SEÑALIZACIÓN LOCATIVA

RUTA DE EVACUACIÓN

Son los caminos debidamente señalizados que se definen para garantizar la rápida evacuación de zonas de peligro y que conduzcan hacia las zonas seguras o hacia las zonas de concentración transitoria para el recojo.





PISO MOJADO

- Señaliza zonas deslizantes durante trabajos de limpieza o mantenimiento ayudando a evitar accidentes por caídas.
- Advertencia en dos idiomas: inglés y español.



EXTINTOR

Los extintores son elementos portátiles que se emplean para apagar fuegos incipientes. Su utilización evita la propagación de estos y que acaben convirtiéndose en incendios mayores.



SALIDA DE EMERGENCIA

Se conoce como salida de emergencia a la estructura que funciona como una salida especial en casos de accidentes, incendios y desastres naturales



RIESGO ELECTRICO

El riesgo eléctrico se refiere a la posibilidad de contacto del cuerpo humano con la corriente eléctrica y que puede resultar en un peligro para la integridad de las personas.



USO DE EPP

Los Elementos de Protección Personal (EPP) corresponden a cualquier equipo, aparato o dispositivo especialmente diseñado y fabricado para resguardar al cuerpo de cualquier daño provocado por accidentes del trabajo o enfermedades profesionales.





CALDO DE COSTILLA

"SENCILLO , RICO Y ECONOMICO"

11 NOVIEMBRE **DE 2021**

TRABAJO GASTRONOMICO
CREADO POR: Daniela Marcela Gutierrez Ruiz
Maria Jose Miranda Chuga
INTRUCTOR:WILFRED DARIO

SENA
SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE

1. Contexto territorial y turístico del producto.

Historia del Caldo de costillas

Originalmente el caldo de costilla no es una receta de origen latino y mucho menos de origen colombiano, la receta del caldo de costilla llega a Colombia a finales del siglo XIX y a principios del siglo XX cuando se empezaron a construir puentes y vías férreas, para ese entonces los directivos que coordinaban dicha construcción contrataron a ingenieros y mano de obra inglesa, ya que suponía una de las mejores tecnologías y técnicas ingenieriles, los obreros ingleses que trabajaban en la construcción de estas obras férreas tenían con sigo una dieta al desayuno equipada con proteína, carbohidratos, y sales para así adquirir la energía suficiente que necesitaban para el duro trabajo, y la receta que cumplía con estas especificaciones era El caldo con costilla y papa, es ahí cuando algunos colombianos conocieron esta receta, deleitaron su exquisito sabor y comenzaron a propagar la receta por todas las regiones del país.



"Caldo de costilla"

El caldo de costilla es una sopa del país sudamericano de Colombia que consiste principalmente en costillas de res y papas hervidas en agua. Otros ingredientes principales incluyen cilantro, ajo y cebolla. Es una de las sopas típicas de la cocina del país. Caldo de costilla significa «caldo de costilla» en español. El origen del caldo de costilla se remonta a la región de Colombia que alberga los Andes. Esto se conoce como la cordillera continental más larga del mundo. Cubriendo la costa occidental de América del Sur, la región andina incluye otros seis países: Argentina, Bolivia, Chile, Ecuador, Perú y Venezuela. La sección específica de los Andes de donde proviene el caldo de costilla es la región de paisa, que se encuentra en el noroeste de Colombia.

El caldo de costilla se consume tradicionalmente como desayuno. Un plato que comúnmente se disfruta con la sopa es la arepa. El caldo de costilla también se disfruta con pan y chocolate.
La gente comúnmente usa caldo de costilla como remedio para la resaca. Por esta razón, a veces se le llama levantamuertos, que significa «despertador de la muerte» en español. Algunos empresarios, observando áreas con altas concentraciones de establecimientos de bebidas, abren restaurantes en estas áreas y extienden sus horas de operación hasta la noche. De esta manera, las personas que van a los bares o clubes cercanos pueden patrocinar estos restaurantes que sirven caldo de costilla después.



2. Análisis de la oferta turística y su componente de su plato gastronómico



El caldo costilla es un plato turístico en el altiplano de la cordillera oriental son platos típicos de la región andina, aunque en donde más consume en los Santanderes y Cundinamarca.

En Cúcuta los caldos son ideales para comer en un desayuno, o para después de haber tomado unos tragos y en Bogotá gracias a sus nutrientes y su ayuda como "levantamuertos" pasa a ser demasiadamente consumido para los desayunos en aquella ciudad, gracias al ecoturismo reflejado en aquel lugar posiciona al caldo de costilla como uno de los platos más esenciales de su mesa y el más apetecido para los desayunos de los turistas nacionales

Este plato típico anteriormente tenía una alta taza de consumo por parte de los turistas extranjeros, nacionales y locales gracias a sus orígenes

en el altiplano cundiboyacense, que en sus inicios fue ocupado por los indígenas muiscas. Es decir, que quienes habitaban las tierras altas de Cundinamarca y Boyacá fueron los primeros en probar un caldo, seguramente para sacarse del cuerpo el frío de la mañana.

Poco a poco, esta sopa se fue convirtiendo en la entrada de los desayunos cachacos

El caldo de costilla ocupó este lugar por décadas, hasta que los desayunos tipo americano fueron desplazándolo. El espacio para desayunar en familia fue quedando a un lado y la inmediatez hizo que no quedara tiempo para preparar un desayuno 'trancao'.

Pero en si no quedo olvidado ahora es el santo remedio para resacas provocadas por las fiestas o para comenzar una buena mañana). Si se han tomado unos tragos de más y tienen tremendo "guayabo"

(resaca, cruda), ¡ésta es la mejor medicina! Se sirve para el desayuno especialmente y es muy apetecido por los que han pasado la noche sin dormir después de una buena rumba (fiesta). Si se han tomado unos tragos de más y tienen tremendo “guayabo” (resaca, cruda), ¡ésta es la mejor medicina!



COMPONENTES

Categoría: Plato Principal, Sopa
Cocina: colombiana
Porciones: 4 platos

Ingredientes

- 4 porciones costilla de res (1 1/2 libras)
- 4 papas
- 8 tazas agua
- 5 tallos cebollín
- 3 dientes ajo
- cilantro al gusto
- 1/8 cdta comino
- 1 cda caldo de res en polvo
- sal al gusto

Instrucciones

1. Pelar las papas. Ponerlas en un recipiente con agua para que no se oxiden. Reservar.



2. Lavar bien los vegetales. Cortar cilantro y cebolla (dos tallos) deben ir picados muy finamente. Reservar para agregar a la preparación más adelante.



3. Cortar cebollín (tres tallos) a lo largo por la mitad o si prefieren pueden ir picados.



4. Atar con cuerda de cocina un ramo de cilantro y el cebollín.

5. Lavamos la costilla y le quitamos el exceso de grasa. La ponemos en una olla, junto con el agua, los ajos enteros o un poco aplastados y el ramillete.



6. Adicionamos el caldo de res en polvo y el comino.



7. Cuando hierva, se baja el fuego a medio, se tapa y se deja cocinar por 40 minutos en olla convencional y la mitad del tiempo si es en olla a presión, Verificar que la carne esté suave.



8. Retirar el ramillete y los ajos, deshechar.



9. Agregar la cebolla y el cilantro picado que habíamos reservado.



10. Incorporamos las papas enteras si son pequeñas, en rodajas o a la mitad. Verificar sazón y agregar sal al gusto.

11. Deja hervir, se baja el fuego a medio y se deja cocinar por 25 minutos más o hasta que las papas estén blandas.
12. Servir caliente, mezclar muy bien cebolla y cilantro finamente picado y agregar al caldo. Acompañar con chocolate y pan o con arepa.



3. Análisis de la promoción y el marketing del turismo gastronómico.



Este plato es promocionado casi siempre en épocas de festividades ya que en esos tiempos su consumo crece considerablemente. Primeramente este plato típico caldo costilla se promociona demasiado para la resacas gracias a sus componentes y combinación permiten que nuestro cuerpo tome energías ante un guayabo Una sopa en el desayuno que no sólo es nutritiva, también es deliciosa y te recargará de energía para tu día, para dar una idea de cómo se promociona este deliciosos plato se presenta la siguiente frase promocional

“Has pasado toda la noche en una fiesta y al día siguiente te sientes fatal, sí, a todos nos ha pasado, por suerte Colombia te ofrece una solución muy efectiva para el guayabo (como se conoce a la resaca), un buen caldo de costilla, si no por qué lo llamarían “levanta muertos”.”

“Quizá sea la receta favorita para muchos; en especial, los fines de semana luego de una larga noche de fiesta o, simplemente, sea el plato con el que todos se saborean cuando la mamá dice que hará desayuno. Algunos, que no tienen a la mamá cerca, deben salir a buscar dónde tomarse un buen caldito un domingo en la mañana o cuando hay deshidratación por trasnocho.”

Es muy reconocido por ser una plato demasiadamente delicioso, sencillo, fácil y sobre todo económico lo cual lo ase mayor en su excelencia gastronómica



Otra forma de promocionar el caldo de costilla o de constar su nombre para promociones es por medio de “el caldo de costilla Maggie” producto perteneciente a la empresa Maggie el cual ofrece que es la única pasta que contiene olor y sabor a pura costilla y cilantro también. Con fina capa de especias, es ideal para dar a tus preparaciones el sabor y sustancia de la costilla de una forma completa y balanceada., esta idea salió gracias al mismo caldo de costilla Maggie ya que es un plato muy rico para las comidas familiares , rico y sobre todo nutritivo para cual momento del día , la empresa Maggie decidió iniciar con este proyecto incentivando a que por medio de su producto se puede hacer una fabuloso caldo de costilla y también tuvieron l idea que como era muy apetecido por todo el público colombiano sería bueno tener el sabor de caldo de costilla en todas las recetas familiares y de esta forma se fue creando la empresa Maggie caldo de costilla , la cual por esta se traba la promoción y el marketing de este plato típico como final esto hace que este plato típico sea conocido en todos sus aspecto , bueno , barato y delicioso.

4. Identificación de los productos, y espacios de turismo gastronómico de especial valor o valor diferencial.



Identificación de los productos: caldo de costilla
Espacio turístico: este plato actualmente tiene más consumo en Bogotá capital de Colombia y en la gastronomía de Casanare .
está sopa en el desayuno que no sólo es nutritiva, también es deliciosa y te recargará de energía para el día. Se trata de un platillo muy popular en el país que lo puedes conseguir en casi cualquier restaurante de comida tradicional, sobre todo en Bogotá.

Ligero y perfecto para iniciar el día, entre los ingredientes principales de esta sopa están la carne de costilla de res, papas, cebolla y cilantro fresco, todo esto con los típicos condimentos. La papa pastusa es la preferida para el caldo de costilla, se puede servir entera, en mitades o partida en rodajas, ¡como tú gustes!

La receta del clásico caldo es sencilla, sin embargo, la carne de costilla de res requiere de cierto tiempo para ablandarse, pero cada minuto valdrá la pena por esta exquisita sopa. En algunas cocinas pueden variar los ingredientes, agregándole maíz, zanahoria y hogao.

Siendo una de las sopas más populares, la puedes acompañar con arepas, arroz blanco, aguacate, ají, pan, jugo de naranja o café. Ideal para los días de frío en el país.

El caldo de costilla, el famoso ‘levantamuertos’, es uno de los platos típicos del desayuno colombiano. Pero ¿alguna vez se ha preguntado cómo llegó a nuestra mesa?

Dice el mayor ‘experto’ de estos tiempos (es decir, internet) que esta sopa de papa, costilla de res y cilantro tiene sus orígenes en el altiplano cundiboyacense, que en sus inicios fue ocupado por los indígenas muiscas. Es decir, que quienes habitaban las tierras altas de Cundinamarca y Boyacá fueron los primeros en probar un caldo, seguramente para sacarse del cuerpo el frío de la mañana.

Poco a poco, esta sopa se fue convirtiendo en la entrada de los desayunos cachacos, que tradicionalmente se componen de chocolate, queso y huevos.

El caldo de costilla ocupó este lugar por décadas, hasta que los desayunos tipo americano fueron desplazándolo. El espacio para desayunar en familia fue quedando a un lado y la inmediatez hizo que no quedara tiempo para preparar un desayuno ‘trancado’.

Pero esto no quiere decir que haya muerto. Los fines de semana la tradición revive gracias al tiempo que hay para descansar y compartir con los seres queridos. Además, el caldo de costilla tomó otro significado cuando se volvió el salvador de los guayabos.

Por esta razón, quisimos conmemorar el cumpleaños de Bogotá haciendo un recorrido por las plazas de mercado más emblemáticas de la ciudad para probar los caldos que ayudan a que los trabajadores sigan con su dura labor y que los demás bogotanos buscan de viernes a domingo.

Plaza de Paloquemao



Empezamos el tour del caldo de costilla en una de las plazas de mercado más grandes que tiene Bogotá. la entrada principal en un lluvioso viernes, a las 7:00 a.m. En ese lugar predominan los colores y las formas, mientras las voces de los vendedores suenan tan alto como si se tratara de un coro religioso. Ahí el olor a tierra fresca se hace más intenso con cada paso hacia el fondo de la plaza, donde están los camiones descargando bultos de papa, pimentones, cebollas y todo tipo de tubérculos y verduras.

El plato era bajo en grasa y en sal, pero tenía suficiente cilantro y una carne muy tierna, apenas para sentir que me regresaba el alma al cuerpo después de un corto ayuno. El precio: $13000.

Plaza Samper Mendoza



La plaza de mercado ubicada a pocos metros de la primera. Este lugar tiene un componente especial: es la plaza de mercado en la que comercializan plantas aromáticas y productos esotéricos. Al fondo encontramos la plazoleta de comidas en la que varias personas se nos habían adelantado y ya estaban tomando su caldo de costilla.

Llegamos a uno de los locales abiertos por una bandeja de chicharrones que resaltaba en la vitrina y pedimos caldo de costilla con adición de chicharrón. El resultado: una deliciosa sopa, más condimentada que la anterior, con ajo y cebolla, en la que resaltaba el sabor del cilantro. El precio: 15000.

Plaza La Perseverancia



una de las plazas de mercado con más historia. Se trata de la plaza de la Perse, como comúnmente se le conoce.

Este lugar está ubicado en medio del barrio obrero La Perseverancia y de la colonial La Macarena. Pero en vez de ser un punto divisorio, la plaza de la Perse termina siendo el sitio en el que todos confluyen.

Se pido el caldo de costilla y se esperó, en poco tiempo llegaría el pedido a la mesa. Minutos después, llego el caldo de costilla, las sustancias de este caldo de costilla tenían una explosiva mezcla de sabores y aromas. Además, la costilla era tan blanda que se deshacía en la boca. El precio: $20000

Plaza La Concordia



El final del recorrido fue muy cerca del Chorro de Quevedo, en el centro de la ciudad. Ahí, algunos vendedores han acomodado sus locales a los lados del andén, convirtiendo el lugar en una especie de pasaje gastronómico, El precio: 18000.

CONCLUSIÓN DEL PUNTO

Así fue como se descubrió que el caldo de costilla, más allá de ser un plato típico bogotano, es una excusa para acercarnos a la familia, a los amigos, a esas personas que nos conectan con el campo y, sobre todo, es perfecto para abrigarnos el alma.

Encontramos una gran diferencia frente a los departamentos que menos consumen este plato y su valor a la venta por ejemplos Vichada , Guainía, Guaviare, Caquetá , Vaupés son ciudades las cuales tiene un bajo nivel de consumo del caldo de costilla , lo cual hace que este plato típico no sea muy querido para ese público , según investigaciones el plato típico del caldo de costilla en esos lugares tiene un precio de 15000-25000 , por la misma razón que como no es tan consumible las personas no lo preparan como parte de sus comidas, por ejemplo su plato más similar y el más vendido de ese lugar es “el caldo curito”, una especie de plato similar del caldo de costilla , pero la diferencia es que este es hecho con cabezas de pescado o piezas de pescado diferente a esta.



Por lo que hace que el caldo de costilla no sea tan consumido en esos lados, por la misma razón de que existen platos típicos de ese lugar que ponen sobrepeso al mismo “caldo de costilla “y como no es tan consumible su precio es igualmente bajo.

Con toda la información recolectada podemos llegar a la siguiente conclusión , el caldo de costilla en si es demasiado consumiendo en una de las más importantes parte del país que es la cordillera andina , lo cual si miramos una a semejanza antes los ciudades que no pertenecen a esta cordillera {podemos decir que las i ciudades de ahí tiene como semejanza su alto grado de fiestas , temperaturas muy bajas de frio lo cual hace que el caldo de costilla sea necesario para una temporada como estas y más por ser un plato tan tradicional y delicioso por su simplicidad ,calidad y precio adicionándoles todos los beneficios que aporta con tan solo su consumo , lo que hace que el plato llegue a muy bueno niveles de consumo en esas ciudades

5. Forma de contratación que personal se necesita para la elaboración de su producto escogido.

Versión:1	**MANUAL DE FUNCIONES "EVENTOS GASTRONOMICOS" REVIVE EL SABOR AUI Y AHORA**	**Pag.1**

Nombre y ubicación del cargo		
Nombre del cargo	**CHEF DE COCINA**	
Objetivo del cargo	Es función del cocinero planificar y distribuir el trabajo de las preparaciones básicas en la cocina (mise en place) para que, al momento del servicio, permitan presentar las propuestas culinarias del establecimiento en óptimas condiciones organolépticas y de tiempo de servicio.	
Departamento o área al que pertenece	**Departamento cocina o gastronomía**	
Puesto de jefe inmediato	Daniela Gutierrez y María José miranda	
2. relación de dependencia		
¿depende de un jefe inmediato?	si	Gerente del evento
Número de personas a cargo	2	Técnicos o auxiliares de cocina
Número de empleados a contratar	1	CHEF
Misión o propósito del cargo		
Crear y elaborar alimentos de óptima calidad utilizando los productos más frescos. Buscar siempre satisfacer y exceder las expectativas de nuestros clientes y sus invitados. Elaborar artesanalmente nuestros productos. Utilizar productos de producción local como primera alternativa. Emplear cocineros diestros con grados académicos.		
Funciones específicas del cargo		
1. Prepara y cocina los alimentos para el evento. 2. Verifica la existencia de los diferentes alimentos. 3. Elige con el Supervisor, de entre las minutas a su disposición. 4. Prepara los alimentos con la ayuda del auxiliar de cocina. 5. Cocina los alimentos según tiempo y cantidad.		

