supuesto. Igualmente que es difícil de superar las calidades de los productos únicamente con medios técnicos. Esta mejora tecnológica es difícilmente obtenible en el presente con un costo razonable. Resulta más económico mejorar otros aspectos de la empresa, que tienen incidencia sobre el producto final. El motivo de todo esto, es el consumidor, quien exige productos de más calidades. Esta es la razón del nacimiento de la norma ISO 9001 de excelencia.

---

<sup>8</sup>Ismail.A.2001.Congresos y Catering. Organización y Ventas

Se considera que la forma de mejor satisfacer las necesidades de los consumidores, es seguir la forma de organización de empresa sugerida por la norma ISO 9001. Además de la orientación hacia el consumidor, la norma exige la motivación del personal de la organización. Son principios de orden social para mejorar la cohesión y capacidades de la organización. Y usted, vive en sociedad, y le interesa mejorar su rendimiento y sus capacidades. Su propio trabajo, puede depender de los conocimientos que suponen la aplicación de la norma ISO 9001. Es la forma de organizar las empresas que se supone mejor, que se impone en el mercado. La norma ISO 9001 de 2008 elaborada por la Organización Internacional para la Estandarización, especifica los requisitos para un sistema de gestión de la calidad que pueden utilizarse para su aplicación interna por las organizaciones, para certificación o con fines contractuales.<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup><http://www.ecuadorambiental.com>; septiembre 2011



## **CAPITULO III**

### **3.1. Resumen Ejecutivo.-**

Nutritional Food “Catering Corporativo” nace debido al consumo inadecuado de alimentos por parte de empleados de empresas públicas y privadas, para el 2016 será una empresa de renombre nacional, en el ámbito de comida nutricional corporativa

### **Introducción.-**

La idea de formar o crear este Catering Corporativo nació años atrás como una propuesta diferente e innovadora, orientado más que nada a incentivar a talento humano de las empresas publicas y privadas de la ciudad de Quito al consumo de comida nutritiva.

### **Misión.-**

Brindar un servicio de calidad, con materia prima de calidad y normas de higiene óptimas para cada alimento y procesos con el fin de cumplir con las exigencias de cada uno de nuestros clientes.

### **Visión.-**

Ser una empresa reconocida por ofrecer un servicio de calidad, tanto en el producto, mano de obra, y por su ambiente, teniendo en cuenta el manejo adecuado de los valores de nuestra empresa todo esto con el fin de estar acorde a las exigencias que hoy en día presente el mercado.

### **3.2. Valores.-**

#### **Calidad:**

Realizar cada una de las actividades correctamente evitando caer en errores continuos, con el fin de cumplir con cada uno de los procesos y actividades que como empleados nos compete.

#### **Respeto:**

Ser reciproco en cada una de las actividades a realizar en la empresa, considerando el esfuerzo que realiza cada uno de los empleados de la misma.

#### **Empatía:**

Tener en cuenta siempre que la satisfacción del cliente será la nuestra, poniéndonos en el lugar del cliente.

#### **Honestidad:**

Ser abiertos o transparentes con cada uno de nuestros colaboradores y clientes, cumpliendo con pactos o tratos acordados, con el fin de ofrecer satisfacción tanto a comensales como al personal que labora en la empresa.

### **3.3. Mercado Potencial.-**

El perfil de los clientes potenciales de la empresa esta destinado a personas que laboran en el sector de Mariscal la av. Ignacio de Veintimilla142 E-10 José Tamayo en siendo esta altamente comercial por encontrarse en una zona donde hombres y mujeres desempeñan roles en puestos de oficinas.

El estudio esta distribuido en base a una proyección de 100 personas entre 25 a 45 años de género femenino y masculino, encuestas distribuidas en sectores aledaños a la zona donde se implementara la empresa o negocio, bajo parámetros de poder adquisitivo, horarios, localización, entre otros.

### **3.4. Estructura Legal.-**

#### **Requisitos para la emisión y renovación de la licencia metropolitana única para el ejercicio de las actividades económicas (LUAE).-**

Formulario de solicitud de licencia metropolitana de funcionamiento

Original y copia de la cedula y certificado de votación del representante legal (propietario).

Original y copia de R.U.C. completo.

#### **Documentos específicos según la actividad económica.-**

Original y copia del uso de suelo (2012)

Original y copia del certificado del medio ambiente otorgado en la secretaria (Rio Coca E6-85 e Isla Genovesa).

#### **Inscripción de Empresa.-**

##### **Marcas:**

Para la inscripción de nombre o logotipo de la empresa o productos alimenticios, se lo realizara en el Instituto de Propiedad Intelectual (IEPI), ubicado en la Av. Republica 396 y Diego de Almagro edificio fórum.

**Tramite:**

- Comprar el formato para la búsqueda del nombre que se desea implementar en la empresa con un costo de 0.05 ctvs.
- Esperar 72 horas para la contestación.
- Si no hubiere registrado el nombre, entonces se deberá presentar la solicitud del registro de signos distintivos.
- Se deberá presentar el formato original con tres copias.
- Para la publicación del nombre en la gaceta de la propiedad intelectual se deberá pagar un valor de \$54 USD.

Si fuese persona jurídica, se deberá presentar la representación legal.

Se concederá 30 días con el fin de presentar cualquier tipo de reclamo u oposiciones al nombre que se desea registrar.

**3.5. Producto.-**

La empresa mantendrá normas y reglas para que el producto final llegue de la mejor manera al consumidor.

**Producción:**

Contando con normas asépticas alimenticias para la elaboración y transportación de alimentos con controles de temperatura adecuados para un periodo de vida útil largo hasta su consumo, se brindara un producto de calidad y con una amplia gama de aceptabilidad por parte de nuestros clientes.

**Empaque:**

Bandejas selladas herméticamente con el fin de conservar el calor y la vida útil de los alimentos que esta posee en su interior.

