



**UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERIA**

**PROYECTO DE TITULACIÓN**

**Previo a la obtención del Título de  
Ingeniero en Administración de Empresas  
Turísticas y Hoteleras**

**“OFERTA TURISTICA SUSTENTABLE COMO ALTERNATIVA  
DE RECREACION Y DESCANSO PARA SEGMENTO DE  
ADULTOS MAYORES.**

**PROPUESTA DE CENTRO DE BIENESTAR EN BALSAPAMBA,  
CANTON SAN MIGUEL, PROVINCIA DE BOLÍVAR”**

**CARLOS EGGELING**

**Tutor: Ing. Luís Morales**

**Guayaquil, 9 de Diciembre de 2011**

### **Dedicatoria**

La presente tesis se la dedico principalmente a mi familia que gracias al apoyo incondicional pude culminar mi carrera universitaria. Gracias a mi padre y madre por brindarme los recursos necesarios para poder llegar a este gran momento en mi vida.

### **Agradecimiento**

A toda mi familia por el apoyo en todo lo que necesite. A mis profesores del seminario, que me fueron guiando paso a paso en la elaboración de mi tesis. A mi amigo Carlos que puso su tiempo libre para ayudarme a terminar la tesis. A mi querida novia por el apoyo incondicional y por siempre creer en mí.

## **Resumen ejecutivo**

En este documento se presenta la idea de la construcción de un centro de bienestar en la parroquia rural Balsapamba en la provincia de Bolívar, cuyo nombre será “centro de bienestar Balsapamba”. La idea surge de una necesidad de satisfacer la demanda de un segmento de mercado relegado, que son los adultos mayores. Además de la falta de inversión y principalmente de trabajo en la provincia de Bolívar.

El lugar se encuentra ubicado a pocos metros de la montaña y al pie del Río Cristal.

El recurso principal para este proyecto será la naturaleza del lugar, donde gracias a dichos recursos se podrán desarrollar actividades para mejorar la salud física y mental de las personas que visiten el lugar.

Este proyecto será financiado por la Corporación Financiera Nacional (CFN), dicha institución contribuirá con un préstamo del 70% de la inversión inicial. El centro de bienestar Balsapamba requiere de \$ 401.549,30 para la construcción de dicho centro.

Luego de haber analizado los aspectos financieros para la creación del centro de bienestar, la recuperación de la inversión será 3 años 1 mes aproximadamente. A esto se puede añadir el TIR que es de un 22% y un VAN de \$88.662,35.

Analizando los aspectos financieros se puede concluir que el proyecto sería rentable, además si se toma en los resultados positivos de las encuestas realizadas, demuestra un claro interés por probar de los servicios de hospedaje, alimentación, terapias físicas y de recreación, los cuales no podrían realizarlos en un mismo lugar.

**INDICE**

|  |    |
|--|----|
| <b>RESUMEN EJECUTIVO</b> .....                         |    |
| <b>INDICE GENERAL</b> .....                            |    |
| <b>INDICE DE ANEXOS</b> .....                          |    |
| <b>CAPITULO 1: DATOS DEL CONTEXTO</b>                  |    |
| 1.1. La Oportunidad .....                              | 2  |
| 1.2. Descripción de la empresa .....                   | 2  |
| 1.3. Razón Social .....                                | 2  |
| 1.4. Nombre Comercial .....                            | 2  |
| 1.5. Lugar y Fecha de constitución .....               | 2  |
| 1.6. Nombre, Logo, Slogan .....                        | 3  |
| 1.7. Misión .....                                      | 3  |
| 1.8. Visión .....                                      | 3  |
| 1.9. Objetivos del proyecto .....                      | 4  |
| 1.10. Productos y/o servicios .....                    | 4  |
| 1.11. Estructura Organizacional .....                  | 4  |
| <b>CAPITULO 2: DIAGNOSTICO</b>                         |    |
| 1.   |    |
| 2.   |    |
| 2.1. De la idea del negocio .....                      | 6  |
| 2.2. Análisis del entorno: macro y microambiente ..... | 6  |
| 2.2.1. Análisis PEST .....                             | 6  |
| 2.2.2. Análisis Porter .....                           | 10 |
| <b>CAPITULO 3: JUSTIFICACION</b>                       |    |
| 3.   |    |
| 3.1. Justificación del proyecto .....                  | 13 |
| <b>CAPITULO 4: FUNDAMENTOS Y/O ENFOQUES TEORICOS</b>   |    |
| 4.   |    |
| 4.1. Contribución potencial del estudio.....           | 15 |
| 4.2. Objetivos de la investigación .....               | 16 |
| 4.3. Marco Teórico .....                               | 17 |
| 4.3.1. Marco Referencial .....                         | 17 |
| 4.3.2. Marco Teórico .....                             | 17 |
| 4.3.3. Marco Conceptual .....                          | 18 |
| 4.4. Formulación de la hipótesis.....                  | 19 |
| <b>CAPITULO 5: PLAN DE MARKETING</b>                   |    |
| 1.   |    |
| 2.   |    |
| 3.   |    |

|    |  |    |
|----|--|----|
| 4. |  |    |
| 5. |  |    |
|    | 5.1. Análisis situacional .....                                      | 21 |
|    | 5.1.1. Análisis de Mercado .....                                     | 21 |
|    | 5.1.2. Análisis FODA .....   | 21 |
|    | 5.1.3. Análisis de Competencia .....                                 | 22 |
|    | 5.1.4. Productos y Servicios .....                                   | 22 |
|    | 5.1.5. Factores Críticos de Éxito .....                              | 22 |
|    | 5.2. Estrategias de Marketing .....                                  | 23 |
|    | 5.2.1. Objetivos de Marketing .....                                  | 23 |
|    | 5.2.2. Objetivos Financieros .....                                   | 23 |
|    | 5.2.3. Segmentación .....  | 24 |
|    | 5.2.4. Mercado Meta .....  | 24 |
|    | 5.2.5. Estrategias de marketing mix .....                            | 25 |
|    | 5.2.5.1. Producto .....  | 25 |
|    | 5.2.5.2. Precio .....  | 26 |
|    | 5.2.5.3. Plaza .....   | 26 |
|    | 5.2.5.4. Promoción .....   | 27 |
|    | 5.3. Investigación de Mercados .....                                 | 27 |
|    | 5.3.1. Detalles de la investigación .....                            | 27 |
|    | 5.3.2. Calculo de la muestra .....                                   | 28 |
|    | 5.3.3. Formato de la encuesta .....                                  | 29 |
|    | 5.3.4. Presentación y análisis de los resultados de la encuesta .... | 31 |

## CAPITULO 6: PLAN DE OPERACIONES

|    |  |    |
|----|--|----|
| 6. |  |    |
|    | 6.1. Distribución Física del espacio físico a utilizar ..... | 41 |
|    | 6.2. Días y Horarios de Funcionamiento .....                 | 42 |
|    | 6.3. Infraestructura .....                                   | 42 |
|    | 6.4. Proceso Productivo o de entrega del servicio .....      | 43 |
|    | 6.5. Perfiles y manual de funciones de empleados .....       | 44 |
|    | 6.6. Política de Calidad .....                               | 53 |
|    | 6.7. Normas de higiene .....                                 | 53 |
|    | 6.8. Tratamiento de Residuos .....                           | 55 |
|    | 6.9. Provisión de agua .....                                 | 60 |
|    | 6.10. Almacenamiento de alimentos .....                      | 61 |
|    | 6.11. Almacenaje y manipulación de basura .....              | 64 |
|    | 6.12. Transporte .....                                       | 65 |

## CAPITULO 7: PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

|    |   |    |
|----|---|----|
| 7. |   |    |
|    | 7.1. Inversión requerida y detalles de la utilización de la inversión |    |
|    | 7.1.1. Inversión Inicial .....  | 67 |
|    | 7.1.2. Cuadro de Amortización .....                                   | 68 |
|    | 7.1.3. Balance Inicial .....  | 70 |

|  |           |
|--|-----------|
| 7.1.4. Cuadro de Depreciaciones .....        | 71        |
| 7.1.5. Cuadro de precios.....                | 71        |
| 7.1.6. Cuadro de remuneraciones.....         | 72        |
| 7.1.7. Presupuesto de Gastos Generales ..... | 73        |
| <b>7.2. Estados Financieros Proyectados</b>  |           |
| 7.2.1. Estado de Resultados .....            | 75        |
| 7.2.2. Flujo de Caja .....                   | 78        |
| 7.2.3. Balance General .....                 | 79        |
| <br>   |           |
| <b>CONCLUSIONES .....</b>                    | <b>80</b> |
| <b>RECOMENDACIONES .....</b>                 | <b>81</b> |

---

## **CAPITULO 1: DATOS DEL CONTEXTO**

---

- **La Oportunidad**
  - **Descripción de la empresa**
  - **Razón Social**
  - **Nombre Comercial**
  - **Lugar y Fecha de constitución**
  - **Fecha de inicio de operaciones**
  - **Nombre, Logo, Slogan**
  - **Misión**
  - **Visión**
  - **Objetivos del proyecto**
  - **Productos y/o servicios**
  - **Estructura Organizacional**
-

Centro de Bienestar "Balsapamba"

## **DATOS DEL CONTEXTO**

### **La Oportunidad**

El Ecuador es un país rodeado de naturaleza, por lo que es visitado cada año por una gran cantidad de turistas que buscan estar en contacto con ella.

Analizando esto, se ve la necesidad de profundizar cada vez más hacia el eco-turismo, creando una oferta novedosa para satisfacer esta necesidad.

Este centro especializado será creado para satisfacer la necesidad que existe de tener turismo especializado para adultos mayores con conciencia ecológica, teniendo la oportunidad de atraer principalmente a este segmento, no solo del país sino del mundo. Ya que los adultos mayores se han convertido en uno de los más importantes mercados para turismo.

### **Razón Social**

"Centro de Bienestar "Balsapamba" S.A

### **Nombre Comercial**

Balsapamba Eco-Wellness Center"

### **Lugar y Fecha de Constitución**



## Centro de Bienestar "Balsapamba"

### Logo, Slogan



### Misión

Somos una empresa comprometida con la naturaleza que se dedica a brindar bienestar a todos sus visitantes, mediante un sistema comprobado de terapias medicinales; enfocados a todas las personas que desean mejorar su salud física y mental.

### Visión

Esperamos al cabo de cinco años ser el referente en centros de bienestar. Continuar de modelo a seguir en cuanto a hotelería, administración de restaurantes y filosofía de "slowfood" para así ayudar a la salud de más personas. Comenzar la construcción de la ampliación del centro para aumentar nuestra capacidad.

## Centro de Bienestar "Balsapamba"

### Objetivos

### Productos y/o Servicios

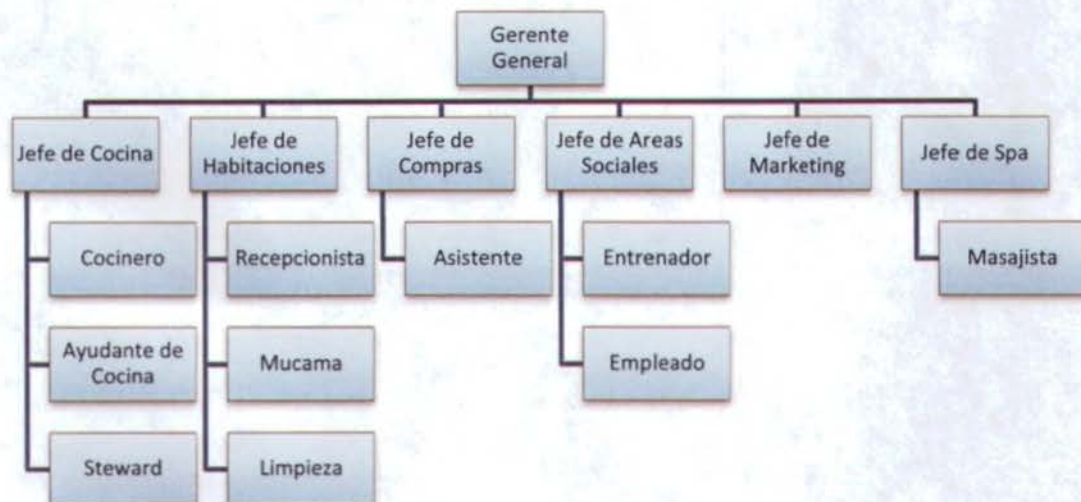
Entre los productos que posee el centro de bienestar Balsapamba ofrece una alimentación nutricionalmente equilibrada para nuestros clientes, además de dar una variedad de tratamientos físicos en nuestro spa.

Se aprovecha la oportunidad de tener montañas aledañas al centro, las cuales pueden ser utilizadas para el brindar el servicio de senderismo a nuestra clientela.

El centro posee un gimnasio con equipos de última generación. Este espacio estará disponible para todos los clientes del centro.

Se brinda una estadia de primera en todas las cabañas ecológicas propias del centro.

### Estructura Organizacional



---

## **CAPITULO 2: DIAGNOSTICO**

---

- De la idea del negocio
  - Análisis del entorno: macro y microambiente
  - Análisis de la industria, mercado, competidores y clientes
  - Análisis PEST
  - Análisis Porter
-

## **DIAGNOSTICO**

### **De la idea del Negocio**

El proyecto busca solucionar los problemas de una comunidad, brindando empleo y capacitación a los habitantes del sector. Además creando una infraestructura ecológica que será un ejemplo a seguir en materia de turismo sostenible en toda la provincia.

El complejo llamado "Balsapamba Wellness Center" busca ofrecer un conjunto de actividades para mejorar la calidad de vida de las personas que se hospeden.

La infraestructura contará con cabañas ecológicas para que nuestros visitantes puedan descansar plácidamente con todos los lujos posibles. Además de ofrecerles un sin número de terapias y tratamientos que se brindan en el spa. También se cuenta con un gimnasio completo para estar en forma.

Complementado su estadía les brindamos un menú seleccionado por nuestro nutricionista con el cual mejorarán su alimentación.

Finalmente les ofrecemos caminatas y paseos al aire libre donde se sentirán más cerca de la naturaleza.

Nuestro fin es crear un lugar donde las personas puedan des estresarse y mejorar su salud en un ambiente natural.

### **Análisis del Entorno**

#### **Político.-**

El Ecuador ha tenido una inestabilidad política muy grande durante muchos años, puesto que en los últimos 15 años ha tenido 8 presidentes. En la actualidad se normalizo el aspecto político ya que el presidente Rafael Correa mantiene el poder por casi 5 años.

Existe una gran inestabilidad política debido a una serie de hechos que han ocurrido por largo tiempo.

## Centro de Bienestar "Balsapamba"

Se expidió una nueva constitución que tiene una fuerte influencia socialista, además de un sin número de leyes que concentran cada vez más el poder.

El 30 de septiembre del 2010, existió una sublevación policial que causo gran incertidumbre en la ciudadanía. Donde todavía quedan dudas sobre lo ocurrido en dicha fecha y abren la puerta para que se especule sobre el tema.

El ultimo hecho destacable fue la consulta popular que luego de un mes de realizada, sigue en impugnación y que gano a pesar que el voto positivo fue menor al 50%.

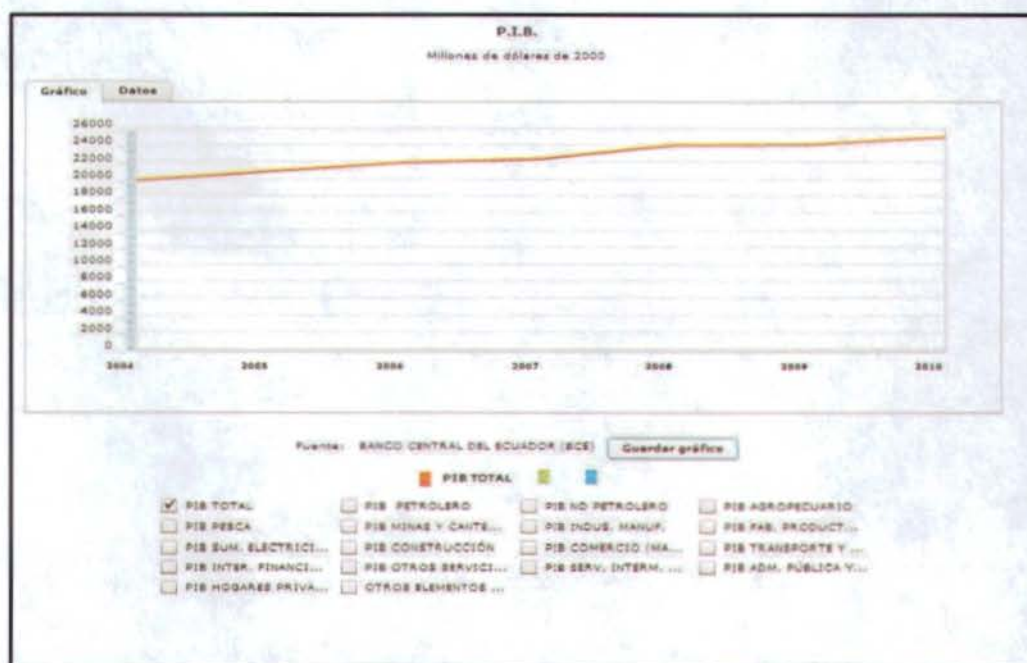
Si llega a ser aprobada existirían cambios drásticos en la composición de la justicia, concentrando aún más los poderes.

### Económico.-

Por medio de los siguientes indicadores vamos a explicar el estado de la economía ecuatoriana.

