



**TRABAJO DE GRADO: ENTREGA TERCER AVANCE**  
**H & D EVENTOS, RECREACION Y TURISMO**

**ESTUDIANTE**

**HAROLD CAMILO HERNANDEZ RODRIGUEZ**

**CODIGO: 392210113**

**UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA**

**SECCIONAL – GIRARDOT**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONOMICAS Y CONTABLES**

**PROGRAMA: TEC. EN GESTION TURISTICA Y HOTELERA**

**SEMESTRE VI**

**GIRARDOT**

**2019**



## **CONTENIDO**

- 1. Introducción.**
- 2. Justificación.**
- 3. Planteamiento del problema.**
- 4. Tipo de investigación del proyecto.**
- 5. Objetivos.**
  - 5.1. Objetivo general.**
  - 5.2. Objetivo específico.**
- 6. Marcos de referencia.**
  - 6.1. Marco teórico.**
  - 6.2. Marco conceptual.**
  - 6.3. Marco legal.**
- 7. Población objeto de estudio, universo y muestra.**
- 8. Técnicas de recolección de información, técnicas de procesamientos, y análisis de datos.**
- 9. Diseño metodológico y plan de trabajo.**
- 10. Portafolio de productos y servicios.**
- 11. Galería de fotos.**



## 1. INTRODUCCION

Girardot es una ciudad, que a pesar de algunas falencias, está creciendo constantemente, al igual que a sus alrededores, gracias a la cercanía que tenemos con grandes ciudades, tales como, Bogotá D.C, somos la mira de personas que buscan tener un espacio hogareño en nuestra hermosa ciudad, y cada día, son más las personas que buscan invertir en esta región. El mayor campo de acción con el que contamos, es el sector turístico y hotelero, que tiene como foco brindar momentos de dispersión, entretenimiento, ocio, y relajación, gracias a la ubicación con la que cuenta nuestra ciudad y con los recursos naturales que tenemos, somos un fuerte atractivo vacacional a nivel nacional e internacional.

Es verdad que Girardot sufre algunas problemáticas, que, en cierta manera, han obstaculizado explotar su verdadero potencial, sin embargo, tras cada temporada alta, contamos con buenas cifras de visitantes o turistas. Nuestro proyecto de empresa va dirigido a personas de la localidad y/o visitantes, que busquen compartir una experiencia inolvidable, dependiendo de su necesidad, nosotros, estamos en la capacidad de ofrecer un amplio portafolio de productos y servicios para brindar la mejor atención y experiencia al momento de organizar eventos sociales, ya sean masivos o en minorías, promoviendo el entretenimiento, la diversión, el conocimiento, la interacción social, gastronómica, ambiental, y cultural con nuestro entorno.

“H&D eventos, recreación y turismo” es un proyecto de empresa que compacta una serie de recursos tanto humanos como materiales en un solo sitio, con el fin de ser la mejor opción al momento de organizar eventos.



## 2. JUSTIFICACION

H & D EVENTOS, RECREACION Y TURISMO, es un proyecto de empresa, el cual, ya se está ejecutando bajo la supervisión de la empresa “CASEROLO EVENTOS”, es decir, es una sub marca en sociedad, que complemento, el portafolio de productos y servicios de “CASEROLO EVENTOS”, puesto que esta empresa, únicamente se limitaba a ofrecer productos y servicios, referentes al entretenimiento (recreación). Cuando las empresas se expanden, tienen como objetivo, vincular e innovar más productos, permitiéndose a sí mismas, a ser más independientes y por tanto, ser más atractivos para nuevos mercados dentro del contexto que las comprende. “CASEROLO EVENTOS”, es una empresa, legalmente constituida y estructurada, la cual, tiene una trayectoria de 7 años de actividad laboral, durante todo este tiempo, ha organizado una gran cantidad de eventos, en donde su gran fuerte es la recreación, y para satisfacer las necesidades de sus clientes, ha tenido que recurrir a otras empresas (terceros) para ejecutar la totalidad de los eventos, es decir, anteriormente, se sub contrataban otras empresas para ofrecer otros productos y servicios.

Con la creación de “H & D EVENTOS, RECREACION Y TURISMO” como sub marca de “CASEROLO EVENTOS”, se pretende cubrir todas aquellas necesidades que nos hacían dependientes de otras empresas.



### 3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Se realizó un trabajo de investigación, en donde se detectó que las casas de eventos (competidores) de Girardot, no cuentan con paquetes completos a la hora de organizar un evento, y para dar solución contratan terceros. Nosotros queremos ser una opción diferente en donde integramos todo el talento en un solo lugar a disposición de nuestros clientes, siendo confiables, cumplidos y sobre todas las cosas realizar ventas con alta calidad.

En dicha investigación, tuvimos en cuenta todas las casas de eventos que se encuentran involucradas en el mercado, tales como:

- Mar y sol eventos.
- Milford eventos.
- JM eventos.
- D&F eventos.
- Full eventos.(NM)
- Eventos grupos Merc.

Estas son las empresas, más sobresalientes en el mercado, su fuerte radica principalmente, en la logística (sonido, decoración, silletería) y la animación (recreación), los demás servicios son ofrecidos y ejecutados por terceros y no son fijos, es decir, suelen cambiar, dependiendo de la disponibilidad que tengan. Esto puede incidir negativamente, puesto que, uno de los objetivos de las empresas es crear identidad sobre sus productos y servicios, alcanzando así la exclusividad por parte de los clientes, estas casa de eventos, quedan en la incertidumbre por que algunas veces, acuden a personal que no está calificado, y esta improvisación deja como resultado, en algunas ocasiones un servicio o producto que no satisface las necesidades y expectativas de los clientes.

De la amplia experiencia, por parte de la empresa “CASEROLO EVENTOS”, y su excelente posicionamiento en el mercado, en fusión de “H & D eventos, recreación y turismo”, se pretende, complementar todo el portafolio de productos y servicios en un solo lugar, bajo una misma marca, para garantizar la calidad, y así mismo cumplir satisfactoriamente, con las expectativas de nuestros clientes, brindando la mejor experiencia y confiabilidad al momento de elegirnos para organizar su evento.



#### 4. TIPO DE INVESTIGACION DEL PROYECTO

**TIPO DE INVESTIGACION:** Explicativa.

Considero que el tipo de investigación adecuado para mi proyecto de empresa es de carácter explicativo, debido a que el área a investigar, comprende diferentes sectores que han de ser tenido en cuenta para estudiar, así mismo, lograr recopilar la suficiente información, para una buena planificación del proyecto.

Se pretende emprender una casa de eventos, en donde se ofrece un portafolio de productos y servicios completo en un solo sitio, bajo una misma marca, a diferencia de la competencia que sub contrata para brindar los demás servicios.

Este tipo de investigación resulta bastante complejo, debido, a la magnitud de variables a tener en cuenta para dar inicio a este proyecto.

Se trata de uno de los tipos de investigación más frecuentes y en los que la ciencia se centra. Es el tipo de investigación con el fin de intentar determinar las causas y consecuencias de un fenómeno en concreto. Se busca no solo el que sino el por que de las cosas, y como han llegado al estado en cuestión.