**Servicio:**

Catering corporativo de exclusividad para empresas públicas y privadas contando con personal calificado que den a nuestros clientes el mejor trato posible (cordialidad, amabilidad y respeto)

**Salud:**

Es bien conocida la cantidad de nutrientes y vitaminas que alimento procesado de buena forma puede dar al organismo de dicha persona, por ello la difusión y variedad de comida y alimentos que la empresa dará a sus clientes, todas estas normas nos permitirán crear aceptación a nivel empresarial, nivel institucional.

**3.6. Publicidad.-**

La idea de crear o generar una marca es esencial para la parte publicitaria por ello además de llegar al cliente mediante flyers, trípticos o volantes, la publicidad de boca en boca es un punto fuerte en el proyecto publicitario de la empresa.

Se proyecta incluir en los trípticos o flyers la información de la empresa, y servicios que la misma brinda, con promociones, cupones por inauguración, esto con el fin de mantener fijo el tipo de mercado al que deseamos atacar.

Por ultimo se espera crear un sitio web que nos permitirá de igual manera manejar promociones, emails, opiniones y sugerencias esto permitirá consolidar a la empresa preocupándose por las necesidades de sus clientes.

Logotipo/Slogan de la empresa



### 3.7. Presupuesto

RUBRO	CODIGO	UNIDAD	COSTO UNIT	CANTIDAD	SUBTOTAL
Conductor/mesero	U102	UNIDAD	146.50	1	293.00
Cocineros	R90	UNIDAD	293.00	1	350.00
Limpieza	M87	UNIDAD	146.50	1	146.50
Ayudantes C.	Q23	UNIDAD	146.50	1	293.00
<b>TOTAL</b>					<b>1082.00</b>

RUBRO	CODIGO	UNIDAD	COSTO U	CANTIDAD	SUBTOTAL
Carro	P50	UNIDAD	22.000	1	6000
Local		UNIDAD	380	1	500
<b>TOTAL</b>					<b>6500</b>



<b>PRESUPUESTO IMPLEMENTOS DE COCINA</b>					
<b>RUBRO</b>	<b>CODIGO</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>SUBTOTAL</b>
<b>Bowls grandes</b>	<b>IC 001</b>	<b>U</b>	<b>7,00</b>	<b>10</b>	70,00
Bowls Pequeños	IC 002	U	5,00	10	50,00
<b>Cocina Industrial 4 estaciones</b>	<b>IC 003</b>	<b>U</b>	<b>889,00</b>	<b>1</b>	789,00
<b>Coladores</b>	<b>IC 004</b>	<b>U</b>	<b>2,00</b>	<b>5</b>	10,00
<b>Refrigeradora</b>	<b>IC 005</b>	<b>U</b>	<b>400,00</b>	<b>1</b>	400,00
<b>Cucharas Salseras</b>	<b>IC 006</b>	<b>U</b>	<b>4,00</b>	<b>5</b>	20,00
<b>Cucharetas de Metal</b>	<b>IC 008</b>	<b>U</b>	<b>2.30</b>	<b>10</b>	23,00
<b>Escurreidores</b>	<b>IC 009</b>	<b>U</b>	<b>1,50</b>	<b>5</b>	7,50
<b>Espátulas Plásticas</b>	<b>IC 010</b>	<b>U</b>	<b>3,00</b>	<b>10</b>	30,00
<b>Estropajos</b>	<b>IC 011</b>	<b>U</b>	<b>0,80</b>	<b>5</b>	4,00
<b>Lavabo</b>	<b>IC 014</b>	<b>U</b>	<b>85,00</b>	<b>1</b>	85,00
<b>Licuada Semi- Industrial</b>	<b>IC 015</b>	<b>U</b>	<b>65,00</b>	<b>1</b>	65,00
<b>Mesones de acero inoxidable de 2*1.40</b>	<b>IC 016</b>	<b>U</b>	<b>230,00</b>	<b>2</b>	460,00
<b>Moldes de aluminio</b>	<b>IC 017</b>	<b>U</b>	<b>3,50</b>	<b>2</b>	7,00
<b>ollas de 40 R</b>	<b>IC 019</b>	<b>U</b>	<b>55,00</b>	<b>2</b>	110,00
<b>Recipiente almacenaje 15 ft</b>	<b>IC 022</b>	<b>U</b>	<b>12,50</b>	<b>3</b>	37,50

