

**CASA DE BANQUETES PORTOALEGRE EVENTOS**

**DIANA GÓMEZ**

**ORLANDO SANABRIA**

**JESSICA GALUE DEL RIO**

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA UNITEC**

**PROGRAMA CPG**

**BOGOTÁ D.C**

**2008**

**CASA DE BANQUETES PORTOALEGRE EVENTOS**

**DIANA GÓMEZ**

**ORLANDO SANABRIA**

**JESSICA GALUE DEL RIO**

**EDUARDO MUÑOZ**

**DOCENTE GERENCIA COMERCIAL**

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA UNITEC**

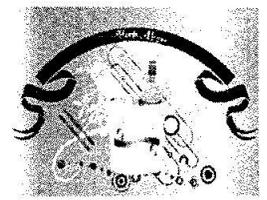
**PROGRAMA CPG**

**BOGOTA D.C**

**2008**

## TABLA DE CONTENIDO

I.	CARACTERIZACION DEL MERCADO OBJETIVO	5
II.	QUIENES SOMOS	6
1-	MISION	6
2-	VISION	7
3-	OBJETIVOS	8
4-	VALORES	9
III.	EVALUACION DEL ENTORNO	17
1-	VARIABLES SOCIALES	17
2-	VARIABLES DEMOGRAFICAS	17
3-	VARIABLES CULTURALES	17
4-	VARIABLES ECONOMICAS	18
IV.	DIAGNOSTICO	19
1-	EXTERNO	19
	A. OPORTUNIDADES	19
	B. AMENAZAS	19
2-	INTERNO	19
	A. DEBILIDADES	19
	B. FORTALEZAS	20
3-	MATRIZ DE DOBLE ENTRADA	21
4-	PLAN DE ACCION	22
V.	PRODUCTO	24
1-	DESCRIPCION	24
2-	CARACTERISTICAS	25
3-	COMO SATISFACE LAS NECESIDADES DEL CLIENTE	39
4-	MARCA	41
VI.	PRECIO	42
	1- CONDICIONES ECONOMICAS	42
	2- CUAL ES EL VALOR	45
VII.	DISTRIBUCION	47
VIII.	COMUNICACIÓN	48
IX.	CONCLUSIONES	49
X.	ANEXOS	



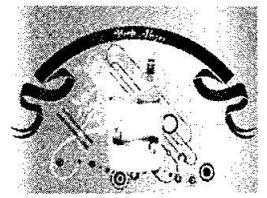
## INTRODUCCIÓN

La realización de los diferentes tipos de eventos ha constituido una industria en que se malgasta mucho dinero y esfuerzo por la falta de eficiencia en los procesos desempeñados por el segmento operativo quien es el prestador del servicio, de ahí se desprende la necesidad y la importancia de establecer un enfoque hacia el cliente quien es nuestra razón de ser y fuente de crecimiento en el mercado bajo la premisa de que el cliente tiene la razón en cualquier circunstancia.

Las necesidades y exigencias del mercado nos llevan a brindar una específica capacitación tanto técnica como de servicio al cliente a nuestros empleados en los diferentes frentes que atendemos: Matrimonios, grados, quinceañeros, fiestas de fin de año y fiestas empresariales. Teniendo siempre presente que a las personas nos solamente se les debe ofrecer un buen producto (comidas, pasabocas, licores, ambientación musical, etc.).

También somos conscientes que tenemos la obligación de competir en el sistema de costos porque es una premisa esencial en la toma de decisiones por parte de nuestros clientes potenciales pero que ello no se traduzca en la falta de calidad de los insumos que utilizamos.

Queremos entrar en este mercado con calidad, reiteramos, no solo en cuanto a los costos si no en lo que tiene que ver con las personas que trabajan con nuestra empresa, con los productos que ofrecemos y con la responsabilidad, seriedad, cumplimiento que reflejamos en los eventos que nos contratan.

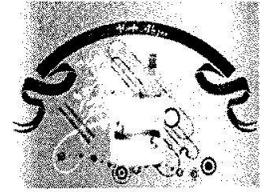


## I. CARACTERIZACION DEL MERCADO OBJETIVO

### MERCADO

Nuestro mercado son personas con capacidad de decisión y compra de nuestro producto, para hombres y mujeres sin discriminación de razas ni religiones, de estratos 4, 5, 6, que les guste disfrutar de cada momento de la vida, fechas memorables de las cuales tengan un recuerdo inolvidable, además personas que desean invertir en sí mismos, en sus seres queridos permitiendo compartir buenos momentos a nivel social y empresarial, personas proactivas e interdependientes.

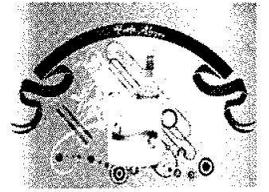
También estará enfocado en empresas privadas, seminarios y en realizar cada año la despedida finalización, valorando el trabajo de su personal por sus objetivos alcanzados, así incentivar el recurso humano.



## II. QUIENES SOMOS

### 1. MISION

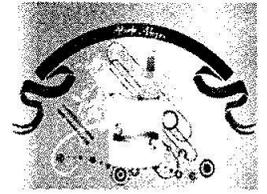
Ofrecer a nuestros clientes un servicio integral en la realización de sus fiestas sociales y empresariales. Aportándoles lo más actualizado en el arte de la decoración y la buena mesa, buscando superar sus expectativas ya que trabajamos con gente profesional en cada una de nuestras áreas, que con gusto le ayudará a planear su evento.



## 2. VISION

Ser una de las empresas líderes en la ejecución de eventos con mayor acogida, por su excelencia en la buena mesa, el servicio, e innovación en los montajes de los eventos.

Contar para el 2011 con nuestra propia sede para la elaboración de los eventos e infraestructura necesaria para la comodidad de la realización de los mismos



### 3. OBJETIVOS

#### CORTO PLAZO

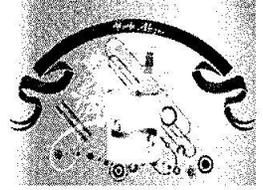
- ❖ Constituirnos legalmente como una empresa de sociedad limitada que cumple con los permisos de Invima, manipulación de alimentos y requerimientos específicos del personal que nos hace más competitiva en el mercado.
- ❖ Diseñar la programación de los diferentes eventos que sean atractivos a nuestros clientes satisfaciendo sus necesidades en sus momentos especiales.
- ❖ Investigar y analizar los puntos estratégicos para que adquieran esta información de eventos en la ciudad.
- ❖ Visitar las empresas privadas en Bogotá para darnos a conocer y obtener un apoyo para nuestro crecimiento, enfocado en la realización de sus ilusiones y proyectos que se verán hechos realidad.
- ❖ Constituirnos legalmente como una empresa de sociedad limitada que cumple con los permisos establecidos por la ley los cuales son: carnet de manipulación de alimentos y requerimientos específicos del personal que nos hacer ser mas competitiva en el mercado

#### MEDIANO PLAZO

- ❖ Colocar sedes en diferentes ciudades expandiendo nuestro mercado.
- ❖ Desarrollar una excelente imagen de prestación de servicio y asistencia a nuestros clientes, para ser identificados como uno de los organizadores fundamentales de eventos especiales.