Para ello pueden usarse diferentes métodos, como el método observacional, correlacional, o experimental. El objetivo es crear modelo explicativos en el que puedan observarse secuencias de causa – efecto, si bien estas no tienen por que ser lineales (normalmente, son mecanismos de casualidad muy complejos, con muchas variables en juego)

##### **¿Que se investigó?**

- ¿Cuáles son las casas de eventos en la ciudad, y que ofrecen?
- Se realizó un sondeo en la región, sobre las personas que frecuentan el uso de estos productos y servicios.
- Causa y efecto de las diferentes celebraciones culturales en la región como atractivo turístico, ¿Cómo se beneficia mi proyecto?
- Temporadas altas para la organización de eventos masivos en la región y sus alrededores.

- ¿Qué se quiere hacer?, ¿por qué?, ¿para qué?, ¿cuándo, cómo y dónde?, ¿a quienes va dirigido?, ¿cómo se va hacer?, ¿con que recursos se cuenta?

Una de las ventajas con las que contamos en el mercado, es que de la mano con la empresa “CASEROLO EVENTOS”, somos los primeros en los motores de búsqueda en las páginas web y redes sociales, que hoy en día, es fundamental ser visibles a través de estas plataformas y permitir la interacción de nuestros clientes durante todo el proceso, en la planeación, organización y ejecución del evento.



Como se puede apreciar en la imagen, somos una de las empresas más destacadas a la hora de organizar eventos, nuestro gran competidor es FULL EVENTOS, pero ahora con la iniciativa de “H & D” para complementar y expandir el portafolio de productos y servicios bajo una misma marca, se pretende ser mucho mas competitivos en el mercado.

## HIPOTESIS INVESTIGATIVA

**H1:** Los habitantes de la ciudad de Girardot, celebran fiestas familiares con todo incluido por lo menos una vez al año.

**H2:** los habitantes de la ciudad de Girardot prefieren organizar sus fiestas, reuniones, cenas, por cuenta propia para evitar gastos excesivos.



## **5. OBJETIVOS**

### **5.1. OBJETIVO GENERAL.**

“H&D eventos, recreación y turismo” es un proyecto de empresa que está ofreciendo sus servicios con el respaldo de la empresa “CASEROLO EVENTOS”, que tiene como objetivo brindar un amplio portafolio de productos y servicios en un solo sitio, en todo lo referente a eventos, banquetes, celebraciones, entretenimiento, turismo, ocio, dispersión, convenciones, etc. Nuestra gran motivación es cumplir con la mejor calidad. En otras palabras, el objetivo es integrar todos los productos y servicios bajo una misma marca dentro del contexto que comprende una casa de eventos.

### **5.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS.**

- Compactar todos los recursos para ofrecer diferentes paquetes, según la condición económica del cliente además de su necesidad.
- Aprovechar el posicionamiento con el cual se encuentra la empresa “CASEROLO EVENTOS”, para lograr exclusividad e interacción con los clientes durante el proceso.
- Mantenernos competitivos e innovadores en el mercado.



## 6. MARCOS DE REFERENCIA

### 6.1. MARCO TEORICO

#### CONOZCAMOS NUESTRO ENTORNO (Campo de acción turístico)

**Girardot** es un municipio colombiano del departamento de Cundinamarca ubicado en la Provincia del Alto Magdalena, de la cual es capital. Limita al norte con los municipios de Nariño y Tocaima, al sur con el municipio de Flandes y el Río Magdalena, al oeste con el municipio de Nariño, el Río Magdalena y el municipio de Coello y al este con el municipio de Ricaurte y el Río Bogotá. Está ubicado a 134 km al suroeste de Bogotá. La temperatura media anual es de 27.8 °C.<sup>4</sup>

Girardot es una de las ciudades más importantes de Cundinamarca por su población, centros de educación superior, economía y extensión urbana. También es una de las ciudades con más afluencia de turistas y población flotante del país. Girardot conforma una conurbación junto con los municipios de Flandes y Ricaurte, que suman una población de 144.248 habitantes.

Girardot, es una ciudad, la cual es muy atractiva turísticamente a nivel nacional, gracias a sus recursos naturales, biodiversidad de paisajes, cultura, gastronomía y que además cuenta con varios escenarios para el entretimiento, el ocio, la diversión, la dispersión etc. Gracias a este atractivo, “H & D EVENTOS, RECREACION Y TURISMO”, busca involucrarse en todos estos movimientos a fin de ofertar sus productos y servicios en este sector.

A continuación vamos a resaltar todo lo que hace atractiva nuestra hermosa ciudad de las ACACIAS.

**Río Magdalena:** Es la principal arteria fluvial del país y un atractivo natural e histórico de Girardot, en el que se pueden realizar actividades como navegación de

contemplación, pesca artesanal y balneario. En décadas pasadas fue el soporte que permitió que Girardot constituyera uno de los principales puertos fluviales por donde desemboca el río Bogotá y llegaba mercancía enviada desde Barranquilla con destino a Bogotá y a través del cual se embarcaba el café de exportación proveniente del centro del país.

**Puente Férreo:** Este imponente puente metálico inaugurado el 1 de enero de 1930, es el más antiguo de los puentes actuales y símbolo indiscutible que identifica a Girardot. Esta obra fue adelantada por ingenieros alemanes quienes construyeron el puente en un tiempo récord de casi tres años. Tuvo un costo de \$1'300.000 y mide aproximadamente 466 metros. En su momento permitió la comunicación del Ferrocarril de la Sabana con los de Tolima, Huila y Valle, contribuyendo al desarrollo económico de la región.

**Puente Vehicular:** El Puente Mariano Ospina Pérez (Girardot) es un puente colgante sobre el río Magdalena construido durante el gobierno del Presidente Mariano Ospina Pérez. Durante muchos años era paso obligado entre Bogotá y las ciudades del sur-oriente de Colombia.

**Islas del Sol:** Hacia el sur del Río Magdalena se encuentran unas islas en piedra, en un paisaje natural e ideal como lugar de relajación, recreativo y de contacto con la naturaleza, estas islas están ubicadas más arriba de la desembocadura del Río Bogotá; cuando el caudal de este río crece, las islas quedan bajo el agua.

**Plaza de Mercado:** Diseñada y construida por Leopoldo Rother, es un Monumento Nacional debido a que pertenece a una de las obras de la arquitectura moderna más relevante en contextos completamente tropicales. Se comenzó a construir en 1946 utilizando la última tecnología del momento; consta de una estructura con 198 membranas de concreto que fueron utilizadas como cubiertas y un sistema de columnas en "V" con vigas invisibles. La estructura no tiene muros de cierre, lo cual permite aprovechar la brisa generada por el río Magdalena. Se terminó de construir en 1948. Aunque en la actualidad se encuentra deteriorada, se espera su restauración. Se encuentra localizada en la plaza de San Miguel.

**Parque de Bolívar y Plaza del ferrocarril:** Espacios urbanos que cuentan con una rica arquitectura vernácula y adaptación al medio tropical, en donde se encuentran espacios comerciales y artesanales, lugares de encuentro ciudadano y de turistas en busca de diversión.