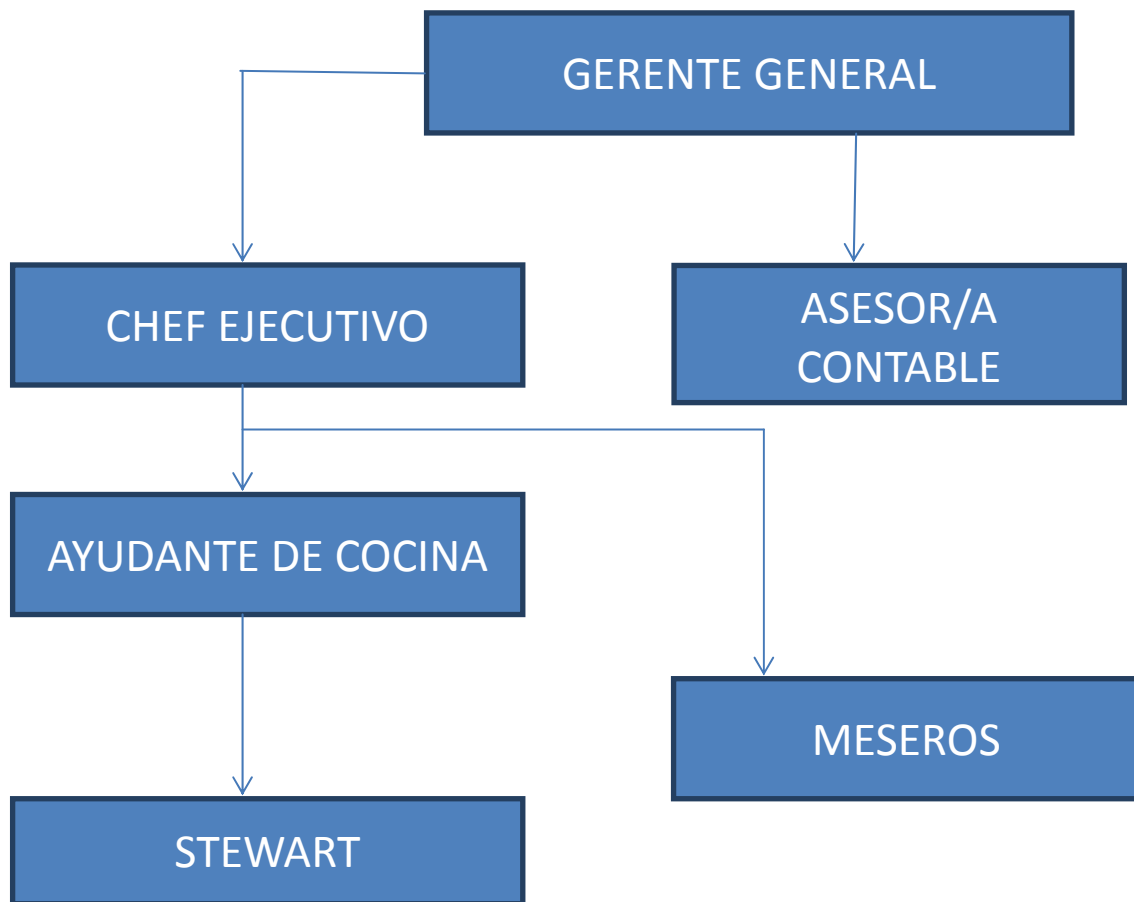
<b>Recipiente almacenaje 20 R</b>	<b>IC 023</b>	<b>U</b>	<b>16,20</b>	<b>3</b>	<b>48,60</b>
<b>sartenes</b>	IC 024	<b>U</b>	<b>15,00</b>	<b>4</b>	<b>60,00</b>
<b>Tarros de basura con ruedas</b>	<b>IC 025</b>	<b>U</b>	<b>25,00</b>	<b>3</b>	<b>75,00</b>
<b>Pozo de lavado</b>	<b>IC 027</b>	<b>U</b>	<b>115,00</b>	<b>1</b>	<b>105,00</b>
<b>Batidores de varilla</b>	<b>IC 029</b>	<b>U</b>	<b>4,35</b>	<b>4</b>	<b>17,40</b>
<b>Espumaderas</b>	IC 030	<b>U</b>	<b>3,75</b>	<b>2</b>	<b>7,50</b>
<b>Ensaladeras</b>	<b>IC 031</b>	<b>U</b>	<b>2,50</b>	<b>15</b>	<b>37,50</b>
<b>Paila</b>	IC 032	<b>U</b>	<b>25,00</b>	<b>2</b>	<b>50,00</b>
<b>Otros</b>	<b>IC 033</b>	<b>U</b>	<b>100,00</b>	<b>1</b>	<b>100,00</b>
<b>TOTAL</b>					<b>2.634</b>

**Numero de plazas de empleo a generar:**

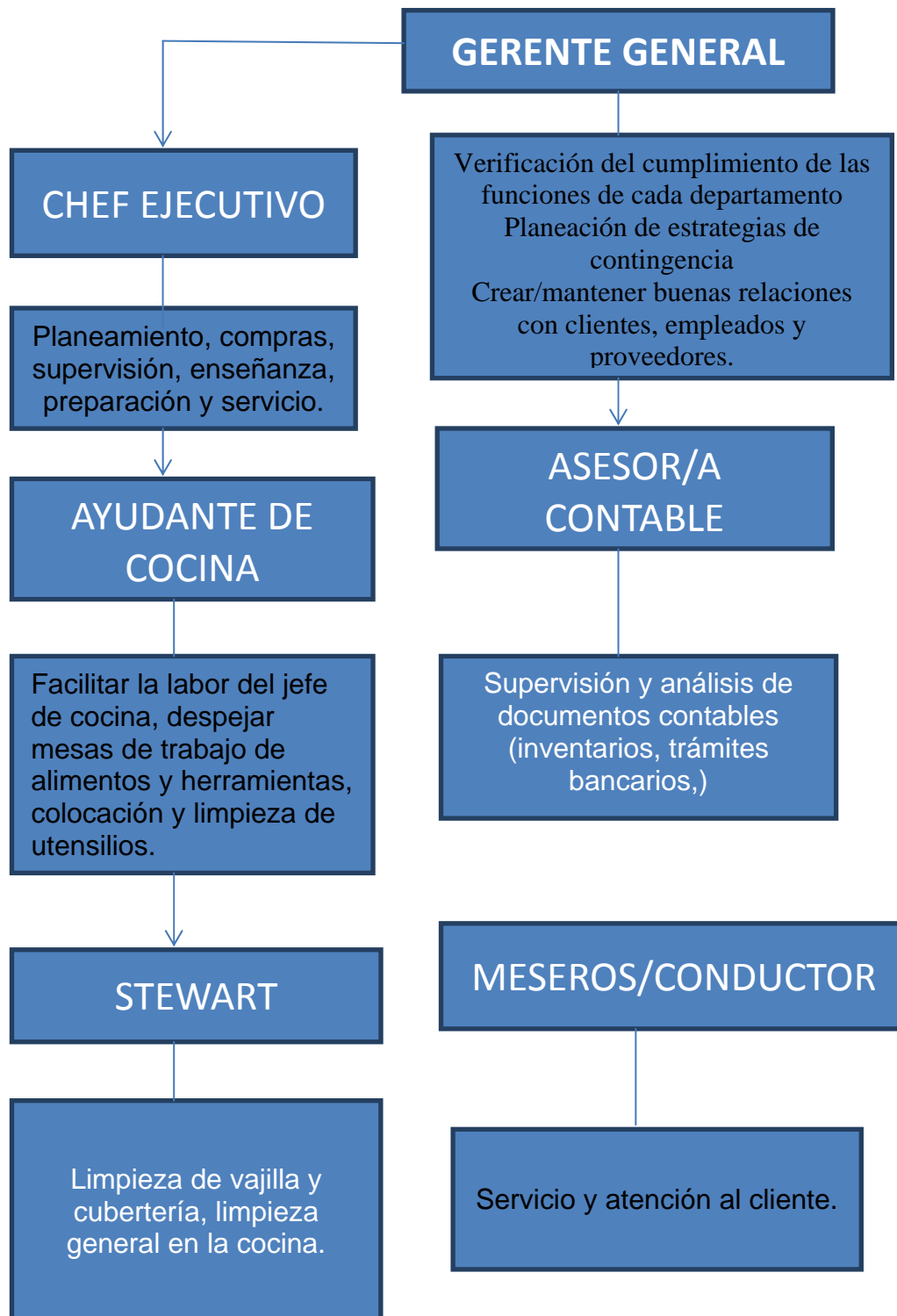
- 1 Chef ejecutivo
- 1 ayudante de cocina
- 1 conductor
- 1 secretaria
- 1 empleado de limpieza