#### LARGO PLAZO

- ❖ Llevar nuestro proyecto a la madurez del servicio y mantenernos resaltando la excelencia de nuestros eventos.
- ❖ Esperamos tener el reconocimiento de marca y el Know How en el país



#### 4. VALORES

- Honestidad:

Trabajar con seriedad en todo lo que ofrecemos a nuestros clientes

- Cumplimiento:

Llevar a cada lo pactado con el cliente en servicios, horarios y fechas y tarifas.

- Vanguardia:

Desarrollar innovadoras tendencias en el arte de la elaboración de fiestas y eventos sociales aplicando nuestros conocimientos y creatividad.

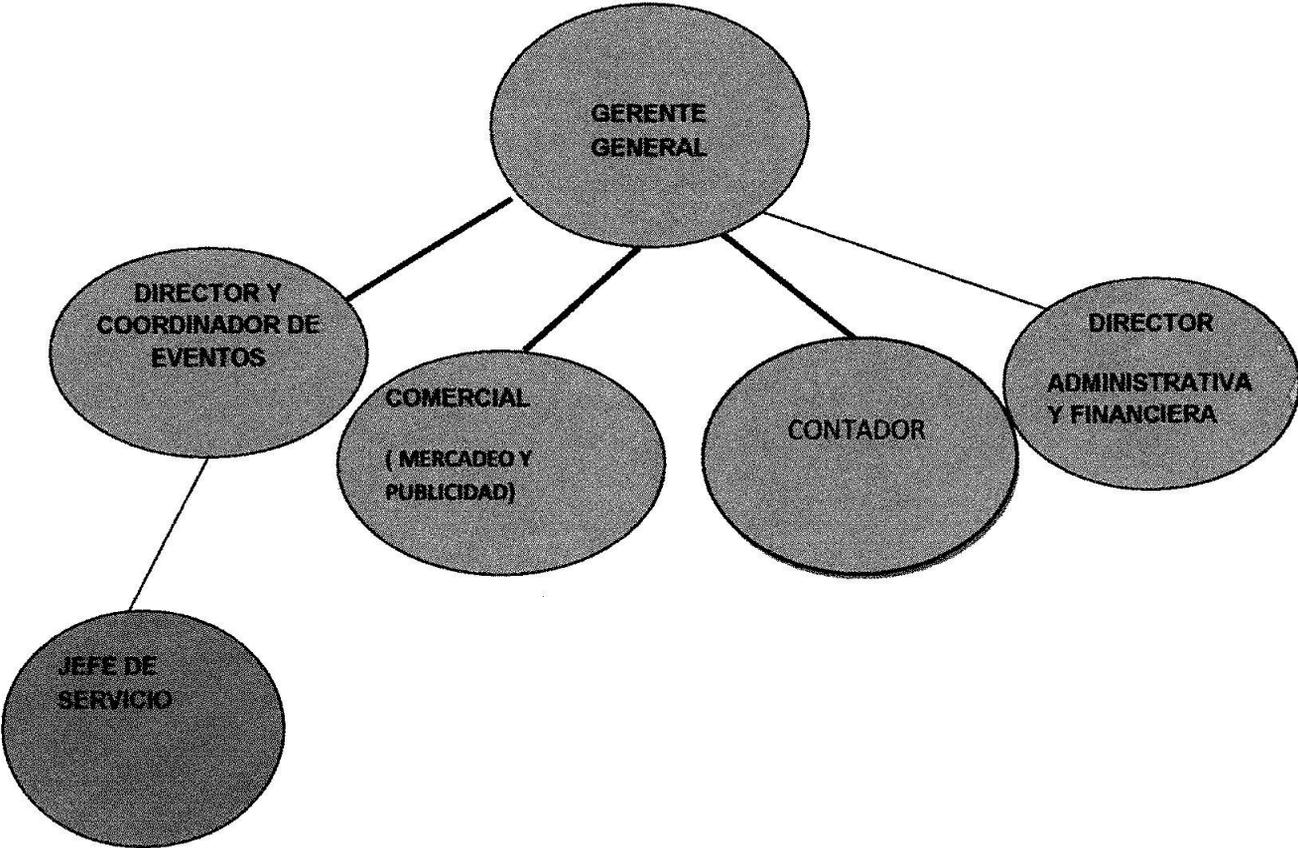
- Respeto:

Cada persona vale y se debe tratar con amabilidad y decencia.

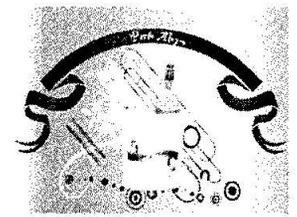
- Trabajo en equipo:

Contamos con personal calificado para el servicio a la mesa, la preparación de alimentos, la decoración, etc.,

**ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**



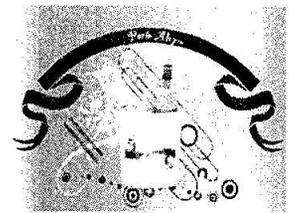
## FUNCIONES DEL PERSONAL



### GERENTE GENERAL

**A la Gerencia General le competen las siguientes funciones:**

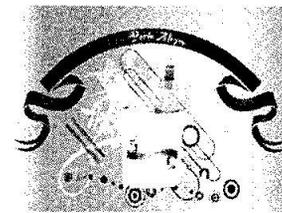
- a) Dirigir la aplicación de planes, presupuestos, organización, estrategias y objetivos empresariales.
- b) Dirigir las acciones de mejora y rediseño de procesos del negocio, la calidad del servicio y de la productividad empresarial.
- c) Supervisar los procesos de colocación y reconocimiento de los eventos
- d) Supervisar la administración de los recursos humanos, comerciales, financieros, materiales y de servicios concernientes a la gestión institucional.
- e) Delegar las atribuciones necesarias para la mejor marcha de la institución.
- g) Elabora, presenta y soporta informes administrativos.
- h) Controlar y coordinar el recaudo de los ingresos, ordenar los gastos, velar por la correcta aplicación de los fondos y el debido mantenimiento y utilización de los bienes en general,
- i) Ser representante legal de la empresa
- j) Designar representantes para asuntos judiciales y extrajudiciales así como para delegar las funciones que considere conveniente dentro del marco legal.
- k) Velar por el adecuado, oportuno y eficaz cuidado de los activos de la compañía.
- l) Atiende las inquietudes, quejas, reclamos, sugerencias y recomendaciones de asociados, terceros y funcionarios.