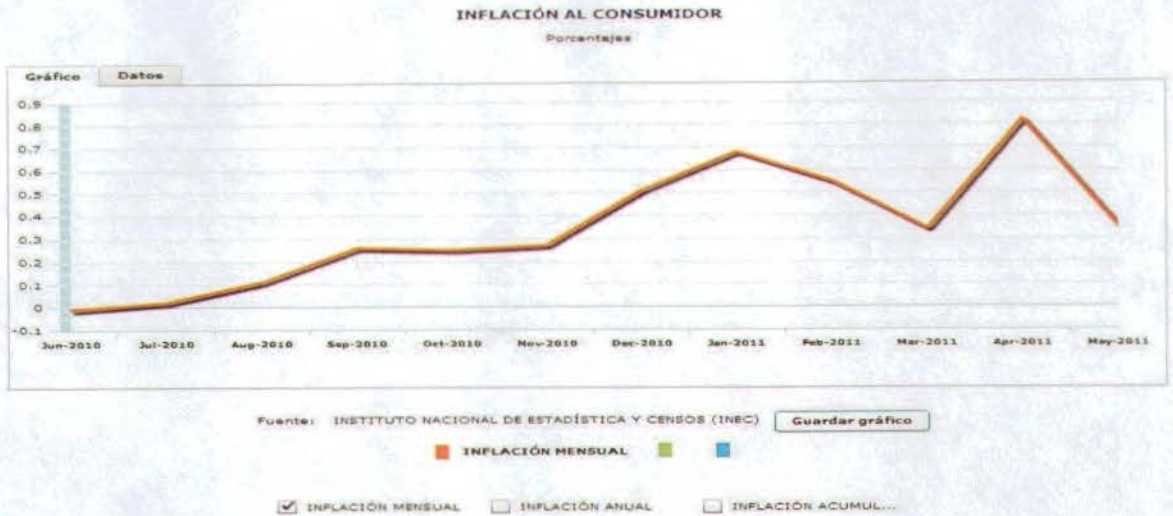
El PIB ha tenido un incremento constante en los últimos 6 años, permitiendo mayor desarrollo a nivel país.

Sin duda demuestra una tendencia en la producción nacional.

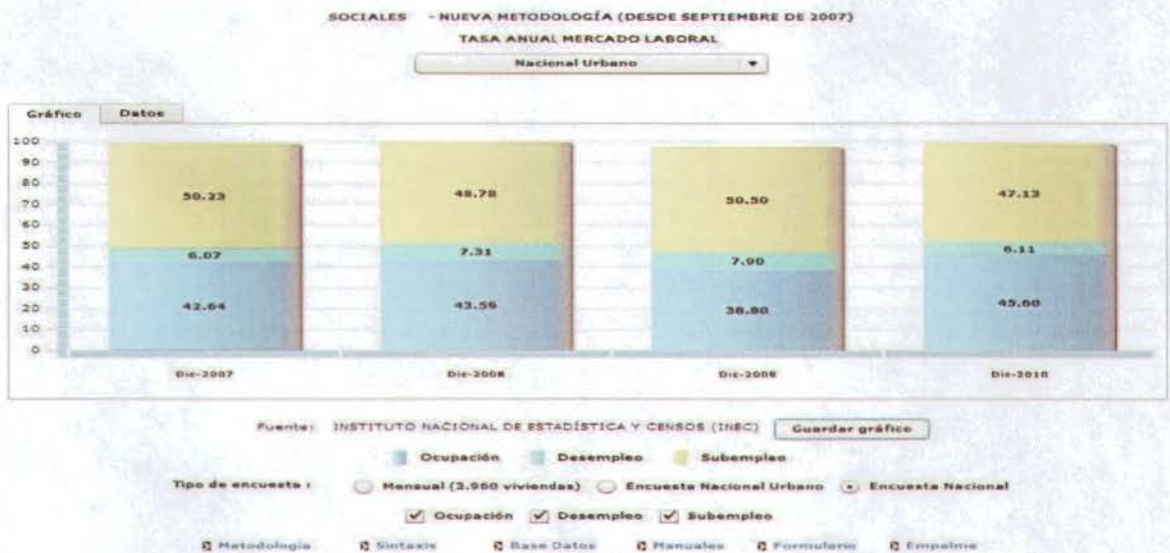


Centro de Bienestar "Balsapamba"

La inflación se redujo drásticamente el último año, dando estabilidad a la economía del país.



El sector hotelero tiene una tendencia ascendente lo que ayuda a manejar la creciente demanda de hospedaje.



## Centro de Bienestar "Balsapamba"

La situación laboral tiende a mejorar ya que podemos ver que hay más ocupación que en los últimos años, y se denota una pequeña reducción en el subempleo.

### **Socio-cultural.-**

El Ecuador es un país muy diverso en diferentes aspectos, como en la pluriculturalidad que existe principalmente en cada región. Beneficiando de gran manera al turismo.

Existe un gran porcentaje de pobreza, principalmente en las zonas rurales tales como la provincia de Bolívar.

La pobreza y falta de educación principalmente generan una mala calidad de vida de muchos de esos habitantes.

El turismo como industria es sumamente beneficioso, por lo que fomentar esta actividad en la zona rural de Bolívar beneficiará directamente a esa población.

El turismo además de buscar réditos económicos tiene como consecuencia un impacto social y cultural en el sitio donde se lo realiza. Estas consecuencias pueden ser positivas o negativas, pero finalmente el objetivo es de brindar empleo y que la gente del sector se interrelacione con los visitantes.

Favorablemente los arribos de visitantes extranjeros a Ecuador crecieron en 8,24% en los primeros cuatro meses del presente año, al pasar de 339.025 en 2010 a 366.960. (Ministerio de turismo, 2011).

## Centro de Bienestar "Balsapamba"



### Tecnológico.-

Para garantizar estar preparados para cualquier eventualidad también requerimos de tecnología de punta en el área médica para la atención de nuestros visitantes.

### Análisis de Porter:

#### 1. Productos sustitutos.-

Son todos los spa que al ofrecer tratamientos con diversos fines terapéuticos, podrían satisfacer la necesidad del adulto mayor. También las hosterías en donde se pueda estar alejado de la ciudad.

Encontramos en el mercado una gran cantidad de pequeños spa que prestan estos servicios pero casi en su totalidad estos se encuentran en grandes ciudades.

Existe un número mediano de hosterías ecológicas que podrían integrar este grupo como: hacienda santa Ana, Kaony Lodge, hostería ecológica El Faro.

#### Amenaza alta.



**2. Poder de negociación de los clientes.-**

Los clientes no cuentan con un gran poder de negociación, ya que en el mercado ir a cualquier sitio donde puedan conseguir un servicio similar es costoso y se mantienen precios similares.

Visitar un complejo parecido al del "Centro de Bienestar Balsapamba" tomaría mucho tiempo ya que se encuentran muy alejados de la ciudad.

**Amenaza baja.**

**3. Barreras de entrada.-**

No cualquiera puede entrar al negocio debido a la gran inversión que requiere. Además de tramitar los permisos respectivos, previamente realizando todos los estudios necesarios para tener la categoría de un centro ecológico.

**Amenaza alta.**

**4. Poder de negociación de los proveedores.-**

En la actualidad existen un gran número de proveedores en la rama de productos naturales, que es nuestro principal negocio.

También podemos encontrar en el mercado una variedad para realizar construcciones ecológicas y cada vez aparecen nuevas tecnologías.

**Amenaza baja.**

**5. Rivalidad en la industria.-**

La rivalidad es sumamente baja ya que existe un mercado muy grande que no ha usado estos servicios. Por lo que aún se encuentra en crecimiento esta industria.

---

### CAPITULO 3: JUSTIFICACION

---

1.

- **Justificación del proyecto**
-

## **JUSTIFICACIÓN**

Balsapamba es una pequeña parroquia rural ubicada en la provincia de Bolívar. Debido a su ubicación, antiguamente era la vía más transitada por que conectaba la Costa y Sierra, gozando de un clima tropical al encontrarse a 800 metros sobre el nivel del mar y rodeado de hectáreas de bosque húmedo, lo cual le brinda un clima privilegiado. En consecuencia fue el lugar predilecto de descanso de muchas personas, entre ellas varios presidentes de la república.

Con los años tuvo un gran crecimiento debido a grandes capitales que fomentaron la agricultura. Con el paso de los años se fue olvidando, hasta llegar a la actualidad donde se ha convertido en una parroquia desatendida y olvidada por el ecoturismo, que es el que más se valora y respeta todas sus riquezas.

Existe una gran migración por parte de las nuevas generaciones, ya que no encuentra una actividad laboral adecuada. Esto ocasiona un gran riesgo ya que la población ha disminuido, afectando directamente la economía y posiblemente esto conlleve a una migración más fuerte en el futuro.

Este estudio pretende demostrar las diferentes riquezas que posee esta parroquia en específico, y gracias a ellas atraer a turistas que puedan beneficiarse de estas bondades.

---

#### **CAPITULO 4: : FUNDAMENTACION Y/O ENFOQUES TEORICOS**

---

- **Contribución potencial del estudio**
  - **Objetivos de la investigación**
  - **Marco Teórico**
    - **Marco Referencial**
    - **Marco Teórico**
    - **Marco Conceptual**
    - **Marco Legal**
  - **Formulación de la hipótesis**
-

## **FUNDAMENTOS Y/ O ENFOQUES METODOLOGICOS**

### **Contribución potencial del estudio**

El estudio pretende demostrar lo beneficioso del clima y lo favorable que será en personas de la tercera edad. Mediante un centro de bienestar ecológico que brinde diversos servicios para mejorar la salud.

Adicionalmente se busca solucionar ciertas deficiencias de una comunidad, tales como trabajo formal y una capacitación enfocada al turismo. Al mismo tiempo capacitarlos para generar trabajos indirectos con la finalidad de que las personas jóvenes, no deban abandonar la parroquia para buscar fuentes de ingresos.

Además el centro de bienestar ecológico que se construirá será un ejemplo a seguir para toda la provincia y así se pueda llegar a un correcto ecoturismo, que mantendrá la zona en su forma natural y promoverá esta industria sustentable en la parroquia.

### **Planteamiento del problema**

Falta de oferta turística especializada en la provincia de Bolívar, ya que no aprovecha adecuadamente sus atractivos.

La parroquia Balsapamba está rodeada de atractivos naturales tales como: bosques, ríos, cascadas y fauna. Estos atractivos son explotados sin tener en cuenta la conservación del entorno. Además los establecimientos no cuentan con la infraestructura necesaria, ni el personal debidamente capacitado. Debido a esto se practica casi en su totalidad un turismo interno sin mayores réditos económicos, causando repercusiones negativas en el ambiente y limitando la oferta turística a algo poco atractivo.

Los adultos mayores en el Ecuador han sido relegados con los años, mucho más en el sector turístico, debido a que en el medio existe muy poca oferta especializada

## Centro de Bienestar "Balsapamba"

hacia este segmento. Además es la gran oportunidad de aprovechar este importante nicho de mercado con adultos mayores provenientes de países de primer mundo.

La falta de empleo, principalmente en los pueblos pequeños de la provincia de Bolívar. Sabiendo que es una de las más pobladas del país, pero también es una con la mayor tasa de desempleo.

La falta de empleo formal provoca diversos problemas sociales, con inmediatas repercusiones reflejadas en el estilo de vida de sus habitantes. La práctica del turismo propone nuevas plazas de trabajo y beneficia a personas no relacionadas directamente con la actividad.

Además esto origina emigración hacia otras provincias, que está causando una disminución alarmante de los habitantes y que amenaza en un futuro el abandono total de los pueblos pequeños.

### **Objetivos de la investigación**

#### **Generales**

Realizar un estudio de factibilidad para crear el "Centro de Bienestar Balsapamba"

#### **Específicos**

- Realizar estudio de impacto ambiental.
- Realizar la construcción de la infraestructura de alojamiento, bienestar, alimentación y de recreación.
- Desarrollar sistemas ecológicos que aprovechen al máximo los recursos para el funcionamiento de la hostería y cafetería, provocando el menor impacto en la naturaleza.
- Proponer una oferta eco-gastronómico, acorde al modelo sustentable y saludable para el ser humano.

## MARCO TEÓRICO

### Marco referencial

Según Palafox (2005) el desarrollo sustentable ha sido, en últimas fechas, un tópico relevante que indiscutiblemente se vincula con toda actividad que tenga por insumo básico los recursos naturales y culturales. El programa de investigación Desarrollo Turístico Sustentable de la Universidad de Quintana Roo (Uqroo), Campus Cozumel, pretende abordar una gran gama de objetos de estudio con la finalidad de generar información y marcar las pautas para posteriores investigaciones, para tal efecto se propone al diagnóstico como aquella herramienta que proporciona los datos necesarios como insumo de futuras indagaciones, contribuyendo de esta forma a la misión institucional de la Uqroo para consolidarse como la punta de estudios sobre este tema en el Caribe.

### Marco teórico

Evaluación general de la efectividad de las políticas formuladas por gobiernos, organizaciones y agencias internacionales y grupos principales

#### A. A nivel nacional

Desde la Cumbre de la Tierra de Río, la sostenibilidad se ha convertido en la cuestión fundamental de las políticas de desarrollo turístico de todo el mundo. Aunque la Organización Mundial del Turismo ha estado promoviendo políticas respetuosas con el medio ambiente y la cultura local, así como metodologías para su aplicación, desde mediados del decenio de 1980, la Cumbre de Río constituyó claramente un punto de inflexión en cuanto al grado de concienciación de los gobiernos y de los grupos principales respecto a la necesidad de incorporar prácticas sostenibles en el sector turístico.

En términos generales, la necesidad de aplicar en el turismo una planificación sistemática se ha convertido en un enfoque habitual y ampliamente aceptado. Las

políticas y estrategias de turismo recomendadas por las organizaciones internacionales y formuladas por las autoridades de los gobiernos nacionales, regionales y locales han ido incorporando progresivamente la cuestión del medio ambiente y la sostenibilidad.

En varios países, las políticas de turismo sostenible han sido integradas en políticas o estrategias nacionales sobre medio ambiente y sostenibilidad de más amplio alcance, aunque, en la mayoría de los casos, cuando hay una estrategia o una política nacional sobre desarrollo sostenible del turismo, está definida específicamente.

## **Marco conceptual**

### **Turismo sustentable**

Según la OMT (2002) El desarrollo del turismo sostenible responde a las necesidades de los turistas y de las regiones anfitrionas presentes, a la vez que protege y mejora las oportunidades del futuro. Está enfocado hacia la gestión de todos los recursos de manera que satisfagan todas las necesidades económicas, sociales y estéticas, y a la vez que respeten la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas de soporte de la vida.

Los principios que definen el turismo sostenible son:

- Los Recursos naturales y culturales se conservan para su uso continuado en el futuro, al tiempo que reportan beneficios;
- El desarrollo turístico se planifica y gestiona de forma que no cause serios problemas ambientales o socioculturales;
- La calidad ambiental se mantiene y mejora;
- Se procura mantener un elevado nivel de satisfacción de los visitantes y el destino retiene su prestigio y potencial comercial; y
- Los beneficios del turismo se reparten ampliamente entre toda la sociedad.



## Centro de Bienestar "Balsapamba"

Estas características hacen al turismo sostenible una herramienta estratégica de desarrollo económico local. Por un lado, el turismo supone una gran oportunidad en algunas zonas en las que no existen otras alternativas de actividad económica. A su vez, como parte del sector servicios, ofrece más oportunidades para el surgimiento de empresas locales (hay que tener en cuenta que incluso en los países más desarrollados, este sector está compuesto principalmente por PYME). Y a pesar de ser un sector que requiere de fuertes inversiones en infraestructura y equipamientos, también utiliza mano de obra de forma intensiva por lo que ofrece numerosas oportunidades de trabajo y negocio para las mujeres y los jóvenes.

## FORMULACION DE LA HIPOTESIS

### Hipótesis causal

Si se implementa una infraestructura ecológica con un conjunto de tratamientos medicinales enfocados hacia los adultos mayores. Se podrían convertir en el centro de bienestar más importante del Ecuador.

Variable 1: Implementar una infraestructura ecológica con un conjunto de tratamientos medicinales.

Variable 2: Ser el centro de bienestar más importante del Ecuador.

---

## **CAPITULO 5: PLAN DE MARKETING**

---

- 2.
  - 3.
  - 4.
  - 5.
  6.
    - **Análisis situacional**
      - **Análisis de Mercado**
      - **Análisis FODA**
      - **Análisis de Competencia**
      - **Productos y Servicios**
      - **Factores Críticos de Éxito**
    - **Estrategias de Marketing**
      - **Objetivos de Marketing**
      - **Objetivos Financieros**
      - **Segmentación**
      - **Mercado Meta**
      - **Estrategias de marketing mix**
        - **Producto**
        - **Precio**
        - **Plaza**
        - **Promoción**
    - **Investigación de Mercados**
      - **Detalles de la investigación**
      - **Calculo de la muestra**
      - **Formato de la encuesta**
      - **Presentación y análisis de los resultados de la encuesta**
-

## PLAN DE MARKETING

### ANALISIS SITUACIONAL

#### Análisis de Mercado

El mercado turístico en el Ecuador sigue en crecimiento debido a la creciente demanda de nuevos destinos turísticos, principalmente los destinos de naturaleza. El destino turístico "Centro de Bienestar Balsapamba" entra dentro de ese mercado, el cual cada vez busca la manera de atraer más turistas interesados en los destinos naturales y al mismo tiempo buscando nuevos mecanismos para asegurar la sustentabilidad de cada uno de los atractivos que se ofertan.

#### Análisis FODA

##### Fortalezas

- Ser los únicos en Ecuador en ofrecer un servicio de bienestar, completo y especializado para el sector de los adultos mayores.

##### Oportunidad

- Estar ubicados en un sitio ideal (clima idóneo) para la realización de actividades de un centro de bienestar.
- Posibilidad de capacitar a las personas propias de la zona para que laboren dentro del centro.
- Estar ubicados en una provincia con una deficiencia de oferta para el sector turístico y hotelero.