**Estadio Municipal:** Estadio Luis Antonio Duque Peña.

**Mirador El Arbolito:** Ubicado en zona rural de Girardot, es un lugar ideal para entrar en contacto con la naturaleza y para observar la panorámica de Girardot y municipios aledaños. Para llegar allí hay que ir al estadio, luego seguir la antigua vía al municipio de Nariño, como sea preferible: bicicleta, a pie o en vehículo, subir 8 km aproximadamente y llegar a la finca El Arbolito. También hay una piscina para uso recreativo.

**Mirador Alto de las Rosas:** Ubicado en el barrio El Alto de Girardot, es un lugar ideal para entrar en contacto visual y para observar la panorámica de Girardot y municipio de Ricaurte, desde allí se divisa el Aeropuerto Santiago Vila.

Los principales eventos que se llevan a cabo a lo largo del año son los siguientes:

## **Cultura**

- **Mercado Nacional Artesanal y Microempresarial:** Evento en el que se reúnen los grandes artesanos del país con sus diferentes muestras. Se celebra a mediados del mes de octubre, en torno al Reinado Nacional del Turismo.
- **Festival del Río:** Una de las festividades más importantes de la ciudad, en la que sus habitantes hacen anualmente un reconocimiento al Río Magdalena con competencia de canotaje, canoas, natación y neumáticos. Se celebra en el mes de junio.
- **Copa por La Vida y La Libertad:** Torneo Internacional de Bandas de Marcha. Su primera versión se llevó a cabo el domingo 14 de septiembre de 2008 (año en contra del hambre mundial). La segunda versión fue celebrada el domingo 13 de septiembre de 2009 (año en contra del infanticidio). En este torneo se agrupan las mejores Bandas del país y de otras naciones con un propósito de reingeniería social a través de la música.
- **Cumpleaños del municipio:** Todos los 9 de octubre se realiza el tradicional desfile con los colegios, la administración municipal y la comunidad en general. El desfile inicia desde el parque El Alto de la Cruz (ya que fue el primer barrio fundado en el municipio) y termina en el parque Bolívar. La noche anterior se realiza la tradicional serenata al municipio.
- *'Festival Batalla de Carnavales'*

Festival Nacional, donde se reúnen las compañías artistas ganadoras de los principales carnavales, ferias y fiestas, para disputar el título Nacional y llevarse a casa el "Boga de oro", honor al río Magdalena. La primera versión se llevó a cabo en 2016, para el 2019 se realizará en el mes de septiembre, con el propósito de unir las fiestas del Reinado Nacional del Turismo con este evento organizado por **PRODETUGIR** (Promotora de Turismo de Girardot), empresa privada del municipio.

## **Reinados[editar]**

- **Reinado Nacional del Turismo:** El evento más importante que se realiza no sólo en la ciudad sino en el Departamento de Cundinamarca, en donde las representantes de la mayoría de las regiones del país se reúnen en el día de la Raza. El Reinado Nacional del Turismo es el segundo más importante de Colombia, puesto a la ganadora concursará en El Reinado Internacional Del Turismo.
- **Festival Turístico - Reinado Señorita Girardot:** Fiestas tradicionales en la ciudad que culminan con la elección de la señorita Girardot. Se celebra a finales del mes de junio para el puente festivo de San Pedro y es el inicio de las

festividades que se desarrolla a mediados de octubre en relación al Reinado Internacional del Turismo.

- **Reinado Veredal:** evento organizado por la alcaldía municipal con el objetivo de resaltar la belleza de las mujeres campesinas.

## **Deporte**

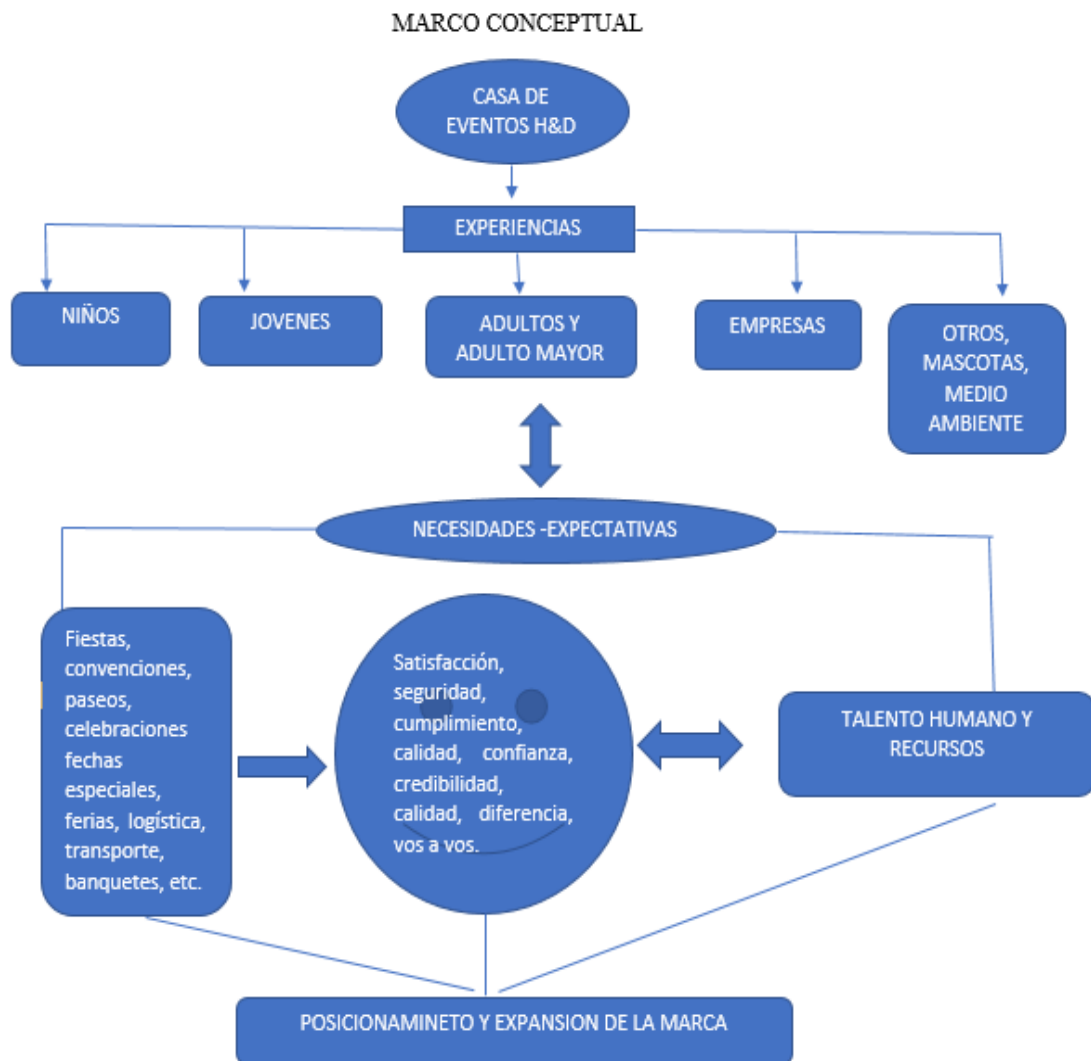
- Carrera Atlética Internacional Ciudad de Girardot: Una de las más importantes carreras del calendario nacional. Se celebra en los primeros días del mes de febrero , y es una de las más importantes del país. Se presentan deportistas de varios lugares de Colombia y el mundo para competir.
- En 2004 fue sub-sede de los Juegos Deportivos Nacionales, lo cual permitió la remodelación del estadio Luis Antonio Duque Peña.
- Girardot Fútbol Club: El municipio contó con su propio equipo de fútbol profesional, el cual jugó en la Primera B entre 1995 y 2008. En el 2010 llega Atlético Juventud Girardot, que antes se hacía llamar Juventud Soacha, de la misma ciudad.
- En diciembre del 2009, Girardot fue la sede principal de los Primeros Juegos Nacionales Comunales de Colombia.
- Del 7 al 9 de junio de 2013 se llevó a cabo la octava parada del circuito sudamericano de vóley playa.
- La Clásica Ciudad de Girardot, que se lleva a cabo anualmente, es una prueba ciclística que reúne a deportistas de talla nacional e internacional.
- El 21 de marzo de 2015 se suma a la ciudad de las acacias el primer centro de alto rendimiento extremo del país y suramericano, donde se practican deportes como el BMX, el skateboard, entre otros.
- La actual administración municipal (2016-2019) ha liderado el uso de la bicicleta mediante la actividad denominada "Viernes en Bicicleta", que consiste en reunir a la ciudadanía para llevar a cabo un recorrido por las principales calles de la ciudad. La ruta empieza todos los viernes a partir de las 6:00pm en el Parque de la Juventud, cada semana es organizada por las diferentes dependencias del palacio municipal.