## **DIRECTOR ADMINISTRATIVO**

A la Gerencia Administrativa le competen las siguientes funciones:

- 1) Cumplir con estándares de productividad y competitividad
- 2) Dirigir, coordinar, vigilar, controlar y evaluar la gestión de EVENTOS PORTOALEGRE y de su personal.
- 3) Promover, coordinar, dirigir, divulgar, ejecutar y controlar acciones tendientes al mejoramiento de la calidad de vida de los funcionarios de la empresa.
- 6) Coordinar y controlar la correcta elaboración del proyecto del presupuesto así como su ejecución.
- 7) Coordinar, ejecutar y controlar la elaboración del proyecto del plan anual de compras, plan de inversiones y los procedimientos que en materia de contratación para la adquisición de bienes y servicios requiera la empresa en desarrollo de sus objetivos, de conformidad a la normatividad vigente.
- 8) Garantizar la elaboración técnica de los estados financieros informes presupuestales y contables, de acuerdo a las exigencias y lineamientos que sobre la materia dicten los organismos competentes.
- 9) Administrar, custodiar, mantener y actualizar los inventarios, bienes muebles e inmuebles y recursos financieros que forman parte del patrimonio de EVENTOS PORTOALEGRE



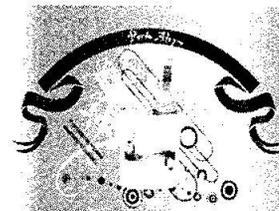
## CONTADOR

### **FUNCIONES GENERALES:**

Al Contador le competen las siguientes funciones

1. Supervisar los registros contables de la empresa tales como: ventas, activos, utilidades, presentar balances e informes financieros que reflejen el movimiento
2. Pagar nómina del personal
3. Contratar el personal para la empresa
4. Manejar información confidencial con respecto a la situación financiera de la empresa.
5. Fijar políticas y aplicar normas contables.
6. Manejar y consolidar estados financieros.
7. Controlar pago de impuestos, normas tributarias, y presentar informes pertinentes.
8. Elabora, certifica, presenta y soporta informes contables, financieros, económicos, fiscales, estadísticos y sociales.

:

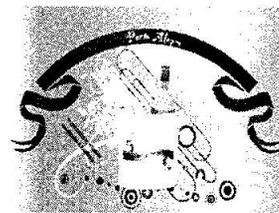


## **DIRECTOR COMERCIAL (MERCADERO Y PUBLICIDAD).**

### **FUNCIONES GENERALES:**

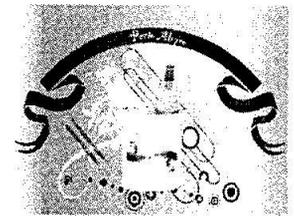
Al Gerente Comercial le competen las siguientes funciones:

1. Definir las políticas institucionales y operativas para integrar el programa anual de promoción de EVENTOS PORTO ALEGRE
2. Planear la programación y realización de charlas, reuniones informativas y eventos de promoción en las entidades afiliadas y en proyecto de afiliar.
3. Concertar acuerdos, convenios y alianzas estratégicas con entidades, organismos y empresas privadas.
4. Definir un sistema de seguimiento de negocios que garantice una atención adecuada y oportuna de las empresas potenciales.
5. Coordinar las actividades de promoción y difusión de los productos y servicios financieros.
6. Supervisar que la calificación de los eventos administrados en el área, se realicen en apego a las políticas y procedimientos de la empresa
7. Participa en la definición de pautas para la elaboración, revisión y ejecución del presupuesto del Área.
8. Evalúa el comportamiento de los productos vs servicio de los eventos (captación y colocación) y hace e implementa sugerencias que tiendan al logro de las metas presupuétales.
9. Diseña, presenta para aprobación, implementa y evalúa el portafolio de productos vs servicios.



## **DIRECTOR Y CORDINADOR DE EVENTOS**

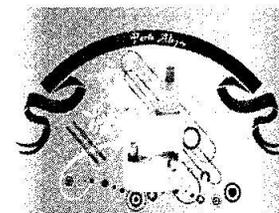
1. Dirigir organizar y planificar y controlar todo el proceso del desarrollo de los eventos
2. Mostrar los servicios a los clientes
3. Guiar al cliente para la selección del producto que más le conviene acomodándose a sus necesidades
4. Responder por la adecuada gestión del departamento a su cargo, asegurando el necesario control, verificación y equilibrio de las operaciones activa pasivas, el cumplimiento de las metas y planes de desarrollo y el logro de satisfactorios y positivos resultados comerciales, financieros, administrativos, operativos, económicos financieros y de servicio social del departamento a su cargo, como unidad de negocios auto-sostenible y contribuyente a los resultados de la entidad en general.
5. Lograr mediante su gestión, el adecuado posicionamiento y la participación significativa de la empresa de eventos en el mercado y zona de influencia del departamento a su cargo.
6. Levantar y mantener actualizada con periodicidad semestral, la información y estadísticas de la actividad financiera y de servicios equivalentes o similares a los de la empresa de eventos que se desarrollan en una zona de influencia.



## **JEFE DE SERVICIO**

1. Verificar y coordinar cerciorándose que el montaje y la organización cumpla con lo previamente establecido
2. Coordinar y vigilar al personal de servicio con su presentación acorde al protocolo de el evento
3. Adelantar la investigación y lograr la actualización permanente de la información y estadísticas del mercado y entorno.
4. Estar permanente informado sobre la competencia de sus servicios, las características de sus productos, sus costos y bondades y las estrategias de penetración y promoción que adelantan.
5. Efectuar periódicos recorridos de la zona de influencia, dejando constancia de sus observaciones de campo.
6. Realizar periódicos recorridos de visita de mantenimiento a los negocios o domicilios de los asociados y ahorradores, de mayor peso en las operaciones del departamento.
7. Realizar periódicos recorridos de visita de verificación a los negocios y/o domicilios de los asociados con operaciones activas de crédito.
8. Organizar e invitar a grupos de asociados a reuniones periódicas de acercamiento e informativas.
9. Distribuir el producto a los diferentes clientes
10. Formarse constantemente en las técnicas necesarias para su labor
11. Dar buena prestación de sus servicios para el beneficio de la compañía
12. Captar nuevos clientes.

### III. EVALUACIÓN DEL ENTORNO



#### 1. VARIABLES SOCIALES

En Bogotá es usual realizar los eventos sociales como las fiestas para las niñas que cumplen 15 años, símbolo del paso de la niñez a la juventud.

En el país se realizan fiestas de fin de año, empresariales, para incentivar al empleado por sus funciones, realizadas y la bienvenida de algún Presidente o Gerente de alguna empresa reconocida. Fechas especiales, como son los cumpleaños que no son olvidados en ningún departamento de Colombia ya que es una celebración importante.