### 3.8. Organigrama jerárquico y funcional de la empresa.-

#### 3.8.1. Organigrama jerárquico de la empresa



### 3.8.2. Organigrama Funcional de la Empresa



### 3.9. ENCUESTA

#### Encuestas.-

FECHA:

EDAD:

GENERO: M\_ F\_

1. ¿Conoce Ud. Sobre el servicio de catering?

Si\_\_ No\_\_

2. ¿que tipo de comida preferiría consumir a media mañana?

Ensaladas\_\_ Sandwiches \_\_ Postres\_\_ Otros\_\_

3. ¿Por que medio preferiría conocer nuestra empresa?

Radio\_\_ Televisión\_\_ Flyers\_\_ Internet\_\_

4. ¿Cuanto estaría dispuesto a pagar por un servicio de catering de ensaladas?

3\$\_\_ 4\$\_\_ 5\$\_\_

5. ¿Por que medios estaría dispuesto a contratar nuestro servicio?

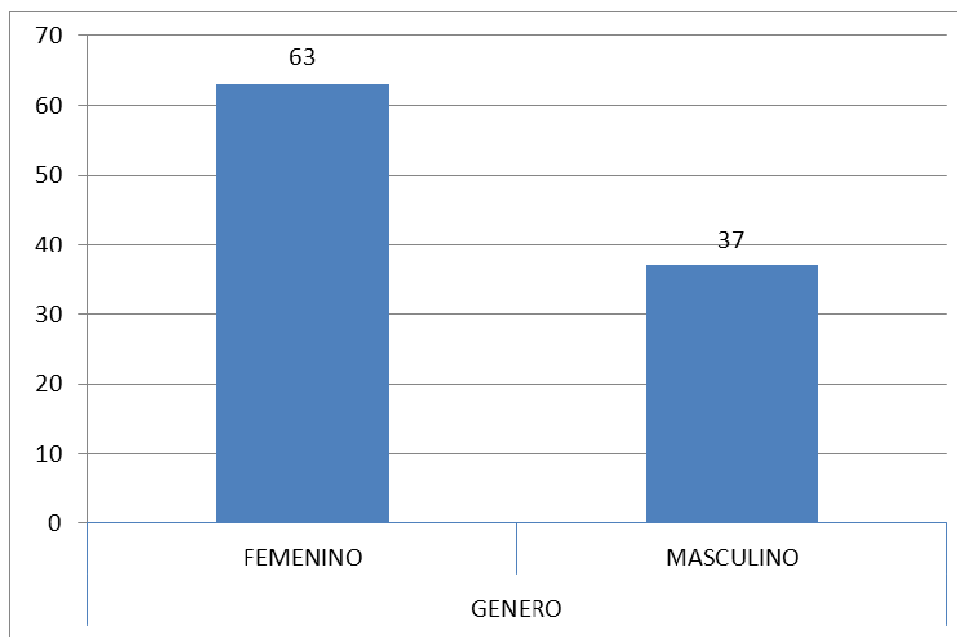
Vía telefónica\_\_ Internet\_\_ Personalmente\_\_

### 3.9.1. GRAFICOS

TABLA 1.

GENERO	
HOMBRES	MUJERES
37	63

GRAFICO 1.

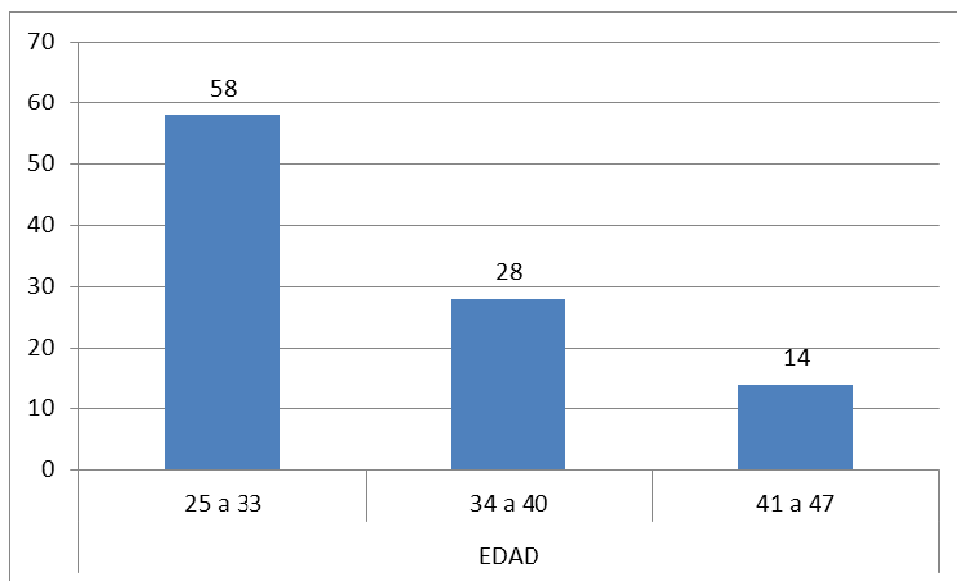


Al establecer dicha encuesta obtuvimos la preferencia de los encuestados, de los cuales el 63% son mujeres y el 37% hombres.

