

PARA GRADOS ACADÉMICOS DE INGENIEROS (TERCER NIVEL)

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **ALEJANDRA DAYANA RAMOS GARCÍA**, con número de cédula número **1722297015**, autora del trabajo de graduación intitulado: **“Conceptualización de una Hacienda Turística Boutique en la Hacienda “La Merced” ubicada en la Parroquia de Píntag”** previa a la obtención del grado académico de **INGENIERA EN GESTIÓN HOTELERA** en la Facultad de **Ciencias Humanas**:

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, de conformidad con el artículo 144 de la ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENECYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información del Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando derechos de autor.

2.- Autoriza a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador a difundir a través de sitio web de la Biblioteca de la PUCE el referido trabajo de graduación, registrando las políticas de propiedad intelectual de Universidad.

Quito, 13 de enero de 2017



Alejandra Dayana Ramos García

CI. 1722297015

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS

ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO

Yo, Mg. Santiago Pazos Carrillo, director de esta disertación, certifico que la Srta. Alejandra Dayana Ramos García, ha realizado con mi dirección este trabajo intitulado: **“CONCEPTUALIZACIÓN DE UNA HACIENDA TURÍSTICA BOUTIQUE EN LA HACIENDA “LA MERCED”**, de conformidad con la disposición del Reglamento de Grados de la PUCE. Autorizo la presentación del informe debidamente revisado y encuadernado para la calificación respectiva



Mg. Santiago Pazos Carrillo

Quito, 13 de enero de 2017

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS

ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO

**DISERTACIÓN PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERA EN GESTIÓN HOTELERA**

**“CONCEPTUALIZACIÓN DE UNA HACIENDA TURÍSTICA
BOUTIQUE EN LA HACIENDA “LA MERCED” UBICADA EN LA
PARROQUIA DE PINTAG”**

ALEJANDRA DAYANA RAMOS GARCÍA

DIRECTOR: MG. SANTIAGO PAZOS CARRILLO

QUITO, 2017

DEDICATORIA

A mis padres, José y Cristina, a mi hermana María José por su apoyo incondicional y desinteresado, porque son el pilar fundamental de mi vida, a mi abuelita Delia por sus cuidados, amor y resaltar siempre lo mejor que tenemos como seres humanos.

AGRADECIMIENTO

A mi padre por el apoyo incondicional, por enseñarme que cada oportunidad que tenemos hay que aprovecharla, a ser fuertes en cada uno de los retos que se nos interpongan, a viajar, salir y disfrutar cada experiencia, porque la libertad viene acompañada de responsabilidad.

A mi madre y hermana por enseñarme que hay situaciones que cambian de rumbo nuestra vida; sin embargo, tenemos que recuperarnos y quien obra bien recibe bendiciones.

A mi enamorado Milton, por apoyarme laboral y académicamente, por ser mi confidente y amigo incondicional.

A mi director Santiago Pazos por exigirme y corregir cada detalle, por enseñarme que hay prioridades las cuales necesitan de dedicación y compromiso.

RESUMEN

La presente disertación se basa en la conceptualización de una Hacienda Turística Boutique en una antigua hacienda de estilo neo colonial, con el objetivo de diseñar su administración e instalaciones de acuerdo a las normas vigentes, para salvaguardar la infraestructura y cumplir con la seguridad hotelera vigente; además, en su administración se propuso los niveles directivos de una empresa y gestión de procesos internos para poder ofrecer un servicio personalizado.

Se realizó un reconocimiento del área a ser estudiada, posteriormente se diseñó en planos y se propuso la adecuación de sus instalaciones, basándose en reglamentos y fuentes bibliográficas pertinentes, siempre respetando que la hacienda forma parte del inventario de Haciendas Patrimoniales de Quito, lo que no le permite ser sujeta a cambios drásticos en su estructura.

La gestión de procesos y división departamental ha resultado importante para la organización interna, ya que permite al personal respetar estándares establecidos en organigramas y a cumplir un rol dentro de la empresa. El cálculo de precios para cada producto (habitaciones, alimentos y bebidas), de servicios de recreación y spa se han establecido mediante fórmulas, ayudando a tener un panorama más claro del costo de fabricación y la utilidad que se obtendrá de cada uno de ellos.

Palabras Claves:

Hacienda Turística Boutique, seguridad hotelera, gestión de procesos, niveles directivos, precios de productos y servicios hoteleros.

ABSTRACT

The present dissertation is about the conceptualization of Hacienda Touristic Boutique “La Merced” at an antique hacienda with neo colonial style, the objective of the project is to design its administration in order to maintain structure; all rights and laws to save the infrastructure in hand with the actual hotel security, furthermore in its administration we propose the executive levels and internal management process, for offer personalize service.

We realize a reconnaissance of each studied area, later we continue with the design at sketch, as well we propose the adequacy of the installations based on law all and different types of books, always respecting the inventory laws of the haciendas patrimonies from Quito, which doesn't allow drastic changes on its structure.

The management process and the department division, has become really important set off the internal organization, which allows the personal to respect established standards at the organigrams in order to accomplish a specific role at the company. The counting process for each product (rooms, food and beverages), such as recreational services and the spa has seen established by formulas, helping us to have a clear panoramic view of the coast; the production and the good's that we will obtain for each one of them.

Keywords:

Hacienda Touristic Boutique, hotel security, management process, executive levels, Product prices and hotel services.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

ASPECTOS PRELIMINARES

Dedicatoria.....	II
Agradecimiento.....	III
Resumen.....	IV
Abstract.....	V
Índice de imágenes.....	IX

CAPÍTULO I

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Sumario Capitular.....	1
1.2. Justificación.....	2
1.3. Planteamiento del problema.....	3
1.4. Objetivos.....	3

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes.....	5
2.2. Descripción del entorno.....	5
2.3. Marco teórico.....	6
2.3.1. Administración.....	6
2.3.2. Administración del talento humano.....	7
2.3.3. Administración logística.....	8
2.3.4. Fases de la administración.....	9
2.3.4.1. La planificación.....	9
2.3.4.2. La organización.....	10
2.3.4.3. La Dirección.....	12
2.3.4.4. Control.....	13

2.4. Gestión de procesos.....	14
2.5. Marketing mix: las 4Ps.....	15
2.5.1. Producto.....	16
2.5.2. Precio.....	16
2.5.3. Plaza.....	19
2.5.4. Promoción.....	20
2.6. Seguridad hotelera.....	20
2.6.1. Seguridad estructural.....	21
2.6.1.1. Comedor del personal.....	23
2.6.1.2. Cocina.....	23
2.6.1.3. Vestuarios.....	23
2.6.1.4. Servicios higiénicos.....	24
2.6.2. Seguridad alimentaria.....	24
2.6.3. Seguridad de las personas y de los bienes.....	25
2.6.4. Protección contra incendios y gestión de emergencias.....	25
2.7. Diseño.....	26

CAPÍTULO III

3.1. MARCO METODOLÓGICO

3.2. Diseño Hacienda Turística Boutique “La Merced”.....	31
3.2.1. Recepción.....	38
3.2.2. Habitaciones.....	39
3.2.2.1. Tipos de habitaciones.....	41
3.2.3. Restaurantes y bar.....	43
3.2.4. Salón de eventos.....	49
3.2.5. Áreas de recreación.....	50
3.2.6. SPA.....	50
3.2.7. Capilla.....	52
3.2.8. Oficinas.....	53
3.2.9. Cocina y recepción de mercaderías.....	54
3.2.10. Vestidores y comedor del personal.....	56

3.2.11. Central seguridad.....	58
3.2.12. Lavandería.....	58
3.2.13. Parqueadero.....	59
3.3. Actividades y servicios.....	59

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

a. Área administrativa.....	61
b. Gestión de procesos.....	63
c. Carta y precios.....	76

CAPÍTULO V

Conclusiones.....	79
Recomendaciones.....	80

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	81
--	-----------

ANEXOS

• Anexo 1. Formulario Inventario de haciendas patrimoniales del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, 1999.....	84
• Anexo 2. Modelo de implementación de la Norma ISO 9001: 2008.....	88
• Anexo 3. Cálculo de personal.....	89
• Anexo 4. Recetas estándar.....	91
• Anexo 5. Costo Masajes.....	106
• Anexo 6. Costo habitaciones.....	114
• Anexo 7. Presupuesto de costos.....	116
• Anexo 8. Flujo de caja mensual.....	117
• Anexo 9. Análisis financiero.....	118

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen No.1. Pirámide jerárquica de la empresa, González Lydia y Talón Pilar, pp. 26.....	6
Imagen No.2. Retroalimentación de procesos, Ramírez Cesar, pág. 49.....	13
Imagen No.3. Gestión de procesos, Torres Sánchez de la Vega Marian, pp. 231.....	14
Imagen No.4. Fórmula cálculo de costos de habitaciones. Entrevista a Bermeo Yamil.....	16
Imagen No.5. Receta estándar, Santiago Pazos.....	17
Imagen No.6. Entrada principal Hacienda “La Merced”, Alejandra Ramos.....	32
Imagen No.7. Planos área Hacienda “La Merced”, Milton Rodríguez.....	34
Imagen No.8. Segunda casa Hacienda “La Merced”, Alejandra Ramos.....	35
Imagen No.9. Planos segunda área Hacienda “La Merced”, Milton Rodríguez.....	35
Imagen No.10. Tercera área “La Merced”, Alejandra Ramos.....	36
Imagen No.11. Planos tercera área “La Merced”, Milton Rodríguez.....	36
Imagen No.12. Cuarta área “La Merced”, Alejandra Ramos.....	37
Imagen No.13. Planos cuarta área “La Merced”, Milton Rodríguez.....	38
Imagen No.14. Ejemplificación de la sub área de Recepción de la Hacienda “La Merced”, Hotel Ritz, Madrid (http://hotel-ritz-madrid.madrid-hoteles.net/).....	38
Imagen No.15. Ilustración Habitación estándar King y twin, Hotel Ritz, Madrid (http://hotel-ritz-madrid.madrid-hoteles.net/).....	43
Imagen No. 16. Habitaciones estándar king y twin, Milton Rodríguez.....	43
Imagen No. 17. Plano Distribución de habitaciones estándar king y twin, Milton Rodríguez.....	43
Imagen No. 18 Fotografía Restaurantes Hacienda “La Merced”, Alejandra Ramos.....	45
Imagen No. 19. Plano Restaurante Sincholagua, Milton Rodríguez.....	45
Imagen No. 20. Bar Sincholagua, Milton Rodríguez.....	47
Imagen No. 21. Plano Bar Sincholagua, Milton Rodríguez.....	47
Imagen No. 22. Patio Hacienda “La Merced”, Alejandra Ramos.....	48
Imagen No. 23. Plano restaurante Ilimpitse, Milton Rodríguez.....	48

Imagen No. 24. Plano Salón de eventos, Milton Rodríguez.....	49
Imagen No. 25. Plano Área de recreación, Milton Rodríguez.....	50
Imagen No. 26. Plano Spa Ilinizas, Milton Rodríguez.....	52
Imagen No. 27. Plano Capilla La Merced, Milton Rodríguez.....	53
Imagen No. 28. Capilla La Merced, Alejandra Ramos.....	53
Imagen No. 29. Planos de las oficinas Hacienda “La Merced”, Milton Rodríguez.....	54
Imagen No. 30. Área cocina y recepción de mercaderías, Milton Rodríguez.....	55
Imagen No. 31. Plano comedor del personal Hacienda “La Merced”, Milton Rodríguez.....	56
Imagen No. 32. Plano vestidor de damas para el personal de la Hacienda “La Merced”, Milton Rodríguez.....	56
Imagen No. 33. Plano vestidor de caballeros para el personal de la Hacienda “La Merced”, Milton Rodríguez.....	57
Imagen No. 34. Plano área de seguridad y enfermería de la Hacienda “La Merced”, Milton Rodríguez.....	58
Imagen No. 35. Plano lavandería “La Merced”, Milton Rodríguez.....	59
Imagen No. 36. Organigrama estructural Talento Humano de la Hacienda Turística “La Merced”, Alejandra Ramos.....	61
Imagen No. 37. Organigrama funcional del Talento Humano de la Hacienda Turística “La Merced”, Alejandra Ramos.....	62
Imagen No. 38. Proceso de requisiciones, Alejandra Ramos.....	63
Imagen No. 39. Proceso reclutamiento de personal, Alejandra Ramos.....	64
Imagen No. 40. Proceso organización de eventos, Alejandra Ramos.....	65
Imagen No. 41. Departamento de recepción, proceso de check in, Alejandra Ramos.....	66
Imagen No. 42. Departamento de recepción, proceso de check out, Alejandra Ramos.....	67
Imagen No. 43. Departamento de alimentos y bebidas, proceso toma de orden en el restaurante, Alejandra Ramos.....	68
Imagen No. 44. Departamento de alimentos y bebidas, proceso pago de orden en el restaurante, Alejandra Ramos.....	69

Imagen No. 45. Departamento de Ama de llaves, proceso de Turn Down, Alejandra Ramos.....	70
Imagen No. 46. Departamento de Ama de llaves, proceso de Limpieza de habitación, Alejandra Ramos.....	71
Imagen No. 47. Departamento de recepción SPA, proceso de recepción del cliente, Alejandra Ramos.....	72
Imagen No. 48. Departamento de recepción SPA, proceso de recibimiento terapeuta, Alejandra Ramos.....	73
Imagen No. 49. Departamento de recepción SPA, proceso de masaje manantial de rosas, Alejandra Ramos.....	74
Imagen No. 50. Departamento de recepción SPA, proceso de cobro, Alejandra Ramos.....	7

CAPÍTULO I

2. INTRODUCCIÓN

2.1. Sumario Capitular

En el primer capítulo se enunció los aspectos formales de la disertación, estos son los objetivos generales y específicos, la justificación y el planteamiento del problema.

El segundo capítulo parte desde una breve historia de la hacienda y se indicó que se encuentra ubicada en la parroquia de Pintag, Barrio “La Merced”; además, se concluyó que tiene una antigüedad aproximada de cien años, su dueño actual es la Familia Romero.

Los temas desarrollados en este capítulo fueron el diseño administrativo basado en los niveles jerárquicos y divisiones departamentales, las fases de la administración, tal es el caso de la planificación, la determinación de objetivos y la toma de decisiones de ejecución, la organización y dirección departamental dentro de la empresa, la gestión de procesos para el desarrollo de las diferentes tareas en cada puesto de trabajo, el marketing mix como base de la introducción de un nuevo producto al mercado, tomando en cuenta factores como precio, plaza, promoción y estrategias de penetración o ajustarse a la competencia, seguridad hotelera (Ordenanza Municipal N°. 026), entre otros tópicos.

El tercer capítulo se construyó a partir de la observación de campo, el reconocimiento del área a ser estudiada y la correspondiente recopilación de información en las diferentes fuentes bibliográficas. Además, se describió a la hacienda a partir de imágenes fotográficas y se propuso las diferentes conceptualizaciones y rediseños de los espacios mediante planos en las siguientes áreas: recepción, 3 habitaciones estándar king, 6 habitaciones estándar twin, dos restaurantes interconectados por un pequeño bar, áreas recreativas, SPA, área de oficinas, comedor, lavandería, parqueaderos, enfermería, central de seguridad y se detalló servicios que podría brindar la comunidad, tales como cabalgatas, caminatas, visitas a granjas, etc.

En el cuarto capítulo, se describió los resultados obtenidos, se procedió a realizar un organigrama funcional y uno estructural tomando en cuenta el número específico de colaboradores que se contará para empezar la operación de la hacienda, los procesos mediante

flujogramas, precios de los productos y servicios que se ofrecerán, por ejemplo: habitaciones, carta del restaurante, terapias realizadas en el SPA.

Finalmente se adicionaron las conclusiones de la investigación realizada y las recomendaciones para desarrollar nuevos temas de estudio.

2.2. Justificación

Justificación personal

El estudio propone una nueva alternativa de alojamiento, en la cual se valora la cultura del Ecuador dando realce al patrimonio tangible del país; además se podrá brindar un trato personalizado al cliente teniendo en cuenta sus gustos y preferencias, siempre tratando de superar sus expectativas en cuanto a servicio y calidad. Asimismo, la realización de este trabajo de disertación ha puesto en práctica los conocimientos adquiridos durante la carrera, en cuanto ha aportado los elementos necesarios para poder aplicar una gestión adecuada y procesos internos eficientes en la “Hacienda Turística Boutique”.

Justificación social

La Parroquia de Pintag se encuentra ubicada en una zona estratégica al noroccidente de la ciudad de Quito donde se puede tener acceso a diferentes atractivos turísticos, pero se ha podido evidenciar que el turista no tiene suficientes centros de hospedaje donde pueda pernoctar, para lo cual la investigación propone nuevas fuentes de empleo e incremento de la economía local, ya que los mismos pobladores proveerán la materia prima.

Justificación teórica

En la actualidad, el ritmo de vida es cada vez es más rápido; por lo que han surgido diferentes tipos de enfermedades, por ejemplo el estrés, lo que ha impulsado a tener alternativas cerca de la ciudad que ayuden a despejar la mente y sobre todo a valorar la cultura y modo de vida *tradicional*; por ello se plantea una “Hacienda Turística Boutique”, la cual se

ubicará en la zona urbana, tendrá jardines, tienda boutique, áreas de alojamiento, alimentación, recreación y deportes (Reglamento General de Actividades Turísticas, 2008).

2.3.Planteamiento del problema

La Parroquia de Pintag es una zona rica en recursos naturales y culturales, por lo que propician el desarrollo de nuevos proyectos, que ayudan al diseño y conceptualización de negocios relacionados con el alojamiento, la alimentación y el turismo.

Cabe mencionar que en Pintag no existe planta hotelera que brinde comodidades al visitante y sobre todo bienestar integral. De acuerdo a la observación de campo realizada se pudo evidenciar que la comunidad local no ha aprovechado los recursos anteriormente mencionados y tampoco se han generado actividades innovadoras que favorezcan a la economía del sector.

En esta investigación no se estudiarán temas relacionados con costos de construcción, ya que la hacienda existe, sino que tratará sobre el diseño y conceptualización de la misma, ni tampoco se investigará sobre el TIR, el VAN y otros aspectos financieros.

Es así que, la pregunta central que servirá como investigación es la siguiente: ¿Cómo será el diseño de la Hostería Hacienda Boutique “La Merced” enfocada en el Spa de Destino para lograr el bienestar integral de sus huéspedes y clientes?

2.4.Objetivos

Objetivo general

Diseñar una Hostería Hacienda Boutique en la Parroquia de Pintag mediante la gestión de procesos internos para poder ofrecer un servicio personalizado a los diferentes tipos de clientes y una nueva alternativa de alojamiento en el sector.

Objetivos específicos

- Definir los diferentes departamentos que conformarán la Hostería Boutique como gerencia, finanzas, recepción, alimentos y bebidas, ama de llaves, mantenimiento para establecer funciones y procesos.
- Conceptualizar las diferentes áreas del establecimiento y los productos que se expendrán en el mismo, mediante el uso de fórmulas financieras que permitan establecer tarifas de acuerdo a la categoría del lugar.
- Determinar estándares de calidad que se manejarán en cuanto a servicio y producto mediante la elaboración de flujogramas.

CAPÍTULO II

2.1. ANTECEDENTES

La hacienda La Merced es una edificación de tipo colonial con características propias de la época y el estilo, su construcción está conformada por cimentación de piedra, portantes de adobe, estructura de cubierta con madera y tejas de barro, puertas y ventanas de madera, piso combinado de piedra y tierra, actualmente reemplazado por baldosa y piso flotante, además de una cubierta en el patio y aumento de baños en habitaciones cambios que se los realizó en la última restauración hecha en el año de 1959 (Romero, 2016).

El establecimiento sirvió como casa de retiro de los padres de la Merced, pasó a mano de varias familias siendo los penúltimos propietarios los señores Donoso, aproximadamente en el año de 1950, se confiscó por el Banco de Pichincha, finalmente, desde 1980, su dueño actual es la familia Romero, su administradora es la Señora Myriam Romero, por los datos mencionados en el tipo de estructura de la edificación se le calculó una antigüedad aproximada de 100 años (Anexo 1. Formulario Inventario de haciendas patrimoniales del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, 1999).

2.2. DESCRIPCIÓN DEL ENTORNO

La Parroquia de Píntag se dedica principalmente a la ganadería y a la agricultura. Está ubicada en la provincia de Pichincha, Cantón Quito, valle de los Chillos, dentro de la ruta de los volcanes y el callejón interandino.

Se caracteriza por ser la entrada hacia la Reserva Ecológica Antisana, la cual provee de agua a todo el Distrito Metropolitano de Quito, además de poseer recursos naturales inigualables como las lagunas de Muertepungo y la Mica, páramo de Yanasacha, el cerro Sincholagua y el Peñón del Isco, el cual alberga a catorce cóndores.

Su población se dedica a actividades como la ganadería y la agricultura, ya que han heredado la cultura chacarera de sus antepasados, convirtiéndose en experimentados jinetes y expertos guías dentro de los extensos páramos que hay en la parroquia, aprovechando las tierras fértiles que poseen, cosechan productos frescos y orgánicos.

2.3.MARCO TEÓRICO

En el presente capítulo se desarrollarán temas relacionados a la conceptualización de la hacienda turística boutique “La Merced”. Estos tópicos servirán como elementos importantes para la conformación del diseño administrativo y de los espacios físicos del establecimiento; además, éstos se relacionarán unos con otros, como los siguientes casos: la administración con la gestión de procesos para alcanzar estándares de calidad en los diferentes departamentos, el diseño de las instalaciones y la seguridad hotelera para los huéspedes, clientes y colaboradores. Asimismo, el capítulo tomará en cuenta el marketing mix basándose en las 4P (Producto, Plaza, Precio, Promoción) para especificar cuáles serán los diferentes servicios que se brindarán, dónde se expenderán, a qué precio y sus estrategias de comercialización.

2.3.1. Administración

Los niveles directivos de la empresa suelen representarse en la pirámide jerárquica que describe los distintos grados de responsabilidad y autoridad en el establecimiento, ya que a medida que se asciende por la pirámide aumenta el nivel de responsabilidades y autoridad de los directivos:



Imagen No.1. Pirámide jerárquica de la empresa, González Lydia y Talón Pilar, pp. 26.

Es decir, la *alta dirección* define la misión y objetivos generales de la empresa, diseña planes a largo plazo y supervisar a los niveles inferiores; la *dirección intermedia* elabora planes a corto plazo, coordina a los directivos del nivel inferior y hace cumplir las directrices de alta dirección, está formado por los directores de divisiones departamentales; y, la *dirección operativa* se encuentra en contacto directo con los trabajadores, por lo que también recibe el nombre de *dirección de primera línea*, está encargada de encomendar las tareas y evaluar su rendimiento, poniendo en acción planes diseñados por la dirección intermedia (González y Talón, 2003).

2.3.2. Administración del talento humano

En la hacienda turística boutique “La Merced”, la administración del personal se convertirá en un punto importante para el desarrollo de las diferentes actividades que se desempeñarán dentro de sus instalaciones, tanto para la parte administrativa como operativa del personal, por lo se considera la planeación, organización y coordinación; además del desarrollo de técnicas capaces de motivar y promover el desempeño eficiente del personal para alcanzar objetivos mediante el manejo integral, la formación, evolución, control y selección del mismo, teniendo en cuenta el avance de la tecnología y la comunicación.

De acuerdo con Lydia González y Pilar Talón, en el libro *Dirección hotelera, operaciones y procesos*, se debe tomar en cuenta las principales funciones en el proceso de selección dentro del establecimiento para elegir al personal adecuado, con el cual se empezará y continuará la operación:

1. La planificación trata de asegurar que la empresa de alojamiento va a contar con los recursos humanos que necesita en el momento preciso y con la capacitación adecuada.
2. El reclutamiento empieza a integrar perfiles de posibles candidatos con el fin de adquirir las competencias y habilidades desarrolladas por el trabajador.
3. La selección escoge al mejor candidato para el puesto ofertado. Depende de la categoría y de la función a desarrollar, se toma en cuenta cartas de presentación, referencias, pruebas psicológicas, exámenes psicotécnicos y entrevistas personales. Luego se procede a la contratación e incorporación del trabajador a la empresa.

4. La integración es la adaptación de la persona al puesto, la finalidad es reducir al máximo la incertidumbre de la incorporación y la duración del periodo de adaptación.
5. La formación debe ser proporcionada por la empresa. Se trata no solo de transmitir los conocimientos técnicos necesarios, sino las actitudes y maneras propias de la empresa.
6. La evaluación del objetivo es comprobar la aportación del personal a la satisfacción del cliente, teniendo en cuenta el desempeño en su labor en contacto directo con este.
7. El reconocimiento es la acción cuya finalidad es la de ofrecer una compensación adecuada al desempeño del trabajador con beneficios: seguros médicos, planes de pensiones, comedores, transporte, documentos en los servicios de la empresa, etc.

Por tanto, una apropiada dirección del personal del establecimiento hotelero es fundamental para conseguir una plantilla motivada, un clima laboral favorable y un servicio de calidad. No es posible satisfacer a los clientes únicamente con unas instalaciones excelentes, sino con la calidad en el servicio (Ramírez, 2007), con lo que se pretende que el servicio personalizado y de excelencia sea una característica de la hacienda y sobre todo se cumplan los objetivos al final del periodo establecido.

2.3.3. Administración logística

Comprende el registro, control y manipulación de las operaciones relativas a la compra, almacenamiento y distribución de insumos utilizados en el proceso de producción y comercialización del establecimiento (Ramírez, 2007).

Por lo que el Departamento de Compras de la hacienda deberá llevar un manejo óptimo de la materia prima y el suministro a las diferentes áreas mediante un registro de:

1. Gestión de compras, elaborar un catálogo de los distintos insumos, proveedores, precios, plazos de entregas, condiciones de pago, con el fin de asegurarse al menos el menor costo al abastecimiento de los insumos.
2. Control de stocks.
3. Control de almacén se refiere al registro de entradas y salidas del almacén, procedimientos de inventario y controles periódicos.

4. Logística de distribución física, de acuerdo a las tareas internas de la empresa, comprende su programación, ordenación y manipulación de cada salida, análisis de costos.
5. Cobertura adicional compuesta por seguros sobre materiales y su manipulación, incendios, accidentes, etc.

2.3.4. Fases de la administración

2.3.4.1. La planificación

Significa determinar objetivos y tomar decisiones de ejecución, es decir cómo iniciará la operación de la hacienda turística y cuáles serán las tácticas y estrategias relacionadas con el personal, diseño del producto, la promoción y comercialización (con repercusión no solo en la dinámica de la empresa, sino también en su proyección hacia el futuro de la misma).

Por otro lado, la planificación está dividida en táctica, ésta suele corresponder a los niveles inferiores de la pirámide jerárquica y la planificación estratégica que es desarrollada por la alta dirección. (González y Talón, 2003).

Dada la doble consideración de la hacienda turística Boutique como servicio y como negocio, los dos fines principales de la empresa son ofrecer al cliente la mejor asistencia posible mediante un servicio personalizado permanente con capacitaciones adecuadas a su personal, ya que al ser un centro de alojamiento pequeño debe tener en cuenta la calidad y al mismo tiempo obtener la máxima rentabilidad económica mediante estrategias de ventas de lanzamiento de un producto; por eso los objetivos que persigue la planificación son básicamente tener perfectamente organizados todos los departamentos sin dejar nada al azar para evitar que en el servicio no haya inconvenientes.

Etapas de la planificación estratégica

El proceso de planificación pasa por las siguientes etapas:

- **Análisis.**- comprende dos puntos de vista diferenciados:

- a) El análisis interno.- se basa en el estudio de tres partes: financiero, funcional y el estratégico; toma en cuenta los recursos tangibles (activos de la empresa o recursos humanos) e intangibles (cultura organizativa o la formación del personal) de la organización.
Si se optimizan recursos se obtendrá una serie de ventajas competitivas fácilmente visibles: la disminución de los costes, los precios y la calidad de los servicios a la larga resulta el mejor activo para el presente y futuro de la compañía (Torres, 2004).
 - b) En el análisis interno se usa un análisis DAFO, acrónimo de debilidades (presente), amenazas (futuro), fortalezas (presente) y oportunidades (futuro). Las primeras son de carácter interno y las dos segundas de carácter externo, lo que da una pauta de los puntos fuertes y débiles de la empresa y permiten tomar decisiones (Torres, 2004).
- **La estrategia.-** con los resultados del análisis DAFO, se adoptan una serie de decisiones que permiten determinar estrategias; sin embargo, antes se deben plantear la trilogía básica del pensamiento estratégico: a) misión: la razón de ser; b) visión: hacia dónde se dirige; c) valores: referencia a la cultura de empresa; además se puede hablar de estrategias de mercado, que según Porter (1998) son:
1. La estrategia de liderazgo en costes se basa en bajar el precio a los de sus competidores para aumentar ventas.
 2. La diferenciación aporta un valor al producto, ya sea en calidad, características o aspecto en el establecimiento, se tiene como característica el trato personalizado y el diseño de sus instalaciones.
 3. El control en cuanto a procesos internos de cada departamento y sus estándares a cumplir.

2.3.4.2. La organización

Consiste en definir los diferentes departamentos que conformarán la hacienda y las personas que se necesita en cada uno, por lo tanto, se debe dividir el trabajo, identificar

funciones a desempeñar, determinar la estructura, las líneas de autoridad y responsabilidad y establecer las relaciones entre los diferentes departamentos.

