ISABELLA VELEZ SANTOS

GASTRONOMÍA Y GESTÍON DE RSTAURANTES

LCI BOGOTÁ

PROYECTO DE GRADO

PROYECTO DE VIAVILIDAD DE NEGOCIO DE CATERING “VERDE TE QUIERO VERDE”

DICIMEBRE 2015

INDICE

1. DESCRIPCION ANTECEDENTES
2. CONCEPTO  
   1. NOMBRE EMPRESA
   2. IDEA DE NEGOCIO
   3. PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN
   4. PERFIL DEL CLIENTE
3. ANALISÍS DEL MERCADO
4. INVERSION INICIAL
5. RECETA ESTANDAR
6. NOMINA
7. PROVEEDORES
8. PLAN DE SERVICIO
   1. CATERING
   2. CHEF A DOMICILIO
9. PLAN DE LIMPIEZA Y DESINFECCION  
   1. AREA DE PRODUCCIÓN
   2. AREA DE SERVICIO
10. DOFA
11. BIBLIOGRAFIA
12. DESCRIPCIÓN DE ANTECEDENTES

Hoy en día Bogotá es el principal centro de comercio y negocios en Colombia y es protagonista de diversos eventos culturales que promueven el crecimiento de la ciudad y la han convertido en uno de los principales destinos turísticos del país, atrayendo personas de todas partes del mundo. Actualmente en la ciudad existen varias empresas que ofrecen el servicio de catering y chef a domicilio, creando una oferta específica que cumple ciertas demandas especiales como comida orgánica o comida para hospitales. Incluyen dentro de sus ofertas diferentes posibilidades de servicio, ingredientes, preparación, etc. con el fin de satisfacer las necesidades y preferencias de sus clientes.

En los últimos años, la gastronomía ha pasado de ser un simple aspecto cotidiano de la vida a ser un arte e incluso un estilo de vida, por lo que se da mucha más importancia a los alimentos que preparamos y consumimos, desafortunadamente la mayoría de la gente no se preocupa por su comida. Por eso se busca llegar a gente de todas las edades que den importancia a su bienestar físico-mental y que quieran aventurarse a probar una alternativa alimentaria, sean estos jóvenes, padres, hijos, abuelos, etc. En esencia, la idea es crear una nueva era de consciencia alimenticia, donde no sólo importe el sabor y el precio de la comida sino que se tenga en cuenta todas las etapas de ésta, desde su producción a su consumo.

En la actualidad se vive un ritmo de vida ajetreado en donde no se piensa en comer como una actividad de importancia si no meramente como un método de saciar el hambre y reabastecer energías para continuar con la rutina, por esta razón se pierde la esencia de asimilar todo lo que significa comer: los olores, los sabores, las texturas y hasta los sonidos, en consecuencia se ha perdido una porción muy importante de la comida y de la capacidad humana apreciarla. La alimentación consciente es un estilo de vida que se debe fomentar con el fin de reducir las enfermedades relacionadas con la mala alimentación y mejorar la calidad de vida de la población en general. Según un estudio realizado en la Universidad de la Sabana en el 2010 se muestra que el 20% niños menores de 5 años ya hacen parte de esta categoría (USABANA). No existen servicios que ofrezcan este tipo de alimentación, fue esto que impulsó a la creación de esta compañía, la oportunidad de poder ofrecer a los comensales un concepto de la cocina y la alimentación como un arte o en otras palabras el concepto de “comer bien”.

1. CONCEPTO
   1. NOMBRE DE LA EMPRESA

El nombre de la empresa es Verde te quiero verde ya que el enfoque es hacia lo saludable y eco amigable.

Misión:

Ofrecer el mejor servicio de alimentación saludable para de esta manera satisfacer todas las necesidades del cliente; generando un valor diferencial y ofreciendo el mejor contenido nutricional, así como responsabilidad, calidad y un excelente servicio.

Visión:

Para el 2016 ser una empresa posicionada en el mercado de la alimentación saludable en Colombia, logrando oportunidad de crecimiento a otros negocios como hospitales y casinos.

Logo:



* 1. IDEA DE NEGOCIO

La idea es montar una compañía que ofrezca una experiencia culinaria inolvidable de catering y chef a domicilio, con el fin de ofrecer un servicio completo, especializado y enfocado. La idea principal de la compañía es ofrecer alimentos orgánicos saludables que sean ambiental y socialmente responsables. Todas las materias primas vendrán de diferentes plazas de mercado de Bogotá como Paloquemao, las cuales ofrecen la mejor calidad y apoyan económicamente a los productores agrícolas locales. Adicionalmente se buscará trabajar con asociaciones de productores responsables como La Huerta Colombiana S.A.

Para cada ocasión se darán menús que se adapten a la necesidad del cliente y siempre se tendrá en cuenta el contenido nutricional. Todos estos servicios serán innovadores ya que se podrán disfrutar de distintas técnicas y consejos de los expertos en distintos tipos de comida. El personal estará compuesto inicialmente por dos chefs graduados de LCI Bogotá, que tienen conocimientos tanto culinarios como nutricionales.

La compañía brindará dos tipos de servicios distintos: servicio de catering y servicio de chef a domicilio. El primero (catering) maneja únicamente platos ya preparados para eventos donde adicionalmente incluye el transporte de los alimentos y su respectivo menaje (vajilla, mantelería, cristalería) al lugar necesario. En un principio el servicio de catering se realizará desde Guaymaral. El servicio de chef a domicilio, el cual es algo más exclusivo, se basará en la plataforma: menú saludable, menú vegetariano, menú tierra, menú degustación. La diferencia entre los dos servicios que se ofrecen es que el servicio de catering ofrece comida a domicilio para eventos, reuniones, etc. Mientras que el servicio de chef a domicilio busca ofrecer al comensal oportunidad de experimentar directamente el proceso de preparación y montaje de distintos platos.

El servicio de chef a domicilio se hará en la casa de cada cliente y se proveerán los ingredientes necesarios para el servicio. Se agendará una cita con dos horas de anticipación para hacer *mise en place* y establecer exactamente qué se va a preparar. Este servicio requiere de una disponibilidad de tiempo mucho más amplia, pero de igual manera es más personalizada ya que se busca ofrecer una experiencia mucho más detallada que el servicio de catering. De igual manera, al finalizar el servicio también se dejará la cocina limpia, pues en mi opinión esto también hacer parte de la experiencia de relacionarse consciente y sanamente con los alimentos.

* 1. PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

La empresa se dará a conocer primero con la comunidad LCI, familia, amigos y conocidos cercanos y luego, por medio de difusión publicitaria, a distintas personas. También se trabajará en un principio con la empresa Correcaminos de Colombia en la parte de aperitivos saludables para sus maratones y eventos deportivos.

* Página web: Se creará una página empresarial donde se tenga contacto, concepto de negocio, descripción del servicio, galería fotográfica, alimentos de temporada, precios y toda la información básica de la compañía.
* Facebook: Se creara una cuenta empresarial donde se pondrán fotos de los eventos, videos de cocción, recetas saludables y otros métodos de atraer seguidores y clientes potenciales.
* Instagram – Pinterest: Se pondrán fotos de los eventos, videos de cocción y recetas saludables con el fin de atraer clientes potenciales.
* Twitter: Esta cuenta está conectada a Facebook por lo que cada post se este se hará simultáneamente en twitter para ampliar en alcance en redes sociales.
* Sistema de descuentos para fechas especiales como: cumpleaños, aniversarios, Halloween, navidad, día del padre, día de la madre etc.
* Material P.O.P. como servilletas de tela, utensilios de cocina, copas, cubiertos, vasos que servirán como suvenir   
  1. PERFIL DEL CLIENTE

El cliente de son hombres y mujeres de todas las edades, de estrato medio/alto (4, 5, 6), que disfrutan de una alimentación sana sin sacrificar el sabor o la presentación. Son personas descomplicadas con un estilo de vida sano, consciente y natural donde la alimentación integral es esencial, cuidando qué comen, a qué hora lo comen y respetando siempre el bienestar de sus cuerpos. Son personas exigentes que no solo satisfacen la necesidad de llenarse si no que también buscan una experiencia gastronomía inolvidable, dispuestos a salir de su alimentación cotidiana y aventurarse en nuevos olores, colores y sabores.

1. ANÁLISIS DEL MERCADO

Según Claudia Hernández, directora de la ACODRES (Asociación Colombiana de la Industria Gastronómica), “la gastronomía ocupa el décimo puesto entre los sectores económicos que aportan al PIB colombiano, por encima de la educación y las telecomunicaciones.” (La República)

El negocio del catering, en el cual se ofrecen platos especiales para eventos de todo tipo, ha venido creciendo en popularidad durante los últimos años. Esto se refleja en la amplia oferta de precios que existen en el sector, lo cual a su vez genera mayor competencia en el mercado. De igual manera, otro concepto gastronómico en auge, aunque mucho menos conocido, es el de chef a domicilio, el cual introduce un proceso que da la oportunidad al comensal de experimentar todo el proceso de transformación de la comida y por ende tener más seguridad al consumirla. La última tendencia es la que se conoce como comida saludable, en la que se enfatiza el dicho "eres lo que comes", y por tanto se busca consumir específicamente aquellos alimentos que no sean nocivos para el cuerpo o que aporten algo a este, por eso para todos los alimentos usaremos un proceso de trazabilidad que se llama “de la granja a la mesa”. Estas tres tendencias unidas conforman una idea innovadora en el mercado de los alimentos, la cual se presenta como una propuesta integradora que ofrece distintos tipos de servicios para distintos tipos de clientes. En Bogotá específicamente, muchos chefs graduados, restaurantes conocidos y jóvenes emprendedores tienen un servicio de catering, lo cual significa que la competencia en este sector es bastante alta, pero también significa que existen varios puntos de referencia al realizar una empresa propia. El reto de ofrecer estos dos servicios es entrar en un mercado que es bastante competitivo pero que también tiene mucha clientela por explorar, desde eventos sociales elegantes hasta personas que quieran experimentar la comida saludable en la comodidad de su propio hogar. Adicionalmente, existe la posibilidad de extender la oferta a territorios muy diversos, desde hospitales y hogares geriátricos hasta escuelas y otras instituciones educativas. En mi opinión, la comida saludable se puede extender casi a cualquier tipo de lugar y actividad, lo cual le da a la compañía un potencial considerable en el mercado de la alimentación.