**TABLA 2.**

<b>EDAD</b>		
<b>25 a 33</b>	<b>34 a 40</b>	<b>41 a 47</b>
<b>58</b>	<b>28</b>	<b>14</b>

**GRAFICO 2.**

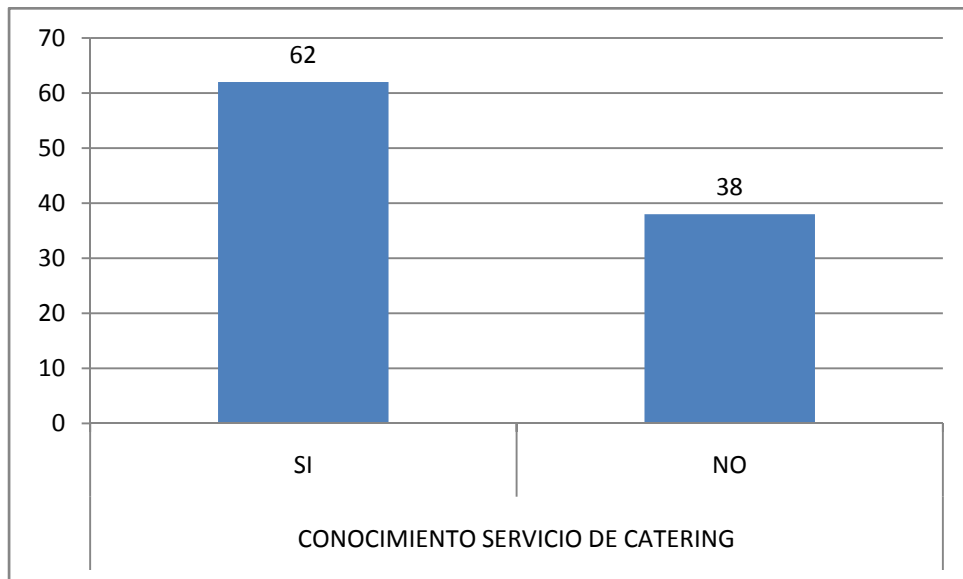


Se establecieron encuestas guidas a la edad con el fin de obtener una mayor difusión ya sea por temática, expectativas y preferencias de los encuestados.

**TABLA 3.**

<b>CONOCIMIENTO SERVICIO DE CATERING</b>	
<b>SI</b>	<b>NO</b>
<b>62</b>	<b>38</b>

**GRAFICO 3.**



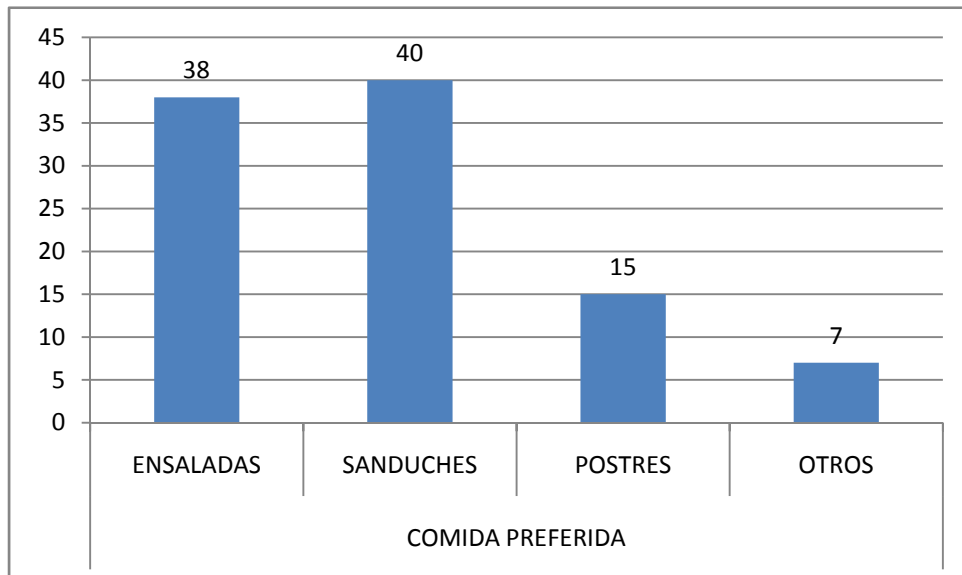
En su mayoría personas del sector en especial empleados de empresas aledañas conocen el concepto del servicio de catering, dando mayor facilidad para la implementación de dicho servicio.



**TABLA 4**

<b>COMIDA PREFERIDA</b>			
<b>ENSALADAS</b>	<b>SANDUCHES</b>	<b>POSTRES</b>	<b>OTROS</b>
<b>38</b>	<b>40</b>	<b>15</b>	<b>7</b>

