



Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación

Escuela de Turismo

“Diseño del Departamento de Animación Turística para el Hotel Oro Verde de  
Cuenca”

Trabajo de Graduación previo a la obtención del Título de Licenciada en Gestión y  
Desarrollo Turístico

Autor: Daniela Álvarez Tello

Director: Master. Karina Farfán

Cuenca – Ecuador

2011

## **DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTO:**

Dedico esta tesis en primer lugar a Dios porque está conmigo, cuidándome y guiándome, permitiéndome culminar con éxito mi carrera.

A mis padres quienes han velado siempre por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en cada momento, depositando siempre su confianza sin dudar un solo momento en mí.

A mi novio quién me ha apoyado y me ha estado siempre a mi lado ayudándome a cumplir con este objetivo.

Agradezco a mi directora de tesis quien me ayudó en todo momento, gracias a su paciencia y enseñanza.

## INDICE DE CONTENIDOS:

	<b>Página</b>
Dedicatoria y Agradecimiento	ii
Índice de Contenidos	iii
Resumen	xi
Abstract	xii
Introducción	Xiii
<b>Capítulo I: Marco Teórico – La Hotelería</b>	<b>1</b>
1.1 Historia de la Hotelería en el Mundo	2
1.2 Historia de la Hotelería en el Ecuador	5
1.3 Los Hoteles en Quito	6
1.4 Los Hoteles en Guayaquil	9
1.5 Los Hoteles en Cuenca	10
1.6 La Industria Turística y los Hoteles	12
1.7 Animación Turística	13
1.7.1 Fundamentación Teórica	13
1.7.2 Historia de la Animación Turística – Hotelera	14
1.8 Club Mediterráneo	17
1.9 Conceptos Importantes	19
1.10 Objetivos del Servicio Hotelero “Animación Turística”	26
1.11 El Departamento de Animación Turística	26

<b>Capítulo II: La Oferta y la Demanda</b>	<b>29</b>
2.1 Hotel Oro Verde	29
2.1.1 Historia del Hotel Oro Verde	32
2.1.2 Visión y Misión	33
2.1.3 Estructura de la Empresa	35
2.1.3.1 Organigrama por Departamentación	35
2.1.3.1.1 Habitaciones	36
2.1.3.1.2 Lavandería	36
2.1.3.1.3 Alimentos y Bebidas	37
2.1.3.1.4 Cocina	39
2.1.3.1.5 Limpieza	40
2.1.3.1.6 Ventas y Relaciones Públicas	41
2.1.3.1.7 Financiero	42
2.1.3.1.8 Mantenimiento	44
2.1.3.1.9 Recursos Humanos	44
2.1.3.1.10 Sistemas	45
2.1.3.1.11 Gerencia General	46
2.1.4 Reglas y Políticas Corporativas	47
2.1.4.1 Políticas para el funcionamiento del Hotel Oro Verde	48
2.1.4.1.1 Política de Selección y Reclutamiento de Personal	48
2.1.4.1.2 Comportamiento esperado del Personal	48

2.1.4.1.3 Aspectos de Presentación del Personal	49
2.1.4.1.4 Lineamientos Generales	49
2.1.4.1.5 Obligaciones del Empleado	51
2.1.4.1.6 Valores	52
2.1.5 Normas y Procedimientos	53
2.1.6 Espacios para la realización de Eventos	58
2.1.6.1 Salones para la realización de Eventos	59
2.1.6.2 Montajes de acuerdo a los Eventos	63
2.1.7 Oferta de Alimentos	66
2.1.7.1 Bocaditos para Coctel	66
2.1.7.2 Box Lunch	68
2.1.7.3 Almuerzo o Cena Buffet	69
2.1.7.4 Menues Infantiles	70
2.1.7.5 Coffe Break para la mañana o tarde	70
2.1.7.6 Desayunos	73
2.1.7.7 Almuerzos o Cenas Típicas	75
2.1.7.8 Almuerzos o Cenas para Eventos Sociales	76
2.1.7.9 Menues Light	79
2.1.7.10 Menues para Seminario	79
2.1.7.11 Menú Turístico	81
2.1.7.12 Té de la Tarde	82
2.1.8 Oferta de Bebidas	83
2.1.9 Proveedores Externos	89

2.1.10 Ingresos Mensuales y anuales por punto de venta	94
2.1.11 Temporada alta y baja en el Hotel Oro Verde	114
2.2 Diagnóstico de la Situación actual del Hotel Oro Verde y la Competencia	115
2.2.1 Análisis del Entorno FODA	115
2.2.1.1 Estrategias y acciones a implementar	119
2.2.2 Análisis de la Competencia en Hospedaje	120
2.2.2.1 Análisis de la Competencia directa en Hospedaje	122
2.2.3 Estadísticas de Empresas Corporativas	124
2.2.4 Estadísticas de Empresas y Agencias	126
2.2.5 Estadísticas de Empresas y Grupos	127
2.2.6 Estadísticas Intermediarios	128
2.2.7 Estadísticas de Paquetes y Otros	128
2.2.7.1 Acciones a implementar en Hospedaje	129
2.2.7.2 Estrategias por segmentos	130
2.2.8 Tabla de Proyección en Habitaciones 2010	133
2.2.8.1 Acciones para clientes corporativos	134
2.2.8.2 Acciones para grupos especiales	134
2.2.8.3 Acciones para grupos	135
2.2.8.4 Acciones para congresos y convenciones	135
2.2.8.5 Acciones para acrecentar el Turismo Nacional	136
2.2.9 Estudio del Departamento de Alimentos y Bebidas	137

### **Capítulo III: Modelo Administrativo del Departamento de Animación**

3.1 Organigrama del Hotel Oro Verde	151
3.1.1 Relaciones Interdepartamentales	153
3.1.2 Organigrama del Departamento de Animación Turística del H.O.V	154
3.1.2.1 Organigrama Básica	154
3.1.2.2 Organigrama Familiar	155
3.1.2.3 Organigrama Complejo para el Departamento de Animación	156
3.2 Perfil y Funciones del Personal, por orden jerárquico	157
3.3 Procedimientos para el Departamento de Animación Turística	166
3.3.1 Procedimiento de Atención al Cliente	166
3.3.2 Procedimiento para inventarios	170
3.3.3 Procedimiento de Gestión de Compras	173
3.3.4 Procedimiento de Gestión de Materiales	174
3.3.5 Procedimiento para Contratos con Profesionales y Proveedores	175
3.4 Adecuación del Local	177
3.4.1 Plano de Ubicación dentro del Hotel	179
3.5 Proceso de Selección del Personal	180
3.5.1 Reclutamiento, Selección y Contratación de Talento Humano	181
3.5.2 Inducción y Capacitación	184
3.5.3 Evaluación del Personal	186

<b>Capítulo IV: Plan de Acción – Actividades de Animación</b>	<b>189</b>
4.1 Plan de Muestreo	
4.1.1 Modelo de Encuesta	189
4.1.2 Datos Obtenidos de las Encuestas	193
4.1.2.1 Diseño de la Muestra	193
4.1.2.2 Procesamiento de Datos	195
4.2 Importancia de la Animación Turística en el Hotel Oro Verde	200
4.3 Procedimientos para la Elaboración de los Programas de Animación	202
4.3 Actividades de Animación	
4.3.1 Actividades para los niños	203
4.3.1.1 Juegos Deportivos	204
4.3.1.2 Juegos en el Agua	205
4.3.1.3 Actividades en la Terraza	207
4.3.1.4 Actividades de Carácter Sociocultural	208
4.3.1.5 Actividades Imaginativas	209
4.3.1.6 Miniteca – Minidisco	210
4.3.2 Actividades para Adolescentes	211
4.3.2.1 Actividades Interactivas	212
4.3.2.2 Actividades Socioculturales	212
4.3.2.3 Actividades Deportivas	214
4.3.2.4 Actividades Culturales	215
4.3.2.5 Actividades durante la noche	217

4.3.3 Actividades para adultos	218
4.3.3.1 Actividades Deportivas	218
4.3.3.2 Actividades Lúdicas o Socioculturales	219
4.3.3.3 Actividades Durante la noche	221
4.3.4 Actividades para Adultos Mayores	222
4.3.4.1 Actividades Deportivas	223
4.3.4.2 Actividades de Comunicación y Expresión	224
4.3.4.3 Actividades Cognitivas	225
4.3.4.4 Actividades de Artes Plásticas o Manualidades	225
4.3.4.5 Actividades Socioculturales	225
4.3.5 Actividades para Discapacitados	226
4.3.5.1 Actividades para Discapacitados Visuales	228
4.3.5.2 Actividades para Discapacitados Motrices	229
4.3.5.3 Actividades para Discapacitados Auditivos	230
4.4 Plan de Actividades – Días Festivos	230
4.4.1 San Valentín	232
4.4.2 Carnaval	234
4.4.3 Semana Santa – Pascua	238
4.4.4 Día de la Madre	239
4.4.5 Día del Padre	240
4.4.6 Día del Niño	241
4.4.7 Fiestas de Cuenca	243
4.4.8 Halloween	245

4.4.9 Navidad	246
4.4.10 Año Viejo – Año Nuevo	249
4.5 Proveedores Externos	251
4.6 Promoción y Publicidad	258
4.6.1 La Promoción	258
4.6.2 La Publicidad	259
4.6.3 La Base de datos	260
4.6.4 Estrategias para la Promoción y Publicidad del Dep. de Animación	260
<b>Capítulo V: Costos – Beneficios</b>	<b>263</b>
5.1 Estudio Económico	263
5.1.1 Costo de las Actividades de Animación Turística	263
5.1.2 Costos Variables	275
5.1.3 Costos Fijos	276
5.1.3.1 Sueldos y Salarios	277
5.1.3.2 Agua Potable y Electricidad	279
5.1.4 Costos por Actividad	280
5.1.5 Costos por Programa	360
<b>Conclusiones</b>	<b>375</b>
<b>Bibliografía</b>	<b>379</b>

## RESUMEN:

### ABSTRACT

La tesis expone la creación del departamento de Animación Turística, una posibilidad de éxito por el Hotel Oro Verde, en el que se podrá ofrecer programas novedosos, que identifiquen a nuestra región, satisfaciendo las necesidades de ocio y entretenimiento, además les permitirá a los clientes sentirse bien, reducir el aburrimiento, estrés o fatiga. Las actividades creadas generan solidaridad, compañerismo y difunden siempre el trabajo en grupo; se encuentran balanceadas entre propuestas activas y pasivas, juegos al aire libre, juegos de salón y actividades en el agua dirigida para cada tipo de huésped y ciudadanía cuencana en general: Niños, jóvenes, adultos, adultos mayores y personas con capacidades especiales. Se han obtenido costos de cada una de las actividades y los precios de venta al público, demostrando que es un servicio viable para el hotel, del cual se podrá obtener excelentes ingresos.

## ABSTRACT

This Thesis proposes the creation of a Tourist Animation Department, a successful possibility for Hotel Oro Verde, which will offer original programs that -keeping the features of our region in mind- will satisfy the entertainment and leisure needs in order to reduce monotony, stress and fatigue, helping the customer feel good. The activities, encourage solidarity, friendship and team work; there is a balance between active and passive activities, outdoor games, parlor games and water activities for different types of guests and public in general; children, youngsters, adults, elders and people with special needs. The costs and sales prices of each activity have been obtained. This information proves that this is a viable service that can provide an excellent income for the hotel.



*Diana Lee Rodas*  
Translated by,

Diana Lee Rodas

## **INTRODUCCIÓN:**

La presente tesis tiene como tema principal el diseño de un departamento de Animación Turística para el Hotel Oro Verde de Cuenca, un departamento innovador, que ayudará a brindar mejores y mayores servicios a los clientes, tratando de satisfacer las necesidades de entretenimiento y diversión en sus momentos libres y de ocio, proponiendo actividades creativas para cada uno de los segmentos; niños, adolescentes, adultos, adultos mayores y personas con capacidades especiales.

Para el desarrollo de esta tesis se ha aplicado varias técnicas, estudiadas a lo largo de la carrera, con el objetivo de que en algún momento el Hotel ponga en marcha este proyecto y sirva para mejorar el posicionamiento y competitividad del hotel frente a otros de la misma categoría y la vez brindar un servicio diferente que aún no existe en la ciudad.

El Hotel Oro Verde siendo un hotel de 5 estrellas siempre está a la vanguardia en sus servicios y es caracterizado por el lanzamiento de servicios de alta calidad satisfaciendo a todos sus clientes en cuanto a alojamiento y alimentación.

En la tesis se propone actividades de acuerdo al segmento como hemos indicado anteriormente, para esto se ha realizado un estudio de mercado en los meses de septiembre, octubre, noviembre y diciembre del 2010, en donde se han aplicado encuestas a los huéspedes del Hotel Oro Verde, con el fin de conocer sus gustos, intereses y preferencias, los resultados fueron de gran importancia y ayuda para poder definir las actividades.

Para los niños algunos juegos tradicionales, en donde los niños de países diferentes y del nuestro puedan disfrutar de igual manera de juegos lúdicos populares tradicionales y de actividades de contacto con la naturaleza, piscina, fiestas temáticas, etc. Para los adolescentes también se ha realizado una propuesta muy interesante de actividades que llamarán su atención como: deportes extremos, gastronomía, talleres de grafiti.

Para el segmento de adultos se han establecido actividades, deportivas como: futbol, básquet, además una de las actividades que están en boga como es la Bailoterapia actividad ideal para comenzar el día, por esta razón se ha establecido en el horario de la mañana, tratando de que todos los huéspedes puedan asistir y luego salir a realizar sus negocios y para la noche se han establecido actividades como: el juego de bingo, juegos de mesa, musicales, etc.

En lo que se refiere a actividades para los adultos mayores y personas con capacidades especiales se proponen actividades que puedan ser realizadas por estas personas con ciertas limitaciones, para los adultos mayores actividades de memoria y clases de aeróbicos o ejercicios corporales. Las personas con capacidades especiales también podrán realizar actividades ya sea en los salones del hotel como: películas, videojuegos, juegos de mesa, talleres; como al aire libre, teniendo en cuenta que no todos podrán realizar lo mismo, para este segmento la oferta de actividades no es de gran extensión debido a que el hotel no cuenta con una infraestructura adecuada para asistir a estos clientes, pero por esta razón no debemos aislarlos por lo que se ha establecido también actividades para su entretenimiento.

Este trabajo termina con un estudio de costos de todas las actividades propuestas, para lo cual se ha realizado una investigación en cuanto a la compra de algunos productos y alquiler de otros para poner en marcha cada una de los programas que se pretenden incorporar en el hotel en un futuro, además se han establecido sueldos y salarios para las personas que serán miembros activos de este departamento

## **CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO – LA HOTELERÍA**

El marco teórico se ha realizado mediante la investigación de aspectos generales sobre la Hotelería, la historia a nivel mundial y en nuestro país; en las principales ciudades Quito, Guayaquil y Cuenca, así como también orígenes de la Animación Turística y conceptos importantes y necesarios para el desarrollo de los siguientes capítulos.

### **1.1 La Hotelería:**

El Autor José M. Raya en su obra “Turismo, Hotelería y Restaurantes”<sup>1</sup> nos indica claramente que es la hotelería, a lo cual podemos explicar de la siguiente manera: La hotelería ofrece servicios de alojamiento y alimentación. Estos servicios que lo podemos encontrar en los hoteles generalmente van ligados el uno con el otro, en las últimas décadas ha habido un crecimiento constante de estos servicios, por tanto esto indica que seguirá aumentando a escalas mayores. Para que se de este crecimiento es importante tener alianzas y relaciones estratégicas con agencias locales, guías turísticas, ya que estos son medios importantes para atraer a los clientes, aunque también es necesario que se invierta en publicidad y promoción. Este crecimiento pretende atraer el dinero de los consumidores frente a los otros hoteles de la competencia que ofrecen los mismos productos y servicios.

El desarrollo de los hoteles se está dando día a día como resultado de cambios económicos tales como transporte mejorados, los ferrocarriles tuvieron gran impacto que cualquier otro medio, los factores sociales como el tipo de personas que utilizan cierto hotel y la forma en que gastan su dinero, y de

---

<sup>1</sup>RAYA, JOSE “Turismo, hotelería y restaurantes”: Lexus Editores. Lima. 2006.  
BOELLA, MICHAEL “Enciclopedia de hotelería y turismo” tomo 6. Continental. México. 1987

mucha importancia el tipo de alimentos que consumen, nos indica Michael J. Boella Autor de Enciclopedia de Hotelería y Turismo.

## **1.2 Orígenes de la Hotelería:**

Para conocer el origen propio de la Hotelería nos vamos a remontar a los tiempos de la antigua Roma, ya que “los romanos probablemente fueron los primeros en introducir los placeres de la mesa. Los romanos quienes tenían acceso a la mayoría de los mercados del mundo conocidos por tener los mejores ingredientes, especias, recetas y técnicas en la gastronomía, convirtiéndole en un arte, llevaron su cultura a todo el Imperio.” <sup>2</sup>(BOELLA, MICHAEL “Enciclopedia de hotelería y turismo” tomo 6. Continental. México. 1987 pag.32)

Luego vinieron los anglosajones quienes dieron un cambio que fue el de utilizar para la cocina las hierbas locales, en lugar de las importadas que usaban los romanos. El ganado porcino se le criaba para obtener la carne, el vacuno por la leche, y el ovino para la lana. El normando Guillermo el Conquistador introdujo un gusto por el Mediterráneo obteniendo mayor acceso a hierbas y especias. La cocina de los antepasados regreso a lo que había sido bajo los romanos.

---

<sup>2</sup>BOELLA, MICHAEL “Enciclopedia de hotelería y turismo” tomo 6. Continental. México. 1987

En el siglo XIV, los placeres de la mesa y el buen gusto por la comida ya se conocían, un ejemplo es el que se daba en la corte de Ricardo II del que se dice empleaba a más de dos mil cocineros. En esta época las recetas mostraban el grado de influencia del mediterráneo, en este siglo aún no se les conocían a los hoteles, como los conocemos actualmente. Las pocas personas que realizaban sus viajes eran gente enrolada con el gobierno y los ricos que se hospedaban en las casas de sus amigos, mientras que los viajeros ordinarios, que en ese tiempo habían muy pocos hacían uso de los monasterios o de los mesones.

En el siglo XVIII, el placer de la comida se convirtió en la más alta moda, por los chef franceses, la ciencia a medida que avanzada ayudo al desarrollo de la agricultura, con mejoras en los cultivos de verduras y la crianza del ganado. A finales de este siglo se da la Revolución Francesa, en donde los franceses expanden su cultura sobre toda Europa, así se dio la extensión de la cocina francesa.

En este estudio e investigación sobre los orígenes se puede ver, que el principal motivo para que existan los hoteles y brinden el servicio de alojamiento es por el gusto de la comida, siempre utilizando ingredientes sofisticados, especias y finas hierbas, con la fuerte influencia romana y luego mediterránea, llegando a su desenlace con la formación de los chefs franceses, la clave para el desarrollo de la hotelería, el Savoy en 1899, incorporando el primero de los grandes restaurantes de Inglaterra con el mejor chef del mundo, por tal razón estos dos servicios: alojamiento y alimentación están siempre ligados y complementados para satisfacer dos necesidades primordiales que tienen las personas al hospedarse en un hotel, la comodidad para su descanso y la degustación de exquisitos platos.

El Autor Michael J. Boella de la Enciclopedia de Hotelería y Turismo indica que la gente ha venido viajando de un lugar a otro hace miles de años, y en sus viajes han necesitado de alimentos y alojamiento, en algunos casos estos lugares para alojarse eran designados por el Estado y otros por la iglesia.<sup>3</sup> El negocio inicia cuando las personas que hospedaban a individuos particulares les proporcionan habitación y alimentos al viajero y sus animales. La palabra hotel no aparecía en nuestro vocabulario sino hasta muy tarde ya que a principios del Siglo XX los diccionarios y enciclopedias no mostraban la palabra hotel sino mesón.

En el Siglo XX nace el periodo de los Grandes Restaurantes, había alrededor de doce restaurantes de los cuales la mitad estaban en los hoteles. Las personas que comían en estos lugares tenían que vestir bien, con la Primera Guerra Mundial en 1914-1918 trajo muchos cambios, escases de personal y de materias primas, por lo que los Grandes Restaurantes nos volvieron a ser como antes. En la Segunda Guerra Mundial se vio aún más marcada la falta de personal, ya que las personas que trabajaban era italianos que empezaron a emigrar dado a que Italia era país enemigo. Antes de la Guerra, el viajar, salir a comer y vivir en hoteles era privilegio de unos cuantos, ahora la mayoría de la población puede disfrutar de todos estos placeres.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup>BOELLA, MICHAEL “Enciclopedia de hotelería y turismo” tomo 6. Continental. México. 1987

<sup>4</sup>BOELLA, MICHAEL “Enciclopedia de hotelería y turismo” tomo 6. Continental. México. 1987.

### **1.3 Historia de la Hotelería en el Ecuador:**

Se puede decir que los inicios de la Hotelería en nuestro país, fue a principios del siglo XVII ya que existieron localidades como el Tambo al norte del País, en la Provincia del Cañar, en donde ya tenía posadas que servían para brindar alojamiento de las personas que trabajaban en las líneas del ferrocarril, las personas odian descansar y pasar la noche en este lugar después de un día de arduo trabajo.<sup>5</sup>

Las posadas estaban constituidas por cuartos largos divididos por tablas, las habitaciones baratas se caracterizaban por tener las paredes cubiertas de periódico y las más caras por las paredes cubiertas con hojas de revistas, no habían servicios sanitarios y el aseo personal lo realizaban en un lugar común para todos. Una posada con mucha acogida fue la posada “Clarita” en el Tambo, que pertenecía a la Señora Clara Bermúdez.

Las familias de la ciudad tuvieron un papel importante para el desarrollo de la Hotelería en el Ecuador, ya que en 1830 esta industria que recién estaba dando sus primeros pasos fue manejada por familias, que se dedicaron a adecuar sus casas para brindar alojamiento y alimentación. Hasta la década de los cuarenta no se desarrolló constantemente esta actividad, puesto que no hubo un crecimiento sostenido de la de lo más importante; la infraestructura. Se comenzaron a construir pequeños lugares para el descanso de los viajeros, pero estos nunca llegaron a tener la suficiente importancia.

---

<sup>5</sup>GONZALEZ ORDONEZ, MARICELA; MOLINA DEMERA, LOIDA. Tesis: “Industria Hotelera; Reseña Histórica de la Hotelería; Servicio de Hoteles en Cuenca.” Cuenca 1995. Director: Dr. Franklin Bucheli.

Adelantos en el Ecuador como la llegada de las compañías petroleras en el oriente y costa ecuatoriana, el desarrollo agrícola del café, banano y cacao, ocasionaron una gran demanda de sitios de alojamiento, obligando al país a implementar de una mejor manera los establecimientos hoteleros existentes y a crear otros nuevos siempre mejorando infraestructura y servicios. A principios del siglo XX, aparecieron los primeros hoteles en Quito y Guayaquil.<sup>6</sup>

### **1.3.1 Los Hoteles en Quito**

En Quito en la década de las cincuenta, los pilotos de la Compañía de Aviación PANAGRA comenzaron a difundir en todos los lugares alrededor del mundo durante sus visitas, la belleza de nuestro país, la variedad de climas, flora y fauna, así se inicia formalmente la hotelería. En esta misma época llegan a nuestra tierras un grupo de alemanes perseguidos por el gobierno nazi, quienes favorecieron al Ecuador trayendo nuevas tecnologías en materia de cárnicos, pastelería y restaurantes, entre estos inmigrantes podemos destacar al Sr. Hugo Deller, personaje que tenía mucha experiencia en materia hotelera, ya que desde su juventud había tenido conexiones con la industria hotelera, pues su familia trabajaba en los Hoteles de Alemania, al llegar a Quito alquila una hacienda en Cumbayá para dedicarse a la agricultura, pero todos los fines de semana recibía visitas de otros inmigrantes, debido a la frecuencia de visitas que tenía, deciden continuar recibéndolas pero a cambio de un pago, y de esta manera se convirtió en una especie de Hostal como llamamos hoy en día.

---

<sup>6</sup>GONZALEZ ORDONEZ, MARICELA; MOLINA DEMERA, LOIDA. Tesis: "Industria Hotelera; Reseña Histórica de la Hotelería; Servicio de Hoteles en Cuenca." Cuenca 1995. Director: Dr. Franklin Bucheli.

Después de algunos años, el Sr Deller junto a su esposa viendo la gran demanda y que la hotelería se estaba convirtiendo en un negocio decidieron crear el Hotel Colón Internacional en el año de 1968 convirtiéndose en esa época en uno de los más modernos hoteles de la Ciudad. Podemos mencionar también al Sr Henry Kooperman quién creó la Hostería San Rafael que estaba ubicada en el Sector del Valle de los Chillos.<sup>7</sup>

En 1960 en el Gobierno del Dr. Camilo Ponce Enríquez, en el Ecuador se lleva a cabo la Primera Conferencia Nacional presidida por el gobierno, con ayuda del IESS se crea el primer Hotel 5 estrellas llamado Hotel Quito que contaba con una infraestructura moderna. Por esos mismos años también un grupo de inversionistas nacionales se dedicaron a la actividad hotelera como:

La familia Pérez Proaño, dueños del Gran Hotel Continental, que en su época fue lugar de reunión de la juventud quiteña, también propietarios del Hotel Europa que contaba con lujosos y magníficos departamentos para diplomáticos y personas que pudieran pagar sus altos precios.

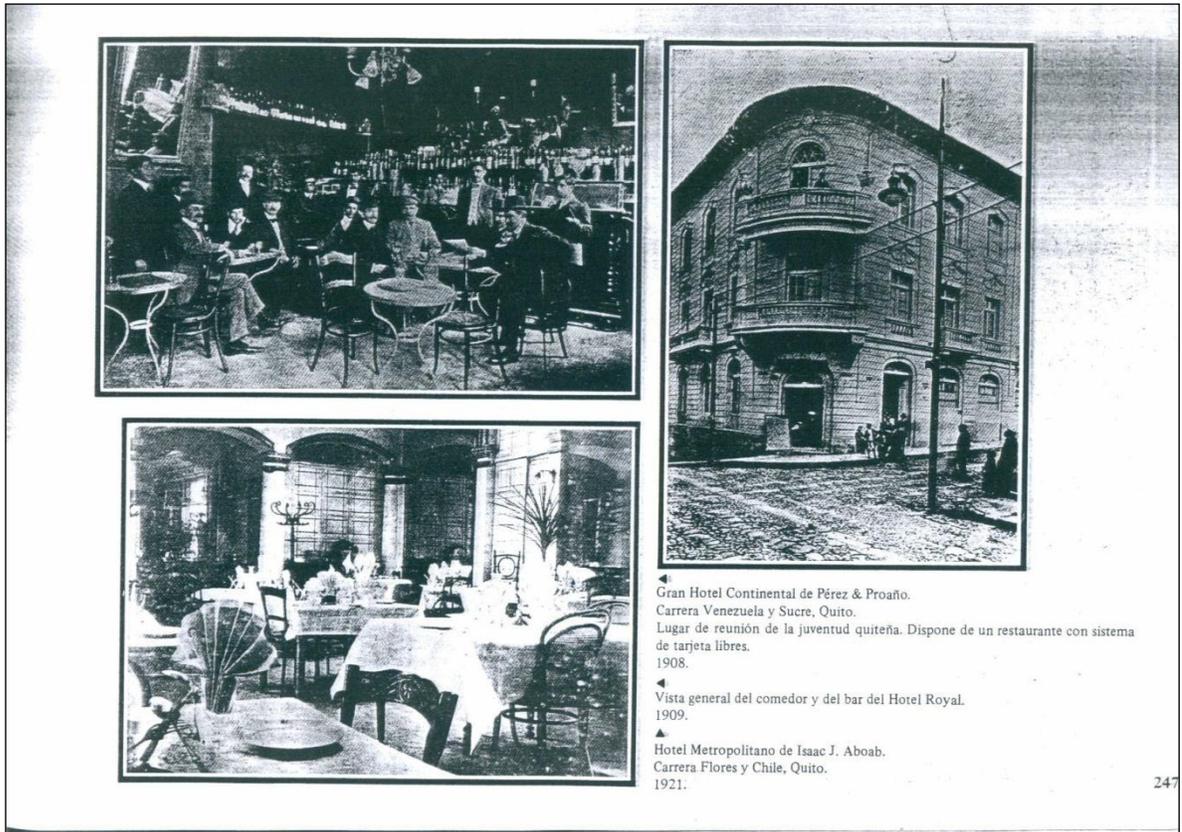
El Hotel Royal que pertenecía al Sr Filemón Froment, ubicado a una cuadra de la plaza de la Independencia, este brindaba servicios en cuartos y departamentos. El Hotel Ecuador fue creado por el Sr Ernesto Iturralde, considerado como la mejor casa de huéspedes de Quito. Entre otros hoteles que funcionaban en la capital podemos mencionar: Majestic, Savoy, Humbolt, Metropolitano, Embajador, Cordillera.<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup>GONZALEZ ORDONEZ, MARICELA; MOLINA DEMERA, LOIDA. Tesis: "Industria Hotelera; Reseña Histórica de la Hotelería; Servicio de Hoteles en Cuenca." Cuenca 1995. Director: Dr. Franklin Bucheli.

<sup>8</sup>GONZALEZ ORDONEZ, MARICELA; MOLINA DEMERA, LOIDA. Tesis: "Industria Hotelera; Reseña Histórica de la Hotelería; Servicio de Hoteles en Cuenca." Cuenca 1995. Director: Dr. Franklin Bucheli.

## Primeros hoteles en la ciudad de Quito



Fuente: Diario El comercio – Quito Ecuador

Autor: Diario el comercio – Quito Ecuador

### 1.3.2 Los Hoteles en Guayaquil

El Sr Francisco Bruzzone llega a nuestro país a finales de la década de los cincuenta fue el mentalizador de uno de los mejores hoteles en esta ciudad conocido como el Hotel Continental. El Sr Henry Kooperman también es parte de la primera generación de Europeos que se dedican a la hotelería en el país y en la ciudad de Guayaquil comienza con el hotel Criyón y con un Boat llamada la Terraza Inca.

#### Existían además hoteles como:

Gran Victoria Hotel, pertenecía el Sr Julio Baquero, una característica sobresaliente de éste fue su famosa comida internacional. El Gran Hotel Paris ubicado cerca del malecón<sup>9</sup>

#### Primeros hoteles en la ciudad de Guayaquil



Gran Victoria Hotel de Julio L. Baquero.  
Avenida 1a. (Malecón) y calle 9a. (9 de Octubre), Guayaquil.  
Cuartos especiales para agentes viajeros.  
Departamentos para familias, centrales, espaciosos y ventilados con vista al río.  
Ventanas y puertas cubiertas por tela metálica para impedir la entrada de mosquitos a las habitaciones.  
Luz, ventiladores, magníficos baños y excusados.  
1909.



Gran Hotel París de Monclus & Co.  
Calle 10 (Elizalde) Nos. 5, 7 y 9 y Avenida 1a. (Malecón), Guayaquil.  
Departamentos especiales para familias, agentes viajeros.  
Salón especial para banquetes y convites.  
La casa recibe vinos, licores y conservas de firmas europeas. Baños de ducha y tina.  
Los pasajeros que avisen con anticipación su llegada encontrarán a su disposición un empleado del hotel en el muelle.  
1909.

Gran Salón 9 de Octubre de Suárez & Cía.  
Calle del Correo letras A y B, Quito.  
Surtido completo y variado de champagne, vino, cerveza, cognac y conservas.  
1909.



<sup>9</sup>GONZALEZ ORDONEZ, MARICELA; MOLINA DEMERA, LOIDA. Tesis: "Industria Hotelera; Reseña Histórica de la Hotelería; Servicio de Hoteles en Cuenca." Cuenca 1995. Director: Dr. Franklin Bucheli.

Fuente: Revista "Primero anuncios publicitarios" 1880-193 Autor: Revista "Primero anuncios publicitarios"

### **1.3.3 Los Hoteles en Cuenca:**

Los orígenes de la Hotelería en nuestra ciudad a principio del siglo XVIII época en la que el ambiente turístico era muy reducido. Uno que otro viajero arribaba a Cuenca y el número de hoteles y casa de posada era muy reducido. El primer establecimiento en Cuenca que brindaba este servicio fue lo que hoy conocemos como la Casa de las Posadas en el siglo XVII, lugar que tenía un número extenso de habitaciones y las caballerizas donde los viajeros podían dejar sus caballos, burros, etc., cargados con productos que comercializaban en el mercado. Una de las mejores posadas que existía en Cuenca era la Posada Azuaya, donde regularmente se hacían exposiciones de diferentes tipos de productos, ya que los viajes en su inicio se hicieron por motivos comerciales o de intercambio.

El primer Hotel de Cuenca fue el Royal. Miguel Deidán, inmigrante libanés (de Beirut), fue el propietario del primer hotel cuencano llamado el "Royal" creado en 1920. Estuvo ubicado frente a la actual Gobernación. Luego en 1924 nace el Hotel Patria, en el edificio de un señor Montesinos, en las calles Luis Cordero y Gran Colombia. Su dueño fue Eduardo Arias Ramírez, quien toma en arriendo por 6 años el local donde funcionaba. Una vez terminado el período, este Hotel pasa a manos del dueño del edificio y de Luis Arias Argudo.<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup>GONZALEZ ORDONEZ, MARICELA; MOLINA DEMERA, LOIDA. Tesis: "Industria Hotelera; Reseña Histórica de la Hotelería; Servicio de Hoteles en Cuenca." Cuenca 1995. Director: Dr. Franklin Bucheli.

El Sr. Eduardo Arias que inició el Hotel Patria, negocia el Hotel Royal y hace el Viena. El Patria se cierra en 1930, y Luis Arias Argudo hace el Austral de 1930 a 1945. En 1942 se inaugura el Hotel Crespo, de propiedad de la familia Crespo Heredia, convirtiéndose en un Hotel de vanguardia en la ciudad de Cuenca, pues contaba con una serie de novedades para la época. El Sr Henry Koopermann en 1959 crea el Hotel Magestic tratando de mejorar las condiciones del Hotel Crespo, pero debido a la infraestructura del Hotel Magestic no pudo ni siquiera igualarle.

Personajes importantes para el desarrollo de esta industria en nuestra ciudad fue el Sr Guillermo Vásquez y Salvador Pacheco Mora, quienes fueron fundadores del Hotel Dorado que ofrece sus excelentes servicios hasta el día de hoy. De ésta época en adelante el turismo en Cuenca ha tomado un auge impresionante. Un grupo de cuencanos traen del exterior a la Cadena Suiza OROTELS a participar en el proyecto de crear el Hotel Oro Verde, conocido por muchos como Hotel La Laguna en honor a La Laguna Vizcosil que reposaba hasta hace 3 años aproximadamente. La Cadena Oro Verde Hotels dejó de ser una Cadena Suiza, paso a ser administrada por ecuatorianos, hoy cuenta con hoteles en: Guayaquil, Manta, Machala y Cuenca.

En los últimos cinco años, como sector de la vida económica, las empresas hoteleras han ganado un lugar de relevancia en nuestro país. Además de sus cifras de ventas, muy importantes por dimensión y tasa de crecimiento, los hoteles se han convertido en uno de los principales creadores de empleo formal,

en un aporte sustancial en la mejora de la situación general del sector en todo el mundo.<sup>11</sup>

#### **1.4 La Industria Turística y los Hoteles:**

Los hoteles sin duda alguna constituyen uno de los elementos más importantes de la industria turística de un país. Un país cualquiera que fuese, puede tener variedad y diversidad de atracciones turísticas dentro de su territorio, pero si no existen buenos y confortables hoteles no es posible que aumente el turismo y que se considere como un destino, ya que junto a las diversiones y a las atracciones al aire libre, los turistas siempre en todo lugar van a demandar instalaciones aceptables.

La mayoría de turistas juzgan un lugar que visitan más por el establecimiento donde se hospeden que los atractivos turísticos que no le parecieron como tales. En este sentido se expresan dos expertos alemanes de nuestro tiempo: Haussler y Stradner. Los párrafos que siguen se refieren a la relación que existe entre hoteles e industria turística:

“La base de un turismo próspero es la industria hotelera eficiente ya que unos buenos alojamientos y una excelente gastronomía satisfacen las necesidades básicas de los turistas. Ni siquiera aquellos lugares que tienen abundancia de recursos naturales y culturales pero no cuentan con establecimientos en los que comer y alojarse consiguen desarrollar un turismo importante. Su aparición tiene lugar en relación muy estrecha con la aparición de estos establecimientos”

---

<sup>11</sup>GONZALEZ ORDONEZ, MARICELA; MOLINA DEMERA, LOIDA. Tesis: “Industria Hotelera; Reseña Histórica de la Hotelería; Servicio de Hoteles en Cuenca.” Cuenca 1995. Director: Dr. Franklin Bucheli.

## **1.5 Animación Turística**

### **1.5.1. Fundamentación Teórica**

Investigaciones realizadas en Estados Unidos por la Asociación de Industria turística, en 1999 el 27% de los turistas asociados a ese sector gastaron entre 570 y 2560 dólares diariamente, estos datos son solo de hoteles con animación que además las tasas de ocupación eran mayores en estos hoteles que en los que no tenían servicios de animación. Existen hoteles que poseen toda la infraestructura necesaria para la realización de la animación como piscina, áreas deportivas, áreas libres, pero los gerentes, directores y demás personal no conocen de la importancia de esta actividad o no poseen el personal capacitado para este trabajo.

Los empresarios hoteleros que no realizan actividades de animación suelen poner excusas como que su hotel recibe turismo de paso o que solo se alojan ejecutivos. Algunos hoteles que realizan este tipo de actividades sólo lo hacen cuando hay niños alojados en el hotel. El limitado conocimiento de la animación por parte de la dirección de los hoteles, la poca información de los estudiante de hostelería y turismo sobre este servicio, la carencia de profesionales cualificados y capacitados reducen las ofertas que se les pueden brindar a determinados huéspedes.

La animación turística no se limita a un grupo de personas, más bien, es una actividad que abarca todos los grupos sociales. Las actividades deberán ser flexibles, deben adaptarse a los diferentes grupos, tarea del animador que posee

conocimientos amplios sobre los distintos grupos a los que va a dirigir su animación.<sup>12</sup>

### **1.5.2 Historia de la Animación Turística – Hotelera:**

La animación hotelera tiene sus inicios a mediados de los años 80 y uno de los primeros en utilizarla fue la cadena hotelera Club Mediterráneo (Club Med), pero en las últimas décadas y a partir de la Segunda Guerra Mundial se produjeron tres hechos importantes y trascendentales que a consecuencia de estos hechos se dio la denominada “civilización del ocio”

1. Mejora sustancial en los bienes materiales básicos, es decir, alimentación y vestido.
2. Acceso más fácil a la formación y cultura
3. Generalización de las vacaciones, una necesidad que trata de mejorar, aliviar el estado psicossomático de las personas que viven en centros industriales y urbanos

Las corrientes turísticas en todos los países especialmente en los industrializados se están caracterizando por los grandes desplazamientos, mayor tiempo de vacaciones y una mayor tendencia a practicar diferentes actividades durante esta estancia vacacional. Esto ha favorecido a que el turista pase sus vacaciones realizando un sin fin de actividades y ganando experiencias

---

<sup>12</sup>[http://cidtur.eaht.tur.cu/boletines/Boletines/Cid06/nov\\_dic/animacion.htm\(s.f.\)](http://cidtur.eaht.tur.cu/boletines/Boletines/Cid06/nov_dic/animacion.htm(s.f.)). Recuperado el Junio de 2009 de CIDTUR

inolvidables para contarlas luego, estas experiencias pueden estar relacionadas con:

- Reconocimiento e integración del medio ambiente que visita.
- Encuentros con otras culturas, intercambio de experiencias, tradiciones, costumbres.
- Descubrimiento de la historia y la evolución de otros pueblos.<sup>13</sup>

Esta mayor participación en la que el turista se encontrará envuelto le permitirá hacer de sus vacaciones una experiencia productiva en constante intensidad y movimiento. Todo esto ha hecho cambiar la psicología del turista, la tendencia de hoy es un turismo más experimentado, con mayores exigencias. El turista ya no busca que sus vacaciones sean totalmente relajadas y pasivas, en la actualidad las personas buscan pasar sus vacaciones llenas de actividades, por lo que la animación turística ha sido el elemento principal para transformar y crear productos nuevos que satisfagan esta necesidad del turista de hoy. En la actualidad, la animación turística refleja una necesidad de cambiar la desconocida y falsa imagen de éste fenómeno socio cultural en favor de un turismo más equilibrado.<sup>14</sup>

La Animación turística se ha convertido en algo repetitivo y limitado a ciertas actividades que son propuestas en otros hoteles del mundo, la animación turística está siendo confundida con un espectáculo, un evento, actividades lúdicas, estas actividades son parte de la animación turística hotelera pero no es

---

<sup>13</sup>[http://cidtur.eaht.tur.cu/boletines/Boletines/Cid06/nov\\_dic/animacion.htm](http://cidtur.eaht.tur.cu/boletines/Boletines/Cid06/nov_dic/animacion.htm)(s.f.). Recuperado el Junio de 2009 de CIDTUR

<sup>14</sup>[http://cidtur.eaht.tur.cu/boletines/Boletines/Cid06/nov\\_dic/animacion.htm](http://cidtur.eaht.tur.cu/boletines/Boletines/Cid06/nov_dic/animacion.htm)(s.f.). Recuperado el Junio de 2009 de CIDTUR

todo, debemos tener un carácter de creación de algo nuevo, creativo sabiendo a quién va dirigida cierta actividad.<sup>15</sup>

Los programas de animación en los hoteles reflejan claramente la pérdida de los valores culturales y autóctonos de cada región a cambio de los modelos extranjeros sujetos a

fenómenos de moda mundial (noche del casino, del terror, baile de toga, etc.), por tanto es necesario crear una serie de actividades que se pueden hacer tanto dentro como fuera del hotel y actividades diferenciadas de acuerdo a un grupo ya sea por su edad, tiempo de estadía en el hotel, capacidades, habilidades, etc.

La animación se proyecta por los animadores bajo tendencias con características de excentrismo y reducidas al show de payasos y bailarines amateurs o semi profesionales. En los países subdesarrollados, existe un alto

---

<sup>15</sup>GALLEGO, Jesús. Felipe. (2002). Gestión de Hoteles - Una Nueva Visión. España: Paraninfo.

## **1.6 Club Mediterráneo:**

En 1949 durante una estadía en Córcega visitando un pequeño pueblo dedicado principalmente a recibir veraneantes es que Gerard Blitz, un belga de 38 años, tuvo una gran idea. El 11 de febrero de 1950, funda los estatutos de una nueva asociación cuyo principal objetivo es “desarrollar el gusto por la vida al aire libre y la práctica de la educación física y los deportes”.

En la playa de Alcudia – Baleares, decide establecer el primer Club Med, el primer día acogen a 300 personas, durante el verano tiene más de 10.000 inscritos y aún mucha demanda por acoger, las instalaciones del centro se caracterizaban por el ambiente relajado que reinaba por todos los lugares. Blitz cinco años después crea otro de estos club en Taití, este lugar era accesible para los europeos, pero tenían una condición al ingresar es este Club, tener por lo menos 4 meses de vacaciones, un mes destinado para el viaje en barco, dos meses de estancia y un mes para el viaje de vuelta por mar, el precio era accesible, el mismo que se pagaba a crédito de 18 meses sin intereses.