6. Verifica el buen estado de los alimentos y las existencias necesarias para cumplir con la venta diaria.
7. Revisa diariamente la conservación de los alimentos.
8. Verifica que se cumpla las normas de higiene y que el personal a su cargo desempeñe correctamente sus funciones.
9. Recibe la solicitud del pedido.
10. Colabora en conjunto con el personal a mantener todo limpio y ordenado.

prohibiciones

- Se prohíbe durante el ejercicio de la actividad:
- Fumar y masticar goma de mascar.
- Comer en el puesto de trabajo.
- Utilizar prendas de trabajo distintas a las reglamentarias
- Estornudar o toser sobre los alimentos.
- Cualquier otra actividad que pueda ser causa de contaminación de los alimentos.

RESPONSABILIDADES

- Dirigir al personal de cocina y coordinar las comandas de comida
- Supervisar la preparación y cocinado de la comida
- Comprobar el emplatado y la temperatura de la comida
- Fijar el tamaño de las porciones
- Hacer los horarios de los turnos del personal de cocina
- Poner precio a los platos del menú en colaboración con el gerente del restaurante
- Hacer los pedidos de provisiones de comida y equipo de cocina cuando sea necesario
- Formar al personal de cocina sobre las tareas de preparación y las técnicas de emplatado
- Almacenar los alimentos siguiendo las prácticas de seguridad (p. ej. en frigoríficos)
- Realizar informes de costes semanales y mensuales
- Mantener los estándares sanitarios y de seguridad en la zona de la cocina

1. Estudios y conocimientos

Formación académica requerida:	**Título profesional en cocina o CHEF**
Capacidad y habilidades:	✓ la rapidez ✓ orden y limpieza ✓ buen paladar ✓ buen sentido de la estética ✓ iniciativa ✓ curiosidad ✓ habilidades Para preparar alimentos variados. Para seguir instrucciones orales y escritas ✓ Conocimiento Del equipo, útiles y materiales utilizados en la preparación de alimentos

Experiencia: mínimo 1 año de experiencia

SALARIO
$300.000
COMPETENCIAS PARA EL CARGO
COMPETENCIAS COMUNES
• Prepara alimentos de acuerdo con la carta o menú • Mantiene su área de trabajo limpio y ordenado según reglas higiénicas. • Cumple con la preparación de los alimentos en el horario establecido.
COMPETENCIAS COMPORTAMENTALES
• Liderazgo, creatividad, compromiso, responsabilidad, intelectuales, conocimientos técnicos, trabajo en equipo, sintético y honestos • Brindar la confianza necesaria para este cargo

2. Otros conceptos
1. Emplear el uniforme asignado a su respectiva función en correctas condiciones de uso y limpio. 2. Usar una camiseta blanca debajo del uniforme cuando sea necesario (invierno) 3. Usar el delantal de plástico cuando realiza la tarea de lavado de planta, pisos, paredes, ollas, vajilla, lavado y pelado de verduras 4. Evitar el uso de anillos, cadenas, reloj, aros, pues pueden caer en la preparación siendo un vehículo de contaminación y causar en algunos casos, un accidente de trabajo. 5. Usar birrete o gorro para el cabello mientras permanezcan en la cocina 6. El uniforme no debe ser empleado fuera del ambiente de trabajo (esto incluye todas sus partes) 7. No se puede ingresar, transitar o permanecer con ropa de calle en la cocina.

María Joaquín	**Jonatan Chávez**	**Daniela marcela Gutierrez** **María José miranda**
ELABORADO POR:	**REVISADO POR:**	**APROBADO POR:**

Nombre y ubicación del cargo		
Nombre del cargo	Auxiliar de cocina	
Objetivo del cargo	Apoya las actividades que delega el responsable de cocina. Los ayudantes de cocina colaboran con los chefs o cocineros en la preparación de los alimentos. Entre sus funciones principales destaca el mantenimiento de la higiene y el orden de la cocina y los utensilios.	
Departamento o área al que pertenece	Departamento cocina o gastronomía	
Puesto de jefe inmediato	Daniela Gutierrez y María José miranda	
2. relación de dependencia		
¿depende de un jefe inmediato?	si	Gerente del evento
Número de personas a cargo	No	
Número de empleados a contratar	2	Auxiliares de cocina
Misión o propósito del cargo		
encargarse de las tareas comunes y rutinarias de la cocina. Una de sus funciones esenciales es el orden e higiene de los utensilios y la preparación de los alimentos que forman los platos. Su objetivo es que la ejecución de los platos sea lo más rápida y ordenada posible.		
Funciones específicas del cargo		
• Sus funciones pueden cambiar dependiendo del lugar en el que trabaje, por las condiciones, la cantidad de trabajo, etc. Para generalizar, las funciones principales de un ayudante de cocina son las siguientes: • Pesar los alimentos. • Limpiar, picar o pelar la comida. • Hacer salsas o aliños. • Ayudar en la preparación de los platos. • Limpiar y ordenar la cocina. • Organización de los alimentos en el sitio adecuado. • Seguimiento del stock.		

- Gestionar el control de pedidos e informar al supervisor.
- Mantener limpia la zona de trabajo.

prohibiciones

1. Se prohíbe durante el ejercicio de la actividad:
2. Fumar y masticar goma de mascar.
3. Comer en el puesto de trabajo.
4. Utilizar prendas de trabajo distintas a las reglamentarias
5. Estornudar o toser sobre los alimentos.
6. Cualquier otra actividad que pueda ser causa de contaminación de los alimentos.

responsabilidades

- ingresar puntualmente a desarrollar sus labores.
- Cumplir estrictamente las instrucciones impartidas por sus superiores jerárquico, sobre la forma de ejecutar su trabajo.
- Presentarse a trabajar en perfecto estado de temperancia, con la ropa de trabajo proporcionada por el empleador y debidamente aseado.
- Ejecutar su trabajo con la mayor diligencia y cuidado, a fin de evitar cualquier desperdicio, pérdida o deterioro de materias primas y productos terminados.
- Elaborar las cantidades de productos que indique el empleador o el respectivo encargado del trabajo en el establecimiento, y de la mayor calidad que sea posible con los ingredientes usados, evitando devoluciones y reclamos de los consumidores.

3. Estudios y conocimientos

Formación académica requerida:	**Curso certificado por el Sena en cocina básica.**
Capacidad y habilidades:	✓ Interés por aprender continuamente. ✓ Vocación por la cocina. ✓ Capacidad para trabajar en equipo. ✓ Rapidez y eficacia. ✓ Responsable y meticuloso. ✓ Limpio, ordenado y metódico. ✓ Interés por la cocina. ✓ Creatividad e iniciativa.

Experiencia: 8 meses al cargo a fines

salario

$150.000

COMPETENCIAS PARA EL CARGO

competencias comunes
• Técnicas de manipulación de alimentos y alérgenos. Elaboración de platos y aperitivos. • Realización de elaboraciones básicas y asistencia en cocina. Preelaboración y conservaciones culinarias. • Capacidad para trabajar en equipo. El ayudante de cocina deberá coordinarse y comunicarse constantemente con el resto de los miembros del equipo. • Organización. Para que todo salga a la perfección, el ayudante deberá poner en marcha sus cualidades organizativas. • Disposición de aprendizaje e iniciativa. El ayudante de cocina deberá de ser capaz de adaptarse a los cambios que puedan surgir en el entorno de trabajo como, por ejemplo, la preparación de nuevos platos.
competencias comportamentales
• Tolerancia al estrés, Persistente, Liderazgo, creatividad, compromiso, responsabilidad, intelectuales, conocimientos técnicos, trabajo en equipo, sintético y honestos • Brindar la confianza necesaria para este cargo

4. Otros conceptos

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

María Joaquín	**Jonatan Chávez**	**Daniela marcela Gutierrez** **María José miranda**
ELABORADO POR:	**REVISADO POR:**	**APROBADO POR:**

Nombre y ubicación del cargo		
Nombre del cargo	Mesero	
Objetivo del cargo	Lograr la total satisfacción de nuestros clientes y sus invitados ofreciendo siempre personal de excelencia, personal profesional, honesto, amable y con toda la actitud de servicio que hoy en día se requiere	
Departamento o área al que pertenece	Departamento cocina o gastronomía	
Puesto de jefe inmediato	Daniela Gutierrez y María José miranda	
2. relación de dependencia		
¿depende de un jefe inmediato?	si	Gerente del evento
Número de personas a cargo	No	
Número de empleados a contratar	2	Meseros

Misión o propósito del cargo

mesero es una figura principal en restaurantes, clubes, bares y otros establecimientos similares. Su tarea principal es la de servir alimentos y bebidas a los clientes que van en solicitud del servicio. Su objetivo principal es lograr que el cliente quede satisfecho y se sienta a gusto

Funciones específicas del cargo

- Limpiar y organizar el área de comedor, surtir los saleros, pimenteros y recipientes de demás condimentos.
- Darles la bienvenida a los clientes, y mencionarles los especiales del día.
- Dar respuesta a sus inquietudes referentes al plato típico.
- Entregar los pedidos de bebidas y alimentos al personal de la cocina o al Bartender.
- Llevar las charolas con platillos y bebidas de la cocina a las mesas.
- Retirar los platos y vasos sucios, limpiar las mesas una vez que los comensales terminen de comer.

prohibiciones

1. Se prohíbe durante el ejercicio de la actividad:
2. Fumar y masticar goma de mascar.

3. Comer en el puesto de trabajo.
4. Utilizar prendas de trabajo distintas a las reglamentarias
5. Estornudar o toser sobre los alimentos.
6. Cualquier otra actividad que pueda ser causa de contaminación de los alimentos.
7. Presentar un comportamiento inadecuado con los presentes del evento
8. Cualquier situación o circunstancia que ponga en peligro el buen nombre de su cargo o atente indirectamente con el buen funcionamiento del evento

responsabilidades

- ingresar puntualmente a desarrollar sus labores.
- Cumplir estrictamente las instrucciones impartidas por sus superiores jerárquico, sobre la forma de ejecutar su trabajo.
- Presentarse a trabajar en perfecto estado de temperancia, con la ropa de trabajo proporcionada por el empleador y debidamente aseado.
- Ejecutar su trabajo con la mayor diligencia y cuidado, a fin de evitar cualquier desperdicio, pérdida o deterioro de materias primas y productos terminados.
- Elaborar las cantidades de productos que indique el empleador o el respectivo encargado del trabajo en el establecimiento, y de la mayor calidad que sea posible con los ingredientes usados, evitando devoluciones y reclamos de los consumidores.

5. Estudios y conocimientos

Formación académica requerida:	**CURSO BÁSICO DE MESERO**
Capacidad y habilidades:	✓ Capacidad de trabajar en equipo, buen juicio y ser capaz de trabajar de manera independiente bajo una supervisión mínima. ✓ Motivado, decidido, responsable y determinado a ofrecer el mejor servicio. ✓ Estar en la capacidad de permanecer de pie durante todo su turno de trabajo levantando charolas pesadas, platos y bebidas.

Experiencia: 6 meses al cargo a fines

SALARIO

$100.000

COMPETENCIAS PARA EL CARGO

COMPETENCIAS COMUNES

- Comunicarse claramente, tanto de manera escrita como oral, a los fines de brindar un ambiente armónico a los clientes.
- Tener vocación de servicio.

- Estar en la capacidad de establecer relaciones profesionales de trabajo con clientes, a los fines de brindar una atmósfera familiar.
- Dirigirse a los clientes y al resto del personal de una manera profesional, clara y respetuosa.
- Mantenerse calmado durante situaciones adversas y manejar la situación de manera educada, discreta y efectiva.
- Identificar problemas y resolver conflictos de manera oportuna.
- Estar en la capacidad de lidiar con las dificultades que puedan presentar los clientes y decidir si es oportuno o no seguir atendiendo a ciertos clientes.

COMPETENCIAS COMPORTAMENTALES

- Tolerancia al estrés, Persistente, Liderazgo, creatividad, compromiso, responsabilidad, intelectuales, conocimientos técnicos, trabajo en equipo, sintético y honestos
- Brindar la confianza necesaria para este cargo
- Motivado, decidido, amable, limpieza, iniciativa, responsable y determinado a ofrecer el mejor servicio.
- Tener gran habilidad de escuchar a las personas en este caso a los invitados del evento ante cualquier percance que se les presente.
- Ser paciente y honesto ante cualquier situación conflictiva que se presente en este evento

6. Otros conceptos

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

María Joaquín	**Jonatan Chávez**	**Daniela marcela Gutierrez** **María José miranda**
ELABORADO POR:	**REVISADO POR:**	**APROBADO POR:**

.

2. Análisis comparativo y de competidores del destino.

ENTORNO NATURAL Y CULTURAL

Los sitios turísticos de la región andina son muy variados, puedes encontrar diversidad de ecosistemas que van cambiando con la altura de las cordilleras y diversidad de culturas debido a lo extenso que es el territorio.

Entorno natural: La región de la diversidad cultural y más actividad del país.

Turísticamente esta región posee todas las categorías de turismo, enriquecida con parques naturales y los cientos de especies que se encuentran, por el ejemplo el departamento del Tolima posee alrededor de 298 especies de aves.

Esta región comprende todos los departamentos ubicados en la zona montañosa andina. Al suroeste del territorio colombiano, en un lugar conocido como el nudo de los Pastos, en el departamento de Nariño muy cerca de la frontera con el Ecuador, los Andes se ramifican en tres cordilleras: Occidental, Central y Oriental, que se abren paso hacia el norte formando los valles del Cauca y del Magdalena, así como la rosa fluvial que se diversifica en las vertientes de Atlántico al norte, Pacífico al occidente y Orinoquia y Amazonía al sudeste.

La cordillera de los Andes también posee las lagunas más importantes del país.



Gastronomía: La región Andina presenta una gastronomía diversa, según la ubicación geográfica se presentan diferentes platos típicos como: Eje cafetero (bandeja paisa, sancocho, chorizo); Cundiboyacense (ajiaco, derivados de la leche); Tolima y Huila (lechona, tamales, productos elaborados con maíz)

Platos: Bandeja Paisa, Ajiaco, Cuchuco, Mute, Cocido boyacense, Tamales Tolimenses, Tamales vallunos, Lechona tolimense, Fritanga, Piquete, Cui, Cabrito al horno, Callos con garbanzo, Caldo de costilla, Changua, Viudo de bocachico o capaz.

Economía: La concentración de la población en el país, trabajando por una Colombia unida y pacífica.

La región andina posee la mayoría de los recursos hídricos del país, así como las tierras más productivas para la agricultura. De su subsuelo se explotan petróleo, esmeraldas, sal y otras riquezas minerales.

Bogotá, Medellín y Cali, las tres ciudades más pobladas del país, se encuentran en esta región, al igual que Bucaramanga, importante centro de desarrollo industrial del país, donde se destaca su industria de calzado y de joyería; Cúcuta ciudad fronteriza con Venezuela, Barrancabermeja es considerada la ciudad petrolera, pues en ella yace la refinería más grande del país.



PRODUCTO: entorno a la calidad del producto podemos decir que no es un plato típico elegante ni extraordinario y por eso es que lo hace tan especial por su sencille y sabor este plato llega a todos las cocinas colombianas, si hablamos en cuestión calidad es, muy buena al igual que su presentación de forma sencilla pero de muy buena calidad, este delicioso plato contiene los siguientes ingredientes para su preparación:



Ingredientes

- 4tazas de agua
- 1lb de costilla de res
- 4papas grandes
- Cilantro al gusto
- 1tallo de cebolla verde
- Sal al gusto

ELABORACION

para la elaboración de este delicioso plato tradicional se indican los siguientes pasos:

1. En una olla grande colocar el agua a hervir a fuego alto junto con la costilla, la cebolla, el ajo, una rama de cilantro, el cubo de caldo de carne, el color y una pizca de sal.
2. Luego reduce el fuego a temperatura media-alta.
3. Cuando ya haya cocinado la carne por 1 hora aproximadamente, le agregamos la papa y si le hace falta sal le agregamos más y la pimienta.
4. Dejamos cocinar por otros 20 minutos aproximadamente hasta que la papa esta blanda, pero no desleída.
5. Aparte picamos cilantro y se lo agregamos al caldo al momento de servir.
6. De esta forma obtendremos un delicioso caldo de costilla para deleitarnos con su sabor sin importar si es por resaca o para el desayuno, eso es lo más importante del plato que se puede consumir al tiempo que la persona desee.