Competencia directa: Empresas de catering/ chef a domicilio en Bogotá enfocadas en la alimentación saludable.

* <http://www.mundoverde.com.co/>

Restaurante/ catering enfocado en “salud gourmet”.  
Ubicación:   
Teléfono:   
Productos:   
- Para picar: variedad de entradas como: dip de salmón, tacos de lechuga, hummus, ensalada capresse, champiñones rellenos.   
- Ensaladas (para crear/ bowl): variedades de lechuga, quesos, carnes, vegetales y verduras.  
- Wraps: pavo, mozzarella y tomates secos, portobello y queso feta, BBQ, chipotle, verde.  
- Sanduches: pavo y manzana, pollo y albahaca, portobello, jamón serrano, vegetariano, trucha ahumada.  
- Derretidos: sanduches calientes derretidos con diferentes tipos de quesos como mozzarella y emmental.  
- Postres: torta de zanahoria, peacan pie, torta de manzana, torta de chocolate, galleta de chips de chocolate.  
- Cafés: capuccino, espresso, americano.  
- Bebidas: variedad de jugos, mezclas energizantes y batidos.   
Extra: Amantes de lo saludable recolección de puntos con información y regalos sanos. 50 madres de familia  
$: Precio promedio 20,000

* <http://www.alimentacionsaludableadomicilio.com/>

Domicilio/ almuerzo enfocado en alimentación saludable.  
Ubicación: Solo domicilios a toda la cuidad excepto Usme y Kenedy.  
Teléfono: 6953555 al 5273283  
Productos (planes diarios de comida) ejemplo 1 día:  
- No incluye desayuno  
- Merienda # 1 10:00 am: queso pera, porción de fruta.  
- Almuerzo 1:00 pm: crema de verduras, medallones de lomo a la napolitana, puré de papa, ensalada de tomates y albahaca, postre de manzana.   
- Merienda # 2 5:00 pm: yogurt con cultivo, tajada de pan integral.  
- Cena 7:00 pm: crema de zanahorias, ensalada cesar con pollo y kiwi.  
Extra: Valoración nutricional antes de empezar, uso de Terapia Gerson.  
$: 1-    Suministro de alimentación:  
Almuerzo por 30 días: $490mil / costo por almuerzo $ 24.500  
Almuerzo y Cena: $840mil / costo por plato $ 21.000

2-   Planes Empresariales:  
Almuerzo por 40 días $890.000  / costo por almuerzo $ 22.250   
Almuerzo por 60 días $ 1.290.00 / costo por almuerzo $ 21.500  
Almuerzo por 80 días $ 1.620.000 / costo por almuerzo $ 20.250

* <http://chefathomecolombia.com/comida-saludable/>

Catering/ chef a domicilio  
Ubicación: Domicilios.  
Teléfono: 3175907551  
Productos: orgánicos 4 menús diferentes.  
- Vegano: sin gluten, sin lácteos, proteína vegetal, vegetales crudos.  
- Paleo: proteína (pollo/ pescado sin grasas trans, ni transgénicos), carbohidrato y fibra.   
- Especializado: EJEMPLO ingredientes orgánicos.  
- Proteico: ingredientes orgánicos.  
Extra: Recetas saludables, ingredientes orgánicos, no usos de grasas trans, no uso de transgénicos, chef especializada.  
$: Almuerzo a domicilio: 20,000 – 30,000 por persona.   
Clases de cocina: 85,000 por dos personas.  
Chef a domicilio: 30,000 por persona, máximo 10.

* <https://www.freshii.com/co/home>

Restaurante (franquicia) / catering   
Ubicación: teleport, edificio Bavaria, zona de la 93, zona G.  
Teléfono:  
Productos:   
- Wraps/ ensaladas: Se escoge una pasa de quinua, tortilla de harina de trigo integral, o hojas de repollito después se escoge entre la variedad de proteínas como tofu, pollo, carne de res o camarón.   
- Bowls/ burritos: A base de pasta, arroz integral o quinua. Con vegetales y proteínas variados.  
- Desayunos: A base de huevos, yogurt y frutas.  
- Sopas: A base de verduras.  
Extra: Recetas saludables, con información nutricional, con posibilidad de hacer su producto personalizado y venta de franquicia.  
$: Por cotización

Competencia indirecta: Todos los servicios de alimentos y bebidas enfocados en comida saludable.

* <http://www.lasdoce.com/>

Domicilios de comida saludable  
Ubicación: Carrera 8D # 106 – 31  
Domicilios diarios con pedido máximo antes de las 10:00 am.  
Teléfono: 2151021  
Productos: Almuerzos a domicilio orgánicos, naturales, saludables.  
Extra: 2 opciones de almuerzo diario: menú balanceado, menú liviano.   
$: 20,000 por almuerzo con domicilio.

* Bioplaza

Ubicación: Chico, Nogal, Usaquén, Chapinero  
Teléfono: 2574047  
Restaurante/ mercado orgánico/ café / domicilios / accesorias / catering/ talleres / cursos  
Productos:  
- Desayunos: clásico (arepa/pan de centeno, huevos, bebida caliente, fruta), energético (granola, yogurt, porción de fruta, queso mozzarella, bebida caliente), típico (tamal de pipian, arepa de arroz/ pan de centeno, queso campesino, jugo/chocolate), vegetariano (pericos de tofu, arepa de arroz/pan de centeno, jugo natural o bebida caliente).  
- Biomenu del día: Entrada, plato fuerte, postre y bebida.  
- Repostería sana: torta de chocolate, torta de frutos secos, torta de zanahoria, pie de manzana.  
- Bebidas: infusión de frutas, té, aromática, cappuccino, tinto, expreso, macchiato.  
Extra: Café, bio menú del día, 4 puntos en Bogotá.  
$: 15,000 – 30,000  
Mercado: Considerablemente costoso.

* Suna

Restaurante/ mercado / comida para llevar  
Ubicación: Calle 72 # 5-09  
Teléfono: 3177909  
Productos: orgánicos colombianos, muy vareados: ensaladas, arroces, desayunos, almuerzos, bebidas.  
Extra: Cocina fresca, sana, local con terraza.  
$: Precio promedio 20,000 – 40,000

* Green market orgánicos

Mercado/ mercado  
Ubicación: Calle 93 # 13 – 14  
Teléfono: 5301617  
Productos: abarrotes y productos orgánicos.  
Extra: Responsabilidad con el planeta  
$ 35,000- 45,000 considerablemente altos

* Clorofila

Mercado / mercado / domicilio  
Ubicación: Calle 41 # 24 – 20 / calle 116 # 9 – 50   
Teléfono: 2696088  
Productos: huerta orgánica, pollos caminantes, alternativas vegetarianas, lácteos, endulzantes naturales, mascotas y abarrotes.  
Extra: Nació en el corazón de la sabana.   
$ 15,000- 20,000