##### Debilidades

- Existen frecuentes problemas en la vía (deslaves).
- Falta de seguridad privada en la zona.

##### Amenazas

- Que el consejo provincial continúe construyendo en sitios aledaños, sin respetar el medio ambiente.

## Centro de Bienestar “Balsapamba”

- Se corre el riesgo de desbordamiento del Río Cristal debido a la reducción artificial del río.

### **Análisis de Competencia**

No se encontró una oferta similar cerca de la provincia de Bolívar, pero existen en otras localidades tales como:

Samari Spa Resort -- vía Puyo km. 1 – Baños.

Es un hotel resort donde cuentan con una trayectoria reconocida en el medio, brindando una gran gama de servicios pero enfocándose más al turismo nacional.

Arasha Resort -- Km. 121 de la vía Quito - Calacalí - La Independencia, Pedro Vicente Maldonado. Es uno de los más reconocidos resorts y el que más se asemeja a nuestro proyecto, ya que se encuentra a una distancia media del carretero y cuenta con una gran infraestructura ecológica. Además cuenta con muchos servicios y principalmente están dirigidos a turistas internacionales.

### **Productos y Servicios**

Entre los principales servicios a ofertarse en el “Centro de Bienestar Balsapamba” encontramos: el servicio de hospedaje en cabañas ecológicas especialmente enfocadas al descanso completo de cada huésped, además de una alimentación ideal dirigida por el nutricionista encargado del “CBB”<sup>1</sup>. Para complementar el beneficio de la estadía, se cuenta con un gimnasio con equipos de última generación incluyendo en este paquete actividades como senderismo, bailo terapias y sauna. Todo esto es un junto de servicio de terapias físicas en el spa que culminará con el relajamiento total de cada huésped.

### **Factores Críticos de Éxito**

- Pioneros en brindar este servicio en el Ecuador.
- Se atiende a un sector con una demanda creciente por este servicio.

---

<sup>1</sup> CBB = Centro de Bienestar Balsapamba

## **ESTRATEGIAS DE MARKETING**

### **Objetivos de Marketing**

- Incrementar las ventas en un 10% en relación al año anterior.
- Obtener ingresos para poder recuperar la inversión en un tiempo aproximado de 5 años
- Incremento el precio de ventas del 5% a partir del 5to año.

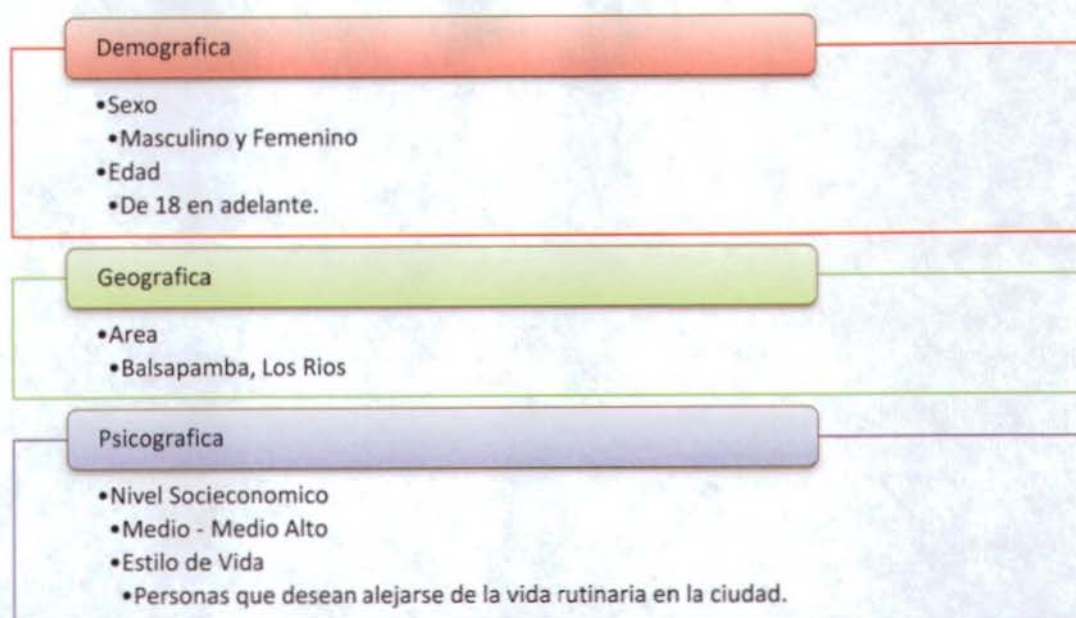
### **Objetivos Financieros**

- Alcanzar valores detallados en los estados financieros para evitar la extensión del tiempo de apalancamiento.
- Determinar el monto a requerirse para el plan de marketing.

### **Segmentación**

Este proyecto esta direccionado para personas mayores de 60 años. Esto no significa que no se tome en consideración a personas de edades diferentes a la establecida. Considerando este pequeño detalle, se detalla a continuación la segmentación:

## Centro de Bienestar "Balsapamba"



### **Mercado Meta**

Son adultos mayores de norte América y Europa, que tienen conciencia ecológica, disfrutan de la vida tranquila y más en contacto con la naturaleza. Personas que tienen problemas de salud o desean de terapias naturales para mejorarla.

Son un segmento grande de los turistas a nivel mundial y tienen un gran poder económico, por lo que exigen un servicio de alta calidad.

## Centro de Bienestar "Balsapamba"

### Estrategias de Marketing Mix

#### Plaza

El Centro de Bienestar Balsapamba se encuentra localizado en la provincia territorio de la parroquia de Balsapamba, sector oeste del cantón San Miguel de Bolívar y en parte con territorio de la población de Montalvo en la Provincia de los Ríos. La Parte central o urbana puebla un pequeño valle a orillas del Río Cristal. Este lugar se ubicará a orillas del río mencionado.



Imagen 1: Balsapamba – Ubicación del CBB

Fuente: <http://www.balsapamba.tk>

### **Precio**

Las tarifas que se manejan en el CBB se basan principalmente en el sistema de “All Inclusive”, las cuales se detallan de la siguiente forma:

| <b>DESCRIPCIÓN</b>  | <b>PRECIO</b> |
|---|---------------|
| <b>All Inclusive (Por persona)</b>  | <b>\$ 75</b>  |
| <b>Incluye:</b>   |               |
| ▪ <b>Hospedaje</b>  |               |
| ▪ <b>Desayuno</b>   |               |
| ▪ <b>Almuerzo</b>   |               |
| ▪ <b>Cena</b>   |               |
| ▪ <b>Uso de las instalaciones tales como: Gimnasio y aéreas sociales.</b> |               |
| ▪ <b>Tratamientos físicos en el Spa</b>                                   |               |
| <b>Hospedaje (Incluye desayuno)</b>                                       | <b>\$ 50</b>  |
| <b>Almuerzo</b>   | <b>\$ 5</b>   |
| <b>Cena</b>   | <b>\$ 5</b>   |
| <b>Spa</b>  | <b>\$ 25</b>  |
| <b>Gimnasio y otras actividades</b>                                       | <b>\$ 10</b>  |

### **Promoción**

El Centro de Bienestar realizará la promoción de sus instalaciones por medio del internet, mediante su página web. La pagina cuenta con las opciones de gran importancia tales como reservas online, galería de fotos, comentarios y una sección de contactos en caso de que los clientes requieran una atención personalizada.

Otra forma de promoción hacia los clientes potenciales del centro seria a través de agencias de viaje y mayoristas, las cuales promocionarían el CBB principalmente, a turistas internacionales.

Siguiendo con formas de promoción, se puede distribuir trípticos por medio de las islas de iTur(oficina de información turística) para que también se informen los turistas nacionales.

Finalmente para captar la atención de un nicho selecto, se puede colocar anuncios en revistas especializadas como la “Tranport”.



Centro de Bienestar "Balsapamba"

### **Producto**

El producto a ofrecerse es:

### **CENTRO DE BIENESTAR "BALSAPAMBA"**

Localizado en la parroquia de Balsapamba, a 68 kilómetros de la ciudad de Guaranda y a 20 kilómetros de la ciudad de Babahoyo.

Las instalaciones cuentan con los siguientes servicios los cuales estarán a disponibles para todos nuestros visitantes:

- Cabañas Ecológicas
- Gimnasio
- Sauna
- Spa
- Áreas sociales
- Restaurante "La Sazón de Bolívar"

### **INVESTIGACION DE MERCADO**

#### **Detalles de la investigación**

Esta investigación se la realizó basándose en el método de investigación de tipo *cuantitativo*, encuesta que será realizada a adultos mayores del país y también extranjeros. El cálculo de la muestra se lo realizo por el método denominado como "Muestreo de juicio". Esta muestra trabaja en conjunto con los parámetros ya determinados en nuestro grafico de segmentación.

## Cálculo de la muestra

The screenshot shows the 'Sample Size Determination' window of the Decision Analyst STATS™ 2.0 software. The window title is 'Decision Analyst STATS™ 2.0'. The main heading is 'Sample Size Determination (Sample Size for Population Percentage Estimates)'. The interface is divided into two main sections: 'Inputs' and 'Results'.  
In the 'Inputs' section, there are four fields:  
1. 'Universe Size': A text input field containing '1380964'. Below it, a note reads: 'If universe is less than 99,999, replace 99,999 with the smaller number'.  
2. 'Maximum Acceptable Percentage Points of Error': A dropdown menu set to '5%'.  
3. 'Estimated Percentage Level': A dropdown menu set to '50%'.  
4. 'Desired Confidence Level': A dropdown menu set to '95%'.  
At the bottom of the 'Inputs' section are three buttons: 'Calculate', 'Reset', and 'Exit'.  
In the 'Results' section, there is a text area labeled 'The Sample Size Should Be...' containing the value '384'.  
The bottom of the window features the Decision Analyst logo (a stylized bird) and the text 'Decision Analyst The global leader in analytical research systems'. At the very bottom, contact information is provided: '817 640 5166 | www.decisionanalyst.com'.

### Cálculo de Muestra: Elaboración Propia 1

En la imagen ubicada en la parte posterior, se muestra la forma como se cálculo la muestra para la encuesta.

Aquí se utilizó el programa conocido como “Stats” el cual arrojó un resultado de muestra de 384. Para obtener resultados más óptimos, se decidió redondear a un valor de 400 encuestas.

Formato de la encuesta

1. ¿Con que frecuencia usted viaja fuera de la ciudad?

- 1 vez cada 6 meses
- 1 vez cada 3 meses
- 1 o más veces al mes
- Nunca

2. ¿ha visitado la provincia de Bolívar?

- Si
- No

Si su respuesta es "No" a esta pregunta, pase a la pregunta # 4

3. ¿Cuál fue el motivo de su visita?

- Negocio.
- Turismo.
- Salud.
- Otro. (Especifique).....

4. ¿Se ha hospedado en algún hotel/hostal fuera de su lugar de residencia?

- Si
- No

5. ¿Cuál fue el valor aproximadamente que gasto por noche durante su estadía?

- 10 a 50 \$
- 50 a 100\$
- Más de 80\$

6. ¿ha visitado un spa?

- Si
- No

Si su respuesta es "No" a esta pregunta, pase a la pregunta #8

7. ¿Qué tipo de tratamiento prefiere?

Centro de Bienestar "Balsapamba"

- Exfoliante
- Hidroterapia
- Faciales
- Terapéuticos

8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por estos tratamientos?  
.....\$

9. ¿Le gustaría visitar un sitio que cuente con hospedaje, alimentación y los  
tratamientos de spa?

- Si
- No

¿Por qué? .....

## Presentación y análisis de los resultados de la encuesta

### ¿Con que frecuencia usted viaja fuera de la ciudad?

|                      |     |
|----------------------|-----|
| 1 vez cada 6 meses   | 35% |
| 1 vez cada 3 meses   | 42% |
| 1 o más veces al mes | 16% |
| Nunca                | 7%  |

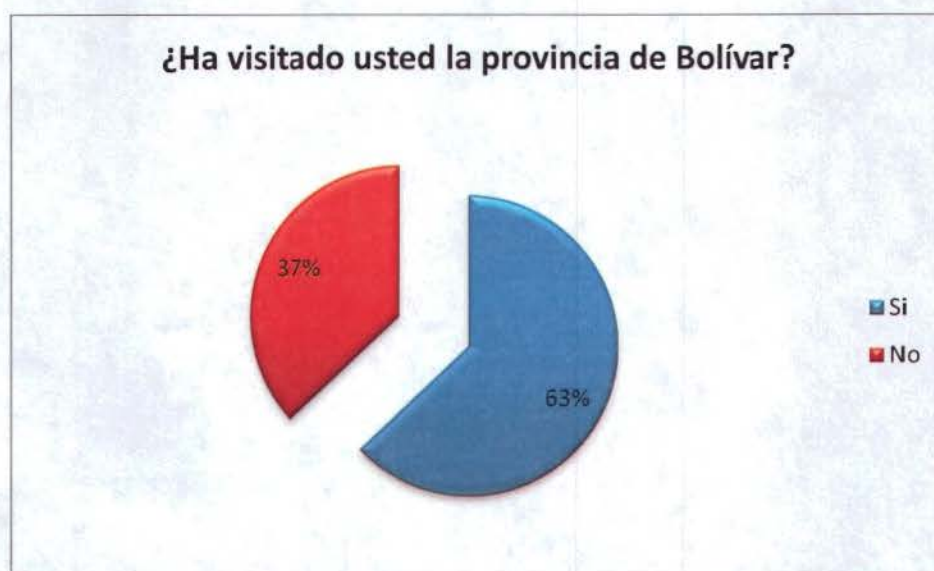


El 42% aproximadamente respondió que viaja 1 vez cada 3 meses, el 35% 1 vez cada 6 meses, el 16% viaja 1 o más veces al mes mientras que el 7% respondió que nunca abandona su sitio de residencia.

En conclusión la respuesta de esta pregunta es positiva puesto que el 93% de las personas viajan fuera de la ciudad mínimo 2 veces al año, Además un 58% viaja al menos 4 veces al año, por lo tanto éstas demuestran que la mayoría del segmento encuestado viajan periódicamente fuera su lugar de residencia.

**¿Ha visitado usted la provincia de Bolívar?**

|    |    |
|----|----|
| Si | 63 |
| No | 37 |



El 37 % de los encuestados no han visitado la provincia de Bolívar, mientras que el 63% respondió afirmativamente.

En conclusión la respuesta a esta pregunta es positiva desde 2 puntos de vista. El primero indica que la gran mayoría de encuestados ya conoce la provincia y por consiguiente tiene noción además la belleza y bondades de la provincia. El segundo punto de vista muestra que el 37% no conoce la provincia y esto brinda la oportunidad de atraer a dichas personas por el motivo conocerla.

Centro de Bienestar "Balsapamba"

### ¿Cuál fue el motivo de su visita?

|                 |    |
|-----------------|----|
| Negocios        | 9  |
| Turismo         | 61 |
| Salud           | 9  |
| Visita Familiar | 21 |

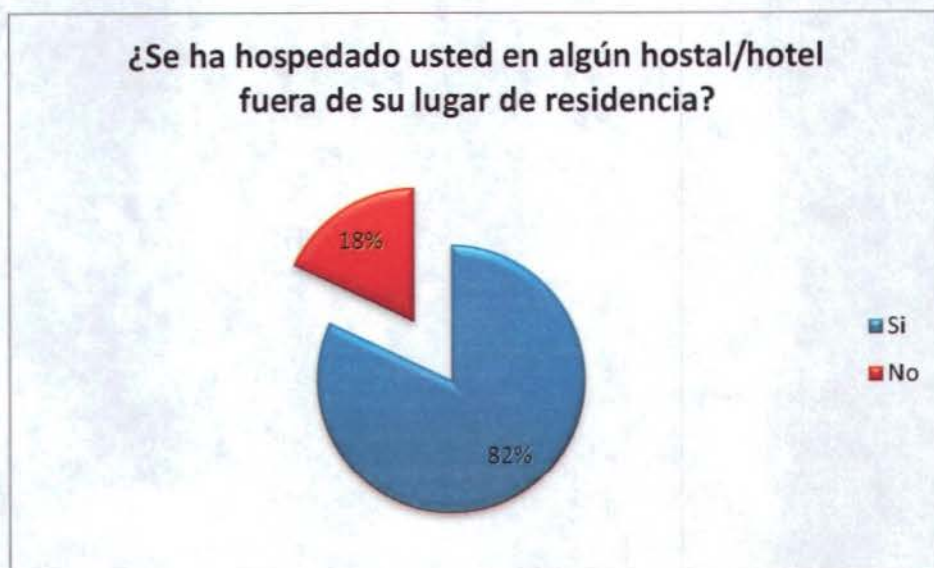


El 61% respondió que visito la provincia por realizar la actividad turística. El 21% por visita a familiares, mientras que los ambos motivos: negocios y salud tuvieron aproximadamente un 9%.

El resultado demuestra que más de la mayoría de las personas que han visitado la provincia, lo han realizado por realizar la actividad turística. Esto es muy positivo para el proyecto ya que la provincia es reconocida turísticamente por los encuestados.