En los últimos años han surgido nuevos deportes como ultimate, que consiste en lanzar un platillo o ´frisbí´. La idea nació gracias a unos jóvenes de la ciudad que quisieron cambiar el actual paradigma de deporte.

**En este espacio se buscó realizar una pequeña reseña histórica sobre nuestra ciudad y los temas más sobresalientes que nos identifican y en los cuales buscamos como empresa tener campo de acción para ejercer nuestra labor, como podemos detallar, contamos con una serie de recursos locales para entrar al mercado.**

**Hay que destacar, que, en algunos de estos espacios y celebraciones culturales de la región, ya hemos participado como empresa en la organización de diferentes eventos.**

## 6.2. MARCO CONCEPTUAL



### DEFINICION DE CONCEPTOS:

En el anterior mapa conceptual, se plantea la organización en cuestión de las temáticas de los eventos, dependiendo de las necesidades y expectativas, según el cliente.



Partimos de la empresa “H & D EVENTOS, RECREACION Y TURISMO”, que a través de su portafolio de productos y servicios, pretende brindar experiencias únicas a sus clientes ya sean niños, jóvenes, adultos, adulto mayor, empresas, entre otros, cada uno de ellos, en cierto momento tiene una necesidad, como por ejemplo: Fiestas, convenciones, paseos, celebraciones de fechas especiales, etc., para nosotros brindar una excelente atención de calidad, integramos todos nuestros recursos junto al talento humano, para dar satisfacción, seguridad, cumplimiento, confianza y credibilidad a nuestros clientes, así mismo, lograr posicionarnos por ser la diferencia al momentos de gestionar eventos.

### **6.3. MARCO LEGAL.**

Para poder ejercer nuestra actividad debemos tener en cuenta:

- Registro en cama de comercio.
- Registro DIAN.
- Como se ofrecen productos tangibles e intangibles y algunos servicios tales como: comestibles, transporte, entretenimiento, turismo, manejo de personal, se debe tener presente las siguientes normatividades que regulas nuestra actividad.

El Grupo de Investigación Turismo y Sociedad lidera la Unidad Sectorial de Turismo Sostenible, en la que se diseñan las Normas Técnicas Sectoriales para el sector y que, según lo establecido por la Ley 1558 del 2012, se vuelven de carácter obligatorio para los prestadores de servicios turísticos, por lo tanto, estos instrumentos impulsan el enfoque de desarrollo sostenible y de responsabilidad social en nuestro sector.

#### **Normas técnicas sectoriales en turismo sostenible**

- NTS-TS 001-1 — Destinos turísticos – áreas turísticas de Colombia. Requisitos de sostenibilidad, 2014
- NTS-TS 001-2 — Playas turísticas. Requisitos de sostenibilidad, 2014
- NTS-TS 002 — Establecimientos de alojamiento y hospedaje (EAH). Requisitos de sostenibilidad 2014.
- NTS-TS 003 — Agencias de viajes. Requisitos de sostenibilidad, 2018
- NTS-TS 004 — Establecimientos gastronómicos y bares. Requisitos de sostenibilidad, 2008



- NTS-TS 005 — Empresas de transporte terrestre automotor especializado, empresas operadoras de chivas y otros vehículos automotores que presten servicios turísticos. Requisitos de sostenibilidad, 2009.

Manual para el diseño de paquetes turísticos. Bogotá: Alcaldía Mayor de Bogotá y Cotelco, 17 p

Manual buenas prácticas de manufacturas (BPM) en hoteles. Bogotá: Alcaldía Mayor de Bogotá y Cotelco, 2008. 95 p.

Cartilla de certificación de calidad para el transporte de turismo. Bogotá: Alcaldía Mayor de Bogotá y Acoltes, 64 p.

Guía de implementación NTS-TS002 Sostenibilidad Alojamiento

Gastronomía

Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS- USNA 001. Preparación de alimentos de acuerdo con el orden de producción. 2015.

Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS- USNA 002. Servicio de alimentos y bebidas de acuerdo con estándares técnicos. 2015.

Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS –USNA 003 Control en el manejo de materia prima e insumos en el área de producción de alimentos conforme a requisitos de calidad. 2016.

Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS-USNA 004. Manejo de recursos cumpliendo con el presupuesto y el plan de trabajo definido por el establecimiento gastronómico. 2016.

Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS-USNA 005 I. Actualización. Coordinación de la Producción de Alimentos de acuerdo con los Estandares procedimientos y estándares establecidos, 2018.

Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS - USNA 007 Norma Sanitaria de manipulación de alimentos, 2017

orma Técnica Sectorial Colombiana NTS-USNA 006 I actualización. Infraestructura básica en establecimientos de la industria gastronómica, 2012

Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS-USNA 008 II actualización. Categorización de restaurantes por tenedores, 2018

Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS-USNA 009. Seguridad industrial para restaurantes, 2007

Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS-USNA 010. Servicio al cliente en establecimientos de comida rápida, 2007.

Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS-USNA 011. Buenas prácticas para la prestación del servicio en restaurantes 2012

Tiempo compartido

NTS - TC 001 ESQUEMA DE TIEMPO COMPARTIDO TURÍSTICO Y PROGRAMAS DE PROPIEDAD VACACIONAL

GUÍA TÉCNICA GTS-TC SECTORIAL COLOMBIANA 001

## **7. POBLACIÓN OBJETO DE ESTUDIO, UNIVERSO Y MUESTRA.**

### **POBLACION OBJETO DE ESTUDIO:**

#### **DATOS DE INCIDENCIA**

- Habitantes de la Ciudad de Girardot, niños, adolescentes, adultos, y adulto mayor.
- Ambos sexos (hombre y mujer)
- Estrato social e ingresos económicos por familia.