---

<http://www.clubmed.cl/HistoriaClubMed.html>. (s.f.). Recuperado el Junio de 2009, de CLUBMED.CL.

Y así mucha gente se hace socia de Blitz creando estos Club en diferentes partes del mundo no solamente donde el clima es caliente también en lugares fríos, hoy el Club Med se encuentra en: Francia, Israel, Marruecos, México, África, Brasil, Las Bahamas, Arabia Saudita, Japón, inclusive hoy podemos viajar y disfrutar de un Resort Flotante Club Med 1 con capacidad para 450 viajeros, ahora también el Club Med 2 que navega alrededor del Caribe y Mediterráneo, y poco a poco esta increíble cadena de resorts de tierra y flotante están convirtiéndose en una industria que genera grandes ingresos económicos y a la vez genera fuentes de trabajo para muchos jóvenes de todo el mundo.

Los huéspedes al finalizar con una actividad programada por el hotel se congratularán por la eficiencia, seguridad, cumplimiento, garantía, precios accesibles y por todos los rasgos innovadores que el Hotel le presentará y que será el reflejo de nuestras tradiciones y de lo que está en boga.

---

<http://www.clubmed.cl/HistoriaClubMed.html>. (s.f.).Recuperado el Junio de 2009, de CLUBMED.CL.

[http://www.rkviajes.com/clubmed/cmed\\_historia.html](http://www.rkviajes.com/clubmed/cmed_historia.html). (s.f.).Recuperado el Junio de 2009, de RKVIAJES.COM

## 1.7 Conceptos Importantes:

- **Animación Sociocultural.-** “La animación sociocultural: una propuesta metodológica”, encontramos una definición de la animación sociocultural, como “el proceso que se dirige a la organización de las personas para realizar proyectos e iniciativas desde la cultura y para el desarrollo social”.<sup>16</sup>
- **Animación Sociocultural.-** La animación por una parte social y por otra cultural, es un término que ha adquirido una gran relevancia en los últimos años. Se utiliza en sentidos muy diversos llegando a crear, en algunas ocasiones, cierta confusión. Por lo que es conveniente precisar su campo conceptual. Etimológicamente, procede del latín con un doble origen: ánima, animus.
- **Anima.-** Significa alma, dar aliento, vida, espíritu, hacer pasar un soplo, suscitar. En suma proporcionar vitalidad a quién padece de ella. Desde esta perspectiva se desprende una intervención desde fuera hacia dentro, que implica provocar y estimular. También se puede apreciar una cierta intervención de relación vertical. Esta concepción de la animación hace ilusión a “actuar sobre”. Se concibe la figura del animador como el que actúa sobre un grupo o comunidad, con una función de intervención.

---

<sup>16</sup> SERRANO, Pérez, Gloria.-DE GUZMAN PUYA, Pérez, María Victoria. (2006). "Que es la Animación Sociocultural Epistemología y Valores". Madrid-España: Narcea S.A.

➤ **Animus.-** Parte de una concepción de la animación como movimiento y dinamismo, de dentro a fuera. Esta perspectiva se aleja de la visión intervencionista y externa y se aproxima a la de dinamización y relación. Desde óptica la animación se entiende como sinónimo de “poner en relación”, movilizar, interrelacionar, intercambiar. La animación no genera acciones desde el propio grupo, sino que sugiere, alumbrar, ilumina, provoca y facilita acciones desde el seno del grupo a partir de un nivel de relación horizontal entre sus propios miembros. El animador se considera uno más del grupo. En este sentido, la animación se identifica con la idea de “actuar en” “actuar dentro” o “desde dentro”<sup>17</sup>

- **Definición de la UNESCO:** La animación sociocultural es el conjunto de prácticas sociales que tienen como finalidad estimular la iniciativa y la participación de las comunidades en el proceso de su propio desarrollo y en la dinámica global de la vida sociopolítica en la que están integradas

- **Animación turística o animación hotelera.-** alternativa de entretenimiento y ocupación del tiempo libre del turista. Es un conjunto de técnicas derivadas de la recreación que permiten planificar, organizar

---

<sup>17</sup>SERRANO, Pérez, Gloria.-DE GUZMAN PUYA, Pérez, María Victoria. (2006). "Que es la Animación Sociocultural Epistemología y Valores". Madrid-España: Narcea S.A.

y desarrollar diferentes actividades o juegos, con el objetivo de crear un ambiente favorable en un grupo, contribuyendo al incremento de las relaciones sociales en el mismo y a la satisfacción de los intereses y necesidades de las personas en su tiempo libre.

- **Animación Turística.-** es algo participativo, interesante, excitante y único que permite a los clientes probarse a sí mismos, creando un ambiente idóneo cuyo objetivo final es dinamizar y lograr un clima alegre que les haga más agradable e interesante su estancia, donde aprovechan al máximo su tiempo libre, mediante una ocupación libremente elegida o programada previamente donde se vinculen a la cultura y al entorno local.

Para la animación turística se debe tener en cuenta los principales atractivos turísticos y culturales de la Ciudad, al huésped le interesa conocer costumbres, gastronomía, tradiciones del lugar que visita. El conocimiento de una nueva cultura, le acerca más a la gente y a la vez mejora las relaciones sociales.

- **Animador.-** Es la persona que dinamiza y ayuda a organizar el proceso de animación; el animador es el técnico que ayuda a las personas y a los grupos, grandes o pequeños, a que planifiquen sus actividades, las pongan en práctica y consigan sus objetivos.

- **Animador Turístico.-** Es un agente del desarrollo de los individuos y de los grupos, en donde su acción se caracteriza sobre una escala de valores, principios, responsabilidades y técnicas profesionales que están encaminadas a efectuar programas de actividades de interés múltiples: turístico, de intercambio cultural y social, ecológico, artísticos, manuales, intelectuales, deportivos.

**Además el animador debe desarrollar profesionalmente estas cuatro funciones:**

1. Función de organización
2. Función de relacionador.
3. Función pedagógica.
4. Función de investigación.

---

[http://cidtur.eaht.tur.cu/boletines/Boletines/Cid06/nov\\_dic/animacion.htm](http://cidtur.eaht.tur.cu/boletines/Boletines/Cid06/nov_dic/animacion.htm).  
(s.f.).Recuperado el Junio de 2009, de CIDTUR.

El perfil del animador turístico tiende a profesionalizarse y a especializarse, y en la actualidad requiere un buen nivel cultural, al menos dos idiomas extranjeros, dotes interpretativas o deportivas, capacidad de comunicación y de trabajo en equipo. Es un “embajador cultural”, ya que debe conocer el entorno turístico del hotel e informar de las diferentes ofertas.

Para poner en marcha una actividad se debe tener siempre en cuenta el tipo de clientela a la que vamos a ofrecer el producto partiendo de varios datos; media de edad, nacionalidad y grupo social. . Estos datos nos darán una clara visión de los programas que podemos realizar con este tipo de cliente dado su nivel de actividad o pasividad. Este agente mediador conocido como Animador Turístico debe tener un potencial de posibilidades para desarrollarse y operar los proyectos de animación uniendo dos elementos claves e imprescindibles que son:

1. La creatividad.
2. La innovación.

---

[http://cidtur.eaht.tur.cu/boletines/Boletines/Cid06/nov\\_dic/animacion.htm](http://cidtur.eaht.tur.cu/boletines/Boletines/Cid06/nov_dic/animacion.htm).

(s.f.). Recuperado el Junio de 2009, de CIDTUR.

El animador debe estar todo el tiempo utilizando su creatividad, probando y proponiendo juegos, actividades recreativas y socio culturales. El animador debe ser polifacético, para ello es necesario que tengan facultades de educación física y creatividad.

**El animador debe evitar caer en la operación de actividades de animación:**

1. Repetitivas.
2. Vulgarizadas.
3. Espectaculares.

**El horizonte laboral de los animadores:**

1. Estaciones de desarrollo turístico.
2. Hoteles de todas las categorías turísticas.
3. Estructuras vacacionales de distinta dimensión y características (albergues, campamentos, centros vacacionales, clubes, villas, etc.)
4. Centros de integración social y recreativa (clubes sociales, familiares, políticos)

---

[http://cidtur.eaht.tur.cu/boletines/Boletines/Cid06/nov\\_dic/animacion.htm](http://cidtur.eaht.tur.cu/boletines/Boletines/Cid06/nov_dic/animacion.htm).  
Recuperado el Junio de 2009, de CIDTUR.

5. Centros de difusión cultural, deportiva, educación y bienestar social.
6. Centros de formación y capacitación para la animación y las actividades turísticas y culturales.

**Los elementos necesarios para que exista la recreación en un hotel son:**

1. **Tiempo libre:** disponer del suficiente tiempo para realizar las actividades que ellos deseen.
2. **Espacio para la recreación:** ámbito donde se efectúan las actividades y juegos recreativos.
3. **Necesidad recreativa:** elaborar los programas de animación atendiendo a las inquietudes y exigencias de los clientes.

Para realizar actividades en un hotel es importante tener un conocimiento de las personas que se hospedarán en el hotel, es decir, es importante conocer los tipos de clientes con los que trabajaremos por lo que debemos investigar lo siguiente:

---

[\(s.f.\).](http://cidtur.eaht.tur.cu/boletines/Boletines/Cid06/nov_dic/animacion.htm)

Recuperado el Junio de 2009, de CIDTUR

1. Gustos y necesidades de estos.
2. Infraestructura y materiales con que contamos para realizar las actividades.

### **Objetivos de la Animación:**

En el libro *Gestión de Hoteles: Una nueva Visión* se plantean los siguientes objetivos:

- Ofrecer una diversión organizada.
- La integración de los individuos y su adaptación a los distintos medios que pueden encontrar, tanto en sus aspectos sociales, culturales o económicos.
- La formación del individuo de una manera menos rígida y más lúdica, ampliando su bagaje cultural o cubriendo “lagunas educativas”.
- Posibilitar un mayor conocimiento de los demás en muchos aspectos y al mismo tiempo buscar conjuntamente mejoras en la calidad de vida.

En el hotel Oro Verde con la implementación del Departamento de Animación Turística se tratará de cumplir con todos estos objetivos, ya que al realizar una

actividad siempre se verá la forma de que sea entretenida, divertida y novedosa involucrando a todos los clientes de acuerdo al segmento, en donde además puedan compartir con personas diferentes conociendo nuevas culturas y formas de vida al interactuar unas con otras.

---

GALLEGO, Jesús. Felipe. (2002). Gestión de Hoteles - Una Nueva Visión.  
España: Paraninfo.

## CAPITULO II: LA OFERTA Y LA DEMANDA



### 2.1 Hotel Oro Verde

Hotel Oro Verde Cuenca, fue construido en armonía con la arquitectura de la ciudad Patrimonio Cultural de la Humanidad y del majestuoso paisaje andino. Está compuesto de 75 habitaciones totalmente equipadas que brindan la comodidad y el confort que los clientes buscan en un hotel 5 estrellas, cada una de las habitaciones cuenta con:

- Calefacción
- Televisión por cable
- Minibar
- Teléfono con discado directo
- Reloj alarma
- Espejo cosmético
- Secador de cabello
- Botellas de agua sin gas
- Internet inalámbrico
- Sistema de Seguridad / Caja Fuerte

Para ir más allá de las expectativas cuenta con una variedad de servicios acorde a los requerimientos que el Ejecutivo y demás clientes de hoy necesita:

- ✓ Business Center con sala para reuniones de ejecutivos, Internet Inalámbrico en las distintas áreas del hotel, cuenta con 3 salones modernos y funcionales, ideales para reuniones y eventos empresariales en donde se atiende con personal especializado que asesora y ofrece el mejor servicio, los restaurantes en donde se puede degustar lo mejor de la gastronomía Nacional e Internacional.
  
- ✓ Oro Café, el mejor y más exquisito desayuno Americano tipo buffet en Cuenca servido desde las 06h30 hasta las 11h00 y a partir de las 12h00 Platos a la Carta o la Sugerencia del Chef de lunes a viernes.
  
- ✓ Cabaña Suiza Restaurant, huéspedes y demás clientes disfrutan de un ambiente acogedor y elegante en donde aprecian y saborean las delicias de la cocina Gourmet y las especialidades Suizas.
  
- ✓ Gourmet Deli, ubicado estratégicamente hacia la calle para atención directa a transeúntes y vecinos. Con una exquisita variedad de pan, postres, sánduches, ceviches entre otros donde además se encuentra una amplia variedad de pasa bocas, helados y golosinas.
  
- ✓ Lobby Bar, es el lugar perfecto para una cita de negocios o reunión social mientras disfruta de su trago preferido.

- ✓ Salón de recepciones Tomebamba, Salón Santa Ana aptos para conferencias, reuniones, seminarios y eventos sociales.
  
- ✓ Dos salas pequeñas, “Salón Suizo” que a más de utilizarse como extensión del restaurante, es aprovechado para reuniones de trabajo de 15 a 20 personas y la “Salita del bussiness center” sala VIP, únicamente para reuniones de trabajo con capacidad para 12 personas.
  
- ✓ Otro producto es el servicio de fitness dotado de un pequeño gimnasio, piscina, sauna, baño turco, que está a disposición de huéspedes sin costo adicional y de otros clientes externos al hotel, los mismos que deben pagar una membresía mensual, semestral, anual y/o tarifa diaria para su uso.

### **DESCRIPCIÓN DE TIPO DE CAMA EN CADA HABITACIÓN**

1. Habitación estándar: 1 cama queensize
2. Habitación Superior: 2 camas queensize
3. Habitación Jr. Suit: 1 cama kingsize y salita anexa
4. Habitación King: 1 cama kingsize

Los valores de las tarifas son en dólares americanos y se debe adicionar el 12% de IVA y 10% de Servicio, impuestos de Ley.

**En las tarifas está incluido sin recargo alguno los siguientes beneficios:**

\* Traslados aeropuerto – hotel – aeropuerto previa reservación.

\* Se deberá proporcionar al hotel la información del número de vuelo, compañía, hora de llegada y salida de los huéspedes

- Desayuno Americano Tipo Buffet servido en nuestro Oro Café desde las 06hs00 hasta las 11h00
- Cóctel de bienvenida
- Ticket de planchado para 2 prendas por habitación
- Caja de seguridad en la Recepción sin costo
- Uso del Fitness Club: Gimnasio, Piscina, sauna y Turco.
- 30 minutos de Internet sin costo en nuestro Business Corner
- Internet Inalámbrico ilimitado en las habitaciones
- Agua embotellada en la habitación (2 botellas diarias).
- Periódico disponible cada mañana en el Lobby y en Habitaciones
- Estacionamiento las 24 horas con seguridad privada.

### **2.1.1 Historia del Hotel Oro Verde**

El Hotel (Cuencaoro Hotelera Cuenca S.A) se encuentra edificado sobre la antigua Laguna de Viscocil, a escasos metros de la orilla del río Tomebamba, en la avenida Ordoñez Lazo y tres de noviembre, en el sector Oeste de la ciudad de Cuenca, en la provincia del Azuay.

La Compañía Hotel La Laguna S.A, por su infraestructura y servicios obtuvo la categoría de lujo con la asignación de cinco estrellas; se constituyó con un capital social de seiscientos mil sucres, mediante escritura pública otorgada ante el Notario del Cantón Cuenca, Doctor Rubén Vintimilla Bravo, el veintitrés de junio de mil novecientos ochenta y dos, inscrita en el Registro Mercantil del Cantón Cuenca el veintitrés de Agosto del mismo año, con el objetivo de iniciar con la Industria Hotelera y todas las actividades relacionadas con la promoción del turismo en Cuenca. Esta prestigiosa empresa hotelera, inicio con cinco socios, abre las puertas al público el 19 de Marzo de 1983, con 56 habitaciones, un

restaurante internacional, una cafetería, 2 salones de recepciones y piscina; al cabo de tres años, en 1986, amplía su infraestructura a 79 habitaciones, de las cuales por razones de remodelación al 1 de octubre de 2004 se reducen a 75 habitaciones.

En el año de 1986, adopta el nombre comercial de Hotel Oro Verde Cuenca, con la finalidad de que sea identificada como parte de la cadena de hoteles Oro Verde en el Ecuador, designación que se encuentra inscrita en la Dirección Regional de Turismo, hoy llamada Cámara de Turismo.

### **2.1.2 Visión y Misión:**

#### **Visión:**

Mantenerse durante los próximos 5 años como el Hotel 5 estrellas líder en la Ciudad de Cuenca por la calidad de sus productos, servicios e instalaciones, teniendo como filosofía el mejoramiento continuo. Se reconocidos como los mejores frente a hoteles de cadenas internacionales que incursionen en el mercado local

#### **Misión:**

Hotel Oro Verde es una empresa dedicada a la provisión de servicios de alta calidad, en las áreas de alojamiento, alimentos y bebidas, y organización de eventos sociales y académicos.

Forma parte de la Cadena Oro Verde y mantiene su estatus de líderes de mercado frente a la competencia gracias a la permanente renovación e innovación de sus productos y procesos.

Cuida con esmero sus clientes externos, anticipando a sus necesidades y excediendo sus expectativas. Su categoría 5 estrellas le comprometen a brindar total satisfacción con excelencia.

Los colaboradores constituyen la base de la gestión, por lo que el Hotel se preocupa del bienestar y desarrollo tanto personal como profesional; a cambio, recibe su compromiso total con la organización.

Selecciona cuidadosamente sus proveedores y guarda excelentes relaciones con ellos para comprometerlos en la entrega de productos de alta calidad y a precios convenientes.

Se maneja con criterios de efectividad y eficiencia con el fin de lograr una rentabilidad óptima para los accionistas.

Da auspicio selectivo a obras de beneficencia, retribuyendo así el apoyo que la comunidad cuencana brinda a la gestión dada y reafirma el compromiso con la sociedad en general.

### **2.1.3 Estructura de la Empresa.**

#### **2.1.3.1 Organigrama por Departamentación.**

Un organigrama es la representación gráfica de la estructura de una empresa u organización. Representa las estructuras departamentales y, en algunos casos, las personas que las dirigen, hacen un esquema sobre las relaciones jerárquicas y competenciales de vigor en la organización. El organigrama es un modelo abstracto y sistemático, que permite obtener una idea uniforme acerca de la estructura formal de una organización.<sup>17</sup>

La departamentación se refiere a la estructura formal de la empresa, la misma que está compuesta por departamentos operativos y administrativos que se relacionan íntimamente entre sí.

El Hotel Oro Verde Cuenca está estructurado por los siguientes departamentos: Habitaciones, Lavandería, Alimentos y Bebidas, Limpieza, Mantenimiento Técnico, Ventas, Financiero, Recursos Humanos y Sistemas.

---

<sup>1</sup><http://es.wikipedia.org/wiki/Organigrama>. (s.f.). Recuperado el Septiembre de 2009, de WIKIPEDIA LA ENCICLOPEDIA LIBRE.

### **2.1.3.1.1 Habitaciones**

El Departamento de habitaciones es el más importante del hotel. La gobernanta o “Ama de Llaves” es la jefe del grupo operativo y para desarrollar su trabajo tiene a su disposición cinco camareras y un ayudante de pisos. Asume la responsabilidad de distribuir el trabajo y controlar su ejecución diaria; gran parte de la satisfacción del cliente depende del servicio de habitaciones.

El Departamento de Recepción, está integrado por el jefe de recepción más tres recepcionistas, tres botones y un chofer-botones para el servicio de transfer. La recepción se encarga de la asistencia al huésped desde el momento de su llegada con la bienvenida y check in hasta su salida checkout, por esta razón es considerado como el punto central del hotel. La recepción es el centro de distribución y coordinación de la información con respecto a los demás departamentos operacionales del hotel.

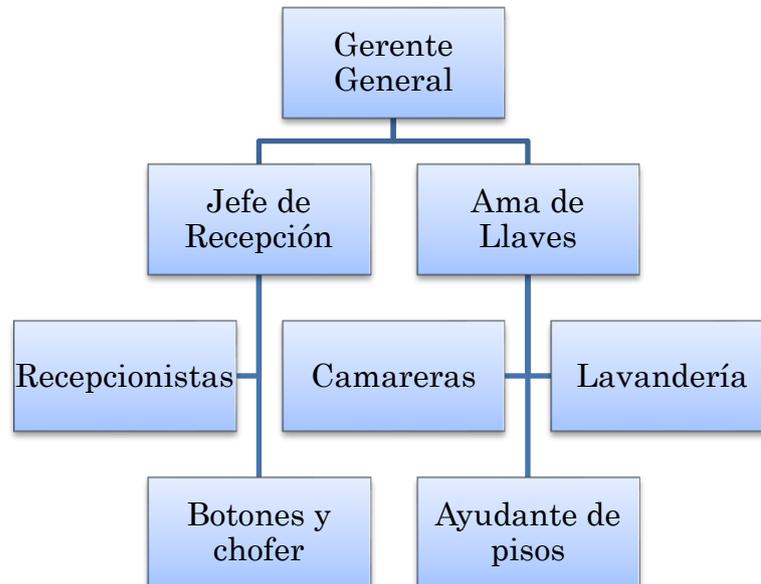
### **2.1.3.1.2 Lavandería**

El Departamento de Lavandería y Planchado tiene como función la limpieza de la ropa del hotel, de huéspedes y de empleados; este trabajo está desempeñado por una sola persona y en sus días libres le cubre una camarera; la Ama de Llaves es también responsable de este departamento.

## Departamento de Habitaciones

### Organigrama No. 1

---



#### 2.1.3.1.3 Alimentos y Bebidas

El responsable del departamento de alimentos y bebidas es el gerente de A&B, su función básica es la planificación, organización y control del departamento y puntos de venta de alimentos y Bebidas.

Debe coordinar las actividades de su área para alcanzar los objetivos de ventas, costos y rentabilidad; así como también planificar, organizar y controlar la oferta culinaria del restaurante, banquetes, Gourmet Deli y servicio a la habitación (roomservice).

Supervisa el cumplimiento de las obligaciones del Chef ejecutivo, del capitán de restaurantes y capitán de banquetes y lo más importante se preocupa de la planificación y organización de festivales y acciones para incrementar la clientela y se informa sobre el accionar de la competencia.

El capitán de saloneros del restaurante, tiene la autoridad sobre seis saloneros y un barman. Ejerce presión con la finalidad de que cumplan la labor profesional de acuerdo a los estándares, en lo que respecta a: la puntualidad en el horario, información a los clientes sobre la composición de los platos, disciplina y orden, distribución del trabajo en sectores, control de material existente y el manejo especial de la vajilla, cristalería, cubiertos, mantelería, decoración, etc.

En departamento de banquetes, esta primero la Coordinadora de Eventos, quién es la encargada de transmitir la necesidades y requerimientos del cliente al capitán de eventos y el capitán de eventos a su vez planificar el trabajo y ejecutarlo junto a los saloneros eventuales, es otra dependencia de la gerencia de alimentos y bebidas, que desde el punto de vista económico es más rentable que los servicios de restaurantes por el número de personas que se atienden en cada evento.

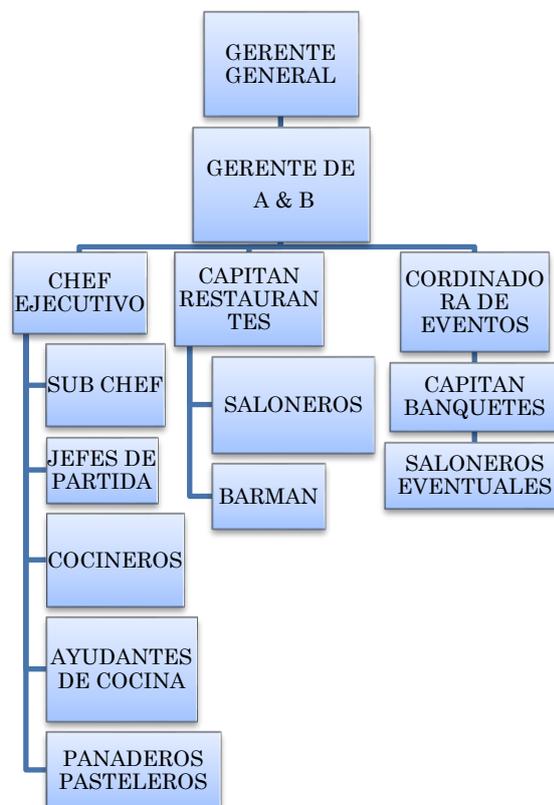
El Gourmet Deli con tres vendedoras, las mismas que reportan operativamente al gerente de alimentos y bebidas y administrativamente al gerente financiero, por el hecho de manejar dinero en efectivo, tarjetas de crédito, etc.

### 2.1.3.1.4 Cocina

El chef ejecutivo es el jefe del departamento y tiene la responsabilidad directa del personal a su cargo, responde en cuanto a la elaboración y calidad de la comida, organiza y planifica los horarios de trabajo, días libres, vacaciones, etc., supervisa el orden y limpieza tanto del área de trabajo como del personal a cargo. Controla la calidad y frescura de carnes, pescados, hortalizas y frutas y se encarga de mantener un stock suficiente para atender la demanda de los restaurantes, gourmet deli, roomservice y banquetes. El departamento de cocina está compuesto de 13 personas: chef ejecutivo, sub chef, 2 jefes de partida, ayudantes de cocina, pasteleros y panaderos.

### Departamento de A&B

### Organigrama No. 2

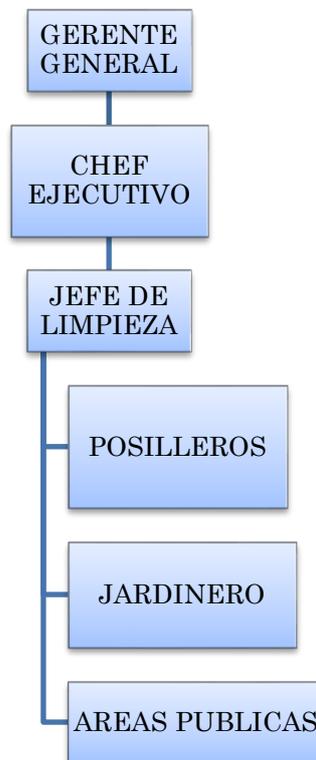


### 2.1.3.1.5 Limpieza

El departamento de limpieza, operacionalmente depende del chef ejecutivo, por cuanto la mayor parte del personal está dedicado al trabajo de posillería y administrativamente reporta a la gerencia general; su campo de acción es bastante extenso, se designan ocho personas para el aseo de cocinas, vajilla, cámaras frías, áreas públicas que comprende parqueaderos, aceras y casilleros del personal; un jardinero para mantenimiento del área verde, parqueadero y jardineras de las habitaciones; también dentro de este departamento que está a cargo del jefe de limpieza, laboran tres personas encargados del aseo de baños sociales, salones de recepciones, restaurantes, lobby, piscina, sauna, baño turco, y gimnasio.

#### Departamento de Limpieza

#### Organigrama No. 3



### **2.1.3.1.6 Ventas y Relaciones Públicas**

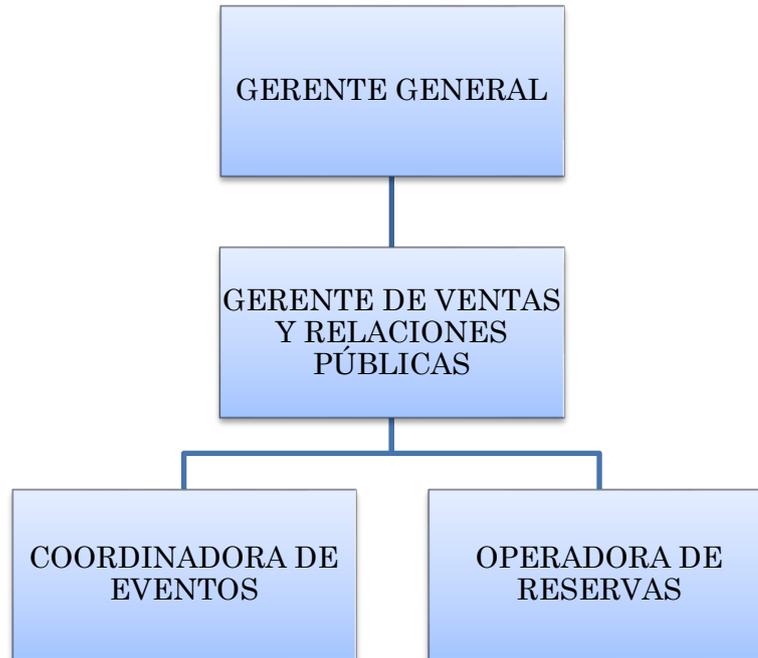
El Gerente de Ventas y Relaciones Públicas presta una atención personalizada a los clientes y huéspedes, debe cumplir con un programa de promoción y difusión de los productos, adaptándolos a los deseos de la clientela para hacerlos más competitivos dentro del mercado hotelero azuayo.

Este departamento lo componen la gerente de ventas, la coordinadora de eventos y la operadora de reservas. La coordinadora de eventos atiende lo referente a cotizaciones para compromisos sociales y eventos corporativos de cualquier tipo, ya sea congresos, convenciones, talleres, seminarios, lanzamientos, etc. concretado el negocio distribuye la información y ordenes de trabajo a los departamentos de recepción, cocina, A&B, finanzas, ama de llaves, mantenimiento y recursos humanos, con la finalidad de que cada departamento cumpla con responsabilidades a fin de que la organización del evento sea un éxito.

La operadora de reservas, entrega a la recepción un informe detallado de las reservaciones de habitaciones de acuerdo a lo requerido por el cliente, con las tarifas y respaldos correspondientes cuando se trate de negocios corporativos, agencias de viajes, aerolíneas, etc. También está a su cargo el control y pago de comisiones a la agencias de viajes y comunicación de cambios de tarifas.

## Departamento de Ventas y Relaciones Públicas

### Organigrama No. 4



#### 2.1.3.1.7 Financiero

Este departamento a más de la responsabilidad de determinar los resultados financieros al final de cada mes, presenta diariamente los resultados parciales de los departamentos operativos que generan ingresos como: habitaciones, restaurantes, banquetes, gourmet deli, mini bar, lavandería, teléfonos, piscina y otros ingresos; con la finalidad de tomar ciertas medidas si fueran necesarias para cumplir con el presupuesto estimado.

El gerente financiero tiene el apoyo de un asistente financiero, dos auditores nocturnos, cajera general, jefe de bodega, ayudante de costos y ayudante de cartera.

El auditor nocturno verifica diariamente que las ventas realizadas por los cajeros de los diferentes turnos, cuadren con los reportes de efectivo, así como el control de la secuencia numérica de las facturas y notas de venta y que los cargos a las cuentas maestras por alojamiento y consumos de los huéspedes sean las correctas.

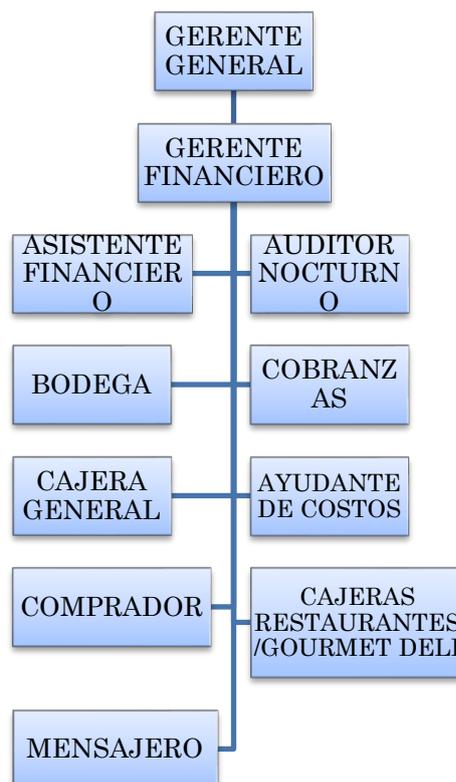
Las compras la realiza el bodeguero basándose en una lista de proveedores selectos; la misma que debe ser autorizada por el jefe departamental y la gerencia general. La mercadería comprada ingresa siempre por la puerta de seguridad. El bodeguero controla el movimiento de los productos y en base a ello realiza las órdenes de compra para mantener el stock máximo. Cada fin de mes conjuntamente con el asistente de costos se hace la toma física de los inventarios de bodega.

El asistente de costos es responsable de proporcionar los costos pormenorizados de los productos que se ofertan en los diferentes puntos de venta.

La persona encargada de la recuperación de cartera diariamente hace seguimiento de los cobros pendientes así como del envío de los nuevos créditos, verificando que los respaldos coincidan con los términos negociados con los clientes.

## Departamento Financiero

Organigrama No. 5



### **2.1.3.1.8 Mantenimiento**

La labor de este departamento se establece en un mantenimiento preventivo de los equipos y maquinaria con el propósito de evitar gastos a futuro en reparaciones mayores que impidan brindar un servicio eficiente a los huéspedes y clientes.

El jefe de mantenimiento y sus tres ayudantes están especializados para trabajos de electricidad, carpintería, gasfitería y mecánica.

### **Departamento de Mantenimiento**

#### **Organigrama No. 6**



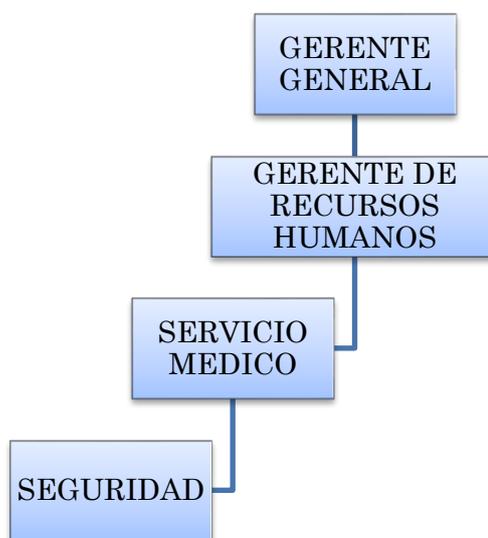
### **2.1.3.1.9 Recursos Humanos**

En este departamento la Gerente de Personal se encarga del reclutamiento, selección y contratación de personal; además tiene a su cargo el departamento médico y el de seguridad.

En base a un presupuesto anual y a las necesidades departamentales, realiza un programa de capacitación a empleados, agasajos a niños, en fiestas importantes y reposición de uniformes.

## **Departamento de Recursos Humanos**

### **Organigrama No. 7**



#### **2.1.3.1.10 Sistemas**

Todo lo referente a informática está centralizado en la ciudad de Guayaquil en Oro Verde Management, no obstante, la administración, la capacitación para el manejo y buen uso, está a cargo del Contralor de Sistemas junto a especialistas de Guayaquil.

Para la comunicación interna tanto a nivel de hotel como de la cadena Oro Verde, se realiza mediante Intranet (Outlook Express).

## Departamento de Sistemas

### Organigrama No. 8



### 2.1.3.1.11 Gerencia General

La gerencia general del Hotel está encargada de fijar los objetivos, las políticas de la empresa, planes de acción, financieros, humanos, materiales, establecer normas administrativas de la empresa, mantener relaciones exteriores e impulsar las acciones de ventas con el fin de cumplir con el plan de mercadeo anual y llegar al presupuesto de ingresos que permitirán cubrir los costos fijos y obtener una utilidad

## Departamento de Gerencia General

### Organigrama No. 9



#### **2.1.4 Reglas y Políticas Corporativas.**

Es importante conocer la definición de lo que es Política para poder enunciar las establecidas en el Hotel.

- **Definición de Política:**

1) Política = Lema y Principios de la Empresa

La política de Formación es un elemento básico para el desarrollo profesional y personal de los empleados, permite conseguir una mayor adecuación entre los objetivos individuales y los de Empresa.<sup>2</sup>

2) Las políticas son directrices para la toma de decisiones. Una vez establecidas, cada vez que haya que tomar una decisión no será necesario comenzar desde el principio otra vez. Las políticas reflejan la "personalidad" de la compañía. El tono y el lenguaje utilizados para los enunciados de las mismas serán percibidos como una política de la actitud de la administración hacia los empleados. Además, las políticas de personal también definen las conductas que la compañía espera de los trabajadores.<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup> <http://www.ucm.es/info/Psyap/jornadas/epolit.htm>. (s.f.).Recuperado el Septiembre de 2009, de UCM.ES.

<sup>3</sup> <http://www.cnr.berkeley.edu/ucce50/agro-laboral/7libro/17s.htm>. (s.f.).Recuperado el Septiembre de 2009, de CNR.BERKELEY.EDU.

#### **2.1.4.1 Políticas para el Funcionamiento del Hotel Oro Verde.**

##### **2.1.4.1.1 Política de Selección y Reclutamiento de Personal.**

Los empleados son los principales mediadores entre el éxito de la Misión del Hotel y el mercado objetivo, para lo cual integran a la organización colaboradores que se identifiquen con la Misión y filosofía. Busca que los objetivos personales de cada colaborador ayuden a cristalizar los objetivos del Hotel.

##### **2.1.4.1.2 Comportamiento esperado del Personal ORO VERDE**

1. Brindar a los huéspedes y clientes del hotel fina atención, demostrando cortesía, respeto, consideración y mucha hospitalidad, para que su estadía resulte una experiencia grata.
2. Observar buena conducta dentro del Hotel, respetando a sus superiores y cultivando relaciones armoniosas con los demás colaboradores, dentro de las horas de trabajo y fuera de ellas.
3. Evitar todo lo que pueda poner en peligro su propia seguridad, la de sus compañeros, la de los huéspedes y clientes en general de todas las personas que concurran al hotel.
4. Cuidar y mantener en buen estado todos los bienes de la empresa, especialmente los materiales de trabajo, herramientas y equipos.

5. Minimizar el consumo de energía eléctrica y agua potable.
  
6. Comunicar a sus superiores los daños de materiales que pudieran amenazar la integridad personal de colaboradores, huéspedes y clientes.
  
7. Reportar inmediatamente a su superior, de la existencia de objetos olvidados por Huéspedes y clientes.

#### **2.1.4.1.3 Aspectos de Presentación Personal.**

1. Mientras esté prestando sus servicios el personal deberá vestir el uniforme completo asignado para cada área, limpio y en perfecto estado (incluyen zapatos)
  
2. En todo momento deberá demostrar prolijidad en el aseo y presentación personal: uñas cortas y bien mantenidas, cabello lavado y bien peinado (recogido para todo el personal femenino), uso de desodorante, cara bien afeitada para los varones y maquillaje discreto para las mujeres.

#### **2.1.4.1.4 Lineamientos Generales.**

1. Solamente podrá ingresar a las habitaciones el personal asignado para ello.
  
2. Durante la jornada de trabajo no está permitido recibir visitas personales, salvo en casos de fuerza mayor y deberá hacerlo por la puerta de control de personal.

3. Evite utilizar el teléfono para llamadas personales en caso de emergencia solicite la autorización de su jefe departamental y/o recursos Humanos. Prohibido el uso de celulares personales y/o mensajera en horas de trabajo.
4. Aun cuando recibiera invitación de los clientes del hotel, está prohibido al personal ingerir licor, fumar, comer o masticar chicle durante las horas de trabajo.
5. No se permite realizar ventas de objetos a los compañeros de trabajo en las instalaciones de la empresa, ni recibir visitas de vendedores.
6. Está prohibido timbrar tarjetas de los compañeros.
7. No tomar los materiales de trabajo para uso personal.
8. No sacar fuera del hotel, alimentos u objetos, así fuere obsequio de un huésped o cliente, pedir la autorización del Gerente General. Solicite el formulario en seguridad.
9. No consumir alimentos en su sitio de trabajo
10. No realizar rifas o colectas internas sin la autorización de Gerencia General.
11. Ser flexible y apoyar a los otros departamentos cuando sea requerido.

12. Utilizar siempre la puerta de control de personal para el ingreso y salida del trabajo, fuera de horario de trabajo no está permitido ingresar al hotel sin previa autorización. Para asistir a eventos sociales en el Hotel por favor notificar.
  
13. Las compras en el Gourmet Deli se pueden realizar al contado y fuera del horario de trabajo.

#### **2.1.4.1.5 Obligaciones del Empleado.**

1. Entregar al Departamento de Recursos Humanos todos los documentos requeridos.
  
2. Acercarse al Departamento Médico para abrir la ficha médica y someterse a los exámenes médicos las veces que la empresa lo disponga y seguir el tratamiento señalado.
  
3. Timbrar la tarjeta de control de asistencia correctamente uniformado, tanto a la entrada como a la salida y a la hora del lunch.
  
4. Ser puntual
  
5. Notificar al Departamento de Recursos Humanos ausencias ocasionadas por enfermedad o calamidad doméstica. En caso de enfermedad debe

concurrir al consultorio médico del hotel o esperar la visita del médico en su domicilio.

#### **2.1.4.1.6 Valores**

1. Honestidad.- Hacia los clientes, los colaboradores y la empresa.
2. Responsabilidad.- Cumplir a cabalidad el trabajo encomendado, con puntualidad y excelencia.
3. Productividad.- Manejar nuestra gestión con criterios de efectividad y eficiencia para lograr resultados de rentabilidad óptimos.
4. Calidad Total.- Cuidando cada uno de los procesos para que el resultado final sea óptimo.
5. Trabajo en Equipo.- El aporte de cada uno es importante; la comunicación permanente entre los miembros del equipo nos permite trabajar armoniosamente.
6. Respeto: A las personas, a las instalaciones y a los recursos de la empresa.
7. Cordialidad.- En la atención al cliente y en el trato entre compañeros.
8. Discreción.- Tener una actitud profesional ante situaciones delicadas.
9. Desarrollo Humano.- En el plano personal y profesional.
10. Lealtad con la Empresa.- En todo momento, dentro y fuera de ella.

### 2.1.5 Normas y Procedimientos.

Así como en el punto anterior, también definimos los que es una Norma y Procedimiento, los mismos que nos ayudarán a conocer porque la importancia de establecer dentro de una empresa o compañía.

#### **Definición de Procedimiento:**

- 1) El o un procedimiento es el modo de ejecutar determinadas acciones que suelen realizarse de la misma forma, con una serie común de pasos claramente definidos, que permiten realizar una ocupación, trabajo, investigación, o estudio correctamente. <sup>10</sup>
- 2) El término procedimiento es usado para hacer referencia a todo aquel sistema de operaciones que implique contar con un número más o menos ordenado y clarificado de pasos cuyo resultado sea el mismo una y otra vez. El procedimiento se vuelve entonces en algo posible de ser conocido y repetido de modo que al buscar un determinado tipo de resultado para X situación, se sepa de qué manera proceder o actuar.
- 3) La palabra procedimiento se relaciona con el verbo proceder, que significa actuar, desarrollar o realizar. El procedimiento es así el acto de realizar algo con la diferencia de que si bien en cualquier situación normal ese acto de realizar algo puede no estar determinado por ciertos pasos, en el procedimiento esto siempre es así. <sup>11</sup>
- 4) 10. <http://es.wikipedia.org/wiki/Procedimiento>. (s.f.). Recuperado el Septiembre de 2009, de WIKIPEDIA LA ENCICLOPEDIA LIBRE.
- 5) 11. <http://www.definicionabc.com/general/procedimiento.php>. (s.f.). Recuperado el Septiembre de 2009, de DEFINICIONABC.COM.