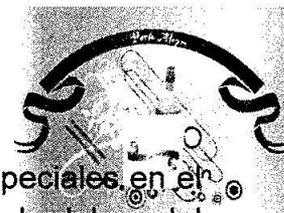
#### 2. VARIABLES DEMOGRÁFICAS:

El grupo objetivo está compuesto por hombres y mujeres cuyas edades oscilan entre 15 y 70 años de clase media alta estratos 4 5 y 6 cuyos recursos económicos sean representativos.

También manejamos un perfil de microempresarios los cuales son de factor productivo y posee mucho recurso humano dedicado al trabajo y especialista en su labor obteniendo un crecimiento tangible físico y económico

#### 3. VARIABLES CULTURALES:

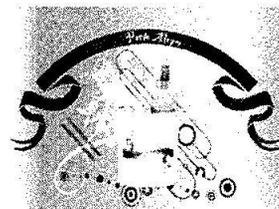
Los ciudadanos bogotanos les gustan celebrar, recordar fechas especiales, ya que son personas detallistas con sus seres queridos, los más allegados, siendo de su agrado que sus eventos se realicen con calidad, ya que son momentos muy especiales para ellos.



En Bogotá y en toda Colombia se maneja una cultura de fechas especiales, en el año que son festejadas por las empresas donde conmemoran la labor del empleado, finalización de año reflejado por medio de detalles y que hacen más felices las fiestas

#### **4. VARIABLES ECONÓMICAS:**

Este mercado es muy llamativo porque las empresas tienen la capacidad de invertir en eventos sociales que ayuden al fortalecimiento de ellas, tanto aquí en Colombia como en cualquier parte del mundo las fechas especiales nunca son olvidadas y siempre se celebran que de esta forma lo realizan los interesados en llevar a cabo sus proyectos de festividad: quince años, cumpleaños, grados, matrimonios.



## IV. DIAGNOSTICO

### 1. EXTERNO

#### A. OPORTUNIDADES

- \*En el mercado de los servicios de alimentos y bebidas hay muy buena demanda
- \*La empresa y personas están en busca de la realización de sus eventos calidez y economía que esté a su alcance.
- \*En estas fechas de noviembre diciembre es cuando más se realizan eventos a nivel nacional.
- \*Hay empresas y Casas de Banquetes que no trabajan con calidad ya que no tienen la suficiente experiencia y conocimiento en el medio.

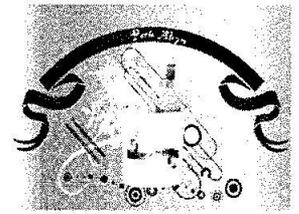
#### B. AMENAZAS

- \*El poder competitivo de otras empresas especializadas en banquetes y organización de eventos.
- \*El poco conocimiento que las personas tienen de esta empresa.
- \*Inestabilidad económica del país.
- \*Competencia desleal y no profesional.

### 2. INTERNO

#### A. DEBILIDADES

- El nombre de la empresa no es conocido.
- \*Falta de experiencia en el mercado.
- \*Es una empresa pequeña que no tiene gran volumen.
- \*Falta de experiencia para controlar los procesos de producción de los menús para comida de los eventos.
- \*Falta de capital para invertir en la compra de equipos y maquinaria.



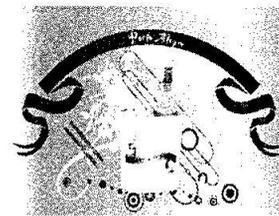
## **B. FORTALEZAS**

\* Exclusividad del producto

\*Conocimientos en el área de la organización de eventos.

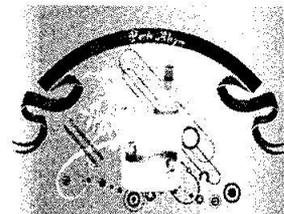
\*Los directivos de "Portoalegré Eventos" conocen el negocio y el medio de las empresas que organizan Banquetes y Eventos.

\*Facilidades y accesibilidad de pago: Nuestros precios se acomodarán al presupuesto de los clientes.



### 3. MATRIZ DE DOBLE ENTRADA

Matriz dofa DOFA	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<p><b>DEBILIDADES</b></p> <p>El nombre de la empresa no es conocido.            *Falta de experiencia en el mercado.            *Es una empresa pequeña que no tiene gran volumen.            *Falta de experiencia para controlar los procesos de producción de los menús para comida de los eventos.            *Falta de capital para invertir en la compra de equipos y maquinaria.</p>	<p>1)Hacer una lista de empresas 100 empresas posibles a quienes nos dirigiremos</p> <p>2) Visitar 6 empresas diarias.</p> <p>3)Ofrecer a cada microempresa nuestro portafolio de servicios</p> <p>4) Entregar 500 folletos de publicidad para que conozcan nuestro producto.</p> <p>4)Crear una base de datos de posibles clientes por confirmar</p>	<p>7)Adquirir un crédito con la cooperativa Crediflores de un monto inicial de \$7.000.000 para invertir en la compra de mantelería enseres y equipos</p> <p>8) capacitar al personal nuevo para que sea funcional de sus tareas</p> <p>9)Dar una capacitación a los empleados para que conozcan el objetivo, visión, y misión contribuyendo a la realización de estos</p> <p>10)para que la aptitud sea completa se capacitar periódicamente al en las diferentes áreas de manejo al cliente servicio integral y sistemas funcionario debe</p>
<p><b>FORTALEZAS</b></p> <p>Exclusividad del producto.            *Conocimientos en el área de la organización de eventos.            *Los directivos de "Portoalegre Eventos" conocen el negocio y el medio de las empresas que organizan Banquetes y Eventos.            *Facilidades y accesibilidad de pago: Nuestros precios se acomodarán al presupuesto de los clientes.</p>	<p>5) Elaborar portafolio de servicio con un información precisa</p> <p>6) Contar con objetivos claros y concisos para cumplir con las metas establecidas.</p>	<p>11)Los asesores deben facilitar la información precisa desde el inicio de la solicitud para garantizar que el negocio sea favorable</p> <p>12)La seguridad actual nos permite una mayor presencia en las diferentes zona y acercarnos a nuevas empresas</p>



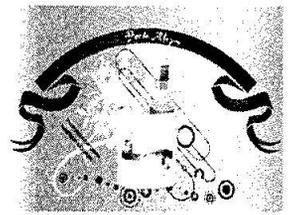
#### 4. PLAN DE ACCION

##### Fortaleza vs. Oportunidad

Acciones:	¿Responsable?	¿Cuándo es el plazo?	¿Cómo se hace?	¿Dónde se hace?	Aplicación
*Hacer base de datos de 100 empresas a quienes nos dirigiremos y posibles clientes para eventos.	Jessica Galue	25-Nov	Conseguir la información del mercado objetivo	En Bogotá, empresas y personas de estrato 3-4 y 5.	Mirar paginas amarillas, referencias personales y bases de datos.
*Visitar seis empresas diarias	Jessica Galue	01-Dic	Programar citas y contactar, para darnos a conocer	Donde tengamos la oportunidad y sea un cliente potencial	Cuando tengamos el contacto con el posible cliente, promocionar nuestra empresa.