De acuerdo con Cesar Ramírez en su libro *Hoteles, Gerencia, Seguridad y mantenimiento*, no existe un patrón de organización hotelera; sin embargo, se debe considerar los diferentes factores que influyen en la puesta en marcha del establecimiento:

- Objetivos de la empresa hotelera.- el planteamiento de objetivos dentro de la organización permite cumplir metas que se establecen en cada área, tales como administración, ventas, recepción, finanzas, alimentos y bebidas, bodega, limpieza, mantenimiento y seguridad, por ejemplo:
 - ✓ Captación del mercado: con el fin de mantener el máximo porcentaje de ocupación del establecimiento.
 - ✓ Calidad del servicio.
 - ✓ Rentabilidad: se busca el equilibrio entre el beneficio y la rentabilidad máximos en base al incremento de la productividad y reducción de los gastos.
 - ✓ Imagen: se debe asegurar el prestigio de la empresa en base a los servicios prestados, seguridad, orden, limpieza y servicios ofrecidos.
 - ✓ Competitividad: en ocupación, calidad y responsabilidad de los servicios prestados en relación al resto de establecimientos.
 - ✓ Crecimiento: se busca ampliar en imagen como en dimensión con base en el autofinanciamiento.
 - ✓ Estabilidad: en relación socioeconómica y tecnología.
 - ✓ Servicios a la comunidad: se crean fuentes de empleo, se fomenta la influencia turística y cultural en las zonas de influencia (Ramírez, 2002).

- Dimensionamiento del hotel.- al ser una hacienda turística pequeña en sus instalaciones influye en la estructura física y funcional del establecimiento, ya que todo está relacionado y depende de la dirección general del establecimiento y su relación con las diferentes áreas y personal.

- Ubicación y entorno.- la hacienda está ubicada en la Parroquia de Píntag, sector del barrio la Merced, por lo que se debe tener en cuenta la demanda de la población, el nivel socio económico al que se va a dirigir, la exigencia de los servicios en cuanto a la

calidad con la que se brindará el servicio, la disponibilidad de los medios de abastecimiento cada cuanto se requiera la materia y qué días se recibirá, la fijación de objetivos y la limitación de las tareas por ejecutar (Ramírez, 2002).

- Calidad y antecedentes del elemento humano.- la preparación de los componentes de la organización, el nivel de conocimientos y la especialización facilita la capacitación del personal, la organización se encargará de estructurar e integrar los diferentes organismos para estar interrelacionados, de tal manera que se eviten distorsiones y disfunciones entre los niveles de alta dirección, dirección intermedia y dirección operativa (Ramírez, 2002).

2.3.4.3. La Dirección

Los nuevos planteamientos en la administración, como los resultados de los diferentes cambios sociales, políticos y económicos, enfocan a la dirección en un sentido amplio y flexible que permite lo siguiente:

- a) Dirigir más humanamente, por medio de una motivación permanente creada por la organización.
- b) Coordinar las acciones y actividades de la empresa hotelera.
- c) Crear un clima de colaboración mediante la intercomunicación, al reducir los problemas o al contribuir con soluciones.
- d) Comprobar la eficacia de las actividades.
- e) Controlar los resultados de la administración y adoptar estrategias para el desarrollo.
- f) Controlar las desviaciones que se relacionen con los objetivos trazados en los diferentes planes.
- g) Afrontar las capacidades del ejecutivo ante el reto de la reducción de tiempos y costos (Ramírez, 2002).

2.3.4.4.Control

Construye una fase del proceso administrativo cuyo significado es la medición de las diferentes actividades desempeñadas. Se debe identificar dos conceptos que abarcan perfectamente el término:

- a) La supervisión implica la observación desde fuera de la actividad controlada, cuya función es orientar permanentemente al trabajador en el desarrollo de las tareas, con el fin de corregir permanentemente y evitar futuros problemas.
- b) El control busca cerciorarse que el desempeño real se ajuste al esperado. Abarca las siguientes etapas:
 - Medición del desempeño al final de las tareas.
 - Retroalimentación de los resultados obtenidos.
 - Comparación de los resultados obtenidos con los planeados.

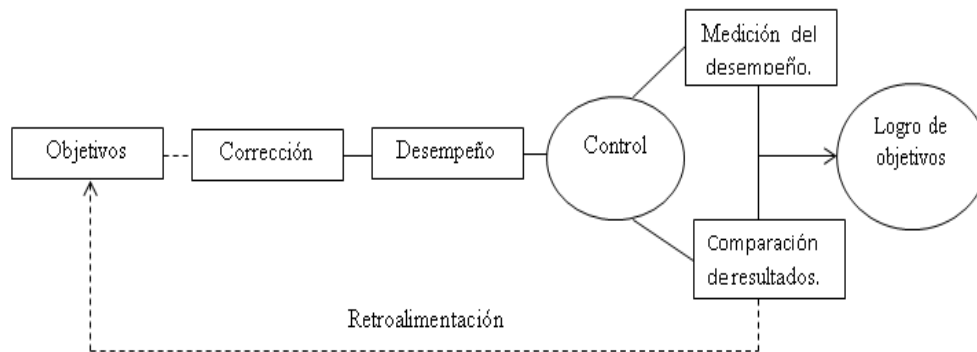


Imagen No.2. Retroalimentación de procesos, Ramírez Cesar, pág. 49.

Si existen fallas en el sistema se visualizará lo siguiente y luego se deberá corregir:

- Defectos de organización.
- Ineficaz sistema de distribución.
- Mal sistema informativo.
- Mal estado de medios y equipo de operación.
- Fallas conceptuales en la planeación.
- Fallas de la dirección.

2.4. Gestión de procesos

Es un sistema de organización en el que se prioriza la orientación al cliente sobre las demás consideraciones, el cual se conforma por un conjunto de actividades y procesos para generar un valor agregado en el servicio, producto para así satisfacer los requerimientos del cliente. Por lo que toda actividad desempeñada dentro de la empresa esta interrelacionada. Cuando se habla de establecer un sistema de gestión de procesos que permita el desarrollo y mejora continua se refiere a poner en marcha un sistema que interrelacione lo siguiente (Torres, 2004):

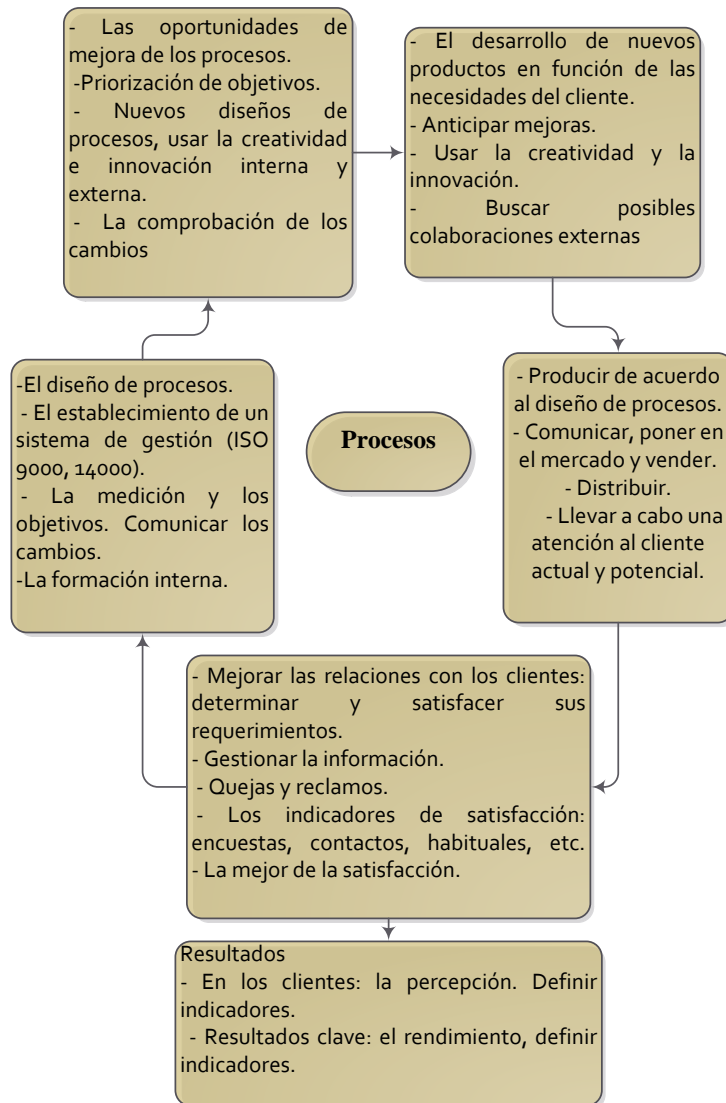


Imagen No.3. Gestión de procesos, Torres Sánchez de la Vega Marian, pp. 231.

Toda organización que desee llevar a cabo un sistema de gestión de procesos que sea compatible con la implementación de un sistema de calidad normalizada, debe cumplir con las siguientes exigencias: los procesos se documentarán según especifique la norma (ISO 9001: 2008), se recogerán los registros de cada proceso realizado en los departamentos y se archivará todo el sistema documental actualizado (Anexo 2. Modelo de implementación de la Norma ISO 9001: 2008).

Todos los procesos que se dan en la organización son claves para el cliente, identificándolos y documentándolos, para lo que se realiza un pre estudio de todas las actividades, procedimientos y sistemas que permitan funcionar a la empresa y favorecerán en la creación del valor añadido de los productos y servicios.

Se asignará a una persona que asumirá la responsabilidad global en la gestión y mejora continua, es decir el gerente, ya que al ser un establecimiento hotelero pequeño él será quien encabece el proceso en general. Esta persona trabajará en conjunto con el resto de los jefes de cada área, definiendo procesos, redactando la documentación básica y elaborando su correspondiente diagrama de flujo, donde queden reflejadas sus entradas y salidas, también se harán seguimiento a los resultados de los indicadores definidos. Cuando no sean satisfactorios habrá que trabajar en la mejora continua y realizar reuniones departamentales para buscar falencias y corregirlas (Torres, 2004).

2.5. Marketing mix: las 4Ps

En una empresa es necesario seleccionar y organizar los negocios de tal manera que mantenga al establecimiento en buenas condiciones, a pesar de los contratiempos inesperados que ocurren en cualquiera de sus transacciones o líneas de productos específicos, es por lo que se utilizará el marketing mix como un análisis de estrategia y de aspectos internos de la Hacienda Turística Boutique “La Merced”, desarrollada por la misma para analizar cuatros variables básicas de su actividad: producto, precio, plaza y promoción, y así conocer la situación de la organización (Kotler, 1997).

2.5.1. Producto

Existen tres opciones básicas para que cualquier producto pueda ser introducido en el mercado, modificarlo o retirarlo. En el presente caso es la introducción del producto en el mercado; es decir, ingresar con la Hacienda Turística Boutique “La Merced”, la cual se encuentra conformado por atractivos, facilidades, infraestructura, actividades y busca crear una experiencia en el cliente.

El producto se va a introducir en el mercado para apoyar a una estrategia de penetración en el mismo, se ha demostrado que la calidad del producto no solo afecta la imagen y el precio que influiría en su rentabilidad, por lo que algunos comercializadores reducen la calidad para disminuir los costos de producción, porque piensan que esto aumenta la rentabilidad, lo cual es incorrecto. El cliente desea lo mejor que puede obtener por su dinero y recompensará a los vendedores que los proporcionen, ya sea por el servicio personalizado brindado o por las diferentes actividades complementarias dentro de las instalaciones de la hacienda (Cohen, 2007).

2.5.2. Precio

En economía, el precio se lo conoce como la cantidad de dinero que la sociedad debe dar a cambio de un bien o servicio, para lo cual el establecimiento de un precio justo parte del cálculo de costos de la empresa, en este caso se basará en dos puntos claves para fijar precios, estos son fórmula para cálculo de costo habitaciones y su precio de venta al público y la receta estándar para alimentos y bebidas (Cohen, 2007):

La fórmula para fijar precios en habitaciones se utiliza en hoteles para que inicien su operación y consiste en determinar costos directos, costos indirectos y aumentar el porcentaje de utilidad esperado (Moreira, 2016)

Su fórmula es la siguiente:

Costo total	=	Costo directo	+	Costos indirectos
Precio de venta al público	=	Costo total	+	% Utilidad

Imagen No.4. Fórmula cálculo de costos de habitaciones. Entrevista a Bermeo Yamil.

- **Fijación de precios para ajustarse a la competencia:** supone introducir un producto o servicio al mismo nivel que el de sus competidores. Cuando se utilice esta táctica se debe fijar el producto de alguna manera, ya sea ofreciendo una mejor calidad o servicio, asimismo se lo puede agrupar con otros productos o beneficios para incrementar el valor en general.
- **Precio alzado:** consiste en fijar relativamente alto el precio de un nuevo producto; esto ocurre a menudo cuando es el primero en el mercado. Estos recursos pueden utilizarse para combatir a la competencia con otras tácticas. Una empresa que utilizó la táctica del precio elevado puede gastar más en promoción cuando los competidores entren en el mercado y pueda abrir canales de distribución adicionales.

Existen tácticas creativas como elevar el precio de venta recomendado y bajar el precio al mayoreo; sin embargo, cualquier rebaja se debe examinar desde el punto del cliente y desde la disponibilidad de recursos del establecimiento.

Un precio alto denota una imagen costosa y un precio bajo una imagen más económica, lo mismo sucede con la calidad, en muchas situaciones en que los compradores deben elegir entre varios productos, muchos optarán por el que cuesta más. Quizá consideren que esto aumentará su probabilidad de obtener un producto de mejor calidad (Cohen, 2007).

Los tipos de tarifas que se manejan son:

1. **Tarifa rack o rack rate:** es la tarifa expuesta al público y la máxima que el hotel puede cobrar a sus clientes, las mismas se deben comunicar con antelación a cada temporada (Navarro, 2008).
2. **Tarifa de agencia de viajes:** es la tarifa que se oferta a la agencia de viajes mayoristas o minoristas, los precios ofertados son mejores por el volumen de transacciones que la agencia proporciona al hotel (Navarro, 2008).
3. **Tarifa corporativa:** se aplica a los trabajadores con un acuerdo de colaboración con el hotel o se ofrecerán tarifas corporativas a cualquier viajero comercial, independientemente de la compañía para la cual trabaje (Navarro, 2008, pág. 38).

4. **Tarifas especiales:** se ofrecerán descuentos a clientes con estancias repetidas, larga estadía, agentes de viajeros, personal militar, personal que trabaja en líneas aéreas o agentes de viajes (Navarro, 2008, pág. 40).
5. **Tarifa oferta fin de semana:** será una tarifa que incentive el consumo en fines de semana, incluirá paquetes de noches más alimentación y si fuere el caso tours (Navarro, 2008, pág. 40).

2.5.3. Plaza

Se comprende como el lugar físico o área geográfica donde se va a promocionar y vender la Hacienda Turística Boutique “La Merced” como un producto y servicio, para lo cual se tomará en cuenta posibilidades básicas de canal:

1. **Canal directo o indirecto:** significa vender directamente al cliente; es decir, desde las instalaciones de la hacienda y su departamento de ventas y marketing; el uso de canal indirecto incluye comerciantes como mayoristas, operadores turísticos o agencias de viajes; sin embargo, el margen de utilidad sobre cada artículo es menor cuando se venden a través de estos intermediarios (Cohen, 2007).
2. **Canales únicos o múltiples:** consiste en trabajar más de uno simultáneamente. Un canal adicional incluye más puntos de venta y más oportunidades, aun así, las compañías pequeñas no eligen (por tener recursos limitados) los canales múltiples, ya que pueden representar un costo elevado (Cohen, 2007).
3. **Extensión de canal:** se basa en el número de intermediarios a lo largo de la línea de distribución, por ejemplo, se tiene un convenio con una compañía mayorista la cual vende a la agencia de viajes y ella al consumidor final.
4. **Qué intermediarios usar:** se debe considerar que la selección de intermediarios específicos no dependan únicamente de sus antecedentes, aunque si es una consideración importante, se toma en cuenta el segmento de mercado cubierto, qué tan bien entiende el mercado, cómo concuerda el intermediario en política, estrategia e imagen y si se entiende el papel que tiene dentro de la comercialización del producto; por lo cual, los convenios con diferentes puntos de venta son una parte fundamental dentro de la comercialización del producto principal (habitaciones) y los

complementarios (uso de instalaciones paquetes, eventos, alimentos y bebidas) (Cohen, 2007).

2.5.4. Promoción

Son las acciones a desarrollar para hacer conocer a la Hacienda Turista Boutique “La Merced” a nivel nacional e internacional, en este sentido las ventajas de las ventas directas son las siguientes (Cohen, 2007):

- Más flexibilidad.- el vendedor puede adaptar la presentación de ventas para satisfacer las necesidades, el comportamiento y los motivos de un cliente en situaciones especiales.
- Retroalimentación inmediata del cliente.- le permite saber a la empresa cuándo su efecto de atracción del producto no funciona o se debe ajustar.
- Recibos instantáneos de ventas.
- Tiempo flexible para realizar la venta.

Las técnicas de promoción de ventas que se van a incluir serán: muestras, cupones, descuentos comerciales, promoción de precios por volumen, premios, concursos y loterías, ofertas de reembolsos, paquete de bonificaciones, planes de sellos y de continuidad, exhibiciones en los puntos de compra y participación en programas comerciales (Cohen, 2007).

La táctica de promoción de ventas se utiliza especialmente para la introducción de un nuevo producto en un mercado competitivo, de esta manera se precisa motivar al cliente para aumentar las ventas (Cohen, 2007).

2.6. Seguridad hotelera

La Hacienda Turística Boutique “La Merced” es una edificación tipo neo colonial construida aproximadamente hacia unos 100 años, por lo que se deben tomar en cuenta ciertos parámetros de seguridad al habilitar sus instalaciones como un establecimiento de alojamiento,

para salvaguardar al cliente externo e interno y adecuarse a las nuevas necesidades dentro del mercado, tal es el caso de que sus instalaciones permitan la movilización y estancia de personas con discapacidad. Como mínimo se debe cubrir:

1. Prevención de riesgos y accidentes.
2. Seguridad alimentaria y sanitaria.
3. Protección contra incendios y gestión de emergencias.

La dirección debe salvaguardar la seguridad del cliente interno y externo e instalaciones, por lo que debe conceder al establecimiento los implementos adecuados para hacer frente a posibles situaciones de riesgo. Uno de ellos es disponer de un botiquín de emergencias para la prestación de primeros auxilios a los trabajadores durante la jornada laboral y a los clientes durante la estadía. Sin embargo, si el número de trabajadores superan los 25 simultáneos se dispondrá de un espacio destinado a enfermería. El empleador garantizará el buen funcionamiento de estos servicios, debiendo proveer de entrenamientos a fin de que por lo menos un trabajador de cada turno tenga conocimiento de primeros auxilios. El botiquín se colocará en un lugar visible y si existiera necesidad de traslado el empleador facilitará los recursos necesarios para el mismo. Es necesario conservar los certificados originales o copias de las inspecciones correspondientes que justifiquen el cumplimiento de la legislación vigente que afecta a la seguridad y la salud de los clientes y los empleados (Reglamento de seguridad y salud de los trabajadores N° 2393, 1994: 1-31).

Para el cumplimiento de la seguridad en el establecimiento se basará en el *Reglamento de seguridad y salud de los trabajadores* con Decreto Ejecutivo 2393, lo cual servirá para la disminución o eliminación de riesgos laborales y mejoramiento del medio ambiente de trabajo.

2.6.1. Seguridad estructural

Los cimientos, pisos y demás elementos de la hacienda ofrecerán resistencia suficiente para sostener con seguridad las cargas a que serán sometidas. El pavimento constituirá un conjunto homogéneo, liso y continuo, será de material consistente, no deslizante o susceptible a serlo por el uso o proceso de trabajo y de fácil limpieza. Estará al mismo nivel y en las áreas como la cocina o con líquidos en abundancia susceptibles a formar charcos, los mismos se

construirán de material impermeable, dotando al pavimento de una pendiente de hasta 1,5% con desagües y canales (Reglamento de seguridad y salud de los trabajadores N° 2393, 1994: 1-31).

Los techos y tumbados deberán reunir las condiciones suficientes para proteger a los trabajadores del deterioro que han sufrido durante el tiempo, por lo que tendrán su enlucimiento firmemente adherido a fin de evitar desprendimientos, sus paredes serán lisas, pintadas en tonos claros y susceptibles a ser lavadas y desinfectadas (Reglamento de seguridad y salud de los trabajadores N° 2393, 1994: 1-31).

Los pasillos, corredores y galerías deberán tener un ancho apropiado a su uso, la distancia entre máquinas u otros aparatos será suficiente para que los trabajadores puedan ejecutar su labor cómodamente, no será menor a 800 milímetros contando esta distancia desde el punto más saliente (Reglamento de seguridad y salud de los trabajadores N° 2393, 1994: 1-31).

Alrededor de hornos, calderos o cualquier otra maquinaria que sea con un fondo radiante de calor, se dejará un espacio libre de trabajo dependiendo de la intensidad de la radiación, como mínimo será de 1,50 metros (Reglamento de seguridad y salud de los trabajadores N° 2393, 1994: 1-31).

Las escaleras fijas de cuatro o más escalones deberán estar provistas de su correspondiente barandilla y pasamanos sobre cada lado, las mismas deben tener 900 milímetros de altura. La madera empleada será sana de corteza y sin nudos que puedan disminuir la resistencia de la misma, las escaleras de madera no deberán ser pintadas salvo con barniz transparente, para impedir que queden ocultos sus posibles defectos (Reglamento de seguridad y salud de los trabajadores N° 2393, 1994: 1-31).

El ancho mínimo de las puertas exteriores será de 1,20 metros cuando el número de trabajadores que las utilicen normalmente no exceda de 200, se debe priorizar que las puertas se abran al exterior y que sean de fácil apertura, las puertas de gradas no abrirán directamente a los escalones, sino sobre un descanso longitudinal igual o superior al ancho de aquellos (Reglamento de seguridad y salud de los trabajadores N° 2393, 1994: 1-31).

La limpieza de los espacios propensos al polvo, se higienizarán por medios húmedos o mediante aspiración en seco, en cocinas, máquinas, aparatos o dispositivos, los pisos se conservarán limpios de aceite, grasa y otros materiales resbaladizos; además las ventanas y

tragaluces se limpiarán con la regularidad e intensidad necesaria. Se proporcionará al personal con herramientas y ropa de trabajo adecuadas y, en su caso, equipo de protección personal (Reglamento de seguridad y salud de los trabajadores N° 2393, 1994: 1-31).

2.6.1.1.Comedor del personal

El comedor no estará alejado del lugar de trabajo y se ubicará aislado de focos insalubres. Tendrán iluminación, ventilación y temperaturas adecuadas. Los pisos, paredes y techos serán lisos y susceptibles de fácil limpieza. Contarán con mesas, vasos, platos y cubiertos para cada trabajador (Reglamento de seguridad y salud de los trabajadores N° 2393, 1994: 1-31).

2.6.1.2.Cocina

Contarán con captadores de humo mediante campanas de ventilación forzada por aspiración, se mantendrán en condiciones de limpieza. Los residuos alimenticios se depositarán en recipientes cerrados y de acuerdo al tipo de basura orgánica, inorgánica, papel, plástico y en lugares debidamente protegidos (Reglamento de seguridad y salud de los trabajadores N° 2393, 1994: 1-31).

2.6.1.3.Vestuarios

El centro de trabajo contará de cuartos vestuarios para el personal debidamente separados para mujeres y hombres, estarán provistos de asientos y armarios individuales, con llave, para guardar la ropa y el calzado (Reglamento de seguridad y salud de los trabajadores N° 2393, 1994: 1-31).

2.6.1.4. Servicios higiénicos

El número de elementos necesarios para el aseo personal, serán separados por sexo, se ajustará en cada centro de trabajo a lo establecido en la siguiente tabla (Reglamento de seguridad y salud de los trabajadores N° 2393, 1994: 1-31):

1. Excusados 1 por cada 25 varones o fracción, 1 por cada 15 mujeres o fracción.
2. Urinarios 1 por cada 25 varones o fracción.

Estarán dotados de papel higiénico y de recipientes especiales y cerrados para depósitos de desechos, cuando los excusados comuniquen con los lugares de trabajo estarán completamente cerrados y tendrán ventilación al exterior. Las dimensiones mínimas serán de 1 metro de ancho por 1,20 de largo y de 2,30 de altura. Las puertas impedirán totalmente la visibilidad desde el exterior y contarán con seguro interior y de un colgador (Reglamento de seguridad y salud de los trabajadores N° 2393, 1994: 1-31).

1. Duchas 1 por cada 30 varones o fracción, 1 por cada 30 mujeres o fracción.
2. Lavabos 1 por cada 10 trabajadores o fracción.

Permanentemente se abastecerá de jabón o soluciones jabonosas, cada trabajador contará con sus útiles de aseo personal (Reglamento de seguridad y salud de los trabajadores N° 2393, 1994: 1-31).

2.6.2. Seguridad alimentaria

La dirección del establecimiento debe establecer las medidas necesarias para ofrecer el nivel de seguridad alimentaria a los clientes y personal. Se debe cubrir con el control del aprovisionamiento, la trazabilidad de los alimentos, el control en la conservación y la acreditación del personal para manipular alimentos. La implementación de un sistema de BPM favorecerá al cumplimiento de estándares de calidad. (NTE INEN 2891, 2010; Código de Seguridad Alimentaria, 2010)

Se debe enfocar en la desratización, desinfección y desinsectación priorizando en áreas vulnerables para la contaminación; la cual, lo debe realizar por personal calificado con

productos adecuados y que tengan un registro sanitario para la aplicación del mismo. Se tendrá un continuo control en áreas como zona de refrigeración, intercambiadores de calor, depósitos, duchas, grifos de agua caliente, bañeras de hidromasaje, piscinas climatizadas, fuentes ornamentales, sistemas de protección contra incendios, en general instalaciones de agua fría para evitar enfermedades (NTE INEN 2891,2008).

2.6.3. Seguridad de las personas y de los bienes

Se incluyen los bienes de los clientes, del personal o del establecimiento. Las dependencias exteriores dispondrán de las acciones de vigilancia y control tales como: rondas de vigilantes, control por videocámaras, control de llaves del parking, atención especial durante la carga y descarga de equipajes y bodega (NTE INEN 2891, 2008).

De acuerdo a la Norma Técnica Ecuatoriana N° 2891, publicada en el 2008, se deben contemplar los siguientes aspectos de seguridad interior:

Todo el personal debe estar identificado mediante placas identificativas o similar.

Se debe controlar el acceso al establecimiento y a las habitaciones en horario nocturno.

Las habitaciones deben estar dotadas de los mecanismos necesarios para asegurar la privacidad y la seguridad de las mismas.

Se debe llevar un control estricto de las llaves de las habitaciones o apartamentos y en especial de las llaves maestras, no siendo accesibles al personal no autorizado.

Se debe disponer de una sistemática de identificación del cliente en aquellos puntos de venta o consumo (restaurante, bar, etc.) cuando se realicen cargos a cuenta.

Conforme a la legislación vigente el establecimiento debe garantizar la seguridad de la información incluyendo en ella la seguridad de los datos personales de los clientes y el personal (NTE INEN 2891, 2008).

2.6.4. Protección contra incendios y gestión de emergencias

En cada habitación y espacio público que se encuentren dentro de las instalaciones, se dispondrá de un sistema centralizado contra incendios, donde se incluya una red de tubería de agua controlados por sensores de humos, extintores y alarmas de emergencia en lugares estratégicos y debidamente señalados, la vigilancia de este sistema estará monitoreado por parte de una empresa externa especializada en esta actividad (NTE INEN 2891, 2008).

Para el control del mantenimiento de los extintores estará a cargo de una persona responsable que verifique periódicamente el buen funcionamiento y la validez de cada extintor (NTE INEN 2891, 2008).

Las señalizaciones de evacuación deben estar claramente visibles donde indique el punto seguro más próximo, las rutas deben ser de libre tránsito sin impedimento de puertas bloqueadas o difíciles de abrir. La hacienda turística deberá contar con un plan de emergencias debidamente aprobado por un ente legal, que se pondrá en práctica mediante simulacros en periodos de tiempo establecidos por el personal de seguridad encargado (NTE INEN 2891, 2008).

2.7.Diseño

El concepto de hotel boutique se origina en Europa, donde en su mayoría se ubicaban en casas antiguas restauradas del siglo XIX, los huéspedes tenían la alternativa de comprar objetos que formaban parte de la decoración o diseño del establecimiento; a medida que pasó el tiempo, el concepto se trasladó a América.

Jesús Felipe Gallegos en su Libro *Gestión de hoteles* (2002) define a los hoteles boutique como: “Pequeños establecimientos urbanos que asemejan su diseño a las boutiques clásicas y modernas donde se trata de transmitir personalidad y buen gusto en su decoración y estilo apropiado” (pág. 432).

Se tomará en cuenta tres hoteles boutique (Morgans, Blakes Hotel y Bedford Hotel), debido a que fueron los primeros establecimientos que se crearon con el objetivo de que sean negocios hosteleros; estos servirán de referencia para el diseño de la Hacienda Turística Boutique “La Merced”, para lo cual se da una breve descripción de cada uno. En la década de 1980, los empresarios e interioristas Ian Schrager y Andree Putman implementaron el primer hotel boutique llamado Morgans, actualmente se encuentra en el centro de Manhattan, a pocos minutos de la Gran Estación Central, la Plaza Herald de Macy y el Museo Morgan Library; el concepto pasó a Londres con el Blakes Hotel, por la diseñadora Anouska Hempel y a San Francisco con el Bedford Hotel, estos establecimientos se enfocan en nuevos estándares de diseño y servicio (Gallegos, 2002).

Los hoteles boutique son una nueva tendencia en el mercado ecuatoriano, por lo que actualmente no se encuentra registrado en la clasificación hotelera del Ministerio de Turismo del Ecuador, se ubican en zonas céntricas o rurales en edificaciones antiguas de casas o haciendas coloniales con diseños personalizados, se trata de mantener y preservar la infraestructura original respetando su valor histórico, su capacidad es menor a 50 habitaciones; además, se han convertido en sinónimos de buen servicio, buena comida, decoración de lujo y gusto refinado (Gallegos, 2002).