## 6) **Definición de Normas:**

- 1) Regla o conjunto de reglas que hay que seguir para llevar a cabo una acción, porque está establecido o ha sido ordenado de ese modo. <sup>412</sup>
  
- 2) Cierta regla o medida para la realización o consecución de algo. Así, se dice de la ley que es norma objetiva de moralidad, y de la conciencia que es su norma subjetiva. <sup>513</sup>

## **Manual de Normas y Procedimientos:**

El Manual de Normas y Procedimientos (NyP) del Hotel Oro Verde Cuenca consiste en el conjunto de documentos originales que contienen las normas y procedimientos, check-lists y guías que permiten seguir instrucciones generales y específicas relacionadas con la Gerencia de los diferentes departamentos.

Los procedimientos están elaborados según la filosofía y estándares de ORO VERDE MANAGEMENT.

---

<sup>4</sup> <http://es.thefreedictionary.com/norma>. (s.f.). Recuperado el Octubre de 2009, de THE FREE DICTIONARY.

<sup>5</sup> [http://lengua-y-literatura.glosario.net/terminos-filosoficos/norma-\(lat.-norma\)-5937.html](http://lengua-y-literatura.glosario.net/terminos-filosoficos/norma-(lat.-norma)-5937.html). (s.f.). Recuperado el Octubre de 2009, de LENGUA Y LITERATURA GLOSARIO.NET.

El manual está dividido en las siguientes secciones:

**1. GERENCIA GENERAL**

**2. GERENCIA RESIDENCIA**

**3. ALIMENTOS Y BEBIDAS**

**4. FINANZAS**

**5. VENTAS Y MERCADEO**

**6. RECURSOS HUMANOS**

**7. MANTENIMIENTO**

Cada NyP es elaborado por un ejecutivo o jefe de un departamento debe ser presentado al Gerente General para su aprobación. Cada ejecutivo recibe una copia de todos y cada uno de las NyP. Los ejecutivos/jefes son responsables de informar, introducir y chequear los procedimientos en su área. En cada gerencia departamental se guarda un manual de NyP.

<b>GG</b>	<b>1.</b>	<b>GERENCIA GENERAL</b>
	1.1.	Seguridad
<b>GR</b>	<b>2.</b>	<b>GERENCIA RESIDENCIA</b>
	2.1.	Recepción
	2.2.	Caja Recepción
	2.3.	Reservaciones
	2.4.	Teléfonos
	2.5.	Bell Boys

- 2.6. Ama de Llaves
- G A&B 3. ALIMENTOS Y BEBIDAS**
  - 3.1. Cocina
  - 3.2. Restaurantes
  - 3.3. Banquetes
  - 3.4. Limpieza áreas públicas
  - 3.5. Limpieza cocina
- GF 4. FINANZAS**
  - 4.1. Contabilidad
  - 4.2. Compras
  - 4.3. Almacén/Costos
  - 4.4. Cajas Departamentales
- G V&M 5. VENTAS Y MERCADEO**
  - 5.1. Relaciones Públicas
  - 5.2. Ventas
- GH 6. RECURSOS HUMANOS**
  - 6.1 Selección y Reclutamiento de personal**
    - 6.1.1 Reclutamiento de personal
    - 6.1.2 Requisición de personal
    - 6.1.3 Promoción interna de personal
    - 6.1.4 Evaluación de personal
    - 6.1.5 Cambio de planilla empleados
    - 6.1.6 Solicitud de vacaciones

6.1.7 Amonestaciones a personal

## **6.2 Obligaciones laborales, pagos**

6.2.1 Pago propina 10% TIP

6.2.2 Elaboración de Rol de Pagos

6.2.3 Aportes al IESS

6.2.4 Pago o compensación días trabajados

6.2.5 Pago personal eventual

6.2.6 Control ingreso personal eventual

## **6.3 Servicios**

6.3.1 Servicio de atención médica al personal

6.3.2 Honorarios médicos a huéspedes

6.3.3 Casilleros de personal

6.3.4 Pasantías

6.3.5 Obsequios de huéspedes y clientes al personal

6.3.6 Reunión departamental

6.3.7 Compras del personal en el Gourmet Deli

6.3.8 Ventas al personal de sobrantes Gourmet Deli

6.3.9 Comida de personal eventos

6.3.10 Capacitación de personal

## **6.4 Seguridad y control**

6.4.1 Custodia de llaves

6.4.2 Entrega de periódico habitaciones

6.4.3 Ingreso de material para eventos

6.4.4 Control visitantes

6.4.5 Recepción de mercadería

6.4.6 Sobrante de material de eventos

## **GM            7.            MANTENIMIENTO**

### **2.1.6 Espacios para la realización de Eventos.**

El Hotel Oro Verde Cuenca, cuenta con 5 salones dentro de sus instalaciones. El Hotel cada año es sede de certámenes de gran importancia tanto en Congresos Médicos, Profesionales, como en Convenciones y Reuniones de empresas públicas y privadas, experiencia que permite ofrecer servicios de alta calidad.

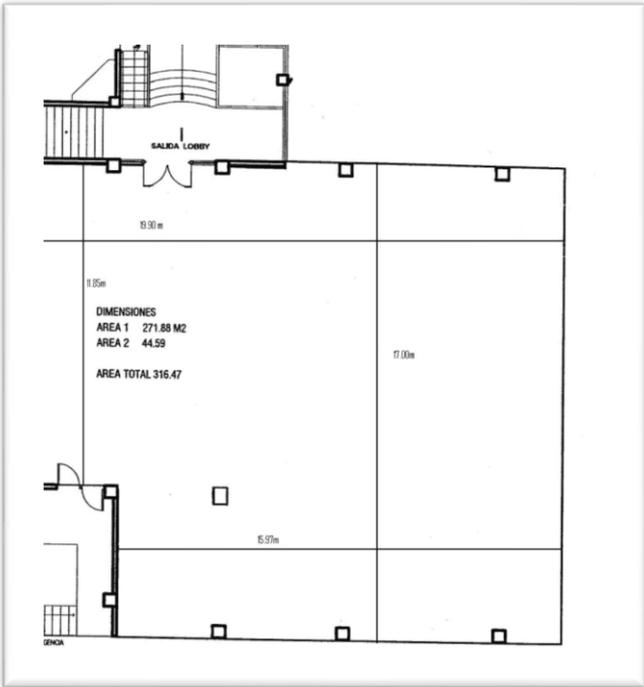
Es muy cotizado para eventos sociales aunque su mayor mercado son los eventos corporativos. Es importante indicar que se está construyendo un nuevo Salón para eventos denominado SALON ORO VERDE con capacidad de 700 personas, el mismo estará listo para el mes de diciembre de 2010, este salón unido a la infraestructura actual permitirá ofrecer los espacios idóneos y de óptima calidad con la máxima flexibilidad para adaptarlos a todas las necesidades de sus clientes.

Al momento ya cuenta con 90 nuevos espacios de parqueo interior el ORO PARKING (donde estaba anteriormente la laguna). En donde también se pueden realizar actividades al aire libre, como dinámicas, noche cuencana, presentaciones artísticas entre otras actividades. Es importante mencionar que este parqueadero mide 90metros x 30metros implica una gran área disponible para una serie de actividades que se pueden desarrollar para el entretenimiento de los huéspedes y ciudadanía cuencana.



**2.1.6.1 Salones para la Realización de Eventos**

**Salón Tomebamba**



Área: 316.47 m<sup>2</sup>

Altura: 3.10m / 3.70m

Ancho: 17.00m

Largo: 19.00m

### **Capacidad del Salón con varios montajes**

Auditorio: 220

Escuela: 100

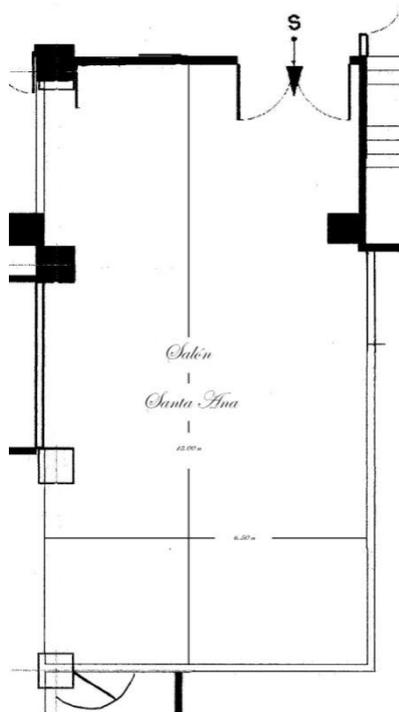
Banquetes: 250

Montaje en U: 45

Mesa en media luna: 160

### **Salón Santa Ana**





Área: 89m<sup>2</sup>

Altura: 1.90m / 2.800m

Ancho: 6.50m

Largo: 13.00m

### **Capacidad del Salón con varios montajes**

Auditorio: 60

Escuela: 36

Banquetes: 50

Montaje en U: 30

Mesa en media luna: 30

## Salón Suizo



Área: 78m<sup>2</sup>

Altura: 7.200m / 11.00m

Ancho: 17.00m

Largo: 19.00m

### Capacidad del Salón con varios montajes

Auditorio: 25

Escuela: 20

Banquetes: 40

Montaje en U: 24

Mesa en media luna: 18



## Salita de Business Center



Ancho: 4.10 m

Largo: 6.10 m

Mesa de Reuniones para 12 personas

### 2.1.6.2 Montajes de acuerdo a los eventos:

De acuerdo al evento, empresarial o social podemos realizar los siguientes tipos de montaje en los salones, atendiendo a las solicitudes de los clientes:



El **montaje en banquete**, es ideal para banquetes, grupos de trabajo, talleres, mesa redonda.



Para presentaciones de productos, Cursos, Jornadas, y otros, es ideal el **Montaje en Escuela**.



El **Montaje en Coctel**, es utilizado para Inauguraciones, Aperturas de Eventos, Bienvenidas y Cierres de Eventos, entre otros.



Los debates, Asambleas, Coloquios, Foros, pueden adquirir el **Montaje en Forma de U** que invitan a facilitar la conversación entre los asistentes.



**Montaje en Teatro** o también conocido como **auditorio**, para conferencias, congresos, convenciones, etc.



Al igual que el montaje en forma de U, el **Montaje en Mesa Imperial** se utiliza para tener un contacto más directo entre los asistentes y favorecer el diálogo entre ellos. Coloquio, Debate, Foro, Talleres, Grupos de trabajo, son algunos de los ejemplos en los que se puede utilizar esta estructura.

Estos son algunos, los más utilizados montajes para la celebración de Eventos, pero existen otros como por ejemplo, **Montaje en Cabaret**, **Montaje en Espiga**, **Montaje en Forma de O**, **Montaje en Forma de V**.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup>14. <http://congresosyjornadas.wordpress.com/salones/montajes/>. (s.f.). Recuperado el Octubre de 2009, de CONGRESOS Y JORNADAS.COM.

### **2.1.6 Oferta de Alimentos**

Dentro de la Oferta de Alimentos para Eventos Sociales y Corporativos el Hotel cuenta con una amplia gama en donde los clientes pueden elegir de acuerdo a preferencias y gustos, igualmente variedad de precios tomando en cuenta sus necesidades y tipo de evento que se desea poner en marcha.

Esta oferta nos podrá servir para eventos internos y actividades de animación turística dentro o fuera del hotel las mismas que serán analizadas y planificadas después de un estudio de mercado en el siguiente capítulo.

#### **2.1.7.1 Bocaditos para Coctel.**

Variedad en bocaditos de sal fríos y calientes y bocaditos dulces.

**Oferta de: \$1,35 (por Bocadito)**

#### **Fríos:**

- ✓ Tartaletas rellenas de Mousse de Trucha ahumado con Queso crema y Mango
- ✓ Canapé con Medallones de Pollo rellenos de Espinaca y Queso crema con Nuez
- ✓ Profiteroles rellenos de Crema agria batida con Vodka, Eneldo y Camarones
- ✓ Canapé de Camarón con Manzana caramelizada y Crema de Eneldo
- ✓ Tartaletas de Morrones asados y Mousse de Queso y Aceitunas
- ✓ Enrollados de Jamón y Palmito con Mostaza Dijon
- ✓ Rollito de Mango (tipo Sushi)

- ✓ Rollito de Aguacate (tipo Sushi)
- ✓ Rollito de Philadelphia y Frutilla (tipo Sushi)

**Calientes:**

- ✓ Mini Lomo de Res albardado en Salsa de Café y Amaretto
- ✓ Mini Brocheta de Pollo en Salsa de Durazno
- ✓ Mini Empanada Argentina de Carne
- ✓ Croqueta de Pavo con Frutilla
- ✓ Hojaldre con Hongos silvestres
- ✓ Quiche de Espinaca y Tocino
- ✓ Mini Empanada de Verde rellena de Queso
- ✓ Mini Salchicha con Mostaza Dijon en Hojaldre
- ✓ Mini Empanada Chilena
- ✓ Champiñón relleno de Chorizo
- ✓ Calamares a la Romana con Coco

**Oferta de: \$1,80 (por Bocadito)**

**Fríos:**

- ✓ Tartaletas con Láminas de Salmón ahumado, Mango y Alcaparra
- ✓ Canapé de Pera al Porto y Pavo
- ✓ Tartaletas de Queso azul, Nuez y Uva roja
- ✓ Canapés con Cangrejo y Hongos curados
- ✓ Enrollado de Roast-Beef con Vegetales Primavera en Salsa asiática
- ✓ Maki Roll de Salmón
- ✓ Maki Roll de Kanikama
- ✓ Maki Roll de Atún

**Calientes:**

- ✓ Champiñón relleno de Quinoa y Chorizo gratinado
- ✓ Brochetas de Pavo confitado con Jengibre con Perlas de Melón

- ✓ Pinzas de Cangrejo en Costra de Ajonjolí y Semillas de Cilantro en Miel de
- ✓ Cardamomo
- ✓ Langostino Tempura con Mayonesa picante al Estilo japonés
- ✓ Brochetas de Lomo fino de Res glaseado con Soya y Ajonjolí
- ✓ Alitas de Pollo Teri-yaki
- ✓ Croquetas de Corvina con Ají de Mango
- ✓ Mini Filet – mignon en Salsa de Moras

**Oferta de: \$1,00 (por Bocadito)**

**Dulces:**

- ✓ Trufas de Café
- ✓ Tartaletas de Frutas
- ✓ Mini Brownies
- ✓ Teja crocante de Coco con Crema de Menta y Uvas glaseadas
- ✓ Mini Cheese – Cake de Mora
- ✓ Mini Mil –Hojas con Crema de Bailey’s
- ✓ Minis Profiteroles rellenos de Mousse de Manjar y Nueces
- ✓ Mini Strudel de Peras y Macadamias
- ✓ Frutillas con Smoking de Chocolate
- ✓ Trufas de Coco
- ✓ Trufas de Leche

**2.1.7.2 Box Lunch**

Tenemos dos opciones a elegir, normalmente los box lunch se ofrece a las Agencias de Viajes o Guía Free Lance; están disponibles también en la Oferta del Gourmet Deli. Esta es una buena opción para grupos que salgan hacer actividades de animación fuera del Hotel

## **Sugerencias**

### **1. Oferta: \$ 9.90**

- ✓ Fruta para escoger entre Plátano, Manzana o Pera 2unid.
- ✓ Sándwich frío para escoger entre Pollo, mixto o Vegetariano 1 unid.
- ✓ Jugo de Frutas (jugo deli vida) 1 unid.
- ✓ Botella de Agua 1 unid.
- ✓ Cup Cake 1 unid.
- ✓ Praliné 2 unid.

### **2. Oferta: \$ 8.90**

- ✓ Ensalada de Frutas
- ✓ Sándwich frío mixto, pollo o vegetariano 1 unid.
- ✓ Jugo de Frutas (jugodelivida) 1 unid.
- ✓ Botella de Agua 1 unid.
- ✓ Cup Cake 2 unid.

#### **2.1.7.3 Almuerzo o Cena Buffet.**

Tenemos 3 tipos de Buffet, que son elegidos por el cliente de acuerdo a la importancia del evento tomando en cuenta varios aspectos como: tipo de evento,

número de personas, horarios de servicio, son variables importantes que nos ayudan a definir el adecuado tipo de buffet a servirse. El cliente de acuerdo al buffet elegido podrá elegir las opciones de un amplio listado elaborado por el Chef Ejecutivo, así mismo podrá asistir al cliente dando sugerencias.

#### **2.1.7.4 Menues Infantiles.**

Para los pequeños tenemos también variedad de platillos, los mismos que se ofrecen en el Restaurante como en eventos sociales, siempre es importante tomar en cuenta las preferencias de los niños para que ellos también, se sientan a gusto en el evento.

#### **Oferta: \$4.50**

- ✓ Hamburguesa de Res con Papas fritas
  
- ✓ Hot-Dog con Papas fritas
  
- ✓ Nuggets de Pollo con Papas fritas
  
- ✓ Spaghetti allá Napolitana

#### **2.1.7.5 Coffe Break para la mañana o tarde:**

Este tipo de servicio de alimentación es frecuente en eventos corporativos, normalmente se brinda un coffe break o también conocido como refrigerio, el mismo puede ser ligero o reforzado, estos se sirven en: Seminarios, conferencias, charlas científicas, congresos, convenciones, talleres, etc.

**Oferta: \$4.50** 1 Opción de Bocadito, Café, Té, 2 Jugos de Frutas, Gaseosas y Agua

**Oferta: \$5.40** 2 Opciones de Bocaditos, Café, Té, 2 Jugos de Frutas, Gaseosas y Agua

**Oferta: \$5.90** 3 Opciones de Bocaditos, Café, Té, 2 Jugos de Frutas, Gaseosas y Agua

**Oferta: \$7.50** 4 Opciones de Bocaditos, Café, Té, 2 Jugos de Frutas, Gaseosas y Agua

### **Opciones de Bocaditos a elegir:**

#### **Fríos**

- ✓ Sándwich de Pernil con Mayonesa picante en Pan de Huevo
- ✓ Sándwich de Pollo al Curry y Pistacho en Pan molde
- ✓ Sándwich de Atún con Cebolla Puerro en Pan molde
- ✓ Sándwich de Roast-beef con Mostaza en Grano en Pan de Cebolla
- ✓ Sándwich de Pavo y Champiñones en Pan Baguette
- ✓ Canapé de Mouse de Trucha ahumada
- ✓ Canapé de Salmón con Queso crema al Eneldo
- ✓ Tostada mediterránea con Mariscos al Olivo y Estragón
- ✓ Rollo de queso de hoja y jamón serrano
- ✓ Tostada Caprese con Queso Mozzarella y Tomate
- ✓ Enrollado de Roast-beef con Vegetales Primavera en Salsa asiática

#### **Calientes**

- ✓ Mini Hamburguesa
- ✓ Brocheta de Pollo en Salsa de Queso azul

- ✓ Brocheta mixta Mar y Tierra, Lomo fino de Res y Camarón en Salsa de Naranjilla
- ✓ Empanadas de Viento con Queso y Menta
- ✓ Empanada de Hojaldre de Cerdo Cajun y Nuez
- ✓ Croqueta de Verde rellena a los 4 Quesos
- ✓ Croquetas de Yuca y Queso Parmesano
- ✓ Tortilla Española criolla con Papas, Cebollas y Chorizo
- ✓ Champiñón relleno de Quinoa con Queso de Cabra
- ✓ Mini Vol-au-vent de Mariscos a la Mostaza Dijon
- ✓ Mini Crepes de Jamón Serrano y Duxel de Champiñones
- ✓ Mini Sándwich de Pollo Teriyaki

### **Dulces**

- ✓ Torta Selva Negra
- ✓ Torta Sacher
- ✓ Mini Berlina rellena
- ✓ Torta de la Casa
- ✓ Torta de Mousse de Frutilla
- ✓ Mousse de Maracuyá
- ✓ Pie de Manzana
- ✓ Strudel de Manzana
- ✓ Tartaleta de Frutas
- ✓ Cheese-Cake de Moras
- ✓ Capuchino de Mousse de Chocolate y Café

### **Jugos**

- ✓ Sandía
- ✓ Melón
- ✓ Papaya
- ✓ Piña
- ✓ Naranjilla

- ✓ Guanábana
- ✓ Tomate de Árbol
- ✓ Naranja
- ✓ Maracuyá

### 2.1.7.6 Desayunos

Los desayunos se sirven en reuniones de trabajo de empresas o compañías, cuando tenemos algún grupo de turistas piden se sirva un solo tipo de desayuno para todo el grupo siendo en este caso un desayuno típico, en eventos sociales como bautizos y Primera Comunión, los clientes ya no se inclinan mucho a realizar un almuerzo o cena, sino más bien eligen hacer un desayuno buffet o brunch dependiendo la hora de la ceremonia.

#### **Buffet de Desayuno \$14.90**

- ✓ 7 variedades de Panes
- ✓ 2 variedades de Postres
- ✓ 1 Ceviche
- ✓ 3 variedades de Frutas picadas
- ✓ Ensalada de Frutas
- ✓ 2 variedades de Compotas de Frutas
- ✓ 3 variedades de Cereales
- ✓ Copa Suiza
- ✓ 2 variedades de Yogures
- ✓ 2 variedades de Jugos de Frutas
- ✓ Huevos revueltos con queso, jamón o tocino
- ✓ Mini-Pizza
- ✓ Mini-Quiche

- ✓ Tocino crocante
- ✓ Salchicha desayunera

**Buffet “Brunch”: \$ 19.50**

- ✓ 7 variedades de Panes
- ✓ 2 variedades de Postres
- ✓ 2 Ceviches
- ✓ 3 variedades de Frutas picadas
- ✓ Ensalada de Frutas
- ✓ 2 variedades de Compotas de Frutas
- ✓ 3 variedades de Cereales
- ✓ Copa Suiza
- ✓ 2 variedades de Yogures
- ✓ 2 variedades de Jugos de Frutas
- ✓ Huevos revueltos con queso, jamón o tocino
- ✓ Mini-Pizza
- ✓ Mini-Quiche
- ✓ Tocino crocante
- ✓ Salchicha desayunera
- ✓ 1 Espejo de Patés, Fiambres y Quesos
- ✓ 2 Ensaladas
- ✓ 1 Sopa
- ✓ 2 variedades de Fuertes
- ✓ 2 variedades de Guarniciones
- ✓ 1 Pieza para Trinchar

**Desayunos Servidos**

**Desayuno Continental: \$ 6.50**

- ✓ Café, Té o Chocolate
- ✓ Jugo fresco de Frutas y Plato de Frutas (Papaya, Piña, Sandía o Melón)
- ✓ Cesta de Pan (4 Variedades)
- ✓ Mermeladas

- ✓ Mantequilla

#### **Desayuno americano \$ 7.90**

- ✓ Café, Té o Chocolate
- ✓ Jugo fresco de Frutas y Plato de Frutas (Papaya, Piña, Sandía o Melón)
- ✓ Cesta de Pan (4 Variedades)
- ✓ Huevos revueltos o Tortilla a elección con Jamón, Queso o Tocino
- ✓ Mermeladas
- ✓ Mantequilla

#### **Desayuno Morlaco: \$9.90**

- ✓ Café, Té o Chocolate
- ✓ Jugo fresco de Frutas y Plato de Frutas (Papaya, Piña, Sandía o Melón)
- ✓ Mote Pillo
- ✓ Lomo de Res en su Jugo con Arroz blanco
- ✓ Cesta de Pan (4 Variedades)
- ✓ Mermeladas
- ✓ Mantequilla

#### **Desayuno Suizo: \$ 9.50**

- ✓ Café, Té o Chocolate
- ✓ Jugo Tutti – Frutti y Plato de Frutas (Papaya, Piña, Sandía o Melón)
- ✓ Cesta de Pan (4 Variedades)
- ✓ Copa Suiza (Avena Bircher)
- ✓ Huevos revueltos o Tortilla a elección con Jamón, Queso o Tocino
- ✓ Mermeladas
- ✓ Mantequilla

### **2.1.7.7 Almuerzos o Cenas Típicas**

Estos menues se sirven normalmente en eventos donde la mayor parte de asistentes son de otras ciudades hasta de otros países, también se puede ofrecer a

un grupo de turistas que requieren el mismo menú para todos y que desean degustar de la gastronomía cuencana. Cuando se dan eventos a domicilio en Haciendas, en áreas rurales normalmente suelen pedir un menú de este tipo

**Oferta: \$19.80**

- ✓ Sinfonía de Tamales (Papa, Maíz y Arroz) con sus Salsas
- ✓ Locro de Sambo con Fréjol blanco
- ✓ Sorbet de Tomate de Árbol a la Hierba Luisa
- ✓ Hornado con Cascara, Llapingachos, Mote Pillo y Tomate sobre Lechuga crespa
- ✓ Torta de Camote con purchaperro

**Oferta: \$16.00**

- ✓ Bonitísimas con quesillo fresco y ají
- ✓ Caldo de Patas
- ✓ Fritada criolla
- ✓ Papas con Pepa y/o Llapingachos, Arroz amarillo,
- ✓ Mote pillo, Maduro frito, Encebollado sobre Lechuga, Aguacate
- ✓ Espumilla de Guayaba y variedades de Helado de Paila

### **2.1.7.8 Almuerzos o Cenas para Eventos Sociales**

Tenemos una amplia variedad de menues que se ofrecen únicamente para evento sociales ya sean en el día o en la noche, estos menues están a elección del cliente el mismo que pueden intercambiar los platos de una misma oferta de acuerdo a gustos y preferencias. Los precios varían de acuerdo a la sofisticación de cada menú. Muchas veces el cliente no desea que se le incluya el postre, ya que desea traer una torta, nosotros permitimos al Cliente proveer de torta, licor, bocaditos dulces, música y arreglos florales cuando son eventos de carácter social, en este

caso podremos eliminar el postre del menú bajando el valor de \$1.00. de cualquier oferta elegida.

**Oferta: \$16.50 (3 cursos – entrada, plato fuerte y postre)**

**MENU 1**

- ✓ Crema de remolacha al hinojo y salmón.
- ✓ Guiso de pollo a las antiguas reglas (tocino ahumado, anchoas, pimientos, aceitunas, alcaparras y chorizo), arroz a la crema de cúrcuma
- ✓ Milhojas de crema de amaretto con fresas y helado de café.

**MENU 2**

- ✓ Ensalada veranera (variedad de lechugas, palmito, fresas, melón y aderezo de yogurt, pistacho y queso azul).
- ✓ Corvina en salsa cremosa de camarones y mejillones, arroz a la crema y choclo.
- ✓ Bohemios con cobertura de chocolate y crema de whisky.

**Oferta: \$18.50 (3 cursos – entrada, plato fuerte y postre)**

**MENU 1**

- ✓ Langostas de agua dulce al horno y salsa pernod, con ensalada florida de hojas y brotes.
- ✓ Suprema de pollo en salsa de ajos y olivas, risotto a la española (morrón, chorizo español y setas) y atados de vainita francesa y cebollino.
- ✓ Pecan pie con helado de vainilla mexicana.

**MENU 2**

- ✓ Pulпитos al azafrán y tomillo sobre perlas de calabacín al panko.
- ✓ Lomo fino de res al carbón en salsa de tres hongos y malbec, papas duquesa y vainita francesa con queso de tequila y orégano.

- ✓ Torta de Chocolate y helado de café.

### **MENU 3**

- ✓ Ensalada mediterránea (variedad de lechugas, tomate cherry, queso ricota, atún, huevo de codorniz y anchoas con aderezo de miel balsámica).
- ✓ Salmón en salsa cremosa de almejas blancas, enrollados de zucchini al carbón y prosciutto, cous-cous al orégano y limón.
- ✓ Higos hervidos en chardonnay y miel sobre salsa de yogurt y crocante de nueces.

**Oferta: \$19.90 (4 cursos – entrada, sorbet, plato fuerte y postre)**

### **MENU 1**

- ✓ Rollo de phyllo relleno de cordero al dijon sobre calabacines al carbón y vinagreta de champagne.
- ✓ Sorbet de Hierba buena y champagne
- ✓ Lomo fino de cerdo relleno de camarones en salsa marinara (ajo, perejil, ají y pomodoro) con arroz salvaje y espárragos a la mantequilla.
- ✓ Mini Pie de Limón con Helado de Menta.

### **MENU 2**

- ✓ Sopa de flor de calabaza, gruyere y brandy.
- ✓ Sorbet Cosmopolitan Granito
- ✓ langostinos al panko de tomillo, sobre tártaro de aguacate, papa y maíz dulce y salsa fría de corvina marinada.
- ✓ Panecillo de Chocolate fresas y crema fresca.

### **2.1.7.9 Menues Light**

Estos menues, están elaborados principalmente para clientes que tienen una dieta especial, frecuentemente se ofrece a grupos de turistas de la Tercera edad que están acostumbrados a comer de una dieta no alta en grasas, carbohidratos, azúcar, etc. personas que prefieren comida blanda y liviana. En eventos también se suele ofrecer esta variedad de platos.

**Oferta: \$16.90**

#### **MENU 1**

- ✓ Sopa de Pollo con Vegetales
- ✓ Paillard de Res a la Parrilla sobre Ensalada de rúcula y tomate sherry a la vinagreta de Estragón
- ✓ Ensalada de Frutas con Sorbet de Limón

#### **MENU 2**

- ✓ Ensalada de Lechugas verdes y Frutas con Vinagreta de Maracuyá
- ✓ Escalopa de Lomo fino de Cerdo y Vegetales asados al Balsámico
- ✓ Pera al Vino tinto bañado de Chocolate con frutas del bosque.

#### **MENU 3**

- ✓ Consomé de Res con Tomates concassé
- ✓ Pechuga de Pollo al Grill con Ensalada de radicchio y rúcula con Salsa de Yogurt
- ✓ Pie de Manzanas a la Manera de Antaño con Sorbet de Moras

### **2.1.7.10 Menues para Seminarios.**

Estos menues están elaborados para eventos corporativos tales como: seminarios, convenciones, talleres, congresos, etc., en donde normalmente el cliente suele pedir el servicio de coffe break - almuerzo – coffe break. Además los platos que se ofrecen no son pesados debido a que los asistentes a cualquiera de los eventos

mencionados, debe de estar atento a las exposiciones, conferencias, charlas, se ha diseñado menues que no provoquen en los asistentes llenura y por ende cansancio y pesadez.

**Oferta: \$ 16.80**

#### **MENU 1**

- ✓ Crema de tomates pasas y tocino.
- ✓ Guiso de pollo a las antiguas reglas (tocino ahumado, anchoas, pimientos, aceitunas, alcaparras y chorizo), arroz a la crema de cúrcuma.
- ✓ Higos hervidos en chardonnay y miel sobre salsa de yogurt y crocante de nueces.

#### **MENU 2**

- ✓ Ensalada veranera (variedad de lechugas, palmito, fresas, melón y aderezo de yogurt, pistacho y queso azul).
- ✓ Cochón creole (medallones de lomo fino de cerdo) en salsa de Jack Daniel's (melaza, bourbon, camarón y semillas de amapola), choclo a la crema de parmesano regiano y puré gratinado de camote.
- ✓ Milhojas de crema de amaretto con fresas y helado de café.

#### **MENU 3**

- ✓ Crema de aguacate y camarones.
- ✓ Lomo de buey relleno de tomates pasas, queso de cabra y chipotle, salsa de whisky y hongos secos, ravioli de ricota y espárragos salteados.
- ✓ Bohemios con cobertura de chocolate y crema de whisky.

#### **MENU 4**

- ✓ Trío de tártaros de Pescado
- ✓ Suprema de pollo en salsa de ajos y olivas, risotto a la española (morrón, chorizo español y setas) y atados de vainita francesa y cebollino.
- ✓ Pecan pie con helado de vainilla mexicana.

## **MENU 5**

- ✓ Aguacate relleno de cangrejo gratinado al gruyere con salsa fra diávolo
- ✓ Lomo fino de cerdo relleno de camarones en salsa marinara (ajo, perejil, ají y pomodoro) con arroz salvaje y espárragos a la mantequilla.
- ✓ Torta negra de jueves santo

### **2.1.7.11 Menú Turístico.**

Esta opción que brinda el Hotel Oro Verde a sus clientes especialmente a las Agencias de Viajes de la Ciudad y del resto del País, se incluye paquetes de alojamiento y alimentación completa. En el paquete se incluye el valor de almuerzos y cenas de acuerdo a los requerimientos que indique la Agencia contratante, este valor no incluye bebidas alcohólicas y no alcohólicas debido a que la mayoría de Agencias no cubren con estos gastos, el momento que es el almuerzo o cena se les pasa a todas las personas este menú turístico (tipo carta) para que pidan lo que ellos deseen (entrada, plato fuerte y postre).

**Oferta: \$11.50**

### **Ensaladas**

- ✓ Ensalada mediterránea (lechugas, aceitunas, alcaparras, queso, atún y huevos de codorniz)
- ✓ Ensalada Caprese con Queso Mozzarella, Tomate y Albahaca
- ✓ Ensalada veranera (lechugas, nueces, pasas, naranja, fresa y queso azul)

## **Sopas**

- ✓ Locro de Papas con Aguacate
- ✓ Sopa de Pollo con Legumbres
- ✓ Crema de calabaza

## **Platos fuertes**

- ✓ Escalopas de pollo en salsa de maracuyá, vegetales a la plancha, papas salteadas en mantequilla.
- ✓ Tournedos de Res al Cabernet-Sauvignon, Arroz blanco y Juliana de Legumbres
- ✓ Papillote de corvina al chardonnay y tomillo, tomate relleno de arroz a la crema de choclo
- ✓ Lasagna de vegetales y lechugas y tomates al olivo y alcaparras.

## **Postres**

- ✓ Tartaleta de frutas frescas.
- ✓ Torta mojada de Chocolate
- ✓ Ensalada de Frutas
- ✓ Cheese-Cake con salsa de frutas rojas
- ✓ Copa helada de la Casa
- ✓ Flan de Caramelo

### **2.1.7.12 Té de La Tarde.**

Este servicio está diseñado principalmente para celebrar pequeñas reuniones de amigas, compañeras de trabajo, babyshower, despedidas, cumpleaños, etc. Es té de la tarde o también conocido como Té de Damas se lo puede realizar en el Oro Café o también en un Salón privado de acuerdo al número de personas invitadas. Se ofrece lo siguiente.

**Oferta: En Oro Café \$10.50 en Salón Privado \$13.00**

**Bebidas:**

- ✓ Coctel de Bienvenida
- ✓ Bebidas calientes (Café, Té, Aguas aromáticas, Chocolate)

**Buffet de Bocaditos****Fríos:**

- ✓ Display de Jamones y Quesos
- ✓ 3 variedades de Pan
- ✓ Copa Suiza
- ✓ Ensalada de Frutas
- ✓ 1 Ensalada
- ✓ 4 Sándwiches
- ✓ 3 Frutas picadas
- ✓ 2 Compotas de Frutas
- ✓ 2 Yogurts
- ✓ 3 Jugos de Frutas

**Calientes:**

- ✓ 8 Bocaditos calientes en Samovares

**Dulces:**

- ✓ 8 Bocaditos de Postres

**2.1.8 Oferta de Bebidas.**

Para eventos que se realizan en el Hotel, se ofrece una variedad de bebidas tanto nacionales como importadas. En todos los eventos se incluye el rubro de Bebidas

no alcohólicas ilimitadas que incluye: Gaseosas, agua mineral y hielo, por un precio de \$2.50 por persona. Sobre los licores, se recomienda al cliente proveer el cliente, más si el cliente desea que los licores provee el hotel tenemos los siguientes a elección del Cliente:

**Vinos Blancos:**

	<b>½ botella</b>	<b>Botella</b>
Chaupi Estancia		35.00
Palomino		
Cono Sur	15.00	28.00
Chardonnay		
Misiones de Rengo, Reserva		37.00
Chardonnay		
Canepa, Finísimo		55.00
Sauvignonblanc		
Concha y Toro, Casillero del Diablo	16.00	30.00
Sauvignonblanc		
Luigi Bosca, Reserva		56.00
Chardonnay		
Norton, Perdriel		38.00
Sauvignonblanc		
Navarro Correas, Colección Privada		47.00
Chardonnay		

Marqués de Riscal		52.00
Blanco Rueda		
<b>Vinos Rosados:</b>		
	<b>½ botella</b>	<b>Botella</b>
Canepa		20.00
White Zinfandel		
<b>Champagne y Espumantes</b>		
VueveClicquot		260.00
Brut		
Freixenet, Carta nevada		39.00
Semi Seco		
Concha y Toro		27.00
Brut		
<b>Vinos Tintos:</b>		
	<b>½ botella</b>	<b>Botella</b>
Chaupi Estancia		45.00
Meritage “Alyce”		
Cono Sur		26.00
Cabernet-Sauvignon		
Misiones de Rengo, Reserva		37.00
Cabernet-Sauvignon – Syrah		
Canepa, Finisimo		55.00
Cabernet-Sauvignon		

Canepa, Reserva		49.00
PinotNoir		
Montes, Alpha		59.00
Merlot		
Concha y Toro, Casillero del Diablo	16.00	30.00
Cabernet-Sauvignon		
Norton, Perdriel		38.00
Cabernet-Sauvignon		
Terrazas, Reserva		86.00
Malbec		
Alto las Hormigas		41.00
Malbec		
Navarro Correas, Colección Privada		47.00
Syrah		
Calvet		79.00
Châteauneuf-du-Pape		
Marqués de Riscal		42.00
Tempranillo		
Chivite, Gran Feudo		36.00

Gran Reserva	
Austum, D.O.	48.00
Ribera del Duero	
Bardolino, DOCG	38.00
Rondinella	

**Whisky:**

	<b>Trago</b>	<b>Botella</b>
Ballantines 12 años	6.50	92.00
Johnny Walker red	5.50	58.00
Johny Walker black	7.80	130.00
Jack Daniel´s	6.50	130.00
Buchanan´s	7.80	119.00
Dimple	7.80	105.00
Chivas Regal	7.80	112.00
Grants 12 años	6.50	78.00
Glennfiddich 12 años	7.80	88.00
Glennfiddich 18 años	12.00	160.00

**Ron:**

	<b>Trago</b>	<b>Botella</b>
Appleton Estate	3.50	35.00
Bacardi Blanco y dorado	3.50	32.00
Matusalem Blanco	3.80	39.00

Matusalem dorado	4.20	45.00
San Miguel 5 años	2.80	20.00
Habana Club		28.00

**Gin:**

**Trago**

Tanqueray	4.50
Beefeater	4.50
Gordon´s	4.50

**Vodka:**

**Trago**

**Botella**

Absolut	3.50	
Finlandia	3.20	
Smirnoff	3.20	45.00
Stolichnaya	3.20	

**Tequila**

**Trago**

José Cuerva Dorado, blanco	4.00
José Cuervo Tradicional.	6.00

**Bebidas No alcohólicas y Alcohólicas Individuales:**

Cuando tenemos reservas de grupos de turistas por parte de las Agencias de Viajes con menues especiales para todo el grupo, las bebidas no incluyen en el paquete que las Agencias lo venden, por tal razón, el hotel ofrece una variedad de bebidas

de la oferta del restaurante para que cada huésped consuma de acuerdo a su preferencia.

A todos los precios indicados tanto en alimentos como bebidas adicionamos el 12% de IVA y el 10% de Servicio

<b>BEBIDAS</b>	<b>PRECIOS</b>
Jugo de frutas	\$2.00
Gaseosa	\$1.80
Gaseosa Light	\$2.20
Agua Sin Gas	\$1.30
Agua Con Gas	\$1.30
Guitig en Botella de vidrio peq.	\$1.80
Agua Evian	\$2.80
Copa de vino tinto ( De la casa)	\$5.20
Copa de vino blanco (De la casa)	\$5.20
Copa de Vino Merlot tinto o blanco	\$6.80
Café negro, con leche o descafeinado	\$1.50
Capuchino	\$1.70
Café Espresso	\$1.70
Aguas Aromáticas	\$1.40
Canelazo	\$2.00
Té	\$1.20
Moccacchino	\$1.50
Pilsener	\$1.80
Pilsener Light	\$1.60
Club	\$1.80
Brahma	\$1.80
Heineken	\$2.50
Corona	\$2.50
Franziskaner Hefeweizen	\$4.50

### **2.1.9 Proveedores Externos:**

Debido a que el Hotel no cuenta con ciertos servicios, ha realizado una gestión conociendo a diferentes proveedores de productos y servicios en la Ciudad de Cuenca, después de un estudio de los mismos en lo que se refiere a calidad de servicios, responsabilidad y puntualidad en la entrega de productos, se ha elaborado una lista de proveedores, los mismos que para eventos internos o de

clientes, los contratamos directamente o si el cliente prefiere contratarlos le damos nuestras sugerencias.