##### Fortalezas vs. Amenazas

Elaborar portafolio de servicio con un información precisa	Orlando Sanabria	01-Dic	Llevar portafolio computadora - asesorar al cliente	Donde se estipule con el contacto o cliente.	El gerente de eventos, asesorará y transmitirá su conocimiento y experiencia al tener contacto con el cliente.
Contactar empresas que requieran nuestros servicios.	Diana Gómez	04-Dic	Tomando la información de la base de datos.	En Bogota	Las empresas tienen mayor capacidad de invertir en sus eventos



### Debilidades Vs Oportunidades

Acciones	¿Quién lo hace?	¿Cuándo es el plazo?	¿Cómo se hace?	¿Dónde se hace?	Aplicación
Hacer curso de capacitación en costos de producción de A y B.	Oriando Sanabria	Enero de 2009	Capacitándose en un curso de manejo de costos y producción	En la universidad que se acomode a nuestra necesidad	Se implementara de acuerdo a las experiencias de los eventos realizados

### Debilidades vs Amenazas

Entregar 500 folletos de publicidad para que conozcan nuestro servicio y producto	Jessica Galue	28 de nov	Jessica organiza de acuerdo al mercado objetivo y asigna a una persona externa	En Bogotá	Es parte de nuestra estrategia de comunicación.
Adquirir un crédito con la cooperativa Crediflores de un monto inicial de \$ 7,000,000 millones	Diana Gómez	15 de nov. 2008	Diana que conoce el trámite y manejo administrativo.	Cooperativa Crediflores	Para la compra de enseres y mantelería y reducir así los costos
Hacer publicidad en una revista especializada en la informacion de eventos, pagina Web, radio	Jessica Galue	30-Nov-08	Inscribirse en la revista, pautar en la radio y pagina Web		

## V. PRODUCTO.

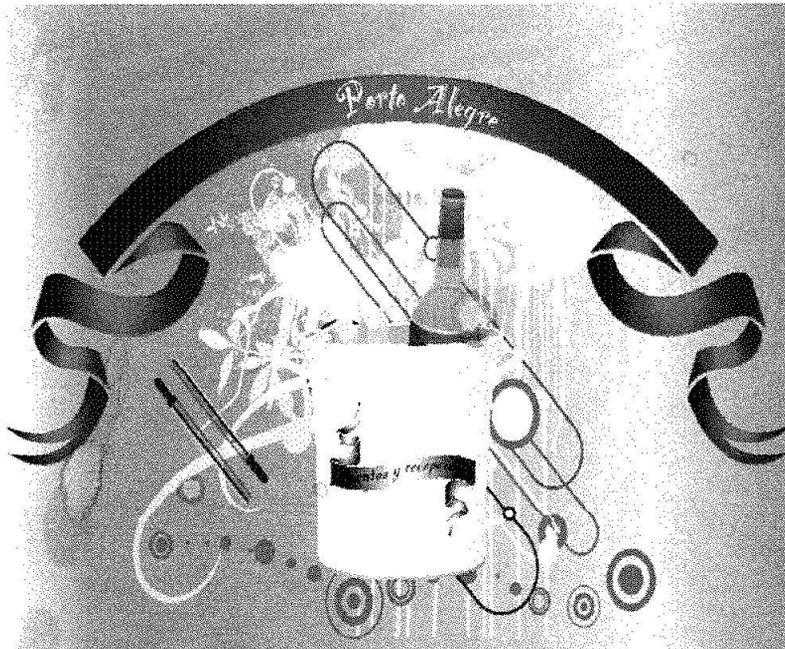
### 1. DESCRIPCION

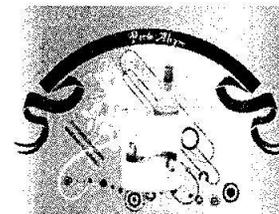
## PORTO ALEGRE EVENTOS

### SLOGAN: SERVICIO INTEGRAL Y EXCLUSIVO

Somos especialistas en la organización de todo tipo de fiestas y celebraciones: bodas, cumpleaños, aniversarios, fiestas infantiles, cenas, cócteles, seminarios, inauguraciones, eventos de empresa...

### LOGO.

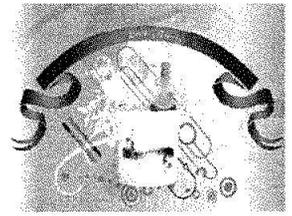




## 2. CARACTERISTICAS

### Servicios:

- Alta cocina
- Coordinación de eventos
- Invitaciones y distribución de los asientos
- Carpas, lugares de celebración
- Animación y música en vivo
- Meseros y cocineros
- Menaje y mantelería
- Luces y efectos especiales
- Decoración y escenarios
- Flores
- Iluminación y sonido
  
- viajes con Avianca y hotel a la preferencia del cliente (Matrimonio)
  
- Spa (Matrimonio)



## TIPOS DE EVENTOS

### MATRIMONIOS

Celebramos el día más importante de vida, para esto es preciso contar con lo elementos que lo harán único e inolvidable; siendo estos: el lugar, la elección del menú, el montaje, la música, decoración y servicios complementarios. Nuestro compromiso será brindarle un servicio integral y exclusivo.



Baño eclipse para la pareja

Salón

Decoración

Menú novios

Champaña y bebidas

Torta novios

Música

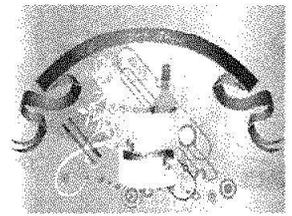
Fotografía y video

Elaboración de las invitaciones

Opcional: viaje de luna de miel

Ida y vuelta al destino de san Andrés

Hospedaje en el hotel con sus respectivas comidas



## FIESTAS DE 15 AÑOS

Para nosotros es muy importante coordinar su evento como lo es para usted y sus padres con la música adecuada, el menú ideal para jóvenes y adultos y detalles que nunca olvidarás



Nuestra empresa ofrece los siguientes estilos para que tenga la opción de elegir la línea que más se acomoden a sus gustos:

Primero tenemos la niña tradicional que sueña con un baile lleno de fantasía, rodeada de edecanes acompañándola en el baile del vals y rodeándola cuando su padre le cambie las zapatillas y su madre le entregue la joya como símbolo de su amor.

Luego aquellas niñas que no se rigen por el estricto protocolo, y que prefieren algo más sencillo pero igualmente elegante, como el de recibir a sus invitados a la entrada del salón mientras los que ya han llegado disfrutan de una música de fondo y de los videos que se proyectan en una pantalla gigante.