**¿Se ha hospedado usted en algún hostel/hotel fuera de su lugar de residencia?**

|    |    |
|----|----|
| Si | 82 |
| No | 18 |

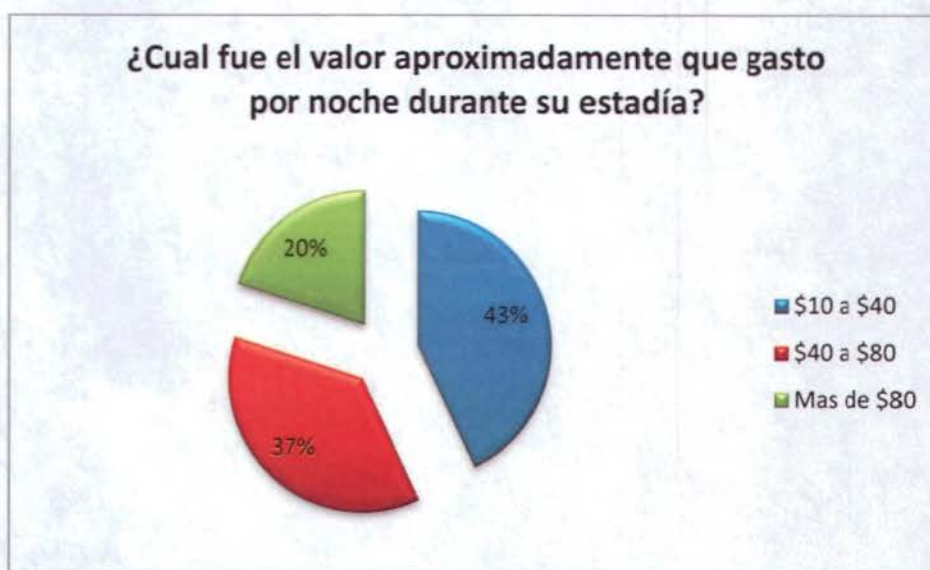


La gran mayoría de los encuestados con un 82% se han alojado en un hotel u hostel mientras han visitado un lugar fuera de su lugar de residencia. La conclusión es muy positiva ya que la gran mayoría ha pagado por este servicio en algún momento y esto significa que existe la posibilidad de que puedan hospedarse en un futuro en las instalaciones del "CBB"



**¿Cuál fue el valor aproximadamente que gasto por noche durante su estadía?**

|             |    |
|-------------|----|
| \$10 a \$40 | 43 |
| \$40 a \$80 | 37 |
| Más de \$80 | 20 |



El 43% gasto entre \$10 y \$40 que es un valor inferior al del "CBB"  
El 37% gasto entre \$40 y \$80 que es el rango en que se encuentra el costo por noche del "CBB"  
El 20% gasto más de \$80 lo que indica que este porcentaje de encuestados pagarían un precio inferior al que pagan.

El 57% gasto de \$40 en adelante, lo cual demuestra que la mayoría de personas encuestadas estaría dispuesta a pagar por la noche de hospedaje en el "CBB"

**¿Ha visitado un spa?**

|    |    |
|----|----|
| Si | 67 |
| No | 33 |



El 67% de los encuestados respondió positivamente, esto demuestra que conocen de qué se trata este servicio y de que se podría llegar a ellos ofreciendo mayormente el servicio de spa.

El 33% de los encuestas respondió negativamente, esto puede deberse a que muchas de estas personas no se interesan por este servicio o por falta de información.

**¿Qué tipo de tratamiento usted prefiere en un spa?**

|              |    |
|--------------|----|
| Exfoliante   | 11 |
| Hidroterapia | 27 |
| Faciales     | 54 |
| Terapéuticos | 8  |



El 54% de los encuestados prefieren los tratamientos faciales, se podría deber a que es principalmente un tratamiento cosmético y el cual dura menos tiempo que los anteriores.

El 27% prefiere la hidroterapia, mientras que los tratamientos exfoliantes en un 11% y finalmente los terapéuticos con 8% los cuales podrían deberse a que tienen un mayor tiempo de duración y su costo es mayor al del facial.

**¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por estos servicios?**

|             |    |
|-------------|----|
| \$10 a \$20 | 18 |
| \$21 a \$40 | 67 |
| Más de \$40 | 15 |



El 67% estarían dispuestos a pagar entre \$21 hasta \$40.

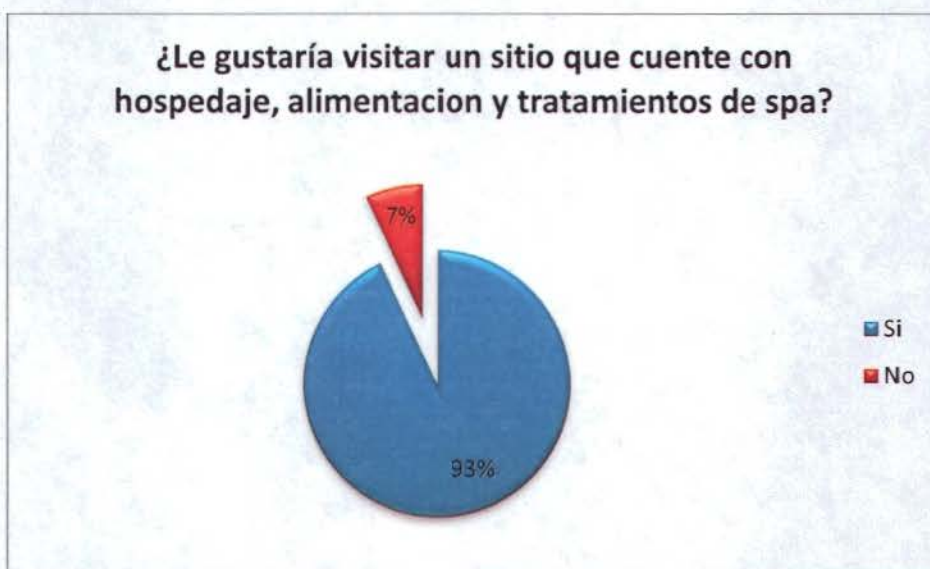
El 18% estarían dispuestos a pagar de \$10 a \$20.

El 15% estarían dispuestos a pagar una cifra mayor a los\$40

El resultado es positivo ya que el 82% estarían dispuestos pagar los valores que se encuentran el rango de precios del "CBB".

**¿Le gustaría visitar un sitio que cuente con hospedaje, alimentación y tratamientos de spa?**

|    |    |
|----|----|
| Si | 93 |
| No | 7  |



El 93% respondieron que les gustaría visitar un lugar que tenga el conjunto de servicios antes mencionados.

Únicamente el 7% respondió negativamente.

En conclusión el resultado de la pregunta es muy importante debido a que a la mayoría de personas encuestadas les interesaría asistir al "CBB" que cuenta consta con todos esos servicios.

---

## CAPITULO 6: PLAN OPERATIVO

---

7.

8.

9.

10.

11.

12.

- Distribución Física del espacio físico a utilizar
- Días y Horarios de Funcionamiento
- Infraestructura
- Proceso Productivo o de entrega del servicio
- Perfiles y manual de funciones de empleados
- Política de Calidad
- Normas de higiene
- Tratamiento de residuos
- Provisión de agua
- Almacenamiento de alimentos
- Almacenaje y manipulación de basura
- transporte

## PLAN OPERATIVO

Distribución física del espacio a utilizar

A1 ESC. 1:500



## Centro de Bienestar "Balsapamba"

### Días y horarios de funcionamiento

Una vez habilitadas las actividades a realizarse en el centro de bienestar, estará disponible al público en los siguientes horarios:

- Hospedaje: Todos los días de 8 am a 12 am.
- Gimnasio: Todos los días de 7 am a 12 pm. Y luego de 2 pm a 7 pm
- Spa: Todos los días de 9 am a 12 pm. Y luego de 2 pm a 6 pm.
- Restaurante: Todos los días de 7 am a 10 am, de 12 pm a 3 pm, y de 6 pm a 9 pm.
- Salón de recreación: Todos los días de 8 am a 12 am.

### Presupuesto de Infraestructura

|                           |                      |                      |
|---------------------------|----------------------|----------------------|
| <b>Construcción:</b>      |                      |                      |
| Cabañas                   | \$ 126.269,68        |                      |
| Recepción                 | \$ 27.227,42         |                      |
| Restaurant                | \$ 49.721,26         |                      |
| Áreas sociales            | \$ 38.576,22         |                      |
| Total edificio            |                      | \$ 241.794,58        |
| <b>Equipamiento:</b>      |                      | \$ 126.500,00        |
| Equipos                   | \$ 58.000,00         |                      |
| Muebles y enseres         | \$ 54.500,00         |                      |
| vehículos                 | \$ 14.000,00         |                      |
| Terreno                   |                      |                      |
| <b>Capital de trabajo</b> |                      | \$ 33.254,72         |
| Dinero para insumos       | \$ 5.000,00          |                      |
| Sueldos x 2 meses         | \$ 27.054,72         |                      |
| Gastos de constitución    | \$ 1.200,00          |                      |
| <b>INVERSION INICIAL</b>  | <b>\$ 401.549,30</b> | <b>\$ 401.549,30</b> |



### Proceso productivo o de entrega de servicios

|                             |  |                       |                                      |  |  |
|-----------------------------|--|-----------------------|--------------------------------------|--|--|
| Definir existencias mínimas | Verificar lo que tenemos en existencia | Comprar materia prima | Recibir y verificar la materia prima | Llenar el registro de ingreso de materia prima | Distribuir la MP a las diferentes áreas (restaurant, hostería, spa y áreas sociales) |
|-----------------------------|--|-----------------------|--------------------------------------|--|--|

### Restaurante

|                        |   |   |   |                                  |                        |                              |
|------------------------|---|---|---|----------------------------------|------------------------|------------------------------|
| Recepción de MP        | Hacer Limpieza                                  | Hacer Mise en place                                   | Revisar el menú del día                   | Revisar el listado de comensales | Preparar la comida     | Servir a la hora establecida |
| Limpiar el restaurante | Repetir el mismo procedimiento en las 3 comidas | Después de la cena, se hace la lista de MP utilizada. | Se elabora el menú para el día siguiente. | Hacer limpieza general           | Cerrar el restaurante. |                              |

### Hostería

|                 |                                     |                                |          |  |           |                 |
|-----------------|-------------------------------------|--------------------------------|----------|--|-----------|-----------------|
| Recepción de MP | Revisar el registro de habitaciones | Hacer limpieza de habitaciones | Check in | Revisar habitación previo al check out | Check out | Llenar encuesta |
|-----------------|-------------------------------------|--------------------------------|----------|--|-----------|-----------------|

### Spa

|                 |                |                                     |                                     |                           |                            |                              |                   |               |
|-----------------|----------------|-------------------------------------|-------------------------------------|---------------------------|----------------------------|------------------------------|-------------------|---------------|
| Recepción de MP | Hacer limpieza | Revisar el listado de citas del día | Preparar maquinas, aceites y cremas | Realizar los tratamientos | Registrar las nuevas citas | Realizar el inventario de MP | Hacer la limpieza | Cerrar el spa |
|-----------------|----------------|-------------------------------------|-------------------------------------|---------------------------|----------------------------|------------------------------|-------------------|---------------|

### Áreas Sociales

|                 |                            |                            |                                   |                         |  |                                   |
|-----------------|----------------------------|----------------------------|-----------------------------------|-------------------------|--|-----------------------------------|
| Recepción de MP | Limpieza de áreas internas | Limpieza de áreas externas | Hacer el reporte de mantenimiento | Hacer limpieza nocturna | Hacer el reporte de mantenimiento nocturno | Hacer el registro de MP utilizada |
|-----------------|----------------------------|----------------------------|-----------------------------------|-------------------------|--|-----------------------------------|

## Perfil y manual de funciones de empleados

- **Administrador Planear:** Incluye definir metas, establecer estrategias y desarrollar planes para coordinar actividades.
- **Organizar:** Determinar qué actividades deben realizarse, con quien se cuenta para realizarlas, como se van a agrupar las actividades, quien va a informar a quien y que decisiones tienen que tomarse.
- **Dirigir:** Incluye motivar a empleados, dirigir a otros, seleccionar los canales de comunicación más efectivos y resolver conflictos.
- **Controlar:** Seguimiento de las actividades para asegurarse de que se están cumpliendo como planearon y corregir cualquier desviación significativa.



### OBJETIVO DEL PUESTO:

Realizar la limpieza y acomodo de las habitaciones del Centro, garantizando la calidad en el cumplimiento de sus servicios. Asimismo, enviar la ropa sucia a la lavandería. En caso que se requiera deberá colaborar con las funciones de limpieza del resto del Centro.

### ▪ PROCESOS A CARGO:

Limpieza de habitaciones e instalaciones

### ▪ FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES:

#### Limpieza de habitaciones e instalaciones:

Realizar las siguientes acciones como parte de sus funciones:

- Tocar a la puerta antes de entrar
- Dejar la puerta abierta
- Dejar el aviso de "camarera en servicio" en la perilla exterior de la puerta de entrada para informar de su presencia
- Abrir ventanas y puertas de balcones para una mejor ventilación de la habitación

## Centro de Bienestar "Balsapamba"

- Verificar que la habitación no tenga ningún daño (muebles quemados, cortinas rotas, vidrios rotos, etc.)
- Colgar la ropa del huésped en el closet, ordenar y acomodar revistas o libros, etc.
- Sacar la basura del cuarto y del baño al carrito y cambiarle la bolsa plástica al basurero si estuviera sucia.
- Despolvar la habitación y sus muebles.
- Tender las camas, en caso de que las sábanas estén muy sucias o en mal estado, cambiarlas. Siguiendo la política del hotel.
- Limpiar mesas de noche, escritorio, cuadros, lámparas y teléfono de la habitación.
- Limpiar y sacudir el closet y verificar el número de ganchos.
- Barrer y limpiar el piso.
- Verificar el funcionamiento de luces y lámparas.
- Regar y verificar que las plantas de la habitación se encuentre en buen estado.
- Limpiar la puerta exterior y asegurarse de cerrarla perfectamente.
- Anotar en su reporte el estado de la habitación (vacío y limpio, ocupado, etc)

Limpieza del baño, lo que implica:

- Probar la ducha.
- Limpiar puerta de vidrio de ducha.
- Limpiar y secar las manijas de control de la ducha
- Limpiar espejos.
- Limpiar el lavamanos y las manijas del mismo.
- Colocar todos los suministros (papel, jabón, toallas, amenities, etc.).
- Limpiar el piso del baño.
- Colocar la alfombra del baño.
- Apagar luces del baño.

Realizar otras actividades tales como:

## Centro de Bienestar "Balsapamba"

- Revisar su carrito para renovarlo de lo necesario
- Enviar la ropa sucia a la lavandería
- Limpieza de baños en áreas públicas
- Limpieza de las demás áreas del Centro, según programación de actividades

### ▪ Jefe de Recepción

|                       |                          |
|-----------------------|--------------------------|
| <b>MAPA FUNCIONAL</b> | <b>Jefe de Recepción</b> |
|-----------------------|--------------------------|

Propósito clave: Gestionar y supervisar las actividades del área de Recepción para prestar un servicio de calidad conforme procedimientos del Establecimiento.

| <b>UNIDAD DE COMPETENCIA</b>   | <b>ELEMENTOS DE COMPETENCIA</b>   |
|--|---|
| <b>1. Programar las actividades del área de acuerdo a la información disponible según procedimientos del establecimiento.</b>                | 1.1 Distribuir y asignar funciones al personal de recepción teniendo en cuenta los pronósticos de ocupación y Movimientos de huéspedes individuales y grupales.<br>1.2 Articular el trabajo del sector con los demás departamentos del hotel considerando los requerimientos de atención Continua al huésped.   |
| <b>2. Capacitar y supervisar al personal del área basándose en la programación preestablecida, según procedimientos del establecimiento.</b> | 2.1 Asistir al departamento de RR.HH. y/o a la gerencia del hotel en la organización, toma de personal y reasignación de Funciones relativas al área de Recepción.<br>2.2. Capacitar al personal a su cargo en aspectos operativos del área de Recepción, atención al cliente y normas de seguridad, según procedimientos del establecimiento.<br>2.3 Supervisar el desempeño del personal a su cargo, según procedimientos del establecimiento<br>2.4 Supervisar las acciones del personal |

|   |   |
|---|---|
|   | a su cargo relativo a la atención del cliente, considerando el cumplimiento de los procedimientos y las reglas de cortesía.   |
| <b>3. Organizar y supervisar las acciones de registro y cumplimentación de procesos administrativos, de acuerdo a los procedimientos del establecimiento.</b> | 3.1 Autorizar bloqueos, prolongación de estadías, salidas tardías y cortesías a los huéspedes considerando los procedimientos del establecimiento.<br>3.2 Controlar que se efectúen los créditos y débitos en las cuentas de los huéspedes, basándose en lo dispuesto por la administración y/o gerencia. |

- **Recepcionista**

El recepcionista cumplirá dentro de sus funciones una serie de actividades, entre las cuales se detallan las principales:

**Registro de huéspedes**

-Individuales

-grupo

**Cambios**

-Habitación

-Renta o tarifa

-registro

**Salida de huéspedes**

**Atención a huéspedes**

**Elaboración y verificación de reportes**

### **Objetivos**

-Que el recepcionista conozca el procedimiento de rutina para registrar a los huéspedes del hotel, ya sea que lleguen en grupo o individualmente.

-Que el recepcionista conozca el manejo de la papelería que debe utilizar para el registro de huéspedes en los diferentes casos.

### ▪ **Entrenador Personal de Gimnasio**

Certificado de cursos realizados que avalen su condición.

- Conocimientos generales del funcionamiento del cuerpo humano tanto física como psicológicamente.

-Experiencia en la realización de ejercicios en las diferentes áreas que componen una adecuada programación del entrenamiento.

- Es muy importante que El personal trainer use sistemas de evaluaciones para determinar el estado actual de condición física de cada individuo además de servir estas para el diagnóstico y planificación de la cantidad e intensidad adecuada de ejercicio. Las evaluaciones deben realizarse periódicamente a fin de tener datos precisos sobre la evolución y arribar más rápido a los objetivos propuestos.