### **Listado de Proveedores:**

#### **CUARTETO DE MUSICA DE CAMARA**

Marco Saquicela 2838098 098500871 095964166 095964166

#### **ORQUESTA: MAMBO DIABLO**

Antonio Orellana 2810-290 /098 89 47 87

#### **GRUPO MÚSICA INSTRUMENTAL**

Polivio Mejía 2819826

Ecuador BrassDinoPaccha 099764682 092137659

#### **GRUPO MUSICA VARIADA HASTA BAILABLE BAHAREQUE**

Manolo Salamea 2820178 2825076 098673709

SARABA Giovanni Astudillo 099855843

#### **DUO CON GUITARRAS MUSICA VARIADA BALADAS, BOLEROS, MAS MOVIDAS**

Freddy y Oswaldo 098068780

Ricardo Echeverría 098257545

Luis Pesántez 094574395

#### **SOLISTAS**

Vanessa Regalado 2839-504 096-793-838

Juan Carlos Cerna (tenor) 097-319327

Carola Cedillo 409 7081

José Antonio León: 084996546

### **GRUPOS FOLCKORICOS**

Expresión latinoamericana- Srta. Yolanda Neira 072 884694

Andino: Iván Ruiz 2862213

Baile Árabe: JulietTouma 022-388-982

### **JUEGO PIROTECNICOS:**

Manuel Santos Baculima o Patricio Baculima 2818-677 2812-594

### **BANDA DE PUEBLO**

Sr. Benavidez 2815039

### **BATUCADA, HORAS LOCAS, BAILARINAS**

GRUPO TULUNMANYA 084157854 2 885449

SR JUAN ARIAS DIRECTOR

### **CARITAS PINTADAS SHOW PARA NIÑOS:**

Pablo Vidal: 084349700

### **FLORES**

Entre Pétalos y Decoraciones Sr. Esteban Pozo 2835-248 097-005-780

Quirú Creaciones 2826-700

Sra. Magdalena Vintimilla De Zafra 2 811-292

Persa Flor 2 815-796

Diseño Floral y Eventos. Sr Diego Torres: 2882069 / 095110765

## **EQUIPOS DE AMPLIFICACION APOYO DJ**

La Máquina del Sonido Sr. Hugo Mendieta 2 840413 099573500

Babaloo Producciones Fernando Saquicela 2 801-336 096138021

DJ Mano Negra 099-618-993

Javier Mayancela 2807- 498

## **TORTAS ESPECIALES Y DULCES BLANCOS Y ARABES**

SPOON Sra. Fanny Matovelle 2853-252

Dulces de Corpus: Ma Isabel Carchi 2814-792

Frutilados: 2886-118

Isabel Alvarado 2814-139

Amaní: dulces árabes 042-388-987

Dulzuras: Verónica Abad 4089987 / 099501352

## **MANTELERIA DE COLORES O ESPECIAL, LAZOS PARA SILLAS**

Casa Real 2836-285

Casa del Banquete 2 856-456

## **PROVEEDOR HORA LOCA**

Ovante Eventos Johanna Rodas 2385-092 084272949

## **ALQUILER DE VESTIDOS DE NOVIA**

Novias Y Bodas: 2887-983

D'Novios: 2881-250

## **FOTOGRAFOS SOCIALES**

Jesús Heras 093-670-448 (Mercurio)

José Heras 098-490-210 (Tiempo)

## **FOTOGRAFÍA**

Tania Ordoñez 2834-389

Patricio Bravo 099-956-322 2843-090 (filmación)

## **ORGANIZADORES DE EVENTOS**

Gabriela Granda 091-529-753

Gabriela Vélez 093-177-676 (Eco comunicaciones)

Cecilia Calderón 098-478-109

Katherine Deleg 092-831-922 / Dorian Coronel 095-001-609

Ernesto Dávila 098-060-234 (Protocolo)

## **TRANSPORTE**

Felipe Picón 097-522-797 (Line Tours)

Van Service Jaime Córdova 2816-409

Ivan Vicuña 2865-070

Carmen Rodríguez 2875-839 2810020 (Guía)

## **TARJETAS**

Antonella 2849-233 099-429-108

## **TRADUCCION SIMULTÁNEA**

Stoes: 046-001-113 / 046-003-979 Dra. Tania Intriago 099-086-873

Quito: 022-600-1033

## **MAESTROS DE CEREMONIA**

Karina Crespo 093-008-725

Ana Ma Apolo 2853-506

Patricio Orellana 098-894-787 2810-290

## PROTOCOLO / MODELOS

Patricia Hidalgo: 091-550-470 2844283

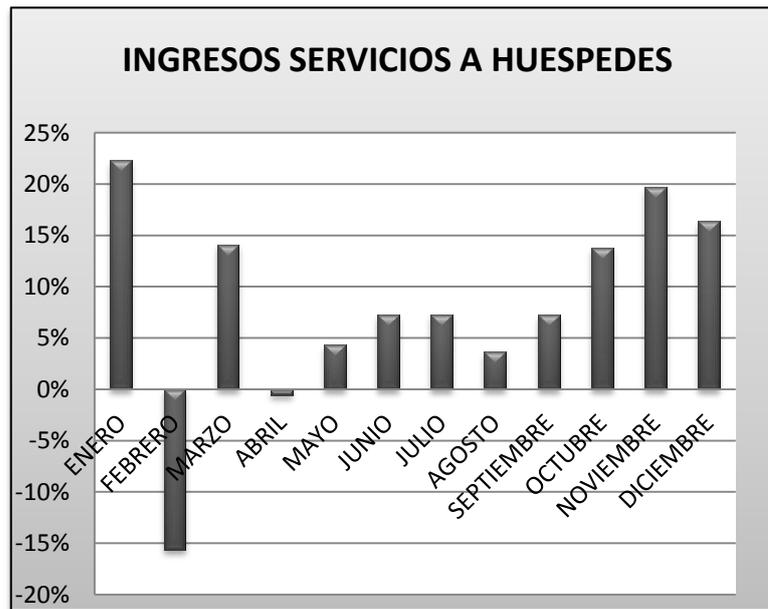
Kerly Pulla cel 095332729 o 2807082

### 2.1.10 Ingresos Mensuales y anuales por punto de venta.



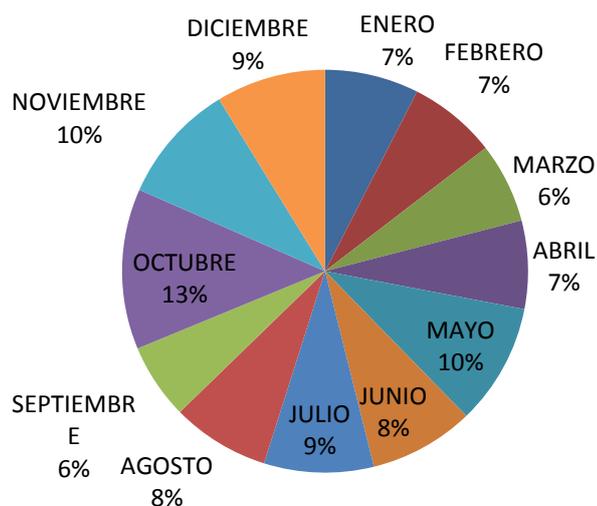
<b>ENERO</b>	50283,66	7%
<b>FEBRERO</b>	39468,17	6%
<b>MARZO</b>	48844,88	7%
<b>ABRIL</b>	47063,31	7%
<b>MAYO</b>	73588,6	10%
<b>JUNIO</b>	57723,03	8%
<b>JULIO</b>	67573,9	10%
<b>AGOSTO</b>	63681,38	9%
<b>SEPTIEMBRE</b>	58728,26	8%
<b>OCTUBRE</b>	82285,31	12%
<b>NOVIEMBRE</b>	79850,62	11%
<b>DICIEMBRE</b>	39129,32	6%

**TOTAL** 708220,44 100%



<b>ENERO</b>	201,00	22%
<b>FEBRERO</b>	-140,67	-16%
<b>MARZO</b>	127,20	14%
<b>ABRIL</b>	-5,00	-1%
<b>MAYO</b>	39,01	4%
<b>JUNIO</b>	65,52	7%
<b>JULIO</b>	65,90	7%
<b>AGOSTO</b>	33,00	4%
<b>SEPTIEMBRE</b>	65,36	7%
<b>OCTUBRE</b>	124,42	14%
<b>NOVIEMBRE</b>	177,57	20%
<b>DICIEMBRE</b>	147,77	16%
<b>TOTAL</b>	901,08	100%

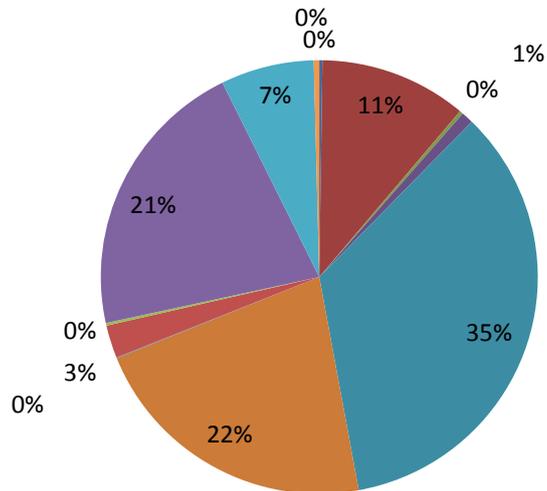
## INGRESOS ALIMENTOS ORO CAFE



<b>ENERO</b>	21488,52	7%
<b>FEBRERO</b>	20243,87	7%
<b>MARZO</b>	18446,25	6%
<b>ABRIL</b>	20348,67	7%
<b>MAYO</b>	27962,9	10%
<b>JUNIO</b>	24064,1	8%
<b>JULIO</b>	25105,9	9%
<b>AGOSTO</b>	22458,04	8%
<b>SEPTIEMBRE</b>	17397,98	6%
<b>OCTUBRE</b>	37031,94	13%
<b>NOVIEMBRE</b>	27705,26	10%
<b>DICIEMBRE</b>	25114,2	9%
<b>TOTAL</b>	287367,63	100%

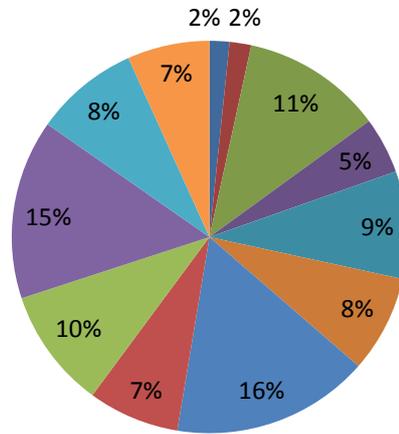
## INGRESOS DE ALIMENTOS CABANA SUIZA

■ ENERO     ■ FEBRERO     ■ MARZO     ■ ABRIL  
■ MAYO     ■ JUNIO     ■ JULIO     ■ AGOSTO  
■ SEPTIEMBRE     ■ OCTUBRE     ■ NOVIEMBRE     ■ DICIEMBRE



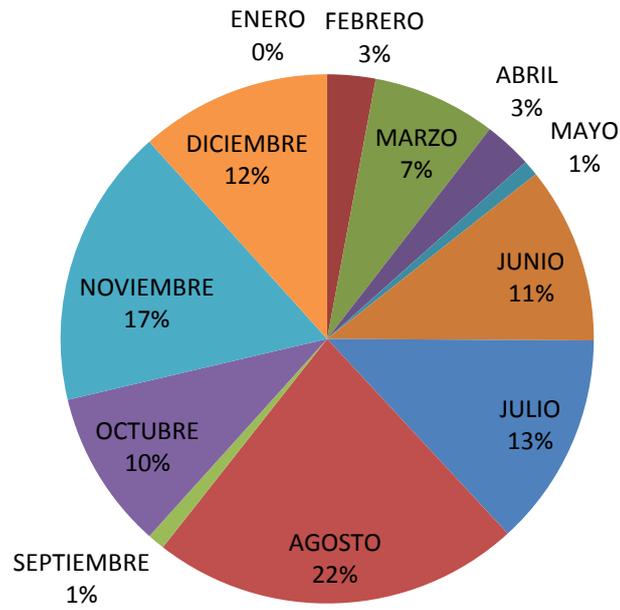
<b>ENERO</b>	26,5	0%
<b>FEBRERO</b>	1251,41	11%
<b>MARZO</b>	29,91	0%
<b>ABRIL</b>	101,7	1%
<b>MAYO</b>	3990,9	35%
<b>JUNIO</b>	2497,2	22%
<b>JULIO</b>	6	0%
<b>AGOSTO</b>	280,9	2%
<b>SEPTIEMBRE</b>	22,6	0%
<b>OCTUBRE</b>	2418,61	21%
<b>NOVIEMBRE</b>	792	7%
<b>DICIEMBRE</b>	46,2	0%
<b>TOTAL</b>	11463,93	100%

## INGRESOS EVENTOS-BANQUETES



<b>ENERO</b>	3056,3	2%
<b>FEBRERO</b>	3324,5	2%
<b>MARZO</b>	21695,51	12%
<b>ABRIL</b>	8712,99	5%
<b>MAYO</b>	16644,5	9%
<b>JUNIO</b>	15001,7	8%
<b>JULIO</b>	30413,2	16%
<b>AGOSTO</b>	14047,9	7%
<b>SEPTIEMBRE</b>	18531,3	10%
<b>OCTUBRE</b>	27797,4	15%
<b>NOVIEMBRE</b>	16048,2	9%
<b>DICIEMBRE</b>	12625,6	7%
<b>TOTAL</b>	187899,1	100%

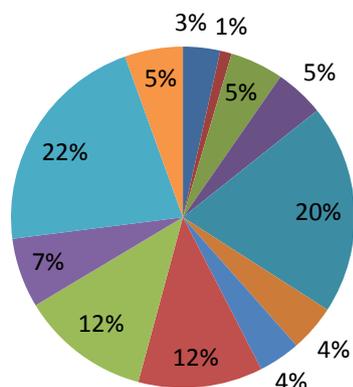
## INGRESOS SERVICIO A DOMICILIO



<b>ENERO</b>	0	0%
<b>FEBRERO</b>	1087,01	3%
<b>MARZO</b>	2795,01	8%
<b>ABRIL</b>	1090,9	3%
<b>MAYO</b>	350	1%
<b>JUNIO</b>	4014	11%
<b>JULIO</b>	4862,12	13%
<b>AGOSTO</b>	8339	22%
<b>SEPTIEMBRE</b>	389,5	1%
<b>OCTUBRE</b>	3605,01	10%
<b>NOVIEMBRE</b>	6355	17%
<b>DICIEMBRE</b>	4324,3	12%
<b>TOTAL</b>	37211,85	100%

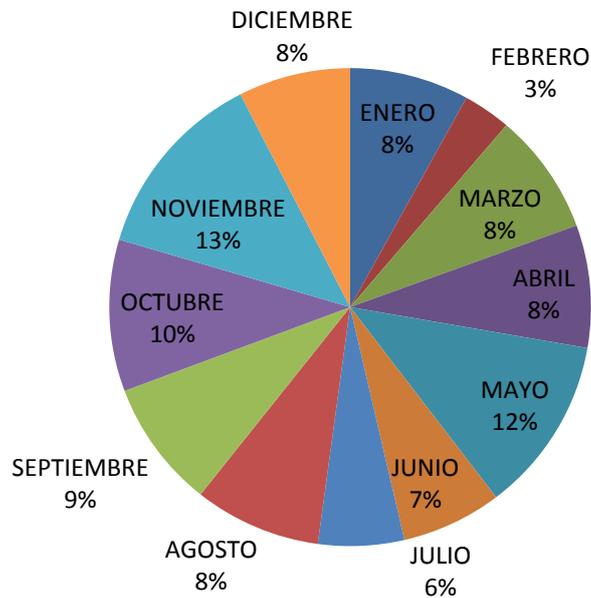
## INGRESOS ALIMENTOS LOBBY BAR

■ ENERO    ■ FEBRERO    ■ MARZO    ■ ABRIL  
■ MAYO    ■ JUNIO    ■ JULIO    ■ AGOSTO  
■ SEPTIEMBRE    ■ OCTUBRE    ■ NOVIEMBRE    ■ DICIEMBRE



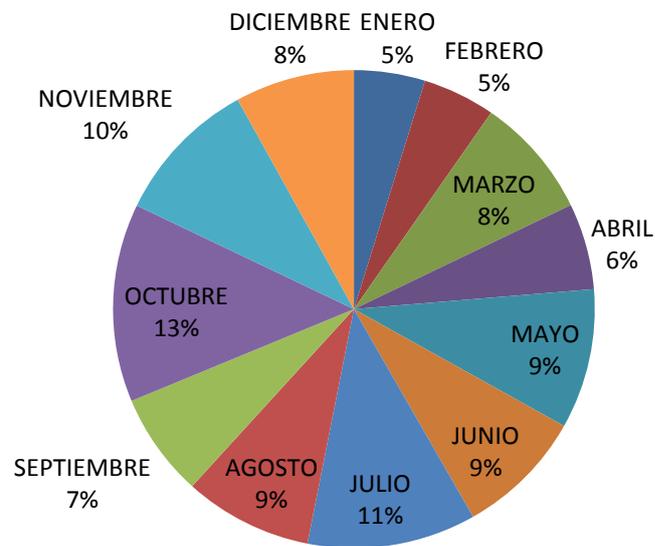
<b>ENERO</b>	99,66	3%
<b>FEBRERO</b>	31	1%
<b>MARZO</b>	143,41	5%
<b>ABRIL</b>	132,6	5%
<b>MAYO</b>	567,04	20%
<b>JUNIO</b>	125,9	4%
<b>JULIO</b>	112,4	4%
<b>AGOSTO</b>	334,5	12%
<b>SEPTIEMBRE</b>	347,7	12%
<b>OCTUBRE</b>	188,81	7%
<b>NOVIEMBRE</b>	615,2	22%
<b>DICIEMBRE</b>	155,9	5%
<b>TOTAL</b>	2854,12	100%

## INGRESOS ALIMENTOS ROOM SERVICE



<b>ENERO</b>	1134,5	8%
<b>FEBRERO</b>	455	3%
<b>MARZO</b>	1162,91	8%
<b>ABRIL</b>	1172,8	8%
<b>MAYO</b>	1683,55	12%
<b>JUNIO</b>	953,8	7%
<b>JULIO</b>	816,1	6%
<b>AGOSTO</b>	1205,15	9%
<b>SEPTIEMBRE</b>	1221,9	9%
<b>OCTUBRE</b>	1451,81	10%
<b>NOVIEMBRE</b>	1826,9	13%
<b>DICIEMBRE</b>	1065,2	8%
<b>TOTAL</b>	14149,62	100%

## INGRESOS TOTALES EN RESTAURANTES



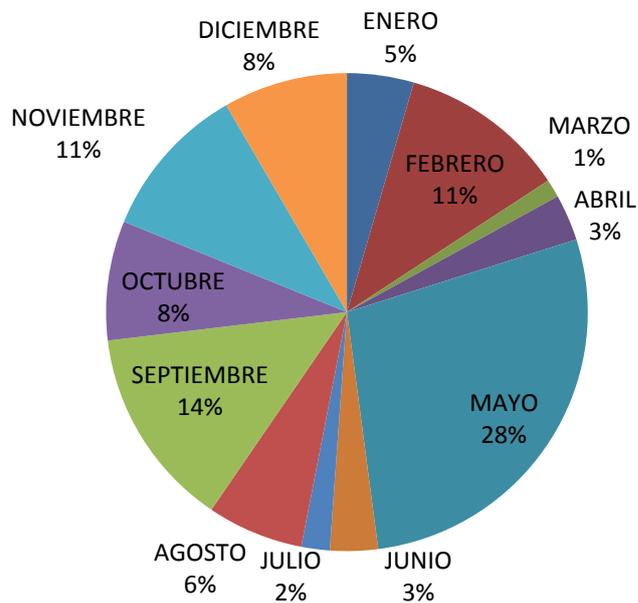
<b>ENERO</b>	25805,48	5%
<b>FEBRERO</b>	26392,79	5%
<b>MARZO</b>	44273	8%
<b>ABRIL</b>	31559,66	6%
<b>MAYO</b>	51198,89	9%
<b>JUNIO</b>	46656,7	9%
<b>JULIO</b>	61315,72	11%
<b>AGOSTO</b>	46665,49	9%
<b>SEPTIEMBRE</b>	37910,98	7%
<b>OCTUBRE</b>	72493,58	13%
<b>NOVIEMBRE</b>	53342,56	10%
<b>DICIEMBRE</b>	43331,4	8%
<b>TOTAL</b>	540946,25	100%

## INGRESOS BEBIDAS ORO CAFE



<b>ENERO</b>	2.381,00	9%
<b>FEBRERO</b>	2.092,66	8%
<b>MARZO</b>	2.114,48	8%
<b>ABRIL</b>	1.735,45	6%
<b>MAYO</b>	2.187,30	8%
<b>JUNIO</b>	1.983,72	7%
<b>JULIO</b>	2.886,34	10%
<b>AGOSTO</b>	1.694,84	6%
<b>SEPTIEMBRE</b>	1.993,92	7%
<b>OCTUBRE</b>	2.812,04	10%
<b>NOVIEMBRE</b>	2.967,71	11%
<b>DICIEMBRE</b>	2.726,12	10%
<b>TOTAL</b>	27.575,58	100%

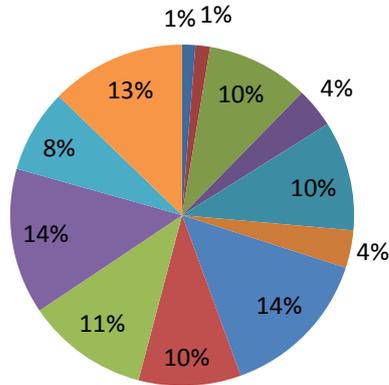
## INGRESOS BEBIDAS LA CABANA SUIZA



<b>ENERO</b>	88,12	4%
<b>FEBRERO</b>	221,01	11%
<b>MARZO</b>	24,01	1%
<b>ABRIL</b>	61,50	3%
<b>MAYO</b>	547,00	28%
<b>JUNIO</b>	63,20	3%
<b>JULIO</b>	37,40	2%
<b>AGOSTO</b>	127,20	6%
<b>SEPTIEMBRE</b>	266,90	14%
<b>OCTUBRE</b>	158,71	8%
<b>NOVIEMBRE</b>	205,80	10%
<b>DICIEMBRE</b>	164,10	8%
<b>TOTAL</b>	1.964,95	100%

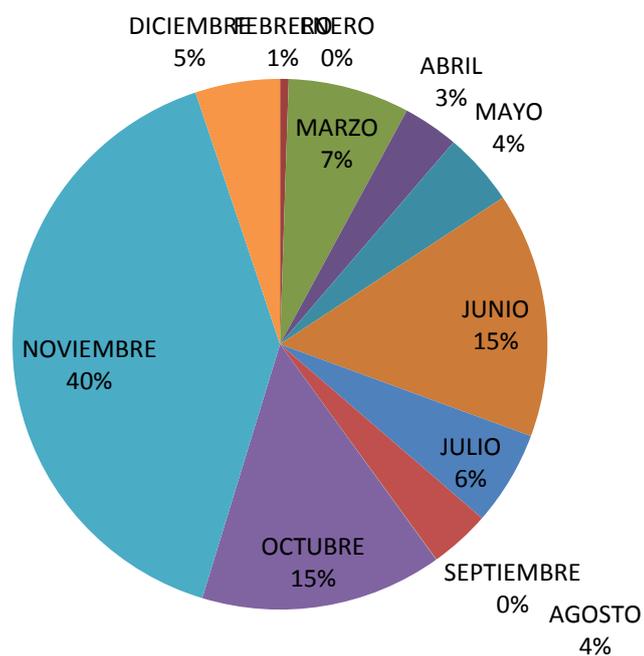
## INGRESOS BEBIDAS EVENTOS- BANQUETES

■ ENERO    ■ FEBRERO    ■ MARZO    ■ ABRIL  
■ MAYO    ■ JUNIO    ■ JULIO    ■ AGOSTO  
■ SEPTIEMBRE    ■ OCTUBRE    ■ NOVIEMBRE    ■ DICIEMBRE



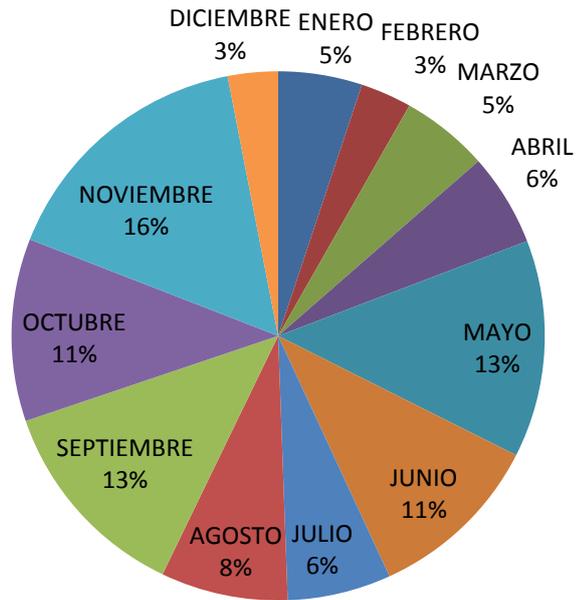
<b>ENERO</b>	294,10	1%
<b>FEBRERO</b>	325,00	1%
<b>MARZO</b>	2.285,01	10%
<b>ABRIL</b>	890,50	4%
<b>MAYO</b>	2.462,00	10%
<b>JUNIO</b>	845,00	4%
<b>JULIO</b>	3.429,50	14%
<b>AGOSTO</b>	2.280,00	10%
<b>SEPTIEMBRE</b>	2.718,90	11%
<b>OCTUBRE</b>	3.272,10	14%
<b>NOVIEMBRE</b>	1.866,50	8%
<b>DICIEMBRE</b>	3.015,14	13%
<b>TOTAL</b>	23.683,75	100%

## INGRESOS BEBIDAS SERVICIO A DOMICILIO



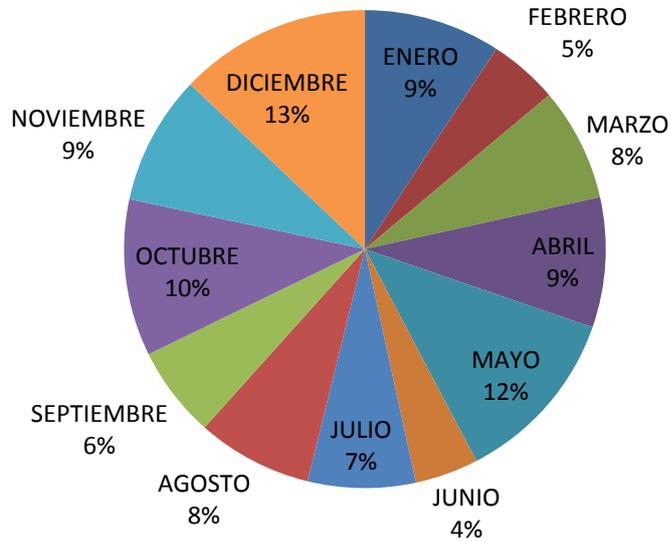
<b>ENERO</b>	-	0%
<b>FEBRERO</b>	33,81	1%
<b>MARZO</b>	479,01	7%
<b>ABRIL</b>	220,00	3%
<b>MAYO</b>	290,00	4%
<b>JUNIO</b>	975,00	15%
<b>JULIO</b>	375,00	6%
<b>AGOSTO</b>	240,00	4%
<b>SEPTIEMBRE</b>	1,00	0%
<b>OCTUBRE</b>	954,01	15%
<b>NOVIEMBRE</b>	2.621,00	40%
<b>DICIEMBRE</b>	334,00	5%
<b>TOTAL</b>	6.522,83	100%

## INGRESOS BEBIDAS LOBBY BAR



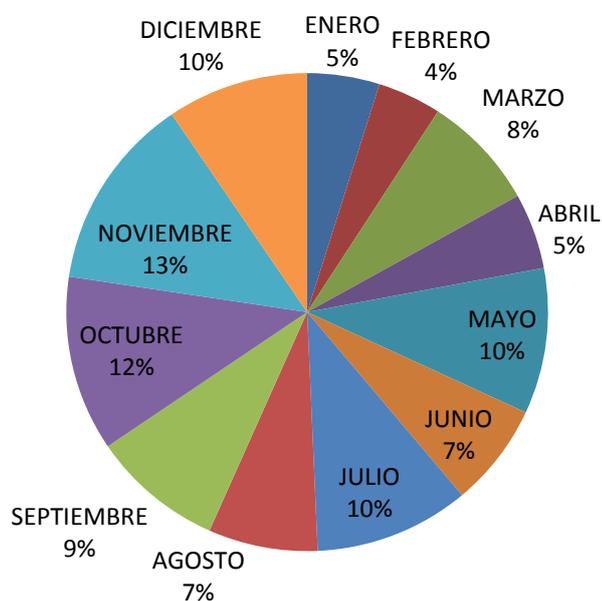
<b>ENERO</b>	514,58	5%
<b>FEBRERO</b>	314,30	3%
<b>MARZO</b>	538,71	5%
<b>ABRIL</b>	571,60	6%
<b>MAYO</b>	1.342,86	13%
<b>JUNIO</b>	1.081,90	11%
<b>JULIO</b>	636,20	6%
<b>AGOSTO</b>	780,00	8%
<b>SEPTIEMBRE</b>	1.279,10	13%
<b>OCTUBRE</b>	1.128,08	11%
<b>NOVIEMBRE</b>	1.620,70	16%
<b>DICIEMBRE</b>	307,50	3%
<b>TOTAL</b>	10.115,53	100%

## INGRESOS BEBIDAS ROOM SERVICE



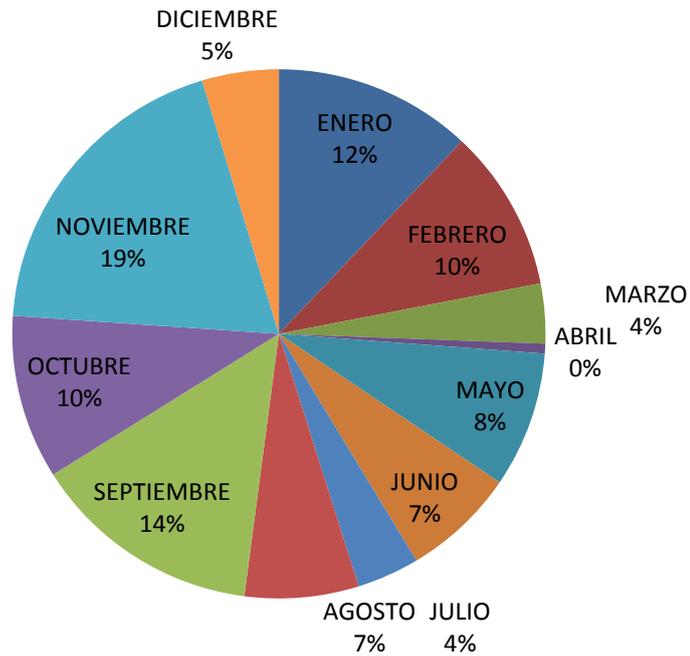
<b>ENERO</b>	236,42	9%
<b>FEBRERO</b>	120,30	5%
<b>MARZO</b>	197,01	8%
<b>ABRIL</b>	226,40	9%
<b>MAYO</b>	309,70	12%
<b>JUNIO</b>	109,70	4%
<b>JULIO</b>	186,20	7%
<b>AGOSTO</b>	199,80	8%
<b>SEPTIEMBRE</b>	158,50	6%
<b>OCTUBRE</b>	272,78	11%
<b>NOVIEMBRE</b>	225,30	9%
<b>DICIEMBRE</b>	332,00	13%
<b>TOTAL</b>	2.574,11	100%

## INGRESOS TOTALES DE BEBIDAS EN RESTAURANTES



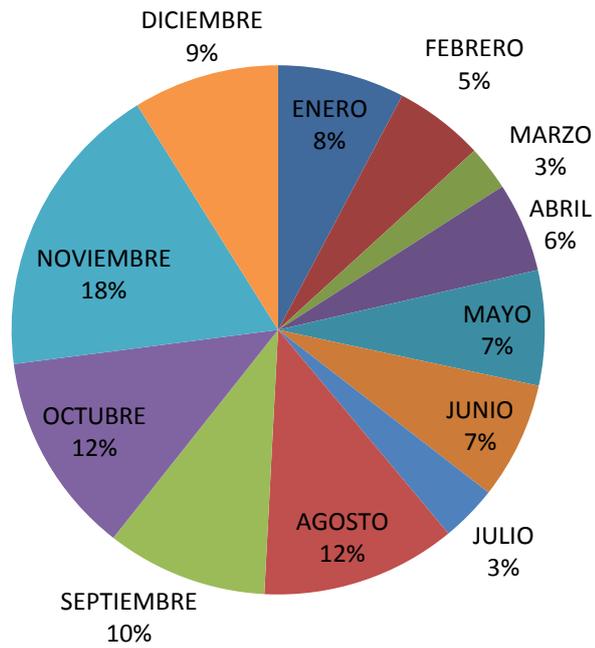
<b>ENERO</b>	3.514,22	5%
<b>FEBRERO</b>	3.107,08	4%
<b>MARZO</b>	5.638,23	8%
<b>ABRIL</b>	3.705,45	5%
<b>MAYO</b>	7.138,86	10%
<b>JUNIO</b>	5.058,52	7%
<b>JULIO</b>	7.550,64	10%
<b>AGOSTO</b>	5.321,84	7%
<b>SEPTIEMBRE</b>	6.418,32	9%
<b>OCTUBRE</b>	8.597,72	12%
<b>NOVIEMBRE</b>	9.507,01	13%
<b>DICIEMBRE</b>	6.878,86	9%
<b>TOTAL</b>	72.436,75	100%

## INGRESOS LAVANDERIA



<b>ENERO</b>	538,10	12%
<b>FEBRERO</b>	443,63	10%
<b>MARZO</b>	163,25	4%
<b>ABRIL</b>	27,00	1%
<b>MAYO</b>	371,03	8%
<b>JUNIO</b>	308,25	7%
<b>JULIO</b>	169,50	4%
<b>AGOSTO</b>	309,25	7%
<b>SEPTIEMBRE</b>	626,40	14%
<b>OCTUBRE</b>	448,25	10%
<b>NOVIEMBRE</b>	861,50	19%
<b>DICIEMBRE</b>	208,30	5%
<b>TOTAL</b>	4.474,46	100%

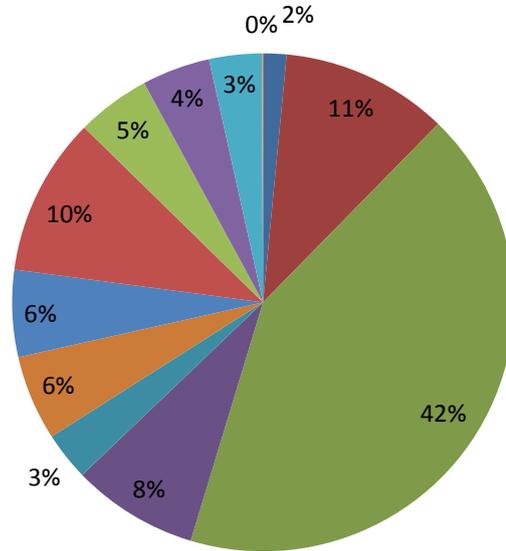
## INGRESOS MINI BAR



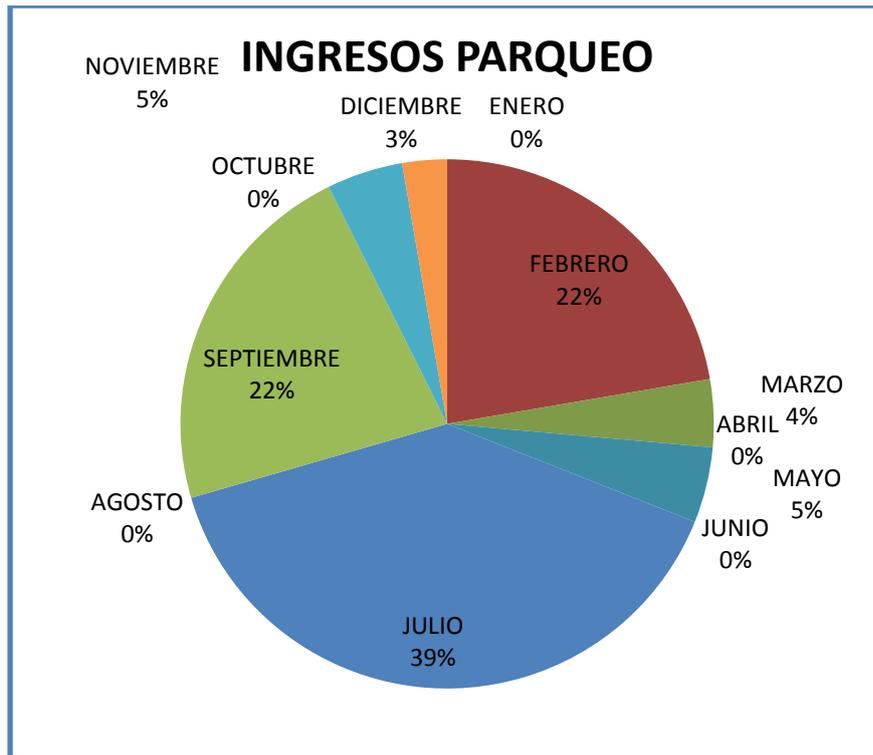
<b>ENERO</b>	130,70	8%
<b>FEBRERO</b>	92,70	5%
<b>MARZO</b>	46,40	3%
<b>ABRIL</b>	92,90	5%
<b>MAYO</b>	119,35	7%
<b>JUNIO</b>	121,26	7%
<b>JULIO</b>	58,50	3%
<b>AGOSTO</b>	201,15	12%
<b>SEPTIEMBRE</b>	166,05	10%
<b>OCTUBRE</b>	209,36	12%
<b>NOVIEMBRE</b>	309,05	18%
<b>DICIEMBRE</b>	150,45	9%
<b>TOTAL</b>	1.697,87	100%

## INGRESOS ENTRADAS FITNESS

■ ENERO     ■ FEBRERO     ■ MARZO     ■ ABRIL  
■ MAYO     ■ JUNIO     ■ JULIO     ■ AGOSTO  
■ SEPTIEMBRE   ■ OCTUBRE     ■ NOVIEMBRE   ■ DICIEMBRE



<b>ENERO</b>	19,68	2%
<b>FEBRERO</b>	141,04	11%
<b>MARZO</b>	554,04	42%
<b>ABRIL</b>	106,53	8%
<b>MAYO</b>	40,99	3%
<b>JUNIO</b>	72,16	6%
<b>JULIO</b>	73,79	6%
<b>AGOSTO</b>	134,43	10%
<b>SEPTIEMBRE</b>	62,32	5%
<b>OCTUBRE</b>	57,40	4%
<b>NOVIEMBRE</b>	44,28	3%
<b>DICIEMBRE</b>	1,00	0%
<b>TOTAL</b>	1.307,66	100%



<b>ENERO</b>	-	0%
<b>FEBRERO</b>	378,58	22%
<b>MARZO</b>	70,16	4%
<b>ABRIL</b>	-	0%
<b>MAYO</b>	78,58	5%
<b>JUNIO</b>	-	0%
<b>JULIO</b>	670,16	39%
<b>AGOSTO</b>	-	0%
<b>SEPTIEMBRE</b>	376,75	22%
<b>OCTUBRE</b>	-	0%
<b>NOVIEMBRE</b>	78,57	5%
<b>DICIEMBRE</b>	46,00	3%
<b>TOTAL</b>	1.698,80	100%

### **2.1.11 Temporada alta y baja en el Hotel Oro Verde Cuenca.**

La gran diversidad de atracciones y climas que tenemos en Ecuador nos da a pensar que realmente no existen temporadas altas o bajas. Sin embargo la temporada alta de turismo internacional en el Hotel Oro Verde Cuenca se da desde Junio hasta Septiembre. Turismo nacional que beneficia al hotel se fines de semana largos en Carnaval, Pascua, fiestas de Cuenca en Noviembre y durante Navidad y Año Nuevo, durante este tiempo también se marca la temporada alta en el hotel, donde se pueden ver buenos ingresos para el mismo en lo que se refiere a alojamiento y alimentación. Los precios realmente no varían entre temporada alta y baja, en ocasiones cuando hay temporada alta o feriados, se hacen promociones de todo incluido para familias para que así decidan hospedarse en el Hotel con precios llamativos y buena publicidad en diferentes medios.

No solamente en lo que se refiere a hospedaje se puede diferenciar entre temporadas también en Banquetes y eventos, en donde se puede indicar que se tiene muy buena aceptación en el mes de mayo, mes donde se dan las Primeras Comuniones de diferentes escuelas de la Ciudad, así como junio donde hay grados de colegios y universidades. Los meses de octubre y noviembre son propicios para la realización de eventos corporativos, congresos médicos y odontológicos en el Hotel Oro Verde a nivel nacional y durante los últimos años a nivel internacional y así como también bodas.

Es importante mencionar que el Hotel Oro Verde, quiere mantener la fidelidad de sus clientes, con la realización mensualmente festivales de gran importancia en los restaurantes para que así se mantenga un nivel de ingresos alto en lo que se refiere a alimentos y bebidas.

Durante los meses que no se han mencionado se da la temporada baja en el Hotel, meses donde los ingresos bajan, para estos meses el hotel siempre está creando nuevos productos y servicios para llamar nuevamente al cliente, en estos meses y así mantener un ingreso en donde no se vea la diferencia de temporadas entre alta y baja.

## **2.2 Diagnóstico de la Situación actual del Hotel Oro Verde y la Competencia.**

Partiendo del Análisis FODA y enfocándolo en el contexto local se encontrarán conclusiones importantes a ser tomadas en cuenta para analizar la necesidad de ajustes y estrategias que permitan mejorar la situación actual tanto en el ámbito operativo, de infraestructura y de promoción.

Se realizará el análisis del Mercado, en las áreas de hospedaje, banquetes y restaurante, que ofrecen información para establecer relaciones de producto – precio nuestros y de la competencia en cada segmento. Esta información nos llevará a plantear las estrategias comerciales adecuadas que permitirán la consecución de los objetivos definidos.

### **2.2.1 Análisis del Entorno FODA.**

#### **FORTALEZAS**

- Liderazgo en el Mercado (la mayor capacidad de hospedaje de Cuenca)
- Respaldo de la Marca Oro Verde, al ser la más prestigiosa Cadena Hotelera del Ecuador con presencia en 4 Ciudades con 4 Hoteles.
- Disponibilidad de: Salón Tomebamba, Oro Café y Deli.
- Constante oferta de acciones culinarias innovadoras y variadas.

- Análisis de aceptación y renovación periódica de la oferta del Gourmet Deli.
- Amplio parqueo con 85 espacios disponibles.
- Reconocidos en el mercado local por acciones gastronómicas periódicas.
- Contar con suministro de energía eléctrica propia.
- Posición financiera sana.

## DEBILIDADES

- No tener a disposición salones de mayor capacidad que permitan recuperar el mercado de Congresos y Convenciones parcialmente perdido desde hace 3 años.
- Las molestias causadas al Cliente por las renovaciones físicas del Hotel.
- Infraestructura actual de cocina obsoleta (riesgos de incendio por instalaciones eléctricas y de gas antiguo y vetusto, peligro de contaminación y descomposición de materias primas y productos en los cuartos fríos).
- Cocina satélite no operativa (sin potencia suficiente de gas para las hornillas, plancha, parrilla y freidora, extracción insuficiente).
- Deterioro de las habitaciones a nivel general tanto en lo estético como operativo (alfombras, grifería, cerámica, televisores, etc.), a más de estas incomodidades para los huéspedes implica necesidad de personal extra en Mantenimiento y Limpieza para mantener un estado aceptable de las instalaciones.
- No contar con algunos servicios que estamos obligados a tener por ser catalogados un hotel 5 Estrellas ( calefacción centralizada, cajas fuertes en todas las habitaciones, habitación para personas con discapacidad física, ascensor, entre otros)
- Mal estado y equipos obsoletos en el Área de Fitness y Piscina.
- Insuficiencia en infraestructura de sistemas de seguridad (contraincendios, monitoreo con cámaras en las instalaciones, ventanas inseguras).

- Fallas y constantes problemas en las instalaciones de agua y sanitarias de habitaciones, áreas públicas, cocina, etc. (desperdicio de líquido e interrupciones en el servicio).
- Falta de áreas verdes y recreativas, área de piscina no cuenta con seguridad suficiente por falta de conclusión de obra.
- Ruido y molestias por el uso del parqueo a los huéspedes y por el incremento del tráfico por las dos avenidas que colindan con el Hotel
- Ventanas obsoletas de habitaciones ocasionan baja temperatura, percepción de inseguridad y molestias por insectos.
- Insuficiente capacidad de los equipos de Aire Acondicionado en el Salón Tomebamba.
- Necesidad de Aire Acondicionado en Oro-Café
- Personal
  - Mucha rotación de Personal.
  - Falta de capacitación del Personal en sus puestos de trabajo.
  - Falta de empoderamiento del Personal.
  - Parte del Personal sobretodo el antiguo es resistente a los cambios y a adaptarse a nuevos conceptos.
  - Falta de capacitación en mandos medios.

## OPORTUNIDADES

- Planificación y difusión anticipada de Feriados por parte de los Organismos competentes.
- Crecimiento de la oferta de vivienda en el sector.
- Mejora de espacios recreativos y turísticos en la Ciudad.
- Acertado posicionamiento de Cuenca como sede de eventos.
- Mejoras en el Aeropuerto Mariscal Lamar.
- Ingreso de LAN a mercado transporte aéreo con buenas tarifas
- Ingreso de Air Cuenca para vuelos regionales (Loja, Macas, Ambato, Zamora, Uio, Gye)
- Declaración de Cuenca como mejor ciudad del mundo para vivir en el segmento jubilados extranjeros

- Mejoramiento de las vías de acceso a Cuenca (en proceso)
- Formalización de Capacitación en funciones específicas por Sistema Competencias Laborales de acuerdo a nuevas normativas establecidas y vigentes de FENACAPTUR.
- Cuenca es sede de variados eventos deportivos y torneos.