Sin embargo, en el reglamento de alojamiento turístico se define a Hacienda Turística como:

Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones privadas con cuartos de baño y aseo privado, localizadas dentro de parajes naturales o áreas cercanas a centros poblados. Su construcción puede tener valores patrimoniales, históricos, culturales y mantiene actividades propias del campo como siembra, huerto orgánico, cabalgatas, actividades culturales patrimoniales, vinculación con la comunidad local, entre otras; permite el disfrute en contacto directo con la naturaleza y presta servicio de alimentos y bebidas, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones (Reglamento de alojamiento turístico, 2015)

En la presente disertación se han conjugado estos conceptos, para conceptualizar y diseñar una hacienda turística boutique; es decir, un establecimiento que tenga un valor histórico en un área natural que ofrezca un servicio personalizado, lujo y calidad para cada uno de los huéspedes.

La hacienda turística Boutique “La Merced” es una edificación neo colonial con una categorización de cuatro estrellas y se va a procurar en su diseño adecuar las instalaciones para un mercado actual; es decir, personas con discapacidad física, visual y auditiva, además, de rehabilitar áreas que en la actualidad no se están haciendo uso.

Las áreas y los bienes patrimoniales arqueológico, urbanístico y arquitectónico se encuentran registrados en el *Inventario de áreas y bienes patrimoniales*, el cual es una herramienta de planificación y desarrollo que contiene el registro, ficha técnica con las características urbanas, constructivas, ambientales, arquitectónicas, de ocupación, culturales y la evaluación física del inmueble para saber el uso y en qué estado de conservación se encuentra. El mismo es administrado por el Distrito Metropolitano de Quito (DMQ), bajo la responsabilidad de la Dirección Metropolitana de Planificación Territorial y Servicios

Públicos e Instituto Metropolitano de Patrimonio, (IMP). En el presente inventario de encuentra registrada la hacienda “La Merced” que se establece en correspondencia con los grados de protección señalados en la ordenanza 260, y de acuerdo a la mencionada se deben seguir y respetar ciertos parámetros que afectarán en su diseño o rehabilitación del área (Ordenanza Metropolitana N° 0260, 2008).

Dentro de la catalogación se establece la valoración de cada una de las edificaciones registradas dentro del inventario patrimonial, así como la lectura y manejo de la información de una manera sistemática, se califica a cada predio de acuerdo a los siguientes criterios (Ordenanza Metropolitana N° 0260, 2008):

1. Valor tipológico (tipología de la edificación).
2. Significado (simbología, histórico, tecnológico, hito, urbano).
3. Estado de edificación.
4. Relación con el entorno.

De acuerdo a la calificación efectuada, y para finalizar el presente capítulo, se designó a la Hacienda “La Merced” en la categoría de edificación con protección parcial, lo cual significa que es un bien patrimonial susceptible a modificación con la finalidad de mejorar sus condiciones de habitabilidad, por lo que existen elementos que deben conservarse obligatoriamente y aquellos que puedan modificarse para lo que se detalla los puntos a ser respetados dentro de la estructura: (Ordenanza Metropolitana N° 0260, 2008).

1. Respetar la tipología de la edificación.
2. Se acepta la modificación de espacios para mejorar condiciones higiénicas y de confortabilidad.
3. Es admisible cubrir patios con material traslucido o transparente en el caso de ser necesario para la ocupación de uso masivo, las misma debe ser reversible y no dañar la estructura, además el uso de claraboyas, las cuales deben estar al mismo nivel de la cubierta o elevados con la misma inclinación de la cubierta con un espacio libre de 0,30 m (Ordenanza Metropolitana N° 0260, 2008).
4. No se admite el uso de material ajeno a la composición básica de la estructura y las texturas propias de la edificación, en las nuevas áreas se deberá respetar y continuar con

el material original y debe ser acorde al entorno (Ordenanza Metropolitana N° 0260, 2008).

5. Se recuperará las fachadas originales y es aceptable añadir el diseño de nuevas fachadas que tengan concordancia con el ambiente, es decir que no se vea extraño o fuera del lugar.
6. Las puertas y ventanas de la hacienda no se pueden alterar, se harán replicas o se restaurarán las originales.
7. Se podrá construir un estacionamiento cuando el ancho del zaguán o la conformidad de la edificación lo permita, no es aceptado en ningún caso que se tenga que modificar la fachada, es decir ensanchamiento o apertura de puertas para garaje.
8. Se admitirá que se añada dos o más unidades prediales en los siguientes casos (Ordenanza Metropolitana N° 0260, 2008).

CAPÍTULO III

3.1. MARCO METODOLÓGICO

Para el desarrollo de la disertación, se inició con el levantamiento de información en la hacienda “La Merced” ubicada en la Provincia de Pichincha, Cantón Quito, Parroquia de Pintag, en la cual se utilizaron técnicas de investigación como la observación para el diseño de planos y recopilación de datos históricos de la misma mediante entrevistas, búsqueda de información en archivos, bibliotecas e internet para poder diseñar las diferentes áreas de acuerdo a las normas vigentes; además se consultó en la Dirección Metropolitana de Planificación Territorial y Servicios Públicos e Instituto Metropolitano de Patrimonio, en el Instituto Metropolitano de Patrimonio (IMP), en el Reglamento de Alojamiento Turístico, en la Biblioteca de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, en el Centro Cultural Metropolitano y en el Instituto Ecuatoriano de Normalización.

Asimismo, se desarrolló mediante la investigación exploratoria,¹ un examen del tema propuesto (Hacienda Turística Boutique) y se utilizó la observación inmediata del área y los elementos características como sus instalaciones, administración, diseño, actividades y el entorno (Villalba, 2004).

Como elemento principal de la observación, se procedió con el método descriptivo y se buscó, de forma inmediata, las características esenciales de lo estudiado; por ejemplo, se describió los diferentes factores productivos (recursos empleados por la empresa, tecnológico, humano, financiero), los factores que se combinan para obtener el producto, costos fijos y variables, variedad de servicios y bienes cuyo objetivo será su posterior consumo (Villalba, 2004).

Los organigramas, estructural y funcional, se han utilizado para distribuir lo diferentes puestos laborales dentro de la empresa, su orden jerárquico y la relación de los elementos esenciales, para su construcción se estableció elementos en orden de funciones; es decir, representarlos como componentes que exhiben distintos niveles y agrupación de organización (Guerra, 2003).

¹ Como actividad preliminar.

El flujograma representa con detalle la secuencia de un proceso, consiste en un esquema, en el cual, los conceptos muestran relación causa y efecto, o aparecen en función del momento en que se desarrolla la acción, se han utilizado para describir los principales procesos de cada departamento y la estandarización que se debe seguir para cumplir con un servicio personalizado y estándares internos (Guerra, 2003).

De acuerdo al libro *Los organizadores gráficos y otras técnicas didácticas de la A a la Z* de Guerra (2003), los símbolos básicos empleados para su construcción son:

1. La elipse que representa el inicio o la finalización del proceso.
2. El rectángulo, figura que describe la actividad.
3. El rombo que se incluye cuando se señala una decisión.
4. El círculo que se incluye para mostrar una relación.
5. Las líneas que constituyen las vías que indican cómo se conectan los procesos.

En el presente capítulo se detalla el diseño de la Hacienda y sus espacios. Para facilitar la comprensión y reconocimiento de cada área, se articula lo teórico con las imágenes de los planos de cada área y su distribución dentro de la misma.

3.2. Diseño Hacienda Turística Boutique “La Merced”

Distribución material actual

Las actividades principales del establecimiento son la ganadería y, en menor porcentaje, la agricultura. La hacienda “La Merced” se encuentra registrada en el inventario patrimonial, por lo cual para su diseño se registró en la Ordenanza 260, que trata sobre las Áreas y bienes patrimoniales, cuenta con un área total de 74 hectáreas dentro de las cuales 1,50 hectáreas constituyen la casa principal y una secundaria. La primera está distribuida, actualmente, de la siguiente manera:

- 6 dormitorios con su baño
- 3 baños sociales
- 1 cocina interna

- 1 cocina externa
- 1 sala de juegos interna
- 1 sala de juegos externa
- 1 gimnasio
- Caballerizas

La segunda vivienda se encuentra cerrada y solo dos de sus habitaciones son utilizadas como bodega.

Distribución material rediseñada

La Hacienda Turística Boutique “La Merced” se conformará por cuatro áreas distribuidas de la siguiente manera:

Primera área

Entrada, Central de Seguridad y Enfermería

Es la entrada principal de los huéspedes hacia el establecimiento, con un portón color verde y sus paredes de piedra; además, en esta área se ubicarán la Central de Seguridad donde se controlarán y vigilarán los diferentes lugares de la Hacienda mediante cámaras, una Enfermería que prestará atención al personal interno y a los huéspedes, ya que es un requisito de acuerdo al Reglamento de Alojamiento Turístico.



Imagen No.6. Entrada principal Hacienda “La Merced”, Alejandra Ramos.

Casa principal

Su estructura es de estilo neo colonial, caracterizado por su construcción de adobe con paredes lisas y techos de teja. Su área está dividida en:

Área de seguridad

1. Sala de control de cámaras
2. Enfermería
3. Baños

Casa

1. Baños para mujeres
2. Baño para discapacitados
3. Baños para hombres
4. Área de servicio
5. Recepción
6. Oficinas del personal
7. Salón de eventos
8. Habitación estándar twin
9. Oficinas personal
10. Baño habitación estándar twin
11. Baño habitación estándar king
12. Habitación estándar king

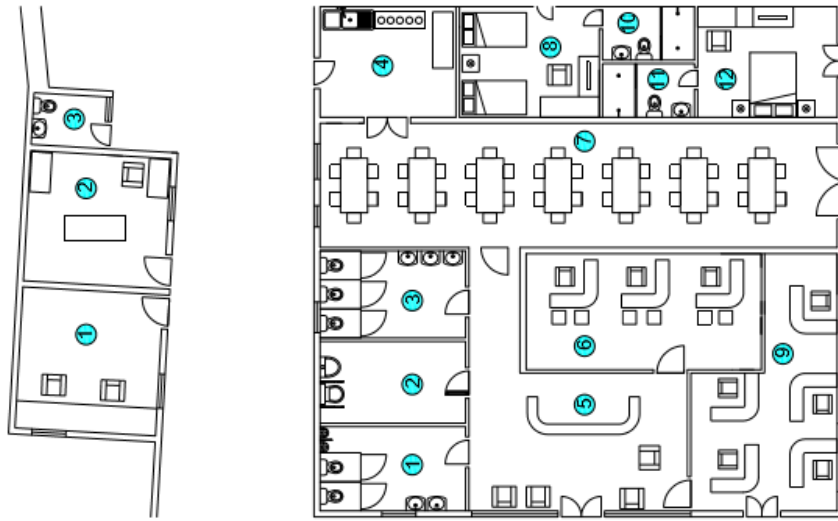


Imagen No.7. Planos área Hacienda “La Merced”, Milton Rodríguez.

Segunda área

Casa antigua

Es una casa antigua que complementa a la principal, en la cual se diseñó:

1. 4 habitaciones estándar King
2. 2 habitaciones twin
3. 1 habitación para personas con discapacidad
4. 1 restaurante con vista hacia el patio posterior
5. 1 sala de descanso con una chimenea,
6. 1 sala en el patio cubierto de la casa
7. 1 bar
8. 1 cocina con el área de desembarque
9. 1 business center y la oficina de operadores
10. Baños públicos
11. 1 capilla
12. Segunda puerta de ingreso, en el lado norte de la casa, destinada para el personal interno

13. Parquederos, ubicados en el lado norte de la casa



Imagen No.8. Segunda casa Hacienda “La Merced”, Alejandra Ramos.

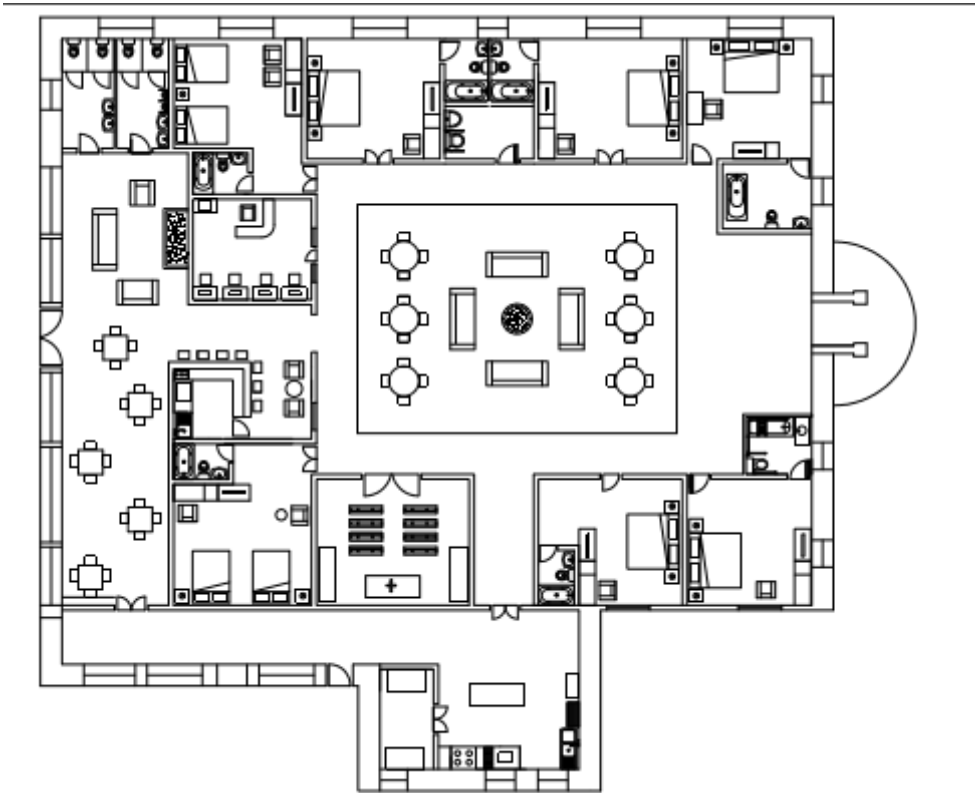


Imagen No.9. Planos segunda área Hacienda “La Merced”, Milton Rodríguez.

Tercera área

Caballerizas, galpón y áreas verdes

Se ubican al lado este de la construcción, actualmente se encuentran las caballerizas, un galpón donde se diseñó el SPA, un reservorio de agua y el área verde donde se diseñó la piscina, el sauna, el turco, el hidromasaje, una barra de snacks, una cancha de basquetbol y una de football.



Imagen No.10. Tercera área “La Merced”, Alejandra Ramos.

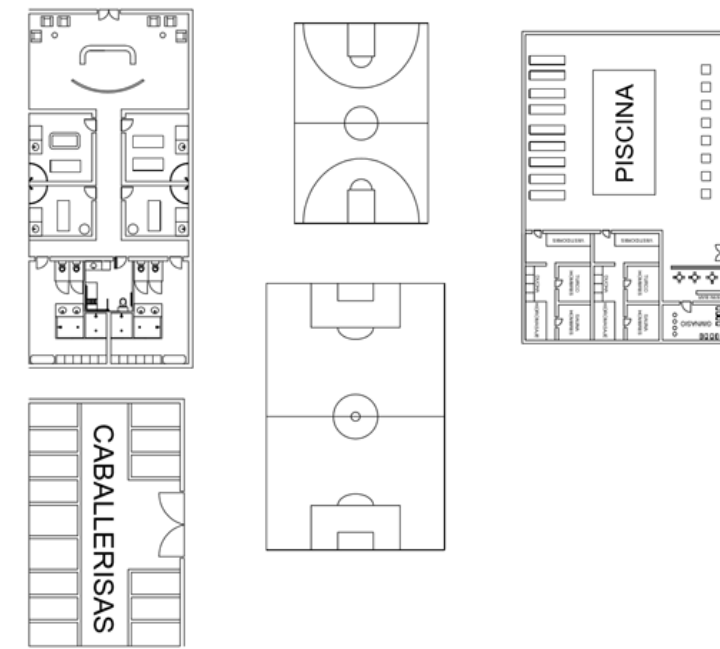


Imagen No.11. Planos tercera área “La Merced”, Milton Rodríguez.

Cuarta área

Instalaciones para el personal interno

Está ubicada en el lado sur oriente de la hacienda, está conformado por pequeñas casas, estas se adecuarán para el uso exclusivo del personal de la siguiente manera:

1. Baños de mujeres
2. Vestidor de mujeres
3. Área de platos sucios
4. Comedor
5. Área de servicio de platos
6. Oficinas
7. Lavandería
8. Vestidor hombres
9. Baño de hombres



Imagen No.12. Cuarta área “La Merced”, Alejandra Ramos.

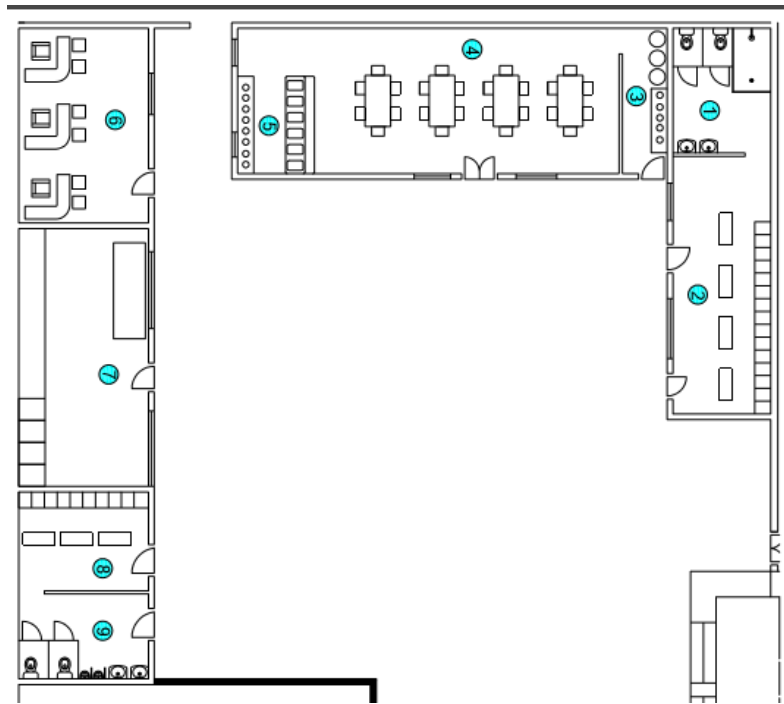


Imagen No.13. Planos cuarta área “La Merced”, Milton Rodríguez.

3.2.1. Recepción

El cliente y el huésped deben visualizar en primer plano el mostrador de la recepción, el mismo debe encontrarse en la ruta hacia las escaleras, sus medidas van entre los 3 metros de largo para hoteles de 50 habitaciones o de 10 a 15 metros de largo en hoteles de 200 habitaciones; hay que tener en cuenta que el espacio detrás del mostrador debe ser de 1,5 metros de ancho para facilidades en la circulación del personal (Broto, 2013).



Imagen No.14. Ejemplificación de la sub área de Recepción de la Hacienda “La Merced”, Hotel Ritz, Madrid (<http://hotel-ritz-madrid.madrid-hoteles.net/>).

La recepción se ubicará en la primera área y medirá 55,44 m², ya que es la entrada principal para los clientes y huéspedes hacia el establecimiento, la misma estará diseñada con un estilo sobrio y elegante de madera color café y con tres computadores para los procesos que se llevan a cabo, dos sillones para que puedan descansar los clientes y una mesa de decoración en el centro del salón con un florero, una gran lámpara en el centro, paredes color beige y el piso con baldosa beige cubierta con una alfombra.

3.2.2. Habitaciones

Dormitorio

Las habitaciones son el eje principal de la industria hotelera y, por ello, se concentra gran parte de la inversión en equipamiento y servicio, por lo que se debe considerar que una gran cantidad de los ingresos de un hotel se gastan en su mantenimiento, por ello su diseño debe prevenir y reducir estos costes, tomar en cuenta que al menos un 50% de estos dormitorios deben ser accesibles para minusválidos y el acceso ha de estar libre de escalones (Broto, 2013).

Su ubicación es adecuada en lugares con las mejores vistas, dotadas de iluminación natural y de sol, aunque al mismo tiempo se debe minimizar el sonido del exterior. Un aspecto fundamental es el ancho de la habitación 3 a 6 metros es una medida estándar eficiente, dado que permite colocar a un lado el mobiliario y en el lado opuesto la cama, si el armario es empotrado la anchura puede reducirse a 4 metros e incluso hasta 3 metros (Broto, 2013).

El mobiliario del dormitorio, debe ser duradero y con facilidad de mantenimiento. A la hora de distribuirlo hay que tener en cuenta que estos elementos cumplan con una función de aislamiento del ruido entre habitaciones, además que el mobiliario fijo ahorra espacio y facilita la limpieza de los suelos, pero debe ser sujeto con firmeza, se debe reducir al máximo los elementos móviles que puedan ser desplazados por el propio cliente, y que todas las superficies sean resistentes al calor (Broto, 2013).

Baños

El baño favorecerá el aprovechamiento del espacio de la habitación, para lo cual existen tres opciones básicas:

- El baño que da a una pared exterior, este dispone de ventilación natural.
- Baño entre dos habitaciones, el inconveniente de esta solución es que, en la mayor parte de los casos, requiere de un pasillo de acceso, además que la ventilación es parcial.
- Baño situado entre paredes menores, es la solución más adecuada, es aprovechado por los espacios de almacenaje, estantes y espejos, es una solución útil para establecer una distancia entre la cama y el pasillo, aislando esta del ruido, pero el baño en este caso necesita luz y ventilación artificial (Broto, 2013).

En el establecimiento todas las habitaciones estarán dotadas de un mobiliario mayoritariamente fijo, estos elementos son:

1. 1 mesa para un televisor de 32 pulgadas
2. 1 armario en el cual se encontrará una funda para la ropa sucia y otra para los zapatos que, que se los enviarán a lustrar con el correspondiente formulario a ser llenado por el huésped
3. 1 mesa de escritorio en la cual se colocarán una revista de atractivos turísticos en español e inglés, guía de canales, una libreta pequeña acompañada de un esfero y una guía de servicios y productos que ofrece la hacienda
4. 1 o 2 sillas de acuerdo al tipo de habitación
5. 1 cama king o twin
6. 2 veladores con su respectiva lámpara y teléfono
7. 1 caja de seguridad

El baño contará con los siguientes elementos:

2. Inodoro
3. 1 tina pequeña
4. 1 repisa
5. 2 batas, 2 toallas corporales, 2 toallas medianas, 2 toallas de maños y 2 toallas faciales
6. Secador de cabello

7. Los *amenities* serán: kit dental, algodón, toallas desechables, rollo de papel higiénico, jabón, crema y cuchilla de afeitar, champú, acondicionador, crema de cuerpo, gel y gorra de cabello.

3.2.2.1. Tipos de habitaciones

Las habitaciones van a estar conformadas por 5 estándar King y 3 estándar Twin, tendrán una vista privilegiada, ya que al norte se encuentra el cerro Ilaló, al sur los cerros Achupallas y Sincholagua, al este las montañas de Ilimpitsi y Oñaro y, al oeste, el Volcán Pasochoa, las mismas que forman parte de la cordillera de los Andes, brindando a sus visitantes un entorno lleno de paisaje natural.

Las habitaciones estándar king y twin contarán con una decoración elegante con paredes lisas de color beige y piso flotante de madera. Las ventanas y las puertas son de color blanco y café, las cuales no serán modificadas; además, el estilo de la habitación contará con representaciones pictóricas de artistas quiteños y alfombras.

Están dotadas de una cama tipo king size (1,90 x 2,00 metros) y las habitaciones twin de dos camas twin (1,36 x 1,90 metros), con su correspondiente lencería, sábanas blancas de 1800 hilos, dubet blanco con una cobija al filo de la cama y complementado con cinco almohadas. En el armario se colocarán dos cobijas y una almohada extra de ser necesario para el uso del huésped.

Las paredes y los pisos de los baños serán de baldosa color café claro con textura de piedra; además, este cuarto tendrá tina e inodoro blanco, el lavabo del mismo color que los anteriores estará cubierto con un mueble de madera café y sus vidrios serán de estilo vintage, se mantendrá los de la hacienda, al lado del lavabo se colocarán los *amenities* anteriormente detallados y las dos toallas faciales. Una repisa se encontrará en la parte superior del inodoro, allí se depositarán dos rollos de papel higiénico, una o dos batas de baño,² dos toallas corporales y en el piso un rodapié blanco.

² De acuerdo al número de huéspedes.



Imagen No.15. Ilustración Habitación estándar King y twin, Hotel Ritz, Madrid (<http://hotel-ritz-madrid.madrid-hoteles.net/>).

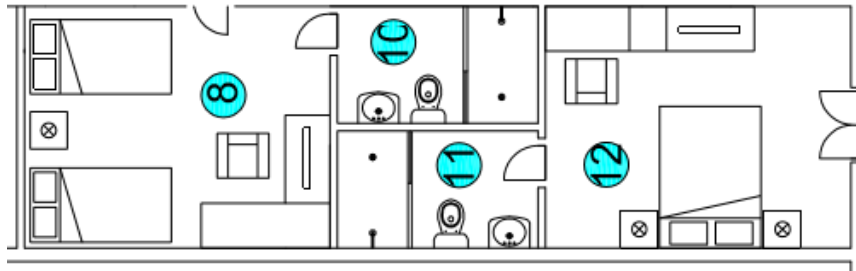


Imagen No. 16. Habitaciones estándar king y twin, Milton Rodríguez.

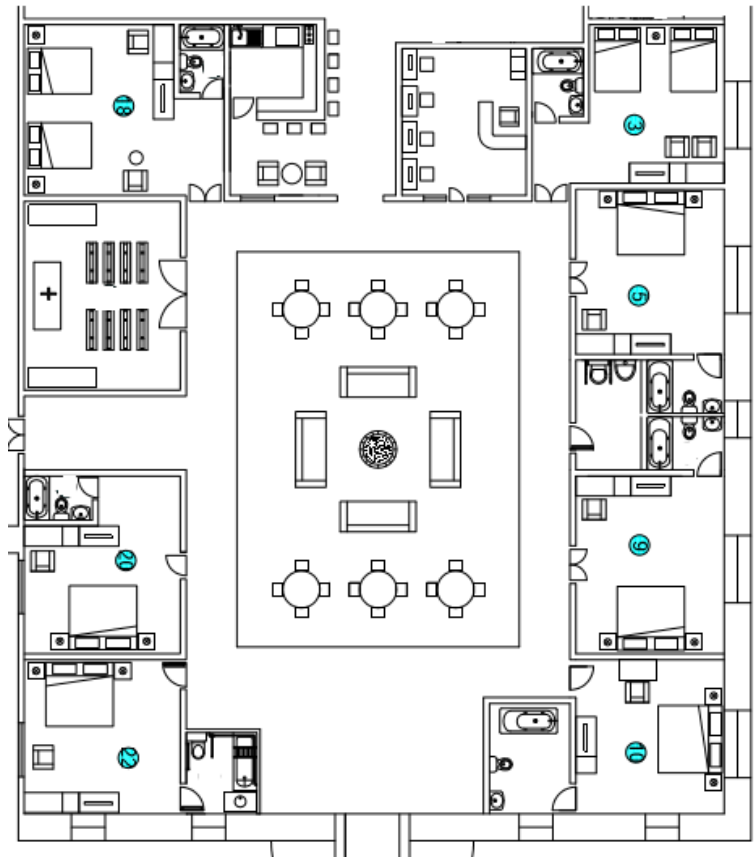


Imagen No. 17. Plano Distribución de habitaciones estándar king y twin, Milton Rodríguez.

A continuación, se presentan las habitaciones y su metraje correspondiente:

- a) Área 3. Estándar twin 26,78 m²
- b) Área 5. Estándar king 21,56 m²
- c) Área 8. Estándar king 13, 32 m²
- d) Área 9. Estándar king 20,90 m²
- e) Área 10. Estándar king 20,98 m²
- f) Área 12. Estándar twin 13, 32 m²
- g) Área 18. Estándar twin 20,94 m²
- h) Área 22. Estándar king para personas con discapacidad 21,20 m²
- i) Área 20. Estándar king 21,56 m²

1 habitación king para personas con discapacidad

Esta habitación tiene la peculiaridad que su área es amplia para la circulación de las sillas de ruedas, además el baño tiene características especiales como: área de rotación de 360 grados, barandales en el lavabo, tina y el inodoro; sin embargo, también es apta para clientes que no tengan algún tipo de discapacidad.

En el área de habitaciones se encuentra el *business center*, donde el cliente tiene acceso al uso de computadores, impresiones, escanear de documentos y recarga de teléfonos celulares.

3.2.3. Restaurantes y bar

La ubicación es esencial al momento de montar las instalaciones, ya que se debe tener acceso desde el exterior para clientes que no estén hospedados y del interior del hotel para sus huéspedes, además de tomar en cuenta la conexión con la cocina principal para facilitar la preparación y distribución de los platos. (Broto, 2013).

El ambiente de un restaurante debe estar condicionada por: la decoración en su aspecto global y los elementos que se utilizan, los colores, la insonorización/absorción, iluminación, el acondicionamiento de la temperatura, la extracción/absorción, el mobiliario, la altura, las paredes, tumbados, suelos, los baños, la vajilla y lencería, la distribución de mesas, el personal

y sus uniformes, la entrada exterior e interior, tipo de clientes, la carta (diseño y decoración) (Gallegos, 2002).