Y finalmente tenemos las niñas des complicadas, para quienes lo más importante es que su fiesta sea todo un espectáculo de luces y sonido, sin protocolo alguno, y con toda la frescura y diversión propias de la edad.

## DESPEDIDAS FIN DE AÑO PARA EMPRESAS

En ocasiones los eventos pueden ser culturales o a beneficio de alguna asociación civil sin fines de lucro, o bien la presentación de algún artista, algún desfiles de modas, expos de carácter promocional, etc.



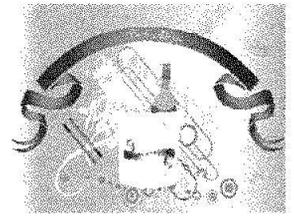
Refrigerios

Almuerzo

Bebidas

Música

Fotografía



## COCTELES Y SEMINARIOS

Para nosotros es muy importante organizar sus celebraciones especiales como pueden ser : un aniversario de su compañía, lanzamientos de nuevos productos, o una reunión técnica y académica de interacción grupal.

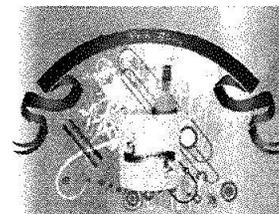


Estacion permanente de café

Refrigerios

Logistica

Montage del evento



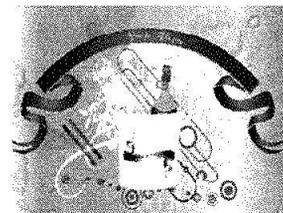
## REFRIGERIOS



- Copa de fruta.
- Empanadas Colombianas con ají y limón.
- Pastel de Hojaldre.
- Quesadillas.
- Arepas Rellenas de Queso.

- Quiche Loraine.
- Panzerotti Napolitano.
- Panzerotti de queso.
- Pan Cook Relleno de pollo.
- Arepas de Chocolo.
- Palito de queso.

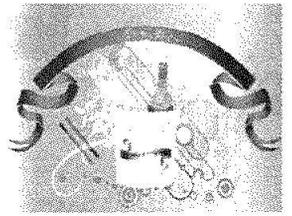




## COCTELES

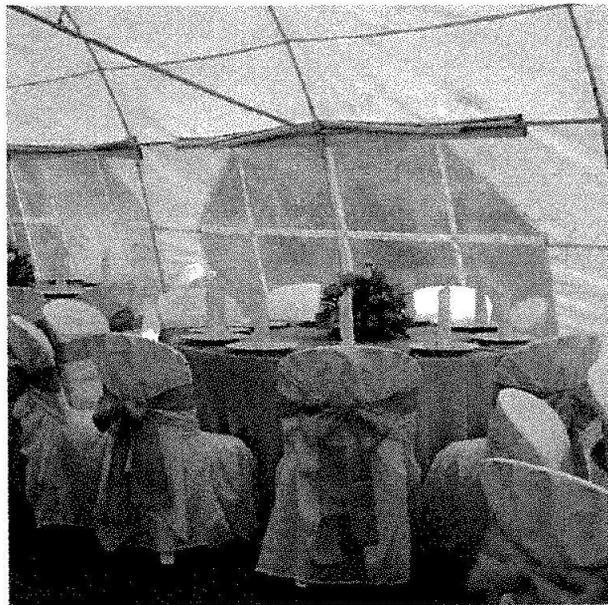
- Mousse de Salmón.
- Tartaleta de Queso Azul.
- Palmitos de Cangrejo a la Mayonesa.
- Croquetas de Queso con Anchoas.
- Croquetas de Queso con Anchoas.





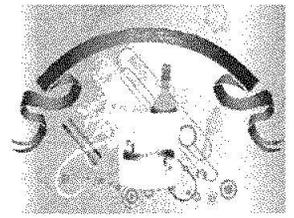
## SALONES

### CAMPESTRE



## SALONES





## DECORACION 15 años



## DECORACION

## MATRIMONIOS



Las flores como el menú caracterizan un matrimonio. Cada detalle en la decoración hace que el matrimonio sea único y especial. Escoger el tipo de flores, los colores y la forma de los arreglos para poner en las mesas no es tarea fácil,

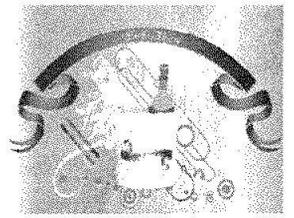


por eso Porto Alegre Eventos tiene a su disposición un grupo de expertas floristas y decoradoras que le asesoran e interpretan su gusto.

A nivel empresarial es igualmente importante la decoración de los salones, la distribución de las sillas y las mesas para que cumplan el doble propósito de: decorar y ser funcional.

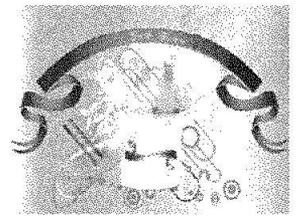
## EL MENU





## CRISTALERIA

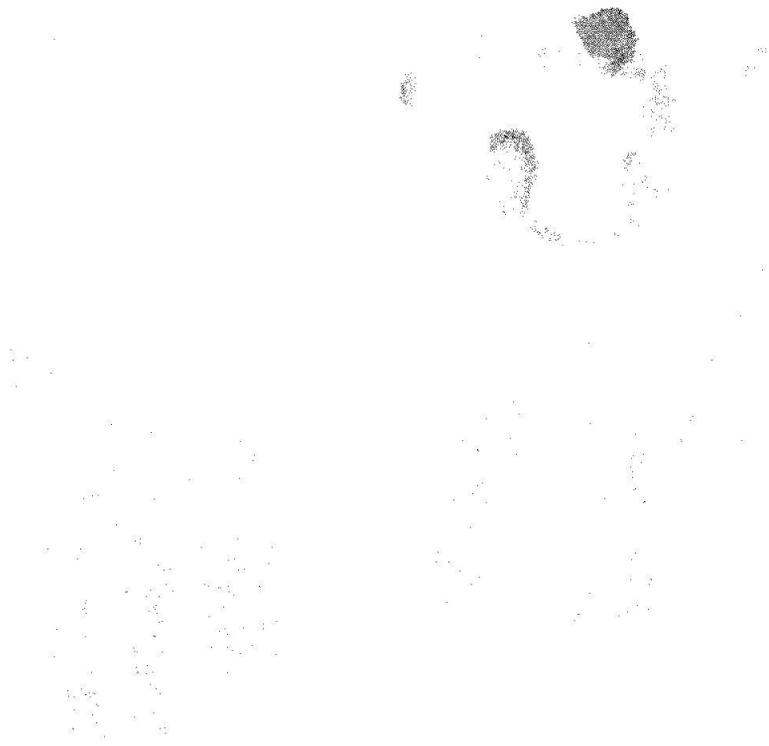


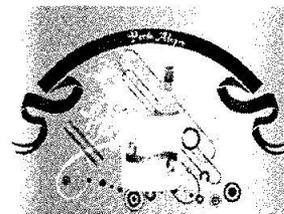


## LOS UNIFORMES

**Personal autorizado y capacitado que posee carnet de manipulación de alimentos, exámenes médicos de frotis de uñas y garganta**







## MENUS

1.