#### **UNIVERSO:**

- Girardot  ESTRATOS SOCIALES

#### **MUESTRA:**

Se pretende recolectar información cualitativa y cuantitativa por parte de las familias de la ciudad de Girardot, para determinar la viabilidad de emprendimiento de una casa de eventos en la región.



## **8. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN, TÉCNICAS DE PROCESAMIENTOS, Y ANÁLISIS DE DATOS.**

**ACTIVIDAD:** Realizar una encuesta sobre la interacción directa de las familias de Girardot con el consumo de productos y servicios ofrecidos por parte de una casa de eventos.

### **OBJETIVOS:**

- Determinar con qué tendencia, las familias, utilizan los servicios ofrecidos por parte de una casa de eventos, dependiendo de los diferentes estratos sociales (1,2,3,4, y 5)
- Conocer, cuantas veces en el año, las familias contratan una casa de eventos.
- Determinar, cuáles son las celebraciones con mayor prioridad que ameritan una organización detallada por parte de una casa de eventos.
- Conocer, dependiendo del estrato social, el monto económico que una familia está dispuesta a pagar a fin de organizar un evento al contratar los servicios por parte de una casa de eventos.
- Comprender los niveles de satisfacción de las personas encuestadas al momento de contratar dichos servicios, a través de una calificación de 1 a 5.
- Determinar, el número promedio de asistentes o invitados en un evento, dependiendo del estrato social.
- Medir el poder adquisitivo de los habitantes de la región, al momento de contratar una empresa de eventos.
- Determinar el potencial de la región, para la creación de una casa de eventos que incluya una gran variedad de productos y servicios en un solo sitio.

### **POBLACION DE ESTUDIO:**

Se medirá las áreas de estudio de la siguiente manera:

- Personas o habitantes de la ciudad de los estratos 1,2,3,4,y 5
- Se realizara una encuesta de 6 preguntas por cada persona.



## ENCUESTA GENERAL

### PREGUNTAS (P):

**P1:** ¿Ha contratado alguna vez los servicios ofrecidos por parte de una empresa dedicada a la organización de eventos (CASA DE EVENTOS)?

SI\_\_\_ NO\_\_\_ **QUE TIPO DE CELEBRACION HA CONTRATADO**

- A. Baby shower.
- B. Bautizos.
- C. Cumpleaños.
- D. Primeras comuniones.
- E. Grados.
- F. Matrimonios.
- G. Aniversarios.
- H. 15 años.
- I. Despedida de solteros.

**P2:** Durante el año, que cantidad de veces, recurre a los servicios de una casa de eventos.

- A. 1
- B. 2
- C. 3
- D. 4
- E. 5
- F. 6
- G. Más de 7 veces.



**P3:** ¿Qué productos o servicios ha contratado por parte de una casa de eventos?

- A. Recreación.
- B. Alimentos y bebidas.
- C. Sonido.
- D. Logística.
- E. Decoración.
- F. Shows.
- G. Paseos.
- H. Todo incluido (Recreación, a y b, sonido y decoración)

**P4:** Indique el promedio, del valor económico que ha gastado, al momento de contratar una empresa de eventos.

- A. 100.000 - 300.000
- B. 300.000 – 500.000
- C. 500.000 – 1'000.000
- D. 1'000.000 – 2'000.000
- E. 2'000.000 – 5'000.000
- F. 5'000.000 – 10'000.000
- G. Más de 10'000.000

**P5:** En una escala de 1 a 5, califique su nivel de satisfacción al momento de haber contratado una casa de eventos, siendo 1 (Malo), 2 (Regular), 3(Buena), 4(Sobresaliente), 5 (Excelente).

- A. 1
- B. 2
- C. 3
- D. 4
- E. 5



**P6:** Indique el numero promedio de personas, a las cuales usted ha invitado a una celebración, organizada por una empresa de eventos.

- A. 10 a 20 personas.
- B. 20 a 30 personas.
- C. 40 a 50 personas.
- D. 60 a 70 personas.
- E. 70 a 80 personas.
- F. 100 a 130 personas.
- G. 130 a 150 personas.
- H. 150 a 200 personas.
- I. Más de 200 personas.



**UDEEC**  
UNIVERSIDAD DE  
CUNDINAMARCA

## TABULACION DE LAS PERSONAS ENCUESTADAS

ESTRATO: 1 y 2

NUMERO DE PERSONAS ENCUESTADAS: 80

PREGUNTA	SI	NO	A	B	C	D	E	F	G	H	I	TOTAL PERSONAS
P1	35	45	10	0	8	1	0	1	0	15	0	80
P2	X	X	24	10	1	0	0	0	0	0	X	35
P3	X	X	28	0	7	0	0	0	0	0	X	35
P4	X	X	25	10	0	0	0	0	0	0	X	35
P5	X	X	0	0	0	2	33	X	X	X	X	35
P6	X	X	20	15	X	X	X	X	X	X	X	35
OBSERVACIONES	<ul style="list-style-type: none"> <li>- un poco menos de la mitad de los encuestados han utilizado el servicio de una empresa de eventos.</li> <li>- los baby shower, los cumpleaños y las fiestas de señoritas de 15 años son los eventos más contratados.</li> <li>- Predomina que solo 1 sola vez al año utilizan los servicios por parte de una casa de eventos.</li> <li>- Poco poder adquisitivo para la implementación de servicios más completos. (paquetes básicos)</li> <li>- Son eventos minutaros; es decir, son pequeños en cantidad de personas.</li> </ul>											

ESTRATO: 3 y 4

NUMERO DE PERSONAS ENCUESTADAS: 80

PREGUNTA	SI	NO	A	B	C	D	E	F	G	H	I	TOTAL PERSONAS
P1	73	7	12	8	35	9	2	3	0	3	1	80
P2	X	X	34	25	11	3	3	0	0	X	X	73
P3	X	X	30	0	7	0	4	5	2	25	X	73
P4	X	X	6	15	26	18	8	8	0	X	X	73
P5	X	X	7	5	8	14	38	X	X	X	X	73
P6	X	X	10	18	22	12	8	3	0	0	0	73
OBSERVACIONES	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Mejora la participación de personas en la contratación de empresas de eventos.</li> <li>-Las celebraciones de cumpleaños son las de mayor tendencia.</li> <li>-Mejora el poder adquisitivo en la contratación de servicios por parte de una casa de eventos.</li> </ul>											



**UDEC**  
UNIVERSIDAD DE  
CUNDINAMARCA

**ESTRATO: 5 y 6**

**NUMERO DE PERSONAS ENCUESTADAS: 80**

PREGUNTA	SI	NO	A	B	C	D	E	F	G	H	I	TOTAL PERSONAS
<b>P1</b>	77	3	15	70	30	12	9	25	18	20	9	80
<b>P2</b>	X	X	0	1	20	25	30	1	0	X	X	77
<b>P3</b>	X	X	2	4	3	2	10	12	5	41	X	77
<b>P4</b>	X	X	0	0	3	8	18	20	28	X	X	77
<b>P5</b>	X	X	9	3	30	15	20	X	X	X	X	77
<b>P6</b>	X	X	0	7	12	8	11	17	13	5	4	77
<b>OBSERVACIONES</b>	-En la pregunta P1, en las opciones de la A – I, los 77 encuestados que respondieron si, seleccionaron más de una (1) opción en los tipos de celebraciones.											