El mobiliario, según Jesús Felipe Gallegos (2002), en el comedor se deben cumplir con tres aspectos:

- a) Debe estar de acuerdo a la categoría del establecimiento, decoración general, tipo de oferta y todos aquellos factores que influyen en la presentación externa del producto.
- b) Tener un diseño de estructura que permita la máxima comodidad del cliente y facilite el servicio (mobiliario auxiliar).
- c) De fácil mantenimiento; es decir, con materiales que no dificulten la limpieza.

En general, las necesidades de mobiliario de acuerdo al libro *Gestión de alimentos y bebidas para hoteles bares y restaurantes* de Jesús Felipe Gallegos (2002) serán:

a) Mobiliario principal

Mesas con una altura de 0,75 m, redondas, cuadradas, rectangulares, suplementos de mesas para ampliación, las dimensiones de las mesas están relacionadas con el propio espacio vital que necesita el cliente para sentirse cómodo, normalmente este varía entre 0,50 a 0,75 m lo que quiere decir que a partir de esta medida se diversifican en el tipo de mesas, ofreciendo la posibilidad de atender de 1 a 10 pax o más; la altura de los asientos de las sillas debe ser de 0,45 m.

b) Mobiliario auxiliar

Por lo general se dividen en aparadores y mesas auxiliares para el servicio.

En la decoración destacará la sencillez y elegancia, los colores suaves (melocotón, rosas, pastel) se han puesto de moda en la actualidad. En la hacienda existirán dos restaurantes: Sincholagua con un pequeño bar e Ilimpiste, el cual, se encuentra en el patio central.

Restaurante bar Sincholagua



Imagen No. 18 Fotografía Restaurantes Hacienda “La Merced”, Alejandra Ramos.

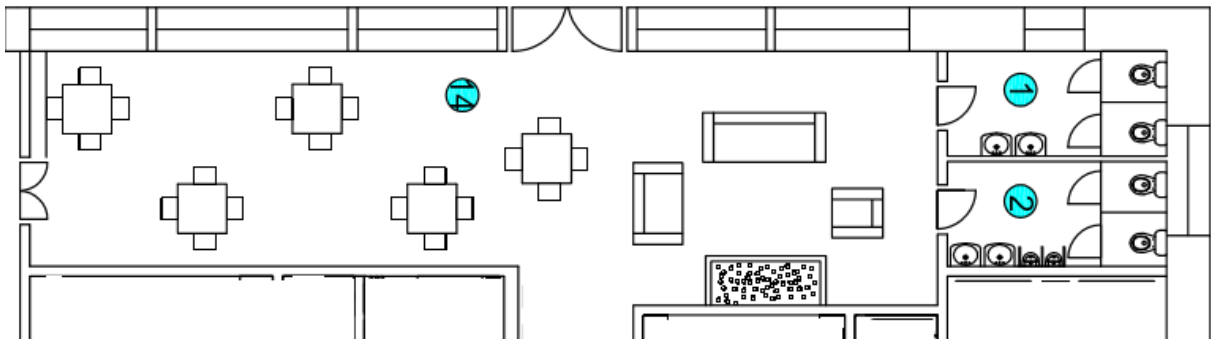


Imagen No. 19. Plano Restaurante Sincholagua, Milton Rodríguez.

El restaurante Sincholagua tiene un área total de $85,84 \text{ m}^2$, su nombre se debe a la vista que tiene hacia el volcán. Tiene tres accesos, el primero para clientes externos, el segundo para huéspedes y el tercero de servicio que conecta con la cocina. En la decoración se mantendrá el papel tapiz de sus paredes en tono pastel melocotón con líneas verticales y estampados abstractos, al tumbado se le realizará mantenimiento y cambio por gypsum. Adicionalmente está compuesto por un área social de $25,74 \text{ m}^2$, el cual consta de tres sillones color gris que estarán alrededor de la chimenea, dos baños para damas de $7,66 \text{ m}^2$ dividido en dos cubículos de $1,12 \text{ m}^2$ y con las mismas medidas otro para caballeros; el área del comedor es de $44,78 \text{ m}^2$ con una capacidad para 20 personas, las 5 mesas cuadradas y las sillas serán de color café.

A continuación, se procede con el cálculo para el número de mesas que debe tener el salón:

1. Determinar el tamaño de mesas y sillas:

Mesas cuadradas: 90 cm de largo x 90 de ancho cm.	Sillas: 30 cm de largo x 40 cm de ancho.
--	---

2. Determinar los espacios de circulación y muebles:

Área de circulación + tamaño de la silla + tamaño de la mesa + tamaño de la silla + área de circulación.
--

Es decir, en centímetros:

Circulación		Silla		Mesa		Silla		Circulación		Cm
30	+	40	+	90	+	40	+	30	=	230

Es así que, la suma total da como resultado 230 centímetros, dicha extensión sirve para establecer, en este caso, dos lados de un cuadrado (largo y profundidad).

3. Calcular los metros cuadrados que ocupará una mesa, con sus sillas y su circulación:

Largo en cm		Ancho en cm		En metros cuadrados
230	x	230	=	5,29

4. Luego de obtener los metros cuadrados que ocupará una mesa, se procede a dividir de la siguiente manera:

Tamaño del salón		Área metros cuadrados de la mesa		Número de mesas que ingresan en el área
44,78 m ²	/	5,29 m ²	=	8

Bar



Imagen No. 20. Bar Sincholagua, Milton Rodríguez.

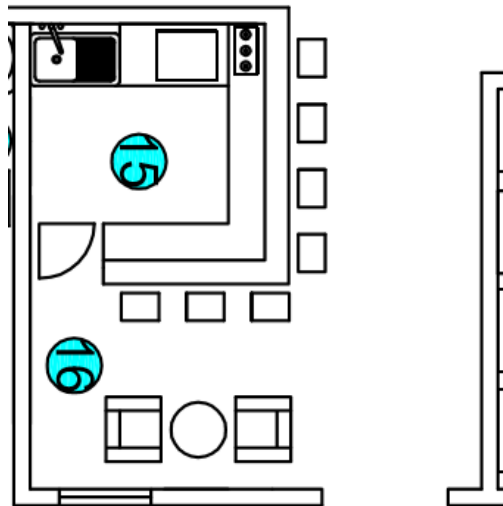


Imagen No. 21. Plano Bar Sincholagua, Milton Rodríguez.

El bar forma parte del restaurante Sincholagua, mide en total 16,12 m², su barra es de 3,24 m de largo con una capacidad para 9 pax, cuenta con una cafetera, repisa para botellas, vasos, platos y un lavabo, sus muebles al igual que los otros dos restaurantes son de color café oscuro, las sillas miden 0,40 m de alto x 0,30 m de largo, los sillones 0,7 m de alto x 0,6 m de largo y una mesa pequeña que su diámetro es de 0,50 m, el lugar tiene una decoración neo colonial.

Restaurante Ilimpitse



Imagen No. 22. Patio Hacienda "La Merced", Alejandra Ramos.

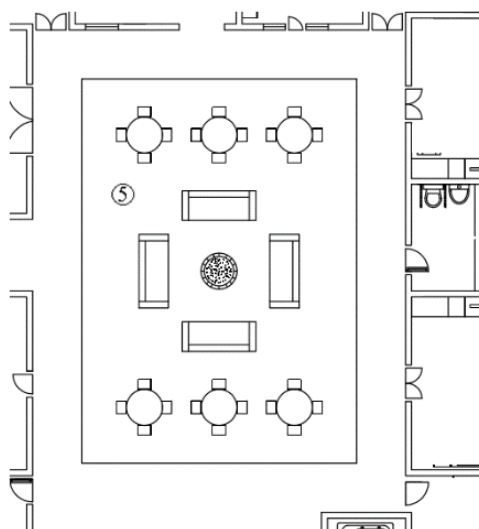


Imagen No. 23. Plano restaurante Ilimpitse, Milton Rodríguez.

El restaurante Ilimpitse tiene un área de 98,50 m², se encuentra localizado en el patio central de la hacienda, su nombre se debe al cerro Ilimpitse, que se encuentra cerca del establecimiento; el bar es la conexión con el restaurante Sincholagua, tiene tres accesos, el primero para clientes externos, el segundo para huéspedes y el tercero de servicio que se conecta con la cocina, su decoración es tipo hacienda, con 6 mesas redondas cafés con un diámetro de 1,10 m y cuatro sillas de 0,4 m de alto x 0,3 m de largo y dos ambientes, el primero consiste en una área social alrededor de una fogata artificial y, el segundo, alrededor del comedor con una capacidad para 24 pax, existe un corredor de 1,15 m de ancho que sirve

como un medio de separación para las habitaciones que se encuentran alrededor; en este restaurante se encuentra un baño de 6,30 m² para personas con discapacidad.

3.2.4. Salón de eventos

Las estancias destinadas a conferencias, actos sociales y corporativos deben ser diseñadas para un uso multifuncional, el coste de este espacio es elevado, por lo cual es importante asegurar su uso frecuente, se debe anticipar la posibilidad de cambiar el tipo de suelo y subdividir el espacio a través de mamparas, debe ser establecido en grandes espacios de almacenamiento cercanos y como mínimo dos salidas de emergencia, es importante dotar al espacio de un buen aislamiento sonoro (Broto, 2013).

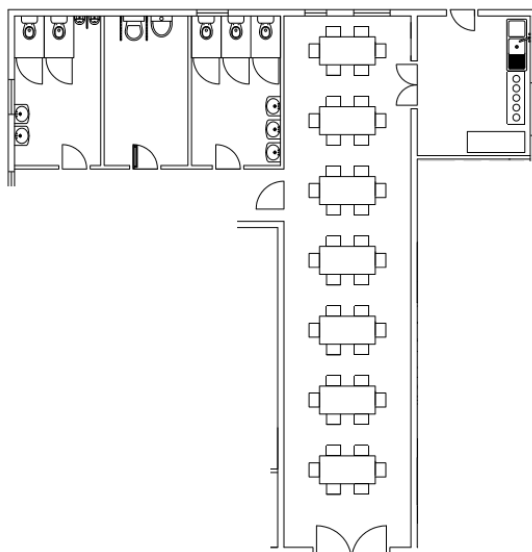


Imagen No. 24. Plano Salón de eventos, Milton Rodríguez.

Se encuentra ubicado en la casa principal, la parte posterior de la recepción cuenta con tres baños uno para damas, uno para caballero y uno para personas con discapacidad. El salón de eventos es rectangular con paredes color beige, piso con alfombra, techo con gypsum, iluminación central y un juego de luces para eventos; la capacidad variará de acuerdo al tipo de montaje, podrá ser desde 49 hasta 70 personas, cuenta con una área de servicio al lado norte que servirá para montaje de platos, para el servicio y para bodega, tiene tres salidas de

emergencia, una hacia el parqueadero, otra por la recepción y salida de la hacienda y la tercera desde el área de servicio hacia el área recreacional.

3.2.5. Áreas de recreación

Son aquellas destinadas a la diversión, a la distracción o al descanso. En general son de uso exclusivo del huésped y su marco principal es la naturaleza (Delmar, 2008).

Está conformada por una piscina cubierta, sillas para tomar el sol, gimnasio, área de servicio para bebidas y snacks, sauna, turco, hidromasaje en zonas separadas para hombres y mujeres, dos canchas, una para futbol, otra de basketball.

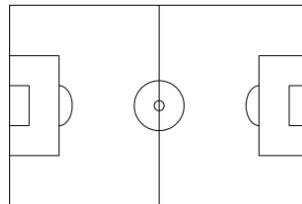
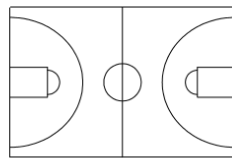
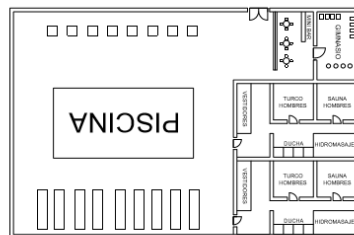


Imagen No. 25. Plano Área de recreación, Milton Rodríguez.

3.2.6. SPA

El spa Ilinizas se encuentra ubicado al lado norte de la Hacienda, los colores predominantes son el blanco, beige y naranja, los cuales propician la armonización y tranquilidad necesaria en el espacio, el piso flotante en la recepción será de color roble claro, las 4 salas y vestidores serán decoradas con un elegante y sofisticado diseño con una composición de cerámicas que asemejan a piedra natural con azulejos decorativos de efecto espejo y paredes realizadas con mosaico azul, baldosas tradicionales que conseguirán un

ambiente moderno, actual y equilibrado (<http://www.porcelanite.es/>). La descripción y dimensiones del spa son las siguientes:

1. **Vestidores para damas:** medirán 24,4 m², contarán con dos baños, dos lavabos, dos duchas, una banca y lockers para guardar sus pertenencias.
2. **Vestidores para caballeros:** medirán 24,4 m², contarán con dos baños, dos lavabos, dos duchas, una banca y lockers para guardar sus pertenencias.
3. **Baño para discapacitados:** medirá 8,4m², su descripción es la siguiente:

ITEM	DESCRIPCIÓN
Lavabo mural regulable en altura	Altura máxima: 1050 mm. Mínima 750 mm Fondo aproximado 600 mm
Inodoro mural	Altura del asiento 450 mm. Fondo > 600 mm
Asiento de ducha abatible	Altura asiento 450 mm Fondo > 600 mm
Espejo de inclinación graduable	Ángulo 10° con la vertical
Canalizaciones de alimentación y desagües flexibles y aislados técnicamente	---
Grifería monomando y otra de fácil manejo	---
Teléfono de ducha regulable en altura sobre una barra vertical 8	---
Jabonera manipulable con una sola mano	---
Máquina secadora o expendedora de toallas de papel de un solo uso	---
Sumidero sifónico	---
Pavimento antideslizante con pendiente	> 1,5% según plano
Barras de apoyo	De diámetro $\phi 35$ mm de material antideslizante, de color contrastando con las paredes, suelo, aparatos y con anclajes seguros a pared y suelo: a) Barra fija, b) Barra abatible
Sistema de alarma con pulsador	A 300 - 450 mm del suelo en distintos puntos
Puerta abatible hacia el exterior de paso libre	> 800 mm con manilla, muletilla

4. **5. Salas individuales:** serán 5 y medirán 11,24 m², servirán para masajes corporales y faciales, constarán de una ducha, lavabo, camilla y equipo para cuidado y relajamiento facial.

6. **Sala VIP:** medirá 15,18 m² y será destinada para terapia en pareja, cuenta con dos camillas, lavabo y ducha.
8. **Sala para terapia en agua:** medirá 15,18 m², estará dotada de un jacuzzi, camilla, lavabo y ducha.
9. **Recepción:** medirá 54,15 m², al lado derecho cuenta con una división tipo biombo colgando con paneles de pared cortina con estampados de hoja de Loto, la misma que servirá como sala de descanso para los clientes que terminen con su terapia, al otro lado una sala de estar para que los reciban.

A continuación, se presenta el plano del Spa Ilinizas:

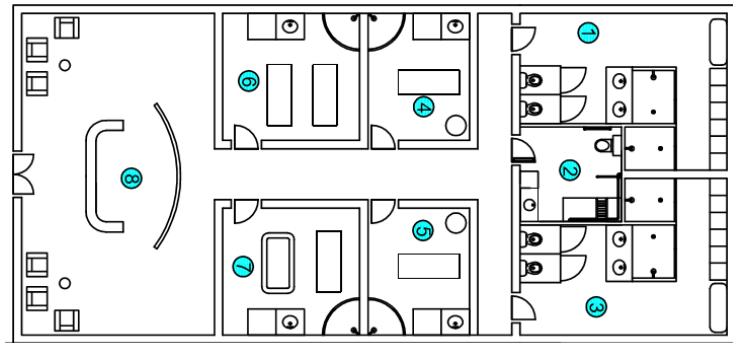


Imagen No. 26. Plano Spa Ilinizas, Milton Rodríguez.

3.2.7. Capilla

La capilla tiene una antigüedad aproximada de cien años, su dimensión es de 25,76 m², se venera a la imagen de la Virgen de la Merced, a la cual se la festeja en una fiesta comunitaria el 26 de septiembre, en su interior se conservan el altar y las sillas que han sido previamente restauradas, este espacio se mantendrá y no se lo podrá modificar, debido a que es un bien de relevancia histórico cultural, amparado por la Ordenanza de Áreas y Bienes Patrimoniales.

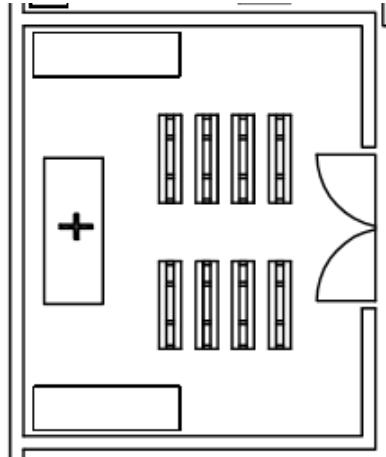


Imagen No. 27. Plano Capilla La Merced, Milton Rodríguez.



Imagen No. 28. Capilla La Merced, Alejandra Ramos.

3.2.8. Oficinas

En la hacienda existen dos áreas de oficinas para el personal, las primeras localizadas en la casa principal donde está la administración, marketing y ventas, contabilidad, alimentos y bebidas, recepción. En el área del personal existen otras oficinas las cuales serán destinadas para el departamento de ama de llaves y mantenimiento.

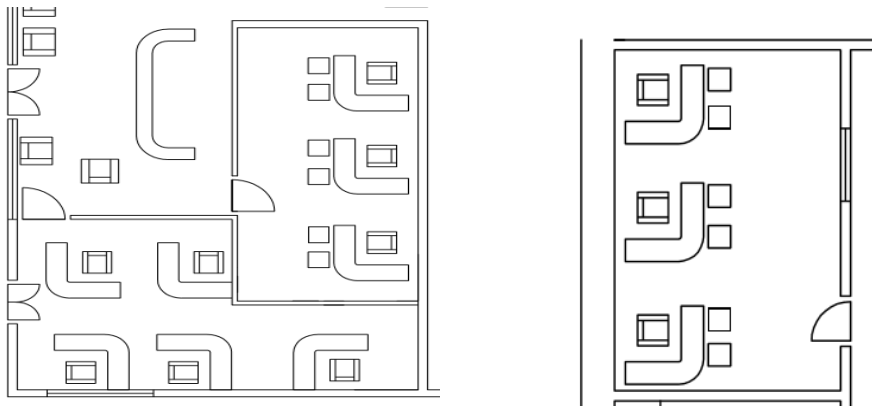


Imagen No. 29. Planos de las oficinas Hacienda “La Merced”, Milton Rodríguez.

3.2.9. Cocina y recepción de mercaderías

En el lugar de la cocina se debe tener en cuenta el espacio o superficie disponible, las tareas que van a realizar, su duración, su intensidad, frecuencia, el nivel de ruido que se puede producir, la iluminación necesaria (natural o artificial), la calidad del agua, la ventilación, la aireación, las infraestructuras (puntos de agua, de luz, de fuerza, sanitarios, contra incendios), las necesidades de la conservación / almacenaje (ambiente, refrigeración y congelación), acondicionamiento de pintura, la seguridad en los bienes y en las personas, el equipamiento, suelos, techos, paredes, los accesos, la circulación de materias primas, la recepción de mercaderías, la basura, la producción culinaria para almacenes y servicio, la orientación de espacio, distancias de la puerta de servicio con el comedor, tipología de la oferta, el número máximo de personas que trabajarán en un determinado momento y sobre todo cómo se relacionará con otras unidades departamentales (Gallegos, 2002).

Desde la administración es importante prever la existencia de un contador que controle los consumos de energía eléctrica y del agua en la cocina, para realizar un conteo y, por ende, la determinación de costes más correctos y objetivos, para el abastecimiento de agua se debe tener en cuenta la capacidad suficiente que permita un suministro continuo a todo el establecimiento, en cuanto a las instalaciones de gas deben existir llaves de corte no solo general, sino a través de la red (Gallegos, 2002).

La extracción y ventilación debe ser mediante campanas con filtros que rodeen con amplitud todo el perímetro de la zona de cocción (de acero inoxidable para facilitar la

limpieza) y con un extractor de potencia suficiente para eliminar los humos y vapores, la limpieza y mantenimiento se realiza periódicamente, con la finalidad de evitar su obstrucción por la grasa que se deposita en ellos (Gallegos, 2002).

Los suelos deben ser de material antideslizante para facilitar la circulación del personal, anti porosos para evitar la acumulación de grasa, suciedad y que sea de sencilla limpieza, con un mínimo porcentaje de pendiente hacia los desagües para su limpieza, resistente a los desgastes y variaciones de la temperatura (Gallegos, 2002).

Las paredes deben estar revestidas de baldosa de color blanca o beige para su limpieza, no debe sobrepasar los dos metros de altura, en el tumbado debe utilizarse material impermeabilizante que contenga las posibles condensaciones, cualquier método de absorción acústica mejoraría las condiciones físicas de la cocina (Gallegos, 2002).

En la Imagen 20 se detalla el área y organización de la cocina (número 25) y de recepción de mercaderías (número 23):

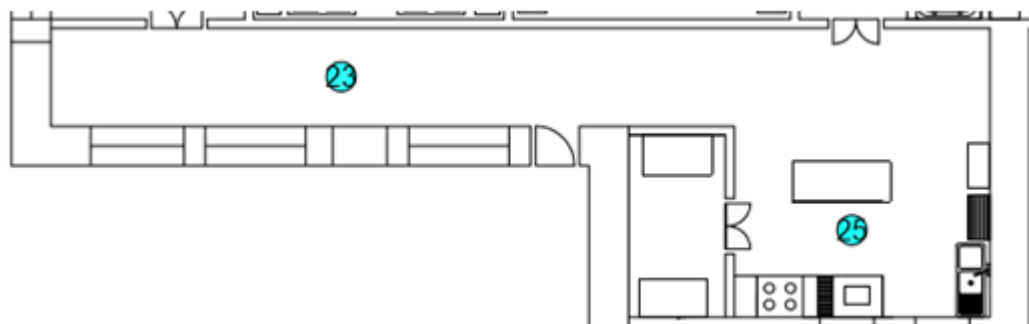


Imagen No. 30. Área cocina y recepción de mercaderías, Milton Rodríguez.

La cocina tiene una área total de 37,33 m², distribuida en almacenamiento de alimentos perecibles y no perecibles, la zona de congelación que mide 7,19 m², las zonas de preparación / limpieza / mise en place, área de cocción con una cocina industrial compuesta por hornillas, parrilla, freidora, plancha, horno, zona de pastelería, área de limpieza y complementada con una recepción de mercaderías interna de 23,15 m² y externa 45 m² que facilitará el desembarque (identificación de productos, comprobación de calidad y pesado) y entrega de la materia prima que se abastecerá a toda la hacienda.

En la recepción de mercaderías el suelo será de cemento con mezcla de resina, ya que facilita la limpieza y, las paredes, serán cubiertas con azulejos blancos.

3.2.10. Vestidores y comedor del personal

El comedor no estará alejado del lugar de trabajo, se ubicará aislado de focos insalubres. Tendrá iluminación, ventilación y temperaturas adecuadas. Los pisos, paredes y techos serán lisos y de fácil limpieza. Contarán con mesas, vasos, platos y cubiertos para cada trabajador (Reglamento de seguridad y salud de los trabajadores N° 2393, 1994: 1-31).

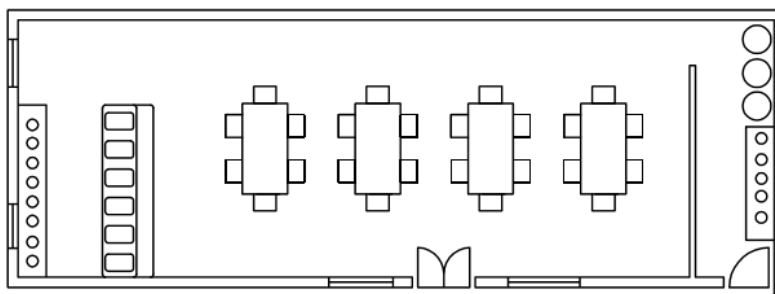


Imagen No. 31. Plano comedor del personal Hacienda “La Merced”, Milton Rodríguez.

Esta área estará dotada de un área de servicio de alimentos, estanterías para vajillas, cuatro mesas rectangulares, su capacidad será para 24 empleados y en la salida un área para dejar la vajilla sucia y basureros divididos para sobras de alimentos y para papel.

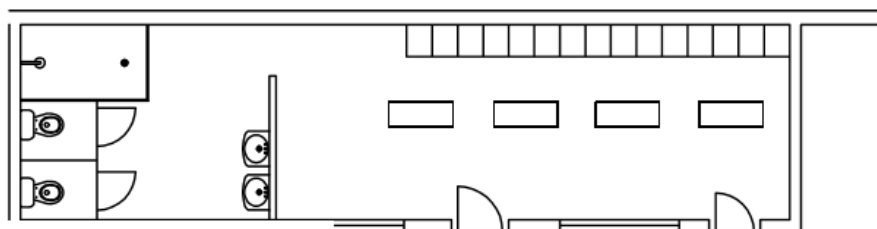


Imagen No. 32. Plano vestidor de damas para el personal de la Hacienda “La Merced”, Milton Rodríguez

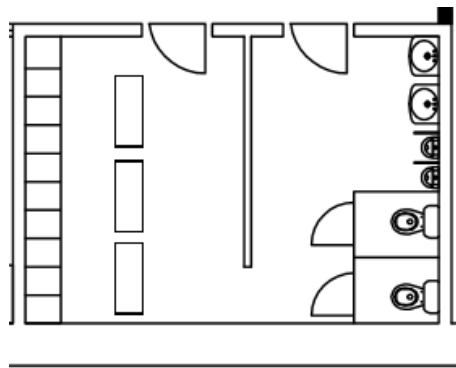


Imagen No. 33. Plano vestidor de caballeros para el personal de la Hacienda “La Merced”, Milton Rodríguez.

El centro de trabajo contará con cuartos vestuarios para el personal, debidamente separados para mujeres y hombres, estarán provistos de asientos y armarios individuales, con llave, para guardar la ropa y el calzado (Reglamento de seguridad y salud de los trabajadores N° 2393, 1994: 1-31).

El número de elementos necesarios para el aseo personal serán separados por sexo, se ajustará en cada centro de trabajo a lo establecido en la siguiente tabla (Reglamento de seguridad y salud de los trabajadores N° 2393, 1994: 1-31):

Por cada 25 hombres o fracción un excusado
Por cada 25 hombres o fracción un urinario
Por cada 15 mujeres un excusado

Los baños estarán dotados de papel higiénico y de recipientes especiales y cerrados para depósitos de desechos, cuando los excusados comuniquen con los lugares de trabajo estarán completamente cerrados y tendrán ventilación al exterior. Las dimensiones mínimas serán de 1 metro de ancho por 1,20 m de largo y de 2,30 m de altura. Las puertas impedirán totalmente la visibilidad desde el exterior y contarán con seguro interior y de un colgador. En referencia a las duchas, se establece en la siguiente tabla (Reglamento de seguridad y salud de los trabajadores N° 2393, 1994: 1-31):

Por cada 30 hombres o fracción una ducha
Por cada 30 mujeres o fracción una ducha
Por cada 10 trabajadores o fracción un lavabo

Permanentemente se abastecerá de jabón o soluciones jabonosas, cada trabajador contará con sus útiles de aseo personal (Reglamento de seguridad y salud de los trabajadores N° 2393, 1994: 1-31).

3.2.11. Central seguridad

Esta área se encuentra en la puerta principal de la hacienda, toda persona que ingrese se debe registrar en la central de seguridad; además se encuentra el área de vigilancia con cámara, en total mide 17,14 m², a su lado está la enfermería, la cual está de acuerdo al Código de Seguridad, en el cual se establece que todo establecimiento en un área lejana y con más de 25 trabajadores debe contar con esta zona y con su respectivo baño, éste medirá 3,25 m².

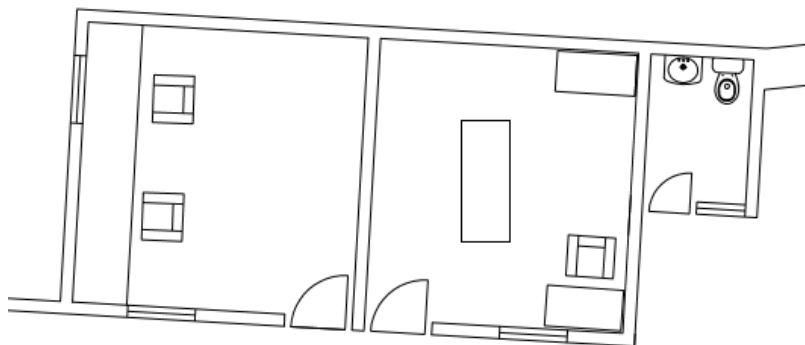


Imagen No. 34. Plano área de seguridad y enfermería de la Hacienda “La Merced”, Milton Rodríguez.

3.2.12. Lavandería

La lavandería cuenta con un área de 32,6 m², está destinado para el lavado, secado de lencería y de prendas de los huéspedes, dotadas de una lavadora, secadora (idealmente industrial), una plancha y estanterías para colocar las prendas.

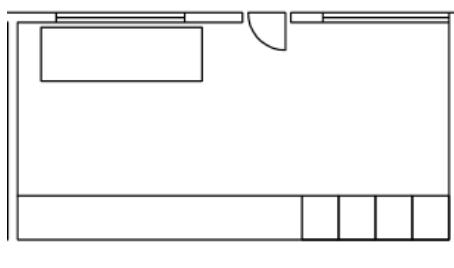


Imagen No. 35. Plano lavandería “La Merced”, Milton Rodríguez.