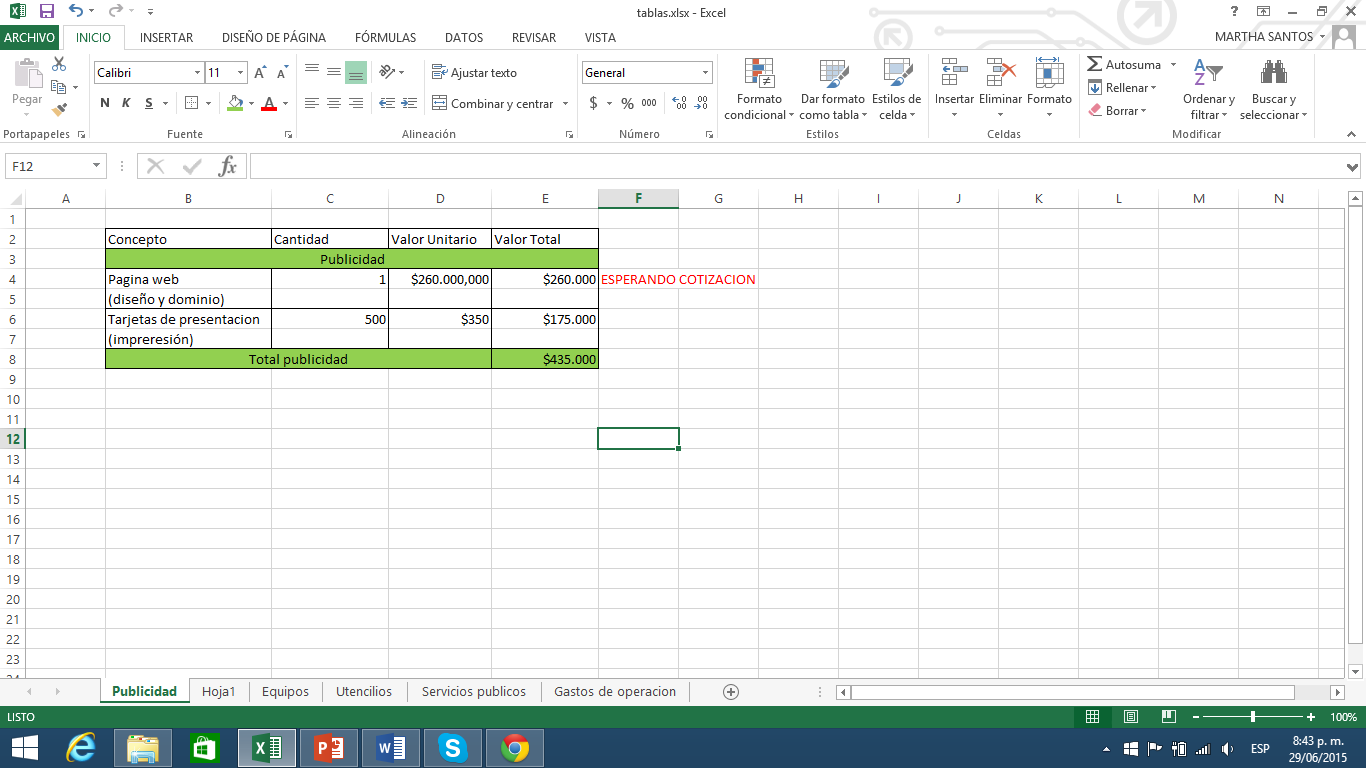
* La cesta café local

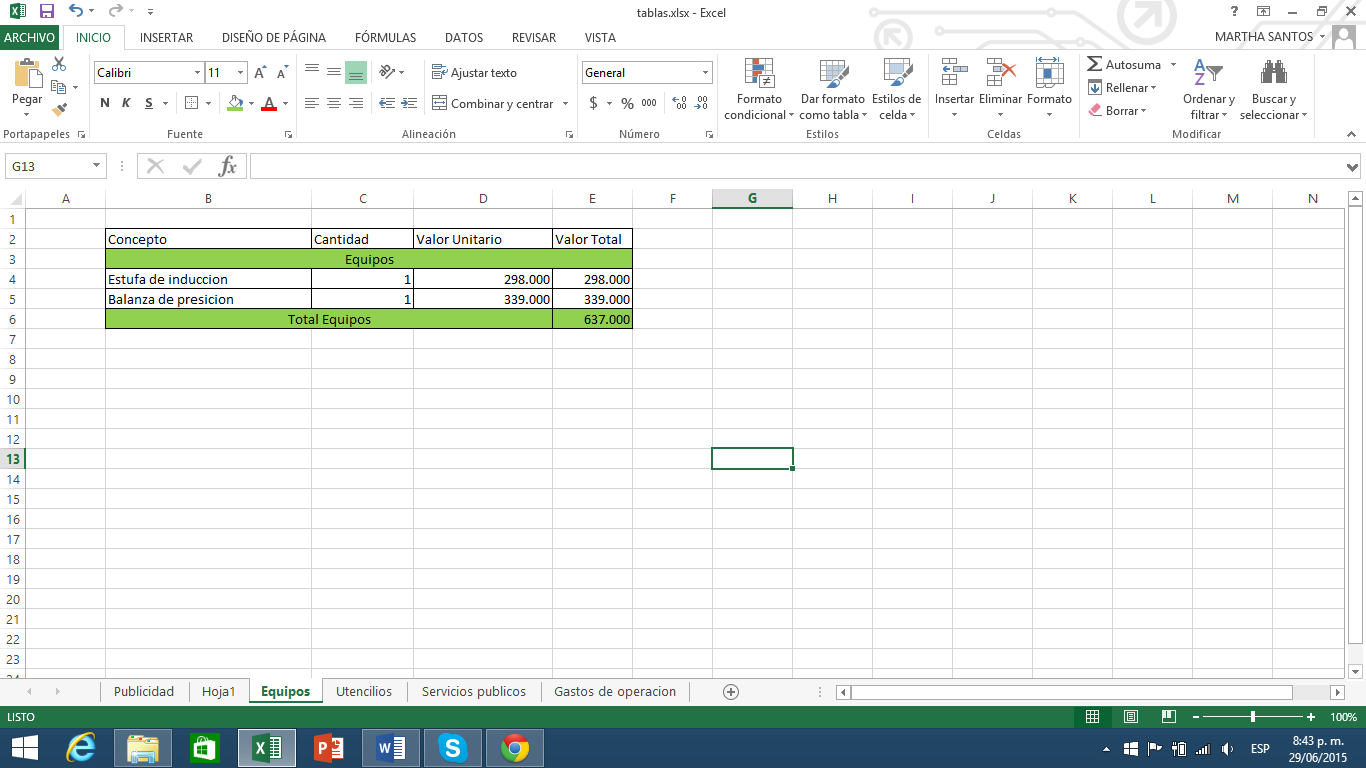
Café / comida /  
Ubicación: Calle 81 # 8 -70  
Teléfono: 4674944  
Productos: desayunos, platos fuertes, platos ligeros, ensaladas, hojaldres, postres, sanduches fríos/calientes, quiche, sopas, cafés y bebidas.  
Extra: Lugar acogedor, innovador, productos ligeros y frescos.  
$ Café: 25,000  
Precio promedio 32,000