-El Personal Trainer posee la cualidad para detectar el potencial y los límites de cada individuo, sacando siempre de este lo mejor, evitando así, largas y penosas horas invertidas en ejercicios infructuosos, cremas, aparatos y pastillas milagrosas.

- Predica con su propio ejemplo. Entrenando el mismo, llevando una vida acorde con lo que transmite a sus clientes y además se capacita constantemente en la búsqueda de nuevas tendencias.

### ▪ **Personal de Terapeutas Spa**

Son los profesionales que aplican las hidroterapias y todos los tratamientos estéticos asociados. Se emplean en los spas de acuerdo a su

## Centro de Bienestar "Balsapamba"

formación profesional y experiencia. También es frecuente que se disponga de personas que sólo se ocupan de las diferentes técnicas de masaje que ofrece el spa, u otras especializadas en técnicas o terapias determinadas (reiki, yoga, etc.). Las funciones y responsabilidades de un terapeuta spa son:

- Aplicar técnicas hidrotermales (tinas, chorros, duchas, etc.) según los estándares establecidos.
- Realizar exfoliaciones y aplicar envolturas de algas, fangos, etcétera.
- Realizar el diagnóstico estético.
- Realizar tratamientos faciales y corporales según los estándares de calidad establecidos.
- Realizar el asesoramiento y la venta de productos de uso personal.
- Mantener y asegurar la higiene de las instalaciones y equipos según los estándares establecidos.
- Los terapeutas spa deben tener una imagen pulcra, conducirse con responsabilidad, entusiasmo y flexibilidad. Además, deben contar con grandes habilidades comunicativas y relacionales.

### ▪ Supervisor de Cocina

| ¿Qué hace?  | ¿Cómo lo hace?   |
|---|--|
| Planificar y organizar el trabajo en la cocina estableciendo los procedimientos y normas específicos del establecimiento. | -Llevando a cabo la planificación de la dotación de cocina necesaria para el establecimiento donde desarrolla su actividad.<br>-Realizando los turnos y cuadros de horarios para el personal de cocina, distribuyendo el trabajo por partidas o teniendo en cuenta otras |

|   |   |
|---|---|
|   | <p>circunstancias.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Gestionando todo lo relativo a materiales, herramientas e instalaciones propios de su área de trabajo.</li> </ul>  |
| <p>Desarrollar todas las tareas necesarias para la preparación y previsión del servicio de cocina</p>     | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Realizando las tareas de la pre apertura en 5cuanto a la disposición y revisión de géneros, materias primas, preparaciones básicas, determinación de cantidades, etc.</li> <li>-Llevando a cabo la recepción de pedidos y su verificación cuantitativa y cualitativa.</li> </ul>  |
| <p>Preparar, organizar y desarrollar los trabajos para la prestación del servicio de comidas.</p>         | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Gestionando la coordinación de las tareas con el comedor y controlando las distintas fases del proceso de preparación y servicio.</li> <li>-Supervisando y estableciendo las normas para la salida de platos de la cocina al comedor.</li> <li>-Elaborando los platos de difícil preparación o especialidades durante el servicio.</li> </ul> |
| <p>Elaborar menús, buffet y otras ofertas culinarias para banquetes y eventos de distinta naturaleza.</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Haciendo las previsiones de materiales y dotaciones necesarios para el desarrollo del servicio.</li> <li>-Diseñando la oferta culinaria para el banquete y gestionando la preparación de platos para el servicio.</li> <li>-Gestionando el montaje de los distintos tipos de buffet y estableciendo las normas para su Desarrollo.</li> </ul> |



▪ **Cocinero Polivalente**

**Ayudante de cocina**

Ejecuta los trabajos sencillos de apoyo a su jefe inmediato y estará capacitado para finalizar determinadas tareas:

- Poner a punto fogones, planchas
- Cuidar el orden, colocación y limpieza de los utensilios
- Despejar las mesas de trabajo de restos y herramientas
- Facilitar sin entorpecer la labor del jefe de partida o del cocinero
- Guardar géneros crudos o cocinados en sus respectivos lugares y recipientes
- Retirar del economato los géneros que mencionan los vales de la partida para la que trabaja

**Pinche de cocina**

Es el encargado de la limpieza general de las instalaciones de la cocina, además debe realizar trabajos sencillos como:

- Pelado de patatas y otras hortalizas
- Encendido previo de fogones, hornos,...
- Lavado de géneros como pescado y verduras
- Tratado en crudo de tubérculos y legumbres
- Recogida de los pedidos a mercado y reparto del mismo por las diferentes partidas

## Centro de Bienestar "Balsapamba"

- Limpieza, vaciado y escamado del pescado, antes de llevarlo al cuarto frío
- Pelado de hortalizas: patatas, cebollas, zanahorias, ajo; picado de ajo y perejil... para tener siempre una provisión dispuesta.
- Se encarga de llenar de sal, pimienta, especias, aceites, vinagre, las cajas y botellas reservadas para este uso y que están colocadas en la mesa de la cocción al alcance de la mano de los jefes de partida
- Lleva al marmitón las cacerolas a medida que se van ensuciando. Este último las friega y las coloca en el escurrido. El pinche de cocina las seca, las coloca en el carretón y las lleva a la cocina, donde las cuelga en sus sitios respectivos.
- Todas las mañanas el pinche de cocina tiene la obligación de cambiar la ropa de cocina, delantales, paños, etc
- Después de cada servicio friega con agua caliente y seca las mesas de la cocina, conservando las paredes de azulejos y los pisos en un estado de perfecta limpieza

### **Política de Calidad**

Garantizar el compromiso con nuestros visitantes de ofrecerles nuestra entera disposición y elevar constantemente la calidad de nuestros servicios, para así satisfacer y superar las expectativas de nuestros visitantes.

### **Compromiso de preservación**

Garantizar a todos los actores que participan con nuestra actividad, que nuestro compromiso de mejora continua va ligado con el respeto al entorno, preservando los recursos naturales al máximo para compartirlos con las generaciones venideras.

## **Vanguardia**

Invertir tiempo y recursos constantemente para adoptar procedimientos, personal y nuevas tecnologías, que contribuyan eficientemente a la mejora de los servicios del "Centro de Bienestar Balsapamba".

## **Normas de higiene**

La higiene laboral es el conjunto de normas y procedimientos tendientes a la protección de la integridad física y mental del trabajador, protegiéndolo de los riesgos relacionados con las tareas a su cargo y al ambiente físico donde se ejecutan.

Está relacionada con el diagnóstico y la prevención de enfermedades ocupacionales, a partir del estudio y control de dos variables:

1. El hombre.
2. Su ambiente de trabajo.

Es decir, que posee un carácter meramente preventivo ya que se dirige a la salud y a la comodidad del trabajador, evitando que éste se enferme o se ausente, de manera provisional o definitiva de su trabajo.

Conforma asimismo, un conjunto de conocimientos y técnicas dedicados a reconocer, evaluar y controlar aquellos factores del ambiente, psicológicos o tensionales, que provienen del trabajo y pueden causar enfermedades o deteriorar la salud.

Entre sus objetivos se destacan:

- eliminar las causas de las enfermedades profesionales.
- reducir los efectos perjudiciales provocados por el trabajo en personas enfermas o portadoras de defectos físicos.
- prevenir el empeoramiento de enfermedades y/o lesiones.
- mantener la salud de los trabajadores.
- aumentar la productividad por medio del control del ambiente de trabajo.

Por lo tanto, con el uso de esta disciplina, se busca conservar y mejorar la salud de los trabajadores en relación con la labor que realicen y ésta, se halla profundamente influenciada por tres grupos de condiciones:

1. Condiciones ambientales de trabajo: son las circunstancias físicas que resguardan al trabajador en cuanto ocupa un cargo dentro de la Organización. Es el ambiente físico que rodea al trabajador mientras desempeña su cargo.
2. Condiciones de tiempo: duración de la jornada de trabajo, horas extra, períodos de descanso, etc.
3. Condiciones sociales: son las que tienen que ver con el ambiente o clima laboral (organización informal, status, etc.).

### **Tratamiento de residuos**

#### **Tratamiento de los materiales orgánicos.**

Los materiales orgánicos se someten a dos clases de procesos:

- Proceso anaerobio. Biometanización.
- Proceso aerobio. Compostaje.

El primero, denominado también digestión anaerobia, es un proceso biológico acelerado artificialmente, que tiene lugar en condiciones muy pobres de oxígeno o en su ausencia total, sobre substratos orgánicos. Como resultado se obtiene una mezcla de gases formada por un 99% de metano y dióxido de carbono y un 1% de amoníaco y ácido sulfhídrico. El gas combustible, metano, permite obtener energía.

El compostaje es la transformación biológica de la materia orgánica en productos húmicos conocidos como compost y que se emplean como fertilizante. Se realiza en presencia de oxígeno y en condiciones de humedad, PH y temperatura controladas.

El compost se puede obtener a partir de dos tipos de materiales:

## Centro de Bienestar "Balsapamba"

- Residuos domésticos.
- Residuos de jardín.

En el primer caso es preciso haber separado previamente la materia orgánica para que no presente ninguna clase de impurezas ni lleve restos de medicinas, sustancias tóxicas, etc.

En primer lugar se procede a su molido y después se dispone en hileras de dos metros y medio a cielo abierto. Los montones son volteados periódicamente con el fin de facilitar la oxigenación y evitar su fermentación anaerobia. El volteo llega a hacerse hasta dos veces por semana mientras la temperatura se mantiene alrededor de 55°C y el grado de humedad de la hilera es de entre el 50% y el 60%.

A partir del tercer volteo la temperatura se mantiene en los 25°C indicando que ya ha finalizado la fermentación. Esto ocurre transcurridas tres o cuatro semanas.

Después se deja otro periodo equivalente para que se cure para luego proceder a su afino, para retirar cualquier clase de resto (partículas metálicas, trozos de vidrio, etc.) que pudiera haber quedado.

Existen otras variantes a cielo abierto como la pila estática aireada. Por último se han desarrollado sistemas a cubierto con el fin de optimizar el proceso y sobre todo evitar malos olores.

La otra fuente de obtención de compost son los residuos de jardín.

### **Tratamiento de los plásticos.**

Los envases de plástico pueden someterse a tres tipos de procesos.

1. Reciclado mecánico.
2. Reciclado químico.

### 3. Valorización energética.

El primero consiste en trocear el material para introducirlo posteriormente en una máquina extrusora-graneadora para moldearse después por los métodos tradicionales. Solamente puede aplicarse a los termoplásticos, que son aquellos que funden por la acción de la temperatura. Presenta dos problemas fundamentalmente. El primero es que el plástico ya utilizado pierde parte de sus propiedades lo que obliga a emplearlos en la fabricación de otro tipo de productos con menos exigencias. El segundo es la dificultad para separar los distintos tipos de plásticos. Para ello se han desarrollado diversos sistemas.

El segundo, reciclado químico se utiliza cuando el plástico está muy degradado o es imposible aislarlo de la mezcla en que se encuentra. Se define como la reacción reversible de la polimerización hacia la recuperación de las materias primas. Según el tipo de polímeros se distinguen dos clases de procesos:

#### 1. Polímeros de adición. Por dos procedimientos diferentes :

- Vía térmica. Se usan los siguientes sistemas :
  - Pirólisis.
  - Gasificación.
  - Cracking.
- Vía catalítica. Con los siguientes :
  - Hidrogenación.
  - Hidrocracking.
  - Cracking.

#### 2. Polímeros de condensación. Se aplican los siguientes :

- Hidrólisis.
- Metanólisis.
- Glicólisis.
- Otros.

Por último la valorización energética es un tratamiento adecuado para plásticos muy degradados. Es una variante de la incineración en la que la energía asociada con el

proceso de combustión es recuperada para generar energía. Las plantas en las que se realiza se asemejan a una central térmica pero difieren en el combustible que en este caso son residuos plásticos.

### **Tratamiento del vidrio.**

Los envases de vidrio se pueden reciclar sin que el material pierda ninguna de sus propiedades. Una vez recogidos son triturados formando un polvo grueso denominado calcín, que sometido a altas temperaturas en un horno, se funde para ser moldeado nuevamente en forma de botellas, frascos, tarros, etc. que tienen exactamente las mismas cualidades que los objetos de que proceden. El proceso supone un ahorro de materias primas y de energía muy considerable.

### **Tratamiento del papel y cartón.**

Consiste en la recuperación de las fibras de celulosa mediante separación en soluciones acuosas a las que se incorporan sustancias tensioactivas con el fin de eliminar la tinta. La tinta queda en la superficie del baño y se puede separar con facilidad.

Una vez retirada la tinta, se somete la suspensión de las fibras a un secado sobre una superficie plana, para recuperarlas. Después se las hace pasar por unos rodillos que las aplanan y compactan, saliendo finalmente la lámina de papel reciclado.

### **Otros residuos.**

Los neumáticos pueden sufrir diferentes procesos:

- Recauchutado. Con lo que puede volver a utilizarse. Consiste en volver a realizar el dibujo gastado.
- Corte. Para que mediante un fundido a presión se puedan fabricar felpudos, zapatillas, etc. Trituración. Con dos variantes:
  - Trituración a temperatura ambiente.

- Trituración criogénica.  
Ésta última utiliza bajas temperaturas por debajo de su temperatura de transición vítrea convirtiéndolo en un material frágil y quebradizo. Se obtiene así un grano fino y homogéneo.
- Triturado se emplea en :
  - Como caucho asfáltico. Mejora el drenaje de la capa asfáltica así como prolonga la duración del pavimento y reduce su fragilidad.
  - Como hormigón de asfalto modificado.
  - Como combustible en grano. El caucho compuesto por un 83% de carbono en peso tiene una capacidad calorífica de 35MJ/kg. La combustión debe estar muy controlada porque los neumáticos contienen azufre.
  - Pirólisis.
  - Utilización en el compostaje de fangos. El neumático triturado se utiliza para favorecer la oxigenación y el compostaje.

Las pilas presentan diversos grados de potencial contaminante. Según su composición y tipo tendrán como destino el reciclado o el depósito controlado en un depósito de seguridad.

Son reciclables las pilas botón de óxido de mercurio, óxido de plata y las de níquel-cadmio. El mercurio se recupera mediante un proceso de destilación.

Los aceites de automoción usados son residuos peligrosos. Contienen productos de la degradación de los aditivos que se les añaden como fenoles, compuestos de cloro, hidrocarburos polinucleares aromáticos clorados (PCB), compuestos de plomo, etc. Son procesados por destilación que permiten obtener nuevamente aceites de una calidad comparable a los obtenidos del crudo petrolífero.

Por último los residuos voluminosos como muebles, electrodomésticos son recuperados por particulares y asociaciones que los reparan y revenden o utilizan. Hay que hacer la salvedad de que ciertos electrodomésticos de línea blanca como



frigoríficos deben tratarse para su desguace por personal especializado por contener CFC, PCB, etc. Igualmente el material electrónico debe ser tratado de forma especial para evitar que dañe el medio ambiente.

## **Provisión de agua**

### **Cañerías de provisión de agua**

Se denomina presión a la acción de una fuerza sobre la unidad de superficie, y se mide en kg/m<sup>2</sup>.

Las presiones pueden expresarse por el peso de una columna de mercurio en lugar de agua, para hacer la lectura más fácil. El mercurio pesa 13,6 veces más que el agua:

$$1 \text{ m ca} = 1/13,6 = 73 \text{ mm Hg}$$

$$\text{La presión atmosférica a nivel del mar} = 1,033 \text{ kg/cm}^2$$

$$1,033 \text{ kg/cm}^2 = 10,33 \text{ m ca} = 760 \text{ mm Hg}$$

### **Presión hidrostática o de posición:**

Está determinada por la diferencia de nivel entre la posición del plano considerado, con respecto a otro que se toma como referencia, multiplicado por el peso específico del líquido.

En el caso de fluidos que se desplazan en cañerías o conductos aparecen 2 tipos de presiones:

- Presión estática: si en una cañería se introduce un tubo de diámetro pequeño, el líquido asciende. Si la dirección de circulación es paralela a la sección del tubo en contacto con ella, se está midiendo la presión estática.
- Presión dinámica: si la dirección de circulación del fluido es perpendicular a la

Centro de Bienestar "Balsapamba"

sección del tubo, la presión que se mide es la presión hidrodinámica o presión total del fluido.

### **Fluido ideal:**

Es aquel que toma cualquier forma sin ofrecer ninguna resistencia.

Para un fluido ideal que se escurre por un conducto, se comprueba que la suma de presiones medidas en altura es constante.

### **Gasto y caudal:**

Caudal es la cantidad de fluido que pasa a través de una sección en la unidad de tiempo, medido en volumen. El caudal que circula es igual a la velocidad media de circulación, por la sección de conducto que atraviesa el fluido.

Si en vez de medir la cantidad que circula en volumen se lo establece en peso se lo puede definir como gasto.

En la realidad los fluidos al desplazarse ofrecen 2 tipos de resistencia:

- Frotamiento del fluido con las paredes de la canalización.
- Frotamiento interno entre las partículas del mismo fluido o viscosidad.

### **Almacenaje de productos alimenticios**

El almacenamiento adecuado de los alimentos es un punto de control muy importante para evitar la contaminación y multiplicación de los microorganismos en los alimentos.

## Centro de Bienestar "Balsapamba"

El manipulador de alimentos debe ser entrenado en este punto.

Las buenas prácticas de almacenamiento ayudará a lograr calidad y seguridad de los alimentos producidos y como relación directa encontramos que nos ayuda a realizar un mejor control de costos.

Una vez que ya se ha realizado una correcta recepción de los alimentos debemos almacenarlos y por consiguiente detallo a continuación los principios generales a seguir a la hora de almacenar:

### Organizador de alimentos



### **ROTULADO:**

Se deben etiquetar con su correcta identificación todos los productos que se almacenen sean alimentos o no, detallando también la fecha de recepción y la del vencimiento. En el mercado existen varias empresas que venden etiquetas que se pueden aplicar en la señalización de recipientes reutilizables de vidrio, acero o plástico donde desaparece con el lavado. Son verdaderamente muy prácticas y ayudan a mantener en condiciones de higiene los envases.