#### AMENAZAS

- Delincuencia local y nacional creciente.
- Nueva infraestructura de salones de eventos y Restaurantes en la Ciudad.
- Inversión constante en mejorar en servicios y capacidad de los salones de eventos en la Ciudad.
- Renovación de instalaciones en alojamiento de la Competencia.
- Apertura del Centro de Convenciones de Guayaquil y fortalecimiento del Quito Conventions Buró que están acaparando los eventos más grandes que se hacen en el País,
- Proliferación de establecimientos de hospedaje y eventos sin acogerse a normativas y leyes.
- Crisis económica mundial que hace prever decremento de flujos turísticos.
- Precios más bajos de la competencia (en eventos) con mejor relación producto precio.
- Estrategia de la competencia (hospedaje) de bajar ostensiblemente tarifas para ganar mercado y manejar utilidades en base a volumen de ventas.
- La Competencia se abastece de RRHH formado en el Hotel por temas salariales
- MetropolitanTouring que fue el principal cliente como Operador Turístico del Hotel ha tenido una importante baja en su volumen de reservas a nivel general.
- La austeridad económica de empresas públicas y privadas ante la crisis implica disminución de la demanda de servicios suntuarios o de lujo como los que nosotros ofrecemos.
- Incremento del sueldo básico oficial.
- Delimitaciones de portal de compras públicas INCOP no permiten contratación de establecimientos grandes.

### **2.2.1.1 Estrategias y acciones a implementar**

#### **GENERALES:**

- Atención ágil, eficiente y oportuna de la Coordinadora de Reservas y de Eventos de forma que la calidad en el trabajo de estas áreas se mantenga y mejoren. Al ser la puerta de entrada de casi la totalidad de los requerimientos de clientes para el Hotel.
- Que la información desde los puntos de contacto de ventas de habitaciones y eventos sea oportuna, clara y completa para el Cliente Interno y Externo.
- Optimizar los canales de difusión con los que ya estamos trabajando, como prensa escrita, televisión, radio, revistas; con los cuales tenemos permanente contacto, de forma que podamos llegar a la mayor cantidad de público posible, con un costo reducido o sin costo, por medio de canjes o por la gestión de Relaciones Públicas.
- Dar seguimiento a toda novedad que en el tema de Turismo se genere, y que nos afecte de manera positiva o negativa, conocer el mercado, las estrategias que las Entidades Públicas o Privadas hacen para buscar introducir el producto Ecuador en nuevos mercados, esto nos permite operar en base a la oferta y demanda de servicios, y sobre todo, tomar acciones de forma oportuna cuando es necesario.
- Definir y ejecutar el Proceso de Inducción general a todo el personal antiguo y nuevo de manera que exista mayor empoderamiento de la función que cada uno ejecuta. –Identificación con la empresa-
- Iniciar proceso para obtención de la calificación SMART VOYAGER por imagen hacia el mercado nacional e internacional.

## 2.2.2 Análisis de la Competencia en Hospedaje

### TARIFAS RACK-CORPORATIVA

HOTEL	TARIFA RACK		TARIFA CORPORATIVA			INCLUSIONES	
	SENCILLA	DOBLE	PAX EXTRA	SENCILLA	DOBLE	TIPO DESAYUNO	OTROS
Hotel Oro Verde Cuenca	90	110	25	80	90	BUFFET	PLANCHADO 2 PREN,TRANSFER,CUP ON COCTEL
Mansión Alcázar	92	150	30	82	135	FULL AMERICAN BREAKFAST	TE DE LA TARDE
Santa Lucia	79.90	99.00	125-TRP	66	80	AMERICANO/ BUFFET	TRANSFER
Hotel El Dorado	90	100	20	55	65	BUFFET	TRANSFER LUNES A VIERNES
Hotel Carvallo	71	80	25	56.80	64	AMERICANO	NO PARQUEO
Hotel Crespo	69	89	99 TRP	48.30	62.30	NO INCLUYE DESAYUNO	NO PARQUEO, LAVADO ROPA SIN COSTO
Hotel Pinar del Lago	65	90	109	45.50	63	AMERICANO	TRANSFER
Hotel Conquistador	59	70	82	53	64	BUFFET	TRANSFER

**TARIFAS RACK -AGENCIAS**

HOTEL	TARIFA RACK			TARIFA OPERADOR		
	SENCILLA	DOBLE	PAX EXTRA	SENCILLA	DOBLE	PAX EXTRA
Hotel Oro Verde Cuenca	90	110	25	62/69	67/77	25 PAX EXTRA
Mansión Alcázar	97	158	40	82	133	40 PAX EXTRA
Santa Lucia	79.90	99	125-TRP	66	80	105 TRIPLE
Hotel El Dorado	90	100	20	55	65	15 PAX EXTRA, 1 FREE X CADA 12 HAB
Hotel Carvallo	71	80	25	53.25	60	25 PAX EXTRA
Hotel Crespo	69	89	99	39.80	47.30	SIN DESAYUNO/ 53.80 TRIPLE
Pinar del Lago	65	90	109	45.50	63	87 TRIPLE
Hotel Conquistador	59	70	82 TRP	50.15	59.50	69.70 TRP

### 2.2.2.1 Análisis de la Competencia directa en Hospedaje

HOTEL	CARACTERÍSTICAS	CANTIDAD HAB
Mansión Alcázar	Hotel Boutique, con status, bellamente decorado, muy apreciado por las obras de arte y arquitectura que ofrece. Su restaurante ha sido bien promocionado complementando la oferta de hospedaje, ofrece espacio para eventos medianos en un entorno sofisticado, sus propietarios, Familia Vázquez con años de experiencia en el negocio de hotelería han logrado posicionarlo como el establecimiento más refinado de hospedaje en la Ciudad. No cuentan con parqueadero propio. Capacidad en eventos para máximo 100 pax con limitaciones de horarios y tipo de eventos por compartir mismas áreas con los huéspedes.	14
Santa Lucia	Hotel Boutique instalado en una bella casa de época republicana en el Centro Histórico, exquisita decoración y ambientación; la experiencia en hostelería y gastronomía de sus propietarios permiten altos estándares de servicio; su restaurante de gastronomía mediterránea e italiana es de los mejores de la Ciudad pero con limitación de horario por compartir áreas con los huéspedes, Café Bacus, Bar Moshi-Moshi y ofrecen servicio de catering. No cuentan con parqueadero propio. Capacidad en eventos para máximo 100 pax con limitaciones de horarios y tipo de eventos por compartir mismas áreas con los huéspedes.	20
Hotel El Dorado	Hotel remodelado en su totalidad hace 4 años, redujo a un 50% la cantidad de habitaciones disponibles, decorado en base a tendencias modernas minimalistas; ubicación privilegiada para ejecutivos y turistas, está en la cuadra más comercial de la Ciudad; cuenta con parqueo propio aunque no de gran capacidad (6 puestos), facilidad con la que no cuentan el resto de hoteles analizados ubicados en el Centro; su cafetería gozó de gran prestigio y aceptación, pero a partir de la remodelación no es un sitio de mayor importancia. Cuenta con salones equipados con capacidad máx. De 200 pax.	42

Hotel Carvallo	<p>Hotel Boutique, agradablemente decorado, no posee piezas artísticas o antigüedades de valor como los hoteles boutique Mansión Alcázar y Sta. Lucia; tiene una gran falencia al no contar con restaurante, solo ofrece desayunos y almuerzos bajo pedido, las cenas las contrata en Bar Restaurante Eucalyptos que está en frente del Hotel. Es el preferido de ejecutivos, sobretodo extranjeros pues tiene cerca algunos bares y restaurantes. No cuenta con parqueadero propio.</p>	30
Hotel Crespo	<p>Hotel tradicional, su infraestructura es antigua, no cuenta con buen mantenimiento, aunque han implementado salones y ciertos espacios como terrazas, ubicación privilegiada por paisaje pero al mismo tiempo conflictiva por estar en zona de diversión nocturna, (Calle Larga, Barranco).</p> <p>Gastronomía reconocida en la ciudad. No tienen parqueadero propio.</p> <p>Imagen venida a menos.</p>	37
Hotel Pinar del Lago	<p>Hotel de mediana categoría, no está al mismo nivel de Oro Verde, más por la cercanía en muchos casos se usa como hotel alternativo para alojamiento de grupos grandes. No representa calidad más bien precios económicos</p> <p>Hay cierta confusión en los clientes de pensar que somos hoteles asociados y hasta el mismo por la vecindad y nombre (lago -laguna).</p>	33 habitaciones (sencillas, dobles, triples, cuádruples)
Hotel Conquistador	<p>Hotel central, ha sido mejorado en una parte de sus habitaciones, administrado por familia Ochoa con basta experiencia, tienen tres hoteles, y otros negocios relacionados; esto les ofrecer buenas relaciones y contactos; servicios de mediana calidad. Cuenta con salones de eventos para máx. 80 pax. No tienen parqueadero propio. Forma parte de un grupo familiar hotelero, trabajan mucho en referencia de clientes entre sí.</p>	42

## 2.2.3 Estadísticas de Empresas Corporativas

EMPRESAS	2008				2009			
	TARIFA PROMEDIO 63.50				TARIFA PROMEDIO \$63.64			
	NOCHES	VALOR	%	%	NOCHES	VALOR		%
COMITÉ OLIMPICO ECUATORIANO	433	23,003.00	20.20	16.9	41	1,160.00	1.80	0.7
EMBAJADA AMERICANA	268	11,645.00	12.50	8.6	61	4,645.00	2.68	3.0
MUNICIPIO DE CUENCA	166	12,245.00	7.74	9.0	0	0.00	0.00	0.0
BANCO DEL PICHINCHA	143	9,285.00	6.67	6.8	103	6,999.00	4.52	4.5
GOB. PROV. AZUAY	141	8,820.00	6.58	6.5	0	0.00	0.00	0.0
METRO KIA	96	7,250.00	4.48	5.3	47	3,610.00	2.06	2.3
BANCO DE LA PRODUCCION	94	7,000.00	4.38	5.1	130	7,875.00	5.71	5.0
PFIZER CIA. LTDA	79	5,850.00	3.68	4.3	268	11,645.00	11.77	7.4
OTECEL	76	5,710.00	3.54	4.2	63	4,380.00	2.77	2.8
NOKIA SIEMENS	73	5,600.00	3.40	4.1	9	720.00	0.40	0.5
CIA ECUATORIANA-ERCO	70	5,340.00	3.26	3.9	39	3,170.00	1.71	2.0
HERBA LIFE	67	5,390.00	3.13	4.0	0	0.00	0.00	0.0
INTERPHARM	66	4,790.00	3.08	3.5	330	28,465.00	14.49	18.1
GENERAL MOTORS	65	4,875.00	3.03	3.6	59	4,505.00	2.59	2.9
KIMBERLY CLARCK	61	4,790.00	2.85	3.5	32	2,010.00	1.41	1.3
ECUADOR BOTLING COMPANY	36	2,645.00	1.68	1.94	59	4,770.00	2.59	3.04
GLAXO SMITH KLINE	51	1,580.00	2.38	1.16	53	3,230.00	2.33	2.06
ALMACENES JUAN ELJURI					38	3,120.00	1.67	1.99
BANCO DEL AUSTRO	7	495.00	0.33	0.36	46	2,842.95	2.02	1.81
BANCO DEL PACIFICO					34	2,335.00	1.49	1.49
CERVEZERIA NACIONAL					48	3,995.00	2.11	2.54
I AM GOLD ECUADOR	33	2,475.00	1.54	1.82	298	23,840.00	13.09	15.18
IGLESIA DE JESUCRISTO	27	2,325.00	1.26	1.71	44	3,536.70	1.93	2.25

LABORATORIOS BOEHRINGER					52	4,215.90	2.28	2.68
LAN ECUADOR					184	10,960.00	8.08	6.98
MERCK SHARP DOHME	23	1,480.00	1.07	1.09	66	4,863.00	2.90	3.10
UNIVERSIDAD DE CUENCA	53	2,725.00	2.47	2.00	85	5,775.00	3.73	3.68
UNIV.TECNICA PART.DE LOJA	16	835.00	0.75	0.61	88	4,386.00	3.86	2.79
<b>TOTALES</b>	<b>2,144.00</b>	<b>136,153.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>2,277.00</b>	<b>157,053.55</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>

## 2.2.4 Estadísticas de Empresas y Agencias

AGENCIAS	2008			2009		
	TARIFA PROMEDIO		59.68	TARIFA PROMEDIO		\$63.64
	NOCHES	VALOR	%	NOCHES	VALOR	%
METROPOLITANG TOURING	435	25,777.00	41.3	358	22,012.00	31.5
AVENTURA FLYING DUTCHMAN	152	7,815.00	12.5	96	5,525.00	7.9
KLEINTOURS	106	6,402.00	10.3	19	1,289.00	1.8
ROOTURS	88	5,656.00	9.1	47	3,074.00	4.4
ANDEAN TRAVEL COMPANY	59	3,414.00	5.5	84	5,228.00	7.5
SOUTH AMERICAN TOURS	55	3,430.00	5.5	24	1,444.00	2.1
GASTON SACAZE	51	2,850.00	4.6	0	0.00	0.0
GRAY LINE	45	2,972.00	4.8	52	3,447.00	4.9
METROAGENCIA	34	2,535.00	4.1	43	2,691.00	3.9
PAM TOURS	21	1,575.00	2.5	0	0.00	0.0
CALRSON WAGONLIT				92	5,755.00	8.2
ECUADORIAN TOURS				51	2,999.00	4.3
EXPEDITION TOURS-CONDOR TRAVEL				42	2,703.00	3.9
GALAPAGOS NATURAL-GANAPAR				68	4,444.00	6.4
SURTREK OPERATOR				74	5,061.00	7.3
TRANSCORD				33	2,262.00	3.24
ZOCO TURISMO				24	1,837.00	2.63
<b>TOTALES</b>	<b>1,046.00</b>	<b>62,426.00</b>	<b>100.00</b>	<b>1,107.00</b>	<b>69,771.00</b>	<b>100.00</b>

Amarillo: agencias que bajaron la producción

## 2.2.5 Estadísticas de Empresas y Grupos

GRUPOS	2008			2009		
	TARIFA PROMEDIO 66.35			TARIFA PROMEDIO 64.78		
	NOCHES	VALOR	%	NOCHES	VALOR	%
GRUPO CUMBRE OLAGUI	156	9,900.00	34.8	94	7,000.00	13.9
GRUPO ANA GABRIEL	33	2,010.00	7.1	0	0.00	0.0
GRUPO TALLER DE GOBIERNO	31	2,245.00	7.9			
GRUPO AGREGADOS MILITARES	29	2,380.00	8.4	0	0.00	0.0
GRUPO SOUTH AMERICAN TOURS	24	1,346.00	4.7	51	1,580.00	3.1
ESTUDIANTES DE LA PLATA	40	3,893.00	13.7	0	0.00	0.0
DEPORTIVO QUITO	56	2,707.00	9.5			0.0
AME ASO-MUNICIPALIDADES				94	6,220.00	12.4
BIENAL DE CUENCA				41	2,050.00	4.1
CONGRESO DE CIRUGIA				24	2,018.00	4.0
CONGRESO DE REUMATOLOGIA				68	5,870.00	11.7
FESTIVAL DE LA LIRA				31.00	2,015.00	4.0
OPERACIÓN SONRISA				140	10,020.00	19.9
GRUPO CALLE 13				46	2,945.00	5.9
AGRIPAC				109	6,975.00	13.9
SEE ECUADOR				79	3,642.00	7.2
CONGRESO SOLCA	60	3,984.00	14.0			
<b>TOTALES</b>	<b>429.00</b>	<b>28,465.00</b>	<b>100.00</b>	<b>777.00</b>	<b>50,335.00</b>	<b>100.00</b>

## 2.2.6 Estadísticas Intermediarios

GRUPOS	2008			2009		
	TARIFA PROMEDIO \$ 77.76			TARIFA PROMEDIO \$ 90.94		
	NOCHES	VALOR	%	NOCHES	VALOR	%
TRAVEL CLICK	5	535.00	40.5	297	28,345.00	89.1
GULLIVER TRAVEL	8	524.64	39.7	34	2,229.72	7.0
HOTEL DO	4	262.32	19.8	17	1,144.85	3.6
VENERE	0	0.00	0.0	2	110.00	0.3
<b>TOTALES</b>	<b>17.00</b>	<b>1,321.96</b>	<b>100.00</b>	<b>350.00</b>	<b>31,829.57</b>	<b>100.00</b>

A través de Travel-Click "motor de reservas", se ha logrado incrementar notablemente el volumen de reservas. En este segmento se incluye reservas generadas directamente desde nuestra página Web, GDS (Agencias de viajes a nivel mundial) y otros intermediarios internacionales.

## 2.2.7 Estadísticas de Paquetes y Otros

GRUPOS	2008			2009		
	TARIFA PROMEDIO \$ 89.55			TARIFA PROMEDIO \$ 70.43		
	NOCHES	VALOR	%	NOCHES	VALOR	%
PAQUETE FIN DE SEMANA	214	19,164.00	100.00	65	4,578.00	100.00
<b>TOTALES</b>	<b>214.00</b>	<b>19,164.00</b>	<b>100.00</b>	<b>65.00</b>	<b>4,578.00</b>	<b>100.00</b>

El cliente busca más que un paquete, una tarifa de hospedaje atractiva, porque el turista, sobre todo nacional, sale a lugares aledaños por paseo y se alimentan en estos sitios. La oferta especial de \$ 89.00 incl. Impuestos, que inicialmente se promocionó para fines de semana, ampliándose luego la aplicación entre semana dependiendo la ocupación nos ha dado muy buenos resultados.

### **2.2.7.1 Acciones a implementar en Hospedaje:**

- Enviar 3 semanas antes de cada feriado Mail Masivo al banco de direcciones electrónicas nacionales.
- Mejorar (depurar y ampliar) el Banco de Datos de direcciones de correos electrónicos para e mails masivos.
- Tener presencia como HOVC o Cadena Oro Verde Hotels en Ferias de Turismo a nivel internacional.
- Dar seguimiento a las quejas y sugerencias de los Clientes individuales, corporativos, agencias y operadores y tener presente para retroalimentación interna y correctivos que se consideren implementar.
- Ampliar la cobertura del Club de Secretarías.
- Dar mayor importancia a la utilidad de contar con Evaluaciones de Servicio de los Huéspedes.
- Optimizar los canales de ventas nuevos como HOTEL DO, GULLIVER TRAVEL, HOTELES ECUADOR, VENERE.
- Reforzar el trabajo y nexos con Agencias y Operadores pequeños para mejorar el volumen conjunto de reservas que ya ha sido bueno en el 2009.
- Buscar excelencia en el servicio para compensar deficiencias de infraestructura.
- Definir el Programa de Visitas anual por segmentos (Operadores-Agencias, Corporativos, Eventos en Quito y Guayaquil).
- Asistir a las Ferias en las que participe la Cadena Oro Verde Hotels.
- Reforzar venta de walk in con capacidad de negociación de Personal Recepción (hasta tarifa promocional \$79 sencilla \$89 doble incl. impuestos).
- Reforzar promoción y venta de habitaciones con tarifas especiales (\$ 73.00 / \$ 79.00).
- Continuar con la gestión de Prospección para buscar nuevos negocios.
- Que todo el Personal del Hotel se involucre en vender y participe en la difusión de actividades
- Completar la colocación de cajas fuertes en todas las habitaciones.

- Las tarifas se mantendrán para el 2010 acogiéndonos a la estrategia tomada por casi todos los proveedores de turismo en razón de la crisis económica, estado de nuestras habitaciones y cambio de oferta en el desayuno para huéspedes a buffet “Full American Breakfast”.
- Optimizar la web de la Cadena, invertir en recursos humanos y técnicos que permitan que nuestra web esté preferentemente ubicada en los buscadores, que cuente con información atractiva y actualizada permanentemente
- Creación de un Facebook de Hotel Oro Verde Cuenca, para ir a la par de las nuevas tendencias de comunicación y mercadeo, se ubicará dentro de un target de edad entre 25 y 55 años, con el objetivo de dar a conocer acciones locales gastronómicas, eventos y tarifas especiales y novedades para el cliente de otras ciudades del país.

### 2.2.7.2 Estrategia por segmentos

TARIFAS DE HABITACIONES 2009										
	RACK	CORPORATIVA	AGENCIAS	AGENCIA	MAYORISTAS	CONGRESOS	TARIFA	PAQUETES ( PRECIOS SUJETOS MODIFICACION)		
			RACK COMIS.	DE VIAJES			SERVICIO CHARGE	FIN SEMANA	FIN SEMANA	LUNA DE MIEL
								3 días / 2 noches	4 días / 3 noches	KING
<b>SENCILLA</b>	USD 90,00	USD 80,00	USD 90,00	USD 69,00	USD 62,00	USD 80,00	USD 65,00	2 PERSONAS	2 PERSONAS	USD 135,00
<b>DOBLE</b>	USD 110,00	USD 90,00	USD 110,00	USD 77,00	USD 67,00	USD 90,00	USD 75,00	USD 210,00	USD 315,00	SUITE
<b>SUITE</b>	USD 130,00	USD 110,00	USD 130,00	USD 100,00	USD 90,00	USD 110,00		niños entre 6-12	niños entre 6-12	USD 175,00
<b>SUITE PRESIDENCIAL</b>	USD 175,00	USD 160,00	USD 175,00		USD 123,00	USD 160,00		USD 59,00	USD 88,50	SUITE PRESIDENCIAL

										AL
<b>CAMA EXTRA</b>	USD 30,00	USD 25,00	USD 30,00	USD 25,00	USD 25,00	USD 25,00	USD 25,00	incluye	incluye	USD 210
								bb	bb	INCLU YE
<b>NOTA: EL VALOR POR CAMA EXTRA SIEMPRE SERA DE USD 25,00, AUN CUANDO SEA PARA NIÑOS</b>								cena o alm.	cena o alm.	IMP. Y SERV.
<b>MENORES DE 12 AÑOS, TENDRA DERECHO A DESAYUNO. SI EL HUESPED TIENE NIÑOS MENORES</b>										FRUT AS
<b>Y NO PIDE CAMA EXTRA, NO SE COBRA ADICIONAL HASTA 6 AÑOS</b>										BB
										CHAM PAGN E, FLOR ES
<b>EMPRESAS Y AGENCIAS DE VIAJES CON TARIFAS ESPECIALES</b>										
<b>METROTOURS/MET.TOURING</b>	SENCIL LA	USD 61,00	DOBLE	USD 65,00	GUIA Y CHOFER	50% RACK	\$90 \$95 jrsuit 1/2 pax  x cada 10 pagadas 1 free	SI SON MENOS DE 10 HAB PAGADAS		
<b>SOUTH AMERICA T</b>	SENCIL LA	USD 62,00	DOBLE	USD 67,00	GUIA Y CHOFER	50% RACK		SI SON MENOS DE 10 HAB PAGADAS		
<b>GANAPAR, SR TONELLI</b>	SENCIL LA	USD 69,00	DOBLE	USD 70.00	GUIA Y CHOFER	50% RACK				
<b>AVENTURA FLYING DUTCHMAN</b>	SENCIL LA	USD 54.00	DOBLE	USD 62.00	GUIA Y CHOFER	50% RACK		SI SON MENOS DE 10 HAB PAGADAS		
<b>GRAY LINE</b>	SENCIL LA	USD 55.00	DOBLE	USD 60.00						
<b>IRMAS TOURS</b>	SENCIL LA	USD 55.00	DOBLE	USD 55.00						

<b>SERVICE CHARGE, BONOS LUNA DE MIEL HOTELES CADENA</b>	SENCIL LA	USD 65,00	DOBLE	USD 75.00							<b>APLICA PARA HOTEL ES DE LA CADENA</b>
<b>COMITÉ OLIMP.ECUAT.</b>	SENCIL LA	USD 53.00	DOBLE	USD 58.00	TRIPLE	USD 83,00	APLICA A FEDERACIONES Y EVENTOS DEPORTIVOS				
<b>BANCO DEL PICHINCHA</b>	SENCIL LA	USD 68,00	DOBLE	USD 75,00			INCLU YE BB				
<b>LAB. GLAXO SMITH.K</b>	SENCIL LA	USD 60,00	DOBLE	USD 75.00							
<b>DOCTOR HENRY ELJURI</b>	SENCIL LA	USD 48.00	DOBLE	USD 48.00			PARA RESERVA S QUE SE LE FACTURA N A EL				
<b>GENERAL TIRE</b>	SENCIL LA	USD 75,00	DOBLE	USD 85,00			PARA SR ROSALES UP GRADE A SUIT PRES				
<b>QUIFATEX,PRODUBAN CO,KIMBERLY CLARK,GOOD YEAR,MERCK ECUADOR, HOLCIM, BAXTER</b>											
	SENCIL LA	USD 60,00	DOBLE	USD 75,00							
<b>FEDERACION DEP AZUAY</b>	SENCIL LA	USD 53.00	DOBLE	USD 58.00							
<b>BANCO DEL PACIFICO</b>	SENCIL LA	USD 65,00	DOBLE	USD 70.00							
<b>UNILEVER, MERCK SH DOME</b>	SENCIL LA	USD 60.00	DOBLE	USD 75.00							
<b>UNIVERSIDADES y OTROS</b>	SENCIL LA	USD 55.00	DOBLE	USD 65,00							

UTPL, U DE CUENCA, U DEL AZUAY, UNITA, UPS, LAN					
EMBOTELLADORA AZUAYA Y GRUPO	SENCIL LA	USD 65,00	DOBLE	USD 75.00	ACTUALIZACION 7 DICIEMBRE 2009
CONDICIONES: TODAS LAS TARIFAS DETALLADAS INCLUYEN DESAYUNO AMERICANO BUFFET,					

### 2.2.8 Tabla de Proyección en Habitaciones 2010

Mes:	# Días:	# Habitaciones		% Ocupac.:	Valor x Habitación	Valor Total
		Disponible	Vendidas:			
Enero:	31	2,325	757	32.6%	-75.00	56,775
Febrero:	28	2,100	797	38.0%	-77.00	61,369
Marzo:	31	2,325	844	36.3%	-76.00	64,144
Abril:	30	2,250	867	38.5%	-76.00	65,892
Mayo:	31	2,325	960	41.3%	-74.00	71,040
Junio:	30	2,250	842	37.4%	-75.00	63,150
Julio:	31	2,325	887	38.2%	-75.00	66,525
Agosto:	31	2,325	867	37.3%	-78.00	67,626
Septiembre:	30	2,250	887	39.4%	-76.00	67,412
Octubre:	31	2,325	984	42.3%	-75.00	73,800
Noviembre:	30	2,250	1,112	49.4%	-74.54	82,888
Diciembre:	31	2,325	612	26.3%	-76.00	46,512
<b>Total:</b>	<b>365</b>	<b>27,375</b>	<b>10,416</b>	<b>38.0%</b>	<b>-76</b>	<b>787,133</b>

### **2.2.8.1 Acciones para clientes corporativos.**

- Las acciones irán enfocadas en mantener los Clientes actuales, e incorporar nuevas empresas a este segmento, es importante la relación precio - servicio; por lo que debemos pulir nuestros estándares de calidad en hospedaje, Se mantendrán los viajes a Quito y Guayaquil, de mantenimiento de Clientes, y de captación de nuevas cuentas.
- Mediante prospección se buscará alianzas y negociaciones puntuales con tarifas especiales.
- Completar el servicio de WI-FI en todas las instalaciones del Hotel.
- Ampliar y actualizar listado de socios del “Club Secretarias”.
- Flexibilizar horarios de earlycheck in y late checkout para cuentas corporativas con buena producción o huéspedes corporativos frecuentes.
- Las tarifas se mantendrán para el 2010 acogiéndonos a la estrategia tomada por casi todos los proveedores de turismo en razón de la crisis económica, estado de nuestras habitaciones y cambio de oferta en el desayuno para huéspedes a buffet “Full American Breakfast”
- Visita a clientes actuales y captación de nuevas cuentas por parte de Coordinadora de Eventos de acuerdo a nuevo perfil del cargo.

### **2.2.8.2 Acciones para grupos especiales (equipos de futbol, campeonatos deportivos)**

- Se enfocará en la atención especial, análisis del requerimiento y el manejo de condiciones flexibles, dentro de los rangos de tarifas establecidos, de forma de no perder negocios ante otras opciones que compiten por precio.
- Disponibilidad de oferta específica de alimentación de acuerdo a necesidades puntuales de cada grupo.
- Facilitación de sala para charlas técnicas sin costo.
- Optimizar la venta por el canal TravelClick manejando oferta de tarifas en base a demanda (Revenue Management)

- Monitoreo y seguimiento personalizado para captar nuevos clientes.

#### **2.2.8.3 Acciones para grupos**

- Ampliar la venta por medio de Operadores y Agencias pequeñas que son importantes por volumen del segmento con envío periódico de correos electrónicos de posicionamiento de oferta.
- Dentro de este segmento cabe recalcar el de VIAJES DE INCENTIVOS que es un tipo de producto que es más exigente en el detalle y la minuciosidad en la planificación, los Grupos Incentivo llegarán cada vez con mayor frecuencia a Cuenca, dentro de un circuito por todo el Ecuador e inclusive anexado a otros países de Sudamérica. Atender este mercado implica mejor preparación de nuestra gente, pues la diferencia básica con otro tipo de Grupos es la exclusividad y originalidad de los servicios y detalles que buscan y la prolijidad en la provisión de los mismos.
- Retomar promoción a agencias y operadores para ofrecer noches complementarias de hospedaje en base a noches sueltas vendidas que serían acumulables, 1 noche free por cada 12 pagadas.

#### **2.2.8.4 Acciones para congresos y convenciones**

- En este segmento hay incidencia directa de la infraestructura de salones disponible en el Hotel, el hecho de no contar con un salón de capacidad superior a 300 personas, implicaría no poder atender eventos de mediano tamaño, más una vez que el Hotel cuente con la nueva infraestructura de salones, sin duda por el tamaño de los mismos y mejoras como espacios utilizables al aire libre, se repuntará la demanda del Hotel para este tipo de eventos.
- El mantener información constante con las Sociedades Médicas, Instituciones, estar pendiente y actualizada con las novedades del

acontecer de la Ciudad y el País; permiten ofrecer nuestros servicios de forma oportuna, estrategia que se continuará aplicando.

- Renegociación de las alianzas estratégicas con los OPE y OPC (Organizadores Profesionales de Eventos y Congresos) para atraer Congresos y Eventos al Hotel.
- Capacitación a la Coordinadora de Eventos para que cuente con herramientas y conocimientos para ofrecer un asesoramiento profesional e integral para eventos de este tipo.
- Redefinición de la oferta de paquetes para convenciones y congresos, que incluyan precios por persona de hospedaje, alimentación, equipos de audio y video, y otros.

#### **2.2.8.5 Acciones para acrecentar el Turismo Nacional.**

- Para este segmento de mercado se continuará ofreciendo las tarifas especiales de \$79 en sencilla y \$89 en doble incluido impuestos, dados los buenos resultados en la oferta obtenidos desde su implementación.
- Reforzar promoción de tarifas especiales desde el Aeropuerto para reservas nuevas para turistas con \$73 y \$79, sencilla y doble incluido impuestos.
- Se buscará medios de difusión de esta tarifa por medio de canjes sin costo o con costo bajo para llegar a más potenciales clientes.
- Reimpresión de nuevos flyers para difusión de tarifas especiales.
- Distribución de flyers de tarifa especial en puntos estratégicos de la Ciudad (OFICINAS ITUR, COMPAÑÍAS TRANSPORTE EJECUTIVO) y en otras ciudades, sobretodo Guayaquil que es nuestro principal mercado en segmento turístico nacional.
- Para Feriado Carnaval 2010 se aplicará Paquete Fin de Semana de 2 o 3 noches, y en noches sueltas mínimo tarifa corporativa.

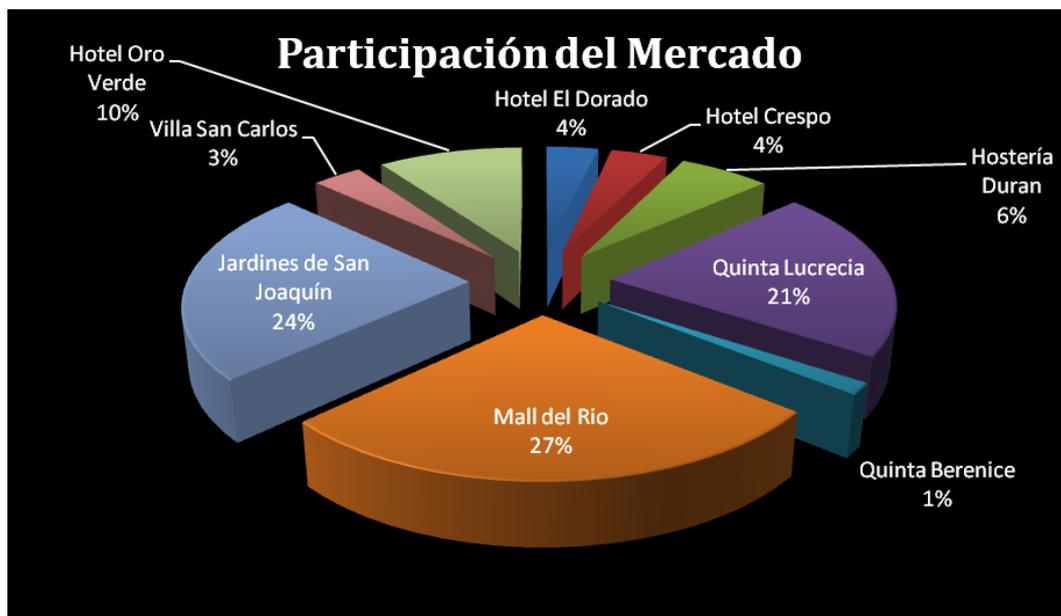
- Únicamente para el Feriado de Noviembre (aunque este año cae martes y miércoles y no se ha previsto definirlo como puente) se aplicaría tarifas rack o Paquete Fin de Semana de dos y tres noches.

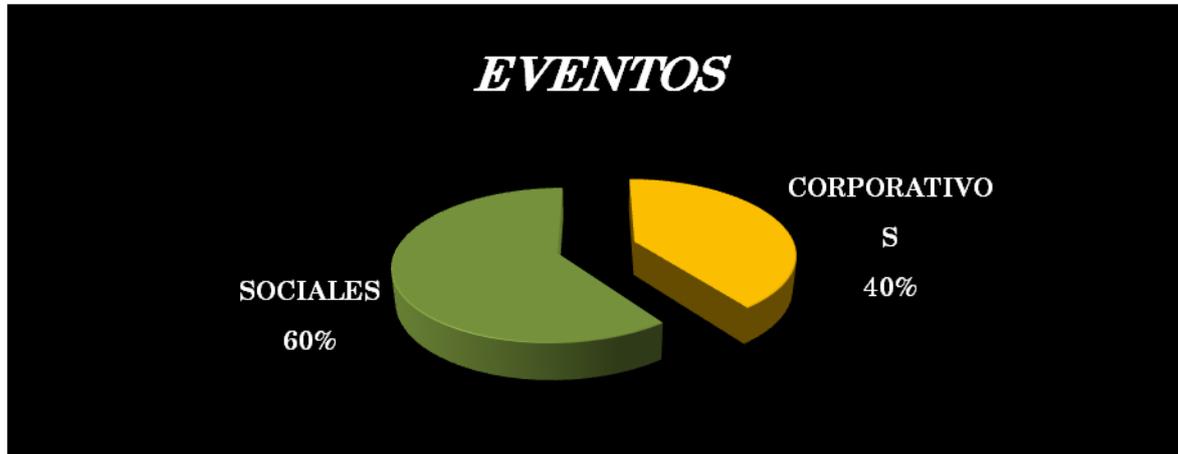
## 2.2.9 Estudio del Departamento de Alimentos y Bebidas

### Eventos

#### Repartición actual de mercado en Cuenca con los principales competidores

	Capacidad Salones	Corporativos	Sociales	Total
Hotel El Dorado	200	\$ 43,605.00	\$ 61,808.00	\$ 105,413.00
Hotel Crespo	250	\$ 60,000.00	\$ 54,000.00	\$ 114,000.00
Hostería Duran	400	\$ 81,120.00	\$ 103,680.00	\$ 184,800.00
Quinta Lucrecia	550	\$ 100,230.00	\$ 529,760.00	\$ 629,990.00
Quinta Berenice	250	\$ 8,450.00	\$ 34,400.00	\$ 42,850.00
Mall del Rio	2000/1500/800/300	\$ 760,000.00	\$ 61,500.00	\$ 821,500.00
Jardines de San Joaquín	650	\$ 120,000.00	\$ 598,500.00	\$ 718,500.00
Villa San Carlos	200		\$ 100,000.00	\$ 100,000.00
Hotel Oro Verde	250/100/80/50/30	\$ 180,758.25	\$ 60,252.75	\$ 241,011.00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 1,354,163.25</b>	<b>\$ 1,603,900.75</b>	<b>\$ 2,958,064.00</b>
%		45.78%	54.22%	100%





#### **ACCIONES A IMPLEMENTAR**

##### **EVENTOS:**

1. Ofrecer atención personalizada y profesional con la presencia de un “anfitrión” en todos los eventos para que el cliente perciba un servicio sobresaliente.
2. Dar mayor y mejor seguimiento a las cotizaciones incluyendo entrega a domicilio de las mismas.
3. Incentivar a los organizadores de eventos con reconocimiento de descuentos o comisiones (ampliar el número de aliados estratégicos).
4. Dar inducción y capacitación integral al personal eventual de servicio.
5. Mejorar el menaje de eventos (mantelería, platos base, detalles decorativos, uniformes).
6. Incluir otros servicios (por medio de proveedores externos contratados por el Hotel para el Cliente final) como flores, músicos, D.J., protocolo, maestros de ceremonia, modelos, carpas (en Servicio a Domicilio o eventos al aire libre).

7. Revisar y actualizar la oferta gastronómica para que sea atractiva para los Clientes con productos y servicios temáticos (música, uniformes, decoración).
8. Tener variedad de oferta con alternativas que se ajusten a diferentes presupuestos.
9. Continuar con la gestión de Prospección para buscar nuevos negocios.
10. Renovar los conceptos de atención capacitando al personal involucrado (de oficina y de la operación).
11. Rediseñar la capacidad del aire acondicionado en el salón Tomebamba e implementar unos equipos en Oro-Café.

## RESTAURANTES

Comparativo de precios de los Restaurantes más importantes de la ciudad

	Hotel Oro Verde	Hotel El Dorado	Hotel Crespo	Rest. Villa Rosa	Hotel Santa Lucia	Hotel Mansión Alcázar	Rest. El Jardín
Menú Banquete (3 Cursos)	\$ 13.90 - \$ 16.00	\$ 10.99 - \$ 14.99	\$ 13.00*	\$ 16.50 - \$ 21.00	\$ 13.50 - \$ 20.90	\$ 21.00 - \$ 33.75	\$ 7.50 - \$ 14.50
Ceviche	\$ 6,20	\$ 6,99		\$ 8,95		\$ 7,90	
Ensalada Mediterránea (Pulpo)	\$ 4,80	\$ 6,75		\$ 9,95		\$ 5,25	
Crema de Cangrejo (Bisque)	\$ 6,90	\$ 5,99				\$ 5,90	
Locro de Papas	\$ 3,20	\$ 4,99		\$ 4,50		\$ 4,50	
Trucha	\$ 7,40	\$ 7,75		\$ 9,25		\$ 10,90	
Corvina	\$ 9,50	\$ 8,99		\$ 10,95		\$ 11,50	
Lomo fino de Res	\$ 12,50	\$ 8,99		\$ 10,25		\$ 10,90	
Pollo	\$ 7,50	\$ 6,99		\$ 8,75		\$ 7,90	
Para niños	\$ 4.20 - \$ 4.50	\$ 6,50					
Hamburguesa	\$ 7,90	\$ 6,99					
Sándwich de Jamón y Queso	\$ 5,50	\$ 4,99					

Postres	\$ 3.20 - \$ 4.20	\$ 3.75 - \$ 3.99		\$ 3.95 - \$ 5.95		\$ 4.25 - \$ 5.50	
Gaseosa	\$ 1,80	\$ 1,50					
Gaseosa light	\$ 2,20	\$ 1,99					
Jugos	\$ 2,00	\$ 1,99					
Agua mineral / natural	\$ 1,30	\$ 1,50					
Cerveza nacional	\$ 2,20	\$ 1,99					
Cerveza importada	\$ 3,50	\$ 3,50					
Café	\$ 1,50	\$ 1,50					
Cappuccino	\$ 1,70	\$ 1,99					
Descorche vino	\$ 5,00		\$ 2,15	\$ 4,50	\$ 10,00	\$ 7,00	\$ 2,75
Descorche Whisky	\$ 10,00		\$ 2,15	\$ 3,50	\$ 13,00	\$ 9,00	\$ 2,75
Gaseosa litro	\$ 3,50		\$ 1,55	\$ 1,50	\$ 3,90	\$ 1.50 - \$ 2.00	\$ 3.50**

\*= Incluye una copa de vino

\*\*= botellas de 3 litros

## Plan gastronómico para el año 2010 en Oro-Café

<b>ENERO</b>	Todo el mes (noches de jueves y viernes): Vinos Chilenos y su maridaje (vinos y bocaditos)	Servicio de vinos por copa (cada semana otra casa viñera), maridaje con Bocaditos escogidos. Apoyo de Queserías (Mondel). Precio por copa incluye 2 bocaditos.
<b>FEBRERO</b>	Todo el mes (noches de jueves y viernes): Mes del Amor y Chocolate	Con Fuente de Chocolate, Buffet de Postres todos en base de Chocolate, Bebidas a la carta con Chocolate
<b>MARZO</b>	Todo el mes (noches de jueves y viernes): Martini y Sushi	Variedades de Martinis y Bandejas de Rolls y Nigiris. Cartas de Martinis y Sushi
<b>ABRIL</b>	Todo el mes (noches de jueves y viernes): Mes del Maíz, bocaditos y bebidas en base a Maíz o en maridaje	Buffet de Especialidades típicas con Maíz incluyendo bebidas como Chicha, Champús, Morocho, Rosero, Colada Morada, etc.
<b>MAYO</b>	Todo el mes (noches de jueves y viernes): El vino argentino y Guitarras	Servicio de Vinos por copa (cada semana otra casa viñera), Asado al Palo, Choripán y especialidades del Camp argentino. Invitación a una escuela de guitarra.
<b>JUNIO</b>	Todo el mes (las noches del jueves, viernes y sábado): Whisky, Ron y Brandy y su Maridaje	Servicio de los tragos finos por copa, maridaje con bocaditos escogidos, incluyendo chocolate y dulces de Corpus, festejando corpus con juegos pirotécnicos (03.06)
<b>JULIO</b>	Todo el mes (las noches del jueves, viernes y sábado): Carrusel de Carnes al estilo brasilero	Espadas de variedades de Carnes con buffet de acompañados
<b>AGOSTO</b>	Todo el mes (noches de jueves y viernes): Wok 'n' Roll	Especialidades del Wok y Rollos "Sushi" Todo a la Carta preparado al instante y frente al cliente
<b>SEPTIEMBRE</b>	Todo el mes (noches de jueves y viernes):	
<b>OCTUBRE</b>	Todo el mes (las noches del	Cangrejada, gran buffet de especialidades con Cangrejos y Cangrejos enteros para

	jueves y viernes): Cangrejada	"golpear", apoyo de Cerveza
<b>NOVIEMBRE</b>	Todo el mes (las noches del jueves, viernes y sábado): Noches de Martini y Ostras	Variedad de Martinis y Ostras al natural. Cartas de Martinis y Ostras
<b>DICIEMBRE</b>	Todo el mes (las noches del jueves y viernes): Shots de Tequila, Enchiladas y Tacos	Variedades de Shots de Tequila, cristal, Ron etc. Con enchiladas y Burritos

**Fechas importantes:**

<b>Año nuevo: 01.01</b>	Desayuno buffet especial.
<b>San Valentín: 14.02</b>	Cena especial para San Valentín en el Oro-Café y la Cabaña Suiza
<b>Carnaval: 15.02 - 16.02</b>	Variedad de temas por feriado de Carnaval en Oro-Café, venta de dulces y Mote Pata en el Deli
<b>Semana Santa: 02.04 - 04.04</b>	Variedad de temas para el feriado de la Semana Santa en Oro-Café, Venta de Fanesca
<b>Fundación de Cuenca: 12.04</b>	Temas típicas para fiesta de fundación de cuenca
<b>Día de la madre: 09.05</b>	Almuerzo buffets en Oro-Café, Salón Tomebamba y la Cabaña suiza por día de la Madre
<b>Día del padre: 20.06</b>	Almuerzo buffets en Oro-Café, Tomebamba y la Cabaña suiza por día del Padre
<b>Fiesta de Cuenca: 2 y 3 de noviembre</b>	Colada morada y guaguas de pan en Deli / 01.11 - 03.11 variedad de temas durante las fiestas de cuenca en Oro-Café

**Nota importante: Este plan puede ser revisado y modificado de acuerdo a necesidades**

## **ACCIONES A IMPLEMENTAR:**

### **RESTAURANTES:**

1. Implementar estándares de calidad de los alimentos y servicios (tiempos) que se ofertan y realizar constantemente controles respectivos.
2. Cambiar con nuevos conceptos que abarquen producto y servicio (ambientación, uniformes, oferta, personal, etc.)
3. Proveernos de personal joven y dinámico.
4. Publicidad agresiva con diferentes medios (flyers, radio, periódico, telerama, revistas) con auspicios de tarjetas de créditos, proveedores y otros.
5. Reforzar la promoción con publicaciones de cortesía o en base de canjes.
6. Implementar y mantener supervisión de Jefe de Área de servicios ofrecidos y operación con turnos rotativos predefinidos

### **ORO CAFÉ:**

#### **Antecedentes:**

- El Oro Café está ubicado en el Hotel ORO VERDE Cuenca.
- Cuenta con extensa zona de aparcamiento
- Al estar dentro del hotel tiene ventajas considerables tales como:
  - Público cautivo dentro del grupo de ocupación del hotel
  - Facilidades logísticas debido a que se pueden aprovechar las instalaciones y equipos.
  - Reputación compartida. Toda la imagen del hotel repercute directamente, en la imagen del restaurante.