### ENTRADA

Bisque de langostinos, julianas de papa frita, mini pan brioche y croissant.

### PLATO FUERTE

Redondo de pavo en salsa de amareto

Sate de salmon a la pamesana

Rissotto al fungí

Vereniques de papa

Ataditos de espárragos y succinis

### POSTRE

Postres surtidos

Valor de cada plato \$ 32.000

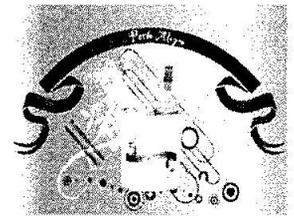
Salón- 68 a 70 personas aprox \$ 1.452.000

Incluye menaje y mantelería., meseros , gaseosa y el sonido.

### **FLORES**

Centro de mesa bajito con anturios y chamisos \$ 30.000

Centro de mesa alto en base de vidrio o cilindro \$ 50.000



2..

### **BUFFET INTERNACIONAL**

Pavo dorado finas hiervas

Lomito asado a las tres pimientos

Filete de salmon con almendras en vinagreta.

Arroz almendrado

Fusillis putanesca

Papitas doradas al perejil y estragon

Pad Thai ( Verduras al wok)

Brócoli, maiz tierno, zanahoria.

Ensalada de mango con mani y coco frito

Ensalada de cascos de aguacate, salsa de cilantro

Ensalada Cesar

Variedad de postres

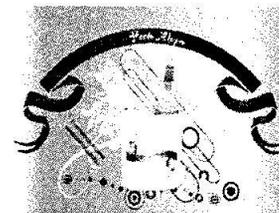
Valor de cada plato: \$ 35.000 Incluye menaje y mantelería., meseros , gaseosa y el sonido.

### **FLORES**

Centro de mesa bajito con anturios y chamisos \$ 30.000

Centro de mesa alto en base de vidrio o cilindro \$ 50.000

Salon: Para 190 a 200 personas: \$ 1.945.000



3.

### **MENU 3**

Todo incluido

Trucha al ajillo

File Migñon

Arroz almendrado

Tomate relleno al gratin

Pure de papa

Postre: Torta inglesa.

Incluye comida, meseros, champagne, gaseosa y postre.

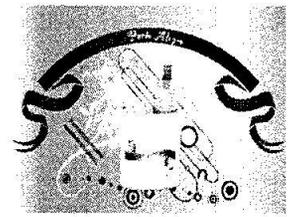
Valor por plato \$ 22.000

Incluye menaje y mantelería., meseros , gaseosa y el sonido.

### **FLORES**

Centro de mesa bajito con anturios y chamisos \$ 30.000

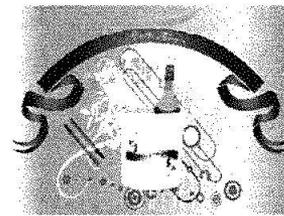
Centro de mesa alto en base de vidrio o cilindro \$ 50.000



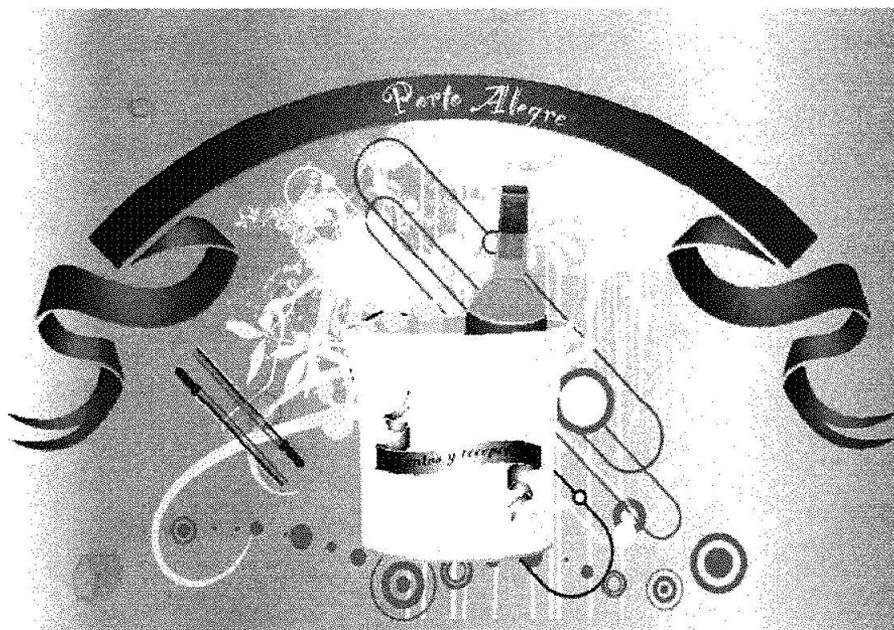
### 3. COMO SATISFACE LAS NECESIDADES DEL CLIENTE

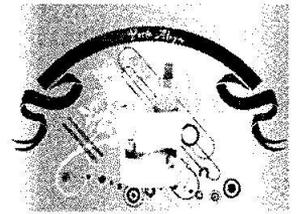
Somos una buena alternativa para nuestros clientes, pues les ofrecemos exclusividad y calidad, logrando suplir la necesidad de autorrealización de cada cliente

Contribuyendo en cada evento a hacer realidad al cumplimiento de cada deseo o sueño de nuestro cliente y sus invitados acomodándonos a sus gustos y posibilidades económicas.



#### 4. MARCA





• VI PRECIO

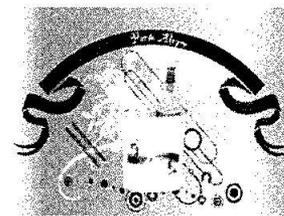
1. CONDICIONES ECONOMICAS

**COSTO**

Menú 1.