## **DATOS Y CONCLUSIONES RECOLECTADOS DE LA ENCUESTA**

### **ESTRATO 1 y 2**

- Solo 35 de las personas encuestadas (80), utilizan los servicios de una empresa de eventos.
- La mayoría de las personas que respondieron si a la pregunta 1, utilizan los servicios de una casa de eventos al menos 1 vez al año.
- Solamente utilizan los servicios de recreación y alquiler de sonido en la organización de su evento o celebración. Suelen complementar las necesidades de su evento por mano propia.
- No gastan más de \$500.000 en los servicios de una casa de eventos.
- Suelen quedar muy conformes con paquetes básicos, respecto a la organización de eventos.
- No son eventos muy grandes, puesto que no superan los 30 invitados.

### **CONCLUSIONES:**

- Se puede entrar al mercado, diseñando paquetes básicos de calidad asequibles a diferentes presupuestos, dependiendo de las necesidades del cliente.
- Impulsar la marca a través del voz a voz, para lograr mayor reconocimiento y así atraer más clientes, sin importar su estrato social, es decir, vender una idea, una iniciativa de que pueden contactarnos y vivir un momento inolvidable.



## **DATOS Y CONCLUSIONES RECOLECTADOS DE LA ENCUESTA**

### **ESTRATO 3 y 4**

- El 73% de las personas encuestadas (80), contratan los productos o servicios ofrecidos por parte de una empresa dedicada a la organización de eventos.
- 35 de las personas que participan en la contratación de empresas de eventos (73) tienen como prioridad utilizar los servicios por parte de una casa de eventos en celebraciones de cumpleaños.
- 25 de 73 personas encuestadas utilizan los servicios de una casa de eventos por lo menos 2 veces en el año.
- Casi la mitad de las personas que emplean casas de eventos, compran paquetes completos para la organización de una celebración.
- 26 de 73 personas deciden gastar un monto económico entre \$500.000 a 1'000.000, pero también hay un número considerable de 18 personas que gastan \$ 2'000.000.
- Por los resultados arrojados en los indicadores de satisfacción, por parte de los clientes, se puede determinar, que, existe cierta inconformidad, surgen hipótesis que pueden incidir de una manera negativa a la hora de prestar el servicio, tales como: Una atención regular, improvisación, una inadecuada planeación, no tener todo al alcance, poca experiencia de las empresas que han contratado, etc.

### **CONCLUSIONES**

- A medida que el estrato social sube de nivel, las personas acceden con mayor frecuencia a los servicios ofertados por una empresa de eventos.
- Hay mayor poder adquisitivo en el momento de pagar.
- Los clientes son un poco más exigentes.
- Se comienzan a manejar eventos de mayor magnitud de personas.
- Con el fin de mejorar y volver tendencia la implementación de CASAS DE EVENTOS, sería viable dar a conocer que esas falencias del pasado en la



Organización de un evento, ya no serán un problema, porque ahora todo lo pueden encontrar en un solo lugar.

## **DATOS Y CONCLUSIONES RECOLECTADOS DE LA ENCUESTA**

### **ESTRATO 5 y 6**

- 77 de 80 personas encuestadas decidieron contratar los servicios ofrecidos por parte de una empresa de eventos.
- En el momento en el que se encuestaron las 77 personas, seleccionaron más de una opción en la pregunta P1, donde dieron a conocer, que han recurrido a las empresas en la organización de eventos para distintas celebraciones.
- Nuevamente las fechas de cumpleaños, siguen siendo muy especiales a la hora de celebrar, seguido de los matrimonios y fiestas de 15 años.
- 30 personas indicaron, que durante el año, recurren a los servicios de una empresa de eventos 5 veces.
- 41 de 77 personas, optan, por acceder paquetes completos.
- Sin duda, las personas que se encuentran dentro de este estrato social alto, pagan más de lo necesario, a fin de tener la mejor experiencia durante sus celebraciones, 28 personas han llegado a pagar más de \$10'000.000 en la contratación por parte de una casa de eventos.
- Así como estas personas, cuentan con los recursos suficientes a la hora de contratar los servicios por parte de una empresa de eventos, de igual manera, suelen ser bastante exigentes y muy poco se sorprenden.
- Unos pocos indicaron que realizan celebraciones con pocos invitados, sin embargo hay un número considerable, de las personas que planean eventos esperando un gran número de asistentes.

## **CONCLUSIONES**

- Resulta ser un mercado con total poder adquisitivo, pero a su vez, es una clase de clientes con altas expectativas, en donde no hay lugar para los errores ni la incertidumbre, las consecuencias podrían incidir potencialmente de una forma negativa al nombre de la empresa que está brindando sus productos y servicios.
- Para una empresa, todos sus clientes son importantes, puesto que nos encontramos en un mundo bastante competitivo y la mejor publicidad es el



voz a voz de las personas, y que mejor, que hablando positivamente de nuestra compañía o negocio, por ende, es fundamental estar en constante innovación y siempre estar al tanto de las necesidades de nuestros clientes para ofrecer las mejores soluciones.

## 9. DISEÑO METODOLOGICO Y PLAN DE TRABAJO

Como es un proyecto que se está ejecutando, se realizó un trabajo de investigación en donde se aplicó un análisis DOFA en el mercado y en el territorio. En donde obtuvimos resultados satisfactorios para emprender este proyecto de empresa, la cual ya está generando sus primeros resultados.

“H&D eventos, recreación y turismo” es una sub marca o extensión de la empresa “CASEROLO EVENTOS” que complementó el portafolio de productos y servicios, dado que la empresa “CASEROLO EVENTOS” solo se limitaba a eventos de recreación, sin embargo, es una empresa que cuenta con 7 años de experiencia en el mercado y que a lo largo de su trayectoria se ha ido expandiendo y como tal a integrado nuevos productos y servicios.

“H&D eventos, recreación y turismo” es un proyecto que esta liderada por los estudiantes Harold Camilo Hernández Rodríguez y Angie Daniela Hernández Rodríguez, con el respaldo de “CASEROLO EVENTOS” como principal marca, ahora se integraron todos los recursos y conocimientos para tener toda una gama de productos y servicios en un solo lugar, brindando seguridad, confianza, respaldo, efectividad, calidad y cumplimiento.

Nos encontramos en la capacidad de organizar toda lo logística, dependiendo del tipo de evento, contamos con el talento humano y los recursos necesarios para poder sobresalir en esta gestión.

Tales como:

- Decoraciones.
- Logística.
- Entretenimiento.
- Gastronomía.

- Celebraciones.
- Salidas turísticas.
- Fiestas temáticas.
- Eventos masivos.
- Shows en vivo.
- Eventos empresariales.

Para lograr ser visibles, nos encontramos en las redes #CaseroloEventos, Facebook: Caserolo eventos recreación, “H&D eventos, recreación y turismo” se respalda de “CASEROLO EVENTOS” para dar a conocer su nuevo portafolio y lograr la percepción de los clientes, a mediano plazo buscamos tramitar todo el marco legal para ser una empresa independiente pero con la patente a servicio de “CASEROLO EVENTOS” se llegó a este plan de trabajo debido a que se formara como una empresa familiar.