**GRAFICO 4.**

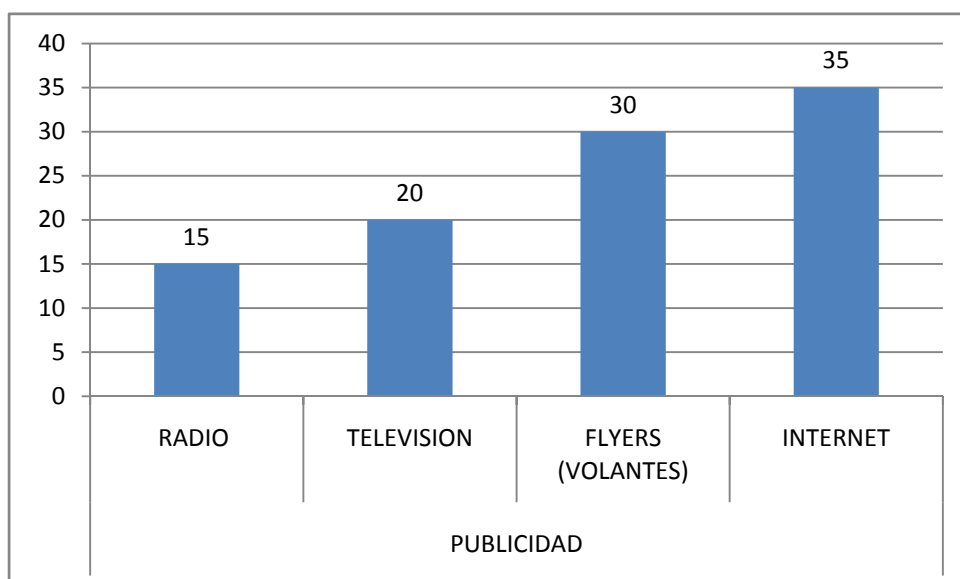


Mediante las encuestas se puede constatar que la mayoría de personas prefieren a media mañana incluir alimentos como, ensaladas y sandwiches, cabe destacar que la mayoría de encuestados que prefieren incluir ensaladas como plato de media mañana son mujeres.

**TABLA 5.**

<b>PUBLICIDAD</b>			
<b>RADIO</b>	<b>TELEVISION</b>	<b>FLYERS (VOLANTES)</b>	<b>INTERNET</b>
<b>15</b>	<b>20</b>	<b>30</b>	<b>35</b>

**GRAFICO 5.**

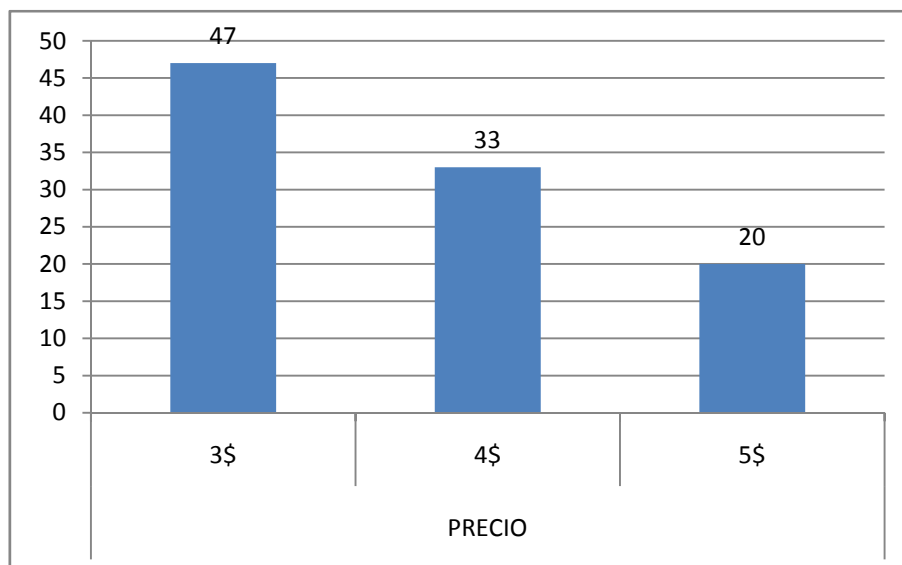


En lo que se refiere a publicidad se espera captar clientes potenciales mediante flyers que contengan con exactitud los servicios que ofrece la empresa, de igual manera se utilizaran medios publicitarios vía internet ya que hoy en día es una de las vías mas utilizadas por las personas y gran medio de difusión publicitaria.

**TABLA 6.**

PRECIO		
3\$	4\$	5\$
47	33	20

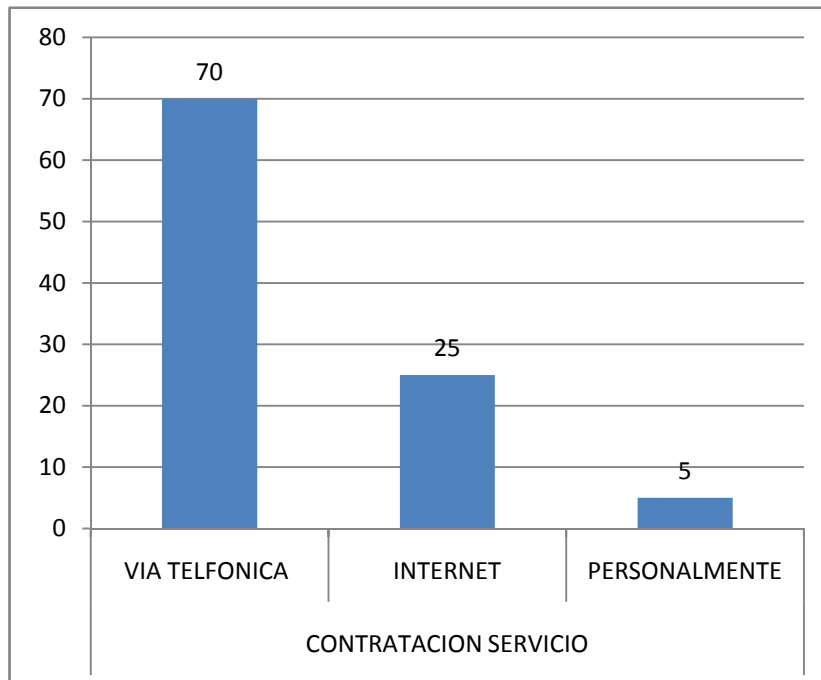
**GRAFICO 6.-**



**TABLA 7.**

<b>CONTRATACION SERVICIO</b>		
<b>VIA TELFONICA</b>	<b>INTERNET</b>	<b>PERSONALMENTE</b>
<b>70</b>	<b>25</b>	<b>5</b>