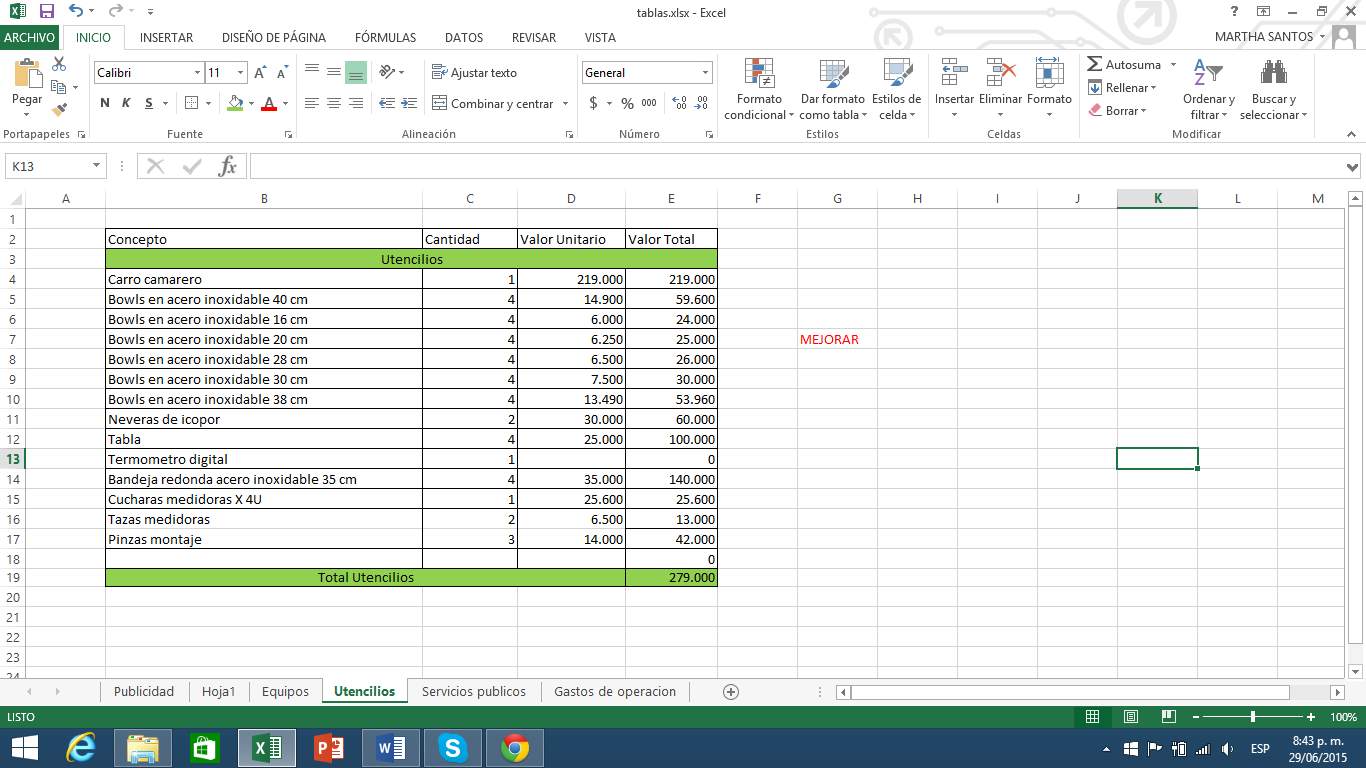
* Masa

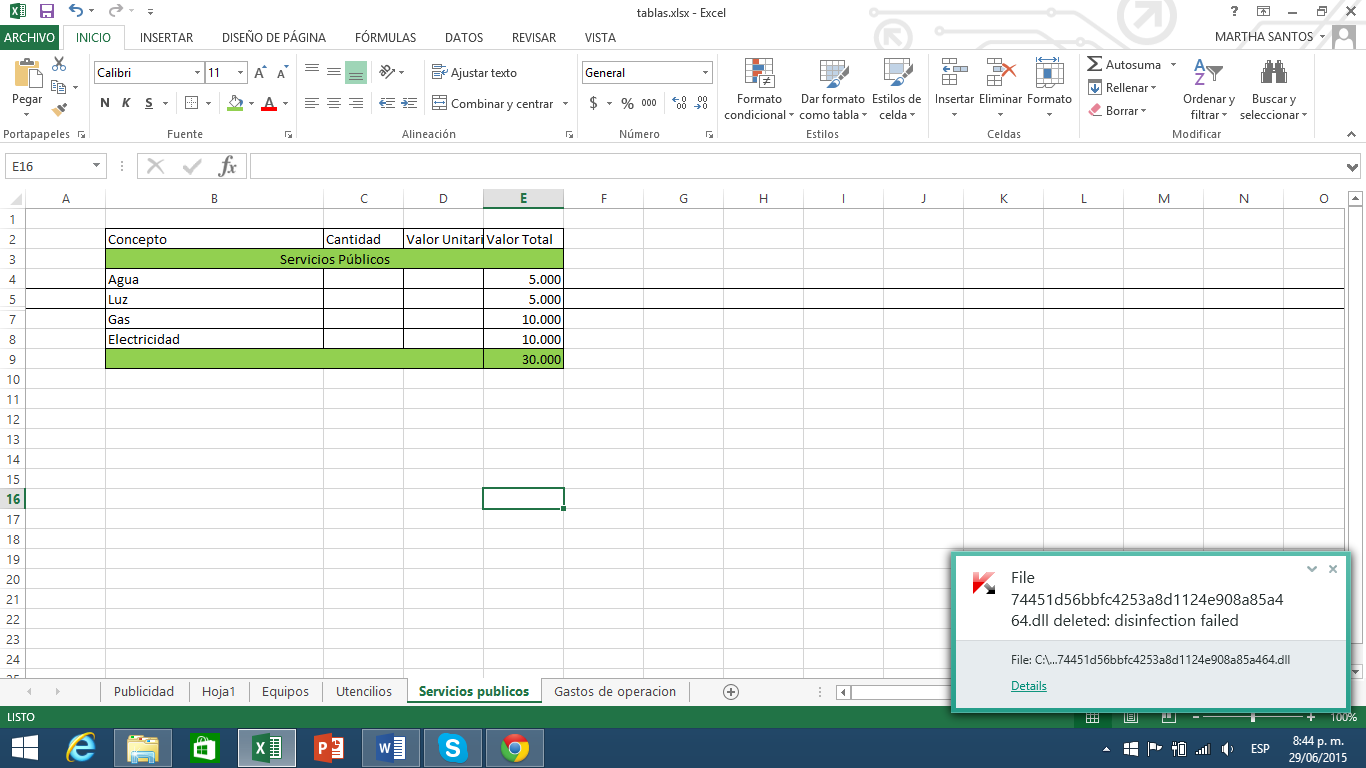
Panadería / café / repostería  
Ubicación: Calle 70 # 4 – 83 / calle 81 # 9 - 12  
Teléfono: 4661562  
Productos:  
Desayunos: huevos, sanduches, hojaldres, pan.  
Tartines: sanduches fríos, sanduches, ensalada de la barra, sopa del día, jugos.  
Repostería: donas, muffins, postres, galletas, tartaletas, tortas, cupcakes, granola, chocolates, mermeladas.  
Cafés y bebidas calientes y variedad de panes.  
Extra: olor a pan, ambiente agradable, variedad en todos los productos, cuarto oscuro.  
$ Promedio plato 17,000

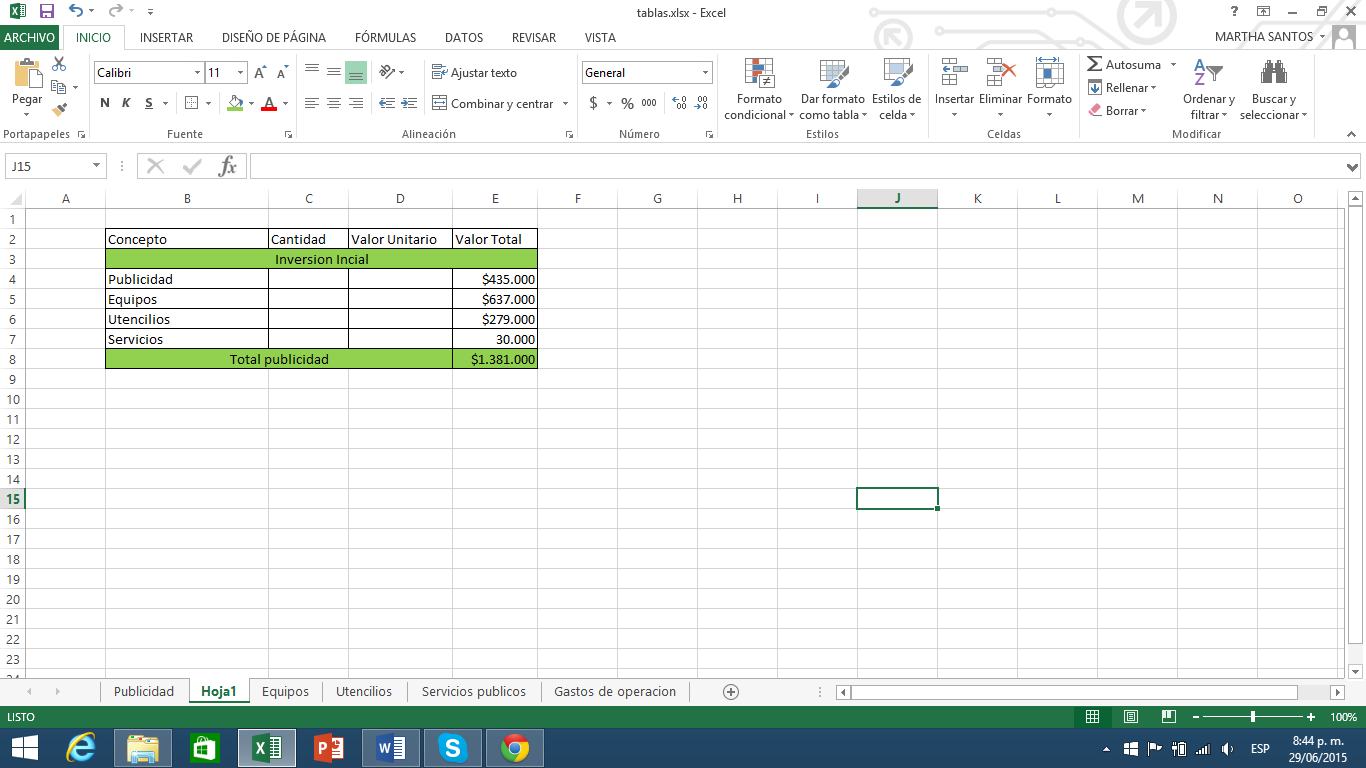
1. INVERSIÓN INICIAL

La inversión inicial es igual a 1.381.00 (un millón trescientos ochenta y un mil) pesos que se dividen entre los distintos artículos necesarios para la operación de la compañía. También se tendrán en cuenta los utensilios que ya se encuentren en posesión de ésta. Los gastos se dividirán en publicidad, equipos, utensilios, vehículos y gastos de operación.