### **UBICACIÓN:**

Se debe ubicar en el área designada para cada clase de producto, colocándolo siempre detrás del de la misma especie y el cual ya estaba almacenado, respetando la regla PEPS, primero que entra primero que sale.

### **ENVASES:**

Los productos que se van a conservar en su envase original deben ser almacenados manteniendo las envolturas o envases limpios y en buen estado. En caso de roturas deben ser inmediatamente removidos de su envase original y envasados en recipientes aprobados para alimentos que estén limpios y desinfectados.

Está prohibido utilizar envases de segundo uso, como por ejemplo utilizar bidones de lavandina para guardar leche. Los envases deben estar aprobados para la conservación de alimentos. Existen hoy en día en el mercado numerosas opciones para los diferentes tipos de productos, diferentes temperaturas (recordemos que existen plásticos que debajo de ciertas temperaturas se vuelven rígidos y se quiebran y que a sí mismo por encima de cierta temperatura no resisten. Se debe estudiar la incidencia de los materiales para con el alimento, no se debe guardar ningún alimento en envases de aluminio, ya que luego de un lapso el aluminio se traspassa a los alimentos.

### **ÁREAS:**

Consisten en tres áreas principalmente:

1. En refrigeración, para mantener alimentos perecederos y potencialmente peligrosos a corto plazo.
2. En congelación, para mantener alimentos potencialmente peligrosos a largo plazo.
3. En seco, a) Almacenamiento a largo plazo de alimentos no perecederos b) De residuos c) De productos no comestibles.

No deben almacenarse alimentos en el suelo, a 15 cm. del mismo como mínimo, aunque a 25 cm, es más práctico para efectuar una efectiva limpieza.

Centro de Bienestar "Balsapamba"

No deben almacenarse productos no alimenticios en las áreas designadas para el almacenamiento de alimentos.

#### **-EQUIPOS, ÁREAS Y TRANSPORTES**

Se debe efectuar el control permanente del funcionamiento y la T° de todos los equipos y lugares de almacenamiento.

El mantenimiento de todas las áreas de almacenamiento y transporte deben estar secos y limpios.

#### **Almacenaje y manipulación de basura**

En una cocina doméstica se genera por lo general un kilogramo de basura en un día, mientras que en una cocina industrial o comercial esta cifra es más elevada y depende del tipo de negocio y del volumen de trabajo.

Los empaques de vidrio y de cartón constituyen la mayor parte de la basura que produce una cocina, seguidos por los desechos orgánicos como papel de limpieza y residuos de materias primas.

Cuando se combinan este tipo de residuos en un solo contenedor se genera un ambiente propicio para la aparición de plagas y bacterias, en el que además encuentran todos los nutrientes y las condiciones para su desarrollo y reproducción.

Un control adecuado y la implementación de un sistema de reciclaje de basuras aparecen como el método más eficaz para gestionar la manipulación de los residuos, ya que sin supervisión podría convertirse en un verdadero problema en cuestiones de higiene, salubridad y manejo ambiental.

#### **Lo residuos orgánicos**

Los residuos orgánicos constituyen en ocasiones el 40% del total de basuras y desperdicios en una cocina. Como estos residuos no se tratan ni se manipulan, están sometidos a un desgaste mayor.

## Centro de Bienestar "Balsapamba"

La temperatura ambiente y la exposición al medio natural hacen que proliferen 10 millones de tipos de bacterias por cada gramo de materia orgánica, lo que constituye un riesgo a prevenir.

Estos microorganismos pueden ser generalmente patógenos y pueden transmitirse por la acción del aire o pueden ser transportados por los insectos hacia las zonas de manipulación de alimentos.

### **Los insectos**

Los insectos encuentran en las basuras no separadas y controladas el hábitat ideal para su reproducción y crecimiento. Los insectos más frecuentes en una cocina son: Cucarachas: aparecen durante la noche y tienen una asombrosa capacidad e adaptación al medio. Proliferan en lugares húmedos, sin luz y cerca de una fuente de calor. Para erradicarlas basta con fumigar con un insecticida casero debajo del fregadero, y no dejar restos de alimentos en la cocina.

**Moscas:** Tirar la basura diariamente y limpiar la cocina con regularidad eliminará o reducirá considerablemente su presencia. Se alimentan de líquidos o de alimentos solubles.

**Hormigas:** Para erradicarlas basta con seguir su trayectoria en sentido inverso hasta llegar al nido. Cerrar el agujero de salida puede ser una medida suficiente para acabar con ellas, aunque existen en el mercado insecticidas apropiados para combatir esta plaga. Se alimentan de azúcar, miel, queso, pan, carnes y grasas.

### **Transporte**

Este vehículo cumplirá la tarea de realizar todas las compras de suministro necesario para cada área del Centro de Bienestar Balsapamba.



### **Van N300 Cargo**

#### ***Diseño***

En su moderno diseño destaca la grilla frontal y el emblema dorado de la marca, así como su parachoques delantero del color de la carrocería.

Su funcionalidad está dada por las 2 puertas laterales deslizables y puerta trasera, lo que permite un fácil acceso al compartimento de carga. Cuenta con un amplio espacio de carga volumétrica de 3,6 metros cúbicos.

#### ***Motor***

La Van N300 Max posee un potente motor a gasolina de 1.2 litros DOHC, de 16 válvulas con inyección MPFI, que cumple con las normas de emisiones Euro IV. Este motor le permite alcanzar 81 hp @ 5.300 rpm y un torque neto de 108 Nm @ 4.000 rpm.

#### ***Seguridad***

En materia de seguridad la Chevrolet N300 Max tiene cinturones de seguridad de tres puntas, apoyacabezas delanteros ajustables en altura, tercera luz de freno y seguro de niños en puertas traseras.

---

## **CAPITULO 7: PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO**

---

13.

14.

15.

16.

17.

18.

19.

20.

- **Inversión requerida y detalles de la utilización de la inversión**
  - **Inversión inicial**
  - **Cuadro de Amortización**
  - **Balance Inicial**
  - **Cuadro de Depreciaciones**
  - **Cuadro de precios**
  - **Cuadro de Remuneraciones**
  - **Presupuesto de Ventas**
  - **Presupuesto de Gastos Generales**
- **Estados Financieros Proyectados**
  - **Estado de Resultados**
  - **Flujo de Caja**
  - **Balance General**



## PLAN FINANCIERO

### Inversión inicial

| <b>Construcción:</b>      |               |               |
|---------------------------|---------------|---------------|
| cabañas                   | \$ 126.269,68 | 20 hab        |
| recepción                 | \$ 27.227,42  |               |
| restaurant                | \$ 49.721,26  |               |
| áreas sociales            | \$ 38.576,22  |               |
| total edificio            |               | \$ 241.794,58 |
| <b>Equipamiento:</b>      |               |               |
| equipos                   | \$ 58.000,00  |               |
| muebles                   | \$ 54.500,00  |               |
| vehículo                  | \$ 14.000,00  |               |
| terreno                   |               |               |
| <b>Capital de trabajo</b> |               | \$ 33.254,72  |
| dinero para insumos       | \$ 5.000,00   |               |
| sueldos x 2 meses         | \$ 27.054,72  |               |
| gastos de constitución    | \$ 1.200,00   |               |
| <b>INVERSION INICIAL</b>  | \$ 401.549,30 | \$ 401.549,30 |

**Cuadro de amortización**

**CALCULO DE LA AMORTIZACION DEL PRESTAMO**

|                          |                      |                |               |
|--------------------------|----------------------|----------------|---------------|
| Inversión Inicial        | \$ 401.549,30        |                |               |
| <b>MONTO DEL CRÉDITO</b> | <b>\$ 281.084,51</b> | Capital Propio | \$ 120.464,79 |
| TASA INTERES ANUAL       | 9%                   |                |               |
| PLAZO EN MESES           | 60                   |                |               |
| <b>CUOTA MENSUAL</b>     | <b>\$ 5.834,85</b>   |                |               |

**CUADRO DE AMORTIZACIÓN DEL PRESTAMO (CRÉDITO CFN)**

| PERIODO | VALOR PRINCIPAL | PAGO PRINCIPAL | PAGO INTERÉS | CUOTA MENSUAL | SALDO PRINCIPAL |
|---------|-----------------|----------------|--------------|---------------|-----------------|
| 1       | 281.084,51      | \$ 3.726,72    | \$ 2.108,13  | \$ 5.834,85   | 277.357,79      |
| 2       | 277.357,79      | \$ 3.754,67    | \$ 2.080,18  | \$ 5.834,85   | 273.603,13      |
| 3       | 273.603,13      | \$ 3.782,83    | \$ 2.052,02  | \$ 5.834,85   | 269.820,30      |
| 4       | 269.820,30      | \$ 3.811,20    | \$ 2.023,65  | \$ 5.834,85   | 266.009,10      |
| 5       | 266.009,10      | \$ 3.839,78    | \$ 1.995,07  | \$ 5.834,85   | 262.169,31      |
| 6       | 262.169,31      | \$ 3.868,58    | \$ 1.966,27  | \$ 5.834,85   | 258.300,73      |
| 7       | 258.300,73      | \$ 3.897,60    | \$ 1.937,26  | \$ 5.834,85   | 254.403,13      |
| 8       | 254.403,13      | \$ 3.926,83    | \$ 1.908,02  | \$ 5.834,85   | 250.476,31      |
| 9       | 250.476,31      | \$ 3.956,28    | \$ 1.878,57  | \$ 5.834,85   | 246.520,03      |
| 10      | 246.520,03      | \$ 3.985,95    | \$ 1.848,90  | \$ 5.834,85   | 242.534,07      |
| 11      | 242.534,07      | \$ 4.015,85    | \$ 1.819,01  | \$ 5.834,85   | 238.518,23      |
| 12      | 238.518,23      | \$ 4.045,97    | \$ 1.788,89  | \$ 5.834,85   | 234.472,26      |
| 13      | 234.472,26      | \$ 4.076,31    | \$ 1.758,54  | \$ 5.834,85   | 230.395,95      |
| 14      | 230.395,95      | \$ 4.106,88    | \$ 1.727,97  | \$ 5.834,85   | 226.289,07      |
| 15      | 226.289,07      | \$ 4.137,68    | \$ 1.697,17  | \$ 5.834,85   | 222.151,38      |
| 16      | 222.151,38      | \$ 4.168,72    | \$ 1.666,14  | \$ 5.834,85   | 217.982,67      |
| 17      | 217.982,67      | \$ 4.199,98    | \$ 1.634,87  | \$ 5.834,85   | 213.782,69      |
| 18      | 213.782,69      | \$ 4.231,48    | \$ 1.603,37  | \$ 5.834,85   | 209.551,20      |
| 19      | 209.551,20      | \$ 4.263,22    | \$ 1.571,63  | \$ 5.834,85   | 205.287,99      |
| 20      | 205.287,99      | \$ 4.295,19    | \$ 1.539,66  | \$ 5.834,85   | 200.992,79      |
| 21      | 200.992,79      | \$ 4.327,41    | \$ 1.507,45  | \$ 5.834,85   | 196.665,39      |
| 22      | 196.665,39      | \$ 4.359,86    | \$ 1.474,99  | \$ 5.834,85   | 192.305,53      |
| 23      | 192.305,53      | \$ 4.392,56    | \$ 1.442,29  | \$ 5.834,85   | 187.912,96      |
| 24      | 187.912,96      | \$ 4.425,50    | \$ 1.409,35  | \$ 5.834,85   | 183.487,46      |
| 25      | 183.487,46      | \$ 4.458,70    | \$ 1.376,16  | \$ 5.834,85   | 179.028,76      |
| 26      | 179.028,76      | \$ 4.492,14    | \$ 1.342,72  | \$ 5.834,85   | 174.536,63      |
| 27      | 174.536,63      | \$ 4.525,83    | \$ 1.309,02  | \$ 5.834,85   | 170.010,80      |
| 28      | 170.010,80      | \$ 4.559,77    | \$ 1.275,08  | \$ 5.834,85   | 165.451,03      |
| 29      | 165.451,03      | \$ 4.593,97    | \$ 1.240,88  | \$ 5.834,85   | 160.857,06      |
| 30      | 160.857,06      | \$ 4.628,42    | \$ 1.206,43  | \$ 5.834,85   | 156.228,63      |
| 31      | 156.228,63      | \$ 4.663,14    | \$ 1.171,71  | \$ 5.834,85   | 151.565,50      |
| 32      | 151.565,50      | \$ 4.698,11    | \$ 1.136,74  | \$ 5.834,85   | 146.867,39      |
| 33      | 146.867,39      | \$ 4.733,35    | \$ 1.101,51  | \$ 5.834,85   | 142.134,04      |

Centro de Bienestar "Balsapamba"

|    |            |             |             |             |            |
|----|------------|-------------|-------------|-------------|------------|
| 34 | 142.134,04 | \$ 4.768,85 | \$ 1.066,01 | \$ 5.834,85 | 137.365,19 |
| 35 | 137.365,19 | \$ 4.804,61 | \$ 1.030,24 | \$ 5.834,85 | 132.560,58 |
| 36 | 132.560,58 | \$ 4.840,65 | \$ 994,20   | \$ 5.834,85 | 127.719,93 |
| 37 | 127.719,93 | \$ 4.876,95 | \$ 957,90   | \$ 5.834,85 | 122.842,98 |
| 38 | 122.842,98 | \$ 4.913,53 | \$ 921,32   | \$ 5.834,85 | 117.929,45 |
| 39 | 117.929,45 | \$ 4.950,38 | \$ 884,47   | \$ 5.834,85 | 112.979,07 |
| 40 | 112.979,07 | \$ 4.987,51 | \$ 847,34   | \$ 5.834,85 | 107.991,56 |
| 41 | 107.991,56 | \$ 5.024,92 | \$ 809,94   | \$ 5.834,85 | 102.966,64 |
| 42 | 102.966,64 | \$ 5.062,60 | \$ 772,25   | \$ 5.834,85 | 97.904,04  |
| 43 | 97.904,04  | \$ 5.100,57 | \$ 734,28   | \$ 5.834,85 | 92.803,47  |
| 44 | 92.803,47  | \$ 5.138,83 | \$ 696,03   | \$ 5.834,85 | 87.664,64  |
| 45 | 87.664,64  | \$ 5.177,37 | \$ 657,48   | \$ 5.834,85 | 82.487,28  |
| 46 | 82.487,28  | \$ 5.216,20 | \$ 618,65   | \$ 5.834,85 | 77.271,08  |
| 47 | 77.271,08  | \$ 5.255,32 | \$ 579,53   | \$ 5.834,85 | 72.015,76  |
| 48 | 72.015,76  | \$ 5.294,73 | \$ 540,12   | \$ 5.834,85 | 66.721,02  |
| 49 | 66.721,02  | \$ 5.334,44 | \$ 500,41   | \$ 5.834,85 | 61.386,58  |
| 50 | 61.386,58  | \$ 5.374,45 | \$ 460,40   | \$ 5.834,85 | 56.012,13  |
| 51 | 56.012,13  | \$ 5.414,76 | \$ 420,09   | \$ 5.834,85 | 50.597,37  |
| 52 | 50.597,37  | \$ 5.455,37 | \$ 379,48   | \$ 5.834,85 | 45.141,99  |
| 53 | 45.141,99  | \$ 5.496,29 | \$ 338,56   | \$ 5.834,85 | 39.645,71  |
| 54 | 39.645,71  | \$ 5.537,51 | \$ 297,34   | \$ 5.834,85 | 34.108,20  |
| 55 | 34.108,20  | \$ 5.579,04 | \$ 255,81   | \$ 5.834,85 | 28.529,16  |
| 56 | 28.529,16  | \$ 5.620,88 | \$ 213,97   | \$ 5.834,85 | 22.908,27  |
| 57 | 22.908,27  | \$ 5.663,04 | \$ 171,81   | \$ 5.834,85 | 17.245,23  |
| 58 | 17.245,23  | \$ 5.705,51 | \$ 129,34   | \$ 5.834,85 | 11.539,72  |
| 59 | 11.539,72  | \$ 5.748,30 | \$ 86,55    | \$ 5.834,85 | 5.791,42   |
| 60 | 5.791,42   | \$ 5.791,42 | \$ 43,44    | \$ 5.834,85 | 0,00       |
|    |            |             | 69.006,62   |             |            |

Centro de Bienestar "Balsapamba"

**Balance inicial**

| <b>ACTIVOS</b>            |                   | <b>PASIVOS</b>                   |                   |
|---------------------------|-------------------|----------------------------------|-------------------|
| <b>ACTIVOS CORRIENTES</b> |                   | <b>PASIVO LARGO PLAZO</b>        |                   |
|                           | \$                |                                  | \$                |
| CAJA                      | 32.054,72         | DOC. POR PAGAR                   | 281.084,51        |
| <b>ACTIVOS FIJOS</b>      |                   |                                  | \$                |
|                           | \$                | <b>TOTAL PASIVOS</b>             | <b>281.084,51</b> |
| VEHICULOS                 | 14.000,00         |                                  |                   |
|                           | \$                | <b>PATRIMONIO</b>                |                   |
| EQUIPOS DE OFICINA        | 58.000,00         |                                  | \$                |
|                           | \$                | CAPITAL                          | 120.464,79        |
| MUEBLES DE OFICINA        | 54.500,00         |                                  | \$                |
| EDIFICIOS E               | \$                | <b>TOTAL PATRIMONIO</b>          | <b>120.464,79</b> |
| INSTALACIONES             | 241.794,58        |                                  | -                 |
|                           |                   |                                  | -                 |
| <b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>  |                   |                                  | -                 |
|                           | \$                |                                  | -                 |
| GASTOS DE CONSTITUCION    | 1.200,00          |                                  | -                 |
|                           | \$                |                                  | \$                |
| <b>TOTAL ACTIVOS</b>      | <b>401.549,30</b> | <b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b> | <b>401.549,30</b> |