3.2.13. Parqueadero

La planificación de los parqueaderos depende del tipo y tamaño del hotel, pero en general se considera operativo disponer de 1 a 2 espacios por habitación, en la entrada del establecimiento debe existir un lugar para los clientes que lleguen y puedan desembarcar fácilmente, del mismo modo el conductor debe poder regresar fácil y rápidamente al hotel (Broto, 2013).

Cada espacio de parqueadero medirá 2,5 m de ancho x 4 m de largo en total su capacidad es para 20 autos.

3.3. Actividades y servicios

Con referencia a las actividades, se mantendrá convenios con gente de la comunidad; así se podrá empezar a generar también un turismo comunitario, creando fuentes de ingreso en el Barrio La Merced. La propuesta de estos servicios y actividades, se las presenta a continuación, y son precios establecidos por la comunidad y nosotros tendremos una comisión del 30%.

Actividad	Duración	Características	COSTO NETO	COSTO PVP
Caminatas	1 hora	Existen dos senderos: El mirador Bosque primario Se contará con un guía local, incluye bebida tradicional.	\$25,00	\$32,50
Cabalgatas	1 a 3 horas	Rutas:	\$40,00	\$52,00

		Muertepungo Rayoloma La Merced Incluye refrigerio, guía local y caballo.		
Visita mini granja	Tiempo que desee el cliente	Se puede ver conejos, gallinas, cabras, caballos, vacas, llamas y alimentarle a cada animal	\$2,00	\$2,50
Fogatas	Tiempo que desee el cliente	Se realizarán en la noche, relato de leyendas, bebida tradicional y actividades de integración	\$10,00	\$13,00
Recolección de frutos	30 minutos a 1 hora	Se recolectará hortalizas en los cultivos	Precio de acuerdo a los productos que se lleve el cliente.	

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

a. Área administrativa

El área administrativa se define en tres jerarquías principales: alta dirección, dirección intermedia y dirección operativa (verificar la Imagen N° 1), las cuales se determinan por las funciones que realizan dentro de la empresa y la importancia que conlleva cada una de ellas, para lo cual se realiza un organigrama funcional y estructural de acuerdo al personal necesario dentro de la organización, se han tomado en cuenta algunos parámetros: hotel nuevo en el mercado, demanda, oferta y costos para la misma.

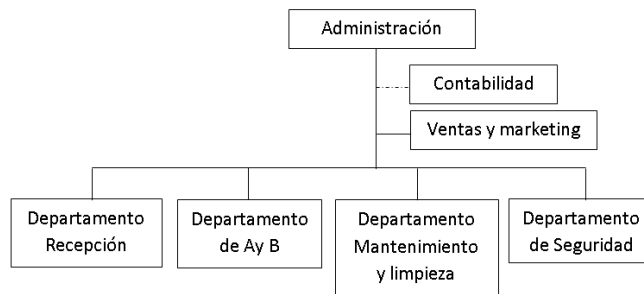


Imagen No. 36. Organigrama estructural Talento Humano de la Hacienda Turística “La Merced”, Alejandra Ramos.

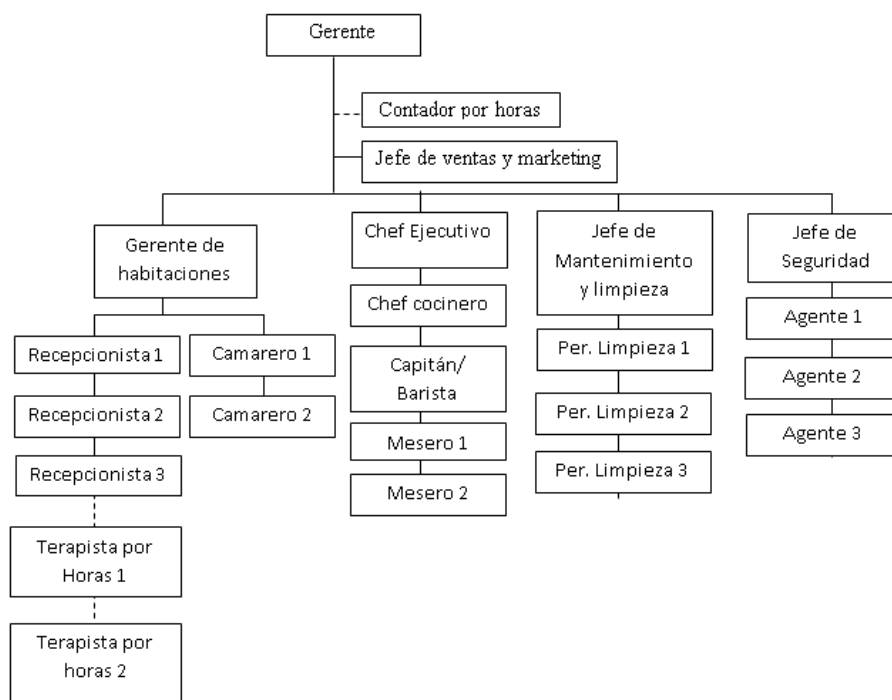


Imagen No. 37. Organigrama funcional del Talento Humano de la Hacienda Turística “La Merced”, Alejandra Ramos.

Alta dirección: el gerente trabajará conjuntamente con el contabilidad, ventas y marketing. Como funciones tienen la administración, logística, talento humano, finanzas, ventas y promoción del producto, estrategias de introducción al mercado y posicionamiento.

Dirección intermedia: se denomina al gerente de habitaciones, Chef ejecutivo, jefe de mantenimiento y limpieza, jefe de seguridad; los cuales tienen la obligación de cumplir la organización, cooperación y supervisión de cada personal operativo a su cargo, además de la planificación junto con la alta dirección para la mejora de proyectos internos.

Dirección operativa: se conforma por el personal operativo, al ser una empresa nueva en el mercado se ha tomado en cuenta que el personal debe ser polivalente y multifuncional; es decir, se tiene que compartir tareas, por ejemplo, el personal de seguridad apoyará a la recepción como botones de ser necesario, en el área del SPA se mantendrá una terapeuta fija y otra por horas, esto se manejará de acuerdo a la demanda.

El total de colaboradores ideales que deberían emplearse en el hotel ascienden a 30 (Anexo 3. Cálculo de personal); sin embargo, como es un nuevo emprendimiento hostelero, el

negocio debe partir con una contratación mínima de 21 colaboradores, para luego aumentar las plazas laborales según los ingresos que se obtengan. (Anexo 3. Calculo de personal).

b. Gestión de procesos

Se ha detallado los procesos principales de cada departamento mediante flujogramas como un estándar para cada uno, lo que ayudará a ofrecer un servicio personalizado y permitirá saber cómo desenvolverse en cada situación y, tomando en cuenta el cumplimiento con las normas ISO.

Alta dirección

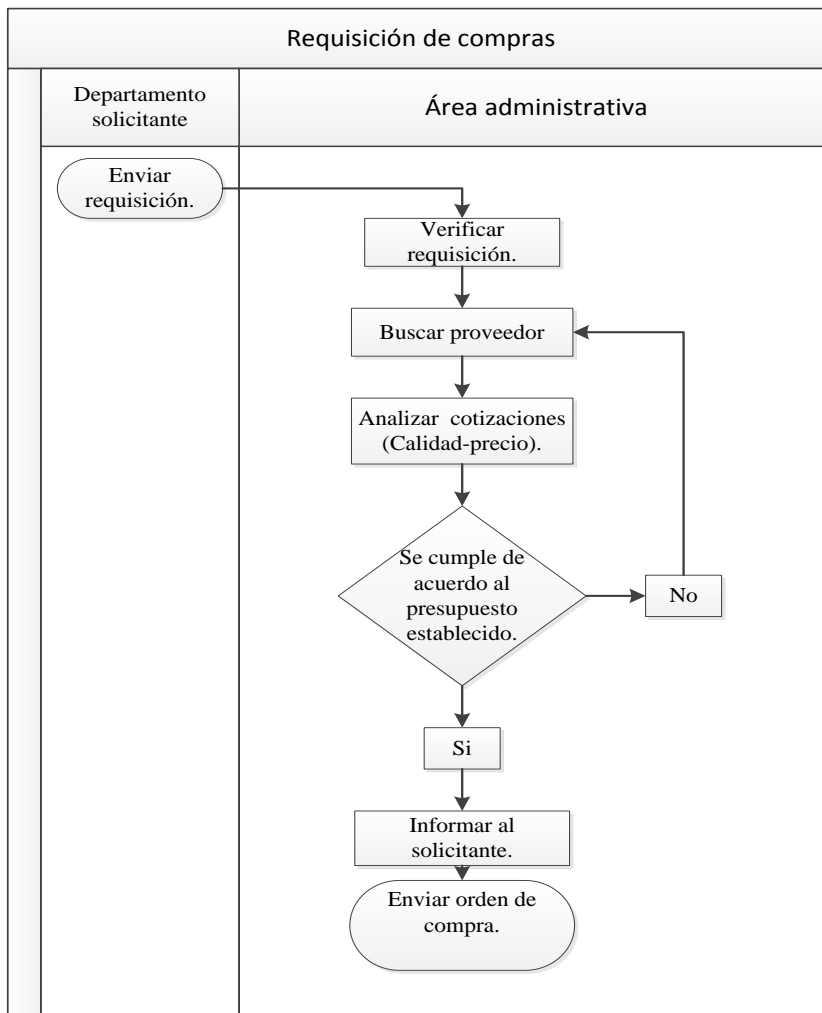


Imagen No. 38. Proceso de requisiciones, Alejandra Ramos.

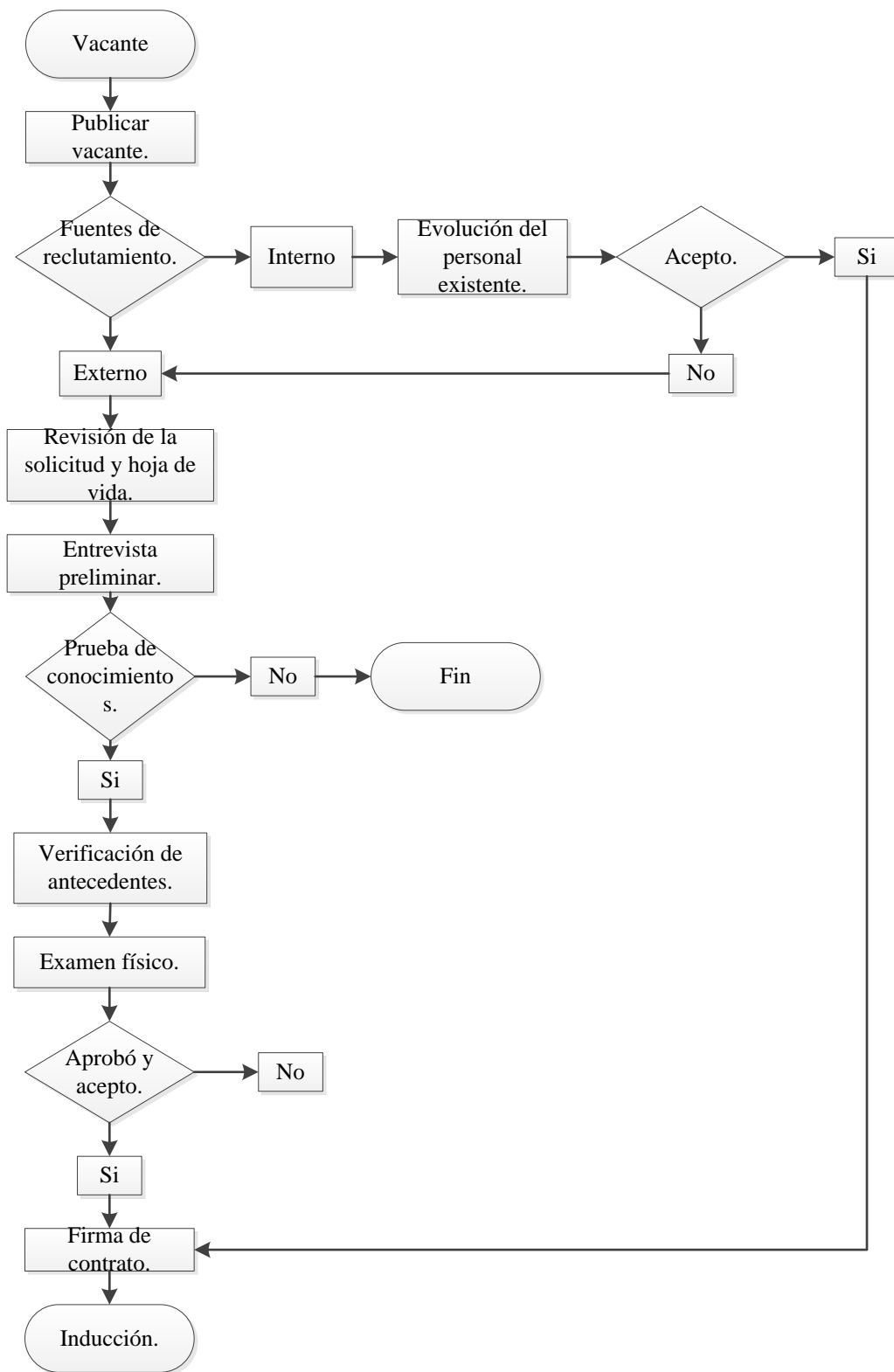


Imagen No. 39. Proceso reclutamiento de personal, Alejandra Ramos.

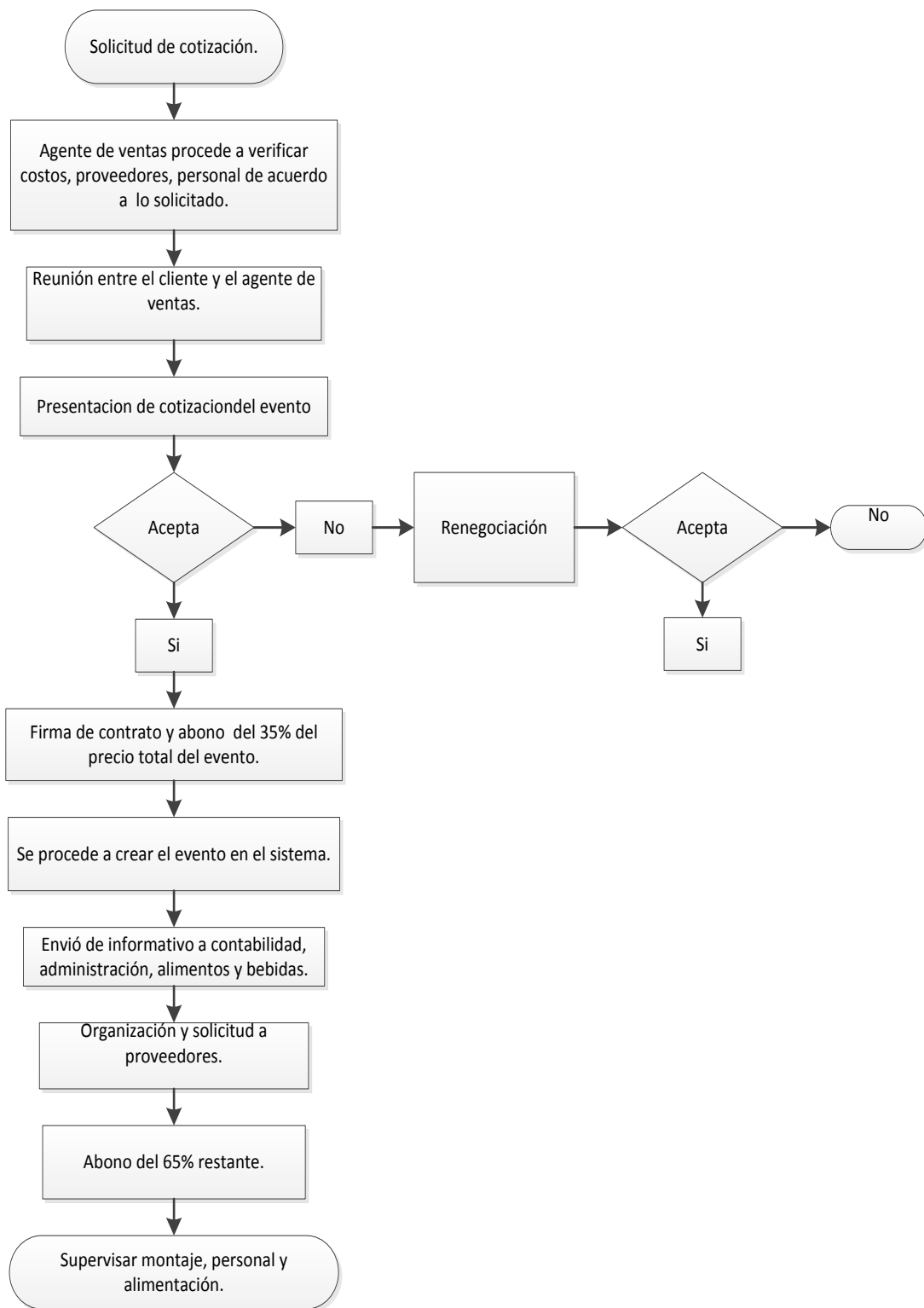


Imagen No. 40. Proceso organización de eventos, Alejandra Ramos.

Dirección intermedia

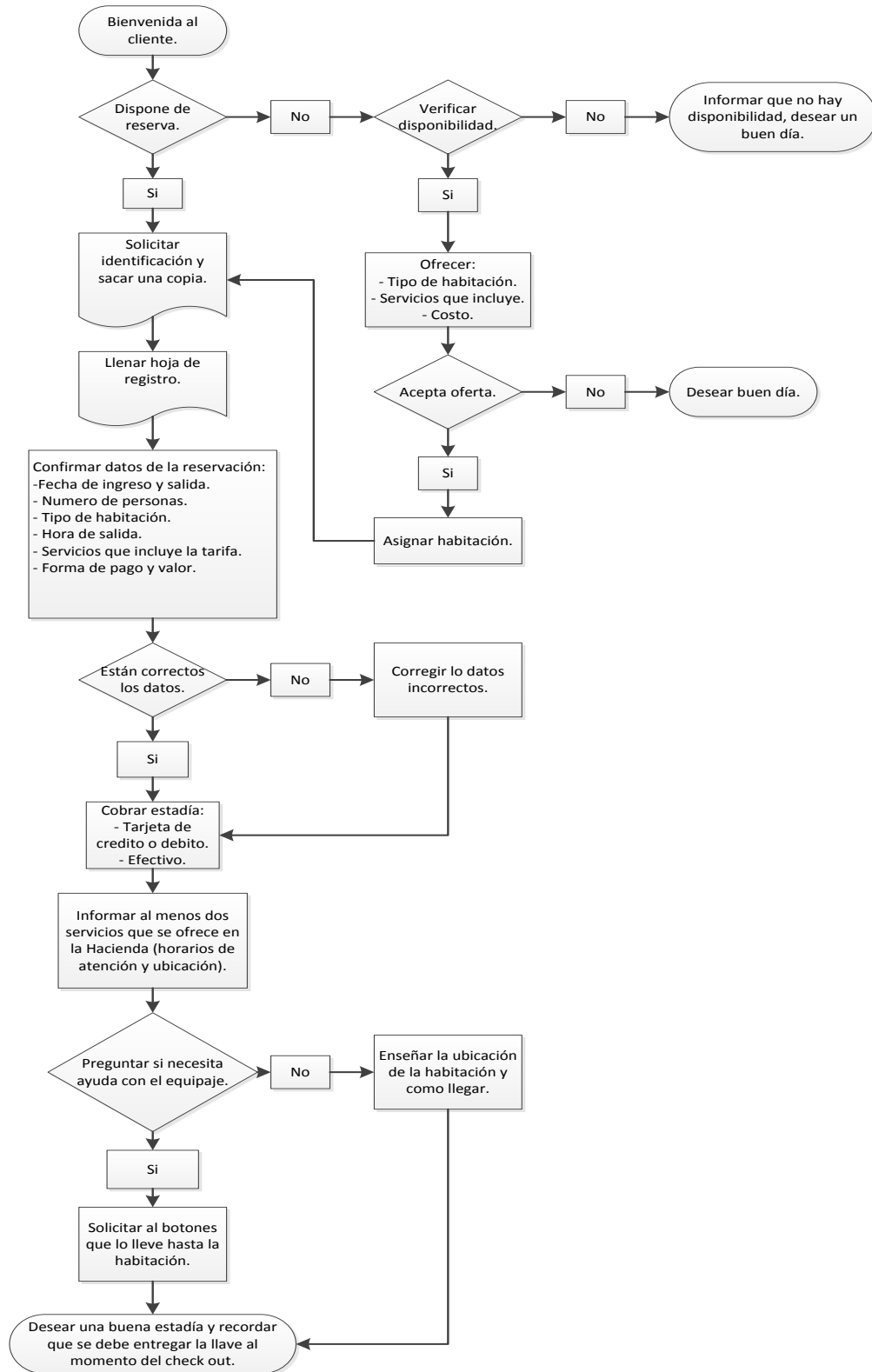


Imagen No. 41. Departamento de recepción, proceso de check in, Alejandra Ramos.

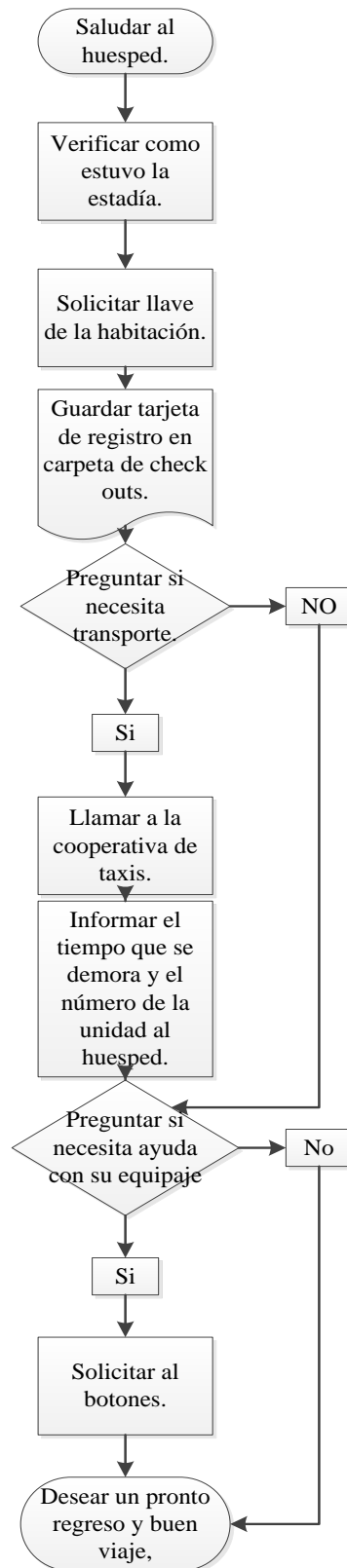


Imagen No. 42. Departamento de recepción, proceso de check out, Alejandra Ramos.

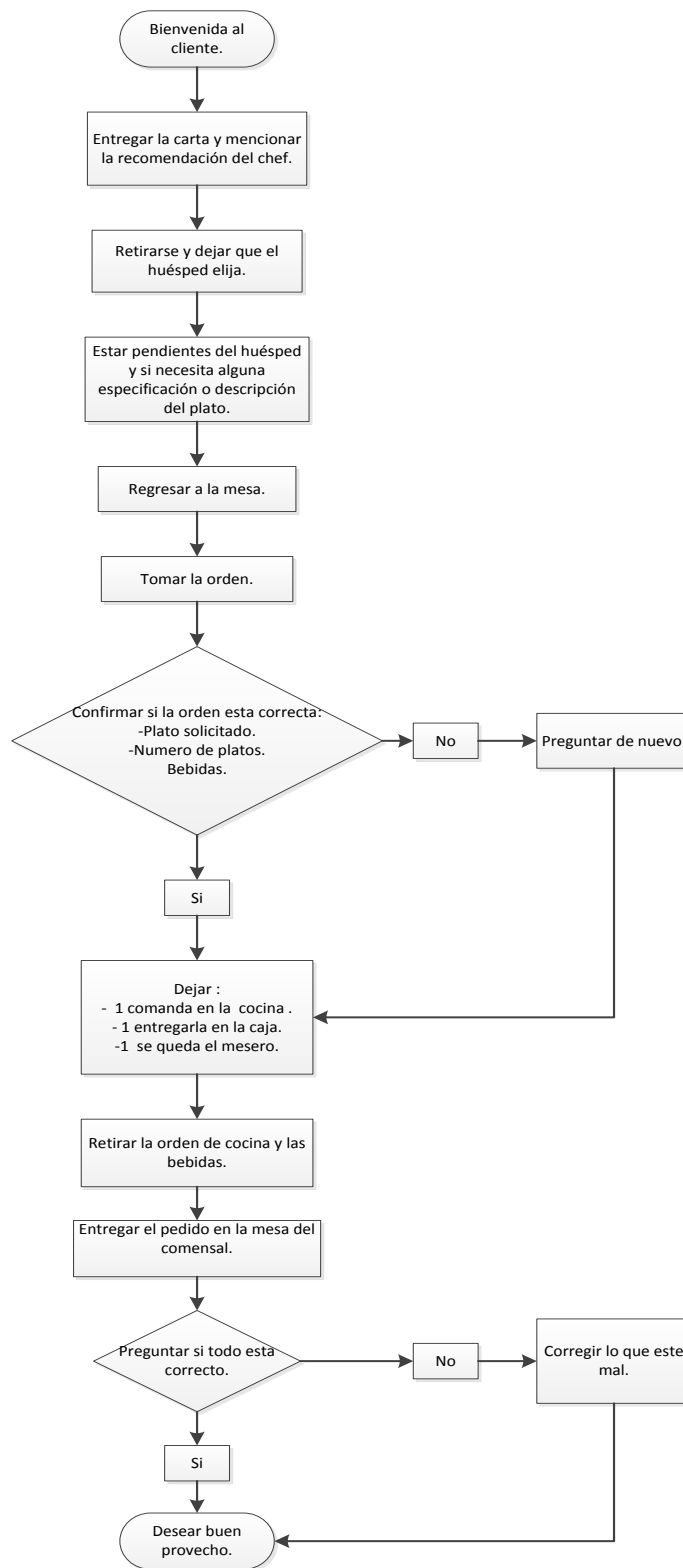


Imagen No. 43. Departamento de alimentos y bebidas, proceso toma de orden en el restaurante, Alejandra Ramos.

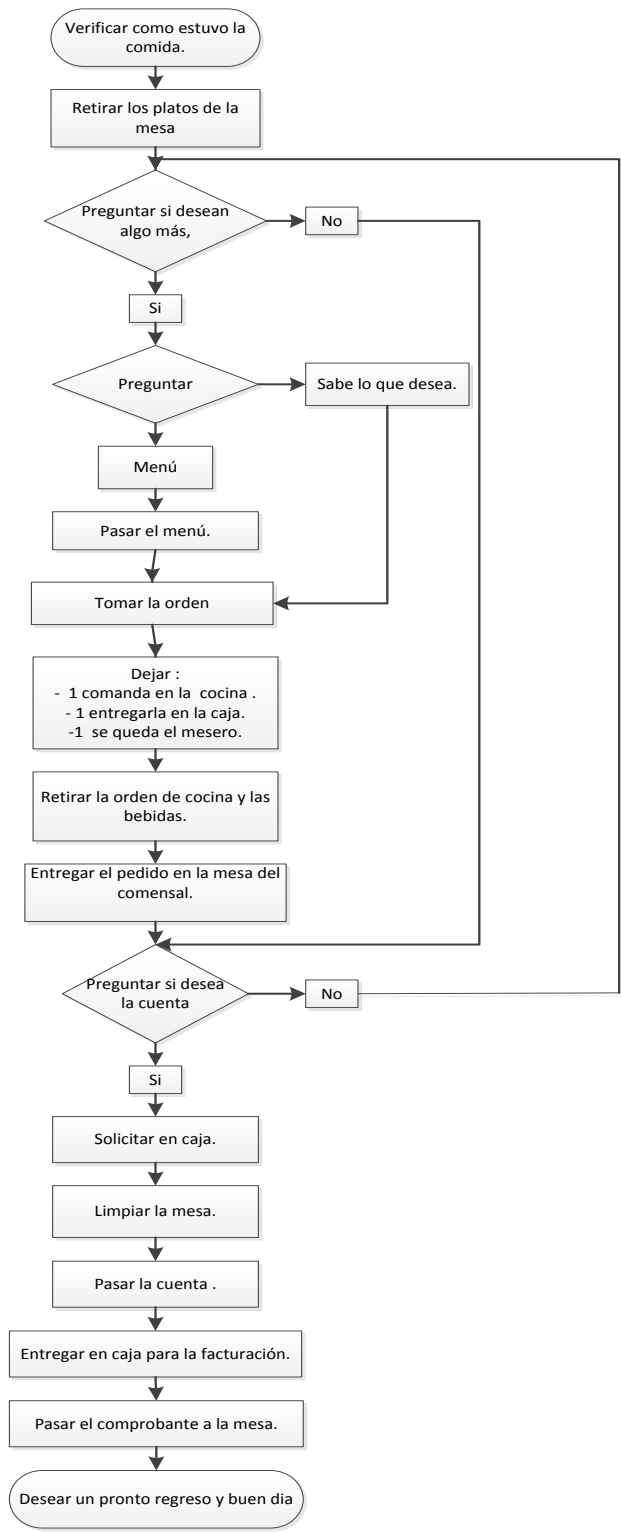


Imagen No. 44. Departamento de alimentos y bebidas, proceso pago de orden en el restaurante, Alejandra Ramos.