PRECIO

El precio de este plato típico varia de muchas formas según donde se compre , por ejemplo en este plato es muy consumido en Bogotá y la parte andina en general el coste del caldo de costilla para esos lugares varía entre unos 7.000 a 20.000 por la misma razón de que se vender demasiado es por eso que se suben sus producto y su costo , mientras que si compramos un caldo de costilla en Guainía -Colombia el precio va a ser más alto , ya que no es típico en esas ciudades lo cual hace que cuando haya su realización este plato supere un precio un poco considerable ya que tenemos que tener en cuenta que uno de los aspectos más importante de este plato es por su económico (lo barato que resulta comprarlo)

Teniendo en cuenta lo anterior presentaremos la siguiente tabla de valores dependiendo el tipo de ciudad

El precio del producto estuvo determinado por la demanda y la oferta encontrada en el estudio de mercado. Por tanto, para efecto de la competencia existente respecto a los caldos saborizantes en el mercado, el precio se fijó por encima del costo total medio del mercado en: $15000 precio sumamente atractivo para el consumidor teniendo en cuenta que es un producto natural.

CIUDADES	PRECIO
CALI-VALLE DEL CAUCA	$7000-$17000
CAUCA	$7000-$15000
CUNDINAMARCA	$8000-$14000
BOGOTA	$9000-$18000
SANTANDER	$6000—$15000
CALDAS	$7000-$16000
CASANARE	$7000-$13000
MEDELLIN	$8000-$18000



6. COMUNICACIÓN DE LA OFERTA:

Según a los artículos leídos acerca del caldo de costilla puedo decir que este plato habla por sí solo, para sostener este concepto tengamos en cuenta que este plato típico tiene diferente nombres como “levantamuertos” ”Teusaquillo” ”mañanero” etc, sin fin de apodos o nombres , esto importante porque solamente con su nombre o valor es distinguido por su sabor , sencilles , economía y sobre todo remedio para cualquier desaliento. Se conoce pues debido a su contenido calórico, aporta energía al cuerpo, es suave para el estómago y alivia el malestar general. Es un caldo muy popular sobre todo en el centro del país, pero en realidad se consigue casi en cualquier lugar. Por esta razón el plato típico “caldo costilla” en si solamente por todos los beneficios que aporta se promociona en sí solo, aunque otros ejemplos de cómo se promociona es por medio de la compañía NETLLE lo cual tiene una marca llamada MAGGIE reconocida por su especializada en la elaboración de sopa instantánea, caldos, kétchups y fideos instantáneos. O pasta con sabores de los platos anteriormente mencionado , con esto llego a que esta empresa debió analizar lo tan popular que era este plato típico , por su sabor y sencilles así que de esta forma crearon un condimento o como más se le conoce un pasta para caldos llamada “MAGGIE -PASTA DE CALDO DE COSTILLA” por medio de esta forma nos están ofreciendo un producto que se puede agregar a nuestras sopas o alimento en general y como resultado obtendremos el delicioso sabor del caldo de costilla , de esta manera creeríamos que se está promocionando el caldo costilla y lo increíble que por ser un plato típico sencillo , deliciosos y barato , reconocimiento se lo debe al solo.

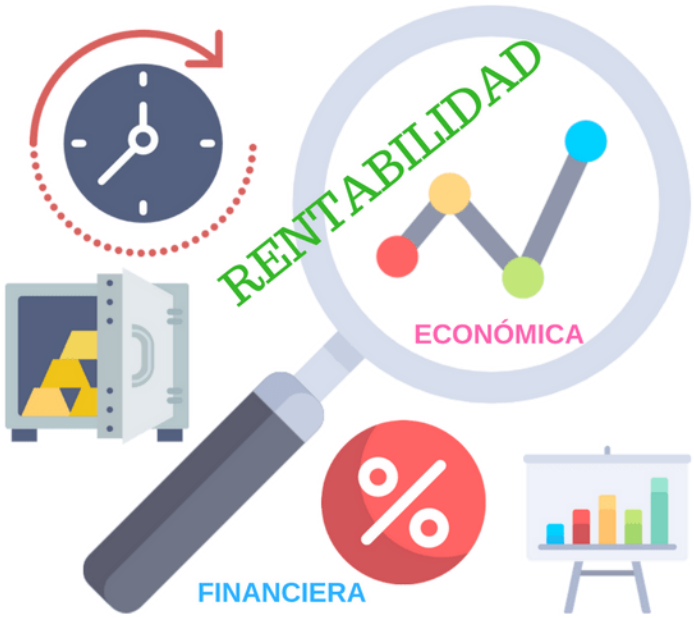






RENTABILIDAD

En si este plato s rentable para un negocio de comidas ¿por qué? Una de las razones es porque como todo colombiano siempre debemos de tener nuestra sopa del día no importa si es para desayuno, almuerzo o comida, la mayoría de las personas trabajan, aunque es un plato sencillo de preparar no se les puede facilitar a otros realizar su proceso así que se compra lo cual hace que un negocio de sopa pueda rentable y sobre todo este plato el cual aporta beneficios para nuestro cuerpo en situación de desaliento general. También podemos decir que según a analizado anteriormente este plato es demasiado rentable en las épocas de fiesta por la misma razón de que este plato típico se promociona como el alivio para el malestar y sobre todo el guayabo queda como anillo al dedo en estas épocas y las persona que venda en restaurantes este plato les va bien en su venta , para sostener este definición doy el ejemplo de un restaurante familiar el cual se vende todo tipo de comidas colombiana desde el arroz paisa , bandeja paisa hasta el sancocho ,sopas , caldo y en si el caldo de costilla en una época decembrina comenzamos a vender de costilla y su venta fue increíble lo cual nos permitió que con un solo día tuviéramos demasiada rentabilidad y ganancias en el plato , desde ese momento comenzaron a menudo realizar caldo costilla y cada vez que se realizaba se venden todo lo producido ejemplo el presupuesto total para el caldo costilla en el restaurante era de 150.000 para inicio y quedaba de ganancia el doble o “a veces” casi llegábamos al triple de su presupuesto , gracias este ejemplos puedo decir que este plato es más rentable en épocas de fiesta o resaca.



POSICIONAMIENTO

aunque este plato es muy conocido por el pueblo colombiano no tiene un alto posicionamiento en la gastronomía, en el valor territorial

La gastronomía de la región Andina de Colombia, de herencia indígena, española y africana consiste en una deliciosa mezcla donde los tubérculos, lácteos, carnes y harinas constituyen los ingredientes principales.

La región Andina se encuentra en la zona central del país, siendo la más grande y poblada de toda Colombia. Los platos típicos tradicionales de esta región provienen de los departamentos de Antioquia, Tolima, Huila y Santander, los cuales combinan legumbres, variados quesos y carnes para calentar el paladar de todos los que visitan esta fría región.

La mezcla de culturas que conforman la región andina hace que su gastronomía sea diversa y atractiva. Por eso aquí te invitamos a conocer algunos de estos platos típicos, los cuales vas a querer probar en cuanto antes:

Entre el estudio de la región andina y su proyección se presenta cuáles son los platos más consumidos o más típicos de esta región

– CHANGUA

Es un plato que sin lugar a duda no puedes pasar por alto, pues se trata de una combinación entre agua, leche, sal y huevo. Existe la costumbre de añadir pan dentro de esta mezcla para suavizar su textura, sin embargo, es opcional de acuerdo con el gusto de cada persona.

– LOS TAMALES

Este delicioso plato contiene ingredientes exquisitos ante los cuales no te puedes resistir. Se trata de la mezcla entre una masa de arroz y varios tipos de carnes como: pollo, carne de res, cerdo, también se encuentran algunos granos como: arvejas, frijoles, lentejas, entre otros. Su presentación es inconfundible, pues se encuentran envueltos en una hoja de plátano.

– CALDO DE COSTILLA

Este exquisito plato es bien conocido como “levantamuertos”, pues existe la tradición de que es el mejor remedio para el guayabo. El caldo de costilla es un plato que no puede faltar en el desayuno, se suele acompañar de arepa o pan. Es tan atractivo su sabor que se puede definir como un elemento típico de la gastronomía de colombiana.

– BANDEJA PAISA

Es uno de los platos más representativos de la región andina, pues contiene gran variedad de alimentos. El frijol, el arroz blanco, el chicharrón, los huevos fritos y los patacones no pueden faltar. Claramente no se puede olvidar el aguacate y las arepas.

Innovación

En el transcurso del tiempo no se ha realizado innovación en el plato típico analizando podríamos decir que es por lo mismo que es un plato sencillo y sin precedentes en si han realizado como promociones indirectamente con el plato típico damos como ejemplo el anterior producto de la empresa Nestlé - Maggie el cual promociona que el caldo es uno de los sabores más típicos de la región andina colombiana y que lo podemos por medio de su producto lo podemos consumir en cualquier tipo de comida.

Es importante destacar que la industria de los caldos saborizantes en Colombia se encuentra lideradas por tres grandes marcas: Nestlé, Quala y Disa, quienes poseen en este momento el mercado de elaboración y distribución del producto en todo el territorio colombiano; aunque, no en consonancia con los lineamientos de las nuevas tendencias del uso de materias primas naturales pese a que existen todos estos productos que compiten en el mercado, no hay un caldo saborizante elaborado sobre la base de ingredientes naturales.

Por tal es importante recordar este plato típico como uno de los más importantes ya que gracias a su simplicidad y sabor ha logrado que todos los habitantes colombianos conozcan del sí tener una promoción televisiva o publicidad personal.

Si se trata de innovar el plato no ha habido cambios a ser lo diferente que es el sancocho de costilla pero en si siempre ha sido los más tradicional es el caldo de costilla, así que si se tratara de innovar el plato típico de caldo de costilla, no sería lo mismo ya que este plato siempre se a reconocido por su sencilles y sabor así que si se llegara a innovar podría cambiar todos los aspectos económicos, culturales y gastronómicos.



CORE TOOLS

Herramientas del Sistema de Gestión y Calidad

Juan Camilo Gaviria Burbano
Negociación Internacional

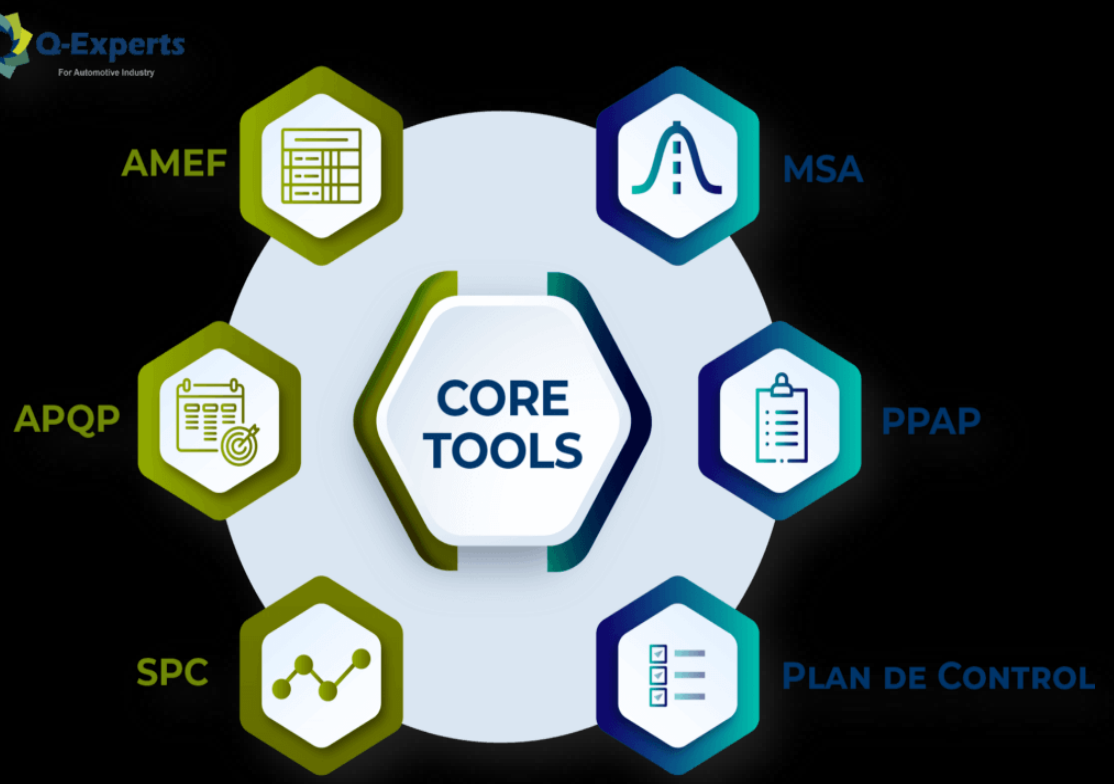
Que son las Core Tools?

Son un conjunto de herramientas para diseñar, desarrollar, medir, controlar, registrar, analizar y aprobar productos y servicios de calidad que satisfagan las necesidades y expectativas del cliente.



Historia

Entre **1990** y **1994** la **AIAG** publica los manuales de herramientas para la industria automotriz, los cuales se han venido actualizando de manera constante y han recibido la denominación genérica de "**Core Tools**".





The 5 Core Tools of Quality

Cuales son las Core Tools

- **APQP:** Advanced Product Quality Planning (Planeación Avanzada de la Calidad de Producto)
- **PPAP**: Production Part Approval Process (Proceso de Aprobación de Partes de Producción)
- **FMEA:** Potential Failure Mode and Effects Analysis (Análisis del Modo y Efecto de Falla)
- **SPC**: Statistical Process Control (Control Estadístico del Proceso)
- **MSA:** Measurement Systems Analysis (Análisis de Sistemas de Medición)
- **CP**: Control Plan (Plan de Control)





GRACIAS

INVESTIGACION DE CONCEPTOS Y CITE EJEMPLOS

NEGOCIOS INTERNACIONALES

APRENDIZ:

ALMA ROCIO MAZABUEL ISIQUITA

INSTRUCTOR:

WILFRED DARIO HERNANDEZ SANDOVAL

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA

CENTRO DE COMERCIO Y SERVICIOS

TECNOLOGÍA EN NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL

FICHA 2143002

POPAYÁN (CAUCA)

2021

1. **Habilidades de negociación y comunicación efectiva**

- ¿Qué son las habilidades negociación? La capacidad de negociación es una cualidad que permite a dos o más partes llegar a un compromiso. Suelen ser habilidades blandas e incluyen capacidades como la comunicación, la persuasión, la planificación, la elaboración de estrategias y la cooperación.
Ejemplos: 1. Análisis de problemas

En una negociación siempre hay dos partes, y a la hora de pensar en una propuesta hay que pensar en beneficios para ambas. Por eso, un buen negociador puede “descomponer” un problema en todas sus partes y a fondo, pero con una visión amplia y con la capacidad de identificar rápidamente puntos de interés común.

2. Capacidad de escuchar

Esto significa poder quedarse callado durante varios minutos y concentrarse en la propuesta del otro sin intervenir, para obtener la información necesaria. Pero también la habilidad de comprender la comunicación no verbal, como las diferentes posiciones y movimientos del cuerpo durante la reunión, y las expresiones faciales.

3. Autocontrol

Lejos de convertirse en un robot, el buen negociador sabe usar las emociones propias y ajenas a su favor. Una de sus principales habilidades es detectar cuáles son los sentimientos y reacciones que pueden dominarlo, y no permitir que afecten su capacidad de razonamiento y comunicación durante las reuniones e interacciones posteriores. También sabe reconocer las frustraciones y debilidades de la otra parte negociadora, como el miedo.

4. Paciencia

Tomar decisiones apresuradas o bajo presión nunca es una buena idea. Con información concreta sobre los objetivos del negocio y su capacidad operativa y financiera, tómate el tiempo que necesitas para acordar las condiciones de un acuerdo. El ejercicio física y las técnicas de *mindfulness* o meditación pueden ayudarte a ejercitar esta habilidad personal básica.

5. Comunicación

Los malentendidos son una de las principales causas del fracaso de una negociación. Por eso, necesitas desarrollar una propuesta clara y ser capaz de transmitir de manera efectiva sus ventajas para ambas partes. Ve al punto sin vueltas, presenta tus argumentos de forma transparente y muéstrate siempre amable.

6. Visión amplia

Para ser un negociador efectivo, necesitamos estar abiertos a una amplia variedad de soluciones y propuestas, incluso que no sean las nuestras. Así que en vez de enfocarte solo en tu idea inicial, o en tu beneficio propio, piensa en el objetivo final y entiende que, al final, siempre tendrás que resignar algo.

7. Capacidad de tomar decisiones

Sin esta habilidad, una negociación puede extenderse por demasiado tiempo. En algún punto, hay que cerrar el trato con el mejor resultado posible para el negocio, o tomar la decisión de abandonar el proceso. Para adquirir mayor seguridad en este punto del proceso hace falta experiencia. Así que si sientes que no tienes la

suficiente apóyate en un mentor, un superior o un empresario con años de actividad en tu mismo segmento de mercado.

2. Estrategias y estilos de Negociación

- ¿Cuáles son las estrategias de la negociación?

Las estrategias de negociación son aquellas acciones ejecutadas con las que se espera lograr los objetivos previamente propuestos por cada una de las partes. Para esto será necesario aplicar técnicas y métodos según la situación a la que se enfrente.

1. Negociación acomodativa

Para comenzar, este tipo de técnica de negociación se pone en práctica cuando una de las partes asume la posición de perdedor. Esta estrategia de negociación es usada para obtener resultados superiores en el futuro.

Efectivamente, en esta técnica una de las partes cede en el corto plazo para lograr mejores resultados en el largo plazo. Es decir, se pierde en el corto plazo para asumir la posición ganadora en el largo plazo.