- Por otro lado, al funcionar dentro del hotel, contrae desventajas:
- Distancia: La ubicación del hotel es muy buena al estar alejado del centro de la ciudad y zonas de gran afluencia de autos y personas, pero esta desventaja conlleva una debilidad.
- Percepción equivocada: El público lleva dentro de su imaginario que la comida en Oro Verde, es demasiado costosa y elitista.

### **Análisis de la Oferta:**

- En la ciudad existen varios restaurantes, algunos de ellos con larga permanencia en el mercado y otros muy poco estables.
- Del universo de restaurantes, la mayor cantidad se enfoca en lo que se conoce como comida internacional, los restaurantes que tienen un carácter definido siguen en cantidad (parrilladas, mexicana, italiana, alemana, mediterránea)
- Debido al comportamiento de la población, en lo que respecta a las prácticas de descanso y relax, existen gran cantidad de restaurantes que ofrecen parrilladas y comidas campestres en general.
- Luego vienen los locales de comida rápida, tanto en patios de comida como en locales independientes, notándose una incursión en el mercado de las multinacionales (KFC, Burger King, Sport Planet, etc.) y en mucha menor escala de cadenas nacionales que ofertan comida típica como menestras, ceviches, etc. (Doña Menestra, Ceviches de la Rumiñahui)
- La oferta de restaurantes es limitada y eso provoca el surgimiento y utilización de lugares de recreación como si fueran de expendio de comida. Ejemplo: Centros comerciales, quintas, hostería, etc.

### **Volumen de Producción y Precios de la Competencia:**

- En general la oferta gastronómica de la ciudad es pobre y su calidad es deficiente sobre todo cuando se considera la relación calidad/precio. Pero como toda ciudad grande, tiene el abastecimiento necesario para suplir las necesidades de la población demandante, dentro del comportamiento del cliente promedio, cabe señalar que es novelero y que prefiere productos baratos y no necesariamente de calidad. Al considerar un aumento en la demanda de este servicio, de manera inesperada el Hotel tiene una fortaleza que radica en su infraestructura. Este punto es importante ya que a pesar de las evidentes deficiencias en infraestructura y equipamiento, Oro Verde continua siendo el único que puede atender eventos grandes.
- Los precios que maneja la competencia, en el mismo nivel y sector son similares a los que tienen restaurantes de calidad de Quito o Guayaquil, sin embargo la calidad del producto y servicio no es cercana siquiera.
- El rango de precios manejados en el Restaurante es inferior a los de la competencia en nuestro sector.

### **Estacionalidad:**

- El gran problema en la operación de la Cafetería- Restaurante del Hotel, es la estacionalidad del consumo, debido a que el grueso de los clientes son huéspedes.
- Si aceptamos la vocación de cafetería y el servicio correspondiente de este punto de venta, podemos hacer una oferta novedosa que nos ayude a dar un golpe publicitario como el único lugar en cuenca donde se puede desayunar todo el día.
- Al ser el lugar destinado para servir desayunos a los huéspedes del hotel, la cafetería tendrá siempre un porcentaje cautivo y un porcentaje de ingresos constantes, en relación con la ocupación del hotel.

- Esto nos brinda dos variables interesantes para el análisis posterior. El primero es la utilización del punto de venta por la gestión del restaurante y el otro la utilización por la ocupación del hotel.

### **Estrategias:**

1. Adecuar y actualizar el Oro Café del Hotel, en un restaurante de servicio mixto, en una cafetería en la cual se atiendan los desayunos de los huéspedes del hotel y luego servir para almuerzos buffet, comidas informales, acciones gastronómicas, una carta de platos en los que se haga acento en el café como ingrediente, pensando en que uno puede llegar a desayunar con nosotros a cualquier hora del día o la noche.
2. La cafetería cuenta con una capacidad física de 83 pax, con la disposición actual, pero en el futuro cercano, deberá atender también el área de la terraza; con capacidad para 1000 pax razón por la cual el carácter informal del Oro Café debe contar con una cocina e instalaciones de fuego y trabajo acordes a este acrecentamiento
3. Dentro de Oro Café se hará énfasis en el concepto de desayuno, con una carta de buena cafetería, pensando en el aroma del café como ingrediente no solo de bebidas, sino de salsas y de acompañamientos.
4. La atención desde la cocina satélite, el espectáculo de los platos flameantes o las salsas calientes, todo esto agregado el ambiente cálido y moderno, son los fuertes en la experiencia de nuestros clientes.
5. Al entrar en funcionamiento la terraza con su asadero y las instalaciones para convertirlo en nuestro restaurante campestre, la logística de la cocina y bebidas será compartida desde la cocina del Oro Café.
6. Preparar alimentos frente al cliente en nuestra cocina satélite.
7. Readecuar la funcionalidad de la cocina satélite.

8. Ofertar bebidas especiales, jugos frescos al instante, cocteles ligeros, variedad de cervezas, vinos servidos en copas.
9. Promocionar el buffet de desayuno tipo “Full American Breakfast”, precio atractivo con opciones de órdenes adicionales como ceviches a elección con precios cómodos.
10. Retomar la oferta de Té de la Tarde los días miércoles, jueves y viernes, desde las 16h00 hasta las 19h00, con servicio de buffet, estaciones de bebidas calientes, variedades de Tés y aguas aromáticas, aplicando publicidad en periódicos, radio, telerama y con flyers.
11. El té de la tarde y su renovación con ofertas nacionales y con temas estacionales (pascua, día de la madre, navidad) también tienen lugar en este restaurante, lo que contribuye a acrecentar el atractivo como lugar de alimentación y esparcimiento dentro de las instalaciones del hotel.
12. Constantemente realizar promociones de las acciones culinarias previstas, por medio de radio flyers, periódico, on-hold del teléfono, publireportajes, boletines de prensa.
13. Realizar cursos por parte de miembros del hotel y otras instituciones
  1. Repostería y pastelería
  2. Cocteles
  3. Vinos y otras bebidas.
  4. Gastronomía internacional
  5. Nutrición
  6. El sutil encanto del Té
  7. Elaboración de Sushi

### **GOURMET DELI:**

Luego de varios años de operaciones de este punto de venta, se ha notado la llegada al techo en la evolución de las ventas. Para solucionar esta estabilización en los números se propone lanzar el servicio de GOURMET DELIVERY, que ampliará, sin lugar a dudas, el espectro de acción del gourmet deli, llevándolo a

las zonas aledañas al hotel y convirtiéndose así en una importante extensión comercial del hotel hacia el exterior.

Dentro de las acciones para dar el paso hacia el GOURMET DELIVERY, se ha alistado una alianza con una empresa que se dedica al envío de productos, de esta manera el servicio de entregas, no significa aumento en el personal en nómina del hotel y tenemos un motorizado a disposición de los envíos durante el día.

Para este nuevo servicio y punto de venta se ha creado una carta específica, la misma que también se venderá en las instalaciones del Gourmet Deli, con una cantidad limitada de sopas, ensaladas, sandwiches calientes y fríos, carnes, pastas, picadas y bebidas calientes y frías.

### **Fortalezas:**

Las fortalezas para nuestros clientes son:

- Mayor frescura en la preparación
- Visibilidad total en la preparación.
- Velocidad en el servicio
- Posibilidad de escoger y mezclar entre varias opciones
- Facilidad de adquirir y recibir en casa los productos preparados en Oro Verde.

### **ACCIONES IMPLEMENTADAS:**

- Se ha lanzado una línea de cafés calientes y fríos, pensados como producto para llevar o consumir dentro de las instalaciones del Gourmet Deli (28 pax)
- Se ha preparado la carta, con los productos que servirán para el GOURMET DELIVERY y para el consumo dentro de las instalaciones.
- Hemos instalado un espacio adecuado para el funcionamiento de una freidora, microondas y samovares.

### **POR IMPLEMENTAR:**

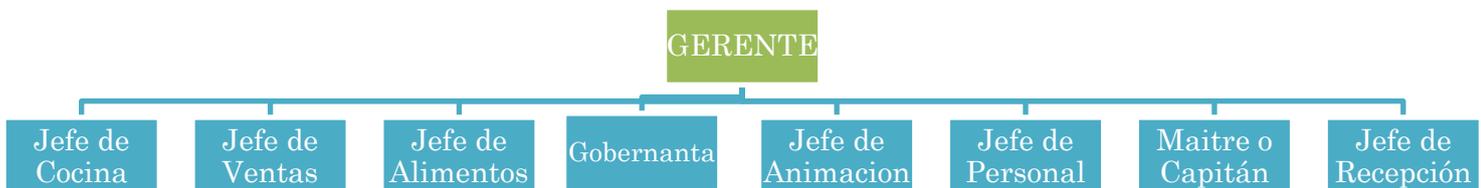
- Lanzar el servicio de GOURMET DELIVERY, con trípticos informando los productos de la carta, precios, tiempos de envío y formas de pedido y pago.
- Reforzamiento publicitario de las nuevas ofertas del GOURMET DELI
- Mejorar la ambientación del GOURMET DELI, volviéndolo más cálido y atractivo, ligado a la oferta que vamos a difundir.
- Renovación de los uniformes del personal de servicio GOURMET DELI y creación de chalecos y canastillas térmicas para el personal motorizado
- Creación o adaptación de un logotipo para el Gourmet Delivery

### CAPITULO III: MODELO ADMINISTRATIVO DEL DEPARTAMENTO DE ANIMACIÓN

#### 3.1 Organigrama del Hotel Oro Verde.

El departamento de Animación Turística que se pretende incorporar en el futuro en el Hotel Oro Verde Cuenca estará enmarcado en el siguiente organigrama, de tal manera que esté jerárquicamente a la misma altura que los demás departamentos. Es importante indicar que todo el personal del hotel no trabaja solo, todos son miembros de un equipo que debe trabajar en conjunto para que el resultado de cada actividad sea satisfactorio para el equipo y para todos los clientes.

El departamento de animación al igual que los demás departamentos se relacionan entre sí, las relaciones deberán ser cordiales y funcionales, cuando se requiera de cooperación en ciertas actividades organizadas por el departamento, deberá pasar hojas de función u orden de trabajo a los demás departamentos con antelación para que la actividad planeada tenga éxito.



- **Recepción:** Es el lugar donde se concentra y se distribuye la información: previsiones de ocupación, llegada de clientes VIP, llegada de grupos de agencias de viajes o para convenciones a realizarse en el hotel, informes de ocupación diaria, semanal, mensual y anual. El departamento de animación turística debe facilitar los programas a recepción para que los recepcionistas puedan informar a los clientes sobre las actividades a realizarse durante su estancia y poder coordinar ciertos servicios.

- **Mantenimiento:** Este departamento se encargará de atender las partes de avería o de servicio, ayudará a la preparación de decorados especiales para cada actividad. Se encargarán de verificar periódicamente que el sonido y la luz estén en óptimas condiciones.

- **Cocina:** Se deberá entregar programas y horarios conforme a la disponibilidad logística de cocina para demostraciones gastronómicas, cursos de cocina, o la preparación de alimentos para ciertos shows.

- **Bar:** Es el departamento con el cual el animador tiene más relación, si este no está bien el trabajo del animador se verá afectado en forma negativa, el mismo caso con el jefe de cocina, se deberá coordinar conjuntamente con el jefe de bares y cocinas todas las previsiones para los espectáculos, los premios en caso de haber juegos, bebidas. Etc.

- **Restaurante:** La dinámica de funcionamiento es igual a la de cocina y bares. En el caso de que se organicen noches temáticas, el área de restaurante se encargará junto al animador y personal de mantenimiento adecuar el local de acuerdo al tema de la noche.

- **Administración:** Controlará todo el cumplimiento de las disposiciones internas relativas a compras, solicitudes, reposición de material, inventarios, el departamento de compras se encargará de conseguir los materiales y servicios necesarios para el hotel.

- **Gobernación:** Este departamento se encargará de la limpieza, lavandería y lencería. En el caso de necesitar colaboración para la organización de actividades, se deberá informar a la gobernanta con la debida anticipación.

Es imprescindible que el departamento de Animación Turística dentro del hotel tenga buenas relaciones con los guías o representantes de las Agencias de Viajes, ya que en la mayoría de casos ellos son los que tienen un primer contacto con los clientes, los que además pueden predisponerlos a favor de la empresa y los que pueden influir en la evaluación final del cliente respecto al establecimiento donde ha pasado sus vacaciones.

### **3.1.1 Relaciones Interdepartamentales:**

Entre los departamentos del hotel deberá existir un canal de información muy fluido para conseguir adaptar el producto que se ofrece para de esta forma satisfacer de la mejor forma las necesidades que tiene el cliente.

- ✓ **De animación a Dirección:** La comunicación deberá ser rápida. Eficaz y seleccionada, ésta se realizará a través del jefe departamental, que a la vez mantendrá informado de todos los pormenores al director, mediante reuniones sobre evaluación de actividades, control económico, personal externo, etc.

- ✓ **De animación a otros departamentos:** Se deberá informar semanalmente a todos los departamentos que estén en mayor contacto con huéspedes y clientes sobre la programación que habrá para esa semana
  
- ✓ **De dirección a animación:** Se recibirá por parte de la dirección toda la información que sea necesaria para poder elaborar el producto de animación.
  
- ✓ **De recepción a animación:** Se debe recibir toda la información sobre llegadas que habrá en la semana, y las estadísticas de nacionalidad de los huéspedes. Además informarán cuando haya entradas de grupos grandes.
  
- ✓ **De bares a animación:** Se obtendrá diariamente información de ventas para poder elaborar el programa más adecuado con objeto de rentabilizar el servicio de animación.

### **3.1.2 Organigrama del Departamento de Animación Turística del Hotel Oro Verde.**

El Organigrama de Animación será variable dependiendo del producto de animación que se haya diseñado.

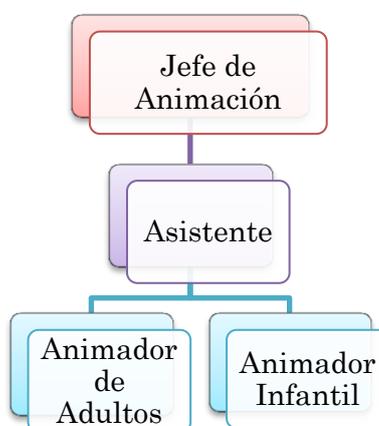
#### **3.1.2.1 Organigrama Básico:**

En este organigrama comprenden cuatro personas; este organigrama se utilizará cuando el hotel ofrezca un producto básico de entretenimiento en el que quedarán

cubiertas las necesidades de animación diurna y nocturna de adultos y de niños de entre los 5 y 11 años.

**Con respecto a las instalaciones se necesitará como mínimo lo siguiente:**

- Piscina.
- Campo abierto
- Escenario
- Equipos audiovisuales.

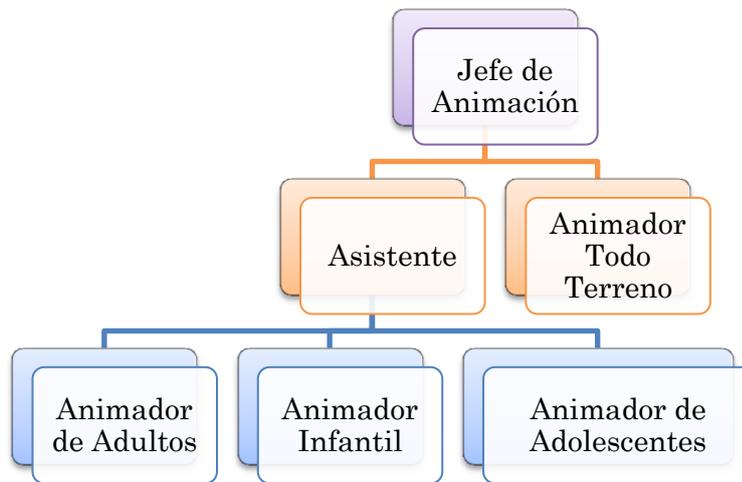


### **3.1.2.2 Organigrama Familiar:**

Este organigrama estará compuesto por 6 integrantes miembros del Equipo de Animación, permitirán las actividades diurnas y nocturnas adecuadas a cada grupo de edad: niños de 5 a 11 años, adolescentes y adultos. También incluye una persona que cubrirá los días libres del resto del equipo.

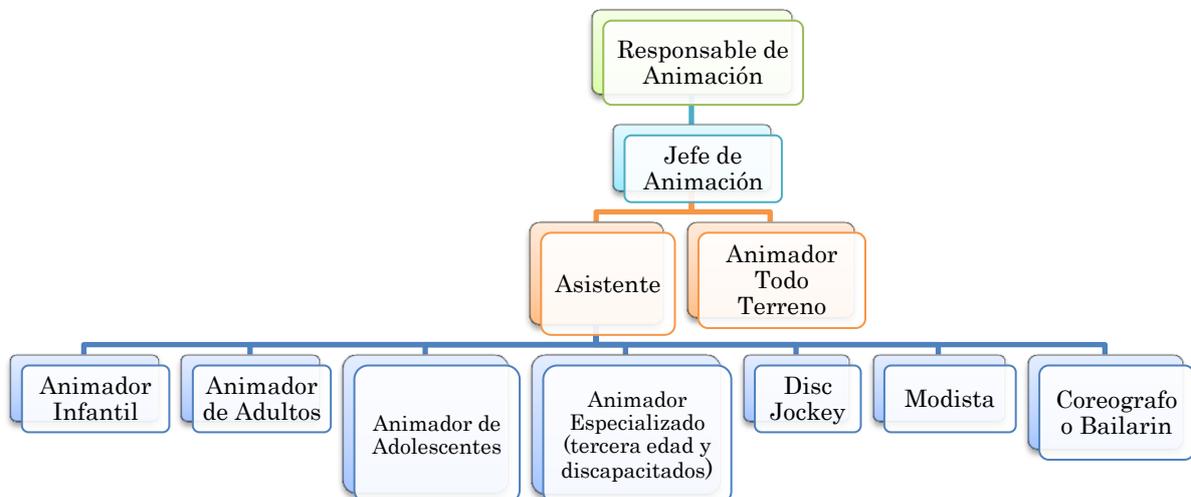
**Instalaciones mínimas:**

- Pista o cancha deportiva.
- Mini Club o salones (se adecuan de acuerdo a las actividades)



### 3.1.2.3 Organigrama Complejo para el Departamento de Animación en el Hotel Oro Verde.

En este organigrama se puede apreciar claramente la división de los cinco grandes productos (adultos, tercera edad, discapacitados, adolescentes, y niños), cada uno con su propio responsable: programas para el día y la noche, aquí debe incluirse todas las instalaciones con las que cuenta el hotel, el producto debe ser muy avanzado y elaborado. Trataremos que todos los programas de actividades de animación incluyan en este organigrama complejo, donde se ofrecerán actividades de alta calidad con personal profesional.



### 3.2 Perfil y Funciones del personal, por orden jerárquico.

- **Responsable de Animación:** Es el encargado de la coordinación, puesta en marcha, desarrollo y ejecución de las actividades del equipo de animación en complejos hoteleros.

#### Funciones:

- ✓ Seleccionar y formar al personal de animación.
  - ✓ Coordinar dirigir y gestionar al equipo de animación.
  - ✓ Interpretar correctamente el producto vendido por el establecimiento a sus clientes y distribuidores y plasmarlo en los programas de animación
  - ✓ Informar al equipo de animación de los horarios y los programas, así como de los objetivos que deben alcanzarse.
  - ✓ Mantener una constante comunicación con la dirección del establecimiento.
  - ✓ Conocer todo el material existente en el departamento para la realización de diferentes actividades.
  - ✓ Controlar los gastos de materiales del departamento y realizar la gestión presupuestaria.
  - ✓ Llevar a cabo los inventarios del departamento, de acuerdo a lo estipulado en las políticas de la empresa.
  - ✓ Asistir a los cocteles de bienvenidas de los clientes.
  - ✓ Atender a los clientes VIP
  - ✓ Contactar y mantener relación con los guías.
- 
- **Jefe de Animación:** Es el encargado de la coordinación, puesta en marcha, desarrollo y ejecución de las actividades del equipo en el hotel y fuera de él, cuando se requiera.

### **Funciones:**

- ✓ Coordinar y dirigir al equipo de animación.
- ✓ Elaborar los programas de animación
- ✓ Informar al equipo de animación de los horarios y los programas.
- ✓ Sostener una constante comunicación con la dirección del establecimiento.
- ✓ Conocer todo el material de animación existente en el departamento.
- ✓ Llevar a cabo los inventarios del departamento, de acuerdo a las políticas que tenga el hotel.
- ✓ Realizar el seguimiento de los decorados en jardines, salas, escenarios, según la actividad que corresponda.
- ✓ Realizar el seguimiento de los programas.
- ✓ Realizar el seguimiento de la información destinada a los clientes.
- ✓ Controlar la puntualidad del personal externo, así como la del propio.
- ✓ Controlar la actuación del personal externo y de esta forma el grado de aceptación por parte de los clientes.
- ✓ Llevar a cabo el cierre de cada actividad.
- ✓ Organizar y participar en el desarrollo de las actividades socioculturales.
- ✓ Organizar y participar mínimo en una actividad diurna diariamente.
- ✓ Organizar y participar en las actividades nocturnas, así como efectuar un chequeo habitual del material necesario para desarrollarlas.

- **Responsable Artístico o Jefe de Noche:** Es el responsable de la animación nocturna en un club o salón de recepciones y participa activamente en ellas.

### **Funciones:**

- ✓ Coordinar dirigir y gestionar al equipo de animación durante las actividades que se realizan en la noche.
- ✓ Supervisar la calidad de las actividades externas.
- ✓ Interpretar correctamente el producto vendido a los clientes y plasmarlas consecuentemente en los espectáculos que se lleven a cabo.

- ✓ Informar al equipo de animación de los horarios y programas, así como de los objetivos a alcanzarse en cada uno de ellos.
  - ✓ Coordinar adecuadamente al personal a su cargo: motivación, ensayos. Etc.
  - ✓ Controlar los gastos de materiales de su área y la gestión presupuestaria para cada actividad.
  - ✓ Llevar a cabo los inventarios según las políticas estipuladas por el hotel.
  - ✓ Contactar con los guías, en caso de ser necesario su participación.
- **Responsable de Deportes o Jefe de Día:** Es el responsable de la animación durante el día para los adultos y participa activamente en cada actividad.

#### **Funciones:**

- ✓ Coordinar, dirigir y gestionar al equipo de animación durante el horario diurno.
- ✓ Interpretar correctamente el producto vendido por el hotel a sus clientes y plasmarla consecuentemente en las actividades del día que se lleven a cabo.
- ✓ Informar al equipo de animación de los horarios y programas, así como de los objetivos que deben alcanzarse.
- ✓ Coordinar adecuadamente al personal a su cargo: motivar, incentivar a la creatividad de actividades novedosas, establecer turnos de trabajo adecuado, etc.
- ✓ Controlar los gastos de materiales y gestión presupuestaria.
- ✓ Llevar a cabo los inventarios de acuerdo a políticas establecidas por el hotel para la realización del mismo.
- ✓ Contactar con los guías, en caso de que la actividad así lo requiera.

- **Responsable de Clubes:** Es la persona responsable de la animación infantil y juvenil diurna y nocturna en un club o cualquier lugar donde se pueda realizar actividades dirigidas a este segmento, participa activamente en las actividades.

#### **Funciones:**

- ✓ Coordinar, dirigir y gestionar a los animadores que se encargan de los diferentes clubes infantiles y de adolescentes.
  - ✓ Interpretar el producto vendido por el hotel a sus clientes y plasmarlo frecuentemente en las actividades para niños y adolescentes que se lleven a cabo.
  - ✓ Informar a sus animadores de los horarios y programas, así como de los objetivos.
  - ✓ Coordinar al personal a su cargo: incentivarlos. Motivarlos, propiciar el empleo, establecer turnos de trabajo adecuados.
  - ✓ Controlar gasto de material de su área y gestión de presupuestos.
  - ✓ Llevar a cabo inventarios de acuerdo a las políticas establecidas para este caso por el establecimiento hotelero.
  - ✓ Contactar a guías en caso de ser necesario.
- 
- **Asistente:** Es un miembro integrante del equipo de animación, puede ejercer distintas funciones de acuerdo con el número de componentes del equipo, infraestructura y la tipología del cliente, desempeña las mismas funciones que el Jefe de Animación, jerárquicamente se encuentra ubicado justo debajo de éste. Además de esas funciones, está capacitado para desempeñar las siguientes.
- ✓ Informar al Jefe de Animación de los desperfectos que se den en el área de trabajo y material del departamento.
  - ✓ Colaborar en las actividades diurnas y nocturnas.
  - ✓ Colaborar activamente con el Jefe de Animación en las actividades nocturnas.

- ✓ Conocer el programa de actividades extraordinarias.
  - ✓ Colaborar y participar en el desarrollo de las actividades socioculturales.
  - ✓ Cubrir los días libres de los diferentes componentes del equipo de animación siempre que el Jefe de Animación lo considere oportuno.
- **Animador Todo terreno:** Es uno de los miembros que integran el equipo de animación, no tiene una función específica. Su labor dependerá del número de componentes del equipo, la infraestructura y la tipología del cliente. El jefe de animación asignar las funciones de acuerdo a las necesidades que se presenten.
  - **Animador de Adultos:** Es miembro del equipo tiene como función principal, el desarrollo de actividades diurnas dirigida a los adultos.

#### **Funciones:**

- ✓ Organizar deportes y actividades lúdicas
  - ✓ Conocer las reglas de los juegos y de las actividades deportivas.
  - ✓ Entrega de diplomas, si corresponde a la actividad realizada.
  - ✓ Colaborar y participar en la animación nocturna.
  - ✓ Colaborar y participar en el programa de actividades socioculturales.
- **Animador Infantil:** Es miembro es responsable de la animación infantil. Dependiendo del producto del establecimiento, estos animadores pueden ser especializados por edades.

#### **Funciones:**

- ✓ Organizar la animación diurna y nocturna para niños.

- ✓ Conocer las reglas de juegos y de las actividades deportivas que se realicen dentro de la programación establecida.
  - ✓ Entrega de diplomas.
  - ✓ Colaborar y participar en la animación nocturna de adultos.
  - ✓ Colaborar y participar en el programa de actividades socioculturales.
  - ✓ Organizar, ensayar y poner en escena shows infantiles.
- **Animador Teenagers:** Es el responsable del programa de animación destinado a los adolescentes (edad comprendida entre los 12 y los 17 años).

**Funciones:**

- ✓ Organizar actividades diurnas y nocturnas para los adolescentes.
  - ✓ Conocer las reglas de los juegos y de las actividades deportivas.
  - ✓ Entrega de diplomas
  - ✓ Colaborar y participar en la animación nocturna de adultos.
  - ✓ Colaborar y participar en el programa de actividades socioculturales.
  - ✓ Organizar, ensayar y poner en escena shows teenagers.
  - ✓ Manejar equipos audiovisuales en caso de ser necesario o que la actividad que se realice así lo amerite.
- **Animador de Club House:** Es el responsable de dirigir y organizar las actividades del club house.

**Funciones:**

- ✓ Informar periódicamente al Responsable de Animación, Jefe de Animación del desarrollo de las actividades del club house.

- ✓ Distribuir y facilitar a los clientes el material existente en el club house.
  - ✓ Facilitar al cliente que así lo requiera todo tipo de información turística sobre la zona geográfica en la que esté situado el establecimiento.
  - ✓ Conocer perfectamente la programación diaria y semana de animación con el fin de poder facilitar al cliente cualquier información requerida.
  - ✓ Conocer e informar al cliente de cualquier actividad que se desarrolle en el establecimiento, aunque no sea propia del departamento de animación.
  - ✓ Informar a clientes y recaudar los ingresos de actividades no incluidas en los servicios del establecimiento, como alquiler de bicicletas.
  - ✓ Velar por el buen estado y perfecto funcionamiento del material de animación existente en el club house.
  - ✓ Participar en algunas de las actividades diurnas, especialmente las socioculturales
  - ✓ Colaborar en la animación nocturna.
  - ✓ Organizar y dirigir el funcionamiento de la biblioteca.
- **Disc – Jockey:** Es integrante del equipo de animación, su función principal es el control y funcionamiento de los sistemas de audio e iluminación.

### **Funciones:**

- ✓ Velar por el buen estado de la discoteca o espacios para ciertas actividades en lo que se refiere al funcionamiento correcto de equipos de luz y sonido.
- ✓ Conocer el material de luz y sonido del que se dispone y su manejo.
- ✓ Estar al día con respecto a las tendencias musicales, saberlas utilizar con los diferentes tipos de clientes.
- ✓ Favorecer el mantenimiento del orden en la cabina del Disc-Jockey
- ✓ Controlar el material discográfico
- ✓ Ayudar a inventariar el material discográfico.

- **Coreógrafo:** Es el encargado de la creación, ensayos y puesta en escena de las coreografías que se realizan en los diferentes espectáculos.

**Funciones:**

- ✓ Estar informado de las tendencias de moda, musicales, cine, etc.
  - ✓ Gestionar adecuadamente al personal a su cargo: motivación, ensayos adecuados, etc.
  - ✓ Participar, si es necesario en actividades diurnas.
  - ✓ Colaborar en el diseño y creación de actividades diurnas y nocturnas.
- 
- **Bailarín:** Es miembro del equipo de animación responsable de todas las actividades relacionadas con la presentación de bailes y coreografías.

**Funciones:**

- ✓ Ensayar según la planificación prevista.
  - ✓ Colaborar y participar en el programa de actividades diurnas y nocturnas.
- 
- **Modista:** Es el responsable de la confección del vestuario del equipo y del vestuario del resto del personal del establecimiento, según las necesidades de los programas y de acuerdo con las directrices del Jefe de Animación, en este caso, se contratará a una persona externa.

**Funciones:**

- ✓ Colaborar en el diseño y confección de los diferentes disfraces, tanto para el departamento de animación como para otros departamentos, cuando sea oportuno.
- ✓ Velar por el buen estado del vestuario, controlando su mantenimiento y almacenaje
- ✓ Conocer todos los elementos de vestuario y complementos.

- **Decorador:** Es el responsable del montaje de decorados, accesorios y puesta en escena de los distintos espectáculos. Si se requiere de su presencia colaborará en el desempeño de otras funciones con el resto del equipo.

### **Funciones:**

- ✓ Colaborar en el diseño y construcción de los elementos decorativos.
  - ✓ Velar por el buen estado de los decorados y el buen estado del equipo de luz.
  - ✓ Conocer el material de decoración del departamento y elementos adecuados que se encuentren en otros departamentos
- 
- **Personal externo:** Serán músicos, artistas o especialistas cuya organización está integrada dentro del departamento de animación y debe estar sujeto a la misma normativa que el resto del departamento.

### **Requisitos:**

- ✓ Ofrecer su producto persiguiendo siempre igualar los estándares de calidad presentes en el establecimiento.
- ✓ Atender a las sugerencias del responsable de la actividad en la que estén trabajando.

Entre todas las funciones específicas que se han indicado para cada uno de los miembros del equipo de animación que tendrá el Departamento deberán atender a las siguientes funciones:

- ✓ Mantener una constante comunicación con los clientes del establecimiento.
- ✓ Seguir los horarios y la programación establecida.

- ✓ Sostener una directa y fluida colaboración con el resto de los departamentos del establecimiento.
- ✓ Velar por el mantenimiento del orden en todas las instalaciones e infraestructuras.
- ✓ Velar por el buen estado de las instalaciones del establecimiento, así como el material de su área de gestión.
- ✓ Favorecer el entendimiento entre todos los miembros del departamento.
- ✓ Ensayar los espectáculos que se vayan a realizar.
- ✓ Cambiar según proceda, el material informativo destinado a los clientes.
- ✓ Participar en la decoración
- ✓ Conocer el programa de actividades extraordinarias.

### **3.3 Procedimientos para el Departamento de Animación Turística.**

#### **3.3.1 Procedimiento Atención al Cliente**

##### **OBJETIVO**

Establecer estándares para la venta de Programas de Animación Turística para adultos, adolescentes y niños.

1. Atención al cliente
  - 1.1. Horario de Atención: lunes a viernes de 08h30 a 17h00
  - 1.2. Recepción del requerimiento por parte del cliente, en el caso de que cierta actividad sea solicitada o creada por parte del hotel (equipo de animación):

1.2.1. **Vía telefónica.-** Se contesta la llamada con un cordial saludo “ANIMACION BUENOS (días, tardes, noches) su nombre LE SALUDA”. Posteriormente se solicitan los siguientes datos para elaborar la cotización:

1.2.1.1. Nombre de la empresa

1.2.1.2. Nombre de la persona que solicita la cotización

1.2.1.3. De qué tipo de actividades se trata, si se requiere de las instalaciones del hotel o fuera del él (domicilio)

1.2.1.4. Fecha y hora.

1.2.1.5. Para cuantas personas desea la cotización

1.2.1.6. Qué servicio requiere. Indicar las actividades que se pueden ofrecer ya sea para que tipo de evento o programa que se necesite.

1.2.1.7. Consultar sobre requerimientos específicos (equipos audiovisuales, amplificación, pista de baile, etc.)

1.2.1.8. Número de teléfono de contacto (se debería contar con mínimo dos números telefónicos para poder realizar un adecuado seguimiento)

1.2.1.9. Dirección de correo electrónico para poder enviar la información

1.2.2. **Vía correo electrónico.-** Se recibe el mail con el requerimiento y en caso de tener alguna duda o información incompleta, se responde de forma muy cortés solicitando los detalles que faltan, pero siempre manteniendo una comunicación escrita cordial con el cliente.

1.2.3. **Visita del cliente al hotel.-** Se recibe al cliente con la debida amabilidad y cortesía y se solicitan los siguientes datos para proceder de inmediato a elaborar la cotización directamente en presencia del cliente en base a todos sus requerimientos:

- 1.2.3.1. Número de cédula o RUC
- 1.2.3.2. Nombre de la persona o empresa
- 1.2.3.3. De qué tipo de evento se trata
- 1.2.3.4. Fecha y hora.
- 1.2.3.5. Para cuantas personas desea la cotización
- 1.2.3.6. Qué servicio requiere
- 1.2.3.7. Consultar sobre requerimientos específicos (equipos audiovisuales, amplificación, tarima, pódium, pista de baile, tipo de comida etc.)
- 1.2.3.8. Número de teléfono de contacto (se debería contar con mínimo dos números telefónicos para poder realizar un adecuado seguimiento)
- 1.2.3.9. Luego de elaborada la cotización, se procede a indicar los salones, instalaciones e infraestructura con la que cuenta el hotel, para ver si podemos satisfacer las necesidades.

#### **1.2.4 Creación de Actividades por parte del hotel:**

**1.2.4.1. Almacenaje y organización de la información:** Se hará un estudio semanal de grupos o personas que estarán hospedadas en el hotel, conociendo el segmento de clientes, necesidades y preferencias que tengan de acuerdo al estudio de mercado que se hará previamente, se analizarán estos datos.

**1.2.4.2 Diseño de programas, planes y actividades**, conforme a los presupuestos dados para este departamento, por tanto se establecerán las actividades y lugares donde se podrán realizar ciertas actividades.

**1.2.4.3. Preparar y coordinar los material y talento humano** para los programas de animación, se organizará con el decorador, que tipo de materiales se necesitará para los montajes. Si requiere extras, para proceder a la compra.

**1.2.4.4 Negociación con las personas que se deben contratar.** Se tendrá en cuenta si se requiere de personal externo se hará el contacto, contrato y pruebas en caso de ser necesario.

**1.2.4.5 Se elaborará los programas junto al jefe de alimentos y bebidas** y el Chef en caso de que se sirvan alimentos en las actividades, estableciendo conjuntamente los adecuados para cierto evento.

**1.2.4.6. Proponer presupuestos:** Establecer precios de las actividades programadas junto al Gerente Financiero, Jefe de Alimentos y Bebidas, para poder así ofrecer a los huéspedes, y a la ciudadanía cuencana en caso de que desee ser partícipe de actividades dentro o fuera del hotel.

**1.2.4.7.** Contactar con el personal de publicidad para que se elaboren flyers, cunas radiales, etc.

**1.2.4.8** El departamento de recepción se encargará de informar a todos los huéspedes el momento del check in sobre las actividades que se tendrán en la semana o en los días que el cliente se encuentre en el hotel. Igualmente se tendrá una cartelera a la entrada principal del hotel y otra del parqueadero para que así

todos los clientes conozcan de las actividades programadas y puedan ser parte de las mismas.

**1.2.4.9** Si se requiere de inscripción o pago extra por cada actividad el personal de recepción se encargará de realizar el cobro con un listado actualizado de asistentes, esta labor lo hará junto al asistente de animación que supervisará que la información brindada en lo que se refiere a actividades y tarifas sea la correcta.

**1.2.4.10.** Se pondrá en marcha las actividades programadas previamente, tratando como principal objetivo que el cliente haya alcanzado la satisfacción de sus necesidades de ocio y esparcimiento junto a un equipo activo y proactivo.

### **3.3.2 Procedimiento para Inventarios.**

#### **Definición:**

1. m. Relación detallada de bienes o pertenencias”<sup>1</sup>
2. m. Asiento de los bienes y demás cosas pertenecientes a una persona o comunidad, hecho con orden y precisión.<sup>2</sup>
3. m. Lista de bienes. Papel donde están escritas esas cosas.<sup>3</sup>

El inventario es la relación cuantificada y valorada del material que posee el establecimiento. Deberá existir en el departamento de Animación una lista de cada una de las pertenencias, para que puedan ser controladas.

---

<sup>1</sup>[http://www.wordreference.com/definicion/inventario.\(s.f.\)](http://www.wordreference.com/definicion/inventario.(s.f.)). Recuperado el Noviembre de Octubre, de WORDREFERENCE.COM.

<sup>2</sup>[http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO\\_BUS=3&LEMA=inventario.\(s.f.\)](http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=inventario.(s.f.)). Recuperado el Octubre de 2010, de BUSCON.RAE.ES.

<sup>3</sup>[http://www.educar.org/diccionario/i.asp.\(s.f.\)](http://www.educar.org/diccionario/i.asp.(s.f.)). Recuperado el Octubre de 2010, de EDUCAR.ORG.

Se separará los artículos por familias: Material de Deportes, Material para shows, Material de miniclub, etc. Con los datos de cantidad inicial (los del último control), las altas, las bajas, la existencia final y las causas bajas (roturas, pérdidas)

**El procedimiento se seguirá en el siguiente orden:**

Una vez a fin de año se tomará un inventario físico total de todos los Activos Fijos del Departamento de Animación Turística. El responsable será el Jefe Departamental a cargo. Contabilidad se responsabiliza de chequear las listas de conteo físico contra las listas contables.

Se guardará un archivo completo de todos los inventarios físicos de los Activos Fijos y de Operación y las listas contables en Contabilidad bajo la responsabilidad de la contadora responsable.

En Secretaría se guardará un respaldo en diskette de los respectivos archivos y un file de "Inventarios físicos pasados". Los inventarios físicos mensuales de Suministros también estarán archivados en Contabilidad conjuntamente con las relaciones contables.

1. Contabilidad entregará una copia del último inventario realizado por el Jefe Departamental responsable como base para la siguiente toma. Contabilidad revisará los Activos físicos contra los Activos contabilizados y determinará las bajas (si las hay) con el Visto Bueno de Gerencia General; para montos mayores seguirá el procedimiento de la Ley de Régimen Tributario.
2. El Jefe Departamental responsable de cada inventario, entregará a Contabilidad un memorándum de cualquier activo,

suministro o alimentos y bebidas dados de baja por cualquier motivo, anotando la razón correspondiente, daño irreparable, reposición o pérdida y Contabilidad se responsabilizará de efectuar la parte contable.

El propósito del inventario será tener un control físico exacto de todos los bienes del departamento y paralelamente un control contable de los valores que representan.

**En el inventario se clasificará el material en familias:**

- **Material para la Animación de Adultos, Adolescentes, Tercera Edad y Discapacitados**
  - ✓ Material de deporte
  - ✓ Material de piscina
  - ✓ Material para juegos
  - ✓ Vestuario y maquillaje
  - ✓ Complementos
  - ✓ Decoración
  - ✓ Escenografía: iluminación y sonido
  - ✓ Equipo Audiovisual
  - ✓ Equipo informático
  - ✓ Material discográfico
  - ✓ Material Informativo
  - ✓ Material para Animación Infantil.
  - ✓ Material de Deporte
  - ✓ Material de Piscina
  - ✓ Material para Juegos
  - ✓ Vestuario, Complementos y Maquillaje
  - ✓ Escenografía.
  - ✓

### **3.3.3 Procedimiento Gestión de Compras.**

#### **El jefe de Animación o Asistente deberá:**

1. Elaborar ‘‘Pedido General’’ en original, y archivará una copia como respaldo.
2. Obtendrá Visto bueno del Gerente General en el original
3. Entregará el ‘‘Pedido General’’ a Compras, y la copia a Seguridad - Receptor de Mercadería.