Costo del servicio y producto por plato:

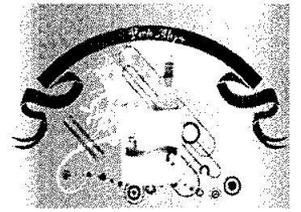
Materia prima	\$ 9.500
Alquiler menaje	4.000
Mano de obra	3.500
Alquiler mantelería	4.500
Transportes	500
Varios	2000
<b>COSTO POR PLATO</b>	-----
	<b>\$ 24.000</b>
<b>UTILIDA 34%</b>	<b>8000</b>
<b>COSTO TOTAL</b>	-----
	<b>\$ 32.000</b>



## Menú 2

Costo del servicio y producto por plato:

Materia prima	\$12.200
Alquiler menaje	4.000
Mano de obra	3.500
Alquiler mantelería	4.000
Transportes	500
Varios	2100
<b>COSTO POR PLATO</b>	-----
	<b>\$ 26.300</b>
<b>UTILIDA 33%</b>	<b>8679</b>
<b>COSTO TOTAL</b>	-----
	<b>\$ 3.4979</b>



### MENU 3

Costo del servicio y producto por plato:

Materia prima	\$ 6.600
Alquiler menaje	2.000
Mano de obra	3.500
Alquiler mantelería	3.000
Transportes	500
Bebidas	1000
<b>COSTO POR PLATO</b>	<b>-----</b>
	<b>\$ 16.600</b>
<b>UTILIDA 33%</b>	<b>5.478</b>
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>-----</b>
	<b>\$ 22.078</b>



Todos nuestros platillos son cuidadosamente elaborados y sazonados con la más alta calidad e higiene, garantizando con ello la satisfacción de cada uno de tus invitados.

## 2. VALOR

Nuestros clientes recibirán un excelente servicio, calidad, cumplimiento ya que tenemos experiencia, preparación y lo más importante nos preocuparemos por cada mínimo detalle en el desarrollo del evento y por sobre todo el cliente y sus invitados será nuestro mayor objetivo y trabajaremos con excelencia y superaremos las expectativas del organizador y sus invitados.

### **SLOGAN: SERVICIO INTEGRAL Y EXCLUSIVO**

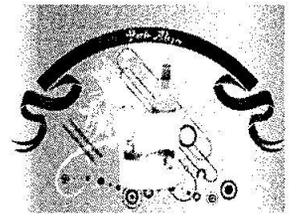
Que cada evento contribuya a hacer realidad al cumplimiento de cada deseo o sueño de nuestro cliente y sus invitados.

#### **Satisfacción necesidades.**

Ser una buena alternativa para nuestros clientes, pues les ofrecemos exclusividad y calidad, logrando suplir la necesidad de autorrealización de cada cliente

Contribuyendo en cada evento a hacer realidad al cumplimiento de cada deseo o sueño de nuestro cliente y sus invitados acomodándonos a sus gustos y posibilidades económicas.

Todos nuestros platillos son cuidadosamente elaborados y sazonados con la más alta calidad e higiene, garantizando con ello la satisfacción de cada uno de tus invitados.



## FACTORES CLAVES DE ÉXITO DE EVENTOS PORTOALEGRE

### Expectativas

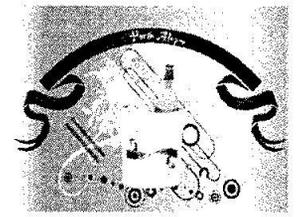
Que cada detalle contribuya a superar más de lo esperado de nuestros clientes en la realización de sus eventos y momentos especiales.

### Concepto de Valor

Por nuestro servicio, el arte de la decoración y la buena mesa.

### Capacidad de pago.

Tenemos varias alternativas para ofrecer a nuestros clientes que se pueden acomodar a sus posibilidades económicas.



## **VI. COMUNICACION**

Originariamente por ser la empresa de eventos porto alegré recientemente constituida que se encuentran en una etapa de lanzamiento, vemos conveniente la utilización de la publicidad para promocionar nuestro producto. En este orden de ideas, hemos decidido presentar las siguientes alternativas.

### **Pendones**

Se realizara unos pendones estilo afiche que ayude a dar a conocer nuestros productos donde se encuentre toda la información de nuestra empresa y la descripción de nuestros productos, que serán colocados en lugares estratégicos de la ciudad para que puedan ser vistos por la mayoría de personas que residan en la ciudad y así mismo las personas extranjeras se enteren de nuestro servicio.

### **Tarjetas**

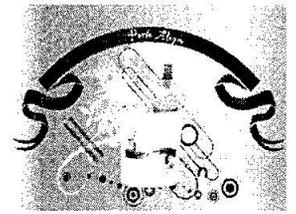
También se realizaran unas tarjetas que serán entregadas a las personas que realmente estén interesados y en especial a todas aquellas empresas que se quieran beneficiar con nuestro producto.

### **Folletos**

En complemento de los demás, se realizaran folletos que ejemplifiquen la información que en donde daremos a conocer el servicio que prestamos y los productos que tenemos para ofrecer

### **Pauta en Medio**

Publicitar por medio de un periódico, revistas especializadas en eventos y radio en Colombia donde ocupe un espacio importante y sea llamativo al público .

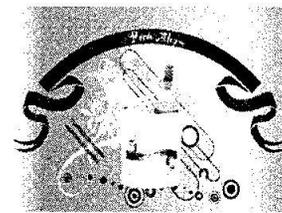


## VII. CANALES DE DISTRIBUCION

Generador de servicios      —————>      Cliente Final

Nuestra empresa acudirá a aquellos canales de distribución que juzgamos, en el tiempo presente, más efectivos y eficientes sin ellos no podremos llegar a las personas que lo requieran. Los cuales son:

- Internet
- Gremios industriales (fenalco, Acopi, Ascun.)
- Cadena de restaurantes .
- Agencia de Viajes
- Iglesias
- Clubes campestres
- Outsourcing
- Empresas Prestadoras de Servicio

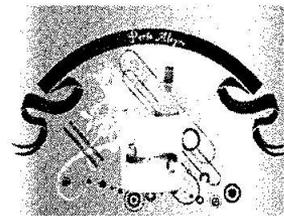


## CONCLUSIONES

La razón primordial de nuestra empresa PORTOALEGRE EVENTOS es incursionar en el mercado de casa de banquetes en Bogotá, priorizando calidad, oportunidad y cumplimiento de nuestros servicios, manteniendo un adecuado control de costos que permita crecer productivamente

En el orden de ideas expuesto, será preocupación esencial de los gestores de PORTOALEGRE EVENTOS colocar sumo cuidado en el proceso de selección de nuestros empleados, preocupándonos no solamente de su presentación y conocimientos, sino en su integración estrecha con los propósitos de la empresa y su superación técnica dándoles la adecuada capacitación que se requiera.

Finalmente, somos conscientes en ser vigilantes permanentes de la calidad de los insumos que utilicemos en la empresa, de las buenas relaciones que debemos mantener con nuestro recurso humano y de la permanente investigación que hagamos del mercado, incluyendo a la competencia, los potenciales clientes y las oportunidades que el sector productivo al que pertenecemos ofrece para el desarrollo y enriquecimiento de nuestras actividades



## BIBLIOGRAFIA

**\*WWW.GOOGLE.COM.CO**

**\*Congresos y Catering organización y ventas**

**Editorial Paraninfo**

**Autor**

**Ahmed Ismail**

**\*Eventos y Exposiciones Jack Fleitman**

**Mc Graw Hill Interamericana editores S.A DCB**

658-009147.