2. Negociación competitiva

Por su parte, la negociación competitiva consiste en tomar una posición agresiva, para obtener mayores beneficios en el acuerdo que se alcance. Es conocida como negociación de suma cero, puesto que una de las partes espera obtener los mejores beneficios. Como consecuencia, es denominada negociación de suma cero, porque lo que una parte gana lo pierde la contraparte. Es una situación de donde el negociador que aplica la técnica gana y pierde la contraparte.

3. Negociación colaborativa

Desde luego, la técnica colaborativa pretende llegar a acuerdos beneficiosos para ambas partes. Por esa razón integra en forma creativa los intereses de ambas partes en el acuerdo alcanzado. De esa forma se aseguran y fortalecen las relaciones en el futuro. Sin duda, cada parte actúa de manera asertiva con el propósito obtener beneficios_mutuos. La situación consiste en encontrar una posición de ganar/ganar. Puesto que cada parte cede ante ciertos criterios, dándole prioridad a los intereses mutuos.

4. Negociación evitativa

Por último, la técnica evitativa se pone en práctica cuando una de las partes considera que no obtendrá los beneficios esperados en el acuerdo. Por eso uno de los negociadores de las partes decide no negociar. En realidad, se produce una situación de perder/perder. Puesto que una de las partes decide retirarse de la negociación, al no alcanzar un acuerdo. El negociador considera que el acuerdo no le favorece y se retira. Esto impide que se llegue al acuerdo y ambas partes se perjudican.

Los elementos más importes que se deben consideran al negociar son:

- Separar a las personas de los problemas que se negocian.
- Centrar la atención en los intereses de las partes y no en las posiciones que ocupan.
- Generar soluciones creativas que produzcan beneficios mutuos.
- Utilizar criterios objetivos.

3. Negociación exitosa, estrategias y habilidades esenciales

- - Una Negociación exitosa es aquella en la que ambas partes salen beneficiadas, y en la que se llega a una resolución de conflictos de la mejor manera y de forma pacífica. A diario nos enfrentamos con situaciones que requieren una negociación efectiva.
- Ejemplo: No traicionar las promesas realizadas durante dicha negociación.
- No decir mentiras sobre acuerdos e información compartida.
- Atender las necesidades e intereses de ambas partes.
- Pactar compromisos reales, que sabes que realmente podrás cumplir.

4. Comunicación efectiva para el líder actual

- La comunicación interpersonal es una de las habilidades profesionales y gerenciales más importantes: todos los días nos relacionamos con superiores, colaboradores, clientes y colegas. Ser un buen comunicador es sinónimo de ser buen líder.

1. Autoridad:

   Los líderes necesitan hablar con autoridad para comunicar eficazmente. Como responsable de la organización, el líder debe darse el lugar que le corresponde y transmitir con seguridad la información que deben conocer sus colaboradores. La autoridad produce credibilidad y confianza entre los miembros del equipo de trabajo.

2. Honestidad:

   Los mejores líderes saben que para que una comunicación sea efectiva, debe ser sincera. La honestidad, tanto en las buenas como malas noticias, debe ser la base de la comunicación interna en cualquier organización. Hablar siempre con la verdad genera confianza y lealtad por parte de los colaboradores hacía la compañía.

3. Hablar en público y privado:

   Los líderes deben ser capaces de hablar con el grupo y con los colaboradores individualmente con la misma efectividad y claridad. La clave está en saber identificar en cuales situaciones es necesaria una reunión grupal y en cuales una individual. En ambos casos se debe transmitir confianza y escuchar con atención a los interlocutores.

4. Saber escuchar:

   La comunicación es un proceso de doble vía, se debe hablar con claridad pero también es necesario escuchar con respeto a la otra persona. Tomarse el tiempo necesario para escuchar los argumentos de los colaboradores y enfocarse en lo que están diciendo es clave para transmitir seguridad al momento de entablar una conversación y encontrar las soluciones apropiadas para todos los interesados.

5. Liderazgo y comportamiento Organizacional

¿Qué es el liderazgo resumen?

El liderazgo es una disciplina cuyo ejercicio produce deliberadamente una influencia en un grupo determinado con la finalidad de alcanzar un conjunto de metas preestablecidas de carácter beneficioso, útiles para la satisfacción de las necesidades verdaderas del grupo. El liderazgo es el conjunto de habilidades gerenciales o directivas que un individuo tiene para influir en la forma de ser y actuar de las personas o en un grupo de trabajo determinado, haciendo que este equipo trabaje con entusiasmo hacia el logro de sus metas y objetivos.

Ejemplos de líderes carismáticos

En todos los ámbitos de la vida podemos encontrar ejemplos de este tipo de líder carismático, tanto en el mundo de la política, como en el mundo de los negocios o en el mundo del deporte.

Gandhi: ejemplo de Líderazgo político pacifista.

Nelson Mandela : ejemplo de Líderazgo político contra el Apartheid.

Steve Jobs: ejemplo de Líderazgo en el mundo de los negocios, emprendedor.

Diego Pablo Simeone: ejemplo de Líderazgo deportivo.

Michael Jordan: ejemplo de Líderazgo deportivo.

El comportamiento organizacional se centra en cómo se comportan los humanos en las organizaciones, incluida la forma en que interactúan entre sí, así como en cómo trabajan dentro de las estructuras de las organizaciones para realizar su trabajo.

6. Liderazgo orientado al fortalecimiento humano

- El liderazgo orientado a las personas está enfocado desde el punto de vista humano, altruista y con objetivos más allá de lo económico. Es un tipo de liderazgo que tiene matices altruistas y persigue propósitos que van más allá de los objetivos o metas grupales.

Un líder orientado en las personas es capaz de dejar de lado intereses propios, por alcanzar otros de tipo colectivo. Por ejemplo, la lucha contra la pobreza, la inclusión de personas con discapacidad o la equidad de género.

7. Liderazgo estratégico internacional

- El liderazgo estratégico eficaz genera beneficios para los trabajadores, clientes y proveedores de la empresa. Además, reduce el impacto de la competencia. ... Un líder estratégico es un planificador que toma decisiones alineadas a las estructuras y procesos de la organización.

8. Cuál es el impacto de las instituciones sociales y políticas al desarrollo económico nacional e internacional

- Casi la mitad de la población del mundo vive con menos de 2 dólares al día. Y en demasiados lugares el hecho de tener un trabajo no es ninguna garantía de que será posible salir de la pobreza. Debido a que el progreso ha sido lento y desigual estamos obligados a repensar y reformular las políticas económicas y sociales destinadas a reducir la pobreza La crisis mundial del empleo es uno de los riesgos más grandes para la seguridad en estos tiempos. De seguir este rumbo se corre el riesgo de tener un mundo más fragmentado, proteccionista y confrontado. La persistente escasez de oportunidades de trabajo decente, inversiones insuficientes y bajo consumo provocan una erosión del contrato social sobre el cual se asientan las sociedades democráticas según el cual el progreso debe beneficiar a todos.
Es necesario tener en cuenta los compromisos de la comunidad internacional con la promoción de la inclusión social y el empleo como condiciones esenciales para la reducción de la pobreza y el respeto a los principios y derechos fundamentales en el trabajo. La OIT considera que el crecimiento económico es una condición esencial pero no suficiente para reducir la pobreza. Para lograrlo, será necesaria una reorientación del crecimiento en favor de los pobres. Es necesario realizar cambios en instituciones, leyes, reglamentos y prácticas que son parte del proceso que genera y perpetúa la pobreza.

9. Las Estrategias de E- Business

- Una estrategia de e-business debe permitir almacenar y gestionar toda la información que se genera en la organización, independiente de su localización o del tipo de tareas que se desarrolle, ya sea generada por personas o equipo con tareas más tradicionales o por personas o equipos que trabajen en la búsqueda de nuevas oportunidades o productos innovadores. Además, lo que verdaderamente diferencia una estrategia e-business de la implantación de aplicaciones de gestión informáticas aisladas, es que los distintos elementos de una organización: clientes, proveedores, empleados, están integrados y conectados en tiempo real, “on-line”, es decir podemos atender en línea los pedidos, quejas, sugerencias, controlar los suministros, estado de stocks, seguimiento de la entrega de pedidos, etc. Con toda esta información gestionada eficazmente, podremos perseguir objetivos más coherentes, conocer más a fondo los procesos empresariales y poder realizar una

gestión más eficiente de los recursos. Un modelo de e-business debe ser capaz de ser aplicado a las Empresas, de evaluar el verdadero potencial de la tecnología de información en estas esferas y analizar objetivamente las nuevas reglas que éstas transacciones electrónicas está generando.

10. Comercio mundial e inversiones internacionales.

- Se define como comercio internacional, comercio exterior o comercio mundial al movimiento que tienen los bienes y servicios a través de los distintos países y sus mercados ya sea interno o externo. Ejemplo: si México puede exportar mezcal a más países y hay demanda para ello, el comercio internacional de esa bebida crecerá, beneficiará al país y a su economía.

Inversiones internacionales: Es una estrategia de inversión que involucra instrumentos de inversión globales como parte de un portafolio de inversiones. Las personas a menudo invierten a nivel internacional para ampliar la diversificación y disminuir el riesgo de inversión entre los mercados y las empresas globales.
Ejemplo: de inversiones extranjeras directas incluyen fusiones, adquisiciones, ventas minoristas, servicios, logística y manufacturas, entre otros.
Las inversiones extranjeras directas y las leyes que las rigen pueden ser fundamentales para la estrategia de crecimiento de una empresa.

11. Cuáles son las operaciones de negocios internacionales.

- Si bien existen diferentes tipos de negociaciones internacionales entre empresas, la mayoría se puede clasificar en tres grupos: compraventas internacionales, acuerdos con intermediarios (distribuidores y agentes) y alianzas estratégicas.

12. Qué es teoría de inversión internacional

- La teoría de la inversión internacional explica el flujo de capital de la inversión dentro y fuera de un país por los inversores que quieren maximizar el retorno de sus inversiones. Uno de los principales factores que influye en la inversión

internacional es el potencial de retorno sobre las inversiones alternativas en el país de origen o en otros mercados extranjeros.

13. Entidades financieras del comercio internacional.

- El Banco Mundial, el Fondo Monetario Internacional y la Organización Mundial de Comercio son las principales organizaciones económicas internacionales. Las dos primeras, conocidas como las instituciones de Bretton Woods, se ocupan de las relaciones monetarias y financieras internacionales, mientras que la tercera fija las reglas del comercio internacional.

14. Tratados y acuerdos internacionales

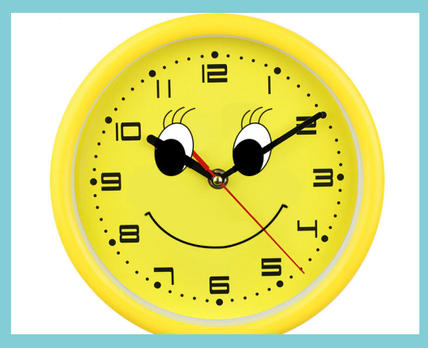
- Los tratados y los acuerdos, tanto bilaterales como multilaterales, entre países son unas de las herramientas más importantes en la diplomacia internacional y la resolución de conflictos. Ambos permiten que los estados se unan y superen desafíos a través de principios jurídicos. Con su larga trayectoria de cooperación, la OEA ayuda a sus Estados miembros a enfrentar los retos de manera colectiva, y por medio de asistencia técnica y jurídica.

15. Terminales de carga a nivel nacional e internacional

- Las terminales de carga son espacios exclusivos en los aeropuertos para el procesamiento, recepción embarque y desembarque de mercancías, tanto nacional como internacional, que cuentan con la infraestructura, equipamiento y logística para la operación funcional y segura de carga, acorde a las normativas vigentes y requeridas por las autoridades.

Una terminal portuaria es la instalación o conjunto de instalaciones portuarias que constituyen la interface entre el modo de transporte marítimo y los demás modos de transporte. Los puertos que tienen este tipo de terminales están especializados en la carga y descarga de contenedores.

PORQUE TE QUEREMOS VER FELIZ ES NECESARIO QUE REALICES ESTOS TRUCOS PARA CUIDAR TU ERGONOMIA



Solo te tomaran unos minutos revisar que tu postura y tu lugar de trabajo son las correctos .

¡Tu salud es importante!
"Cuida tu postura"

Sientate comodo en tu lugar de trabajo



levanta de forma adecuada los objetos





Realiza las pausas activas cada hora



Descansa porque te lo mereces



Los riesgos ergonomicos se refieren a la postura que mantenemos mientras trabajamos , es por eso importante prevenir accidentes y enfermedades causados por la mala postura

Trabajo realizado por: CRISTINA SAMBONI SANDOVAL
GESTION EMPRESARIAL 2186644 NOV 2 DE 2021

Taller de Investigación de Talento Humano
Tecnologo en Gestión Empresarial
Ficha: 2186644
Instructor: Wilfred Darío Hernández
Aprendiz: Yessica Manuela Luligo Diaz

Investigar:
Nota: Basado en el Talento Humano

1. **Competencias estratégicas.**

Son aquellas que hacen referencia a la capacidad del directivo para generar alianzas y acuerdos externos. Son las que permiten generar estrategias que impulsen al crecimiento de la empresa, empezando por factores no internos que tengan influencia sobre ellas. Entre éstas incluyen la aptitud para reunir a un equipo talentoso, la actitud para llevar a cabo y cumplir con la misión y visión de la organización, la atención y el servicio al cliente, la orientación a los resultados, las habilidades de negociación, la gestión de recursos y la capacidad organizativa.

2. Competencias funcionales.

corresponden al desempeño de las responsabilidades específicas del cargo.

- Competencia operacional.
- Organización y planificación del trabajo.
- Gestión de recursos.
- Orientación a objetivos y resultados.
- Gestión de relaciones externas.

3. **Competencias personales.**

Las competencias personales o profesionales son la sumatoria de los conocimientos, actitudes, valores y habilidades para desarrollar mejor sus actividades. Son la sumatoria integral del ser humano para vivir su vida, son las herramientas que le permitirán alcanzar sus metas y sueños**.**

4. **Encuesta.**

Las encuestas de clima laboral permiten, a través de una sencilla herramienta como un cuestionario, analizar el "clima" o percepción de una organización en un momento dado. La información recogida a través de la encuesta, ayuda a mejorar el trabajo en equipo, la toma de decisiones, la formación continua de los empleados, su compromiso, la lealtad hacia la empresa y la fidelización de los clientes.

5. **Definición de los valores y de la misión de la empresa.**

La gestión por valores es una valiosa herramienta para mejorar el compromiso de los colaboradores con la misión de sus organizaciones. Los empleados que comparten los valores corporativos se encuentran satisfechos con su trabajo, se involucran al máximo en el desempeño de sus funciones y se comprometen con sus empresas para alcanzar juntos el éxito.

6. **Definición del estilo de liderazgo de los directivos.**

El liderazgo puede ser definido como un proceso mediante el cual se optimizan los resultados obtenidos a nivel grupal, a través de la orientación de la voluntad de cada uno de los integrantes de un equipo de trabajo hacia el bien organizacional. En efecto, el líder es el encargado de conocer a cada uno de los trabajadores que componen el capital humano de su grupo laboral y es quien los orienta hacia el alcance de los objetivos grupales propuestos. Asimismo, es el responsable de fomentar la comunicación entre cada uno de ellos, de detectar sus fortalezas y debilidades. Además, se ocupa de señalar sus oportunidades de mejora a corto y a largo plazo.

Ello será posible solamente si el líder pone en práctica las competencias inherentes a su rol. Entre ellas, se destaca la puesta en práctica de sus habilidades sociales, las que le permiten comunicarse efectivamente con su equipo laboral. Asimismo, debe ser empático y debe lograr que los empleados no trabajen en forma individual, sino más bien por el bienestar del grupo y de la organización.

7. **Trabajo de comunicación interna.**

la comunicación interna forman parte, aquellas acciones de comunicación dirigidas a los empleados, con la finalidad de fomentar el diálogo entre las distintas áreas que forman la empresa y la participación de los trabajadores. El objetivo: mejorar los resultados.
Es una manera de motivar e integrar a los empleados y evitar la fuga de talento. Además, este clima en el que se favorece la comunicación permite que haya una mayor participación y entendimiento, entre los integrantes de los diferentes departamentos.

Investigar: ¿Que perfiles profesionales y con su descripción se necesita para el manejo de cada empresa?

1. **<u>Talento Humano de una empresa de Alimentos (Lácteos)</u>**

Auxiliar de empaque: el objetivo de cuyo cargo es, controlar el porcionado adecuado del queso.
Sus funciones son:

- Tajar queso en porciones iguales.
- Mantener el aseo desinfectando las herramientas a utilizar.

tecnólogos de alimentos y nutricionistas
Los tecnólogos y nutricionistas son los encargados del control de todo el proceso de producción desde que reciben la leche hasta que llega al consumidor: la gestión y control de calidad e innovación de procesos y productos, procesado de alimentos (las materias primas y diferentes procesos tecnológicos, tanto productivos como de envasado, almacenamiento, transporte y distribución de los productos), gestión de la seguridad

alimentaria, asesoría legal, científica y técnica incluyendo la publicidad, marketing y etiquetado de los productos.

Auxiliar de Recepción De Leche
Área de trabajo: Producción.
Funciones:

- Verificar que la leche llegue en buen estado.
- Mantener las telas limpias y desinfectadas.
- Alistar los moldes.

Administrador
Funciones:

- Su función principal es garantizar que el producto se realice de forma adecuada para así garantizar un buen resultado favorable para el crecimiento y productividad de la organización.

- Velar por el bienestar de los empleados garantizando la seguridad y los beneficios ofrecido por la organización.