**CUADRO DE DEPRECIACION DE ACTIVOS**

|                      | VEHICULO  | MUEBLES DE OFICINA | EQ. DE OFICINA | EDIFICIO   |
|----------------------|-----------|--------------------|----------------|------------|
| VALOR DEL BIEN       | 14.000,00 | 54.500,00          | 58.000,00      | 241.794,58 |
| % VALOR RESIDUAL     | 10%       | 10%                | 10%            | 10%        |
| AÑOS DE VIDA UTIL    | 5         | 10                 | 10             | 20         |
| DEPRECIACION ANUAL   | 2.520,00  | 4.905,00           | 5.220,00       | 10.880,76  |
| DEPRECIACION MENSUAL | 210,00    | 408,75             | 435,00         | 906,73     |

ANUAL 10.125,00  
MENSUAL 843,75

**AMORTIZACION INTANGIBLES**

VALOR ACTIVOS INTANGIBLES 1.200,00  
AÑOS 5  
AMOTIZACION ANUAL 240  
AMORTIZACION MENSUAL 20,00

**Cuadro de Precios**

|                              | TARIFA X<br>2<br>PERSONAS | Y  | COSTO    |
|------------------------------|---------------------------|----|----------|
| Hospedaje (Incluye desayuno) | \$ 100,00                 |    | \$ 10,00 |
| Almuerzo                     | \$ 10,00                  |    | \$ 5,00  |
| Cena                         | \$ 10,00                  |    | \$ 5,00  |
| Spa                          | \$ 30,00                  | -- | \$ 10,00 |
|                              | \$ 150,00                 |    | \$ 30,00 |

### Cuadro de Remuneraciones

| Cargo                            | N° empleados | Sueldo básico mensual | Total de sueldo | Sueldo b. Anual | Decimo cuarto | Decimo tercer | Vacaciones | Fondo de reserva | Aporte patronal | Total                |
|----------------------------------|--------------|-----------------------|-----------------|-----------------|---------------|---------------|------------|------------------|-----------------|----------------------|
| Administrador                    | 1            | \$ 1.200,00           | \$ 1.200,00     | \$ 14.400,00    | \$ 293,15     | \$ 1.200,00   | \$ 600,00  | \$ 1.199,52      | \$ 1.605,60     | \$ 19.298,27         |
| Mucama Jefe de                   | 4            | \$ 300,00             | \$ 1.200,00     | \$ 14.400,00    | \$ 293,15     | \$ 300,00     | \$ 150,00  | \$ 299,88        | \$ 401,40       | \$ 20.177,72         |
| Recepción                        | 1            | \$ 550,00             | \$ 550,00       | \$ 6.600,00     | \$ 282,85     | \$ 550,00     | \$ 275,00  | \$ 549,78        | \$ 735,90       | \$ 8.993,53          |
| Recepción                        | 2            | \$ 400,00             | \$ 800,00       | \$ 9.600,00     | \$ 282,85     | \$ 400,00     | \$ 200,00  | \$ 399,84        | \$ 535,20       | \$ 13.235,78         |
| Gym                              | 3            | \$ 300,00             | \$ 900,00       | \$ 10.800,00    | \$ 282,85     | \$ 300,00     | \$ 150,00  | \$ 299,88        | \$ 401,40       | \$ 15.102,39         |
| Areas sociales                   | 3            | \$ 300,00             | \$ 900,00       | \$ 10.800,00    | \$ 271,92     | \$ 300,00     | \$ 150,00  | \$ 299,88        | \$ 401,40       | \$ 15.069,60         |
| Spa                              | 3            | \$ 400,00             | \$ 1.200,00     | \$ 14.400,00    | \$ 284,86     | \$ 400,00     | \$ 200,00  | \$ 399,84        | \$ 535,20       | \$ 19.859,70         |
| Sup. Cocina Cocinero polivalente | 1            | \$ 600,00             | \$ 600,00       | \$ 7.200,00     | \$ 287,47     | \$ 600,00     | \$ 300,00  | \$ 599,76        | \$ 802,80       | \$ 9.790,03          |
|                                  | 7            | \$ 350,00             | \$ 2.450,00     | \$ 29.400,00    | \$ 285,60     | \$ 350,00     | \$ 175,00  | \$ 349,86        | \$ 468,30       | \$ 40.801,32         |
| <b>Total</b>                     | <b>25</b>    |                       |                 |                 |               |               |            |                  |                 | <b>\$ 162.328,34</b> |

## Presupuesto de Gastos Generales

| DESCRIPCION                          | MES 1        | MES 2        | MES 3        | MES 4        | MES 5        | MES 6        | MES 7        | MES 8        | MES 9        | MES 10       | MES 11       | MES 12       | TOTAL         |
|--------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|
| <b>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>      |              |              |              |              |              |              |              |              |              |              |              |              | \$ 210.814,10 |
| Sueldos                              | \$ 13.527,36 | \$ 13.527,36 | \$ 13.527,36 | \$ 13.527,36 | \$ 13.527,36 | \$ 13.527,36 | \$ 13.527,36 | \$ 13.527,36 | \$ 13.527,36 | \$ 13.527,36 | \$ 13.527,36 | \$ 13.527,36 | \$ 162.328,34 |
| Amenidades                           | \$ 150,00    | \$ 150,00    | \$ 150,00    | \$ 150,00    | \$ 150,00    | \$ 150,00    | \$ 150,00    | \$ 150,00    | \$ 150,00    | \$ 150,00    | \$ 150,00    | \$ 150,00    | \$ 1.800,00   |
| Servicios básicos                    | \$ 1.500,00  | \$ 1.500,00  | \$ 1.500,00  | \$ 1.500,00  | \$ 1.500,00  | \$ 1.500,00  | \$ 1.500,00  | \$ 1.500,00  | \$ 1.500,00  | \$ 1.500,00  | \$ 1.500,00  | \$ 1.500,00  | \$ 18.000,00  |
| Materiales de Limpieza               | \$ 350,00    | \$ 350,00    | \$ 350,00    | \$ 350,00    | \$ 350,00    | \$ 350,00    | \$ 350,00    | \$ 350,00    | \$ 350,00    | \$ 350,00    | \$ 350,00    | \$ 350,00    | \$ 4.200,00   |
| Suministros de Oficina y computación | \$ 60,00     | \$ 60,00     | \$ 60,00     | \$ 60,00     | \$ 60,00     | \$ 60,00     | \$ 60,00     | \$ 60,00     | \$ 60,00     | \$ 60,00     | \$ 60,00     | \$ 60,00     | \$ 720,00     |
| Depreciación equipos                 | \$ 435,00    | \$ 435,00    | \$ 435,00    | \$ 435,00    | \$ 435,00    | \$ 435,00    | \$ 435,00    | \$ 435,00    | \$ 435,00    | \$ 435,00    | \$ 435,00    | \$ 435,00    | \$ 5.220,00   |
| Depreciación muebles                 | \$ 408,75    | \$ 408,75    | \$ 408,75    | \$ 408,75    | \$ 408,75    | \$ 408,75    | \$ 408,75    | \$ 408,75    | \$ 408,75    | \$ 408,75    | \$ 408,75    | \$ 408,75    | \$ 4.905,00   |
| Depreciación vehículo                | \$ 210,00    | \$ 210,00    | \$ 210,00    | \$ 210,00    | \$ 210,00    | \$ 210,00    | \$ 210,00    | \$ 210,00    | \$ 210,00    | \$ 210,00    | \$ 210,00    | \$ 210,00    | \$ 2.520,00   |
| Depreciación edificio                | \$ 906,73    | \$ 906,73    | \$ 906,73    | \$ 906,73    | \$ 906,73    | \$ 906,73    | \$ 906,73    | \$ 906,73    | \$ 906,73    | \$ 906,73    | \$ 906,73    | \$ 906,73    | \$ 10.880,76  |
| Amortización intangibles             | \$ 20,00     | \$ 20,00     | \$ 20,00     | \$ 20,00     | \$ 20,00     | \$ 20,00     | \$ 20,00     | \$ 20,00     | \$ 20,00     | \$ 20,00     | \$ 20,00     | \$ 20,00     | \$ 240,00     |
| <b>Gastos de ventas</b>              | \$ 17.567,84 |              |              |              |              |              |              |              |              |              |              |              | \$ -          |
| Gasto publicidad                     | \$ 5.000,00  | \$ 5.000,00  | \$ 5.000,00  | \$ 5.000,00  | \$ 5.000,00  | \$ 5.000,00  | \$ 5.000,00  | \$ 5.000,00  | \$ 5.000,00  | \$ 5.000,00  | \$ 5.000,00  | \$ 5.000,00  | \$ 60.000,00  |
| <b>Gastos financieros</b>            |              |              |              |              |              |              |              |              |              |              |              |              | \$ 23.405,97  |
| Gastos de intereses                  | \$ 2.108,13  | \$ 2.080,18  | \$ 2.052,02  | \$ 2.023,65  | \$ 1.995,07  | \$ 1.966,27  | \$ 1.937,26  | \$ 1.908,02  | \$ 1.878,57  | \$ 1.848,90  | \$ 1.819,01  | \$ 1.788,89  | \$ 23.405,97  |

## Anual

| RUBROS                               | AÑO 1                | AÑO 2                | AÑO 3                | AÑO 4                | AÑO 5                |
|--------------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| <b>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>      | <b>\$ 210.814,1</b>  | <b>\$ 220.896,0</b>  | <b>\$ 231.521,3</b>  | <b>\$ 242.719,3</b>  | <b>\$ 254.520,9</b>  |
| Sueldo                               | \$ 162.328,3         | \$ 171.077,8         | \$ 180.298,9         | \$ 190.017,0         | \$ 200.259,0         |
| Artículos de aseo personal           | \$ 1.800,0           | \$ 1.897,0           | \$ 1.999,3           | \$ 2.107,0           | \$ 2.220,6           |
| Servicios Básicos                    | \$ 18.000,0          | \$ 18.970,2          | \$ 19.992,7          | \$ 21.070,3          | \$ 22.206,0          |
| Materiales de Limpieza               | \$ 4.200,0           | \$ 4.426,4           | \$ 4.665,0           | \$ 4.916,4           | \$ 5.181,4           |
| Suministros de Oficina y computación | \$ 720,0             | \$ 758,8             | \$ 799,7             | \$ 842,8             | \$ 888,2             |
| Depreciación equipos                 | \$ 5.220,0           | \$ 5.220,0           | \$ 5.220,0           | \$ 5.220,0           | \$ 5.220,0           |
| Depreciación muebles                 | \$ 4.905,0           | \$ 4.905,0           | \$ 4.905,0           | \$ 4.905,0           | \$ 4.905,0           |
| Depreciación vehículos               | \$ 2.520,0           | \$ 2.520,0           | \$ 2.520,0           | \$ 2.520,0           | \$ 2.520,0           |
| Depreciación edificio                | \$ 10.880,8          | \$ 10.880,8          | \$ 10.880,8          | \$ 10.880,8          | \$ 10.880,8          |
| Amortización intangibles             | \$ 240,0             | \$ 240,0             | \$ 240,0             | \$ 240,0             | \$ 240,0             |
| <b>GASTOS DE VENTAS</b>              |                      |                      |                      |                      |                      |
| Gasto Publicidad                     | \$ 60.000,0          | \$ 63.234,0          | \$ 66.642,3          | \$ 70.234,3          | \$ 74.020,0          |
| <b>GASTOS FINANCIEROS</b>            |                      |                      |                      |                      |                      |
| Gastos de intereses                  | \$ 23.405,97         | \$ 19.033,42         | \$ 14.250,70         | \$ 9.019,32          | \$ 3.297,20          |
| <b>TOTAL</b>                         | <b>\$ 294.220,07</b> | <b>\$ 303.163,43</b> | <b>\$ 312.414,33</b> | <b>\$ 321.973,00</b> | <b>\$ 331.838,11</b> |



## Estado de Resultados

| RUBROS   | MES 1                     | MES 2                     | MES 3                     | MES 4                     | MES 5                     | MES 6                     |
|--|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|
| <i>Ingresos</i>  |                           |                           |                           |                           |                           |                           |
| Ventas totales   | \$ 49.500,00              | \$ 49.500,00              | \$ 49.500,00              | \$ 45.000,00              | \$ 45.000,00              | \$ 45.000,00              |
| <b>TOTAL DE INGRESOS</b>                                 |                           |                           |                           |                           |                           |                           |
| (-) Costo de operación (costo ventas)                    | \$ 9.900,00               | \$ 9.900,00               | \$ 9.900,00               | \$ 9.000,00               | \$ 9.000,00               | \$ 9.000,00               |
| = <i>Utilidad Bruta en Ventas</i>                        | <b>\$ 39.600,00</b>       | <b>\$ 39.600,00</b>       | <b>\$ 39.600,00</b>       | <b>\$ 36.000,00</b>       | <b>\$ 36.000,00</b>       | <b>\$ 36.000,00</b>       |
| (-) Gastos de Administración                             | \$ 18.314,63              | \$ 18.314,63              | \$ 18.314,63              | \$ 18.314,63              | \$ 18.314,63              | \$ 18.314,63              |
| (-) Gastos de Ventas                                     | \$ 5.000,00               | \$ 5.000,00               | \$ 5.000,00               | \$ 5.000,00               | \$ 5.000,00               | \$ 5.000,00               |
| = <b>UAI (Utilidad antes de imptos e intereses) EBIT</b> | <b>\$ 16.285,37</b>       | <b>\$ 16.285,37</b>       | <b>\$ 16.285,37</b>       | <b>\$ 12.685,37</b>       | <b>\$ 12.685,37</b>       | <b>\$ 12.685,37</b>       |
| (-) Gastos Financieros                                   | \$ 6.227,51               | \$ 5.834,85               | \$ 5.834,85               | \$ 5.834,85               | \$ 5.834,85               | \$ 5.834,85               |
| = <b>Utilidad antes de participacion a trabajadores</b>  | <b>\$ 10.057,86</b>       | <b>\$ 10.450,52</b>       | <b>\$ 10.450,52</b>       | <b>\$ 6.850,52</b>        | <b>\$ 6.850,52</b>        | <b>\$ 6.850,52</b>        |
| (-) 15% Participación a trabajadores                     | \$ 1.508,68               | \$ 1.567,58               | \$ 1.567,58               | \$ 1.027,58               | \$ 1.027,58               | \$ 1.027,58               |
| = <b>Utilidad antes de impuestos</b>                     | <b>\$ 8.549,18</b>        | <b>\$ 8.882,94</b>        | <b>\$ 8.882,94</b>        | <b>\$ 5.822,94</b>        | <b>\$ 5.822,94</b>        | <b>\$ 5.822,94</b>        |
| (-) % impuesto a la renta                                | \$ 1.966,31               | \$ 2.043,08               | \$ 2.043,08               | \$ 1.339,28               | \$ 1.339,28               | \$ 1.339,28               |
| <b>UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO</b>                       | <b><u>\$ 6.582,87</u></b> | <b><u>\$ 6.839,86</u></b> | <b><u>\$ 6.839,86</u></b> | <b><u>\$ 4.483,66</u></b> | <b><u>\$ 4.483,66</u></b> | <b><u>\$ 4.483,66</u></b> |

| RUBROS   | MES 7               | MES 8               | MES 9               | MES 10              | MES 11              | MES 12              |                      |
|--|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|----------------------|
| <u>Ingresos</u>  |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                      |
| Ventas totales   | \$ 45.000,00        | \$ 45.000,00        | \$ 45.000,00        | \$ 67.500,00        | \$ 67.500,00        | \$ 67.500,00        | \$ 621.000,00        |
| <b>TOTAL DE INGRESOS</b>                                 |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                      |
| (-) Costo de operación (costo ventas)                    | \$ 9.000,00         | \$ 9.000,00         | \$ 9.000,00         | \$ 13.500,00        | \$ 13.500,00        | \$ 13.500,00        | \$ 124.200,00        |
| = <i>Utilidad Bruta en Ventas</i>                        | <b>\$ 36.000,00</b> | <b>\$ 36.000,00</b> | <b>\$ 36.000,00</b> | <b>\$ 54.000,00</b> | <b>\$ 54.000,00</b> | <b>\$ 54.000,00</b> | <b>\$ 496.800,00</b> |
| (-) Gastos de Administración                             | \$ 18.314,63        | \$ 18.314,63        | \$ 18.314,63        | \$ 18.314,63        | \$ 18.314,63        | \$ 18.314,63        | \$ 219.775,59        |
| (-) Gastos de Ventas                                     | \$ 5.000,00         | \$ 5.000,00         | \$ 5.000,00         | \$ 5.000,00         | \$ 5.000,00         | \$ 5.000,00         | \$ 60.000,00         |
| = <b>UAI (Utilidad antes de imptos e intereses) EBIT</b> | <b>\$ 12.685,37</b> | <b>\$ 12.685,37</b> | <b>\$ 12.685,37</b> | <b>\$ 30.685,37</b> | <b>\$ 30.685,37</b> | <b>\$ 30.685,37</b> | <b>\$ 217.024,41</b> |
| (-) Gastos Financieros                                   | \$ 5.834,85         | \$ 5.834,85         | \$ 5.834,85         | \$ 5.834,85         | \$ 5.834,85         | \$ 5.834,85         | \$ 70.410,88         |
| = <b>Utilidad antes de participación a trabajadores</b>  | <b>\$ 6.850,52</b>  | <b>\$ 6.850,52</b>  | <b>\$ 6.850,52</b>  | <b>\$ 24.850,52</b> | <b>\$ 24.850,52</b> | <b>\$ 24.850,52</b> | <b>\$ 146.613,53</b> |
| (-) 15% Participación a trabajadores                     | \$ 1.027,58         | \$ 1.027,58         | \$ 1.027,58         | \$ 3.727,58         | \$ 3.727,58         | \$ 3.727,58         | \$ 21.992,03         |
| = <b>Utilidad antes de impuestos</b>                     | <b>\$ 5.822,94</b>  | <b>\$ 5.822,94</b>  | <b>\$ 5.822,94</b>  | <b>\$ 21.122,94</b> | <b>\$ 21.122,94</b> | <b>\$ 21.122,94</b> | <b>\$ 124.621,50</b> |
| (-) % impuesto a la renta                                | \$ 1.339,28         | \$ 1.339,28         | \$ 1.339,28         | \$ 4.858,28         | \$ 4.858,28         | \$ 4.858,28         | \$ 28.662,94         |
| <b>UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO</b>                       | <b>\$ 4.483,66</b>  | <b>\$ 4.483,66</b>  | <b>\$ 4.483,66</b>  | <b>\$ 16.264,66</b> | <b>\$ 16.264,66</b> | <b>\$ 16.264,66</b> | <b>\$ 95.958,55</b>  |