### **ANALISIS DOFA: “H & D EVENTOS, RECREACION Y TURISMO”**

#### **DEBILIDADES:**

- Aunque se integraron varios recursos tanto humanos, como materiales, aún faltan algunos detalles a ser tenidos en cuenta, tales como, re diseñar la planta física para la producción de A Y B, ampliación de la oficina para la atención e interacción de clientes con la empresa, puesto que, ya se nos exige expandirnos y mejorar la amplitud para dar una mejor atención.
- Cansancio laboral: Los eventos requieren de una extensa organización y planeación, y ejecución, cuando estamos muy saturados de trabajo, resulta bastante complejo dar abasto con tanto que hacer, pero nos limitamos con los presupuestos, y por tanto solemos triplicarnos en trabajo.

#### **OPORTUNIDADES**

- Gran campo de acción dentro del sector para ejercer nuestra labor.
- Expandir la marca en otras ciudades.
- Aprovechar el talento de nuestros colaboradores para innovar y crear nuevas tendencias.
- Gracias a la empresa CASEROLO EVENTOS, contamos con una extensa base de datos de clientes, quienes ya han experimentado nuestros nuevos productos y servicios.

## **FORTALEZAS**

- Contamos con la experiencia necesaria para evitar la incertidumbre e improvisación al momento de gestionar eventos.
- Contamos con los recursos necesarios para cumplir con lo que nos comprometemos.
- El liderazgo es fundamental, y el equipo de líderes dirige de la mejor manera al equipo de trabajo.
- Creamos tendencia, y presencia por parte de nuestros clientes y cada día se logra avanzar más.
- Integramos un portafolio de productos y servicios muy completo a la hora de realizar un evento.

## **AMENAZAS**

- Muchas veces dependemos de las condiciones climáticas, al momento de realizar eventos masivos.
- Competencia deshonestas por parte de otras empresas dentro del sector, al momento que dan una opinión negativa de nuestra empresa sin argumentos válidos.



## **10. PORTAFOLIO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS**

# **RECREACION Y ANIMACION**

# BASE PARTY

6 Actividades (Solo Recreacion)

## INCLUYE:

6 ACTIVIDADES

3 PERSONAS

MATERIALES RECREATIVOS

CONTENIDO MULTIMEDIA

DURACIÓN 2 A 4 HORAS



REGREACION



PINTUCARITAS



SHOW PAYASOS



CHIQUEIRUMBA



PROTOCOLO



SHOW TITERES



GLOBOTERNA

**CASEROL**

RECREACION FUENTES Y TURISMO  
Somos Ingenieros de Sonrisas

# IMAGINATION PARTY

Todo Incluido



SONIDO



RECREACION



PINTUCARITAS



BURBUJAS



SHOW PAYASOS



SHOW TITERES



CHIQUIRUMBA



STAND MESA



REGISTRADO



REGISTRADO

## INCLUYE:

- 6 ACTIVIDADES
- 3 PERSONAS
- DECORACION + MATERIALES
- MATERIALES RECREATIVOS
- CONTENIDO MULTIMEDIA
- DURACION 2 A 4 HORAS
- SONIDO AMPLIFICADO
- CAM. DE BURBUJAS
- PENDON MESA PRINCIPAL



# PRODUCTOS Y SERVICIOS



AMPLIFICACION PROFESIONAL DE SONIDO, MIXEL  
REPRODUCTOR, MICROFONO + TRIPODE

PRECIO DESDE \$150.000  
(Incluye Transportes)

**SONIDO  
AMPLIFICADO**

PROCESADOR ELECTRONICO DE BURBUJAS CON  
INSUMOS SIN AFECTACIONES PARA LOS NIÑOS

PRECIO \$70.000



**CAMARA  
BURBUJAS**



LUCES AUDIORITMICAS LED DE DOS CABEZOTES Y CUATRO CABEZOTES  
PAR LED, STROVER, LASER LED, ESFERA LUCES.

PRECIO \$ 150.000

**LUCES LED  
AUDIORITMICAS**

CAMARA AUTOMATIZADA PARA EFECTOS ESPECIALES

PRECIO \$70.000



**CAMARA HUMO**



LAMPARAS ELECTRONICAS TIPO NEON GENERANDO UN EFECTO  
ONICO ACOMPAÑADO DE 2 PAR LED PARA COMPLEMENTAR PAQUETE NEON

PRECIO \$ 150.000

**LUCES NEON  
LUZ Y PAR LED**

SECCIONA PROPULSORA DE NIEVE Y/O ESPUMA  
IDEAL PARA Fiestas Infantiles o de Adultos

PRECIO DESDE \$150.000



**CAMARA  
ESPUMA ARTIFICIAL**



RENTAS DE EQUIPOS Y SERVICIOS  
SOLUCIONES INTEGRADAS DE ENTRETENIMIENTO

# ESCOLAR PARTY

3 Actividades (Solo Recreacion)

**INCLUYE:**

3 ACTIVIDADES

2 PERSONAS

MATERIALES RECREATIVOS

CONTENIDO MULTIMEDIA

DURACIÓN 2 HORAS MAX.

**CASEROL**  
RECREACION EVENTOS Y TURISMO  
Somos Ingenieros de Sonrisas



RECREACIÓN



SHOW CONCURSOS



OPCIONAL  
PINTUCARITAS + SIMIL



OPCIONAL  
GLOBOS ANIMA + SIMIL



PROTOCOLO



GHINOTRUMBA

# PRODUCTOS Y SERVICIOS



**PINTUCARITAS**

MAQUILLAJE ARTISTICO CON MOTIVOS INFANTILES Y PRODUCTOS ANTIALERGENICOS DE ALTA CALIDAD

(Max. 30 personas)

**PRECIO \$50.000**



**SHOW TITERES**

MINI OBRA DE TEATRO CÓMICA Y EDUCATIVA SOBRE VALORES Y ANTI VALORES "EDUCAR JUGANDO"

**PRECIO \$100.000**



**SHOW PAYASOS**

ESKEATES DIVERTIDOS, TIERNOS Y DISACTIVOS SOBRE SITUACIONES COTIDIANAS "TOLERANCIA Y CONVIVENCIA"

**PRECIO \$ 150.000**



**GLOBOS ENIG**

SHOW EN VIVO DE ELABORACIÓN DE ANIMALITOS Y PERSONAJES VARIADOS EN GLOBOS MIL FIGURAS

**PRECIO \$70.000**

(Max. 40 personas)



**CHICURUMBA**

SHOW DE BAILE CON CANCIONES INFANTILES CON SU RESPECTIVA COREOGRAFIA 20 MINUTOS

**PRECIO \$100.000**



**CONCURSOS**

DIFERENTES PRUEBAS DIVERTIDAS POR PAISAJE DE PADRES E HIJOS Y/O NIÑOS, NIÑAS Y BEBES

**PRECIO \$30.000**



# ACTIVIDADES Y SERVICIOS



**TALLER MANUAL**

ACTIVIDAD INTERACTIVA Y LUDICA, ELABORACION DE TALLERES MANUALES PINTAR, PEGAR, UNIR, ETC

(Max. 30 Niños)