Recibidor de materia prima y laboratorio.
Cargo: producción
Funciones

- Su función principal es verificar que la leche llegue en buen estado.
- Hacer el procedimiento correspondiente al producto.
- Entregar materia prima para el siguiente proceso.

Operador de empaque y proporcionado
Función

- Su función principal es verificar que el queso, cuajada y derivados estén en un buen estado para continuar con el proceso de corte, peso y empaque del queso.

Gerente administrativo

- Objetivo del cargo: mantener el orden, y velar por el bienestar de los empleados y la compañía.
- Dirigir día a dia el funcionamiento de la producción.
- Dirigir y controlar compras y ventas, asi como los flujos de dinero.

2. Talento Humano de una empresa de Transporte (Marítimo)

   Directorio

   El directorio de la Empresa Portuaria Iquique esta constituido por tres integrantes, los cuales son nombrados por el Consejo SEP (Sistema de Empresas Publicas) y un representante de los trabajadores designado por sus pares. Este directorio se encarga de ejercer la administración superior de la empresa, establecen las políticas y los lineamientos estratégicos para el desarrollo de la organización, y velan por su cumplimiento. Para estos efectos, el directorio sesiona a lo menos dos veces al mes, lo que permite que exista un conocimiento y compromiso uniforme en todos los aspectos de la dirección de la empresa.

   Corresponderá al directorio la administración y representación de la empresa con las más amplias y absolutas facultades. En el cumplimiento de sus funciones, el directorio deberá, especialmente, entre otras:

   Promover la competencia en el interior de los puertos;

   Procurar un trato no discriminatorio a los usuarios de los puertos y terminales;

   Velar por que no se limiten las posibilidades de desarrollo y expansión de los puertos;

   Preservar y fortalecer los niveles de productividad, eficiencia y competitividad alcanzados en la operación portuaria;

   Designar, en su primera sesión y de entre sus miembros, al director que se desempeñará como Vicepresidente del mismo. El Vicepresidente reemplazará al Presidente en caso de ausencia o imposibilidad transitoria de éste para ejercer el cargo;

   - Designar al gerente general y al ejecutivo de la empresa que deba reemplazarlo transitoriamente, en caso de ausencia o imposibilidad temporal de éste para el ejercicio del cargo;
   - Dictar los reglamentos y normas que estime conveniente para regular la organización interna de la empresa y su adecuado funcionamiento;
   - Establecer las bases de toda licitación a que deba llamarse, en conformidad a lo dispuesto en esta ley. Asimismo, deberá aprobar expresamente el texto de los contratos de concesión y los estatutos de las sociedades anónimas que acuerde constituir;
   - Establecer y modificar las dotaciones del personal, fijar y determinar sus remuneraciones y beneficios, y aprobar los reglamentos internos de trabajo que someta a su decisión el gerente general;
   - Aprobar y modificar los presupuestos anuales de ingresos, gastos e inversiones, y establecer las normas necesarias para controlar su cumplimiento;
   - Pronunciarse sobre los estados financieros trimestrales y anuales que debe presentarle el gerente general, conforme a las normas establecidas por el directorio y a los principios y sistemas de contabilidad aplicables a las sociedades anónimas abiertas
   - Conferir poderes generales al gerente general, y especiales a otros ejecutivos o abogados de la empresa y, para casos específicos y determinados, a terceras personas. Estos poderes los podrá revocar y limitar en cualquier momento, sin expresión de causa.

Gerencia General

Gerente General

Las funciones y competencias de la administración están contempladas en el

El gerente general será designado y removido por el directorio, en sesión especialmente convocada al efecto, por la mayoría absoluta de sus miembros en ejercicio con derecho a voto. La remuneración y demás condiciones del contrato de trabajo del gerente general serán determinadas por el directorio con el voto favorable de la mayoría absoluta de los directores en ejercicio, en el momento de su designación.

Corresponderá la ejecución de los acuerdos del directorio y la supervisión permanente de la administración y funcionamiento de la empresa.

Las facultades de administración necesarias para el cumplimiento y desarrollo del giro ordinario de la empresa, planificando, organizando y dirigiendo las estrategias basadas en los resultados de la Empresa.

Actuando coordinadamente, motivando y divulgando la cultura empresarial establecida entre todo el personal que labore en la Empresa Portuaria Iquique.

Proporcionar los medios adecuados y realizar la revisión permanente de todas las actividades desarrolladas y las comprendidas en el Sistema de Gestión de Integrado.

Gerencia General

Asesor Jurídico

Funciones

-Brindar asesoría en todas aquellas materias, propias del ámbito del derecho, que el Directorio, el Gerente General o los Gerentes de la empresa le encomienden. Supervisión de las causas que tengan relación con la Empresa. Supervisión de los estudios legales encargados por la Empresa.

Gerencia General

Asistente gerencia

Funciones

- Organizar y controlar los archivos de documentos de la empresa.
- Informar de los compromisos del Gerente General.
- Atender continuamente en forma personal o telefónica a funcionarios y personas externas a la Empresa Portuaria Iquique.
- Recepcionar, distribuir y despachar documentos o correspondencia.
- Redactar y tipear documentos.
- Recepcionar controlar y registrar en los libros de recepción y entrega de documentos, realizar el timbraje todos los documentos necesarios, que hayan ingresado y egresado durante el día a la Secretaría de la Empresa Portuaria Iquique.
- Recepcionar y realizar llamadas telefónicas y distribuirlas donde correspondan, registrando mensajes de importancia.
- Organizar la agenda del Gerente General, manteniendo al día reuniones y actividades a realizar.
- Organizar la agenda de utilización de salas de reuniones.
- Dirigir y controlar tareas del Administrativo – Conductor que presta servicios a la Empresa Portuaria Iquique.

Gerencia General
Subgerente de sustentabilidad y negocios

Funciones

- Estar permanentemente en contacto con los clientes actuales y potenciales, mediante el desarrollo de viajes de negocios con agenda preparada con antelación y desde Iquique.
- Orientar al cliente integralmente de cómo operar a través del puerto de Iquique.
- Organizar eventos empresariales en Bolivia, para reforzar los factores que diferencian al puerto de Iquique de otros.
- Proponer, formular y concretar acuerdos de cooperación con diversas entidades empresariales de santa cruz de la sierra, Cochabamba, la paz y Oruro.
- Establecer mecanismos de coordinación con los operadores de transporte terrestre, empresas freightfarwarders, cías. Navieras, etc., A fin de optimizar la estructura de costos globales de la cadena de transporte.
- Participar activamente mediante reuniones sectoriales en Bolivia y Chile, relacionadas con los avances en la construcción del corredor comercial Iquique – Oruro.
- Participar activamente en los comité de fronteras entre chile y Bolivia y también con Argentina.
- Mantener y desarrollar en forma permanente el marketing de los servicios que oferta EPI, destacar las ventajas competitivas y comparativas del sistema.
- Intensificar la gestión comercial con los países vecinos. (principalmente con Bolivia).
- Procurar un excelente apoyo de elementos audiovisuales, catálogos, “briefing”, etc.
- Analizar y procesar constantemente las estadísticas y bases de datos de los puertos de la competencia y proponer cursos de acción.
- Estudiar permanentemente lo que ocurre en la zona de influencia comercial del puerto de Iquique. (costos de transporte, puertos fluviales, exportaciones, análisis de productos, etc.).
- Estar presente en todos los eventos relacionados con el mercado a nivel local e internacional.
- Ejecutar los proyectos y toda la labor miscelánea del área.
- Cumplir con lo establecido en el Sistema de Gestión Integrado de la empresa.

• Operador logístico: es un operador multidisciplinar que coordina todas las funciones de dirección del flujo de los materiales y artículos que necesite una empresa, normalmente con conexión con el puerto de origen o el puerto de destino.

Naviera: explota comercialmente el buque.

Capitán: ostenta una tiple dotación de poder, sobre barco, dotación del mismo y expedición marítima.

Bróker marítimo: persona que actúa de intermediario en los fletamentos.

Consignatario: representante de la naviera en un puerto.

Estibador: es el individuo que se encarga de manejar los productos de los contenedores en el puerto.

Armador: propietario del buque.

En el transporte marítimo se puede llevar a cabo la explotación de un buque de dos maneras diferentes. El transporte marítimo de línea regular (liner) cuenta con un servicio permanente con un tráfico delimitado, con frecuencias acordadas cobrando fletes a los cargadores. En contraposición, el transporte marítimo en régimen de fletamentos (tramp) ofrece un servicio personalizado, es decir, es la navegación realizada sin itinerario fijo, contratando un espacio del buque total o parcial y/o tiempo para enviar lo que se pretenda.

3. Talento humano de una empresa de procesos industriales (Textil)

NOMBRE DEL PUESTO: GERENTE GENERAL
ÁREA O DEPARTAMENTO GERENCIA
JEFE INMEDIATO SUPERIOR
SUPERVISA A Gerente de Producción y Jefe de Producción

Funciones

- Mantener el correcto funcionamiento de la empresa en general.
- Planear, organizar, gestionar, ejecutar y supervisar las actividades técnicas, administrativas, operativas, económicas y financieras, de acuerdo con las políticas que fije el Consejo Directivo y la Presidencia.
- Representar jurídica y legalmente a la empresa ante terceros.
- Dirigir y controlar las funciones administrativas de la empresa.
- Supervisar el correcto y oportuno cumplimiento de las funciones del personal analizando la eficiencia del desempeño del trabajo.
- Autorizar las compras y las ventas.
- Atender y promover nuevos clientes y rutas de ventas.

- Realizar estrategias para el cumplimiento de las metas.
- Analizar los informes de las áreas y establecer mejoras. - Coordinar la programación de actividades.
- Pagar los impuestos, cuotas, todo gasto que tenga que hacer la empresa.
- Seleccionar al personal idóneo de acuerdo al requerimiento de temporada.
- Pagar al personal de acuerdo a lo que produjo.

GERENTE DE PRODUCCIÓN

ÁREA O DEPARTAMENTO GERENCIA

JEFE INMEDIATO SUPERIOR Gerente General

SUPERVISA A Jefe de Producción

NATURALEZA DEL PUESTO: Desempeñarse en roles: interpersonal algunas habilidades: técnica es, informativos y decisorios; s, humanísticas y conceptuales; aprender y desarrollar familiarizarse con ciertos conceptos que operen como base filosófica de su conducta, algunos relaciona personas , otros con las organizaciones.

FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

- Proponer a la presidencia, la política del Centro de Producción, así como los planes y programas de desarrollo.
- Conducir el proceso de formulación, evaluación y control de los planes y programas de desarrollo del Centro de Producción a corto, mediano y largo plazo.
- Evaluar y controlar periódicamente el cumplimiento de los objetivos y metas consignadas en los planes y programas detectando los problemas de su ejecución y recomendando las medidas correctivas necesarias.
- Conducir el proceso de formulación del Cuadro para Asignación de Personal, particularmente en el proceso de clasificación de cargos y en la descentralización y desconcentración administrativa en concordancia con los órganos respectivos.
- Conducir la formulación y control del presupuesto del Centro de Producción asegurando que expresen los objetivos, metas y políticas del Plan de Desarrollo.
- Brindar asesoramiento y apoyo al directorio del Centro de Producción.

NOMBRE DEL PUESTO CONTADOR GENERA

- área o departamento : la administración
- jefe inmediato superior gerente general
- supervisa a auxiliar de contabilidad.

NATURALEZA DEL PUESTO

Contar con principios y prácticas de contabilidad, conocimientos en aplicación y desarrollo de sistemas contables, leyes, reglamentos y decretos con el área de contabilidad, clasificación y análisis de la información contable, procesador de palabras, sistemas operativos hoja de cálculo, etc.

Funciones y responsabilidades

-Recibe y clasifica todos los documentos, debidamente enumerados que le sean asignados (comprobante de ingreso, cheques nulos, cheques pagados, cuentas por cobrar y otros).
- Examina y analiza la información que contienen los documentos que le sean asignados.
- Codifica las cuentas de acuerdo a la información y a los lineamientos establecidos.
- Prepara los estados financieros y balances de ganancias y pérdidas.
- Contabiliza las nóminas de pagos del personal de la Institución.
- Revisa y conforma cheques, órdenes de compra, solicitudes de pago, entre otros. - Prepara proyecciones, cuadros y análisis sobre los aspectos contables. - Desarrolla sistemas contables necesarios para la Institución.
- Elabora comprobantes de los movimientos contables.
- Analiza los diversos movimientos de los registros contables.
- Corrige los registros contables.
- Elabora los asientos contables, de acuerdo al manual de procedimientos de la unidad de registro, en la documentación asignada.
- Verifica la exactitud de los registros contables en el comprobante de diario procesado con el programa de contabilidad.

NOMBRE DEL PUESTO ENCARGADO DE COMPRAS
2. ÁREA O DEPARTAMENTO COMERCIALIZACIÓN
3. JEFE INMEDIATO SUPERIOR Gerente de Producción

Funciones y responsabilidades
-Dirigir, ejecutar, supervisar y controlar los procesos técnicos de abastecimiento del Centro de Producción.
- Elaborar y llevar el registro de proveedores de materiales e insumos.
- Elaborar políticas de adquisiciones concordantes con el Reglamento de Adquisiciones.
- Coordinar la formulación y aplicación de políticas de abastecimiento en forma oportuna.
- Proporcionar los materiales, equipos, herramientas, insumos y transportes al Centro de Producción.
- Consolidar y valorizar el cuadro de necesidad para la producción de los bienes y servicios que presta el Centro de Producción.
- Integrar el comité de adquisiciones de bienes y servicios.
- Otras funciones que le asigne el Jefe Inmediato.

NOMBRE DEL PUESTO DISEÑADORES
2. ÁREA O DEPARTAMENTO DISEÑO
3. JEFE INMEDIATO SUPERIOR Gerente de Producción

Funciones y responsabilidades

- Recibir órdenes para empezar el diseño.
- Buscar información de modelos y colores de diseños adecuados para plasmar las características en el modelo establecido.
- Diseñar los modelos e acuerdo con lo que se pide.
- Realiza prototipos de las distintas tallas.
- Reportar al encargado de producción los materiales necesarios para el producto. - Realizar y hacer llegar a los operarios las formas más adecuadas y optimas de las diferentes operaciones a realizar sobre el producto.

NOMBRE DEL PUESTO JEFE DE PRODUCCIÓN

2.ÁREA O DEPARTAMENTO PRODUCCIÓN
3.JEFE INMEDIATO SUPERIOR Gerente de Producción
4. SUPERVISA A Área de Producción

Funciones

- Verificar asistencia del personal a su cargo.
- Supervisar las funciones de los operarios.
- Recopilar información de la producción actual.
- Analizar el cumplimiento de las metas diarias.
- Tomar las medidas necesarias para cumplir con las metas de producción.
- Balancear las operaciones en las líneas de producción.
- Elaborar reportes de avance de la producción.
- Motivar a los empleados.
- Apoyar a los demás departamentos para prevenir y reparar fallas.
- Checar especificaciones.
- Cumplir con la producción programada en tiempo, cantidad, calidad y bajo costo. - Verificar que los materiales que se va a utilizar sean correctos.

NOMBRE DEL PUESTO ENCARGADA DE CORTE
2. ÁREA O DEPARTAMENTO Corte
3. JEFE INMEDIATO SUPERIOR Jefe de Producción
4. SUP ERVISA A II. Operarios de Corte

Funciones

- Realizar órdenes de producción.
- Entregar órdenes de producción al Jefe inmediato para su revisión.
- Recibir órdenes de producción revisadas y verificadas.
- Recibir tela. - Controlar peso y calidad de tela.
- Inspeccionar proceso de corte.
- Ayudar a cortar la tela.

NOMBRE DEL PUESTO Operarios de corte
2. ÁREA O DEPARTAMENTO Corte
3.JEFE INMEDIATO SUPERIOR Supervisor de Corte

Funciones
- Recibir orden de producción.
- Sacar el material para producción.
- Verificar peso de la tela.
- Tender tela sobre la mesa.
- Colocar los patrones sobre la tela.
- Tizar los patrones en la tela.
- Prender cortadora.
- Verificar buen funcionamiento de la máquina.
- Cortar la tela.
- Planchar vinchas.

NOMBRE DEL PUESTO ESTAMPADORES
2. ÁREA O DEPARTAMENTO Serigrafía
3. JEFE INMEDIATO SUPERIOR Jefe de Producción

Funciones

-Hacer estampados de muestras físicas.
-Hacer estampados para producción.
-Ayudar a revelar diseños. Lavar cuadros.
- Preparar máquina para estampar. Prepara pinturas para estampar.
- Verificar el buen funcionamiento de la máquina.
-Estampar producciones. Preparar pinturas para estam-
- Recuperar cuadros.

Las principales tareas asociadas al puesto de peón de la industria textil son:

- Ayudar a los operadores de máquinas y a los ensambladores.
- Pesar, retractilar, cerrar y embalar manualmente diversos materiales y productos.
- Llenar manualmente frascos, latas, cajas y otros recipientes con productos.
- Transportar bienes, materiales, equipos u otros objetos a la zona de trabajo.
- Retirar de la zona de trabajo, clasifica y separa los productos acabados.
- Carga y descarga vehículos, camiones, furgonetas, etc.
- Liberar las máquinas en caso de quedar bloqueadas.