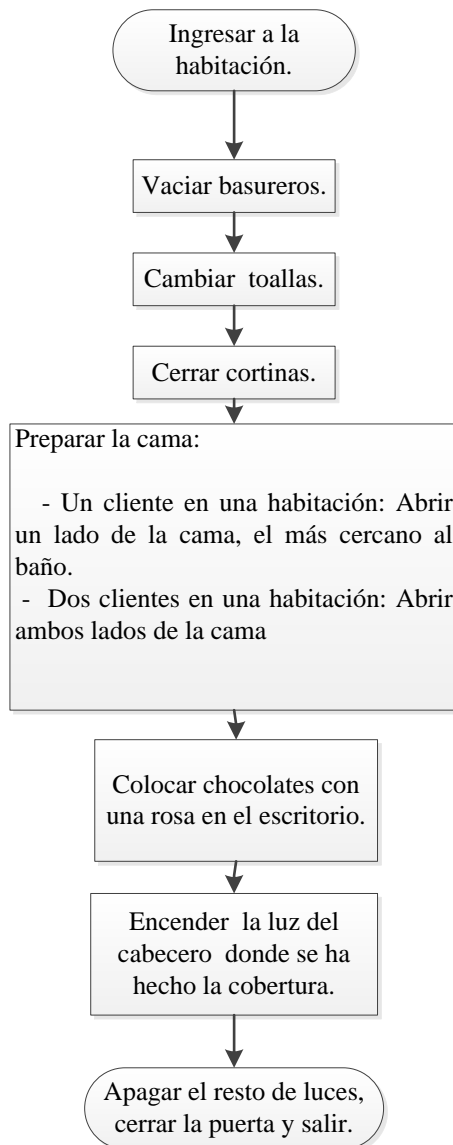


Imagen No. 45. Departamento de Ama de llaves, proceso de Turn Down, Alejandra Ramos.

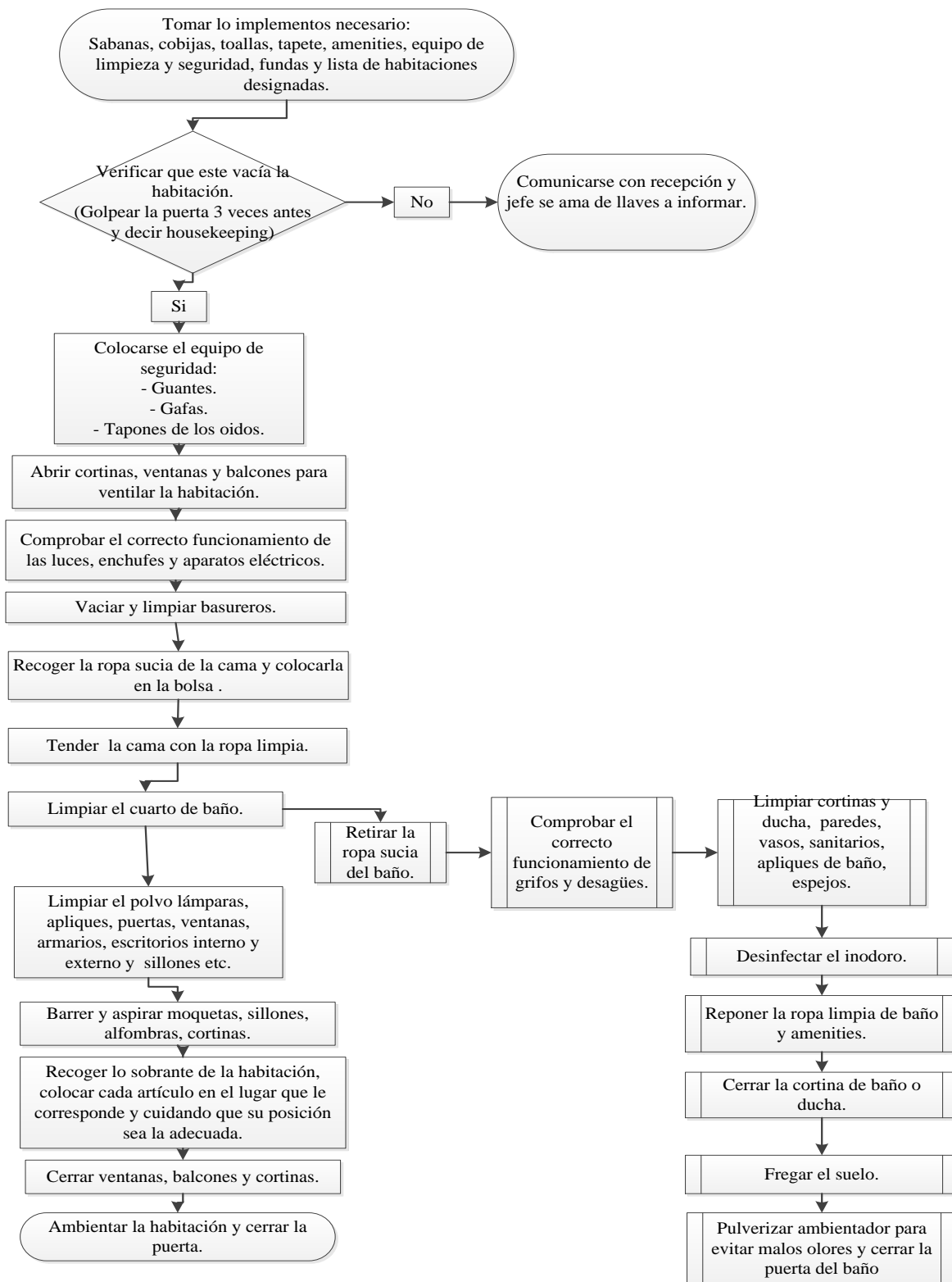


Imagen No. 46. Departamento de Ama de llaves, proceso de Limpieza de habitación, Alejandra Ramos.

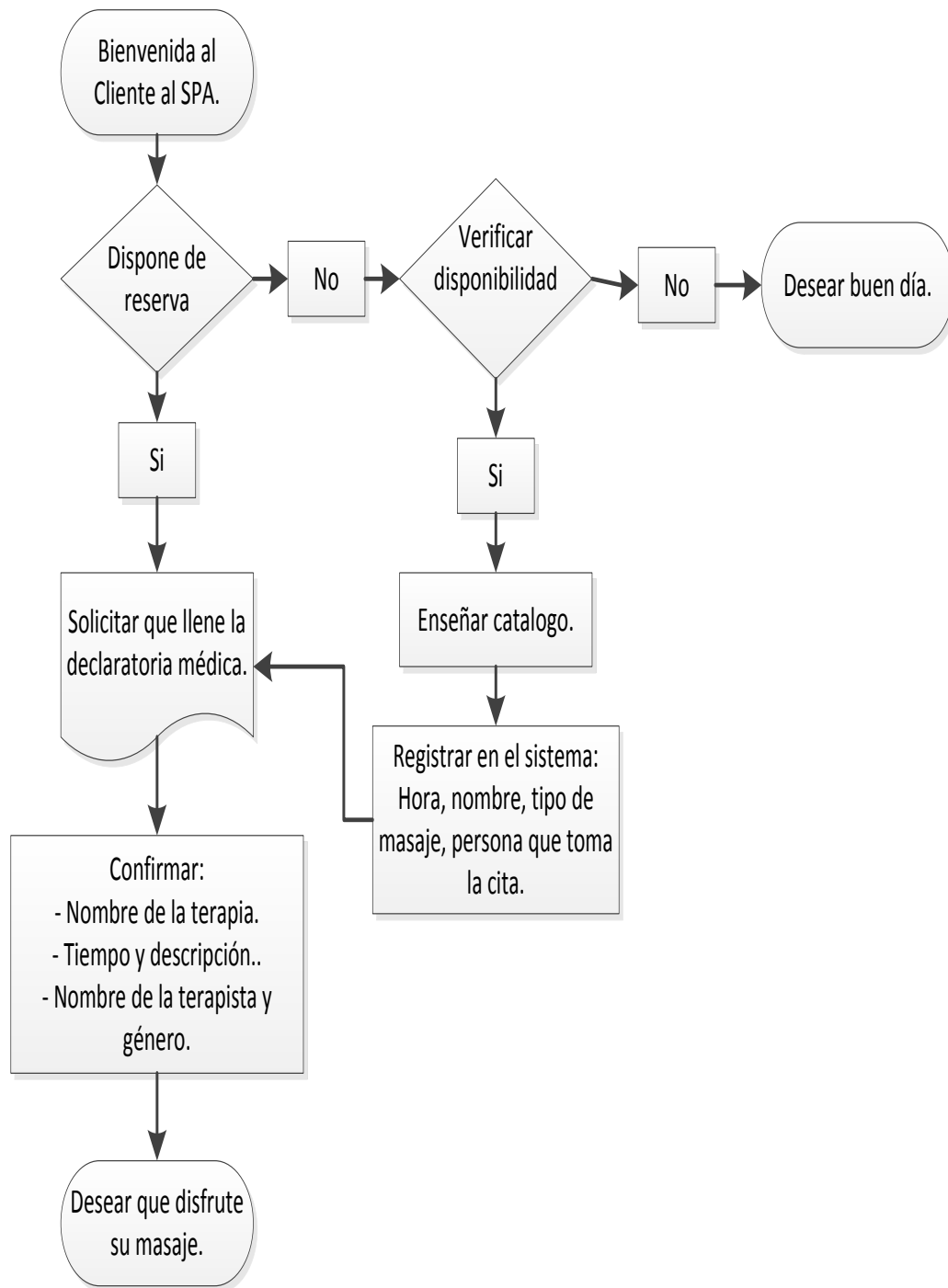


Imagen No. 47. Departamento de recepción SPA, proceso de recepción del cliente, Alejandra Ramos.

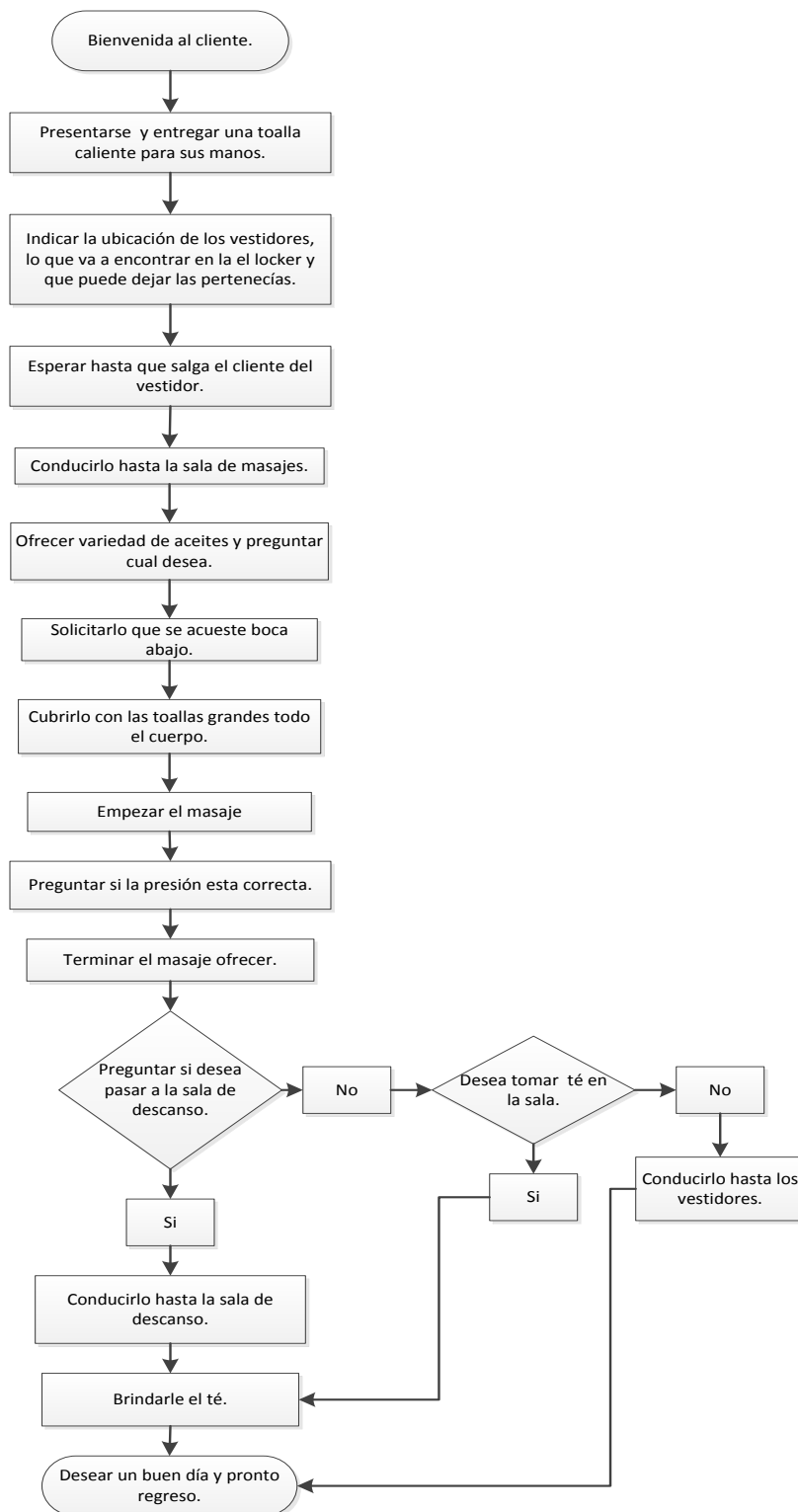


Imagen No. 48. Departamento de recepción SPA, proceso de recibimiento terapeuta, Alejandra Ramos.

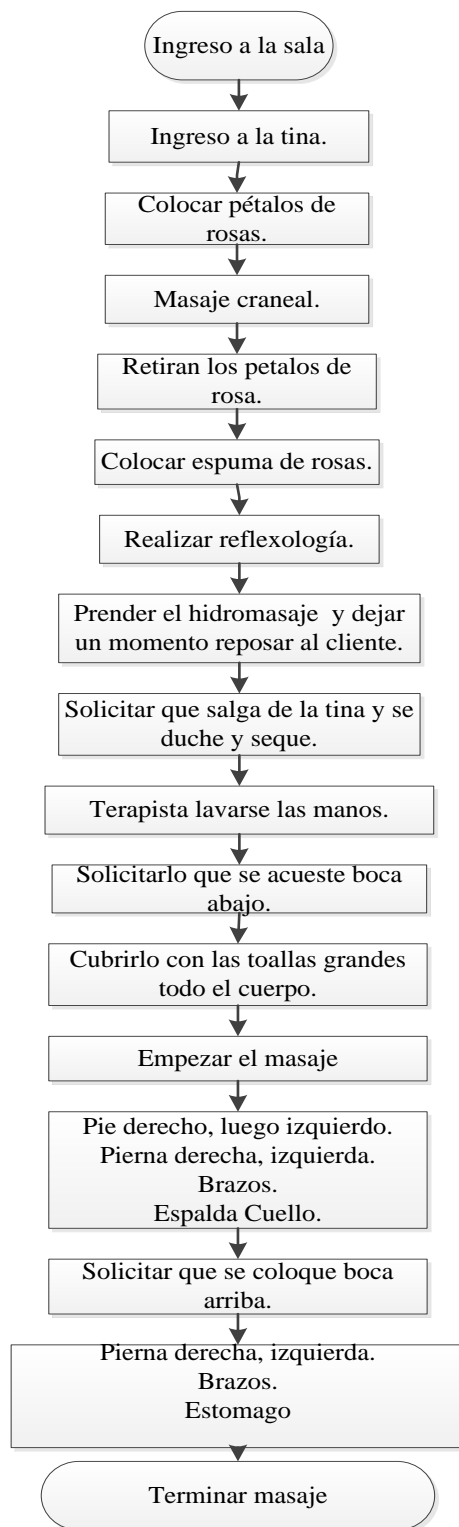


Imagen No. 49. Departamento de recepción SPA, proceso de masaje manantial de rosas, Alejandra Ramos.

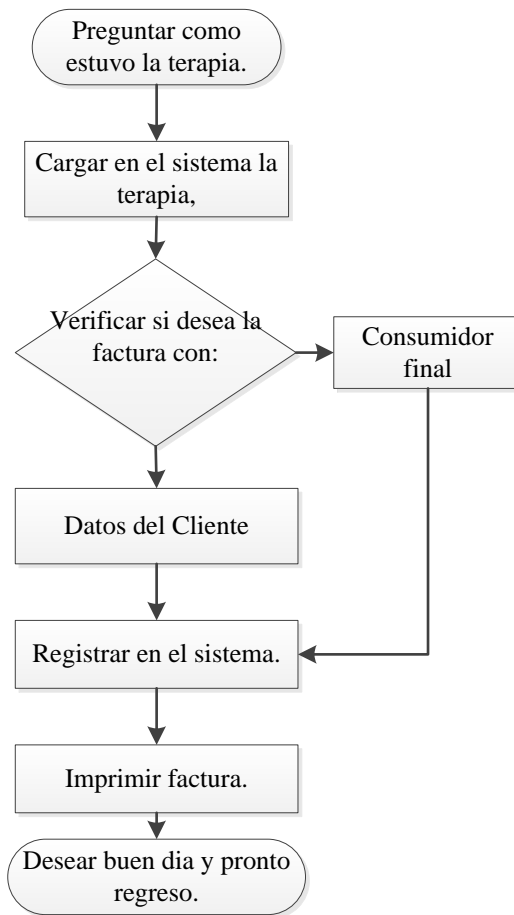


Imagen No. 50. Departamento de recepción SPA, proceso de cobro, Alejandra Ramos.

c) Carta y precios

i. Menú restaurante Sincholagua

Desayunos		
Desayuno Continental (Jugo de naranja, plato de frutas, pan dulce o tostado y café/té o agua aromática)	\$ 14,70	
Waffles / Crepes (Plátano, fresa, manzana, chocolate, canela o miel)	\$ 5,20	
Americano (Café, té, aromática o leche, jugos de frutas, huevos, pan o tostadas, mermelada o mantequilla)	\$ 5,70	
Bolón de verde	Queso	\$ 3,20
	Chicharrón	\$ 5,70
	Mixto	\$ 6,50
Entradas		
Empanada de morocho (1 unidades)	\$ 2,70	
Empanada de verde (1 unidades)	\$ 2,40	
Caldo de gallina	\$ 7,00	
Platos fuertes		
Fritada (Carne de cerdo frita, mote, papas, maduro, tomate)	\$ 16,00	
Tortillas con caucara (Carne con tortillas de papa y ensalada)	\$ 13,00	
Corvina (Corvina apanada con arroz, papas y ensalada)	\$ 11,50	
Seco de pollo (Pollo al jugo con arroz, y ensalada)	\$ 9,00	
Seco de carne de res (Carne al jugo con arroz, y ensalada)	\$ 8,50	
Lomo a la parrilla con salsa de champiñones (Delicioso lomo acompañado de salsa de champiñones con arroz, papas y ensalada)	\$ 19,50	

Postres	
Helado de paila (Sabores mora, taxo, chocolate)	\$ 8,00
Higos con queso (Dulce Quiteño de higos derretidos en panela con queso)	\$6,00
Empanada de viento (1 unidades)	\$ 2,50
Quimbolito (Pastel envuelto en hoja de achira)	\$2,00
Bebidas	
Gaseosas (Coca cola, Sprite, Tropical, Inca cola, fanta)	\$ 2,20
Agua con o sin gas (Güitig o Tesalia)	\$ 2,20
Jugos (Mora, taxo, guanábana, fresa, mango, naranja, limon)	\$ 2,50
Batidos (Mora, taxo, guanábana, fresa, mango)	\$ 2,80
Té o agua aromática (Menta, frutos rojos, manzanilla, canela, cedron, tipo, hierva buena)	\$ 2,00
Chocolate en leche con queso	\$ 4,50
Café pasado	\$ 2,10
Capuchino	\$ 2,70
Mocachino	\$ 2,80
Horarios de atención del restaurante será de lunes a domingo de 6h30 a.m. a 21h00 p.m. (Anexo 4. Recetas estándar, 2016).	

ii. Productos Ilinizas Spa

Masaje de cuerpo completo con técnicas de afflurage, que le ayuda a liberar la rigidez de espalda, hombros y cuello proporcionando una relajación profunda	
Masaje de relajación 60 minutos	\$ 40,00
Manantial de rosas 90 minutos	\$ 60,00
Terapia en tina con pétalos de rosa acompañado de un masaje relajante corporal con aceite de frutos rojos	
Envoltura ecuatoriana 60 minutos	\$ 64,00

Cepillado, exfoliación seguida de una envoltura con productos propios de nuestro país como el chocolate o coco	
Limpieza facial profunda	\$ 73,00
Depilaciones	
Piernas completas	\$ 25,00
Axilas	\$ 9,00
Cuerpo completo (Bikini, Axilas, piernas, brazos)	\$ 47,00
Línea de bikini	\$ 10,50
Horario de atención de lunes a domingo de 11h00 a.m. a 20h00 p.m. (Anexo 5. Costo Masajes, 2016)	

iii. Costo Habitación

Habitación estándar King 1 Pax Incluye acceso a piscina, áreas húmedas, internet, parqueadero, impuestos.	\$ 107,00
Habitación estándar King / Twin 2 Pax Incluye acceso a piscina, áreas húmedas, internet, parqueadero, impuestos.	\$ 139,00
Habitación estándar King 1 Pax Incluye desayuno, acceso a piscina, áreas húmedas, internet, parqueadero, impuestos.	\$116,00
Habitación estándar King / Twin 2 Pax Incluye desayuno, acceso a piscina, áreas húmedas, internet, parqueadero, impuestos.	\$160,00
Anexo 6. Costo habitaciones, 2016	

CAPÍTULO V

Conclusiones

- La hacienda turística es una categorización que se incorporó en el nuevo Reglamento de Turismo del 2016, en el cual se establece que este tipo de establecimiento debe ofrecer un servicio de alojamiento con actividades propias del campo; además de contar con valor histórico y cultural, por lo cual, su diseño debe estar basado en estándares que protejan su estructura y sobre todo se procure su mantenimiento, el mismo es fundamentado en el concepto boutique; es decir clásico, donde se trata de transmitir personalidad buen gusto en su decoración, estilo apropiado y sobre todo de mantener un servicio personalizado y de calidad.
- Las edificaciones que constan en el Inventario de Haciendas Patrimoniales de Quito son aquellas que cuentan con un valor histórico y cultural, para su diseño se debe basar de acuerdo a la ordenanza Metropolitana N°026, ya que son parámetros estrictos que se deben respetar debido a la importancia que tiene el inmobiliario y para el uso del mismo.
- La adaptación de un bien patrimonial a un establecimiento hotelero es un proceso cauteloso en su desarrollo, ya que además de mantener la estructura original se debe dar constante mantenimiento para cumplir con las normas de seguridad que se exigen para abrir sus puertas al público, tomar en cuenta factores como estructura y prevención de riesgos le darán al cliente un valor agregado.
- La Hacienda Turística Boutique es un estudio que tiene como fin el descanso de sus huéspedes, por lo que la incorporación de un SPA en sus instalaciones brindará un servicio agregado al cliente y la experiencia de probar terapias nuevas y relajantes, además que los ingresos representan la inversión.
- Si bien es cierto el tema financiero es de suma importancia al momento de emprender un proyecto, el diseño también lo es, ya que el cumplimiento con parámetros que faciliten el trabajo del personal es fundamental; por ejemplo, en el área de la cocina debe estar correctamente distribuido para evitar accidentes laborales, en las habitaciones se debe distribuir adecuadamente el inmobiliario para aprovechar mejor el

espacio, separar el área del personal de las áreas de huéspedes, contar con enfermería, debido a que cerca del establecimiento no existe un hospital, clínica o centro de salud, etc., son detalles de diseño y distribución de áreas de suma importancia, ya que si son mal estructurados o concebidos provocará pérdidas económicas a los inversores o dueños.

- El diseño de los productos y, sobre todo su costeo, se basa en fórmulas de introducción de producto al mercado, las cuales facilitan el saber cuánto es la ganancia neta ante lo vendido y tener un inventario claro de la materia prima dentro de la organización.
- La división departamental y la contratación de personal al iniciar su operación es fundamental, ya que aporta una idea clara de los egresos que se manejarán en sueldos y si el puesto puede ser polivalente o no para el desempeño de sus funciones.

Recomendaciones

- La Hacienda “La Merced” es una edificación neo colonial con gran valor histórico y cultural, por lo que se sugiere un mantenimiento y una conservación constante para salvaguardar su preservación.
- Se recomienda la inclusión de la comunidad en proyectos turísticos, debido a que es fundamental para el desarrollo de la misma y, sobre todo, aprovechar el recurso humano de la zona.
- En el Ecuador no existe aún un establecimiento hotelero con la designación de Hacienda Turística Boutique, por lo cual es un servicio prácticamente nuevo para el mercado, además de tener conciencia social al trabajar directamente con la comunidad, por lo cual se sugiere diseñar e investigar más estos establecimientos en el país.
- Se sugiere que se brinde capacitaciones a las comunidades sobre servicio al cliente y emprendimientos de proyectos por parte de los entes municipales.
- Se recomienda el apoyo de organizaciones gubernamentales para la concertación de proyectos como el de agua potable y mejora en las vías de acceso.

Bibliografía

Fuentes impresas

- Céspedes, Alberto. (2005). *Principios de mercadeo*. Bogotá.: eco ediciones.
- Cohen, William. (2007). *Plan de Mercadotecnia*. México.: Compañía editorial continental.
- Cravens, David. (2007). *Marketing estratégico*. Madrid.: GAAP Editorial s.l.
- Czinkota, Michel. (2001). *Administración de mercadotecnia*. México.: Thomson Learning.
- Consejo Metropolitano de Quito. (1988). *Ordenanza Metropolitana N°0260*. Quito.
- Delmar, Silvia. (2008). *Mantenimiento de hoteles La seguridad y comodidad del huésped*. México.: Trillas Editorial.
- Gallegos, Felipe. (2002). *Gestión alimentos y bebidas para hoteles, bares y restaurantes*. Madrid.: Ediciones Paraninfo.
- Gallegos, Felipe. (2002). *Gestión de Hoteles: Una nueva visión*. Madrid.: Ediciones Paraninfo.
- González, Ludia y Talón, Pilar. (2003). *Dirección hotelera Operaciones y procesos*. Madrid.: Editorial Síntesis, S.A.
- Guerra, Frank. (2003). *Los organizadores gráficos y otras técnicas didácticas de la A a la Z*. Ibarra.: Academia editores.
- Ismail, Ahmed. (2001). *Operaciones y procesos hoteleros Gestión de Alojamiento*. Madrid: Paraninfo Thomson Learning.
- Kinton, Ronald, Victor Ceserani y, David Foskett. (2000). *Teoría del catering*, Zaragoza, Editorial Acribia.
- Navarro, Antonio. (2008). *Recepción y reservas*. Madrid.: Paraninfo.
- Martín, I. (2014). *Dirección y gestión de empresas del sector turístico*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- Mestres, J. (1999), *Técnicas de gestión y dirección hotelera*. Barcelona, Ediciones Gestión 2000.
- Ministerio de Turismo. (2015). *Reglamento de Alojamiento Turístico*. Año II N° 465. Acuerdo Ministerial N° 20140106.

- Philip, Kotler. (1997). *Mercadotecnia para hotelería y turismo*. México, Hispanoamericana s.a.
- Ramírez, Cesar. (2007). *Gestión administrativa para empresas turísticas*. México: Editorial trillas.
- Ramírez, Cesar. (2002). *Gerencia seguridad y mantenimiento*. México: Editorial trillas.
- Real Academia Española. (2014). *Diccionario de la lengua española*. Vigésimotercera Edición. Madrid: Panamericana Formas e Impresos S.A.
- Ministerio de relaciones laborales. (1994). Reglamento de seguridad y salud de los trabajadores. Decreto 2393.: Quito.
- Rodríguez, Ramiro. (2008). *Costos aplicados a hoteles y restaurantes*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Rodríguez, José. (2008). *Organización y dirección de empresas hoteleras*. Madrid.: Editorial síntesis s.a.
- Torres Sánchez de la Vega, Miriam. (2004). *Establecimiento Hotelero*. Madrid.: Ideas propias.
- Villalba, Carlos. (2004). *Metodología de la Investigación*. Bogotá.: Editorial Santri.

Trabajos de grado

- Arciniegas, Johanna. (2015). Caracterizar las practicas asociadas a la gestión ambiental en los Hoteles tipo Boutique de la ciudad de Cuenca. Tesis. Cuenca: Universidad de Azuay.