**GRAFICO 7.**



### 3.10. ANALISIS FODA.-

	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<b>FODA</b>	F1 Simplifica las operaciones F2 Excelente tecnología y diseños F3 Personal capacitado	D1 Fuga de capital D2 Flujo de personal D3 Tardanza en la atención en horarios pico
<b>OPORTUNIDADES</b>	Relación de Fortaleza	Relación Debilidad Oportunidad
O1 Nuevo concepto de servicio rápido O2 Penetración de mercado O3 Fijación de precios económicos	F1 O3 Fijación de un precio relativamente alto con su correspondiente descuento F2 O1 Menús variados (carne, pan, papas, ensaladas, frutas, etc.) F3 O1 O2 A través de promociones se ofrece un producto	D1 O2 O3 Implementación de un nuevo sistema de inventario D2 O1 Menor rotación de personal capacitar mas a los empleados
<b>AMENAZAS</b>	Relación Fortaleza - Amenaza	Relación Debilidad - Amenaza
A1 Ingreso de nuevos competidores A2 Según estudios revelan que la gente prefiere comer en restaurantes A3 Muy poca publicidad en tiempo de crecimiento	F1 A1 A2 Implementación de promociones y comida variada F3 A1 contratar personal apto para cada área	D1 A3 Realizar inventarios semanales D2 A1 Contratar empleados con conocimientos en el área donde tengan que trabajar

3.11. Recetas Estándar.-

## *Ensaladas*

### *Ensalada de Pavo*

*(pechuga de pavo cocida, col, crema de leche, pepinillos en vinagre, papas)*

*§ 3.65*

### *Ensalada de Papa con Tocino*

*(papas cocidas, tocino, cebolla perla, cebollitas en vinagre, lechuga)*

*§ 3.79*

### *Ensalada de Vegetales frescos*

*(tomate, lechuga, pepinillos, champiñones)*

*§ 3.20*

### *Ensalada de Champiñones a la Provensal*

*(Champiñones, lechuga, tomate, col, salsa)*

*§ 3.35*



			RECETA ESTANDAR	
ENSALADA DE PAVO				
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNIT	COSTO .T
Pechuga de pavo	2500	gr	4	4
Col	1000	gr	0,45	0,45
Crema de leche	1000	gr	1	1,00
pepinillos en vinagre	2	frascos	0,85c/frasco	1,70
papas	1000	gr	0,40c/500gr	0,80
			costo variable	7,95
			5% varios	0,40
			costo neto	8,35
			costo pax (10)	0,83475
			C.M.P o ventas 33%	2,529545455
			PVS	3,5
C.I.F=	30% * C.M.P		utilidad neta=	U1 + U2
	0,758863636			1,906386364
C.P=	C.I.F + costo pax		PV=	T.C.G + utilidad
	1,593613636			3,5
utilidad 1=	C.M.P - C.P			
	0,935931818			
utilidad 2	PVS - C.M.P			
	0,970454545			

			RECETA ESTANDAR	
ENSALADA DE PAPA CON TOCINO				
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNIT	COSTO .T
Papas (cocidas)	1000	gr	0,40c/500gr	0,8
tocino	500	gr	2,75	2,75
cebolla perla	1000	gr	0,4	0,40
cebollitas en vinagre	2	frascos	0,90c/frasco	1,80
lechuga (crespa)	600	gr	0,65c/200gr	1,95
			costo variable	7,70
			5% varios	0,39
			costo neto	8,09
			costo pax (10)	0,8085
			C.M.P o ventas 33%	2,45
			PVS	3,79
C.I.F=	30% * C.M.P		utilidad neta=	U1 + U2
	0,735			2,2465
C.P=	C.I.F + costo pax		PV=	T.C.G + utilidad
	1,5435			3,79
utilidad 1=	C.M.P - C.P			
	0,9065			
utilidad 2	PVS - C.M.P			
	1,34			



			RECETA ESTANDAR	
ENSALADA DE VEGETALES FRESCOS				
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNIT	COSTO .T
Tomate	1000	gr	0,40c/500gr	0,8
lechuga (crespa)	600	gr	0,65c/200gr	1,95
pepinillos	1000	gr	0,6	0,60
champiñones (cortados)	500	gr	1,1	1,10
			costo variable	4,45
			5% varios	0,22
			costo neto	4,67
			costo pax (10)	0,46725
			C.M.P o ventas 33%	1,415909091
			PVS	3,2
C.I.F=	30% * C.M.P		utilidad neta=	U1 + U2
	0,424772727			2,307977273
C.P=	C.I.F + costo pax		PV=	T.C.G + utilidad
	0,892022727			3,2
utilidad 1=	C.M.P - C.P			
	0,523886364			
utilidad 2	PVS - C.M.P			
	1,784090909			

			RECETA ESTANDAR	
ENSALADA DE CHAMPIÑONES A LA PROVENSALE				
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNIT	COSTO .T
champiñones (cortados)	500	gr	1,1	1,1
lechuga (crespa)	600	gr	0,65c/200gr	1,95
tomate	1000	gr	0,40c/500gr	0,80
col	1000	gr	0,45	0,45
salsa (provensal)	250	ml	1,2	1,20
			costo variable	5,50
			5% varios	0,28
			costo neto	5,78
			costo pax (10)	0,5775
			C.M.P o ventas 33%	1,75
			PVS	3,35
C.I.F=	30% * C.M.P		utilidad neta=	U1 + U2
	0,525			2,2475
C.P=	C.I.F + costo pax		PV=	T.C.G + utilidad
	1,1025			3,35
utilidad 1=	C.M.P - C.P			
	0,6475			
utilidad 2	PVS - C.M.P			
	1,6			