Las principales tareas asociadas a los operadores de máquinas de preparación de fibras, hilado y devanado son:

- Accionar y vigilar las máquinas para desgarrar trapos y reducirlos a fibras.
- Accionar y vigilar las máquinas que revuelven y lubrican las fibras textiles.
- Accionar y vigilar las máquinas que limpian y esponjan las fibras textiles.
- Accionar y vigilar las máquinas de hilatura.
- Preparar aprestos para dar rigidez y cualidades de acabado a tejidos e hilos.
- Accionar y rectificar los rodillos metálicos de las máquinas de hilar.}

Los operadores de telares y otras máquinas tejedoras tienen como principales tareas asociadas a su puesto, las siguientes:

- Ajuste, accionamiento y vigilancia de los telares y máquinas tejedoras.
- Ajuste y accionamiento de baterías de máquinas tricotosas.
- Examinar los telares en caso de parada por avería o fallo.
- Accionar y vigilar máquinas de coser.
- Limpiar, engrasar y lubricar las máquinas.

El puesto de apresto y acabados de materias y artículos textiles, tiene las siguientes tareas asociadas:

- Preparación de las disoluciones necesarias para los tratamientos de ennoblecimiento de materias textiles.
- Preparación del artículo textil y las formulaciones de apresto.
- Programación de las máquinas para realizar las operaciones de apresto.

- Preparación del artículo textil y programación de las máquinas para realizar las operaciones de acabado.
- Manejar y controlar que la operación de acabado se lleve a cabo según las condiciones preestablecidas.

En el puesto de estampado de fibras textiles, las principales tareas a realizar son:

- Acondicionamiento, conservación y almacenamiento de productos textiles en cualquier fase del proceso para su utilización y/o expedición.
- Preparación de las disoluciones necesarias para los tratamientos de ennoblecimiento de materias textiles.
- Realización de pruebas de laboratorio y ensayo de formulaciones de estampación.
- Manejo de la máquina de estampar.
- Controlar que la estampación y las operaciones posteriores se realizan de acuerdo a las especificaciones establecidas.
- Lavar y secar los elementos de estampación, así como las partes de la máquina que lo requieran.

Las principales tareas a realizar en el puesto de control de calidad son:

- Supervisión y realización de ensayos para el control de calidad de los productos textiles en las distintas etapas que integran el proceso de fabricación: muestras de hilos, tejidos de calada, de punto, no tejidos y técnicos, tintura y acabado, etc.
- Supervisión de las operaciones de inspección y, en su caso, realizar aquellas dirigidas a comprobar atributos (defectos, taras, dimensiones, entre otros) en los lotes de los productos textiles para determinar su calidad y verificar que cumplen los requisitos establecidos.
- Organizar, controlar y mantener actualizada la documentación del sistema de calidad.
- Gestionar la información de ensayos y de inspección de lotes de productos.
- Colaborar en el análisis de los datos obtenidos de los resultados de los ensayos de control de productos.

NOMBRE _____FECHA_____

Presupuesto. Qué es, importancia, elementos, características, tipos, componentes

El presupuesto es una herramienta de planeación que expresa en términos financieros o monetarios las operaciones y recursos que forman parte de la empresa en un período de tiempo determinado, para lograr los objetivos fijados por la organización en su estrategia.

Así mismo, es un plan que integra y coordina todas las áreas, actividades, departamentos y responsables de la empresa expresando de forma monetaria y cuantificada los objetivos que la organización quiere lograr. Esto facilita su asignación y comunicación a cada una de las áreas de la empresa, así como el correspondiente seguimiento para garantizar su complimiento y detectar posibles desviaciones a corregir.

El presupuesto es útil para determinar la cantidad de recursos que se requieren para desarrollar las diferentes actividades de la empresa y para controlar los ingresos, gastos e inversiones a realizar en un tiempo determinado.

El presupuesto de Marketing consiste en detallar los recursos económicos que serán necesarios para ejecutar las acciones que requieren las estrategias de mercadotecnia durante el transcurso de un año. ... A diferencia, la empresa que trata de vender muy barato pueden elegir una estrategia de bajo gasto publicitario.

https://www.youtube.com/watch?v=T3jCJODvdjE

- Con referente al video sobre presupuesto de su opinión personal máximo 1 hoja

INVESTIGAR Y CITE EJEMPLOS

1. CUÁLES SON LOS ELEMENTOS Y LAS CARACTERÍSTICAS DE UN PRESUPUESTO ?
2. QUÉ IMPORTANCIA TIENE EL PRESUPUESTO?
3. CUÁLES SON LOS TIPOS DE PRESUPUESTO?
4. CUAL ES EL MANEJO Y DISPONIBILIDAD PRESUPUESTAL
5. CONCEPTO DE PROVEEDORES
6. CUALES SON LOS TIPOS DE PRODUCTOS Y SERVICIOS
7. TIPOS DE MERCADOS
8. CULAES SON LOS PRONÓSTICOS DE VENTAS 2021
9. COSTOS Y PRECIOS DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS
10. CUALES SON LOS MOTIVOS DE COMPRA

AVERIGUAR SU PRECIO DE COSTO Y DE VENTA AL PUBLICO

CONFIDENCIAL

CÓDIGO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO COSTO UNITARIO	PRECIO VENTA
1110100	Arroz			
1110200	Harina de maíz y otras harinas			
1110300	Pastas alimenticias			
1110400	Cereales preparados			
1110500	Otros cereales			
1120100	Pan			
1120200	Otros productos de panadería			
1210100	Papa			
1210200	Yuca			
1210300	Otros tubérculos			
1220100	Plátano			
1310100	Cebolla			
1310200	Tomate			
1310300	Zanahoria			
1310400	Revuelto verde			
1310500	Otras hortalizas y legumbres frescas			
1320100	Fríjol			
1320200	Arveja			

CÓDIGO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO COSTO UNITARIO	PRECIO VENTA
1320300	Otras hortalizas y legumbres secas			
1320400	Hortalizas y legumbres enlatadas			
1410100	Naranjas			
1410200	Bananos			
1410300	Tomate de árbol			
1410400	Moras			
1410500	Otras frutas frescas			
1420100	Frutas en conserva o secas			
1510100	Res			
1510200	Cerdo			
1510300	Pollo			
1520100	Carnes frías y embutidos			
1610100	Pescado de mar, río y enlatado			
1620100	Otros productos de mar			
1710100	Huevos			
1720100	Leche			
1720200	Queso			
1720300	Otros derivados lácteos			
1730100	Aceites			
1730200	Grasas			
1810100	Panela			
1810200	Azúcar			
1820100	Café			
1820200	Chocolate			
1830100	Sal			
1830200	Otros condimentos			
1840100	Sopas y cremas			
1840200	Salsas y aderezos			
1840300	Dulces, confites y gelatinas			
1840400	Otros abarrotes			
1850100	Jugos			
1850200	Gaseosas y maltas			
1850300	Otras bebidas no alcohólicas (agua)			
1910100	Almuerzo			
1920100	Hamburguesa			
1920200	Comidas rápidas calientes			
1930100	Gastos de cafetería			
1930200	Comidas rápidas frías			
			TOTAL	**TOTAL**

3. REALIZAR UN PLAN DE MARKETING

El **plan de marketing** es un documento que elaboran las empresas a la hora de planificar un trabajo, proyecto o negocio en particular. Señala cómo pretenden lograr sus objetivos de **marketing** y de este modo, facilita y gestiona los esfuerzos de **marketing** uno de sus documentos es realizar un poster publicitario.

NOTA: REALIZAR UN POSTER PUBLICITARIO CON SU IDEA DE NEGOCIO O PROYECTO FORMATIVO

SON UNOS EJEMPLOS DEL POSTER INFORMATIVO





INSTRUCTOR
WILFRED DARIO HERNANDEZ SANDOVAL
SENA
POPAYAN
2021

Valores empresariales

Tecnologo en Gestión Empresarial

Ficha: 2186644

Instructor: Wilfred Darío Hernández

Aprendiz: Yessica Manuela Luligo Diaz

ACTIVIDAD 1:

1. **¿Qué son los valores de una empresa?.**

Los valores empresariales son el conjunto de principios éticos y profesionales que las compañías se comprometen a respetar durante toda su actividad.

2. Por qué los valores empresariales son importantes

Los valores son muy importantes para una empresa porque son grandes fuerzas impulsoras para realizar un trabajo bien hecho, sentirnos parte de la empresa y trabajar juntos por las mismas metas y objetivos.

ACTIVIDAD 2

1. **¿Cuáles son los valores empresariales que todos los negocios deben cultivar?**

Honestidad
La transparencia, sinceridad y franqueza, son valores que actualmente el público no solamente desea para las empresas, las exige. Esto tiene que ver con usar la verdad como herramienta para ganarse la confianza y credibilidad frente al entorno.

Calidad
Vivimos en un mundo donde todos dicen que tienen los mejores productos del mercado. Pero una cosa es afirmarlo y la otra es garantizarlo.

Los productos deben cumplir con los parámetros establecidos y prometidos, que sólo pueden ser cercanos a la perfección.

Puntualidad
No solo estamos hablando de ser respetuoso con los plazos de entrega de mercancía. También darle la importancia a la puntualidad a la hora de llegada y salida.

Asimismo, tener especial consideración con el tiempo de los clientes, proveedores y socios en casos de reuniones y pagos de facturas.

Pasión
Pocas cosas atraen más a clientes que ver personas que disfrutan lo que hacen. Por ello, el tener la pasión como valor de una empresa, servirá para crear y mantener la emocionalidad al tope y transmitir esa motivación al exterior.

Competitividad
Tener la meta clara que sólo te puedes conformar estando en la cima, es un valor que muy pocos logran llevar a la práctica.

Tu empresa solo puede ser la mejor solo si se exige lo mejor. Cuando esto sucede, la moral, la pasión y la motivación nunca faltarán y el crecimiento de la organización es una consecuencia natural.

Trabajo en equipo
La gestión de equipos de trabajo surge como una necesidad importante en ambientes corporativos donde la tolerancia, respeto, la admiración y la consideración son las prioridades.

Orientación al cliente
Una empresa que constantemente se esfuerza por repensar su propuesta de valor para adecuarse a las necesidades de sus clientes tiene todo lo necesario para crecer de manera sustentable.

Al final, los negocios solo siguen existiendo porque sus consumidores los eligen para resolver un problema o laguna, a partir de productos y servicios. Es decir, el cliente es el eje central de una empresa exitosa.

Por eso es que la orientación al cliente trae tantos beneficios a los procesos corporativos. Este valor puede ser incorporado a la cultura organizacional con las siguientes medidas:

Responsabilidad social

Teniendo en cuenta el punto anterior, se nota el papel de las empresas en la mejora de la calidad de vida de las personas, a partir de sus clientes. Pero este movimiento puede ser fortalecido aun más cuando se extiende a la comunidad en general.

Para causar un impacto amplio y positivo en la sociedad que los rodea, los negocios deben darle fuerza al valor de la Responsabilidad Social.

2. ¿Cómo difundir los valores de una empresa?

Definirlos claramente

Puede parecer una obviedad, pero no se pueden difundir valores de una empresa que no están bien marcados y establecidos.

Esto supone que debes asegurarte que no se han transmitido de una manera que puedan ser susceptibles a interpretaciones subjetivas.

Si necesitas explicarle a tus empleados y socios cuáles son los valores, entonces no están bien claras.

Aprovechar la tecnología y plataformas

Esto con la intención de difundir los valores empresariales de manera permanente y continua a los miembros de la organización.

A través de «cursos de inducción» o planes de acogida institucionales, es posible capacitar a los nuevos talentos y asegurarse que conozcan a profundidad los valores, principios, misión y visión desde el inicio.

Usar todos los canales

Es necesario que se use cada oportunidad y medios posibles para difundir los valores corporativos.

Además, asegurarse que las acciones públicas y privadas estén en concordancia con estos principios, es la mejor manera de decirle al mundo que tu empresa vive en congruencia.


NEGOCIOS
INTERNACIONALES

Si bien nadie puede estar completamente preparado para lo que pueda enfrentar en la vida, existen habilidades que hacen que el viaje sea más fácil o más satisfactorio. Este conjunto de habilidades tiene muchos nombres. Algunos los llaman sentido común, otros se refieren a ellos como sabiduría práctica. En los círculos profesionales, se les llama habilidades sociales o habilidades para la vida.

¿Qué regulan los incoterms?



- Condiciones de entrega de la mercancía.



- Distribución de riesgos en la operación



- Distribución de costos de la operación

- Distribución de documentos de la operación



Regulan

No regulan

- La forma de pago y el precio



- La trasmisión de la propiedad de la mercancía



- Las consecuencias del incumplimiento del contrato



HBL

HORAS BROWN LOGISTICS

- HTTPS://WWW.YOUTUBE.COM/WATCH?V=T-GOMOM3JQ8
- HTTPS://WWW.YOUTUBE.COM/WATCH?V=DN4SYZXRT_U

INCONTERS

- Los Incoterms son las normativas y cláusulas que rigen los contratos de compraventa del transporte de mercancías internacional.

PARA QUÉ SE USAN?

- Exclusivamente para las transacciones de carácter internacional. Su finalidad es dejar claros los **costes y los riesgos** entre comprador y vendedor a través de un contrato de compraventa.

¿QUÉ ASPECTOS SE REGULAN EN EL CONTRATO DE COMPRAVENTA?

- La entrega de la mercancía acordada por parte del vendedor al comprador, los gastos de envío de ambos, los trámites aduaneros y la transmisión de riesgos.

QUÉ ES EL COSTO DE RIESGO?

- Se trata del cociente del total de dotaciones para insolvencias sobre el total de créditos a la clientela. Nos permite tener una idea del perfil de riesgo de la entidad; cuanto más bajo, menor es el riesgo.

TERRESTRES

1. Incoterm EXW (Ex Works o En fábrica).

El vendedor tiene un punto específico para comercializar su productos y el comprador debe hacerse cargo de los costos de transporte, así como los riesgos.

2. Incoterm FCA, (Free Carrier o Franco Porteador).

- Puede ser bajo **dos modalidades**. En la **primera**, el vendedor entrega en su fábrica pero es responsable del costo y riesgo de la maniobra de carga.

- la cual consiste en que el vendedor entrega los bienes a un lugar específico. El vendedor cubre gastos de transporte (incluidos en su precio) y asume el riesgo hasta que el comprador recibe los bienes.

3. Incoterm CPT, Carriage Paid To (Transporte pagado hasta).

- El vendedor cubre los costos de transporte hasta hacerlos llegar a un porteador definido, después se transfiere dicha responsabilidad al comprador.

4. Incoterm CIP (Carriage and Insurance Paid To o Transporte y Seguro Pagado hasta).

El vendedor entrega la mercancía a un porteador, asumiendo los costos de transporte y, obligatoriamente, un seguro. Una vez que la mercancía es entregada, el comprador asume todos los riesgos y costos, además tener la posibilidad de adquirir un seguro adicional que siga dando cobertura a la mercancía.

5. Incoterm DPU (Delivered at Place Unloaded o Entrega en el lugar descargado), antes DAT, (Delivered at Terminal o Entregado en terminal).

Los bienes son entregados y descargados en un lugar definido en el país destino donde exista la posibilidad de realizar dicha descarga. El vendedor es responsable durante este trayecto y, una vez entregados, los costos y riesgos son del comprador.

6. Incoterm DAP (Delivered at Place o Entrega en el lugar convenido).

El vendedor cubre los costos y riesgos para llevar la mercancía a un lugar definido. El comprador es responsable de pagar las tarifa de importación e impuestos de importación, además de realizar la descarga del producto.

7. DDP Incoterms (Delivered Duty Paid o Entregado con derechos pagados).

La principal responsabilidad corre a cargo del vendedor, pues asume todos los riesgos y costos asociados con el transporte de las mercancías, incluyendo el envío, el pago de impuestos en el país de destino, tarifas de exportaciones e importación, así como el seguro.



PARA TRANSPORTE MARÍTIMO

- Una de las razones por las que este tipo de transporte de mercancías cuenta con su propio rubro es que hasta **80% del volumen internacional de las mercancías que se comercian a nivel global se envían por mar**, de acuerdo con la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo.

(La Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, creada en 1964 para asuntos relacionados con el comercio, las inversiones y el desarrollo, es el principal órgano de la Asamblea General de la ONU)

1. FAS Incoterm (Free Alongside Ship o Franco al costado del buque).

El vendedor debe entregar la mercancía junto a un buque en específico en el puerto de embarque. De ahí en adelante, el comprador asume los costos y riesgos.