#### **El comprador:**

1. Recibirá los originales de las ‘‘órdenes de compra’’, con el visto bueno del Gerente General.
2. La Orden de Compra se distribuye, original para Compras, una copia para el solicitante de la Compra como respaldo.
3. Revisará la lista de proveedores definidos aprobados por el Jefe de Animación.

#### **El Bodeguero o Asistente de Animación:**

1. Realizará los pedidos telefónicamente, cotizando los precios más idóneos, sin descuidar la cantidad mínima y calidad, que cada producto debe tener para ser adquirido.

2. Si existiesen problemas de calidad o servicio por parte de los proveedores, hablará directamente para que mejoren la calidad, o inmediatamente buscará otro proveedor en la lista de proveedores factibles de Compras. Posteriormente archivará el “Pedido General” original.

3. De las compras de Florería para decoración se encargará Ama de Llaves o el decorador, así como de la compra del combustible, se encargará Mantenimiento.

### **3.3.4 Procedimiento Gestión de Materiales.**

**La Bodega:** Es el lugar destinado al almacenamiento, conservación y control de materiales, una vez recibidos de los proveedores, constituyen el stock de existencias y que en algunos casos dan lugar a reposición.

**Una vez que el bodeguero reciba y verifique el material se hace cargo de:**

1. Almacenar
2. Definir el orden para una mejor visualización
3. Conservar los productos en las condiciones que requieran
4. Mantener un riguroso control de los stocks permanentemente
5. Facilitar el material al departamento, siempre que este solicite.

### 3.3.5 Procedimiento para Contratos con Profesionales y Proveedores:

Los profesionales y proveedores son personas o empresas que suministran al establecimiento mercancías, artículos y servicios que permitan ofrecer el producto de animación adecuado.

#### Entre los proveedores más habituales estarán:

- **Decorados:** Son empresas especializadas en la creación de decorados profesionales, generalmente se puede elegir el tipo de decorado para cierto evento o programa en un catálogo, aunque también se pueden elegir decorados exclusivos, en este caso el precio será más alto. Estas empresas suelen proveer de cortinas para el escenario y otros elementos escenográficos, ofreciendo la posibilidad de reproducir el logotipo de la empresa en toda la decoración.

En nuestra ciudad tenemos a las siguientes empresas que se dedican a brindar el servicio de decorados:

- ✓ Quirú Creaciones
- ✓ Floristería Giardino
  
- **Vestuario:** Existe la posibilidad de alquilarlo ya confeccionado, como los disfraces infantiles, o contar con los servicios de empresas-talleres especializados en vestuario profesional. Se deberá prever de este material con anticipación, sobre todo si se trata de diseños exclusivos.

Las siguientes empresas podrán proveernos:

- ✓ Maskerade. La Casa del Disfraz
- ✓ Importadora Cumpleaños.

- **Maquillaje:** En cuanto al maquillaje para shows y para otras actividades que requieran de esto, existen empresas que proveen estos productos y además asesoran.
  
- **Material Informativo:** Toda la información que esté destinada a los clientes como, carteleras, banners, posters, flyers, pueden tener un diseño personalizado para cada empresa y se puede realizar en cualquier formato.
  
- ✓ Grafisum
- ✓ Señal X
  
- **Material de Deporte:** Existen proveedores ofrecen todo lo necesario para la animación en el día, tanto para adultos como para los niños, pudiendo elegir en catalogo desde accesorios hasta todo el mobiliario para actividades infantiles.
  
- **Equipos de Luces y Sonidos:** Se debe contar con los servicios de empresas especializadas en animación, ya que normalmente se contratan con ellos unas revisiones periódicas de dichos equipos y disponen de servicio técnico durante toda la actividad.
  
- ✓ Stoes
- ✓ La Máquina del Sonido

**Para elegir el mejor proveedor deberemos tener en cuenta lo siguiente:**

- a) Los artículos y servicios que pueda suministrar.
- b) Tiempo de entrega desde la solicitud.
- c) Cantidad mínima de pedido
- d) Precio
- e) Forma de pago
- f) Descuentos
- g) Calidad

El proveedor ideal será el que nos garantice la entrega de la solicitud en el menor tiempo posible, con un amplio margen de horarios y días y sin tener en cuenta la cantidad mínima.

### **3.4 Adecuación del Local**

El departamento de Animación Turística del Hotel Oro Verde estará ubicado a la entrada principal, junto al departamento de eventos y ventas, con quién se mantendrá una estrecha relación en la programación de actividades. En el departamento de Animación se tratará de que tenga luz natural, lo ideal será abrir una pared y poner vidrios como es en la parte frontal de la oficina.

**Para la adecuación completa del departamento requerimos de mobiliario y suministros de oficina.**

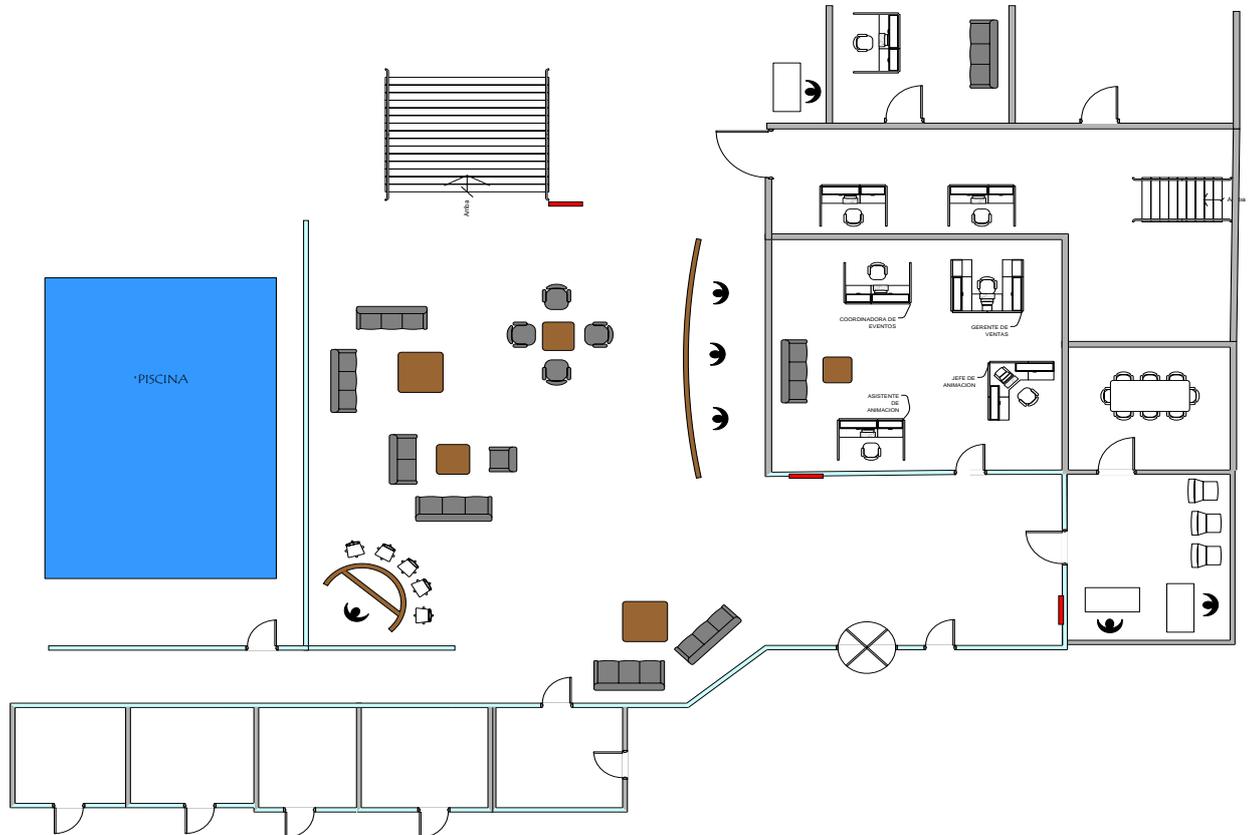
1. Se contará con un escritorio para el Jefe Departamental con su computadora y otro escritorio para el asistente de Animación con cómodas sillas, igualmente con computadora, teléfonos y fax. Todo el mobiliario y estantería será de un color uniforme (negro y café oscuro de madera)
2. Se colocará una pequeña sala de espera para clientes o para reuniones del personal de animación, cuando sea necesario.
3. Tendremos una pequeña mesa a la entrada con material informativo sobre actividades que se estarán realizando y las futuras, actividades gastronómicas, tours dentro y fuera de la ciudad e información turística, de sitios de interés, restaurantes, etc.
4. Se colocará un panel de datos (corcho) en donde se tendrá toda la programación semanal con las actividades por horas en horarios diurnos y nocturnos, contactos diarios de proveedores, y la orden de trabajo que se enviará previamente a cada departamento.
5. Se contará con archivadores semanales, mensuales y anuales, después que pase cada programa los documentos del panel de datos serán archivados. Igualmente en estos se colocarán informes de cada actividad, comentarios o sugerencias de los clientes que serán previamente tabuladas, memorandos, etc.
6. Suministros de oficina necesarios: grapadoras, perforadoras, esferos, lápices, hojas A4, hojas con logotipo del Hotel, clips, tijeras, reglas, tachuelas, cinta scotch, carpetas, peganol, etc.
7. Los materiales comunes que se utilizarán: Documentación, lista de participantes, autorizaciones, contratos, teléfonos de contacto, mapas de carreteras y de la zona, teléfonos de Policía, hospitales, etc., programa y calendario de las actividades. Botiquín, medios de comunicación como radios (Motorola), baterías, móviles.
8. Material personal, el material necesario a utilizar para cada actividad concreta.
9. En caso de que ciertas actividades se realicen fuera del hotel contaremos con furgonetas para los grupos pequeños y el material a transportar, y en algunos

casos incluso autobuses, los cuales contrataremos con empresas de transporte. La alimentación cuando la actividad dure algunas horas, la cocina se encargará de preparar la comida.

10. Dispondremos de un botiquín de primeros auxilios, un seguro específico para el tipo de actividades que desarrollaremos y que supongan algún riesgo para el cliente, además de llevar siempre las direcciones y teléfonos de la asistencia médica que necesitemos en cualquiera de las zonas donde desarrollemos nuestra actividad.

11. Contaremos con una pequeña bodega donde se colocarán todos los artículos utilizados en las actividades diarias para al final del día entregar en la bodega general del hotel.

### 3.4.1 Plano de Ubicación dentro del Hotel



### 3.5 Proceso de Selección de Personal

El proceso de Selección de Personal para el Departamento de Animación Turística del Hotel Oro Verde Cuenca nos permitirá contar gente capacitada, que reúna los requisitos indispensables para ocupar el puesto vacante, en este caso todo el personal para formar el equipo de Animación, por tal motivo fue necesario definir el proceso de personal y los pasos a seguir para su realización.

Mediante el proceso de selección tendremos la seguridad de que el departamento tendrá el personal adecuado para lograr el éxito en cada de las actividades. Esta seguridad se logra aplicando cada uno de los pasos del proceso de selección, adecuadamente, obteniendo así a la persona idónea para desempeñar con éxito las funciones de un puesto determinado.

**Conceptualización:** La selección de personal es un proceso dinámico, cuyo objetivo es encontrar la persona más adecuada (con sus características personales, actitudes, motivación.) para cubrir un puesto de trabajo en una empresa determinada <sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> NEBOT, López. María José. (s.f.). La Selección del Personal "Guía Práctica para directivos y mandos de las empresas". Recuperado el Noviembre de 2010, de [http://books.google.com.ec/books?id=JEMaDyZKTWcC&pg=PA11&dq=conceptualizacion+de+proceso+de+selecci%C3%B3n+de+personal&hl=es&ei=7mUvTdCLI4WCIAe3z7GLCw&sa=X&oi=book\\_result&ct=result&resnum=1&ved=0CCEQ6AEwAA#v=onepage&q&f=false](http://books.google.com.ec/books?id=JEMaDyZKTWcC&pg=PA11&dq=conceptualizacion+de+proceso+de+selecci%C3%B3n+de+personal&hl=es&ei=7mUvTdCLI4WCIAe3z7GLCw&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=1&ved=0CCEQ6AEwAA#v=onepage&q&f=false)

### **3.5.1 Reclutamiento, Selección y Contratación de Talento Humano**

El reclutamiento y selección de personal se realizará de acuerdo a los estándares definidos por el Hotel siguiendo los siguientes pasos:

- ✓ En este caso al ser un departamento nuevo el Jefe de Recursos Humanos se encargará de generar los vacantes, primero el Jefe de Animación Turística, cuando el departamento esté y se requiera de nuevo personal será directamente lo que generen la vacante.
  
- ✓ El Jefe de Animación como responsable del departamento, ingresará los datos en el formulario "Requisición de personal" firma el formulario y entrega a la oficina de Recursos Humanos.
  
- ✓ Recursos Humanos revisará la requisición de personal y el perfil del cargo
  
- ✓ Informará a los gerentes y jefes la existencia del puesto vacante para que informen al personal a su cargo.

En caso de existir personas interesadas en la empresa (se rige según el procedimiento de Promoción Interna). Por medio de la selección interna se reconocerá y motivará al personal que con su desempeño ha demostrado capacidad para adquirir mayores responsabilidades y hacer carrera en la empresa.

- a) Al presentarse una vacante, el jefe del área no podrá contactar directamente con un empleado de otro departamento para cubrir el puesto, sino mediante el proceso normal de promoción.

- b) El personal contratado por servicios que labora en la empresa participará en la selección interna con los parámetros establecidos para los demás empleados
- c) Para obtener el nombramiento en su nuevo puesto el empleado deberá cumplir con los siguientes requisitos:
  - 1. Perfil del puesto
  - 2. Evaluación del desempeño
  - 3. Período de prueba 90 días
- d) Para que un empleado sea ascendido y/o promovido deberá tener un mínimo de antigüedad en la empresa de seis meses en su puesto.
- e) El empleado deberá cumplir con un mínimo del 60% de las características del perfil del puesto.
- f) Luego de terminada la selección, Recursos Humanos, informará a todos los empleados que postularon para el puesto, el motivo por el que no fueron elegidos.
- g) Después de haber ascendido, un empleado debe estar a prueba durante 3 meses mínimo en la nueva posición para otorgarle un aumento de sueldo, el cual se hará en base a la política de sueldos y salarios vigentes en la Empresa.

**Caso contrario, se realizará al reclutamiento externo, utilizando:**

- ✓ Base de datos de la empresa
  - ✓ Anuncios en la prensa
  - ✓ Empresas de selección de personal
  - ✓ Convenios con Colegios y Universidades
- 
- Se realizará entrevistas a los candidatos que cumplan con el perfil indicado en la requisición. En el caso de nuevo personal, solicita de no tenerlo, Curriculum Vitae y/o solicitud de empleo, esta solicitud el hotel se encargará de dar al candidato para que lo llene.
  
  - Se realizará una investigación inicial telefónica para verificar referencias de trabajo y personales
  
  - En caso de personal de contacto con el cliente: Convocará a una entrevista grupal a los candidatos pre seleccionada y explicará el proceso de selección e inducción.
  
  - Los candidatos seleccionados asistirán a un proceso de inducción
  
  - El Jefe departamental elaborará un test para evaluar la inducción del nuevo empleado
  
  - Para procesos a nivel administrativo, Recursos Humanos presentará mínimo 2 candidatos y máximo 3 por el puesto vacante.

- Con la documentación de la persona elegida, Recursos Humanos abre un folder y prosigue con la contratación.

### **3.5.2 Inducción y Capacitación**

El Hotel asignará dentro del presupuesto anual, los recursos necesarios para que el departamento de Recursos Humanos y el Jefe de Animación Turística, se capaciten y capaciten al personal a su cargo, previo un plan elaborado de acuerdo a las necesidades de la organización.

- **La Gerencia de Recursos Humanos** es responsable de la optimización de los recursos asignados para capacitación y mejoramiento continuo del personal, mediante la selección y contratación de instituciones educativas, Instructores y materiales.

#### **Se realizará la capacitación Interna:**

- ✓ Es obligación para todo nuevo empleado asistir a su programa de inducción.
- ✓ Es obligación del Jefe de Animación y colaboradores asistir a los programas de capacitación a los que han sido convocados.
- ✓ La inasistencia a tres eventos de Capacitación durante un año, sin justificación, será causa de rescisión de contrato.

### **Capacitación Externa:**

- ✓ Cualquier evento externo de capacitación, deberá ser solicitado y autorizado por Gerente General y Recursos Humanos.
  
- ✓ Recursos Humanos, solicitará la evaluación y asistencia del participante, en caso de que el empleado no haya aprobado el curso al que asistió, pagará el 50% del costo total, descontado del rol de pagos.
  
- ✓ Todo empleado que haya recibido un curso externo, tiene la obligación de entregar una copia del material recibido a Recursos Humanos.
  
- ✓ El empleado, al terminar un curso externo, deberá presentar la copia del diploma o certificado, el mismo que será archivado en su carpeta personal.
  
- ✓ El empleado que recibió el curso de capacitación, tendrá el compromiso de impartir en la empresa cuando le sea solicitado por su Jefe inmediato y/o Gerencia de Recursos Humanos.

El proceso de Inducción que tendrá el Personal de este departamento a más de ser un medio de incentivo y motivación, la capacitación se constituye en una herramienta de trabajo que redundará en beneficio de la satisfacción del cliente externo.

### **3.5.3 Evaluación del Personal.**

Todos los colaboradores del Departamento de Animación Turística del hotel Oro Verde Cuenca, conocerán sus funciones y las políticas del hotel, y tomando como referencia estos, se evaluará el desempeño del personal, obligatoriamente a los 90 días y luego a los 10 meses de labores.

#### **Recursos Humanos:**

- La oficina de Recursos Humanos, mantendrá el control del tiempo de servicios de cada colaborador.
  
- Con 15 días de anticipación al vencimiento, para los contratos en período de prueba entregará el formulario de evaluación al jefe de Animación.
  
- A los 10 meses de labores para los contratos a un año, entregará el formulario de evaluación del desempeño.
  
- Una vez completado el formulario, recursos humanos procederá al análisis del puntaje y procederá a rescindir o renovar el contrato con el Colaborador, previo el visto bueno de Gerencia General.

**Jefe departamental:**

- Informará al colaborador que va ser evaluado y determinará la fecha y hora para la evaluación
  
- Estará preparado con los puntos que desee dar énfasis (fuertes y débiles).
  
- Analizarán cada uno de los puntos de evaluación, comparando con la descripción de funciones del Colaborador
  
- Escuchará con atención lo que tenga que decir el colaborador y procurará mantener un diálogo amigable y llegar a un consenso.
  
- Anotará las impresiones personales y las del colaborador en sus respectivas casillas y firmas; devolverá el formulario completo a Recursos Humanos

La Evaluación a cada uno de los miembros del equipo de trabajo de Animación permitirá mejorar el desempeño y explotar su capacidad de trabajo, su potencial y su integración a los objetivos organizacionales.

## **CAPITULO IV: PLAN DE ACCIÓN – ACTIVIDADES DE ANIMACIÓN**

En el presente capítulo se elaborará los programas de animación turística que se adaptarán a las necesidades, características e intereses de los clientes del Hotel Oro Verde Cuenca, de acuerdo a los resultados obtenidos en las encuestas dirigidas a los huéspedes del hotel alojados durante los meses de Septiembre, Octubre, Noviembre y Diciembre del 2010. En el mes de septiembre se elaboraron las encuestas desde el día 6 hasta el 20, en el mes de octubre desde el 17 hasta el 31, en el mes de Noviembre desde el 01 hasta el 15 y en diciembre desde el 17 hasta el 31.

Los resultados obtenidos son de gran importancia debido a que nos ayudará a seleccionar y organizar las actividades que se desarrollarán de forma que se elaboré una programación variada, divertida de acuerdo a cada segmento.

### **4.1 Plan de Muestro**

#### **4.1.1 El modelo de encuesta que se aplico es la siguiente:**

**ENCUESTA SOBRE ANIMACION HOTELERA**

**APLICADA AL HOTEL ORO VERDE CUENCA**

Número de Encuesta: \_\_\_\_\_

*Apreciad@ Huésped:*

*Muchas gracias por responder la presente encuesta. El esfuerzo que destine a esta actividad estará incidiendo directamente en el buen resultado de mi tesis y, por supuesto, en la aplicación que los interesados deseen hacer de la información resultante de este trabajo cuando se publique. Sus respuestas ayudarán a ver la necesidad de crear nuevos servicios en el Hotel Oro Verde de Cuenca, y a la vez comprender mejor los gustos y necesidades de los clientes.*

*Un Cordial Saludo, Daniela Álvarez T.*

**POR FAVOR SUBRAYE SU RESPUESTA:**

**1: Lugar de Residencia:**

- a) Ecuador
- b) Americano
- c) Europeo
- d) Otro

**2: Sexo:**

- a) Masculino
- b) Femenino

**3: Edad:**

- a) De 15 a 20 años

- b) De 21 a 30 años
- c) De 31 a 40 años
- d) De 41 a 50 años
- e) + de 50 años

**4: Nivel de Estudios**

- a) Primaria
- b) Secundaria
- c) Superior
- d) Cuarto Nivel

**5: ¿Qué tipo de Viaje está realizando?**

- a) Negocios
- b) Vacaciones
- c) Visitas a familiares
- d) Compras

**6: ¿Cuántos días está alojado en el Hotel?**

Indicar días \_\_\_\_\_

**7: ¿Cuántos días duran las estancias en su viaje o vacaciones?**

- a) Menos de un día
- b) 2 días
- c) Entre 3 y 5 días
- d) Entre 5 y 7 días
- e) Más de 7 días.

**8: ¿Cómo es su forma de viaje?**

- a) Solo
- b) Con su pareja
- c) Con grupo de amigos
- d) Con familiares

**9: ¿Qué tipo de actividades le gustaría que hubiese en el hotel?**

- a) Musical
- b) Teatro
- c) Gastronomía
- d) Talleres de manualidades
- e) Bailoterapia
- f) Excursiones
- g) Fiestas nocturnas
- h) Actividades deportivas
- i) Visitas culturales
- j) Otras. Indicar cual \_\_\_\_\_

**10: Cuándo le gustaría desarrollar actividades en el Hotel ?**

- a) En la mañana
- b) En la tarde
- c) En la noche
- d) Durante todo el día.

***¡GRACIAS POR SU COLABORACION!***

## 4.1.2 Datos obtenidos de las Encuestas previo a un plan de muestreo.

### 4.1.2.1 Diseño de la Muestra:

Debido a que las empresas del sector turístico, en este caso el hotel Oro Verde, se definen los ingresos y por ende las ventas por temporadas; altas o bajas, para obtener datos reales se han escogido dos meses bajos y dos meses de alta demanda, como son septiembre, octubre, noviembre y diciembre.

Para calcular el tamaño de la muestra se aplicó la siguiente fórmula para los cuatro meses:

**N**= UNIVERSO

**n**= MUESTRA

**s**= GRADO DE LA VARIANZA

**E**= MARGEN DE ERROR

**Z**= NIVEL DE CONFIABILIDAD

$$n = \frac{Z^2 \times S^2 \times N}{(N-1)E^2 + Z^2 \times S^2} =$$

### 1) Mes de Septiembre y Octubre

**N**= 350 (número promedio de huéspedes)

**n**= DESCONOCIDO

**s**= 0.5

**E**= 7%... 0.07

**Z**= 95%...1.96

**N = 125 ENCUESTAS  
POR CADA MES**

### 2) Mes de Noviembre y Diciembre

**N**= 1.500 (número promedio de huéspedes)

**n**= DESCONOCIDO

**s**= 0.5

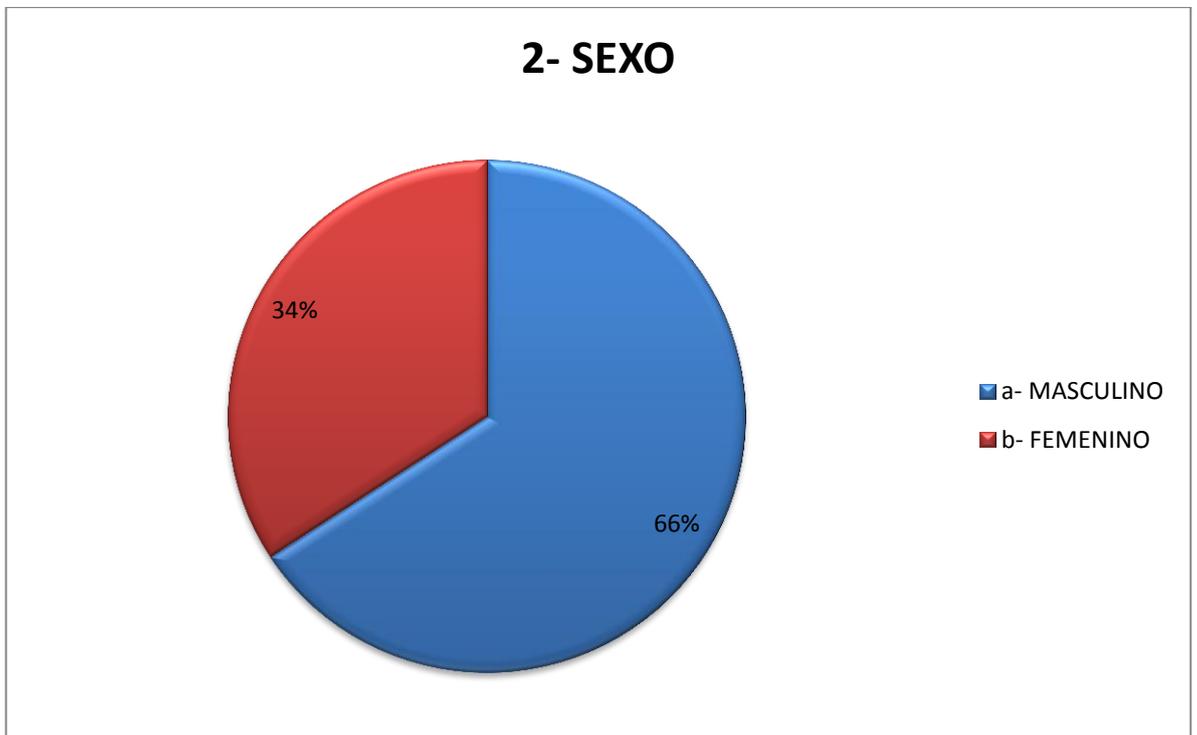
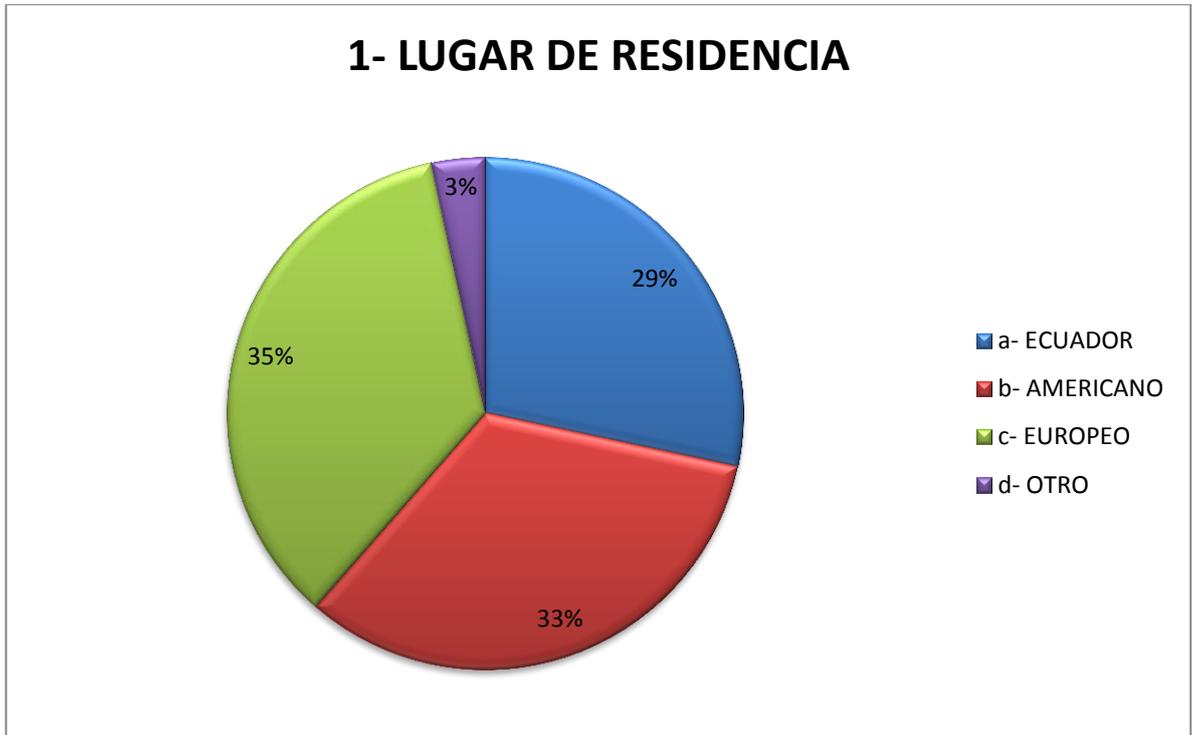
**E**= 7%... 0.07

**Z**= 95%...1.96

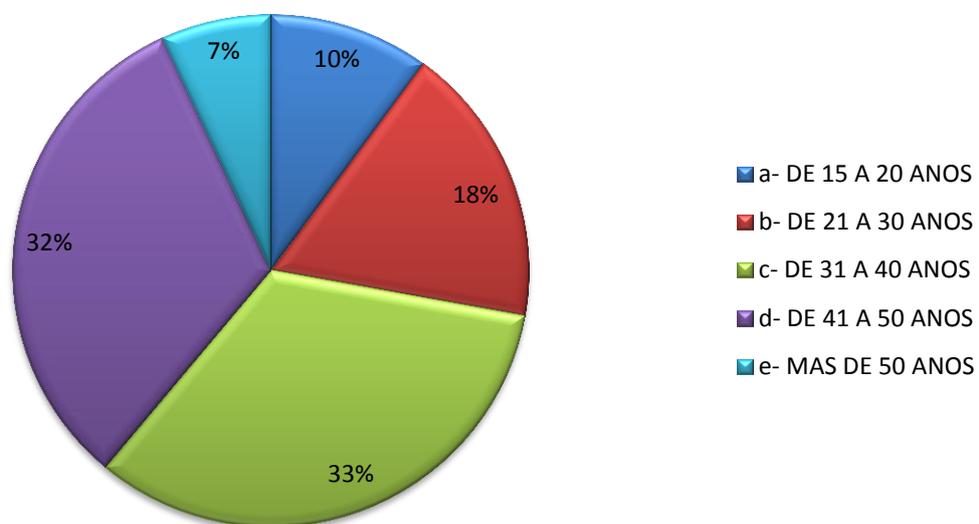
**N = 173 ENCUESTAS  
POR CADA MES**

Por tanto en los cuatro meses de acuerdo a los días definidos para aplicar las encuestas se realizará un total de 596 aplicadas a huéspedes del Hotel.

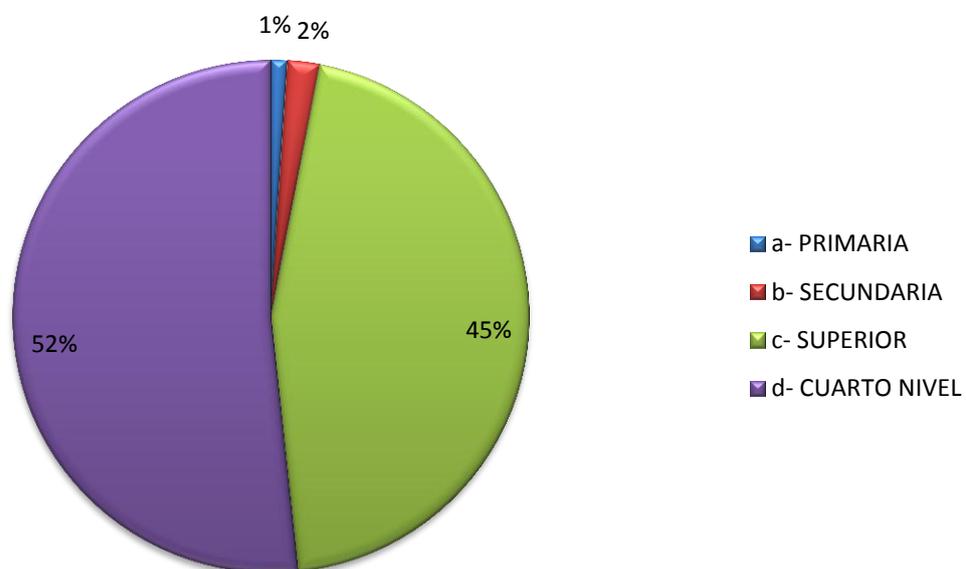
#### 4.1.2.2 Procesamiento de Datos:



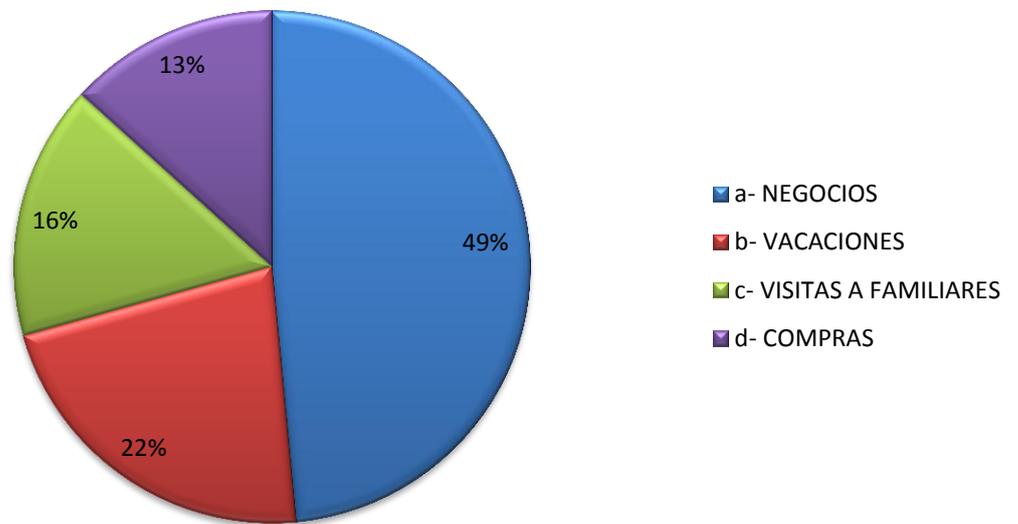
### 3- EDAD



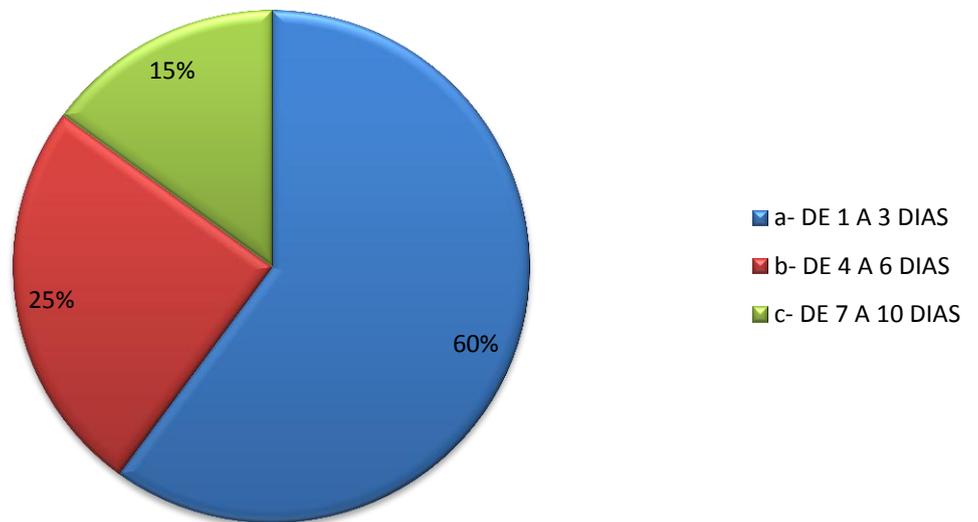
### 4- NIVEL DE ESTUDIOS



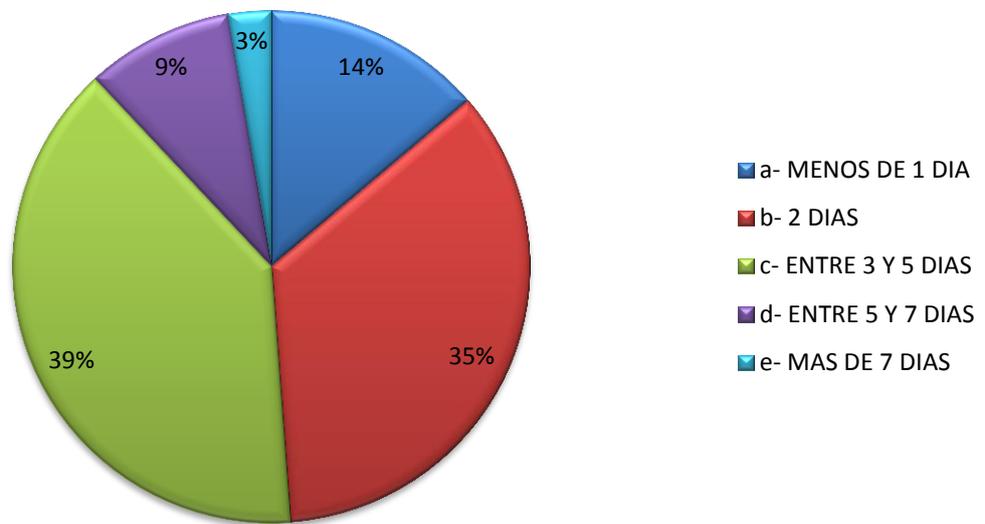
## 5- TIPO DE VIAJE



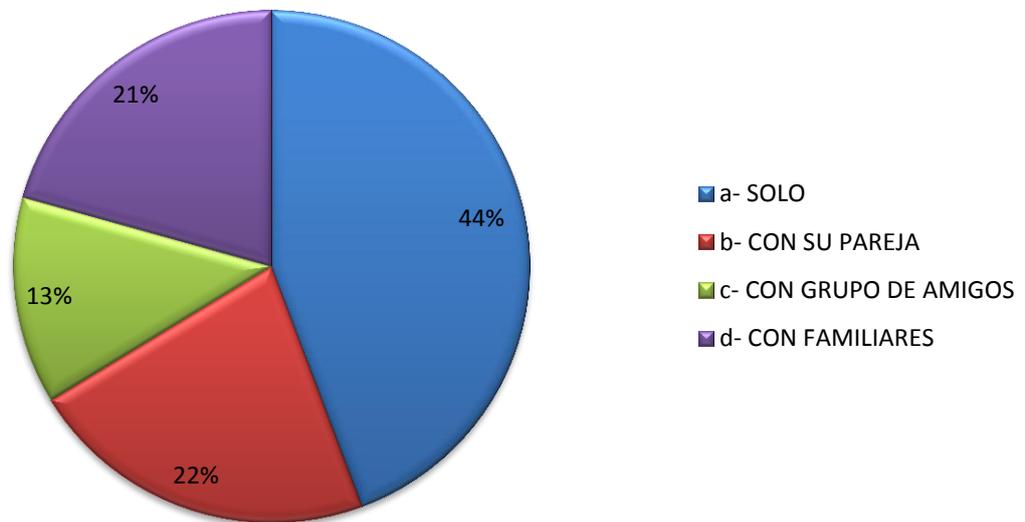
## 6- TIEMPO DE ALOJAMIENTO



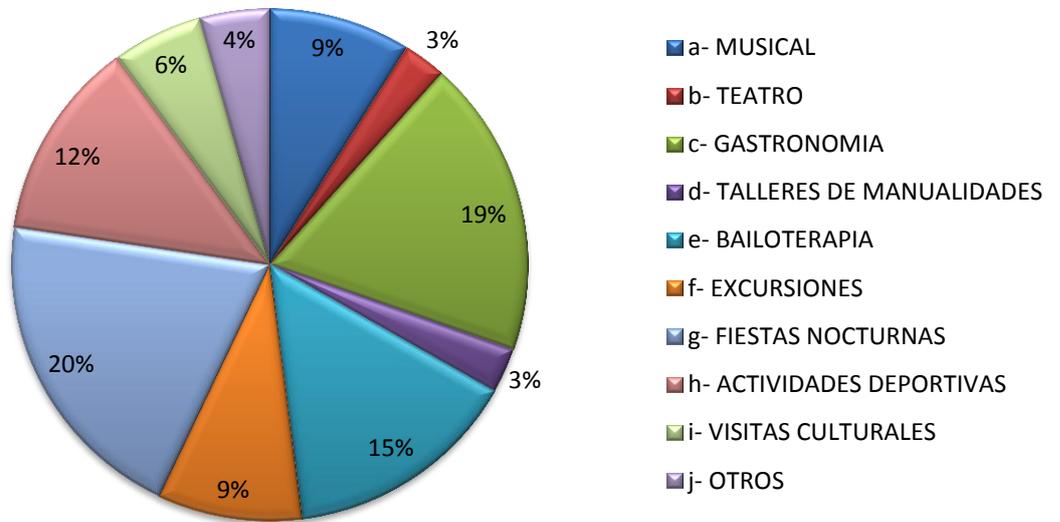
## 7- ESTANCIA DURANTE LAS VACACIONES



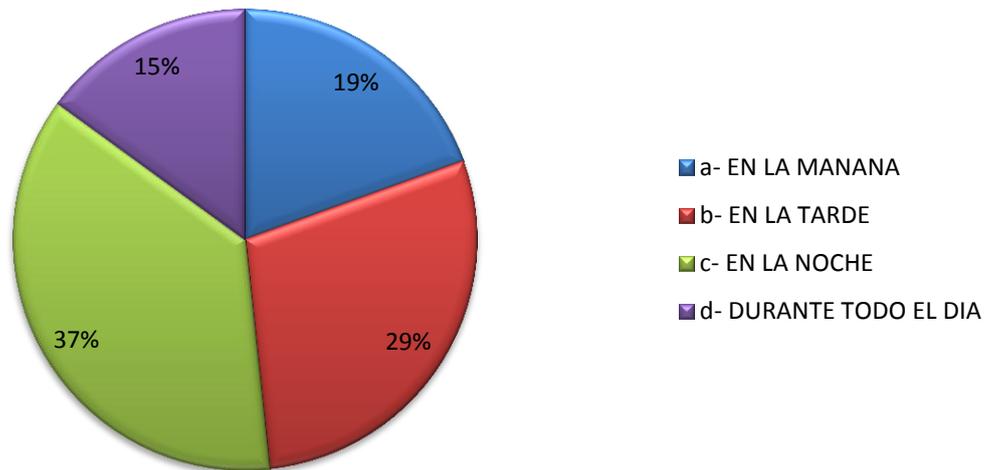
## 8- FORMA DE VIAJE



## 9- ACTIVIDADES DENTRO DEL HOTEL



## 10- HORARIO PARA DESARROLLAR ACTIVIDADES



## **4.2 Importancia de la Animación Turística en el Hotel Oro Verde Cuenca.**

La idea de Diseñar un modelo de departamento de Animación Turística para el Hotel Oro Verde, será de gran beneficio para el Hotel porque le permitirá ofrecer a los clientes probarse a sí mismos, creando un ambiente idóneo cuyo objetivo final es dinamizar y lograr un clima alegre que les haga más agradable e interesante su estancia, dejándoles aprovechar al máximo su tiempo libre, mediante una ocupación donde se vinculen a la cultura y al entorno local de una forma sana y natural, existen otros beneficios menos tangibles pero que no dejan de ser importantes como la publicidad que generará y a la vez que permitirá obtener la fidelización de clientes potenciales actuales y futuros.