**Estado de Resultados Anual**

| RUBROS   | AÑO 1                | AÑO 2                | AÑO 3                | AÑO 4                | AÑO 5                |
|--|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| <i>Ingresos</i>  |                      |                      |                      |                      |                      |
| Ventas totales   | \$ 621.000,00        | \$ 652.050,00        | \$ 684.652,50        | \$ 718.885,13        | \$ 754.829,38        |
| <b>TOTAL DE INGRESOS</b>                                 |                      |                      |                      |                      |                      |
| (-) Costo de operación (costo ventas)                    | \$ 124.200,00        | \$ 130.410,00        | \$ 136.930,50        | \$ 143.777,03        | \$ 150.965,88        |
| = <i>Utilidad Bruta en Ventas</i>                        | <b>\$ 496.800,00</b> | <b>\$ 521.640,00</b> | <b>\$ 547.722,00</b> | <b>\$ 575.108,10</b> | <b>\$ 603.863,51</b> |
| (-) Gastos de Administración                             | \$ 219.775,59        | \$ 230.764,37        | \$ 242.302,59        | \$ 254.417,72        | \$ 267.138,60        |
| (-) Gastos de Ventas                                     | \$ 60.000,00         | \$ 63.000,00         | \$ 66.150,00         | \$ 69.457,50         | \$ 72.930,38         |
| = <b>UAI (Utilidad antes de imptos e intereses) EBIT</b> | <b>\$ 217.024,41</b> | <b>\$ 227.875,63</b> | <b>\$ 239.269,41</b> | <b>\$ 251.232,88</b> | <b>\$ 263.794,53</b> |
| (-) Gastos Financieros                                   | \$ 70.410,88         | \$ 73.931,43         | \$ 77.628,00         | \$ 81.509,40         | \$ 85.584,87         |
| = <b>Utilidad antes de participacion a trabajadores</b>  | <b>\$ 146.613,53</b> | <b>\$ 153.944,20</b> | <b>\$ 161.641,41</b> | <b>\$ 169.723,48</b> | <b>\$ 178.209,66</b> |
| (-) 15% Participación a trabajadores                     | \$ 21.992,03         | \$ 23.091,63         | \$ 24.246,21         | \$ 25.458,52         | \$ 26.731,45         |
| = <b>Utilidad antes de impuestos</b>                     | <b>\$ 124.621,50</b> | <b>\$ 130.852,57</b> | <b>\$ 137.395,20</b> | <b>\$ 144.264,96</b> | <b>\$ 151.478,21</b> |
| (-) % impuesto a la renta                                | \$ 28.662,94         | \$ 30.096,09         | \$ 31.600,90         | \$ 33.180,94         | \$ 34.839,99         |
| <b>UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO</b>                       | <b>\$ 95.958,55</b>  | <b>\$ 100.756,48</b> | <b>\$ 105.794,30</b> | <b>\$ 111.084,02</b> | <b>\$ 116.638,22</b> |

Centro de Bienestar "Balsapamba"

**Flujo de caja**

| RUBROS                                | AÑO 1                  | AÑO 2                 | AÑO 3                 | AÑO 4                 | AÑO 5                                      |
|---------------------------------------|------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|--|
| <b>FLUJO OPERACIONAL</b>              |                        |                       |                       |                       |  |
|                                       | \$                     | \$                    | \$                    | \$                    | \$   |
| Ingresos por ventas                   | 621.000,00             | 652.050,00            | 684.652,50            | 718.885,13            | 754.829,38                                 |
| <b>(-) Egresos de efectivo</b>        | <b>425.967,62</b>      | <b>447.266,00</b>     | <b>469.629,30</b>     | <b>493.110,76</b>     | <b>517.766,30</b>                          |
|                                       | \$                     | \$                    | \$                    | \$                    | \$   |
| Gasto de operación                    | 124.200,00             | 130.410,00            | 136.930,50            | 143.777,03            | 150.965,88                                 |
| Gastos de Administración              | 219.775,59             | 230.764,37            | 242.302,59            | 254.417,72            | 267.138,60                                 |
| Gastos de Ventas                      | 60.000,00              | 63.000,00             | 66.150,00             | 69.457,50             | 72.930,38                                  |
| Impuesto a la renta                   | \$ -                   | 28.662,94             | 30.096,09             | 31.600,90             | 33.180,94                                  |
| Participación de trabajadores         | 21.992,03              | 23.091,63             | 24.246,21             | 25.458,52             | 26.731,45                                  |
| <b>= FLUJO NETO OPERACIONAL</b>       | <b>195.032,38</b>      | <b>204.784,00</b>     | <b>215.023,20</b>     | <b>225.774,36</b>     | <b>237.063,08</b>                          |
| <b>FLUJO DE INVERSION</b>             |                        |                       |                       |                       |  |
| <b>Ingresos de efectivo</b>           |                        |                       |                       |                       |  |
| Ventas de activos fijos               | \$ -                   | \$ -                  | \$ -                  | \$ -                  | \$ -                                       |
| <b>(-) Egresos de efectivo</b>        |                        |                       |                       |                       |  |
| Compras de activos fijos              | \$ -                   | \$ -                  | \$ -                  | \$ -                  | \$ -                                       |
| <b>= FLUJO NETO DE INVERSION</b>      | <b>-</b>               | <b>\$ -</b>           | <b>\$ -</b>           | <b>\$ -</b>           | <b>\$ -</b>                                |
| <b>FLUJO DE FINANCIAMIENTO</b>        |                        |                       |                       |                       |  |
| <b>Ingresos de efectivo</b>           |                        |                       |                       |                       |  |
| PRESTAMOS RECIBIDOS                   | \$ -                   | \$ -                  | \$ -                  | \$ -                  | \$ -                                       |
| <b>(-) Egresos de efectivo</b>        | <b>\$ 70.018,23</b>    | <b>\$ 70.018,23</b>   | <b>\$ 70.018,23</b>   | <b>\$ 70.018,23</b>   | <b>\$ 70.018,23</b>                        |
| Pagos de préstamos o principal        | \$ 46.612,25           | \$ 50.984,80          | \$ 55.767,53          | \$ 60.998,91          | \$ 66.721,02                               |
| Pago de intereses                     | \$ 23.405,97           | \$ 19.033,42          | \$ 14.250,70          | \$ 9.019,32           | \$ 3.297,20                                |
| <b>= FLUJO NETO DE FINANCIAMIENTO</b> | <b>(\$ 70.018,23)</b>  | <b>(\$ 70.018,23)</b> | <b>(\$ 70.018,23)</b> | <b>(\$ 70.018,23)</b> | <b>(\$ 70.018,23)</b>                      |
| <b>FLUJO NETO DE CAJA</b>             | <b>\$ (401.549,30)</b> | <b>\$ 125.014,16</b>  | <b>\$ 134.765,77</b>  | <b>\$ 145.004,97</b>  | <b>\$ 155.756,13</b>                       |
|                                       |                        |                       |                       |                       | <b>\$ 167.044,85</b>                       |
| TMAR                                  |                        | 14%                   |                       |                       |  |
| VAN                                   |                        | \$88.662,35           |                       |                       | VAN MAYOR A 0. EL PROYECTO ES RENTABLE     |
| TIR                                   |                        | 22%                   |                       |                       | TIR MAYOR A TMAR. EL PROYECTO ES VIABLE    |
| R B/C                                 | \$                     | 0,22                  |                       |                       | POR CADA DOLAR INVERTIDO SE GANA 22 CTVOS. |
| PAYBACK                               |                        | 3 ANIOS 1 MES APROX   |                       |                       |  |

Centro de Bienestar "Balsapamba"

**Balance General**

| ACTIVOS                          | INICIAL           | AÑO 1             | AÑO 2             | AÑO 3             | AÑO 4             | AÑO 5             |
|----------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| <b>ACTIVOS CORRIENTES</b>        |                   |                   |                   |                   |                   |                   |
| CAJA                             | 32.054,72         | 157.068,88        | 291.834,65        | 436.839,63        | 592.595,76        | 759.640,61        |
| <b>ACTIVOS FIJOS</b>             |                   |                   |                   |                   |                   |                   |
| VEHICULO                         | 14.000,00         | 14.000,00         | 14.000,00         | 14.000,00         | 14.000,00         | 14.000,00         |
| MUEBLES DE OFICINA               | 58.000,00         | 58.000,00         | 58.000,00         | 58.000,00         | 58.000,00         | 58.000,00         |
| EQUIPOS DE OFICINA               | 54.500,00         | 54.500,00         | 54.500,00         | 54.500,00         | 54.500,00         | 54.500,00         |
| EDIFICIO                         | 241.794,58        | 241.794,58        | 241.794,58        | 241.794,58        | 241.794,58        | 241.794,58        |
| DEPRECIACION ACUMULADA           |                   | -23.525,76        | -47.051,51        | -70.577,27        | -94.103,02        | -117.628,78       |
| <b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>         |                   |                   |                   |                   |                   |                   |
| GASTOS DE CONSTITUCION           | 1.200,00          | 1.200,00          | 1.200,00          | 1.200,00          | 1.200,00          | 1.200,00          |
| AMORTIZACION ACUMULADA           |                   | -240,00           | -480,00           | -720,00           | -960,00           | -1.200,00         |
| <b>TOTAL DE ACTIVOS</b>          | <b>401.549,30</b> | <b>502.797,70</b> | <b>553.855,01</b> | <b>606.541,17</b> | <b>659.418,64</b> | <b>712.267,81</b> |
| <b>PASIVOS</b>                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |
| <b>PASIVO LARGO PLAZO</b>        |                   |                   |                   |                   |                   |                   |
| DOC. POR PAGAR                   | 281.084,51        | 234.472,26        | 183.487,46        | 127.719,93        | 66.721,02         | 0,00              |
| IMP. A LA RENTA POR PAGAR        |                   | 28.662,94         | 30.096,09         | 31.600,90         | 33.180,94         | 34.839,99         |
| PARTICIPACION A TRABAJADORES     |                   | 21.992,03         | 23.091,63         | 24.246,21         | 25.458,52         | 26.731,45         |
| <b>TOTAL PASIVOS</b>             | <b>281.084,51</b> | <b>285.127,23</b> | <b>236.675,18</b> | <b>183.567,04</b> | <b>125.360,49</b> | <b>61.571,44</b>  |
| <b>PATRIMONIO</b>                |                   |                   |                   |                   |                   |                   |
| CAPITAL                          | 120.464,79        | 120.464,79        | 120.464,79        | 120.464,79        | 120.464,79        | 120.464,79        |
| UTILIDAD NETA                    |                   | 95.958,55         | 100.756,48        | 105.794,30        | 111.084,02        | 116.638,22        |
| UTILIDAD DEL AÑO ANTERIOR        |                   | -                 | 95.958,55         | 196.715,03        | 302.509,34        | 413.593,36        |
| <b>TOTAL PATRIMONIO</b>          | <b>120.464,79</b> | <b>216.423,34</b> | <b>317.179,82</b> | <b>422.974,13</b> | <b>534.058,15</b> | <b>650.696,37</b> |
| <b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b> | <b>401.549,30</b> | <b>502.797,70</b> | <b>553.855,01</b> | <b>606.541,17</b> | <b>659.418,64</b> | <b>712.267,81</b> |

### **Conclusiones**

El estudio realizado demostró que el 93% de la población se interesa por visitar un lugar que cuente con los servicios de: hospedaje, alimentación especializada, terapias físicas y de recreación. Principalmente por el crecimiento de las grandes ciudades lo cual genera un mayor grado de estrés que generaciones pasadas. Esto contribuye a que las personas visiten lugares fuera de su ciudad de residencia para poder realizar actividades relajantes.

Se realizara la construcción del "CBB" debido a los resultados positivos que se obtuvieron de las encuestas. Dicha construcción generara directamente empleo para los habitantes de las zonas aledañas. En secuencia con la construcción se procederá a seleccionar a los candidatos que luego de pasar por ciertas pruebas, podrán empezar la capacitación para cada uno de los cargos.

El estudio financiero refleja un VAN de \$88.662,35 y un TIR de 22%, lo cual es superior al TMAR del país. Estos resultados demuestran que el proyecto es rentable, mas aun que con el modelo de sustentabilidad que se aplica en este proyecto, se redujo significativamente los ingresos. Y a pesar de aquella acción para ayudar a la preservación de la zona, se pueden encontrar importantes retribuciones económicas. Esto generara un impacto positivo en la industria ya que se puede buscar una rentabilidad alta, sin dejar de lado lo principal que es la conservación del medio ambiente.

### Recomendaciones

- Vigilar de cerca la construcción puesto que se debe realizar el mínimo impacto posible en el lugar.
- Realizar varias campañas de concientización para los habitantes del sector, y dar cursos básicos de: higiene, servicio al cliente y de finanzas básicas.
- Proponer un puesto de policía comunitaria para garantizar la seguridad de los habitantes y de los futuros visitantes.
- Hacer campañas de reciclaje para fomentar el uso de tachos de basura adecuados y ayudar a que la ciudad permanezca limpia.
- Capacitar a los habitantes del sector para la creación de negocios artesanales, con el fin de mejorar su economía y de darle un valor agregado al sector.
- Crear nuevos atractivos, como por ejemplo paseos a la montaña para conocer las plantaciones de caña, y degustar del jugo recién procesado.

## BIBLIOGRAFIA

- Gajes del Oficio a Servir*. (30 de Octubre de 2009). Obtenido de <http://gajesdeloficiodeservir.blogspot.com/2009/10/manipulador-de-alimentos-almacenamiento.html>
- Ingenieria Civil*. (2009). Obtenido de <http://ingenieria-civil2009.blogspot.com/2009/07/provision-de-agua.html>
- Junta de Andalucía*. (2011). Obtenido de [http://www.juntadeandalucia.es/averroes/ies\\_carlos\\_cano/Departamentos/orientacion/pagian7/Jefe\\_de\\_Cocina.pdf](http://www.juntadeandalucia.es/averroes/ies_carlos_cano/Departamentos/orientacion/pagian7/Jefe_de_Cocina.pdf)
- Perfect Body & Perfect Mind*. (05 de 06 de 2011). Obtenido de <http://pbnpm.blogspot.com/2011/05/aseo-e-higiene.html>
- CONCATUR. (s.f.). *Consultoría y Capacitación en Comercio y Turismo*. Recuperado el 13 de Septiembre de 2011, de <http://www.concatur.com/home/pdf/manualderepcionista.pdf>
- Estudio Fitness. (s.f.). *Estudio Fitness*. Obtenido de <http://www.estudiofitness.com/nota-personal.html>
- Hoteleros, S. (s.f.). *Blog de Servicios Hoteleros*. Recuperado el 13 de Septiembre de 2011, de <http://blogsdelagente.com/servicioshoteleros/2008/11/18/manual-la-mucama/>
- IMSERSO. (s.f.). *Portal Mayores*. Obtenido de <http://www.imsersomayores.csic.es/internacional/iberoamerica/ecuador/indicadores.html>
- Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social*. (s.f.). Recuperado el 13 de Septiembre de 2011, de [http://www.trabajo.gov.ar/downloads/calidad/mf\\_turismo\\_hoteleria\\_jefe-de-recepcion.pdf](http://www.trabajo.gov.ar/downloads/calidad/mf_turismo_hoteleria_jefe-de-recepcion.pdf)
- Mourelle, L. (2006). *El universo del Spa*. Videocinco.
- Oroda, V. (s.f.). *Higiene y Salud Laboral*. Obtenido de <http://higieneysaludlaborales.blogspot.com/>
- Serra, D. (s.f.). *Estudio Fitness*. Obtenido de <http://www.estudiofitness.com/nota-personal.html>
- UNED. (s.f.). Obtenido de <http://www.uned.es/biblioteca/rsu/pagina4.htm>



Centro de Bienestar "Balsapamba"

*Valor y Empresa*. (s.f.). Obtenido de

[http://www.valoryempresa.com/archives/cursos/cocina2/tema3.htm#\\_Toc116918426](http://www.valoryempresa.com/archives/cursos/cocina2/tema3.htm#_Toc116918426)

Antropología social. (s.f.). Obtenido de

<http://www.antropologiasocial.org/contenidos/.../wto-contributions-esp.pdf>

Teoriaypraxis. (s.f.) Obtenido de

<http://www.teoriaypraxis.uqroo.mx/doctos/.../Desarrollo-sust-turismo.pdf>