2. FOB Incoterms, (Free on Board o Franco a bordo).

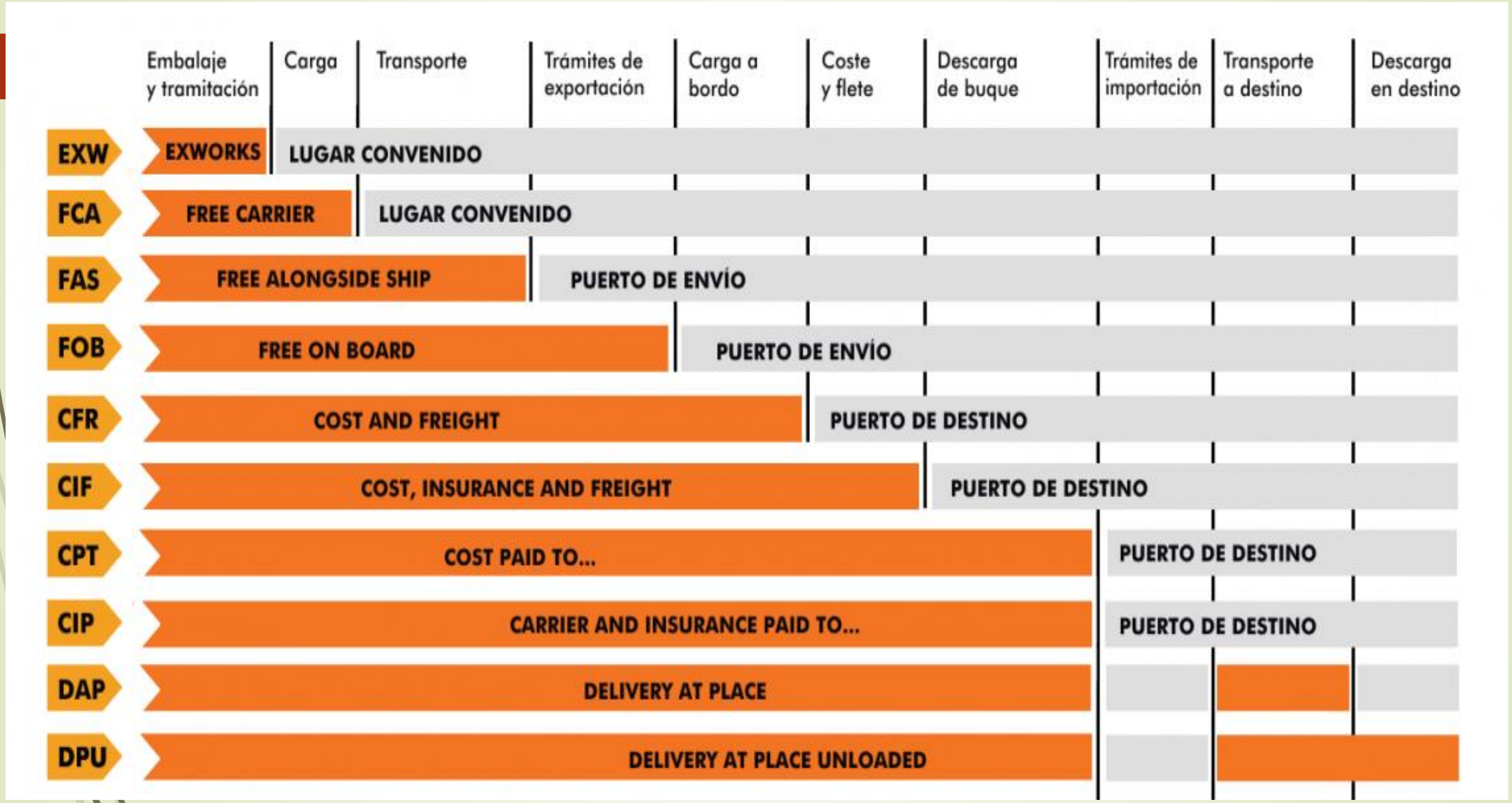
El vendedor es responsable por la mercancía desde que sale de su bodega hasta que es cargada en el buque, de ahí en adelante, los riesgos corren a cargo del comprador.

3. CFR Incoterm (Cost and Freight o Costo y flete).

El vendedor debe encargarse del envío de las mercancías por mar a un destino portuario y costearlo. En este esquema, el riesgo de daños o pérdida es completamente del comprador.

4. CIF Incoterm, (Cost, Insurance, and Freight o Costo, seguro y flete).

El vendedor debe encargarse del envío de las mercancías por mar a un destino portuario y costearlo, además de que está obligado a cubrir un seguro.


Embalaje y tramitación
Carga
Transporte
Trámites de exportación
Carga a bordo
Coste y flete
Descarga de buque
Trámites de importación
Transporte a destino
Descarga en destino
EXW
EXWORKS
LUGAR CONVENIDO
FCA
FREE CARRIER
LUGAR CONVENIDO
FAS
FREE ALONGSIDE SHIP
PUERTO DE ENVÍO
FOB
FREE ON BOARD
PUERTO DE ENVÍO
CFR
COST AND FREIGHT
PUERTO DE DESTINO
CIF
COST, INSURANCE AND FREIGHT
PUERTO DE DESTINO
CPT
COST PAID TO...
PUERTO DE DESTINO
CIP
CARRIER AND INSURANCE PAID TO...
PUERTO DE DESTINO
DAP
DELIVERY AT PLACE
DPU
DELIVERY AT PLACE UNLOADED

ARANCELES


ADVALOREM
• Es un tipo de arancel que se cobra al valor de la mercancía, flete y seguro (pagado o presuntivo)
ESPECÍFICO
• Es un tipo de arancel que se grava a la estructura física de la mercancía, esto puede ser peso o volumen de las mercancías
MIXTO
• Este arancel es la combinación de los aranceles anteriores.

QUE ES UN ARANCEL

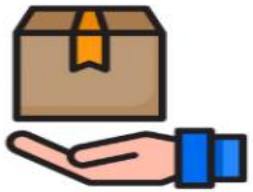
Los **aranceles** son impuestos aplicados por los países a las mercancías importadas y se pagan en el momento en **que** los bienes ingresan a las **aduanas**, ya sea por vía aérea, terrestre o marítima. ... **ARANCEL** AD VALOREM: **Arancel que** se aplica **como** porcentaje (tasa) del valor de los bienes importados.

Arancel que se impone en términos de cargas o cobros monetarios específicos por unidad o cantidad de mercancía importada. Por ejemplo, $100 por tonelada métrica de la mercancía.

ARANCEL



Es un tipo de tributo



Grava un bien o servicio cuando cruza la frontera de un país



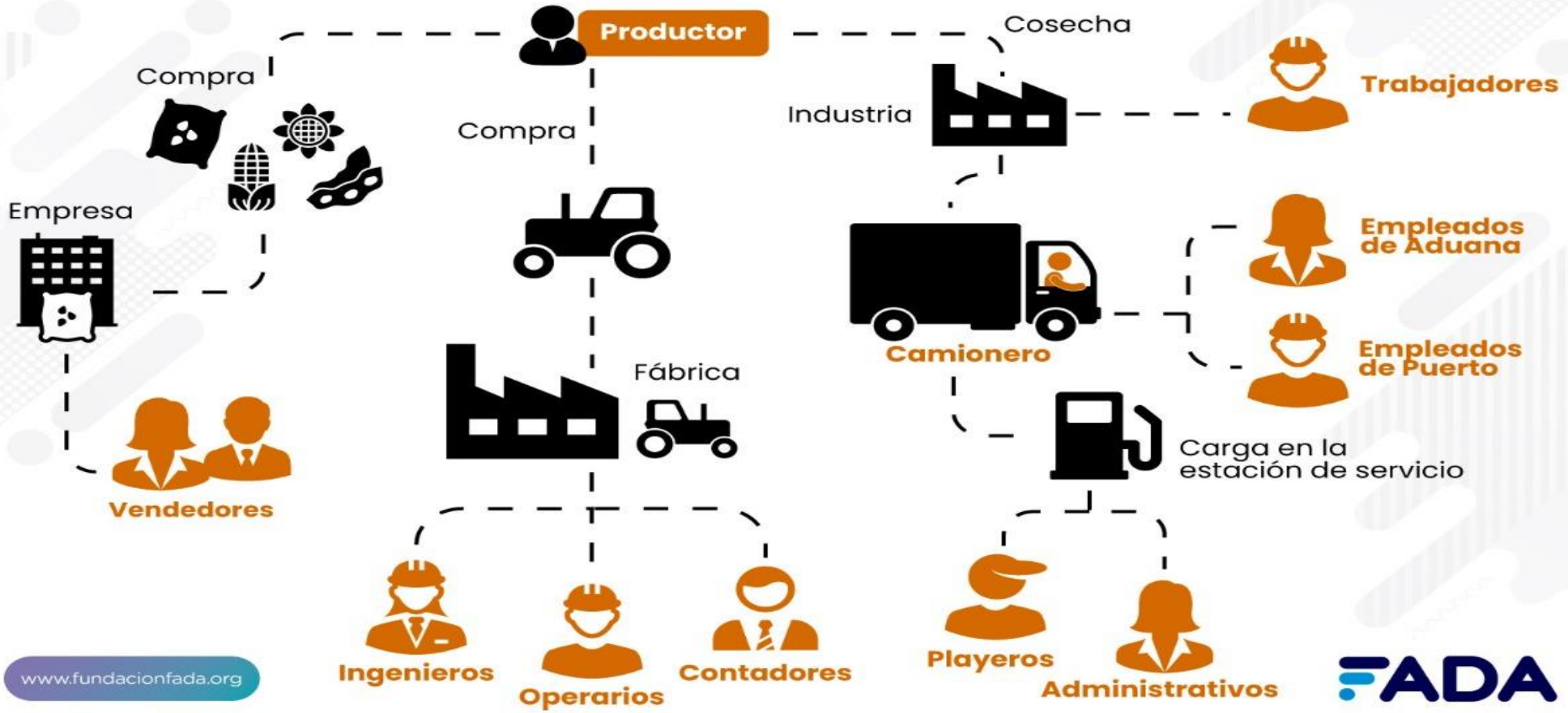
Comúnmente se aplica sobre importaciones



Los aranceles pueden hacer menos eficiente la industria del país que los establece

¿Qué gano yo con las exportaciones?

Generan empleos directos e indirectos



MÉTODO PEPS

El método PEPS (primero entrado, primero salido) , es un procedimiento contable de valuación de inventario donde los primeros artículos que ingresan al stock son los primeros en salir.

Características

- Este permite tener un orden cronológico de toda la mercancía,
- El PEPS es ideal para las empresas que trabajan con productos alimenticios

Ventajas

- Reporta una mayor ganancia para la empresa
- Reduce el mantenimiento de registros históricos porque las existencias que salen primero son las más antiguas.
- Con el PEPS la mercancía no sufrirá una devaluación.



MayuGo

Con Plan Premium accede a más de 70 cursos, únete ahora: www.mayugo.net/precios

- HTTPS://WWW.YOUTUBE.COM/WATCH?V=GFEBXWF2GWC
- HTTPS://WWW.YOUTUBE.COM/WATCH?V=2FZYJWNBTQC

El método PEPS o FIFO (Primeras entradas; primeras salidas) consiste en tener identificados los productos que ingresaron primero para darle salida inmediata del almacén; ya sea por venta o traspaso.

Es decir, las unidades de mercaderías que más tiempo llevan en el almacén van a ser las primeras en salir vendidas o comercializadas

QUÉ ES EL MÉTODO UEPS EJEMPLOS

El **método** de inventario **UEPS** o bien en las siglas en ingles LIFO **que** quieren decir básicamente "Última en Entrar, Primera en Salir" consiste en darle salida primero a toda la mercancía **que** entro de último al inventario dejando al final aquella **que** entro de primero a la hora de realizar las ventas



https://www.youtube.com/watch?v=Vf_z2e1tY48

- Los “indicadores claves de desempeño” o **KPIs** (por sus siglas en inglés) son todas las variables, factores y unidades de medida **para** generar una estrategia de marketing. ... Estos indicadores son todas las variables, factores y unidades de medida **para** generar una estrategia de marketing.

TIPOS DE KPIS

KPI de ventas. Están dirigidos a convertir en ventas y facturar un servicio o producto específico. ...

- KPI de Redes sociales. ...
- KPI Retail. ...
- KPI de logística. ...
- KPI de producción. ...
- KPI Financieros. ...
- KPI Marketing digital.

COSTOS DE PRODUCCION

- Los costos de producción (también llamados costos de operación) son los gastos necesarios para mantener un proyecto, línea de procesamiento o un equipo en funcionamiento. ... La primera es que para producir bienes uno debe gastar; esto significa generar un costo

COSTOS DE PRODUCCIÓN

Son todos aquellos gastos que las empresas deben afrontar de manera directa o indirecta, y que son necesarios para poder producir de forma efectiva sus bienes o servicios.

Tipos



1

Directos

Son aquellos gastos que la empresa realiza al producir un bien en particular.(Materia Prima)

2

Indirectos

Son aquellos gastos que no guardan relación directa con el bien que se obtiene al final del proceso de producción.

3

Fijos

Los costos fijos son aquellos gastos que no tendrán variación alguna, durante el proceso de producción.

4

Variables

Son aquellos gastos que deberá enfrentar la empresa y que sufrirán variaciones de precio.

MayuGo

Con Plan Premium accede a más de 70 cursos, únete ahora: www.mayugo.net/precios

QUÉ ES UNA ADUANA?

- La aduana es el lugar donde se regula la entrada y paso de personas y mercancías de un país a otro, se encarga de hacer ese control con el fin de determinar qué es lo que entre y sale del país, las aduanas se pueden encontrar en los aeropuertos, entradas fronterizas; pueden existir aduanas aéreas, terrestres, marítimas, ferroviarias y fluviales. La función especial de las aduanas es regular el pago de impuestos, el flujo migratorio, impide el tráfico de productos, entre otras cosas.

ADUANAS

- En **Colombia** existen tres tipos de **aduanas**:

Aéreas: Las cuales se establecen en los aeropuertos, que controlan la entrada y salida de personas y mercancías provenientes en aviones.

Terrestres: estas se encuentran en las fronteras del país, la mercancía y las personas puede entrar al país en carros, buses, etc.

Marítimas: Se regula las mercancías y personas que entra al país en barcos provenientes de otros países

EJERCICIO EN CLASE

- **Cómo puedo saber si tengo un paquete en la aduana**
- **Cuánto hay que pagar en la aduana Colombia**
- **Cuánto se demora un paquete en la aduana Colombia**
- **Qué compone la zona secundaria aduanera?**
- **Quién regula las aduanas en Colombia?**

Plan de control de CALIDAD

Es un documento donde se especifican exactamente los procedimientos, recursos y procesos que se tienen que aplicar, así como, en qué momento exacto debe hacerse, además de definir quiénes son los encargados de ejecutarlo.

Beneficios

1. Uso efectivo de los recursos
2. Bajos costos de inspección
3. Satisfacción al cliente.
4. Aumento de la moral.
5. Mejorar los métodos de producción
6. Uniformidad de los productos

MayuGo

Con Plan Premium accede a más de 70 cursos, únete ahora: www.mayugo.net/precios

El método Hoshin Kanri

Hoshin Kanri es una herramienta de planeación estratégica, y como tal tiene como propósito alinear a la organización, pretendiendo que esta persiga los objetivos estratégicos a través de las actividades desarrolladas en todos los niveles de la misma.



MayuGo
Con Plan Premium Accede a más de 70 cursos, únete ahora: www.mayugo.net/precios

Tipos de INVENTARIO



MayuGo
Con Plan Premium accede a más de 70 cursos, únete ahora: www.mayugo.net/precios

KAIZEN

- La palabra «kaizen» significa «mejora», un cambio beneficioso que se alcanza paso a paso. El vocablo se forma uniendo dos conceptos: «kai» (cambio) y «zen» (bondad). ... Para el **método Kaizen,** hay que desterrar la complacencia, aprender a reconocer las demandas del cliente, eliminar los desperdicios y optimizar el tiempo

La palabra **Kaizen** proviene de los términos japoneses "Kai": modificaciones y "Zen": para mejorar, por lo que se podría definir como "proceso de mejora continua".

Adoptar la **filosofía Kaizen** supone asumir la cultura del mejoramiento continuo, que se centra en la eliminación de los desperdicios y derroches en los sistemas productivos.

KAIZEN

Es una filosofía de vida muy popular en el ámbito empresarial, se basa en la idea de que **pequeñas acciones**, realizadas de forma organizada y continua, pueden hacernos alcanzar objetivos **muy importantes**. Grandes empresas como Toyota, Honda y Sony llevan más de 50 años **adaptando** su filosofía empresarial a esta metodología de origen japonés.



Área: Ingeniería de Calidad

http://gide.unileon.es/admin/UploadFolder/07_285_311.pdf

7 PASOS PARA IMPLEMENTAR EL MÉTODO KAIZEN

- Forma un equipo de trabajo. ...
- Define los objetivos. ...
- Recolecta y analiza los datos. ...
- Observa y monitorea el proceso. ...
- Diseñen las estrategias y un plan de acción. ...
- Hagan seguimiento de los cambios. ...
- Estandariza y documenta.

FILOSOFÍA KAIZEN: CINCO PASOS, CINCO S

- Organización (**Seire**). Cada cosa en su lugar, un lugar para cada cosa.
- Reducir búsquedas (**Seiton**). Es decir, facilitar los movimientos, bien sea de materiales, servicios o personas.
- Limpieza (**Seiso**). ...
- Estandarización (**Soiketsu**). ...
- Disciplina (**Shitsuke**).

PLANEACIÓN AGREGADA

La **planeación agregada** aborda la **determinación de la fuerza laboral, la cantidad de producción, los niveles de inventario, y la capacidad externa**, con el objetivo de satisfacer los requerimientos de la planificación de medio plazo. Es una **planeación a nivel táctico** para definir objetivos en tiempo futuro.



Área: Ingeniería de Operaciones

JUST IN TIME

Just In Time es una **filosofía** está basada en la **eliminación de todo aquello que no sea necesario en el proceso de producción**, empezando desde las compras hasta la distribución. Consiste en que tanto los materiales necesarios para la producción como los productos terminados **lleguen a su destino justo cuando sea necesario, ni antes ni después**.



Área: Producción y Gestión Industrial

Core Tools

Beneficios en las organizaciones

Brindan una **metodología en el conocimiento** y acciones del producto y proceso.

02

Ayudan en el **control del cumplimiento** de los requisitos específicos de los clientes.

01

Ayudan a **prevenir fallas potenciales** en el producto y proceso.

03

Analizan los Riesgos para los procesos en la organización.

06

Mejora en el costo de pobre calidad (o costo de calidad).

04

05

Brindan **confiabilidad** para los instrumentos de medición.