Fuentes Virtuales

- Casa Ceibo. (2006). *Servicios Casa Ceibo Boutique Hotel & Spa*. Recuperado el 4 de enero del 2016, de <http://casaceibo.com/>, recuperado 04/01/16.
- Conti, William. (2014.). *Gestión Hotelera*. Recuperado el 3 de Diciembre de 2014, de <http://gestionhotelera.jimdo.com/atenci%C3%B3n-al-cliente/>

- Marín Castillo, H. (2012). Introducción a los recursos turísticos. Recuperado el 3 de Diciembre de 2014, de http://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&sqi=2&ved=0CBwQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.um.es%2Faulaseni%2Fsaavedrafajardo%2Fapuntes%2F2012%2Fturismo%2Frecursos.pdf&ei=VtF_VLj_FJGTNr3VgpAB&usg=AFQjCNEI77HcUVfUHGEZ-WDe8DWyrgoRag&bvm=bv.80642063,d.eXY
- Revenue. (2014, 8 de Febrero). *Actualidad del sector hotelero, marketing, gestión y revenue management*. Recuperado el 3 de Diciembre de 2014, de <http://dobleconvistas.com/>
- Ritz Hotel. (2016). *Historia del Hotel Ritz*. Recuperado el 4 de junio del 2015, de <http://www.ritzparis.com/en/the-hotel/my-ritz>
- Tsaitami Travel (s.f.). *Turismo en Ecuador, Tours y Servicios*. Recuperado el 3 de Diciembre de 2014, de <http://www.tsaitami.com/Tours.aspx?id=3>.
- UNESCO. (2003). *Convención para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial*. Recuperado el 13 de noviembre del 2015, de <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001325/132540s.pdf>
- Universidad de Iowa. Recuperado el 2 de agosto del 2015, de <https://www.uichildrens.org/Adam/?/Spanish+HIE+Multimedia/5/003207>


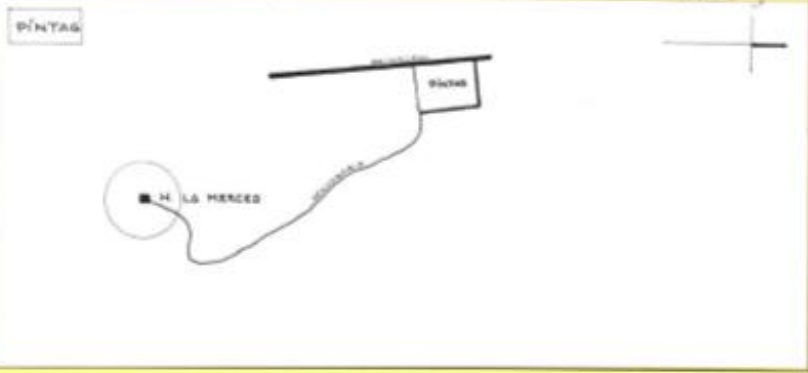
Entrevistas

- Romero, Myriam. (2016, mayo). [Entrevista con Alejandra Ramos estudiante de Gestión Hotelera, PUCE: Historia Hacienda “La Merced”].
- Moreira, Andrea. (2016, mayo). [Entrevista con Alejandra Ramos estudiante de Gestión Hotelera, PUCE: Costos de una habitación].
- Bermeo, Yamil. (2016, mayo). [Entrevista con Alejandra Ramos estudiante de Gestión Hotelera, PUCE: Costos de una habitación].
- Fernando, Tello. (2016, noviembre). [Entrevista con Alejandra Ramos estudiante de Gestión Hotelera, PUCE: Calculo de la planilla de personal].

Anexos

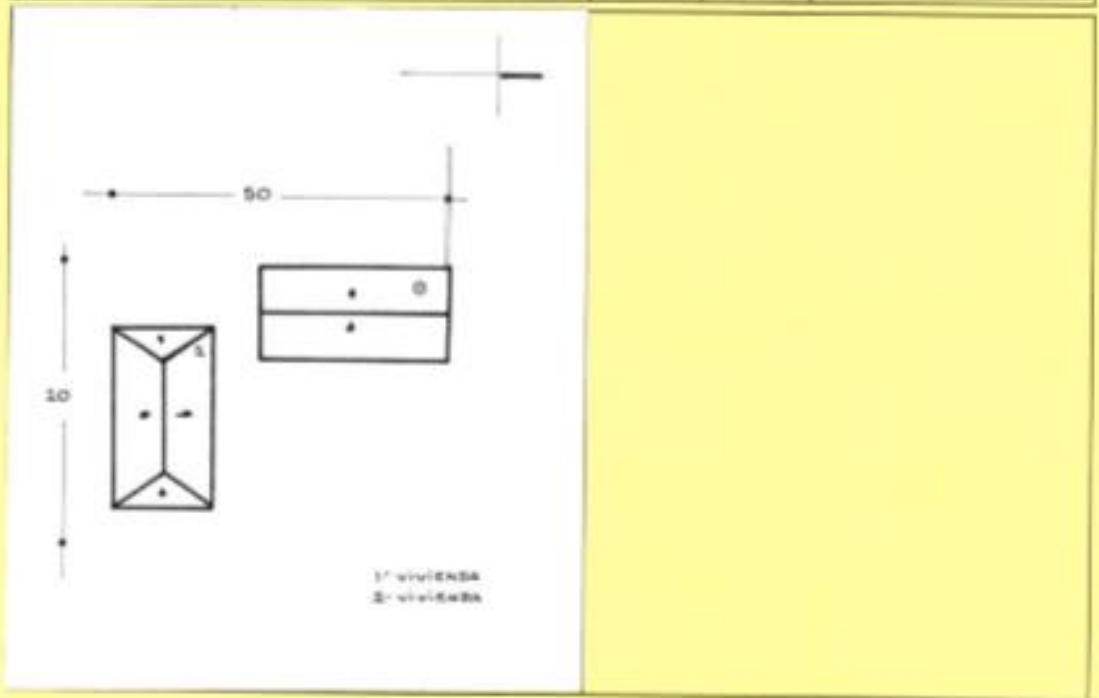
Anexo 1. Formulario Inventario de haciendas patrimoniales del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, 1999.

#5 15 (05) 5

MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO											
PLAN MAESTRO DE REHABILITACION DE LAS AREAS HISTORICAS DE QUITO											
CLAVE CATASTRAL			CLAVE A.I.Q.			CIVIL				RELIGIOSA	MILITAR
No DE HOJA	Mz	Lote	No DE HOJA	Mz	Lote	NOMBRE DEL PREDIO:					
						LA MERCED					
NOMBRE DEL PROPIETARIO			CALLE			ENCUESTADOR		No	FECHA		
SILVESTRE BUSTOS			TISC. Boly			GARCIA, JUAN		5	1999		
SINOPSIS HISTORICA						CODIGO					
<p>NO SE HAN HECHO INVESTIGACIONES HISTORICAS</p>											
DATAION											
OBSERVACIONES											
						<p><i>Pintag</i></p>					



USOS DE SUELO / BLOQUE											DATOS DE AVALUO											
BLOQUE	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	BLOQUE	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
ADMINISTRACION											M ² PISO											
BODEGA											AREA											
COMERCIO											ESTADO DE LA CONSTRUCCION											
CUSTO											BLOQUES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
EDUCACION											1											
HOTEL, RESTAURANTE											2											
SALUD											3											
TALLER											4											
VIVERDA											5											
CROQUIS DE UBICACION EN EL CONJUNTO EDIFICADO											CODIGO											



FICHA DE ANALISIS ARQUITECTONICO

VALORES DE ANALISIS (CALIFICACION CON PUNTAJE)	BLOQUES	SEÑALES HISTORICA	ELEMENTOS ARQUITECTONICOS	ENSERMA TECNOLÓGICO	USO DEL SUELO	ESTADO DE LA EDIFIC.	APLICACION HISTORICA	TOTAL
	1							
	2							
	3							
	4							
	5							
	6							
	7							
	8							
	9							
	10							

TIPO DE PROTECCION		PUNTAJE	BLOQUES
A	PROTECCION ABSOLUTA	31 --- 48	
B	PROTECCION CONDICIONADA	19 --- 30	
C	PROTECCION DE CONJUNTO	9 --- 18	

AREAS	FRENTE	FONDO	TOTALM ²	OBSERVACIONES:
LOTE	50	20	1000	
AREA EDIFICADA CON PROTECCION:			100	
AREA EDIFICADA SIN PROTECCION:			900	

Anexo 3. Cálculo de personal

Calculo de personal Hacienda Turistica Boutique "La Merced"				
Recepción				
Días laborables			365	Horarios
(-) Días festivos			8	A 7h00-15h30
(-) Vacaciones			15	B 3h00-23h30
(=) Total Días se labora			342	C 23h00-7h30
Días de la semana			7	D 11h00-19h30
(÷)Semanas trabajadas			49	
Días de descando			2	
(=) Total días de descanso al año			98	
(=) Días exactos trabajados			244	
Días Laborables		# Turnos		Turnos anuales
365	x	3	=	1095
Turnos anuales		Días exactos trabajados		Recepcionistas necesarios
1095	÷	244	=	4

Calculo de personal Hacienda Turistica Boutique "La Merced"				
Restaurante				
Días laborables			365	Horarios
(-) Días festivos			8	A 6h30-15h00
(-) Vacaciones			15	B 13h00-21h30
(=) Total Días se labora			342	
Días de la semana			7	
(÷)Semanas trabajadas			49	
Días de descando			2	
(=) Total días de descanso al año			98	
(=) Días exactos trabajados			244	
Días Laborables		# Turnos		Turnos anuales
365	x	4	=	1460
Turnos anuales		Días exactos trabajados		Meseros necesarios
1460	÷	244	=	6
Capacidad de instalaciones				
Mesas cudradas	5	4 Pax		20
Mesas redondas	6	4 Pax		24
Mesa redonda	1	2 pax		2
Barra	1	7 Pax		7
Total Mesas	13	Total Pax		53
Meseros Estándar	6			
Meseros por turno	2			
Turnos diarios	4			

Calculo de personal Hacienda Turistica Boutique "La Merced"					
Restaurante					
Días laborables			365	Horarios	
(-) Días festivos			8	A	8h00- 16h30
(-) Vacaciones			15	B	13h30-22h00
(=) Total Días se labora			342		
Días de la semana			7		
(÷)Semanas trabajadas			49		
Días de descando			2		
(=) Total días de descanso al año			98		
(=) Días exactos trabajados			244		
Días Laborables		# Turnos		Turnos anuales	
365	x	2	=	730	
Turnos anuales		Días exactos trabajados		Camareras necesarios	
730	÷	244	=	3	
Capacidad de instalaciones					
Habitaciones King		6	2 Pax	12	
Habitaciones Twin		3	2 Pax	6	
Total habitaciones		9	Total Pax	18	
Numero de hab por cada u		15			
Camareras por turno		1			
Turnos diarios		2			

NOMBRE:	Waffles /Crepes												
NÚMERO DE PROCIONES:	3												
TIPO:	Desayuno												
	PORCENTAJE												
COSTO NETO RECETA		\$		0,89									
INVERSIÓN NUEVO PLATO	10%	\$		0,09									
COSTO M.O.	11%	\$		0,10									
COSTO G.Fabricación	35%	\$		0,31									
SUBTOTAL 1:		\$		1,39									
UTILIDAD	200%	\$		2,79									
	Subtotal	\$		4,18									
10% SERVICIO	10%	\$		0,42									
14% IVA	14%	\$		0,58									
	P.V.P.	\$		5,18									
PRODUCTO	MARCA	PROVEEDOR	UNIDAD	CANTIDAD	PESO PRESENTACIÓN	PRECIO PROD REFERENCIAL	PRECIO PROD INCLUIDO MERMA	% MERMA	Constante	COSTO U	SUBTOTAL		
Harina	Santa Lucía	Bodemax	gr	500	1 Kg	3,6	3,672	1,02	1000	0,00	1,84		
Polvo de hornear	Santa Lucía	Bodemax	gr	2	500 g	2,5	2,55	1,02	500	0,01	0,01		
Sal	Cris sal	Bodemax	gr	0,05	1Kg	3	3,06	1,02	1000	0,00	0,00		
Azucar	San Carlos	Bodemax	gr	2	1 Kg	3	3,06	1,02	1000	0,00	0,01		
Leche	Pura crema	Bodemax	ml	400	1000 ml	0,75	0,765	1,02	1000	0,00	0,31		
Mantequilla	García	García	gr	2	1 Lb	2,2	2,244	1,02	454	0,00	0,01		
Huevos	García	García	U	2	30 u	3,9	3,978	1,02	30	0,13	0,27		
Banano/Fresas/manzana	Mercado	Mercado	U	1	25 u	1	1,02	1,02	25	0,04	0,04		
											Subtotal 2	2,47	
												M.E.	1,08
												Subtotal 3	2,67
REC	esta estándar costeadas.										# UNIDADES	3,00	
Margen de error (M.E.)	Es el resultado de la inflación anual por 2. Esta inflación se encuentra en el Banco Central.										REC	0,89	
Utilidad	El porcentaje de utilidad es según las políticas financieras del establecimiento y del análisis del menú (ventas).												

NOMBRE:	Desayuno Americano											
NÚMERO DE PROCIONES:	1											
TIPO:	Desayuno											
	PORCENTAJE											
COSTO NETO RECETA		\$ 0,99										
INVERSIÓN NUEVO PLATO	10%	\$ 0,10										
COSTO M.O.	11%	\$ 0,11										
COSTO G.Fabricación	35%	\$ 0,35										
SUBTOTAL 1:		\$ 1,54										
UTILIDAD	200%	\$ 3,08										
	Subtotal	\$ 4,62										
10% SERVICIO	10%	\$ 0,46										
14% IVA	14%	\$ 0,65										
	P.V.P.	\$ 5,73										

PRODUCTO	MARCA	PROVEEDOR	UNIDAD	CANTIDAD	PESO PRESENTACIÓN	PRECIO PROD REFERENCIAL	PRECIO PROD INCLUIDO MERMA	% MERMA	Constante	COSTO U	SUBTOTAL		
Naranja	Indaves	Bodemax	U	5	50 u	1	1,02	1,02	50	0,02	0,10		
Huevos	García	García	U	2	30 u	3,9	3,978	1,02	30	0,13	0,27		
Mantequilla	García	García	gr	2	1 Lb	2,2	2,244	1,02	454	0,00	0,01		
Pan	Paquita	Panadería Paquita	U	1	1u	0,35	0,357	1,02	1	0,36	0,36		
Café	Minerva	Bodemax	gr	2	400 gr	5,1	5,202	1,02	400	0,01	0,03		
Leche	Pura crema	Bodemax	ml	200	1000 ml	0,75	0,765	1,02	1000	0,00	0,15		
											Subtotal 2	0,91	
												M.E.	1,08
												Subtotal 3	0,99
REC	a estándar costeada.										# UNIDADES	1,00	
Margen de error (M.E.)	Es el resultado de la inflación anual por 2. Esta inflación se encuentra en el Banco Central.										REC	0,99	
Utilidad	El porcentaje de utilidad es según las políticas financieras del establecimiento y del análisis del menú (ventas).												
REP	Receta estándar de procedimientos.												

NOMBRE:	Bolon mixto											
NÚMERO DE PROCIONES:	2											
TIPO:	Desayuno											
	PORCENTAJE											
COSTO NETO RECETA		\$		1,11								
INVERSIÓN NUEVO PLATO	10%	\$		0,11								
COSTO M.O.	11%	\$		0,13								
COSTO G.Fabricación	35%	\$		0,39								
SUBTOTAL 1:		\$		1,74								
UTILIDAD	200%	\$		3,47								
	Subtotal	\$		5,21								
10% SERVICIO	10%	\$		0,52								
14% IVA	14%	\$		0,73								
	P.V.P.	\$		6,45								

PRODUCTO	MARCA	PROVEEDOR	UNIDAD	CANTIDAD	PESO PRESENTACIÓN	PRECIO PROD REFERENCIAL	PRECIO PROD INCLUIDO MERMA	% MERMA	Constante	COSTO U	SUBTOTAL	
Platano verde	Mercado	Mercado	U	3	15 u	1,5	1,53	1,02	15	0,10	0,31	
Queso rallado	García	García	gr	8	250 g	3,1	3,162	1,02	250	0,01	0,10	
Mantequilla	García	García	gr	3	1 Lb	2,2	2,244	1,02	454	0,00	0,01	
Sal	Cris sal	Bodemax	gr	0,05	1Kg	3	3,06	1,02	1000	0,00	0,00	
Cebolla Blanca	Mercado	Mercado	U	1	25u	2	2,04	1,02	25	0,08	0,08	
Aceite	Paquita	Panaderia Paquita	ml	200	1lt	2,54	2,5908	1,02	1000	0,00	0,52	
Chicharon	Mercado	Mercado	gr	200	1lb	2,3	2,346	1,02	454	0,01	1,03	
											Subtotal 2	2,06
											M.E.	1,08
											Subtotal 3	2,22
REC	estándar costeada.										# UNIDADE	2,00
Margen de error (M.E.)	Es el resultado de la inflación anual por 2. Esta inflación se encuentra en el Banco Central.										REC	1,11
Utilidad	El porcentaje de utilidad es según las políticas financieras del establecimiento y del análisis del menú (ventas).											

NOMBRE:	Empanada de verde										
NÚMERO DE PROCIONES:	12										
TIPO:	Entradas										
	PORCENTAJE										
COSTO NETO RECETA		\$ 0,42									
INVERSIÓN NUEVO PLATO	10%	\$ 0,04									
COSTO M.O.	11%	\$ 0,05									
COSTO G.Fabricación	35%	\$ 0,15									
SUBTOTAL 1:		\$ 0,65									
UTILIDAD	200%	\$ 1,30									
	Subtotal	\$ 1,95									
10% SERVICIO	10%	\$ 0,20									
14% IVA	14%	\$ 0,27									
	P.V.P.	\$ 2,42									

PRODUCTO	MARCA	PROVEEDOR	UNIDAD	CANTIDAD	PESO PRESENTACIÓN	PRECIO PROD REFERENCIAL	PRECIO PROD INCLUIDO MERMA	% MERMA	Constante	COSTO U	SUBTOTAL
Platano verde	Mercado	Mercado	U	3	25 u	1,5	1,53	1,02	25	0,06	0,18
Manteca de cerdo	Paucar	Paucar	gr	200	1lb	1,5	1,53	1,02	454	0,00	0,67
Cebolla blanca	Mercado	Mercado	u	4	25u	1	1,02	1,02	25	0,04	0,16
Queso criollo rallado	García	García	gr	250	250 gr	3,1	3,162	1,02	250	0,01	3,16
Aceite o manteca de color	Alesol	Bodemax	ml	30	1lt	1,8	1,836	1,02	1000	0,00	0,06
Sal, pimienta y comino moli	Aliño	Bodemax	gr	25	100gr	1,5	1,53	1,02	100	0,02	0,38
											Subtotal 2
											M.E.
											Subtotal 3
											# UNIDADES
											REC

REC	ta estándar costeada.										REC	12,00
Margen de error (M.E.)	Es el resultado de la inflación anual por 2. Esta inflación se encuentra en el Banco Central.											0,42
Utilidad	El porcentaje de utilidad es según las políticas financieras del establecimiento y del análisis del menú (ventas).											

REP	<p>Pele los verdes y trocéelos con las manos. Póngalos a cocinar en agua hirviendo con sal hasta que estén suaves. Saque de uno en uno los pedazos y muéalos o aplástelos con un mazo. Después golpéelos, aplástelos y estírelos con un bolillo como si fuera a extenderlos, hasta que obtenga una masa elástica. Puede ayudarse con un poco del agua en la que los cocinó. Cuando la masa se le pegue en las manos, colóquese un poquito de aceite en ellas y continúe estirando y amasando. Solo cuando la masa esté bien elástica podrá dejar de trabajarla. Tápela y déjela en un lugar abrigado. Para armar las empanadas, tome una pequeña porción de masa y colóquela dentro de una funda plástica engrasada. Extiéndala con un bolillo hasta tener un grosor de tres milímetros. Coloque una cucharada de relleno en el centro de la masa y forme la empanada ayudándose con el plástico. Cierre los bordes con un tenedor. Fríalas en abundante aceite caliente hasta que estén ligeramente doradas. Retírelas en papel absorbente. Sívalas inmediatamente. Variaciones Relleno de carne Prepare un refrito con la cebolla, el cilantro, el aceite o manteca de color. Sazone a su gusto con sal, pimienta y comino. Agregue la carne y refría por 10 minutos. Al final añada el huevo duro picado y retire del fuego. Relleno de queso Refría la cebolla en el aceite o manteca de color. Sazone a su gusto con sal, pimienta y comino. Incorpore el queso. Refría por 5 minutos removiendo. Retire del fuego.</p>
-----	--

NOMBRE:	Empanada de viento										
NÚMERO DE PROCIONES:	10										
TIPO:	Entradas										
	PORCENTAJE										
COSTO NETO RECETA		\$									0,44
INVERSIÓN NUEVO PLATO	10%	\$									0,04
COSTO M.O.	11%	\$									0,05
COSTO G.Fabricación	35%	\$									0,15
SUBTOTAL 1:		\$									0,68
UTILIDAD	200%	\$									1,36
	Subtotal	\$									2,05
10% SERVICIO	10%	\$									0,20
14% IVA	14%	\$									0,29
	P.V.P.	\$									2,54

PRODUCTO	MARCA	PROVEEDOR	UNIDAD	CANTIDAD	PESO PRESENTACIÓN	PRECIO PROD REFERENCIAL	PRECIO PROD INCLUIDO MERMA	% MERMA	Constante	COSTO U	SUBTOTAL		
Harina de trigo	Paucar	Paucar	gr	450	1kg	0,8	0,816	1,02	1000	0,00	0,37		
Polvo para hornear	Santa Lucia	Bodemax	gr	2	500 g	2,5	2,55	1,02	500	0,01	0,01		
Mantequilla o margarina	García	García	gr	225	1 Lb	2,2	2,244	1,02	454	0,00	1,11		
Cebolla blanca	Mercado	Mercado	U	1	25u	1	1,02	1,02	25	0,04	0,04		
Queso fresco	García	García	gr	250	250 gr	1,7	1,734	1,02	250	0,01	1,73		
Aceite	Girasol	Bodemax	ml	200	1lt	2,54	2,5908	1,02	1000	0,00	0,52		
Agua fría	Dasani	Bodemax	ml	250	1lt	1	1,02	1,02	1000	0,00	0,26		
											Subtotal 2	4,04	
												M.E.	1,08
												Subtotal 3	4,36
REC												# UNIDADES	10,00
Margen de error (M.E.)	Es el resultado de la inflación anual por 2. Esta inflación se encuentra en el Banco Central.										REC	0,44	
Utilidad	El porcentaje de utilidad es según las políticas financieras del establecimiento y del análisis del menú (ventas).												
REP	<p>En un tazón cierna la harina con el polvo de hornear. Incorpore la mantequilla cortada en dados y amase hasta obtener una mezcla arenosa. Agregue agua fría poco a poco hasta que vaya obteniendo una masa suave. Coloque sobre su mesa de trabajo enharinada y amase suavemente. Si la mezcla está muy húmeda añada más harina. Tape la masa con un mantel y deje reposar por 20 minutos. Extienda luego la masa con un bolillo hasta que obtenga una lámina delgada y corte discos de 5 cm de diámetro. Para hacer el relleno, mezcle el queso rallado con la cebolla picada finamente (sin freír). Con esta preparación rellene las empanadas. Humedezca el borde de los discos y forme las empanadas. Realice el repulgado o selle con la punta de un tenedor. Fría las empanadas en abundante aceite caliente.</p>												

NOMBRE:	Corvina										
NÚMERO DE PROCIONES:	25										
TIPO:	Plato fuerte										
	PORCENTAJE										
COSTO NETO RECETA		\$	1,99								
INVERSIÓN NUEVO PLATO	10%	\$	0,20								
COSTO M.O.	11%	\$	0,23								
COSTO G.Fabricación	35%	\$	0,70								
SUBTOTAL 1:		\$	3,12								
UTILIDAD	200%	\$	6,23								
	Subtotal	\$	9,35								
10% SERVICIO	10%	\$	0,93								
14% IVA	14%	\$	1,31								
	P.V.P.	\$	11,59								

PRODUCTO	MARCA	PROVEEDOR	UNIDAD	CANTIDAD	PESO PRESENTACIÓN	PRECIO PROD REFERENCIAL	PRECIO PROD INCLUIDO MERMA	% MERMA	Constante	COSTO U	SUBTOTAL
Filete de corvina	Mercado	Mercado	Kg	1/2	1lb	3	3,06	1,02	0,45	6,80	3,40
Harina	Mercado	Mercado	gr	200	1kg	0,8	0,816	1,02	1000	0,00	0,16
Huevo	García	García	U	1	30 u	3,9	3,978	1,02	30	0,13	0,13
Pan rallado	Supan	Bodemax	gr	200	250gr	2	2,04	1,02	250	0,01	1,63
Aceite	Girasol	Bodemax	ml	200	1lt	2,54	2,5908	1,02	1000	0,00	0,52
Sal y pimienta al gusto	Aliño	Bodemax	gr	25	100gr	1,5	1,53	1,02	100	0,02	0,38
Arroz	Osito	Bodemax	gr	250	1lb	0,7	0,714	1,02	1000	0,00	0,18
Papas fritas	Mercado	Mercado	gr	600	3 lb	3	3,06	1,02	1362	0,00	1,35
Tomate	Mercado	Mercado	U	10	6U	1,5	1,53	1,02	6	0,26	2,55
Cebolla paiteña	Mercado	Mercado	U	6	8 U	1	1,02	1,02	8	0,13	0,77
Limon	Mercado	Mercado	U	3	25 U	1,5	1,53	1,02	25	0,06	0,18
										Subtotal 2	11,07
										M.E.	1,08
										Subtotal 3	11,96
REC	Receta estándar costeada.									# UNIDADES	6,00
Margen de error (M.E.)	Es el resultado de la inflación anual por 2. Esta inflación se encuentra en el Banco Central.									REC	1,99
Utilidad	El porcentaje de utilidad es según las políticas financieras del establecimiento y del análisis del menú (ventas).										

REP	<p>Corte el pescado en trozos de 2 cm por 2 cm, aproximadamente. Rocíe con el zumo del limón, ponga sal y pimienta y deje reposar unos 20 minutos. Pase por harina y huevo batido; finalmente, envuelva con el pan rallado que se ha mezclado con el orégano en polvo, sal, pimienta y pimienta cayena. Freír en abundante aceite, moderadamente caliente. Escorra y sirva acompañado de la salsa de su gusto.</p>
-----	--

NOMBRE:	Seco de pollo											
NÚMERO DE PROCIONES:	10											
TIPO:	Plato Fuerte											
	PORCENTAJE											
COSTO NETO RECETA		\$	1,48									
INVERSIÓN NUEVO PLATO	10%	\$	0,15									
COSTO M.O.	11%	\$	0,17									
COSTO G.Fabricación	35%	\$	0,52									
SUBTOTAL 1:		\$	2,31									
UTILIDAD	200%	\$	4,62									
	Subtotal	\$	6,92									
10% SERVICIO	10%	\$	0,69									
14% IVA	14%	\$	0,97									
	P.V.P.	\$	8,59									

PRODUCTO	MARCA	PROVEEDOR	UNIDAD	CANTIDAD	PESO PRESENTACIÓN	PRECIO PROD REFERENCIAL	PRECIO PROD INCLUIDO MERMA	% MERMA	Constante	COSTO U	SUBTOTAL
Gallina	Mercado	Mercado	U	1	1u	9	9,18	1,02	1	9,18	9,18
Aceite	Girasol	Bodemax	ml	50	1lt	2,54	2,5908	1,02	1000	0,00	0,13
Pasta de tomate	Los Andes	Bodemax	gr	50	100gr	1,35	1,377	1,02	100	0,01	0,69
Ajos machacados	Mercado	Mercado	U	5	8U	1	1,02	1,02	8	0,13	0,64
Cerveza	Pilsener	Bodemax	ml	200	750ml	1,5	1,53	1,02	750	0,00	0,41
Cebolla paiteña	Mercado	Mercado	U	2	8 U	1	1,02	1,02	8	0,13	0,26
Culantro	Mercado	Mercado	gr	50	100gr	0,5	0,51	1,02	1000	0,00	0,03
Perejil	Mercado	Mercado	gr	50	1000gr	0,5	0,51	1,02	1000	0,00	0,03
Pimientos rojos	Mercado	Mercado	U	2	5 U	1	1,02	1,02	5	0,20	0,41
Tomate	Mercado	Mercado	U	5	6U	1,5	1,53	1,02	6	0,26	1,28
Sal y pimienta al gusto	Aliño	Bodemax	gr	25	100gr	1,5	1,53	1,02	100	0,02	0,38
Lechuga	Mercado	Mercado	U	1/2	1U	0,5	0,51	1,02	1	0,51	0,26
Arroz	Osito	Bodemax	gr	250	1lb	0,7	0,714	1,02	1000	0,00	0,18
										Subtotal 2	13,67
										M.E.	1,08
										Subtotal 3	14,76
REC	Esta estándar costeadada.									# UNIDADES	10,00
Margen de error (M.E.)	Es el resultado de la inflación anual por 2. Esta inflación se encuentra en el Banco Central.									REC	1,48
Utilidad	El porcentaje de utilidad es según las políticas financieras del establecimiento y del análisis del menú (ventas).										
REP	<p>Corte en presas y dore muy bien la gallina. Reserve.</p> <p>En un poco de su grasa, fría el ajo, la cebolla y el pimiento.</p> <p>Agregue la gallina previamente frita.</p> <p>Mueva toda esta preparación, añada el tomate, el culantro, el perejil .</p> <p>Cuando esté a medio cocer, vierta la cerveza.</p>										