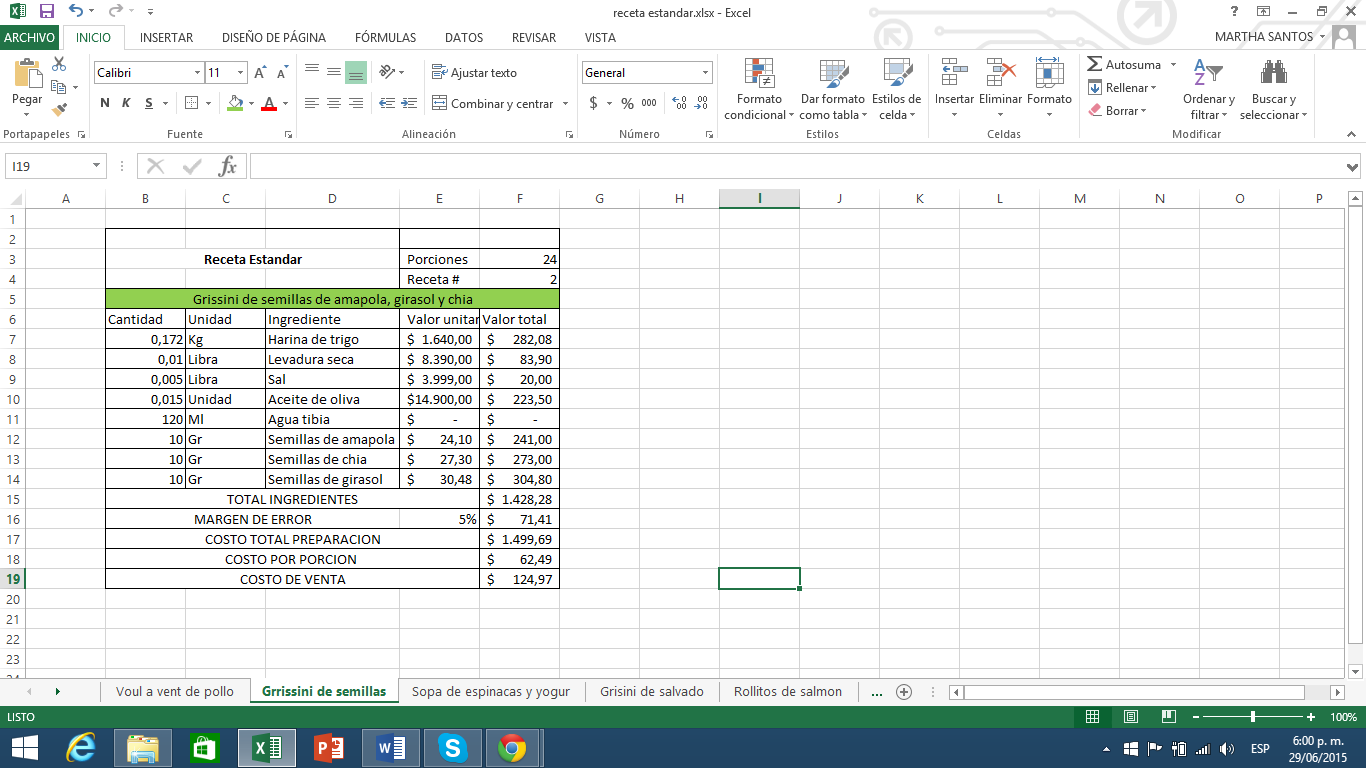


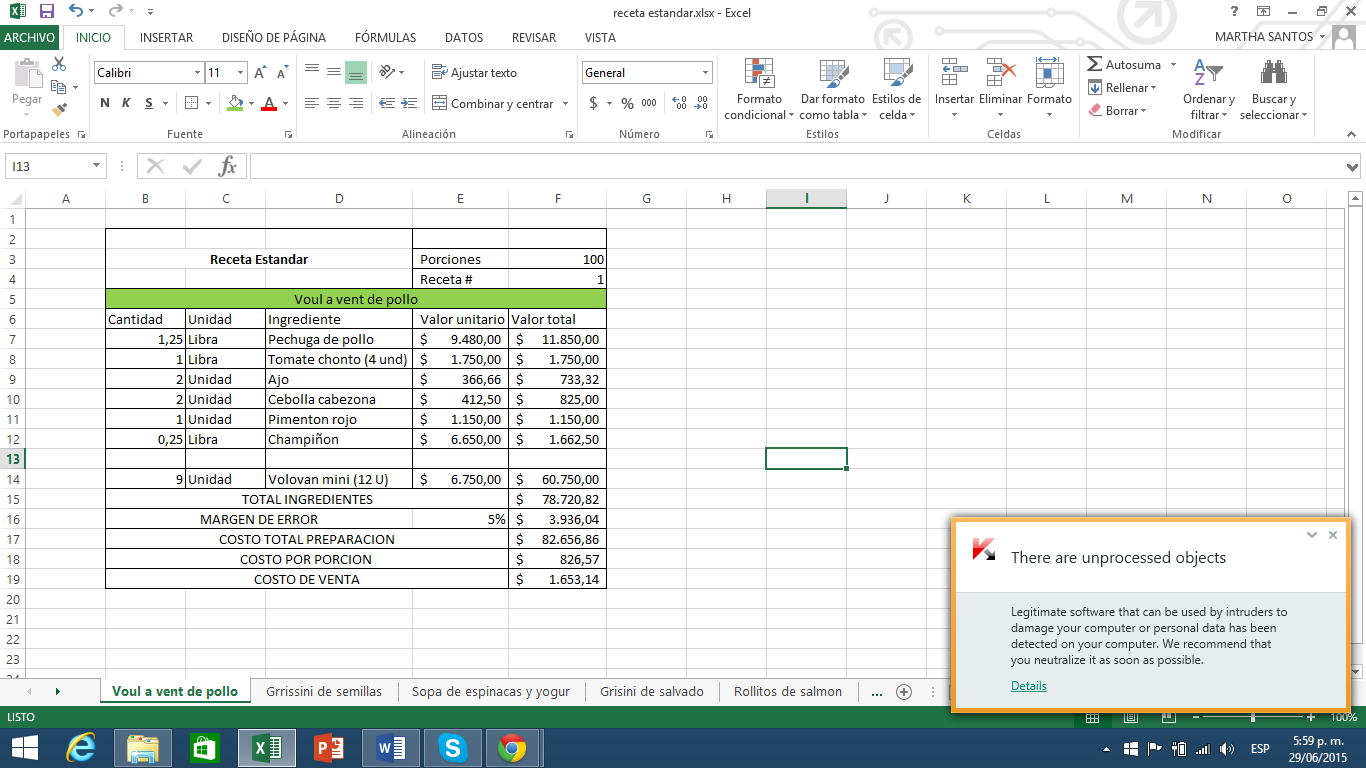


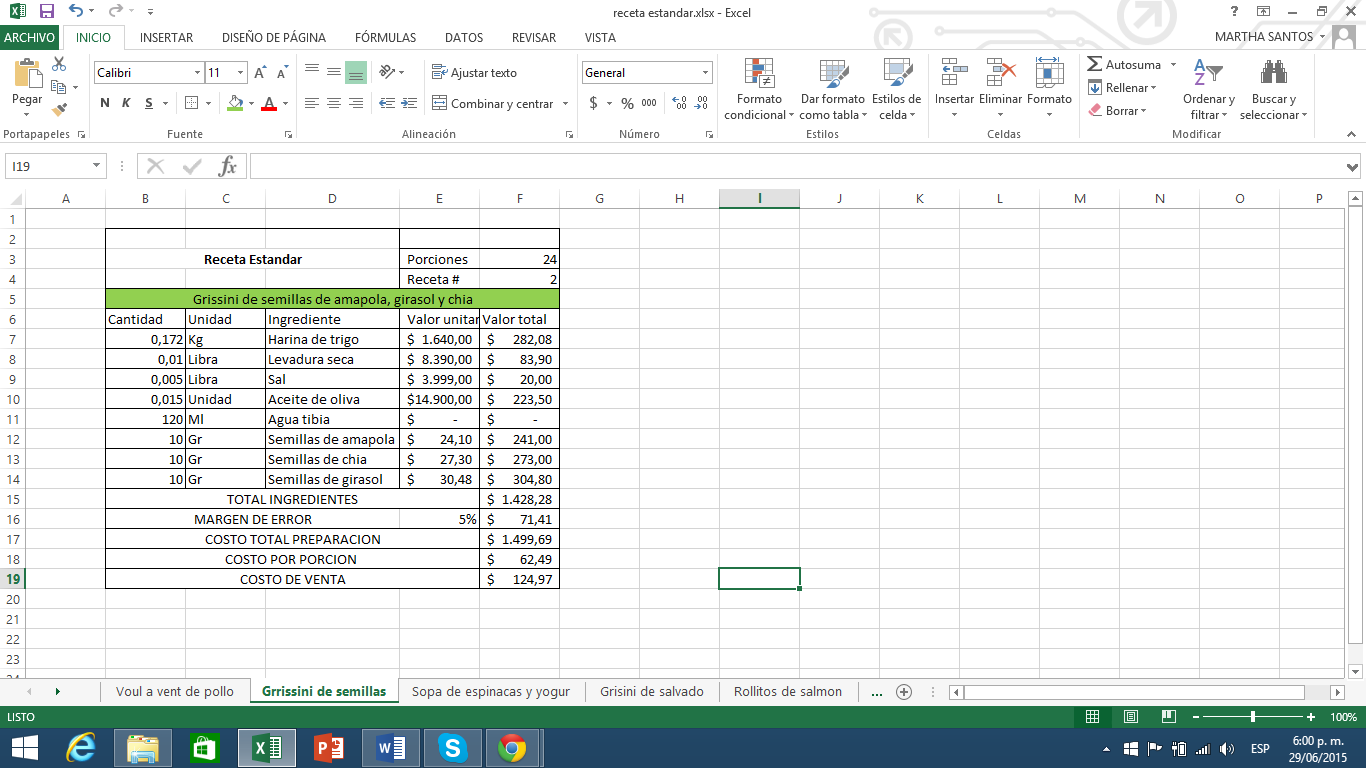


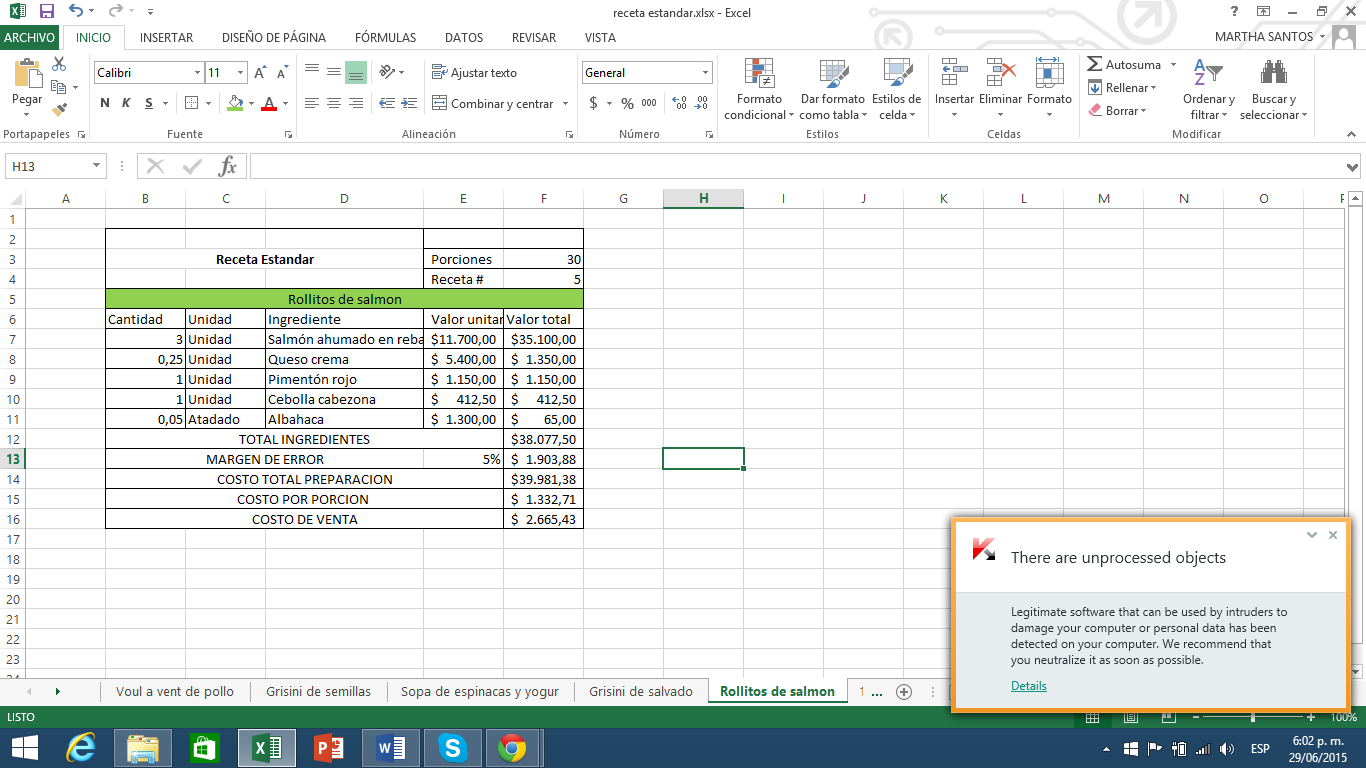
1. RECETA ESTANDAR