**PRECIO \$35.000**

(Incluye Materiales)

ACTIVIDADES ROMPEHILOS, CALENTAMIENTOS, BIENVENIDA, RONDA, JUEGOS, PRUEBAS HABILIDAD PROMEDIO Y NOTA DE RECREADOR

**PRECIO \$120.000**



**RECRE. DIRIGIDA**



**DESAFIO RECREATIVO**

DIVISIONES DE GRUPOS, PRUEBAS DE COMPETITIVIDAD LIDERAZGO Y TRABAJO EN EQUIPO TODAS LAS EDADES

**PRECIO \$ 120.000**

EL EQUILIBRIO Y EL TRABAJO EN EQUIPO, CON LOS CHICOS CON CIERTA ADRENALINA EN LAS MANIOBRAS

**PRECIO \$120.000**



**SHOW ACROBACIA**



**SHOW DE CIRCO**

EL CIRCO ES UN SHOW ARTISTICO QUE INVOLUCRA SENTIMIENTOS DE ALEGRIA Y EMOCIONES, INVITA A SONAR CON LO BUENO Y A REVIVIR LAS ILUIONES QUE SIEMPRE DEBEMOS GUARDAR EN EL CORAZON

**PRECIO \$ 250.000** (27 Personas)

**PRECIO \$ 450.000** (65 Personas)



**SHOW BAILE TEMATICO**

DIFERENTES MONTAJES DE BAILLES TEMATICOS MUSICALES, TEATRO, SHOW EN VIVO

**PRECIO \$120.000**

**CASERO**  
RECREACION SOCIAL Y TIEMPO  
BUENOS MOMENTOS DE CALIDAD



**CASEROL**  
RECREACIÓN Y EVENTOS



320 281 74 97 - 321 432 32 39

**CASEROL**  
RECREACIÓN Y EVENTOS

# CIRCUS PARTY

TODA LA ALEGRIA Y LA DIVERSION  
DEL CIRCO EN TU EVENTO



**SONIDO**



**LASER LED**  
SURFONTE



**SHOW MALAVARES**



**RECREACION**



**BURBUJAS**



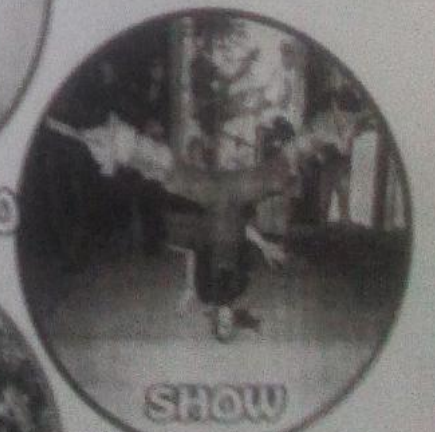
**PAR LED**



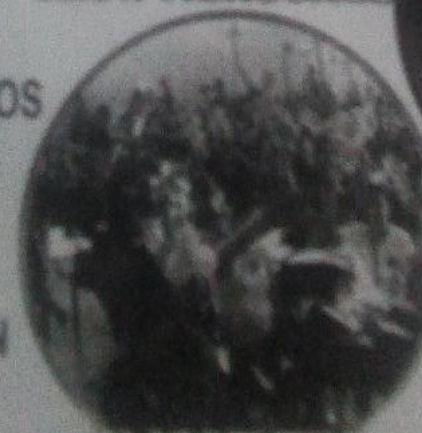
**SHOW MONOCICLO**



**SHOW PAYASOS**



**SHOW  
DE SANGOS**



**MAQUETAS**

## INCLUYE:

- 3 SALIDAS CIRCENSES
- 4 PERSONAS
- MATERIALES RECREATIVOS
- CONTENIDO MULTIMEDIA
- DURACION 2 A 4 HORAS
- SONIDO AMPLIFICADO
- LUCES DE AMBIENTACION
- PROTOCOLO FIESTA

**CASEROL**  
RECREACION EVENTOS Y TURISMO

# SERVICIO BUFETE

	A	B	C	E	F	G	I	J	K	M	N	O	Q	R	S
4	ENTRADA		ENTRADA		ENTRADA		ENTRADA		ENTRADA		ENTRADA		ENTRADA		
5	Pan frances en salsa de ajo de la casa		Ceviche de mango		Variedad de pasabocas en salsa chilli ranchera y finas hierbas.		Cascabelitos en salsa tartara de la casa		lechuga crespa, papa cabello de angel		Coctel de frutas				
6	lechuga crespa y finas hierbas.														
7	2 PROTEINAS		2 PROTEINAS		2 PROTEINAS		2 PROTEINAS		2 PROTEINAS		PLATO FUERTE				
8	Filete de res en salsa demiglace		Costillas de cerdo en salsa BBQ		Lomo de cerdo gratinado hawaiano		Pollo a la pomarola		Arroz salteado en salsa vizcaina, con variedad de carnes (picado), chorizo						
9	Pollo gratinado en salsa de champiñones		Filete de res en salsa de chimichurri		Pollo horneado en salsa criolla		Lomo de cerdo miel mostaza								
10	ACOMPAÑAMIENTOS		ACOMPAÑAMIENTOS		ACOMPAÑAMIENTOS		ACOMPAÑAMIENTOS		ACOMPAÑAMIENTOS		ACOMPAÑAMIENTOS		ACOMPAÑAMIENTOS		
11	Arroz al perjil		Papa en casco		Pure de papa con alverja		Papa chip		Papa chip		Papa chip				
12	Papa al vapor		Arroz blanco tradicional		Arroz a la zanahoria		Arroz ajonjoli								
13	ENSALADA		ENSALADA		ENSALADA		ENSALADA		ENSALADA		ENSALADA		ENSALADA		
14	Tradicional + vinagreta		Campesina + Vinagreta		Dulce con queso rayado		Criolla + vinagreta		Tradicional						
15	BEBIDA		BEBIDA		BEBIDA		BEBIDA		BEBIDA		BEBIDA		BEBIDA		
16	Vaso de gaseosa		Vaso de gaseosa		Vaso de gaseosa		Vaso de gaseosa		Vaso de gaseosa		Vaso de gaseosa		Vaso de gaseosa		
17	MENU INFANTIL PARA CENAS, ALMUERZOS O REFRIGERIOS (MINI PORCIONES)														
18	OPCION 1		OPCION 2		OPCION 3		OPCION 4		OPCION 5						
19	Alitas o muslitos de pollo en salsa BBQ con papitas a la francesa.		lasagna mixta de pollo y res en salsas bechamel y bolognesa.		Hamburguesa de 1 o 2 carnes (según cliente) + papa chip + salsa de tomate		Hot dog americano + salsas caseras		Sandwich de pollo desmechado en salsa de cham. + papa chip + salsa						
20															
21	NOTA: La porcion en el menu infantil, puede variar a solicitud del cliente, dependiendo si a de ser consumido para almuerzo, cena (porciones enteras) o para refrigerios (mini porciones)														
22															



## 11. GALERIA DE FOTOS





ANGIE DANIELA HERNANDEZ R. Y HAROLD CAMILO HERNANDE R.  
H & D Eventos, Recreación Y Turismo.