NOMBRE:	Seco de carne											
NÚMERO DE PROCIONES:	10											
TIPO:	Plato Fuerte											
	PORCENTAJE											
COSTO NETO RECETA		\$										1,42
INVERSIÓN NUEVO PLATO	10%	\$										0,14
COSTO M.O.	11%	\$										0,16
COSTO G.Fabricación	35%	\$										0,50
SUBTOTAL 1:		\$										2,21
UTILIDAD	200%	\$										4,42
	Subtotal	\$										6,64
10% SERVICIO	10%	\$										0,66
14% IVA	14%	\$										0,93
	P.V.P.	\$										8,23
PRODUCTO	MARCA	PROVEEDOR	UNIDAD	CANTIDAD	PESO PRESENTACIÓN	PRECIO PROD REFERENCIAL	PRECIO PROD INCLUIDO MERMA	% MERMA	Constante	COSTO U	SUBTOTAL	
Carne	Mercado	Mercado	kg	2	1lb	1,9	1,938	1,02	0,45	4,31	8,61	
Aceite	Girasol	Bodemax	ml	50	1lt	2,54	2,5908	1,02	1000	0,00	0,13	
Pasta de tomate	Los Andes	Bodemax	gr	50	100gr	1,35	1,377	1,02	100	0,01	0,69	
Ajos machacados	Mercado	Mercado	U	5	8U	1	1,02	1,02	8	0,13	0,64	
Cerveza	Pilsener	Bodemax	ml	200	750ml	1,5	1,53	1,02	750	0,00	0,41	
Cebolla paiteña	Mercado	Mercado	U	2	8 U	1	1,02	1,02	8	0,13	0,26	
Culantro	Mercado	Mercado	gr	50	100gr	0,5	0,51	1,02	1000	0,00	0,03	
Perejil	Mercado	Mercado	gr	50	100gr	0,5	0,51	1,02	1000	0,00	0,03	
Pimientos rojos	Mercado	Mercado	U	2	5 U	1	1,02	1,02	5	0,20	0,41	
Tomate	Mercado	Mercado	U	5	6U	1,5	1,53	1,02	6	0,26	1,28	
Sal y pimienta al gusto	Aliño	Bodemax	gr	25	100gr	1,5	1,53	1,02	100	0,02	0,38	
Lechuga	Mercado	Mercado	U	1/2	1U	0,5	0,51	1,02	1	0,51	0,26	
Arroz	Osito	Bodemax	gr	250	1lb	0,7	0,714	1,02	1000	0,00	0,18	
										Subtotal 2	13,10	
										M.E.	1,08	
										Subtotal 3	14,15	
REC	Receta estándar costeada.									# UNIDADES	10,00	
Margen de error (M.E.)	Es el resultado de la inflación anual por 2. Esta inflación se encuentra en el Banco Central.									REC	1,42	
Utilidad	El porcentaje de utilidad es según las políticas financieras del establecimiento y del análisis del menú (ventas).											
REP	<p style="text-align: center;">Corte la carne y dore muy bien . Reserve.</p> <p style="text-align: center;">En un poco de su grasa, fría el ajo, la cebolla y el pimiento.</p> <p style="text-align: center;">Agregue la carne previamente frita.</p> <p style="text-align: center;">Mueva toda esta preparación, añada el tomate, el culantro, el perejil .</p> <p style="text-align: center;">Cuando esté a medio cocer, vierta la cerveza.</p> <p style="text-align: center;">Deje cocer por 40 minutos a fuego lento.</p>											

NOMBRE:	Lomo a la parrilla con salsa de champiñones												
NÚMERO DE PROCIONES:	4												
TIPO:	Plato fuerte												
	PORCENTAJE												
COSTO NETO RECETA		\$ 3,37											
INVERSIÓN NUEVO PLATO	10%	\$ 0,34											
COSTO M.O.	11%	\$ 0,38											
COSTO G.Fabricación	35%	\$ 1,18											
SUBTOTAL 1:		\$ 5,27											
UTILIDAD	200%	\$ 10,53											
	Subtotal	\$ 15,80											
10% SERVICIO	10%	\$ 1,58											
14% IVA	14%	\$ 2,21											
	P.V.P.	\$ 19,59											
PRODUCTO	MARCA	PROVEEDOR	UNIDAD	CANTIDAD	PESO PRESENTACIÓN	PRECIO PROD REFERENCIAL	PRECIO PROD INCLUIDO MERMA	% MERMA	Constante	COSTO U	SUBTOTAL		
Lomo fino	Supermaxi	Bodemax	gr	800	1kg	4,8	4,896	1,02	1000	0,00	3,92		
Cebolla perla	Mercado	Mercado	U	1	8 U	1	1,02	1,02	8	0,13	0,13		
Ajos machacados	Mercado	Mercado	U	2	8U	1	1,02	1,02	8	0,13	0,26		
Champiñones	Juliana	Supermaxi	gr	300	500gr	3,5	3,57	1,02	500	0,01	2,14		
Vino blanco	Paquita	naderia Paqu	ml	200	500ml	3,8	3,876	1,02	500	0,01	1,55		
Crema de leche	García	García	ml	500	1lt	2,25	2,295	1,02	1000	0,00	1,15		
Aceite	Girasol	Bodemax	ml	25	1lt	2,54	2,5908	1,02	1000	0,00	0,06		
Sal y pimienta al gusto	Aliño	Bodemax	gr	25	100gr	1,5	1,53	1,02	100	0,02	0,38		
Arroz	Osito	Bodemax	gr	250	1lb	0,7	0,714	1,02	1000	0,00	0,18		
Papas fritas	Mercado	Mercado	gr	500	3 lb	3	3,06	1,02	1362	0,00	1,12		
Tomate	Mercado	Mercado	U	4	6U	1,5	1,53	1,02	6	0,26	1,02		
Pepinillo	Mercado	Mercado	U	3	8 U	1	1,02	1,02	8	0,13	0,38		
Limon	Mercado	Mercado	U	3	25 U	1,5	1,53	1,02	25	0,06	0,18		
											Subtotal 2	12,47	
												M.E.	1,08
												Subtotal 3	13,47
REC	Receta estándar costeadada.										# UNIDADES	4,00	
Margen de error (M.E.)	Es el resultado de la inflación anual por 2. Esta inflación se encuentra en el Banco Central.										REC	3,37	
Utilidad	El porcentaje de utilidad es según las políticas financieras del establecimiento y del análisis del menú (ventas).												
REP	<p>Salpimiente el lomo y séllela en una sartén caliente con aceite de oliva.</p> <p>Agregue la cebolla, el ajo, los champiñones y los portobellos.</p> <p>Vierta el vino blanco, reduzca a la mitad e incorpore la crema de leche.</p> <p>Cocine por 10 minutos.</p> <p>Rectifique el sabor con sal y pimienta. Sirva.</p>												

Anexo 5. Costo Masajes

NOMBRE:		Manantial de Rosas											
NÚMERO DE Pax		1											
	PORCENTAJE												
COSTO NETO RECETA		\$										7,69	
INVERSIÓN NUEVO PLATO	10%	\$										0,77	
COSTO M.O.	11%	\$										0,87	
COSTO G.Fabricación	35%	\$										2,69	
SUBTOTAL 1:		\$										12,03	
UTILIDAD	300%	\$										36,08	
	Subtotal	\$										48,10	
10% SERVICIO	10%	\$										4,81	
14% IVA	14%	\$										6,73	
	P.V.P.	\$										59,65	
PRODUCTO	MARCA	PROVEEDOR	UNIDAD	CANTIDAD	PESO PRESENTACIÓN	PRECIO PROD REFERENCIAL	PRECIO PROD INCLUIDO MERMA	% MERMA	Constante	COSTO U	SUBTOTAL		
Aceites Esenciales	Art Naturals	Maria Auxiliadora Maldonado	U	1	8U	24,95	25,449	1,02	8	3,18	3,18		
Petalos de rosa	Mercado	Mercado	U	10	30 ml	4	4,08	1,02	30	0,14	1,36		
Espuma de tina	Art Naturals	Maria Auxiliadora Maldonado	ml	50	354,8 ml	17,96	18,3192	1,02	354,8	0,05	2,58		
												Subtotal 2	7,12
												M.E.	1,08
												Subtotal 3	7,69
												# UNIDADES	1,00
												REC	7,69

NOMBRE:	Masaje de relajación										
NÚMERO DE Pax:	1										
	PORCENTAJE										
COSTO NETO RECETA		\$									4,81
INVERSIÓN NUEVO PLATO	10%	\$									0,48
COSTO M.O.	11%	\$									0,54
COSTO G.Fabricación	35%	\$									1,68
SUBTOTAL 1:		\$									7,52
UTILIDAD	300%	\$									22,55
	Subtotal	\$									30,07
10% SERVICIO	10%	\$									3,01
14% IVA	14%	\$									4,21
	P.V.P.	\$									37,28
PRODUCTO	MARCA	PROVEEDOR	UNIDAD	CANTIDAD	PESO PRESENTACIÓN	PRECIO PROD REFERENCIAL	PRECIO PROD INCLUIDO MERMA	% Desperdicio	Constante	COSTO U	SUBTOTAL
Aceites Esenciales	Art Naturals	Maria Auxiliadora Maldonado	U	1	8U	24,95	24,95	1	8	3,12	3,12
Petalos de rosa	Mercado	Mercado	U	10	30 ml	4	4	1	30	0,13	1,33
											Subtotal 2
											4,45
											M.E.
											1,08
											Subtotal 3
											4,81
											# UNIDADES
											1,00
											REC
											4,81

NOMBRE:	Limpieza Facial Profunda											
NÚMERO DE PAX	1											
	PORCENTAJE											
COSTO NETO TERAPIA		\$										
INVERSIÓN	10%	\$										
COSTO M.O.	11%	\$										
COSTO G.Fabricación	35%	\$										
SUBTOTAL 1:		\$										
UTILIDAD	300%	\$										
	Subtotal	\$										
10% SERVICIO	10%	\$										
14% IVA	14%	\$										
	P.V.P.	\$										
PRODUCTO	MARCA	PROVEEDOR	UNIDAD	CANTIDAD	PESO PRESENTACIÓN	PRECIO PROD REFERENCIAL	PRECIO PROD INCLUIDO MERMA	% Desperdicio	Constante	COSTO U	SUBTOTAL	
Tratamiento Facial Extra H	Royal Jelly	Maria Auxiliadora Maldonado	U	1	5U	6,95	6,95	1	5	1,39	1,39	
Expert Gel Exfoliante	L'Oreal Paris	Maria Auxiliadora Maldonado	gr	100	250gr	5,6	5,6	1	250	0,02	2,24	
Crema Facial	L'Oreal Paris	Maria Auxiliadora Maldonado	ml	2	50ml	9,15	9,15	1	250	0,04	0,07	
Mascarilla De Barro Arcilla	Art Naturals	Maria Auxiliadora Maldonado	ml	50	250ml	24,95	24,95	1	250	0,10	4,99	
											Subtotal 2	
											8,69	
											M.E.	
											1,08	
											Subtotal 3	
											9,39	
											# UNIDADES	
											1,00	
											REC	
											9,39	

NOMBRE:	Depilación de piernas completas											
Pax	1											
	PORCENTAJE											
COSTO NETO TERAPIA		\$										3,23
INVERSIÓN	10%	\$										0,32
COSTO M.O.	11%	\$										0,37
COSTO G.Fabricación	35%	\$										1,13
SUBTOTAL 1:		\$										5,05
UTILIDAD	300%	\$										15,15
	Subtotal	\$										20,20
10% SERVICIO	10%	\$										2,02
14% IVA	14%	\$										2,83
	P.V.P.	\$										25,05
PRODUCTO	MARCA	PROVEEDOR	UNIDAD	CANTIDAD	PESO PRESENTACIÓN	PRECIO PROD REFERENCIAL	PRECIO PROD INCLUIDO MERMA	% Desperdicio	Constante	COSTO U	SUBTOTAL	
Cera	Catymon	Montero	gr	100	360gr	9,6	9,6	1	360	0,03	2,67	
Bandas de depilación	Imprepsa	Montero	U	4	100 U	6,9	6,9	1	100	0,07	0,28	
Espatula pequeña desechable	Hive	Montero	U	1	50 U	2,45	2,45	1	50	0,05	0,05	
												Subtotal 2
												2,99
												M.E.
												1,08
												Subtotal 3
												3,23
												# UNIDADES
												1,00
												REC
												3,23

NOMBRE:	Depilación Cuerpo completo										
Pax	1										
	PORCENTAJE										
COSTO NETO TERAPIA		\$ 6,11									
INVERSIÓN	10%	\$ 0,61									
COSTO M.O.	11%	\$ 0,69									
COSTO G.Fabricación	35%	\$ 2,14									
SUBTOTAL 1:		\$ 9,55									
UTILIDAD	300%	\$ 28,66									
	Subtotal	\$ 38,21									
10% SERVICIO	10%	\$ 3,82									
14% IVA	14%	\$ 5,35									
	P.V.P.	\$ 47,38									
PRODUCTO	MARCA	PROVEEDOR	UNIDAD	CANTIDAD	PESO PRESENTACIÓN	PRECIO PROD REFERENCIAL	PRECIO PROD INCLUIDO MERMA	% Desperdicio	Constante	COSTO U	SUBTOTAL
Cera	Catymon	Montero	gr	200	360gr	9,6	9,6	1	360	0,03	5,33
Bandas de depilación	Imprepsa	Montero	U	4	100 U	6,9	6,9	1	100	0,07	0,28
Espatula pequeña desechable	Hive	Montero	U	1	50 U	2,45	2,45	1	50	0,05	0,05
											Subtotal 2
											5,66
											M.E.
											1,08
											Subtotal 3
											6,11
											# UNIDADES
											1,00
											REC
											6,11

Anexo 6. Costo habitaciones

Costo Habitación Estándar King /Twin Size con desayuno.		
Número de huéspedes	1	2
Costos Directo	\$10,10	\$16,00
Amenities	\$10,10	\$16,00
Shampoo	\$1,20	\$2,40
Jabon	\$1,00	\$2,00
Acondicionador	\$1,50	\$3,00
Peinilla	\$0,25	\$0,50
Cepillo de dientes	\$2,10	\$4,20
Pasta dental	\$2,45	\$4,90
Crema corporal	\$1,60	\$3,20
Costos Indirectos	\$18,63	
Mano de obra	\$1,14	
Servicios básicos	\$17,50	
Luz	\$3,57	
Agua	\$6,07	
Teléfono	\$3,57	
TV Cable	\$4,28	
Costo total	\$28,73	\$34,63
200%	\$57,47	\$69,27
Subtotal	\$86,20	\$103,90
10% Servicio	\$8,62	\$10,39
14% IVA	\$12,07	\$24,94
Precio de Venta	\$106,89	139,23
P.V.P	\$107,00	139,00

Costo Habitación Estándar King /Twin Size con desayuno.		
Número de huéspedes	1	2
Costos Directo	\$10,10	\$16,00
Amenities	\$10,10	\$16,00
Shampoo	\$1,20	\$2,40
Jabon	\$1,00	\$2,00
Acondicionador	\$1,50	\$3,00
Peinilla	\$0,25	\$0,50
Cepillo de dientes	\$2,10	\$4,20
Pasta dental	\$2,45	\$4,90
Crema corporal	\$1,60	\$3,20
Costos Indirectos	\$18,63	
Mano de obra	\$1,14	
Servicios básicos	\$17,50	
Luz	\$3,57	
Agua	\$6,07	
Teléfono	\$3,57	
TV Cable	\$4,28	
Desayuno	\$2,54	\$5,08
Costo total	\$31,27	\$39,71
200%	\$62,55	\$79,43
Subtotal	\$93,82	\$119,14
10% Servicio	\$9,38	\$11,91
14% IVA	\$13,13	\$28,59
Precio de Venta	\$116,34	159,65
P.V.P	\$116,00	160,00

Anexo 7. Presupuesto de costos

Presupuesto de costos												
Sueldos	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Administrador	\$600,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$600,00	\$600,00	\$600,00
Jefes de áreas	\$3.500,00	\$3.500,00	\$3.500,00	\$3.500,00	\$3.500,00	\$3.500,00	\$3.500,00	\$3.500,00	\$3.500,00	\$3.500,00	\$3.500,00	\$3.500,00
Recepcionistas	\$1.260,00	\$1.200,00	\$1.200,00	\$1.200,00	\$1.200,00	\$1.200,00	\$1.200,00	\$1.200,00	\$1.200,00	\$1.200,00	\$1.200,00	\$1.200,00
Chef cocinero	\$410,00	\$400,00	\$400,00	\$400,00	\$400,00	\$400,00	\$400,00	\$400,00	\$400,00	\$400,00	\$400,00	\$400,00
Personal operativo	\$6.916,00	\$6.916,00	\$6.916,00	\$6.916,00	\$6.916,00	\$6.916,00	\$6.916,00	\$6.916,00	\$6.916,00	\$6.916,00	\$6.916,00	\$6.916,00
Subtotal	\$12.686,00	\$12.516,00	\$12.516,00	\$12.516,00	\$12.516,00	\$12.516,00	\$12.516,00	\$12.516,00	\$12.516,00	\$12.616,00	\$12.616,00	\$12.616,00
Servicios Básicos	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Agua	\$150,00	\$150,00	\$150,00	\$150,00	\$150,00	\$150,00	\$150,00	\$150,00	\$150,00	\$150,00	\$150,00	\$150,00
Luz	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00
Internet	\$60,00	\$60,00	\$60,00	\$60,00	\$60,00	\$60,00	\$60,00	\$60,00	\$60,00	\$60,00	\$60,00	\$60,00
Teléfono	\$58,00	\$58,00	\$58,00	\$58,00	\$58,00	\$58,00	\$58,00	\$58,00	\$58,00	\$58,00	\$58,00	\$58,00
TV cable	\$300,00	\$300,00	\$300,00	\$300,00	\$300,00	\$300,00	\$300,00	\$300,00	\$300,00	\$300,00	\$300,00	\$300,00
Mantenimiento			\$250,00			\$250,00			\$250,00			\$250,00
Subtotal	\$668,00	\$668,00	\$918,00	\$668,00	\$668,00	\$918,00	\$668,00	\$668,00	\$918,00	\$668,00	\$668,00	\$918,00
Obligaciones	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Licencias y permisos	\$45,00											\$100,00
Constitucion de la empresa	\$1.200,00											
Subtotal	\$1.245,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$100,00
Materia prima	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Zanahoria (caja)	\$35,00	\$20,00	\$15,00	\$15,00	\$15,00	\$20,00	\$25,00	\$30,00	\$30,00	\$25,00	\$25,00	\$30,00
Tomate (caja)	\$40,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00
Lechuga (5)	\$2,50	\$2,00	\$2,00	\$2,00	\$2,00	\$2,00	\$1,00	\$1,00	\$1,00	\$2,00	\$2,00	\$2,00
Remolacha (caja)	\$10,00	\$8,00	\$8,00	\$8,00	\$8,00	\$8,00	\$8,00	\$8,00	\$8,00	\$8,00	\$8,00	\$8,00
Cebolla paitena (caja)	\$12,00	\$10,00	\$10,00	\$10,00	\$10,00	\$10,00	\$10,00	\$10,00	\$10,00	\$10,00	\$10,00	\$10,00
Cebolla larga (guango)	\$1,10	\$1,00	\$1,00	\$1,00	\$1,00	\$1,00	\$1,00	\$1,00	\$1,00	\$1,00	\$1,00	\$1,00
Agucates (6)	\$2,00	\$2,00	\$2,00	\$2,00	\$1,00	\$2,00	\$1,00	\$2,00	\$2,00	\$1,00	\$2,00	\$2,00
Limonos (30)	\$1,00	\$1,00	\$1,00	\$0,50	\$0,50	\$1,00	\$1,00	\$1,00	\$0,50	\$0,50	\$1,00	\$1,00
Papas (Arroba)	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$5,00	\$5,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00
Comino (Funda)	\$0,50		\$0,50		\$0,50		\$0,50		\$0,50		\$0,50	
Sal (Funda)	\$1,80		\$1,80		\$1,80		\$1,80		\$1,80		\$1,80	
Pimienta (Funda)	\$0,50			\$0,50			\$0,50			\$0,50		
Azúcar (30 libras)	\$13,50				\$13,50					\$13,50		
Chocolate (510 gr)	\$3,30		\$13,50		\$13,50		\$13,50		\$13,50		\$13,50	
Café (300 gr)	\$17,58			\$17,58			\$17,58			\$17,58		\$17,58
Crema de leche (600 ml)	\$7,50	\$7,50	\$7,50	\$7,50	\$7,50	\$7,50	\$7,50	\$7,50	\$7,50	\$7,50	\$7,50	\$7,50
Leche (10 lt)	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$5,00	\$5,00	\$5,00	\$6,00
Perejil (4 racimos)	\$1,00	\$1,00	\$1,00	\$1,00	\$0,50	\$0,50	\$1,00	\$1,00	\$1,00	\$0,50	\$1,00	\$1,00
Maiz (24)	\$4,00	\$4,00	\$4,00	\$4,00	\$4,00	\$4,00	\$4,00	\$4,00	\$4,00	\$4,00	\$4,00	\$4,00
Carne (15 lb)	\$27,00	\$27,00	\$22,00	\$22,00	\$27,00	\$27,00	\$27,00	\$27,00	\$27,00	\$22,00	\$27,00	\$27,00
Carne de cerdo (20 lb)	\$65,00		\$65,00		\$65,00		\$65,00		\$65,00		\$65,00	
Mote (10 lb)	\$15,00	\$15,00	\$15,00	\$15,00	\$15,00	\$15,00	\$15,00	\$15,00	\$15,00	\$15,00	\$15,00	\$15,00
Gaseosas (jaba)	\$25,00		\$25,00		\$25,00		\$25,00		\$25,00		\$25,00	
Aguas sin gas (4 paquetes 6)	\$7,20	\$7,20	\$7,20	\$7,20	\$7,20	\$7,20	\$7,20	\$7,20	\$7,20	\$7,20	\$7,20	\$7,20
Aguas con gas (4 paquetes 6)	\$12,00	\$12,00	\$12,00	\$12,00	\$12,00	\$12,00	\$12,00	\$12,00	\$12,00	\$12,00	\$12,00	\$12,00
Subtotal	\$316,48	\$159,70	\$255,50	\$166,28	\$271,00	\$159,20	\$286,58	\$168,70	\$273,00	\$188,28	\$269,50	\$187,28
Total	\$14.915,48	\$13.343,70	\$13.689,50	\$13.350,28	\$13.455,00	\$13.593,20	\$13.470,58	\$13.352,70	\$13.707,00	\$13.472,28	\$13.553,50	\$13.821,28

Anexo 8. Flujo de caja mensual

Flujo de caja												
Ingresos	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Alojamiento	\$7.308,00	\$5.481,00	\$3.654,00	\$7.308,00	\$7.308,00	\$7.308,00	\$7.308,00	\$9.135,00	\$3.654,00	\$4.567,50	\$4.567,50	\$4.567,50
Restaurantes	\$5.360,00	\$4.020,00	\$2.345,00	\$4.020,00	\$4.020,00	\$5.360,00	\$5.360,00	\$5.360,00	\$2.345,00	\$2.010,00	\$4.020,00	\$4.020,00
Actividades	\$2.160,00	\$2.160,00	\$2.160,00	\$2.060,00	\$1.660,00	\$2.160,00	\$2.160,00	\$2.360,00	\$1.660,00	\$1.660,00	\$2.060,00	\$2.360,00
Total ingresos	\$14.828,00	\$11.661,00	\$8.159,00	\$13.388,00	\$12.988,00	\$14.828,00	\$14.828,00	\$16.855,00	\$7.659,00	\$8.237,50	\$10.647,50	\$10.947,50
Egresos	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Administrador	\$600,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$600,00	\$600,00	\$600,00
Jefes de áreas	\$3.500,00	\$3.500,00	\$3.500,00	\$3.500,00	\$3.500,00	\$3.500,00	\$3.500,00	\$3.500,00	\$3.500,00	\$3.500,00	\$3.500,00	\$3.500,00
Recepcionistas	\$1.260,00	\$1.200,00	\$1.200,00	\$1.200,00	\$1.200,00	\$1.200,00	\$1.200,00	\$1.200,00	\$1.200,00	\$1.200,00	\$1.200,00	\$1.200,00
Chef cocinero	\$410,00	\$400,00	\$400,00	\$400,00	\$400,00	\$400,00	\$400,00	\$400,00	\$400,00	\$400,00	\$400,00	\$400,00
Personal operativo	\$6.916,00	\$6.916,00	\$6.916,00	\$6.916,00	\$6.916,00	\$6.916,00	\$6.916,00	\$6.916,00	\$6.916,00	\$6.916,00	\$6.916,00	\$6.916,00
Agua	\$60,00	\$58,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00	\$70,00	\$70,00	\$70,00	\$58,00	\$50,00	\$50,00	\$70,00
Luz	\$50,00	\$55,00	\$40,00	\$40,00	\$40,00	\$65,00	\$65,00	\$65,00	\$55,00	\$40,00	\$40,00	\$68,00
Internet	\$40,00	\$40,00	\$40,00	\$40,00	\$40,00	\$40,00	\$40,00	\$40,00	\$40,00	\$40,00	\$40,00	\$40,00
Teléfono	\$58,00	\$50,00	\$45,00	\$48,00	\$40,00	\$42,00	\$43,00	\$45,00	\$50,00	\$55,00	\$40,00	\$50,00
Mantenimiento			\$30,00			\$30,00			\$30,00			\$30,00
Uniformes	\$160,00					\$160,00						
Zanahoria (caja)	\$35,00	\$20,00	\$15,00	\$15,00	\$15,00	\$20,00	\$25,00	\$30,00	\$30,00	\$25,00	\$25,00	\$30,00
Tomate (caja)	\$40,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00
Lechuga (5)	\$2,50	\$2,00	\$2,00	\$2,00	\$2,00	\$2,00	\$1,00	\$1,00	\$1,00	\$2,00	\$2,00	\$2,00
Remolacha (caja)	\$10,00	\$8,00	\$8,00	\$8,00	\$8,00	\$8,00	\$8,00	\$8,00	\$8,00	\$8,00	\$8,00	\$8,00
Cebolla paitaña (caja)	\$12,00	\$10,00	\$10,00	\$10,00	\$10,00	\$10,00	\$10,00	\$10,00	\$10,00	\$10,00	\$10,00	\$10,00
Cebolla larga (quango)	\$1,10	\$1,00	\$1,00	\$1,00	\$1,00	\$1,00	\$1,00	\$1,00	\$1,00	\$1,00	\$1,00	\$1,00
Agucates (6)	\$2,00	\$2,00	\$2,00	\$2,00	\$1,00	\$2,00	\$1,00	\$2,00	\$2,00	\$1,00	\$2,00	\$2,00
Limones (30)	\$1,00	\$1,00	\$1,00	\$0,50	\$0,50	\$1,00	\$1,00	\$1,00	\$0,50	\$0,50	\$1,00	\$1,00
Papas (Arroba)	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$5,00	\$5,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00
Comino (Funda)	\$0,50		\$0,50		\$0,50		\$0,50		\$0,50		\$0,50	
Sai (Funda)	\$1,80		\$1,80		\$1,80		\$1,80		\$1,80		\$1,80	
Pimienta (Funda)	\$0,50			\$0,50			\$0,50			\$0,50		
Azúcar (30 libras)	\$13,50				\$13,50					\$13,50		
Chocolate (510 gr)	\$3,30		\$13,50		\$13,50		\$13,50		\$13,50		\$13,50	
Café (300 gr)	\$17,58			\$17,58			\$17,58			\$17,58		\$17,58
Crema de leche (600 ml)	\$7,50	\$7,50	\$7,50	\$7,50	\$7,50	\$7,50	\$7,50	\$7,50	\$7,50	\$7,50	\$7,50	\$7,50
Leche (10 lt)	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$5,00	\$5,00	\$5,00	\$6,00
Perejil (4 racimos)	\$1,00	\$1,00	\$1,00	\$1,00	\$0,50	\$0,50	\$1,00	\$1,00	\$1,00	\$0,50	\$1,00	\$1,00
Maiz (24)	\$4,00	\$4,00	\$4,00	\$4,00	\$4,00	\$4,00	\$4,00	\$4,00	\$4,00	\$4,00	\$4,00	\$4,00
Carne (15 lb)	\$27,00	\$27,00	\$22,00	\$22,00	\$27,00	\$27,00	\$27,00	\$27,00	\$27,00	\$22,00	\$27,00	\$27,00
Carne de cerdo (20 lb)	\$65,00		\$65,00		\$65,00		\$65,00		\$65,00		\$65,00	
Mote (10 lb)	\$15,00	\$15,00	\$15,00	\$15,00	\$15,00	\$15,00	\$15,00	\$15,00	\$15,00	\$15,00	\$15,00	\$15,00
Gaseosas (jaba)	\$25,00		\$25,00		\$25,00		\$25,00		\$25,00		\$25,00	
Aguas sin gas (4 paquetes 6)	\$7,20	\$7,20	\$7,20	\$7,20	\$7,20	\$7,20	\$7,20	\$7,20	\$7,20	\$7,20	\$7,20	\$7,20
Aguas con gas (4 paquetes 6)	\$12,00	\$12,00	\$12,00	\$12,00	\$12,00	\$12,00	\$12,00	\$12,00	\$12,00	\$12,00	\$12,00	\$12,00
Obligaciones												
Licencias y permisos	\$45,00	\$45,00	\$45,00	\$45,00	\$45,00	\$45,00	\$45,00	\$45,00	\$45,00	\$45,00	\$45,00	\$100,00
Constitucion de la empresa	\$1.200,00											
Subtotal	\$1.245,00	\$45,00	\$45,00	\$45,00	\$45,00	\$45,00	\$45,00	\$45,00	\$45,00	\$45,00	\$45,00	\$100,00
Amortizaciones	\$239,67											
Depreciaciones	\$123,89											
Total egresos	\$8.063,04	\$5.922,70	\$6.030,50	\$5.899,20	\$6.086,00	\$5.924,20	\$6.149,58	\$5.936,70	\$6.121,00	\$6.014,70	\$6.184,50	\$6.219,28
Flujo de caja (Utilidad)	\$6.764,96	\$5.738,30	\$2.128,50	\$7.488,80	\$6.902,00	\$8.903,80	\$8.678,42	\$10.918,30	\$1.538,00	\$2.222,80	\$4.463,00	\$4.728,22

Anexo 9. Análisis financiero

Flujo de Ingresos		Flujo de Egresos		Flujo Neto de Efectivo	
Año	Valor	Año	Valor		
1	\$145.026,50	1	\$116.931,10	1	\$28.095,40
2	\$147.927,03	2	\$119.831,63	2	\$28.095,40
3	\$153.844,11	3	\$124.905,85	3	\$28.938,26
4	\$163.074,76	4	\$134.136,50	4	\$28.938,26
5	\$174.489,99	5	\$144.427,91	5	\$30.062,08

PRI	1 año y 7meses
VAN	\$61.655,17
TIR	53%