Catering: Ejemplos de pasa bocas saludables.

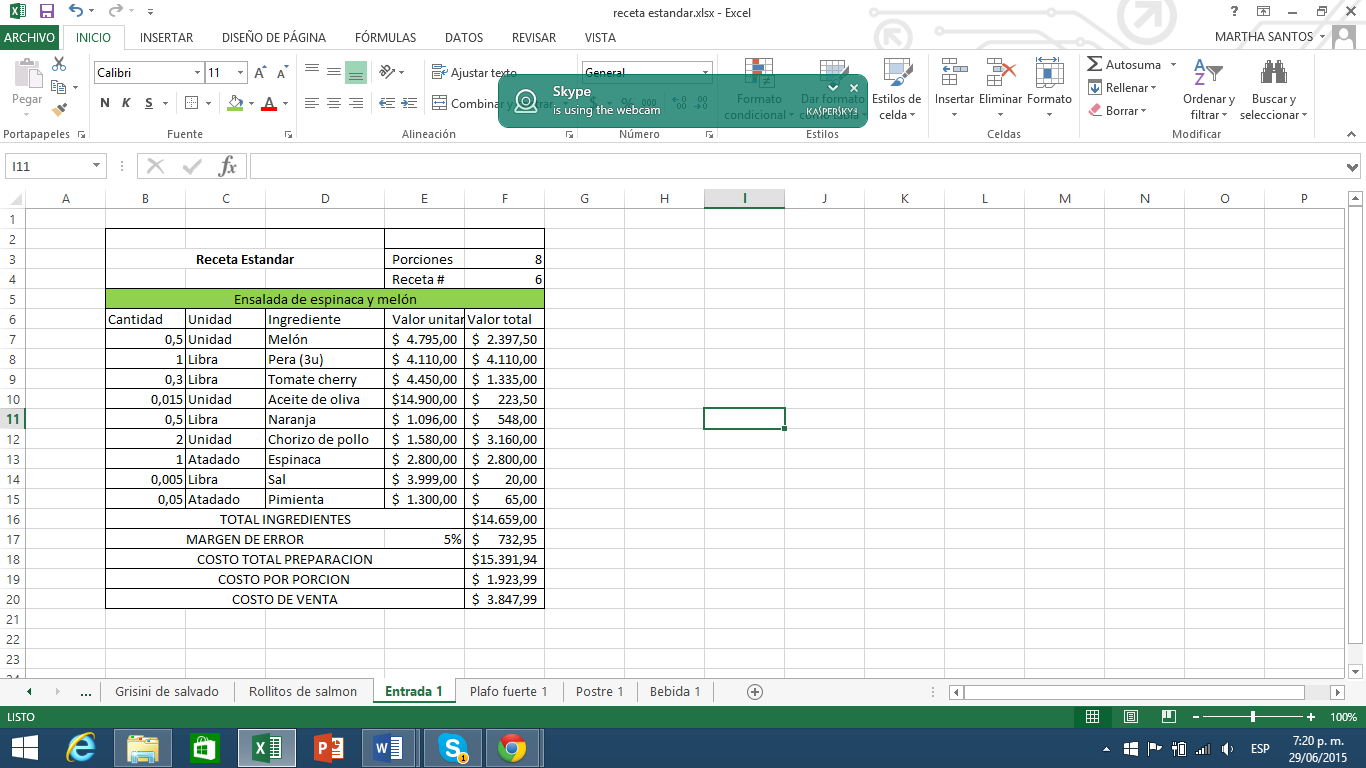


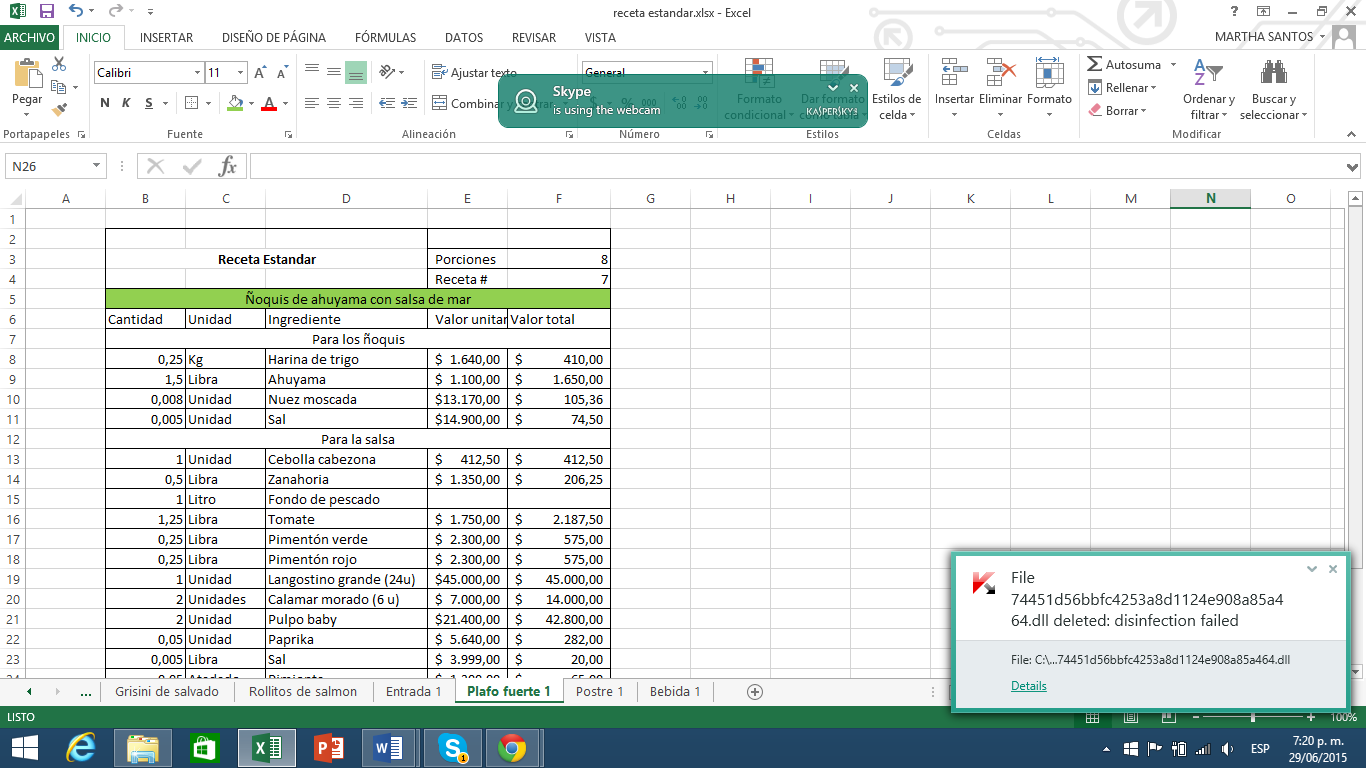
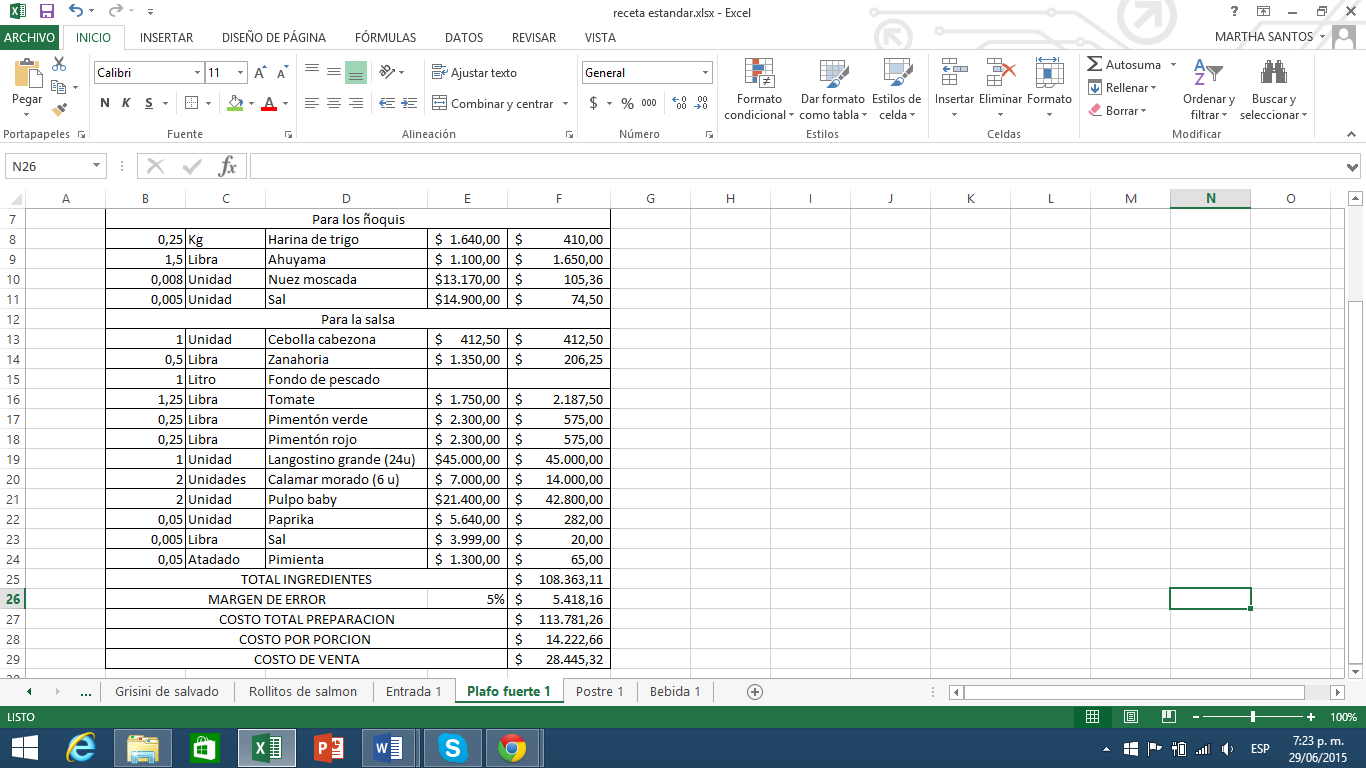