RECETA ESTANDAR				
Ensalada Shangai				
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNIT	COSTO .T
Lechuga (crespa)	600	gr	0,65c/200gr	1,95
Rabano	500	gr	0,6	0,6
Mandarina (rodajas)	500	gr	0,5	0,50
Cilantro	100	gr	0,1	0,10
Pollo	1500	gr	1,10c/1000gr	1,65
Naranja (rodajas)	600	gr	0,6	0,60
			costo variable	5,40
			5% varios	0,27
			costo neto	5,67
			costo pax (10)	0,567
			C.M.P o ventas 33%	1,718181818
			PVS	3,7
C.I.F=	30% * C.M.P		utilidad neta=	U1 + U2
	0,515454545			2,617545455
C.P=	C.I.F + costo pax		PV=	T.C.G + utilidad
	1,082454545			3,7
utilidad 1=	C.M.P - C.P			
	0,635727273			
utilidad 2	PVS - C.M.P			
	1,981818182			

Ensalada de Calamares				
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNIT	COSTO .T
Calamares (apanado)	2000	gr	3,5	3,5
Lechuga	600	gr	0,65c/200gr	1,95
Tomate	1000	gr	0,40c/500gr	0,80
Zanahoria	1000	gr	0,40c/500gr	0,80
Rabano	500	gr	0,6	0,60
Apanadura	500	gr	0,3	0,30
			costo variable	7,95
			5% varios	0,40
			costo neto	8,35
			costo pax (10)	0,83475
			C.M.P o ventas 30%	2,52954545
			PVS	3,85
C.I.F=	30% * C.M.P		utilidad neta=	U1 + U2
	0,758863636			2,25638636
C.P=	C.I.F + costo pax		PV=	T.C.G + utilidad
	1,593613636			3,85
utilidad 1=	C.M.P - C.P			
	0,935931818			
utilidad 2	PVS - C.M.P			
	1,320454545			

BBQ Salad				
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNIT	COSTO .T
Lechuga	600	gr	0,65c/200gr	1,95
Pollo	2000	gr	1,10c/1000gr	2,2
Tomate	1000	gr	0,40c/500gr	0,80
Zanahoria	1000	gr	0,40c/500gr	0,80
Rabano	500	gr	0,6	0,60
Salsa bbq	500	gr	1,4	1,40
			costo variable	7,75
			5% varios	0,39
			costo neto	8,14
			costo pax (10)	0,81375
			C.M.P o ventas 3%	2,46590909
			PVS	3,55
C.I.F=	30% * C.M.P		utilidad neta=	U1 + U2
	0,739772727			1,99647727
C.P=	C.I.F + costo pax		PV=	T.C.G + utilidad
	1,553522727			3,55
utilidad 1=	C.M.P - C.P			
	0,912386364			
utilidad 2	PVS - C.M.P			
	1,084090909			

Ensalada Ceasar				
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNIT	COSTO .T
Lechuga	600	gr	0,65c/200gr	1,95
Pollo	2000	gr	1,10c/1000gr	2,2
Tomate	1000	gr	0,40c/500gr	0,80
Crotones de pan	500	gr	0,8	0,80
Queso cheddar	500	gr	2,2	2,20
Pepinillos	500	gr	0,6	0,60
			costo variable	8,55
			5% varios	0,43
			costo neto	8,98
			costo pax (10)	0,89775
			C.M.P o ventas 3:	2,72045455
			PVS	3,65
C.I.F=	30% * C.M.P		utilidad neta=	U1 + U2
	0,816136364			1,93611364
C.P=	C.I.F + costo pax		PV=	T.C.G + utilidad
	1,713886364			3,65
utilidad 1=	C.M.P - C.P			
	1,006568182			
utilidad 2	PVS - C.M.P			
	0,929545455			

## **CAPITULO IV**

### **Marco Conclusivo**

#### **4.1 Conclusiones.-**

Mediante la aplicación de encuestas y el previo estudio de mercado se pudo establecer preferencias y tendencias de acuerdo al segmento y a la zona donde se implementara la empresa.

La aplicación de estrategias publicitarias permitirá consolidar a la empresa generando en el mismo posicionamiento en el mercado, con un estudio de marketing minucioso que genere rentabilidad en el negocio.

El manejo de un estudio financiero adecuado generara a la empresa la correcta distribución de los recursos económicos de tal manera que forme beneficios y rentabilidad en la empresa.

La difusión y variedad de alimentos complementados con procesos de preparación adecuados constituyendo bienestar y satisfacción en quienes los consuman, aportando una contribución en la comunidad y responsabilidad social.

Por ser un catering de ensaladas la ventaja competitiva será más alta, ya que además de contar con atención y servicio de exclusividad al cliente la elaboración de los productos y alimentos serán con las más altas normas de higiene y asepsia.

## **4.2. Recomendaciones.-**

Una vez implementado el proyecto se pondrá en marcha, con el previo trabajo de investigación para de esta forma aprovechar los beneficios que este nos dará.

Realizar una planificación estratégica con el fin de mantener los procesos de estandarización adecuados para el buen funcionamiento de la empresa.

Verificar que los procesos que gestión de calidad y manejo de productos cumplan con las normas establecidas por la empresa con el fin de garantizar un producto final adecuado.

Utilizar mediciones de análisis financieros periódicos con el fin de buscar beneficios y posibles desventajas que puedan surgir.

Aplicar planes de contingencia adecuados con el fin de precautelar la integridad física y moral de los empleados de la organización.



## Bibliografía

- Ahmed. I. 2001. Congresos Y Catering: Organización y Ventas
- Hyma. 1993. Ensaladas y Cocina de Fuego Vol. 1
- Hangs Georg Levin/Elizabeth Lange “El gran libro de las verduras de todo el mundo”
- Alacreu.G. “Gestion de banquetes”
- Calidad y sistemas de calidad
- Alimentación Sana <http://www.alimentacion-sana.org>
- Enciclopedia Virtual Wikipedia <http://www.wikipedia.org/wiki/ensalada>
- Vivir Salud <http://www.vivirsalud.com>
- Conquito

[http://www.conquito.org.ec/observatorio/index.php?option=com\\_content&view=article&id=45:pea&catid=15:eje-social&Itemid=55](http://www.conquito.org.ec/observatorio/index.php?option=com_content&view=article&id=45:pea&catid=15:eje-social&Itemid=55)