MayuGo

Con Plan Premium accede a más de 70 cursos, únete ahora: www.mayugo.net/precios

GRACIAS

GUIA DE APRENDIZAJE

Nombre: Juan Camilo Gaviria Burbano

Ficha: 2143002, Negociación Internacional

Esta guía es dar a conocer y analizar los factores que influyen en la administración del talento humano dentro de una organización, así como los procesos que conforman esta área en referencia a la planeación estratégica de los recursos humanos, el reclutamiento y selección de personal, capacitación y desarrollo, evaluación del desempeño, retención de talentos, bienestar laboral. Al finalizar el contenido de este taller, el asistente habrá ampliado sus conocimientos acerca de la gestión y administración del talento humano en su organización o negocio y estará en capacidad de aplicar la planeación del talento humano en su organización, así como también de implementar los procesos de reclutamiento y selección de personal, capacitación y desarrollo, evaluación del desempeño, retención de talentos, bienestar laboral. El Taller ha sido diseñado para que su desarrollo sea interactivo, es decir, que el asistente participe y se involucre en su realización, a través del desarrollo de ejercicios prácticos. Su estructura se basa en dos aspectos:

1. Se presentan los conceptos básicos de los temas que se tratan tomados de libros, revistas, páginas de internet.

2. Todos los temas, ejercicios y ejemplos del taller se desarrollan a través de una historia ficticia, imaginada y creada. Se espera que el asistente forme parte de la historia, se involucre con ella y a través de situaciones que se van presentando, desarrolle los temas que se abordan en el curso.

Glosario

Competencias: conjunto de conocimientos, habilidades y comportamientos del individuo.

Currículo: enumeración y descripción detallada de la formación, experiencia, datos personales. Hoja de vida. Experiencia y actividades profesionales de una persona.

Entrevista de selección: reunión, generalmente de dos personas, destinada a evaluar el potencial de una persona candidata a un puesto. Por lo regular, es la última etapa de un proceso de selección y la lleva a cabo personal especializado y/o el/la futuro/a jefe/a de la persona entrevistada.

Evaluación del desempeño: evaluación analítica del comportamiento necesario para la realización de una tarea, que intenta identificar problemas, métodos óptimos de entrenamiento, formación y las capacidades requeridas para el desempeño de la misma.

Formación del personal: formación específica dirigida al personal de plantilla de una empresa a cargo de la misma. Capacitación.

Gestión por competencias: sistema de gestión de las personas basado en sus perfiles, competencias y en los requerimientos de los puestos que ocupan.

Liderazgo: ejercicio de las cualidades de líder. Conlleva un comportamiento determinado para influir en el comportamiento de otras personas, o bien para cambiarlo de cara a conseguir los objetivos de la organización.

Motivación: conjunto de factores o estímulos que determinan la conducta de una persona. La naturaleza de las motivaciones es compleja, pues existen elementos conscientes e inconscientes, fisiológicos, intelectuales, afectivos y sociales en interacción permanente.

Perfil de un puesto: características óptimas para el desempeño de una función laboral: formación, experiencia, aptitudes, liderazgo del candidato o candidata, etcétera. El conocimiento del perfil necesario para un puesto facilita el proceso de selección.

Preselección: selección previa general de candidatos a un puesto de trabajo.

Reclutamiento: actividad de la empresa que se ocupa de buscar a las personas adecuadas para un determinado puesto de trabajo.

Salario: conjunto de las diferentes remuneraciones que una persona obtiene como contraprestación de los trabajos realizados por cuenta ajena.

Selección: acto de elegir a una persona candidata entre varias para un puesto de trabajo.

Vacante: puesto de trabajo libre, que no esté cubierto

EJERCICIO 1

1. Desde tu experiencia, ¿qué acciones llevarías a cabo para motivar a un departamento?

   Sin duda la capacitación constante y el liderazgo dinámico. Estas dos acciones harían que el departamento ya sea operacional o humano, esten motivados y proactivos en cualquier función que desempeñen.

2. ¿Cómo logras la comunicación efectiva entre los grupos de trabajo?

   De una manera amable y veraz. Comunicarse de manera formal y educada es la forma correcta para entrelazar una excelente conversación y también para dirigirse a todos los funcionarios empleados de la organización.

3. ¿Crees que es importante la capacitación de personal? ¿Por qué?

   Claramente es muy importante. Desde que se comienza a trabajar hasta que se termina, la capacitación es fundamental, que no solo ayuda a orientar a los empleados sino que mejora la funcionalidades de cada sector de la empresa. Las empresas que capacitan y le otorgan tiempo, cconfianza y dinamismo son y serán muy exitosas.

4. Para ti, ¿cuáles son los aspectos más importantes en un CV?

   En primer lugar la experiencia laboral, esta determinará sí es viable o no emplear a una persona. En segundo lugar, sus estudios y su comunicación afectiva, ya que sin ella sería muy difícil tenerla en cuenta y mirar sin su consentimiento y comportamiento realmente son correctos.

5. ¿Qué métodos ha empleado en el pasado para la selección de personal

Las entrevistas de trabajo son la forma de selección más empleadas y con un alto rango de conocimiento, este método ayuda a conocer de una manera más clara y certera a la persona. También es la vía para promover el diálogo y la participación.

6. ¿Cómo harías frente a un despido?

Primeramente hablaría con el empleado y le preguntaría las razones por la cuales desea renunciar. Luego de hablar, lo invitaría a cambiar de parecer sí este me lo permite. De no ser así, haría el protocolo pertinente a fin de garantizarle la renuncia correcta al demandante.

EJERCICIO 2: Para iniciar un negocio, empresa o actividad comercial, previamente hemos tenido que desarrollar una serie de procesos a fin de ver si el negocio es o no viable. No hay fórmulas mágicas que garanticen el éxito de la iniciativa; sin embargo, la seriedad, la organización y la constancia ayudarán a alcanzarlo. Dentro de la ruta que se sigue para la creación de empresa, generalmente se ha tenido en cuenta la planificación de lo que queremos desarrollar:

- **Cuál es la visión y misión de la actividad o negocio a desarrollar.**

Visión

VISION

Ser en el 2022 una empresa destacada en el sur colombiano por la calidad de sus products, generadora de confianza entre su s consumidores, buscando el crecimiento de su participation en el mercado.

MISION

Gaseosas Cóndor. Es una organización que trabaja conjuntamente en la producción y comercialización de bebidas gaseosas, refrescos y agua de excelente calidad, resaltando el sabor autentico e inigualable que nos ha caracterizado en el mercado, por medio del desarrollo de los procesos, un excelente servicio y la búsqueda de relaciones mutuamente beneficiosas con nuestros proveedores y distribuidores, sin olvidar la responsabilidad social y ambiental con nuestra región.

qué nicho de mercado llegaremos.

En esta medida, se identificó que la demanda de estos productos es impulsada por dos de los segmentos más importantes de consumo de refrescos en Brasil son los estudiantes universitarios, entre las edades de 19-25 años, De la misma manera, al delimitar el mercado brasileño a millennials y generación z, es importante reconocer que ponen su dinero donde están sus valores, es decir, toman en cuenta los factores de sustentabilidad y conciencia ambiental al momento de decidirse por un producto. .

Líderes en categorías y segmentos:

1. refrescos
2. - Bebidas con frutas
3. - Café
4. - Hidratantes
5. Competidores, en este caso tenemos Postobón

Análisis de las Fortalezas y Debilidades y de las Oportunidades y Amenazas.

FORTALEZAS DEBILIDADES

- La demanda del producto es permanente
- Amplio portafolio de productos ofertados en el mercado de bebidas, competencia de otras empresas a nivel internacional.
- Altos costos de innovación para mantenerse competitivo frente a rivales directos.
- Algunos de sus productos se consideran nocivos para la salud.
- Falta de fidelización del cliente, por productos sustitutivos.

OPORTUNIDADES AMENAZAS

- Expansión a nuevos mercados nacionales y extranjeros.
- Muchos de sus productos pertenecen a la canasta familiar.
- Variedad de canales de distribución.
- Altas posibilidades de tener alianzas estratégicas
- Precios muy competitivos con productos sustitutos
- Incremento de productos de empresas competidoras.
- Poca infraestructura de distribución.
- Mayor publicidad de empresas competidoras.

Cuál es la estrategia a desarrollar (se puede definir como el arte y ciencia de formular, implantar y evaluar decisiones interfuncionales que permitan a la organización llevar a cabo sus objetivos.

En primer lugar, Gaseosas Cóndor tiene que considerar que es un mercado nuevo con barreras conductuales de entrada a una nueva marca con un sabor impopular como Kola, y un lenguaje diferente al nativo, por lo que se propone un cambio de imagen con la mayoría colores significativos para Brasil como el azul, amarillo o verde, y en cuanto al sabor, la implementación de un nuevo sabor a acai o guaraná para esta región, puede ser un factor de éxito para la penetración del mercado, ya que no solo son sabores populares y emblemáticos para Brasileños, sino que traen beneficios económicos y aduaneros.

Para Gaseosas Cóndor, la adaptación local es fundamental como una pequeña empresa colombiana que busca nuevos horizontes en países cercanos como Brasil, por lo que aplicar esta estrategia mediante la identificación de competidores locales, preferencias y comportamientos de los consumidores y la estructura política y legal de la región,

¿Cuál es el plan de Mercadeo? (donde se recoge el análisis de la situación de la empresa, los objetivos que busca conseguir y los pasos a seguir para conseguirlos.)

La empresa líder en el mercado es la empresa internacional Coca-Cola, encontrándose en la mejor posición en cuanto a sus competidores, por lo que es el principal y mayor competidor para Gaseosas Cóndor, que solo tiene alcance nacional. Sin embargo, es importante considerar la empresa Antarctica, ya que es una marca reconocida y amada por todos los brasileños, superando incluso a empresas internacionales como Pepsi y Fanta.

Sí bien estas empresas tienen al menos 5 años de experiencia en el mercado brasileño, Gaseosas Cóndor puede lograr un resultado positivo en aspectos básicos como publicidad y portafolio de productos, a través de una buena estrategia de marca y penetración en el mercado internacional.

Entre Brasil y Colombia hay uk TLC que permite a la empresa Gaseosas Cóndor beneficiarse de este tratado de libre comercio adquiriendo tarifas preferenciales que le otorgan una ventaja competitiva

Y uno de los aspectos a analizar es si se requiere de la colaboración de otras personas para desarrollar y/o producir nuestros productos y servicios. Así que este taller te ayudará a ver qué tan importante es trabajar con otras personas,

pues de ellas dependerá en gran parte el éxito o fracaso del negocio y de esto se trata la gestión del talento humano.

PARA RECORDAR

Planificación del talento humano, La planeación estratégica del área de gestión humana se refiere al método y forma como se desarrollan y se ejecutan las actividades de la administración del personal, que contribuirán a la consecución de los objetivos del negocio; y al mismo tiempo, sus acciones deben estar dirigidas a favorecer e incentivar la consecución de los objetivos individuales de los colaboradores. La planeación del talento humano es el proceso de anticipar y prevenir el movimiento de personas hacia el interior de la organización, dentro de ésta y hacia fuera. Su propósito es utilizar estos talentos con tanta eficacia como sea posible, donde y cuando se necesiten, a fin de alcanzar las metas de la organización. Es un proceso que permite "situar el número adecuado de personas cualificadas en el puesto adecuado y en el momento adecuado". al determinar el número y el tipo de colaboradores que se requieren, quien gestione el área de talento humano puede planear sus labores de reclutamiento, de selección, de capacitación y otras más.

INSTRUCTOR
WILFRED DARIO HERNANDEZ SANDOVAL
SENA
POPAYAN
2021

MONDONGO PAISA

Presentado a:

- Wilfred Dario Hernández

Presentado por:

- Jorge Luis Pito
- Paula Andrea Arango
- Ruth Jineth Rivera

Receta Colombiana Tradicional
En colaboración con Alba Lucía Ramirez,

Contexto territorial y turístico del producto.
Según:



Cuenta la historia tradicional que este plato pudo provenir de una receta denominada "mote pelado", el cual es una preparación con maíz hecha por los indígenas del Perú que, con la llegada de los españoles, y la introducción del ganado vacuno a la región, se fue transformando a lo que hoy conocemos como mondongo.

Pero así como diversas definiciones, existen muchas preparaciones; en Argentina y Uruguay, el mondongo, *"suele ser un guiso realizado con el cuajar de una vaca (menos frecuentemente con el "libro" o librillo). Esta parte del estómago rumiante se lava bien, se fracciona en dados y se pone a hervir dentro de una olla o cacerola en abundante agua hasta que quede "a punto", es decir masticable aunque en lo posible sin reblandecimiento"*, como recoge el artículo *El Mondongo y su historia* (Taringa).

En Colombia y Venezuela, el mondongo suele ser una sopa que tiene como ingrediente principal el estómago de la vaca picado en cuadros. Inclusive, en algunas ciudades de Colombia, este plato tiene algunas variaciones en su preparación tales como agregarle las pezuñas o patas del cerdo o chancho, arvejas, maíz y verduras para adobar.

El mondongo es un plato típico de Colombia y de Argentina y aunque dependiendo la región

éste tiene algunas variaciones y no deja de ser un plato para deleitarse y sorprenderse con todo su sabor. Vamos a aclarar que en el Cauca el Mondongo típico se hace con guiso y maní pero cuando vamos a la región Antioqueña le suelen adicionar proteína de cerdo que hace que se cargue de mucho sabor.

Consideramos que nuestro plato tendrá gran acogida en público poco mayor de edad. Adultos que conocen el sabor y el tratamiento adecuado que hay que darle al callo para poder llevarlo a la mesa en la mejor presentación.



RECETA o PREPARACIÓN
Para iniciar vamos a lavar el cayo con limón, es un proceso de desinfección y es muy importante ya que este alimento puede estar en condiciones no óptimas para su consumo, Para limpiarlo vamos a arrancar la grasa (utilizamos un cuchillo y empezamos a arrancar como en tela por la parte de adentro) lo picamos en cuadros pequeños y lo cocinamos con sal durante 45 minutos para quitarle el humor fuerte que es propio de él.
A continuación retiramos el cayo de la olla, lo cambiamos a una olla pitadora con hierbas, ajo, sal y a cocción durante 30 minutos.
La costilla y la carne de cerdo se porcionan en trozos y se dejan listas para empezar la preparación.

En una olla con agua ponemos a hervir los primeros ingredientes por 30 minutos aproximadamente
Arracacha rayada, cebolla y zanahoria picada, la costilla de cerdo y el brazo de cerdo
Condimentamos con sal y ajo

Adicionamos a nuestra olla de los primeros ingredientes el cayo que ya está listo

junto con la papa y la arveja y por último adicionamos el chorizo picado y dejamos hervir hasta el punto.

Para la ensalada:
Rayamos zanahoria, picamos la lechuga, la cebolla y los tomates cherrys en cuadritos; mezclamos y agregamos cilantro
Preparamos la vinagreta con una pizca de sal, unas gotas de limón, una cucharada de aceite y una cucharada de vinagre.

Para la preparación de arroz
En una olla ponemos a sofreír la cebolleta en una tanda de aceite, adicionamos agua, sal y dejamos hervir, adicionamos el arroz y dejamos cocinar por 30 minutos revolviendo constantemente

Servimos nuestra sopa de mondongo y acompañamos el seco con arroz, patacones, aguacate y ensalada.





5. Forma de contratación que personal se necesita para la elaboración de su producto escogido

HORARIO	NOMINA	TRABAJADOR	VALOR
9AM-4PM	CAJA	JORGE	$ 35.000,00
7AM-4PM	COSINERO 1	CELINA	$ 50.000,00
8AM-4PM	COSINERO 2	CAMILO	$ 40.000,00
8AM-4PM	AUX.COSINA	PAULA	$ 40.000,00
10AM-4PM	MESERA	JINETH	$ 30.000,00
10AM-4PM	MESERO	SEBASTIAN	$ 30.000,00
10AM-4PM	MESERO	JUAN	$ 30.000,00
TOTAL			$ 255.000,00

El contrato de prestación de servicios ofrece una garantía a ambas partes, donde el prestador se compromete frente a la otra parte, a prestar un servicio por un precio determinado

INVENTARIO ALMUERZO

FRUTAS Y VERDURAS

CANTIDAD	TIPO	VALOR
8lbs	PAPA GUATA	$8,000
5	AMARILLA	$5,000
5lb	habichuela	$11,000
3lb	ARRACACHA	$5,000
5LB	ZANAHORIA	$5,000
3LB	CEBOLLETA	$4,000
2lb	CEBOLLA LARGA	$3,000
1 ATADO	HIERBAS	$5,000
250GRAMOS	AJO	$3,000
1 ATADO	CILANTRO	$4,000
5 ARBOLES	LECHUGA	$6,000
4KILOS	LIMON	$9,000
2 CAJAS	CHERRY	$9,000
1 RACIMO	PLATANO VERDE	$16,000
25 unds	AGUACATES	$45,000
	TOTAL	$138,000

CARNES

CANTIDAD	TIPO	VALOR
4LB	COSTILLA DE CERDO	$44,000
10LBS	BRAZO DE CERDO	$90,000
10LBS	CALLO	$70,000
	TOTAL	$204,000

GRANERO

CANTIDAD	TIPO	VALOR
7	MAGUIS	$5,000
3kg	ARROZ	$10,800
1 LB	SAL	$1,000
1 lt	ACEITE	$6,000
2	PANELA	$8,000
	TOTAL	$30,800

TOTAL	$372,800

RENTABILIDAD

Teniendo en cuenta nuestra inversión de $372.000 para vender 50 almuerzos en el local presupuestamos una venta total de $800.000.

Recuperando lo invertido y restamos la NÓMINA de 255.000 para darnos cuenta que la ganancia fueron aproximadamente 173.000.