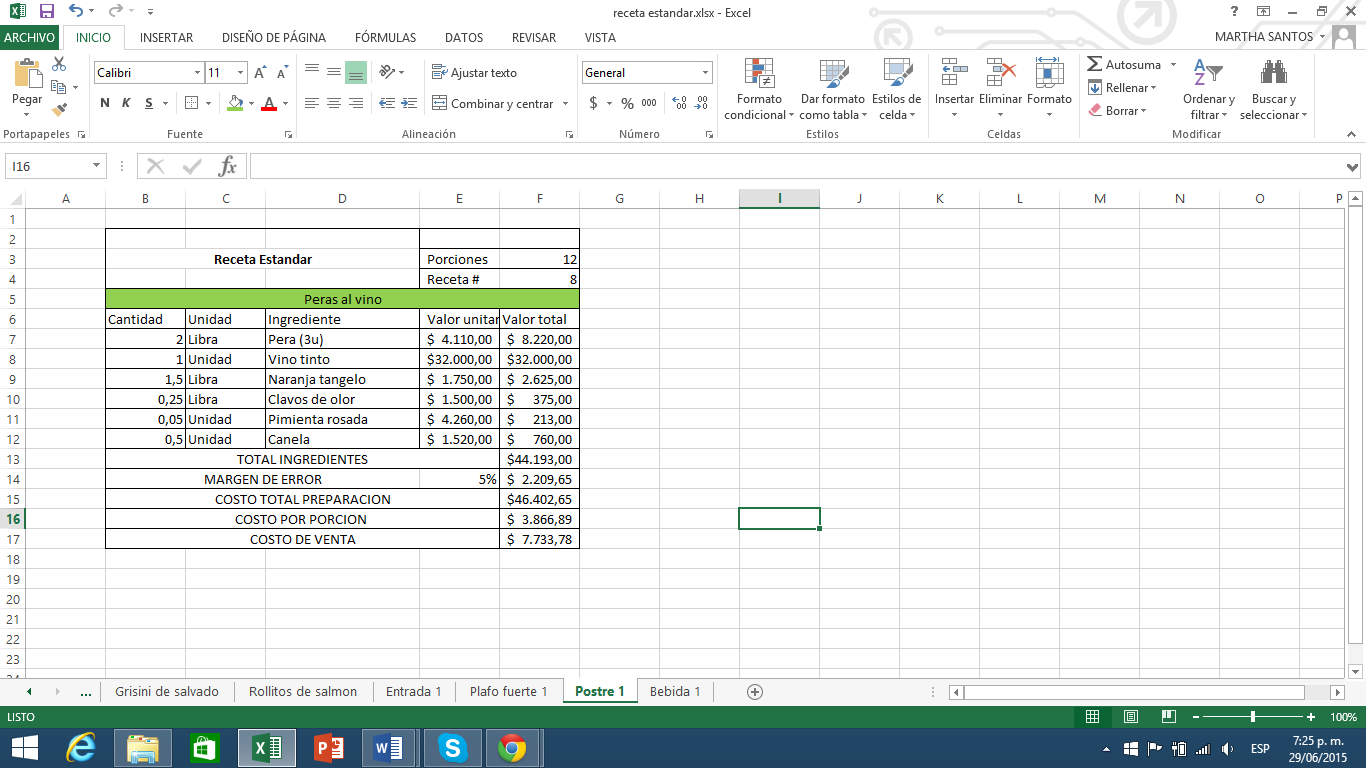


Chef a domicilio: Un ejemplo de menu saludable.





1. ORGANIGRAM



1. NOMINA

La estructura organizacional de la compañía va así:

Gerente general/ Chef:

Nivel de educación: Técnico / profesional en el campo de alimentos y bebidas: gastronomía, hotelería, gestión de restaurantes.

Tareas  
- Reunión con clientes  
- Planeación del menú  
- Motivación empleados  
- Manejo de costos  
- Pedido de inventario  
- Designación de funciones  
- Coordinación de cocina   
- Coordinación del evento  
- Contratación de cocineros  
- Contratación de meseros  
- Control de calidad  
- Atención al cliente   
- Dirección, realización y control de evento  
- Revisión de limpieza y desinfección

Destrezas/ habilidades: exposición de ideas, puntual, organizada, extrovertida, habilidad organizacional y logística, criterio para escoger proveedores, limpieza corporal.

Organigrama: a cargo de los cocineros y meseros (depende del evento).

Salario: Se paga $75,000 por día tanto como de mise en place como de evento teniendo en cuenta la ley de pagar la hora 25% más nocturna y 35% los domingos/ festivos y que el turno es ordinario de 8 horas. En principio solo será un chef pero a futuro se creara la posición de sous chef.

Asistente de cocina:

Nivel de educación: Conocimientos básicos de cocina.

Tareas  
- Cocción de alimentos  
- Servicio de montaje en evento  
- Limpieza del lugar de trabajo

Destrezas/ habilidades: disposición a estar de pie, puntual, limpieza, habilidad con el cuchillo, rapidez al cocinar, trabajo en equipo, habilidad de escucha.

Organigrama: debajo del chef.

Salario: Se paga $35,000 por día tanto como de mise en place como de evento teniendo en cuenta la ley de pagar la hora 25% más nocturna y 35% los domingos/ festivos y que el turno es ordinario de 8 horas.

Mesero:

Nivel de educación: bachiller con conocimientos básicos de servicio al cliente.

Tareas  
- Servicio al cliente  
- Recolección de menaje  
- Limpieza del lugar de trabajo

Destrezas/ habilidades: disposición a estar de pie, puntual, limpieza corporal, extrovertido (habilidad para vender producto), uso de la bandeja, habilidad de escucha,

Organigrama: debajo del chef.

Salario: Se paga $30,000 por día de evento teniendo en cuenta la ley de pagar la hora 25% más nocturna y 35% los domingos/ festivos y que el turno es ordinario de 8 horas, usualmente menos.

1. PROVEEDORES

La empresa busca apoyar la producción agrícola del campesinado local con el fin de aportar económicamente a los pequeños productores. El primer sitio en donde se adquirirán los insumos es en Paloquemao, no obstante, mientras se obtiene un productor certificado de productos orgánicos libres de agro tóxicos, se obtendrán los insumos de La Huerta Colombiana S.A., productores certificado de insumos de alta calidad, orgánicos y producidos de manera responsable.

La huerta colombiana   
Proveedor: verduras/carne de res/pollo/ té/ frutas/café  
<http://www.lahuertacolombiana.com/>  
Contacto: 3066533 – 3212138389  
  
La nacional de carnes  
Proveedor: carne de res/carde de cerdo/pollo/embutidos  
Contacto: 8019876 – 7045700

Paloquemao  
Proveedor: verduras/ frutas/ abarrotes  
Contacto: 7426664

Hipermar  
Proveedor: productos de mar/ sushi  
Contacto: 2173109

Makro  
Proveedor: abarrotes/ repostería  
http://www.makrovirtual.com/  
Contacto:

1. PLAN DE SERVICIO
   1. CATERING

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ANTES | | |
| Tiempo | Gerente/ chef | Cocineros |
| Mínimo 5 días anticipación | Reunión con cliente |  |
| 5 días / 2 semanas anticipación | Planeación de menú |  |
| 2 semanas / 1 mes anticipación | Contratación personal |  |
| 2 días anticipación 6:00 am | Compras ingredientes |  |
| 2 días anticipación 8:00 am | Mise en place | Mise en place |
| 2 días anticipación 9:00 am | Cocciones largas | Cocciones largas |
| 1 día anticipación 7:00 am | Terminar cocciones | Terminar cocciones |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| DURANTE | | | |
| Tiempo | Gerente/chef | Cocineros | Meseros |
| Mínimo 2 hora antes | Limpieza y desinfección | Limpieza y desinfección | Limpieza y desinfección |
| Mínimo 1,30 hora antes | Descargo comida | Descargo comida | Descargo comida |
| Mínimo 1,15 hora antes | Reunión | Reunión | Reunión |
| Mínimo 30 hora antes |  | Montaje para boleo | Limpieza bandejas |
| Boleo | Supervisión | Montaje de bocados | Repartición por área designada |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| DESPUÉS | | | |
| Tiempo | Gerente/chef | Cocineros | Meseros |
|  |  | Limpieza y desinfección | Recolección |

* 1. CHEF A DOMICILO

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ANTES | | |
| Tiempo | Gerente/ chef | Cocineros |
| Mínimo 5 días anticipación | Reunión con cliente |  |
| 5 días / 2 semanas anticipación | Planeación de menú |  |
| 2 semanas / 1 mes anticipación | Contratación personal |  |
| 1 día anticipación 6:00 am | Compras ingredientes |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| DURANTE | | |
| Tiempo | Gerente/ chef | Cocineros |
| Mínimo 15 min antes | Llegada a lugar de evento | Llegada a lugar de evento |
| 15 min |  | Limpieza y desinfección |
| 30 min – 2 h | Cocción alimentos | Cocción alimentos |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| DESPUES | | |
| Tiempo | Gerente/ chef | Cocineros |
|  |  | Recolección, limpieza y desinfección |

Llamada telefónica:

Logo:

Factura:

1. PLAN DE LIMPIEZA Y DESINFECCION  
   1. AREA DE PRODUCCION

Como se mencionó anteriormente el área de producción será la cocina de la casa de Guaymaral que tiene XXXXXX mt2 y está diseñada de esta manera:

Antes de ingresar al área de producción cambiar ropa a uniforme y retirar accesorios. Enjuagar/ enjabonar/ frotar / lavar manos por la duración de 30 segundos.  
Siempre antes del servicio hecho por gerente o cocineros:  
- Barrer con escoba de cerdas duras asegurándose de llegar a todas las áreas, y apilar toda la basura en una esquila y recoger con recogedor de palo. Asegúrese que no queden residuos visibles en el piso.  
- Aplicar spray desinfectante marca Eco flora “Eco limpia desinfectante multiusos” 5 sprays para todo el piso de la cocina. Trapear con trapero de cerdas acolchadas pase el trapero untando uniformemente todo el piso en la solución.   
- Humedecer trapero limpio y pasarlo por área de producción para asegurar eliminación de residuos de jabón.  
- Dejar secar.   
- Con trapo marca yes y desinfectante marca Eco flora “Eco limpia desinfectante multiusos” usar 3 sprays para limpiar mesón central y 2 para el mesón al lado del lavamanos.  
- Humedecer trapo limpio y pasarlo por los mesones.  
- Pasar trapo de tela por mesones para secar.   
Limpieza y desinfección de frutas y verduras: Eco flora “Eco limpia desinfectante de frutas y verduras” en un recipiente plástico usar 5 partes de agua por una de desinfectante, dejar remojar 3-4 minutos y después enjuagar debajo del lavamanos y secar con limpión de tela.  
Tablas y utensilios: antes de empezar el contacto directo con el alimento se deben limpiar las tablas y utensilios con el spray desinfectante marca Eco flora “Eco limpia desinfectante multiusos” y se frota con una toalla de papel hasta limpio.  
Desechos durante cocción: en el momento de cocción de los alimentos se manejaran bowls individuales de desechos individuales que cuando se considere apropiado se deberá botal en la una de las dos canecas, reciclable o no reciclable.   
Desechos: en esta cocina se manejan tres tipos de desechos plásticos (remunerables), orgánicos (reutilizables como abono, hueco de compost en el jardín) y no orgánico (metal, papel, merma de proteína). Las tres canecas estarán ubicadas en una gaveta cerrada al lado del lavamanos, la de desechos plásticos se saca cada vez que se tengan 5 kilos y se pagan XXXXX y se recoge por XXXXXX, la orgánica se lleva al hueco de compost al finalizar cada sesión y la no orgánica se saca todos los martes a las 8 p.m. para su recolección.   
Control de temperaturas:  
- Recibimiento frio: (0 / -4°C) No puede estar más de 10 minuto a temperatura ambiente.  
- Almacenamiento refrigeración: almacenamiento de materias primas o producto terminado (0 / -4°C)  
- Almacenamiento congelación: alargar la de vida útil de un producto (-1 / -18°C)  
- Cocción: someter alimentos a temperaturas elevadas (75 °C)  
- Almacenamiento ambiente: almacenamiento de materias primas al medio ambiente (8 / -10°C)  
- Transporte: (0 / -4°C): Alimentos fríos siempre en hielera lo demás al medio ambiente.  
Limpieza y desinfección de alimentos:

* 1. AREA DE SERVICIO: el gerente debe asegurarse de ver el lugar antes del día del evento.

Siempre antes del servicio hecho por gerente o cocineros:  
- Barrer con escoba de cerdas duras asegurándose de llegar a todas las áreas, y apilar toda la basura en una esquila y recoger con recogedor de palo. Asegúrese que no queden residuos visibles en el piso.  
- Aplicar spray desinfectante marca Eco flora “Eco limpia desinfectante multiusos” 5 sprays para todo el piso de la cocina. Trapear con trapero de cerdas acolchadas pase el trapero untando uniformemente todo el piso en la solución.   
- Humedecer trapero limpio y pasarlo por área de producción para asegurar eliminación de residuos de jabón.  
- Dejar secar.   
- Con trapo marca yes y desinfectante marca Eco flora “Eco limpia desinfectante multiusos” usar 3 sprays para limpiar mesón central y 2 para el mesón al lado del lavamanos.  
- Humedecer trapo limpio y pasarlo por los mesones.  
- Pasar trapo de tela por mesones para secar.   
Tablas y utensilios: antes de empezar el contacto directo con el alimento se deben limpiar las tablas y utensilios con el spray desinfectante marca Eco flora “Eco limpia desinfectante multiusos” y se frota con una toalla de papel hasta limpio.

1. DOFA

El análisis DOFA es una herramienta para conocer la viabilidad de mi negocio en el contexto del mercado real, incrementando las fortalezas y oportunidades y asimismo disminuyendo las amenazas y debilidades.

Oportunidades:

* Un mercado creciente que ofrece una gran variedad de clientes.
* La creciente importancia de la gastronomía en la vida cotidiana.
* Posicionar la comida saludable en el mercado gastronómico.
* Rentabilidad del entorno campesino promoviendo su consumo de materias primas.
* Consumo consciente y eco amigable.
* Consumidores insatisfechos con competencia que buscan una oferta alternativa.

Fortalezas:

* Equipo de trabajo competente, capacitado, experimentado y responsable.
* Reciclaje de residuos como plásticos y otros envases.
* Apoyo de Cámara de comercio para el montaje de empresa.

Estrategias FO:

* Generación de empleos para jóvenes emprendedores que quieran involucrarse en el sector.
* Satisfacción a necesidad del cliente de comida saludable y exclusiva.
* Acceso tecnológico por medio de página web y redes sociales.

Debilidades:

* Planta de producción inicial pequeña.
* Dar a conocer el nombre en el sector.
* Inexperiencia en el mercado.

Estrategias DO:

* Realizar eventos y promociones innovadoras para dar a conocer la marca.
* Aprovechar la tendencia reciente de la comida saludable, enfatizando en el dicho “somos lo que comemos”.
* Ofrecer un servicio exclusivo que sea una oferta alternativa para los consumidores.

Amenazas:

* Competencia directa en el sector.
* Incremento de precios de los insumos.

Estrategias FA

* Conservar la lealtad de los consumidores ofreciendo un producto específico.
* Elevar nivel de competencia mediante la compra de materias primas campesinas de alta calidad.
* Reducción al impacto ambiental por medio del reciclaje.

Estrategias DA

* Realizar un plan de crecimiento y desarrollo empresarial para generar más competitividad y atraer más clientela.
* Establecer una clientela fiel por medio de sistemas de descuentos y otros beneficios a clientes frecuentes para asegurar cada vez más espacio en el mercado.
* Enfocarse siempre hacia ofrecer un servicio exclusivo y de excelente calidad para satisfacer las demandas de los clientes.

1. BIBLIOGRAFIA:

<http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-12758597>

29/06/2015 La republica <http://www.larepublica.co/negocio/el-negocio-de-la-gastronom%C3%ADa-viene-aumentando-su-buen-sabor_30051>

Cotizaciones:

Tarjetas de presentación: <http://www.uroboros.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=52:tarjetas-de-presentacion&catid=52&Itemid=103>

Equipos/ utensilios

Estufa/ balzanza de presicion <https://www.pallomaro.com/promociones/promociones-especiales/>

Carro camarero/ tablas de policarbonato PALLOMARO

Bowls acero inoxidable/ tazas medidoras/ bandejas acero inoxidable/ cucahras medidoas x4u / rodillo acero inoxidable/ tabla rectangular/ <http://www.bodegondelcheff.com/cocina.html>