La Animación Turística en un Hotel es de gran importancia para que las personas puedan formarse, ocupando su tiempo libre en actividades que ayudan a la integración consigo mismo y con los demás, además el estar en contacto con otras personas y compartir permite prevenir algunos males que aquejan a la sociedad moderna como la depresión, soledad, aislamiento, alcoholismo, sedentarismo, stress y otros. Cuando una persona se halla en un hotel de vacaciones es porque posee tiempo libre y la propuesta de los animadores debe ser que lo aproveche al máximo realizando actividades y juegos recreativos.

El sector turístico de nuestra ciudad está sometido a cambios muy significantes desde las últimas décadas, en las que siempre más personas pueden viajar. Existen factores como: un creciente poder adquisitivo, vías de transporte más económicos, el tiempo de ocio disponible y el uso de nuevas tecnologías como canal de comunicación y fuente de información todos estos factores favorecen al aumento continuo del número de viajeros año por año. Está previsto por la OMT que el número de viajes realizados hasta el 2020 se triplicará, que ofrece grandes oportunidades para cualquier empresario relacionado con el turismo.

Por tal motivo es evidente que hay que buscar nuevas formas y estrategias para responder a estas oportunidades con profesionalidad y ofrecer servicios excelentes que correspondan a las exigencias del turista presente y futuro.

Visto la situación desde este punto, hoy tendemos a un turismo más experimentado, con mayores exigencias. El turista va dejando el interés por llevar sus vacaciones de forma pasiva, siendo más bien caracterizado por una mayor tendencia a practicar diversas actividades durante su estancia vacacional, esto es lo que pretende hacer el Departamento de Animación del Hotel Oro Verde, brindar un servicio capaz de satisfacer gustos y mucho más, no debidamente valorada por muchos empresarios. Este servicio permitirá una alta competitividad y profesionalismo en la oferta de actividades. La cadena hotelera Club Mediterráneo (Club Med) ha sido la primera en reconocer la necesidad de los clientes de ocupar su tiempo, de realizar alguna actividad que incrementase su nivel de satisfacción durante su periodo vacacional, introduciendo este servicio.

La animación turística permitirá un ambiente muy agradable, donde los turistas disfruten de pasar su tiempo. A parte ayuda detectar pequeños desperfectos en el servicio prestado, ya que muchos huéspedes se confiesan a los animadores. Recibiendo esta información dichos desperfectos se pueden remediar sin grandes esfuerzos, que hacen la diferencia entre la gran masa de competidores, convirtiendo la experiencia y las vacaciones en algo especial.

Por lo tanto no solo se consigue que los turistas usen más las propias instalaciones en vez de buscar alternativas en otros sitios, que por las consumiciones en el mismo equivale con mayores ingresos, sino también da una mayor satisfacción de los turistas. De esta forma se aumenta la posibilidad que algunos turistas repitan un viaje al mismo sitio y que también lo recomienden a amigos y conocidos.

### **4.3. Procedimientos para la Elaboración de los Programas de Animación**

Las actividades que se ofertarán, no deben elegirse al azar, sino deben estar plenamente combinadas con la creatividad y profesionalismo que tendrá el Jefe de Animación, se deberá elaborar un programa que sea acorde al producto que se desea ofrecer.

Para confeccionar los programas variados se procurará que no sea una secuencia de actividades, sino que nos deberá servir para profesionalizar la imagen y dotar de seriedad la labor de todo el equipo de animación. En las actividades que se planifiquen se buscará la participación activa de los huéspedes, ya que todas tendrán como finalidad el entretenimiento en su tiempo libre o de ocio.

#### **Se ofrecerá actividades diurnas y nocturnas.**

**Diurnas:** Estas se organizarán durante el día, la importancia será el contacto con el cliente creando un ambiente durante toda la jornada, y por ende en todo el periodo vacacional.

**Nocturnas:** Estas se realizarán en la banda horaria nocturna, la importancia será en reunir un mayor número de huéspedes, y de clientes no hospedados en el hotel a quienes también se invitarán.

#### **En orden cronológico así elaboraremos los programas para cada segmento.**

1. Verificar días de entrada y salida de los clientes.
2. Determinar los días de actuación de personal externo.
3. Programar días libres para el personal
4. Elegir las actividades

5. Elaborar programas quincenalmente y se dividirá en las siguientes secciones:
  - a. Programa para adultos: diurno – nocturno , dentro – fuera del hotel.
  - b. Programa para niños: diurno – nocturno , dentro – fuera del hotel.
  - c. Programa para adolescentes: diurno – nocturno , dentro – fuera del hotel.
  - d. Programa para adultos mayores y discapacitados: diurno – nocturno , dentro – fuera del hotel.

### **4.3 Actividades de Animación Turística.**

#### **ACTIVIDADES DURANTE EL DÍA**

##### **4.3.1 Actividades para Niños (5 años hasta los 12 años).**

La Animación infantil en el hotel Oro Verde se llevará a cabo con un programa amplio en temporadas de feriado, marzo (carnaval), abril (pascua), julio y agosto (vacaciones región sierra), noviembre (Independencia de Cuenca), durante la primera semana, en diciembre en las dos últimas semanas (navidad, año nuevo-viejo).

Las actividades para niños en algunas ocasiones se realizarán con los demás miembros de la familia, un niño feliz y atendido como se merece supondrá unos padres satisfechos con los servicios prestados por parte del hotel. El animador Infantil, tendrá la característica de ser un líder carismático, creará un ambiente propicio y deseable para el juego y las relaciones sociales.

Para cada temporada mencionada anteriormente se analizará un número promedio de niños que llegarán a alojarse en el hotel y de esta forma se adecuará un salón

como mini club, tendremos a disposición el Tomebamba se sobrepasan de los 100 niños, el Santa Ana menos de 100 niños y el Salón Suizo cuando sean menos de 30 niños. Este mini club será adecuado con un ambiente infantil, el mismo que será el punto de encuentro del público infantil y desde donde se iniciarán todas las actividades.

**A continuación alguna de las actividades que se podrán realizar con los niños:**

#### **4.3.1.1 Juegos Deportivos:**

Para la realización de estos juegos se realizará una diferenciación de franjas de edad, para que los más pequeños no tengan desventaja, se deberá intentar que los deportes no se vean como competiciones, sino que sean el motivo de diversión, esparcimiento y ejercicio.

1. **Dardos**, se realizarán en el mini club adecuado en uno de los Salones del Hotel. El horario recomendable para la realización de esta actividad será en la tarde.
2. **Ping Pong**, igualmente se instalará una mesa plegable dentro del Salón o podemos ubicarlo en el parqueadero o terraza del hotel, igualmente esta actividad será mejor realizarla en horarios de la tarde.



3. **Basquetbol**, se escenificará una cancha en un espacio del parqueadero para poder realizar esta actividad, requerimos de pelotas, un marcador, y los aros los mismos que será removibles. Este juego se realizará preferiblemente en horarios de la mañana.
  
4. **Futbol**, la cancha de futbol se le instalará igualmente en un área del parqueadero, o también se utilizará en la terraza el área con césped sintético siempre y cuando este no sea utilizado para un evento, se tendrá pelotas de fútbol y los arcos, removibles. En horario de la mañana será mucho mejor desarrollar este deporte.



#### **4.3.1.2 Juegos en el Agua:**

Los niños tienen más inclinación a las actividades acuáticas, así que se procurará se realicen muy a menudo en la piscina del Hotel. El animador para realizar estas actividades deberá estar seguro de controlar a todos los niños, en caso de ser un número mayor de 15 niños se recurrirá a otro animador, o al asistente de animación para que ayude con la supervisión, en las actividades que se realicen en la piscina no deberá sobrepasar de los 25 niños, esto es por el espacio de la

piscina del Hotel, no es muy amplio y en caso de haber un número mayor de niños, las actividades no tendrán éxito y no se llegará a satisfacer las necesidades de diversión. Si para una actividad en la piscina se tiene más de 25 niños que quieran ser partícipes se dividirán en grupos, teniendo en cuenta la edad.

Todas las actividades que se realicen en la piscina serán preferiblemente en la mañana, en caso de que la piscina esté ocupada por alguna actividad para otro segmento, se realizará en la tarde, pero siempre se tratará de que durante la mañana esté disponible para actividades infantiles.

1. **Conteo de Diez:** para realizar este juego necesitamos del animador y del asistente para que colabore con la supervisión. Es una actividad para ver la resistencia.
2. **Tocar primero:** Se pondrá una boya grande en el centro de la piscina y los niños tendrán que nadar hasta tocar el objeto.
3. **Lanzando la pelota:** Este juego es muy dinámico se separarán dos grupos de niños, y tendrán que lanzar la pelota al otro equipo, el objetivo es no dejar caer la pelota en el agua, el niño que lo haga caer tendrá que hacer una penitencia. Este juego lo realizarán los niños de la edad comprendida entre los 9 y 12 años.
4. **Recogiendo objetos del fondo:** Se lanzarán algunos objetos al fondo de la piscina, estos objetos serán: estrellas de mar, algas marinas, peces, conchas (de plástico) los niños que sepan nadar muy bien serán los que participen en este juego, preferiblemente los niños de 10 a 12 años, el que reúna más objetos tendrá un incentivo.

5. **Gimnasia Acuática:** Se trata de realizar movimientos utilizando la presión del agua en todo momento y por supuesto sus propiedades. La posición de las manos es fundamental para realizar bien los empujes ya que va variando dependiendo de los movimientos, especialmente cuando se están trabajando ejercicios en los que no se utiliza elementos. El agua deberá estar a la altura del pecho quedando los hombros descubiertos. Se utilizarán elementos tales como flota-flota (boyas). Para los ejercicios acuáticos se necesitará del acompañamiento de buena música.



#### 4.3.1.3 Actividades en la Terraza:

Es importante que los niños pasen la mayor parte del día al aire libre; los niños desearán disfrutar plenamente de un clima diferente del que están acostumbrados, por tal razón, los niños de la costa son los que más disfrutarán en el Hotel Oro Verde Cuenca. Debido al poco espacio al aire libre en el Hotel, serán pocas y escasas las actividades a realizarse fuera del hotel, la mayoría serán en salones, piscina y parqueadero con adecuaciones de acuerdo a la actividad. En la terraza se podrán realizar varias actividades y concursos como:

1. **Juegos de 3 pies:** Se unen dos niños por la pierna, se les amarra con un lazo y corren cierta distancia así. Se requieren de cintas o cordones.

2. **El huevo y la cuchara:**El primer niño toma un huevo con la cuchara, corre sin tocar el huevo ni dejarlo caer hasta el extremo opuesto y vuelve dándole al segundo la cuchara con el huevo para que a su vez este corra. El primer equipo en terminar de correr con el huevo en la cuchara, gana. En vez de huevo se pueden usar limones.
  
3. **Bailoterapia:** Todos los niños realizarán ejercicios de estiramiento, luego se pondrá música de moda y se practicarán coreografías con el instructor de baile, el animador y en caso de ser necesario o el número de niños que asistan, se verá la necesidad de que el asistente de animación este o no presente. La bailoterapia también podrá realizarse dentro de un salón, en caso de que se realice en la noche o el clima no sea el adecuado. Se requerirá de alfombras, steps, colchonetas y música. Dentro de esta actividad se podrán realizar otros juegos-concurso muy divertidos para los niños como: las estatuas, el baile de la sillas, el baile de la escoba, entre otros.

#### **4.3.1.4 Actividades de Carácter Sociocultural.**

Estas actividades son pasivas, dentro de estas se pueden desarrollar manualidades, que ayudarán y estimulará la creatividad e imaginación de los niños. Estas actividades la realizaremos después o antes de una actividad de mucha acción (piscina o deportes). El material que se utilizará será apto para uso infantil.

1. Creación de títeres
2. Elaboración de adornos para la casa con materiales de la naturaleza, los mismos que podrán ser recogidos a la orilla del Río.
3. Creación de tarjetas con papel reciclado, hojas y flores secas.
4. Elaboración de chocolates: Moldes infantiles

5. Pintar sobre madera: Se mandara a elaborar donde un carpintero previamente los nombres de los niños.
6. Risoterapia - Musicoterapia
7. Cartomancia: Magia con naipes
8. Globoflexia: Manipulación de globos para convertirlos en divertidas figuras
9. Función de Títeres
10. Talleres de reciclaje: Charlas sobre el reciclaje. Este taller nos permitirá enseñar a los más pequeños a elaborar manualidades con cosas que están a su alcance y, al mismo tiempo, les transmitimos valores didácticos y el compromiso con el medio ambiente.



#### **4.3.1.5 Actividades Imaginativas:**

En los salones del Hotel, dependiendo del número de niños se realizaran estas actividades imaginativas, o también fuera del hotel; por ejemplo se les podrá contar cuentos, o una historia de intriga debajo de un árbol. El animador deberá tener una característica especial, deberá llevarles a una aventura en cada cuento con su imaginación.

1. Cuentos Infantiles
2. Historias de intriga.
3. Leyendas populares: El cura sin cabeza, La Piedra Encantada, Los Gagones, El de la viuda, entre otras.

## ACTIVIDADES DURANTE LA NOCHE

### 4.3.1.6 Miniteca o minidisco:

Es una actividad clásica, que se realiza en el mundo de la animación infantil, ésta actividad se realizará en un horario de 17h00 hasta las 23h00 aprox. Los niños que asistirán a la miniteca serán desde los 9 a las 12 años, se realizarán bailes con coreografías y juegos de baile. Se preparará previamente el escenario con luces y amplificación, DJ, habrá asistencia de juegos, y para algunos juegos se darán premios.



Como actividad durante la fiesta se podrá hacer una especie de desfile de modas, donde participen los niños, separando por grupos para que cada uno asista con un tipo de ropa que se le indicará con anterioridad. También se realizarán noches de temas de disfraces de Disney, noche hawaiana, o de máscaras (antifaces) se realizará un concurso eligiendo al mejor.

Durante la fiesta también, habrá la hora loca con batucada, caritas pintadas, en donde los niños podrán entrar en un ambiente de confianza, preferiblemente la hora loca se hará al inicio de la fiesta.



### **4.3.2 Actividades para Adolescentes**

En el Hotel Oro Verde se cuenta con este segmento de clientes “adolescentes o teenager” solamente en los meses de vacaciones o feriados, y en ocasiones grupos de jóvenes extranjeros, entre las actividades que se podrán ofrecer para estos huéspedes será muy parecida a la que ofreceremos para los adultos en cuanto a actividades a realizarse durante el día. Para la noche habrá espectáculos y bailes con una ambientación más juvenil.

Dentro del grupo de adolescentes comprenderá desde los 13 hasta los 17 años. Propondremos una oferta de ocio, combinando mucho deporte y creatividad. Mucho deporte, fútbol, ping pong y actividades fuera del hotel, practicando deportes extremos, en la que serán participes de sentir adrenalina en su cuerpo.

## ACTIVIDADES DURANTE EL DIA

### 4.3.2.1 Actividades Interactivas:

Hoy en día los adolescentes tienen un gran gusto por los juegos interactivos o videojuegos, en el Hotel Oro Verde queremos implementar esta actividad de animación para los jóvenes, teniendo en cuenta que no será por un tiempo ilimitado la práctica de estos, será con un tiempo límite, programado previamente, esta actividad la realizaremos con la consola del Wii en la práctica de algunos deportes a los cuales no tendremos acceso por la limitada infraestructura del hotel como son los siguientes:

1. **Tennis:** Permitirá conseguir sensaciones, naturales, intuitivas y realistas. Tendremos la consola y raquetas.
2. **Basseball:** Tendremos el bate, igualmente conseguiremos sensaciones muy parecidas a las que estar en vivo, practicando el deporte.



### 4.3.2.2 Actividades Socioculturales:

1. **Juegos o Dinámicas de Integración:** Primero se presentará cada joven indicando sus datos personales: nombre, apodo si lo tiene, edad, que

estudia, cuáles son sus gustos y preferencias, su comida preferida, la razón por la que está hospedado en el hotel, que actividades le gustaría realizar mientras permanezca en el hotel. Así trataremos de que todos se conozcan y empiece visualizarse un ambiente de confianza entre todos. Esta actividad se realizará antes de cada programa o actividad cuando se tenga un grupo nuevo.

2. **Taller de Grafiti:** Esta actividad será muy entretenida, atractiva y diferente. Antes de empezar con la actividad, tendremos a una persona quien dará una corta charla sobre el Arte Urbano, el mismo enseñara las técnicas, equipos, los murales el hotel se encargará de poner a la disposición de los jóvenes para que puedan realizar esta actividad, así como también sprays y para la seguridad guantes y mascarillas. Se dejará que cada uno deje volar su imaginación, dejando como tema libre el grafiti.



3. **Taller de Baile Moderno:** Con la ayuda y contratación de un coreógrafo ecuatoriano, se ofrecerá este taller, se tratará de enseñar bailes que no se acostumbran en las fiestas como: salsa, merengue, cumbia o reguetton, sino más bien algo diferente como: Hip Hop, Break dance, los mismos que en la noche podrán poner en práctica en algún espectáculo, para niños o adultos.

4. **Debates sobre tema de interés:** Sexo, Alcoholismo y Drogadicción, adicciones, entre otras, además habrán personas entendidas sobre el tema para que guíen científicamente a los jóvenes sobre los temas mencionados.

#### 4.3.2.3 Actividades Deportivas:

Se tratará de practicar actividades diferentes cada día, de acuerdo a la preferencia asistirán los jóvenes, pero siempre se tratará de que todo el grupo alojado, participe de las actividades deportivas. Siempre antes de empezar con los deportes, se dará una pequeña charla sobre la importancia del deporte con respecto a la salud, se tratará de dar énfasis sobre esto, ya que hoy en día la mayoría de jóvenes viven una vida sedentaria, limitados a los videojuegos.

1. **Bicicleta:** Un día alquilaremos bicicletas y tendremos un paseo por toda la Avenida 3 de Noviembre, que da a la parte de atrás del Hotel una avenida tranquila, donde podrán circular sin problema.



2. **Artes Marciales:** Tendremos éste taller con una persona especializada en artes marciales y defensa personal.

3. **Nadar:** Esto lo realizaremos en la piscina del hotel, igualmente se realizarán concursos: encuentra el objeto perdido, competencias, etc.
4. **Lucha de Zumos:** Dos jóvenes se convertirán en zumos durante unos minutos, pelando sobre un colchón inflable.
5. **Deportes Extremos:** Escalada lo podrán practicar en el Puente Roto o en el Coliseo Jefferson Pérez con un profesional, descendimiento en la Roca de Sayausi y si desean practicar puenting lo podremos hacer en una de las visitas al Sigsig dentro de las actividades culturales.



#### **4.3.2.4 Actividades Culturales:**

Este tipo de actividades permitirá a los adolescentes conocer más sobre la cultura del lugar que visitan en este caso de Cuenca, es importante que de esta manera también se fomente y se promocioe el turismo de nuestra ciudad, ya que los jóvenes al tener conocimiento de lugares turísticos, podrán comentar con sus compañeros y así tendrán el deseo de conocer ellos también dentro de estas actividades tendremos.

1. **City Tour:** Este lo podremos realizar durante el día conociendo los atractivos turísticos más representativos del Centro Histórica, como: La Catedral Nueva y Vieja, algunas Iglesias con historia, Parque Calderón, La Plazoleta de los Flores.
  
2. **City Tour Nocturno:** Este se lo podrá realizar en el bus turístico de dos pisos, como proveedor será Pazhuca Tours, este tour lo haremos en el centro histórico, puente roto iremos hacia el mirador de Turi y regresaremos al Hotel.
  
3. **Excursiones o Tours:**En caso de que algunos jóvenes deseen podemos hacer la visita a Gualaceo, Chordeleg o el Sigsig o al Cajas para ser partícipes de la pesca deportiva o Visitar la Hostería Dos Chorreras (Poblado Guavidula), estas mismas actividades lo podrán realizar cualquier persona hospedada en el hotel.
  
4. **Clases de Idiomas**
  
5. **Demostraciones de cocina cuencana:** Se realizará una exposición de platos típicos y postres típicos de la localidad y se elaborará uno de ellos, los jóvenes podrán aprender de nuestra exquisita gastronomía de forma demostrativa.

## ACTIVIDADES DURANTE LA NOCHE

1. **Karaoke:** Tendremos un equipo profesional con amplificación, la misma que contará con más de 1000 canciones a elección, con todo un sistema de puntuación, se colocará una pantalla gigante y será conducido por un animador, además se realizarán concursos hombres contra mujeres.



2. **Discoteca:** Se escenificará uno de los salones de acuerdo al número de asistentes, en el cual se colocará luces, cámaras de humo, burbujas y espuma. Además se realizarán presentaciones de grupos juveniles de baile profesionales, desfiles de moda, la hora loca y batucada. Presentaciones de danza árabe, etc.



### **4.3.3 Actividades para Adultos**

#### **ACTIVIDADES DURANTE EL DIA**

##### **4.3.3.1 Actividades Deportivas:**

Para realizar estas actividades requerimos una amplia infraestructura, como canchas de tenis, basquetbol, futbol, etc. El hotel Oro Verde no cuenta con estas instalaciones, pero gracias al amplio parqueadero con el que cuenta, se podrá escenificar cada una de las canchas.

Teniendo en cuenta según las encuestas elaboradas aplicadas, tenemos más personas de adultas que se hospedan en el hotel, por tanto en la programación para adultos será mucho más extensa, que la de los otros segmentos.

1. Futbol
2. Voleibol
3. Ping-Pong
4. Basquetbol:
5. Aeróbicos para las mujeres en el gimnasio del Hotel o en el Parqueadero:  
donde armará un escenario pequeño.
6. Billar
7. Thai Chi.
8. Gimnasia deportiva.

Para las actividades deportivas se entregarán medallas o diplomas a los clientes como premio por haber participado o ganado en las competiciones que se realizarán generalmente en el día.



#### **4.3.3.2 Actividades Lúdicas o Socioculturales:**

Dentro de las actividades lúdicas tenemos aquellas que permitirán que las personas se sientan en un ambiente alegre, que les permitirá relacionarse y conocerse con los demás integrantes del grupo.

Además estas actividades son de carácter más tranquilo, siempre se desarrollan dentro del Hotel, podrá ser en alguno de los salones, teniendo en cuenta siempre el número de asistentes a la actividad. Estas actividades tienen como objetivo satisfacer la curiosidad o la habilidad manual y creativa de nuestros huéspedes, para la realización de algunas de estas actividades requerimos la instalación de equipos de acuerdo a la necesidad.

1. Dinámicas de Integración
2. Risoterapia: Se invitarán personas de la televisión, en temporada alta
3. Musicoterapia

4. Manualidades: Elaboración de tarjetas con material reciclado, pintar sobre madera y latón, elaborar adornos.
5. Competiciones de Juegos de Mesa: 40, Pokar, Rumikub, ajedrez, entre otros.
6. Bingo
7. Natación, Acuarobic y ejercicios de relajación en el agua.
8. Yoga, con profesionales en el tema.
9. Clases de Castellano
10. Proyección de Películas o diapositivas cuando se de una charla sobre tema de interés.
11. Clases de Baile o Bailoterapia. Sobre las 17h00 se pondrá a disposición el salón para que los clientes puedan practicar lo aprendido además se hará un especie de té de la tarde, con bocaditos frío y calientes y bebidas a un precio muy especial
12. Biblioteca: Durante una hora estará abierta para que los clientes tengan este servicio, el mismo se encontrará ubicado dentro de la Oficina de Animación Turística.
13. Coctelería
14. Preparación de postres típicos de Cuenca.
15. Vistas guiadas: City Tour, visita al Cajas, Gualaceo, Chordeleg, Sigsig, Ruta Artesanal en la Ciudad.



## **ACTIVIDADES DURANTE LA NOCHE**

1. **NOCHE DE JUEGOS:**Esta actividad de animación que se realizará por la noche está basada principalmente en la realización de concursos y elecciones, en donde se incentivará a todo el grupo participe de estas actividades, como actividades tendremos concursos de baile (música de moda), elección del Míster o la Miss, una noche blanco y negro (los asistentes tendrán que asistir con estos colores en su vestimentos) noche de disfraces, noche de antifaces.
2. **NOCHES DE CABARET O TEATRO :**Estos espectáculos se basarán principalmente en la presentación de, imitación de personajes famosos o farándula nacional, coreografías de baile, con grupos invitados a nivel nacional, además se realizarán obras de teatro o skets humorísticos con grupos cuencanos o también personajes invitados, en caso de que se esté realizando alguno de estos espectáculos en la ciudad, se tratará de participar en los mismos, asistiendo un grupo representativo de huéspedes del Hotel.
3. **NOCHES TEMÁTICAS:** Son las noche estrella en la animación, para ello debe haber un preparación y organización con mucha antelación, normalmente estas fiestas temáticas lo realizaremos en Año Nuevo Y Carnaval . Se prestará mucha atención en la decoración y ambientación del salón seleccionado.
4. **MUSICALES O PRESENTACION EN VIVO:**Son adaptaciones o parodias cantadas y/o bailadas, bien en español o en otro idioma extranjero, de espectáculos o películas musicales de prestigio internacional. Estos musicales los realizaremos en el lobby del Hotel.

#### **4.3.4 Actividades para Adultos Mayores.**

En el Hotel Oro Verde, a pesar de que en las encuestas nos muestra un 7% de personas mayores a los 50 años, es importante recalcar que es uno de los segmentos más importantes y a los que se les debe dar un servicio significativo. Este segmento está creciendo rápidamente, al Hotel llegan la mayoría de personas que llegan son extranjeros de los EEUU y Europa principalmente, según estudios de la OMT indican que en 20 años se duplicará los viajes de estas personas que sobrepasan los 65 años de edad.

Los adultos mayores que viajan lo hacen por salud, tienen una economía buena, deseo de conocer nuevas culturas y sobretodo ganas de seguir disfrutando de la vida. Pero, a medida que la gente envejece parece que las opciones de entretenimiento, paseo se reducen mucho, pues tradicionalmente la sociedad occidental ha pensado muy poco en este sector.

En el hotel se pretende desarrollar variedad de productos para estos clientes, con el fin de satisfacer sus necesidades y a la considerando como una oportunidad para generar mayores ingresos, este mercado cada vez requiere de mayor importancia.

Durante la realización de las actividades, se debe tratar a estas personas, no como viejos, ya que esto es fastidioso para ellos, los servicios y actividades serán las adecuadas para garantizar su bienestar y seguridad. En actividades donde se brinde comida es importante tener en cuenta que su dieta es más saludable que la de los otros segmentos, se debe cuidar del exceso de sal, azúcar, grasas, etc.

Apreciarán el buen trato, la capacidad de los animadores de resolver los problemas que puedan surgir en cualquiera de las actividades, y las actividades sean las adecuadas.

## ACTIVIDADES DURANTE EL DIA

### 4.3.4.1 Actividades Deportivas:

1. **Ejercicios gimnásticos:** Se podrán realizar en los salones del Hotel o en el área del parqueadero dependiendo de cómo este el clima y el horario para la realización de esta actividad.



2. **Caminatas:** Las caminatas lo podremos realizar a lo largo de la Av. 3 de Noviembre por la orilla del Rio respirando un aire puro y de cierta manera teniendo contacto con la naturaleza, también podremos hacer caminatas en el Centro Histórico dando a conocer los atractivos turísticos, la caminata brindara una sensación de seguridad, mejorara el equilibrio, acrecentará la libertad motriz y disminuirá la sensación de fatiga.
3. **Natación:** Es uno de los medios más eficaces para mejorar y mantener la capacidad cardiorrespiratoria y a la vez todo el sistema neuro-muscular ya que obliga a constantes ajustes para adaptar todos los movimientos a

situaciones que cambian constantemente en un medio que no es el habitual. En la piscina se podrán realizar aeróbicos y juegos de competencia, no muy drásticos para que no afecten las respiración de participantes.

#### 4. Gimnasia y Aeróbicos

#### 5. Juegos Colectivos o Dinámicas Grupales.

##### 4.3.4.2 Actividades de Comunicación y Expresión:

1. **Juegos Teatrales:** En este caso se harán especies de dramatizaciones sobre leyendas o cuentos modernos, habrá escenografía, maquillaje y disfraces de acuerdo al tema elegido previamente.
2. **Canto,** se realizara una especie de grupo de coro, donde se ensayara previamente para presentaciones durante las noches.



3. **Bailoterapia:** Se practicara durante una hora al día siempre será música moderna.

4. **Lectura:** Este taller permitirá a los adultos mayores la retentiva de aspectos importantes de la lectura, ya que habrá una puesta en común, donde podrán dar un pequeño resumen sobre lo leído.

#### **4.3.4.3 Actividades Cognitivas:**

1. Talleres de Memoria.
2. Elaboración de crucigramas
3. Sopa de letras.

#### **4.3.4.4 Actividades de Artes Plásticas o Manualidades:**

1. Dibujo
2. Pintura
3. Modelado sobre arcilla

#### **4.3.4.5 Actividades Socioculturales:**

1. Charlas sobre hábitos saludables y prevención de malas conductas: tabaco, alcohol, stress, etc.
2. Tertulias o Debates como medio de apoyo a las distintas charlas, acompañado de un té de la tarde, bebidas calientes y frías, postre, bocaditos de sal fríos y calientes
3. Visitas a la ciudad.

4. Participar de actividades en el medio Rural (Agroturismo), en Tarqui.
5. Actividades recreativas: juego del bingo y juegos de mesa, con premios a los campeones (medallas, regalos, etc.).



6. Cine y luego realizar un debate de discusión sobre aspectos de la película
7. Demostraciones de cocina ecuatoriana
8. Karaoke
9. Preparación de postres de antaño



#### **4.3.5 Actividades para Discapacitados**

El Hotel Oro Verde, cuenta con un promedio muy bajo de personas discapacitadas o con necesidades especiales con dificultades físicas, psíquicas o visuales que se hospedan, esto se da debido a que no cuenta con infraestructura para satisfacer sus requerimientos en cuanto a movilización interna y servicios propios para este segmento. Sin embargo a lo largo del año si contamos con pocas personas que se

alojan en el Hotel, en algunas ocasiones llegan grupos de turistas Europeos o Americanos, son el segmento más exigente que tiene el Hotel, ya que son personas que han viajado mucho y conocen hoteles que les brindan todo tipo de servicio.

En caso de que el Departamento de Animación Turística se llegue a conformar en algunos años será necesario adecuar y transformar el espacio físico, eliminando las barreras arquitectónicas de modo que sea 100% apto para los clientes con necesidades especiales.

Hoy en el Hotel, cuando se tiene personas alojadas con alguna discapacidad se trata de acomodarles, facilitándoles las habitaciones en la planta baja, debido a que no cuenta con ascensor, que las habitaciones tengan baños espaciosos, con duchas manuales, pasamanos y agarraderas, el teléfono de la habitación debe ser accesible a clientes con sillas de ruedas. En caso de haber personas con discapacidades visuales o auditivas es importante la instalación de señales lumínicas y sonoras. En lo que se refiere a cerraduras e interruptores se deberá poner pulsadores con sea de fácil uso para personas limitadas. Se construirá rampas con pasamanos con una inclinación adecuada.

Lo que se pretende con la animación dirigida a los discapacitados es la inclusión, ya que son personas con mayor tiempo libre, se deberá brindar un servicio profesional. Se tratará de demostrar las diferencias frente a otros hoteles, donde no encuentran igualdad de oportunidades ya que son excluidos de programas de animación, las actividades que se pretende incorporar en el Departamento de Animación Turística del Hotel Oro Verde Cuenca para este segmento no será extensa, será más bien corta, pero con actividades definidas, motivándoles a desarrollar sus habilidades y capacidades.

El animador del Grupo de discapacitados deberá atenderlos con paciencia, tolerancia y comprensión, y utilizar material didáctico que les permitan trabajar y desarrollar con éxito, tratándoles como a los otros huéspedes con todo el respeto y consideración. El animador deberá eliminar sentimientos negativos como: miedo, prejuicios, mitos y estereotipos asociados con estos clientes.

#### **4.3.5.1 Discapacitados Visuales:**

1. Fútbol para no videntes.
2. Teatro
3. Musicales
4. Visita a museos (existen algunos que tienen esculturas, por ejemplo, que se pueden tocar y a su vez llevan carteles en Braille que dan explicaciones)
5. Manualidades.



#### 4.3.5.2 Discapacitados Motrices:

1. Vóley Ball: Esta actividad permitirá integrar a las personas con discapacidades, con los adultos o personas de la tercera edad. Todos estarán sentados sobre el suelo, con la red más baja.
2. Básquet en silla de ruedas
3. Tennis de Mesa:
6. Juegos de Mesa: Cartas, Ajedrez, Monopolio, entre otros.
7. Natación Terapéutica.
8. Talleres de Pintura
9. Elaboración de manualidades
10. Preparación de platos típicos y postres sencillos nacionales e internacionales.
11. Talleres de Chocolatería
12. City Tour



13. Visita Museos: Arte Moderno, Museo del Banco Central, Museo de las Conceptas.
14. Karaoke
15. Videojuegos

#### **4.3.5.3 Discapacitados Auditivos:**

1. Básquet.
2. Futbol
3. Ping-Pong
4. Visitas a museos de la Ciudad
5. Visitas a exposiciones, en caso de que hubiera en la Ciudad
6. City Tour
7. Manualidades
8. Juegos: Ajedrez, Rumikub,etc.
9. Gimnasia
10. Acuarobic
11. Natacion.
12. Artes Marciales.

#### **4.4 Plan de Actividades: Días Festivos**

Los días festivos hacen referencia a aquellos días que por celebración o conmemoración, el país o la gente recuerda ciertos hechos de gran importancia. Dentro del plan anual de festividades, se encuentran la realización de varias actividades que serán factibles de desarrollar en las instalaciones del Hotel.

En el plan de actividades para estos días, se han escogido las fechas de mayor importancia, en donde el hotel se encuentra con su capacidad de alojamiento al 100%, el objetivo de la ejecución de estas actividades es principalmente la satisfacción de las necesidades de esparcimiento y diversión.

**A continuación detallamos el listado de los días festivos ecuatorianos:**

2011 DIAS DE DESCANSO OBLIGATORIO : NACIONALES		
MES	FECHA CÍVICA / O RELIGIOSA	DIAS DE DESCANSO 2011
Enero	Año Nuevo: Día de descanso obligatorio NACIONAL	Sábado 1
Marzo	Carnaval: Lunes 7 marzo al martes 8 de marzo. Según Decreto Ejecutivo N° 418 expedido el 19 de junio de 2007. Puente vacacional de 3 días	Sábado 5, Domingo 6, Lunes 7, Martes 8
Abril	Viernes Santo: Día de descanso obligatorio NACIONAL Puente vacacional de 3 días	Viernes 22, Sábado 23, Domingo 24
Mayo	Día del Trabajo: Día de descanso obligatorio NACIONAL	Domingo 1
	Batalla de Pichincha. Día laborable. Se traslada la jornada de descanso obligatorio del martes 24 de mayo al viernes 27 de mayo del 2011. Decreto Ejecutivo N° 418 Puente vacacional de 3 días	Viernes 27, Sábado 28, Domingo 29
Agosto	Primer Grito de Independencia: Día laborable. Se traslada la jornada de descanso obligatorio del miércoles 10 de agosto al viernes 12 de agosto del 2011. Decreto Ejecutivo N° 418 Puente vacacional de 3 días	Viernes 12, Sábado 13, Domingo 14
Octubre	Independencia de Guayaquil, Día de Descanso Obligatorio Nacional	Domingo 9
Noviembre	Día de los Difuntos: Día de descanso obligatorio NACIONAL	Miércoles 2
	Independencia de Cuenca, Azuay: Día de descanso obligatorio NACIONAL	Jueves 3
Diciembre	Navidad: Día de descanso obligatorio NACIONAL	Domingo 25

#### 4.4.1 San Valentín



Para el día del Amor y la Amistad se preparará un programa de actividades, la principal será la tradicional cena romántica el 14 de febrero por la noche para celebrar el Día de los Enamorados, con animación musical, baile con música en vivo, con el Dúo Oswaldo y Freddy, y el juego de la ruleta del amor, donde habrán varios regalos donados por los Hoteles de la Cadena Oro Verde en Ecuador.

Para los clientes que deseen pasar todo el fin de semana también habrá un paquete que incluye: alojamiento, desayuno buffet y uso de todas las instalaciones del hotel, además incluirá la entrada a la Cena Romántica del 14 de febrero en el Salón Tomebamba para un precio muy especial.

**La decoración:** El color del mes es rojo, por tal motivo pretenderemos, llevar una armonía en la mayoría de espacios del hotel con este color, en el lobby del hotel tendremos un arreglo colgante grande de rosas rojas y para las mesas pequeñas del lobby un pequeño centro de mesa con una rosa roja y una vela roja.

En el Salón Tomebamba donde se llevará a cabo la cena Romántica del 14 de febrero, estará decorada con mantelería blanca, un centro de mesa con rosas rojas

y gerberas rojas, con respecto a la iluminación tendremos pequeñas velas en forma de corazón junto al centro de mesa.

En una esquina del Salón colocaremos una mesa en forma de L, donde se pondrán un buffet de postres todos con alusión al tema, tendremos torres en forma de corazones de cup cake con grageas rojas, globos pequeño en forma de corazón, chocolates blancos, una pileta de chocolate negro con pinchos de frutillas entre otros.

**Montaje:** En cada mesa irán 7 sillas en forma de media luna, todos con vista a la tarima donde estarán los músicos y la ruleta de premios para la noche. Las mesas irán completamente vestidas con cubertería completa, copa para vino blanco, tinto y agua. Al final de la cena se realizará un sorteo de los centros de mesa: para esto se colocará un sello debajo de una silla de cada mesa: en el momento del montaje, el que tenga el sello que diga ganador se hará acreedor al precioso centro de mesa

En cada puesto colocaremos en tarjetas blancas con rojo en donde estará impreso el menú a servirse, durante toda la cena, la gente podrá disfrutar de la música en vivo de Oswaldo y Freddy. Cada pareja que asista a la cena participará en la ruleta del amor y en ese momento se entregará el bono de regalo.

**El personal:** Capitán y saloneros estarán con pantalón negro y camisa blanca con fajín rojo los hombres y las mujeres con pañuelo negro, la Hostess que se encontrará a la entrada dando la bienvenida a todos los clientes estará de negro completo, con pañuelo rojo.

En cuanto a la decoración de las habitaciones, a las parejas que se han hospedado se les decorará la habitación con velas rojas, y se les dejará en la noche del 13 de febrero chocolates en forma de corazón.

### **Actividades de Animación Turística que se podrá realizar este día, durante la mañana o tarde:**

1. **Taller de cócteles como:** Beso en la Oscuridad o Adán y Eva, cocteles típicos para este día donde el romanticismo será lo más importante, estos cocteles son a base de ginebra y brandy.
2. **Taller Simbología de las rosas:** Tendremos las respuestas a las preguntas sobre qué color de rosa es el adecuado para diferentes situaciones como: ¿Sabía que debe ser precavido con aquél que le regale rosas amarillas?; ¿por qué las novias optan por las rosas blancas?; para un amigo enfermo ¿de qué color deben ser las rosas que le envíe?, este taller será de mucho interés para los huéspedes.
3. **Taller de Chocolatería:** Aprenderemos a realizar diferentes tipos de rellenos con frutos secos y licor para chocolates, y también pintar chocolates blancos.

#### **4.4.2 Carnaval**

El domingo de Carnaval, se realizará un baile de máscaras al estilo Carnaval de Venecia, al inicio se brindará un coctel veneciano, **el Bellini** (zumo de melocotón y champagne), cena buffet internacional; mayor número de platillos europeos, músicaailable en vivo con orquesta, para la entrar es obligatorio llevar la máscara ya que al final de la fiesta se dará regalos para la mejor.



La decoración para El Carnaval de Venecia será lleno de magia y mucha creatividad, en algunas de las paredes colocaremos banners gigantes decorados con imágenes de la ciudad de Venecia, máscaras colocadas en forma estratégica a lo largo y ancho del salón y pilares decorados con maniqués que hacen referencia a los personajes de esta célebre fiesta. Habrá luces y telas brillosas colgantes como cortinas y globos con helio, en cada mesa se colocaran galletitas y chocolates en forma de máscaras. El capitán y saloneros estarán vestidos con terno negro y una mascaró decorada con tonos dorados y plateados al igual que la Hostess que se encontrará a la entrada. .tendremos

Para el Segundo día de Carnaval, se propondrá realizar un almuerzo al Estilo Carnaval de Brasil, tendremos un buffet de comida internacional, postres, y bebidas. Tendremos un escenario amplio para la participación del público, el público estará con su disfraz respectivo, por lo que serán parte de la decoración.

Tendremos dos animadores que se encargarán de recibir a los asistentes e interactuar durante toda la fiesta, habrá un show de baile en el escenario, un grupo de batucada, actuación de capoeira, animación de samba con 3 bailarinas profesionales, con mucho sonido e iluminación, al finalizar con esto tendremos dos horas de DJ con ritmos latinos más populares como: samba, merengue, cumbia, bachata y regueton.

**Decoración:** La decoración del Salón se caracterizará por los colores, los brillos y los vistosos disfraces de los asistentes. Tendremos mantelería de color verde con un sobre mantel de color naranja, el sobre mantel tendrá un filo de lentejuelas para darle brillo a la mesa. Con respecto a las cortinas, crearemos con telas brillantes unas cortinas falsas con los mismos colores que la mantelería. Como centros de mesa tendremos serpentinas, plumas de colores, papel brillante cortado en forma

de círculos y cuadrados, pitos de colores para la hora de la batucada. En la mesa del buffet se colocaron globos con helio plateado y dorado. La mesa del buffet ira con mantelería brillante en los mismos colores que las mesas para los asistentes, las fuentes y platos serán de plástico de colores. Toda la decoración del Salón, representará perfectamente el Carnaval de Brasil, con alboroto, el brillo, la luz, el aparente desorden y el notable ambiente festivo.

Para el tercero y último día de Carnaval, cerraremos con broche de oro, presentando un extenso y delicioso buffet de comida típica cuencana para el almuerzo, este almuerzo se realizará con el objetivo de recuperar la tradición de comer un menú muy tradicional. El buffet constará de:

- Fritada.
- Sancocho
- Cuy con papa
- Hornado con llapingachos.
- Carne asada con menestra y patacones.
- Carne asada de res o chanco.
- Trucha frita.
- Habas con queso.
- Caldo de gallina runa.
- Aguado de pollo.
- Locro de papas con aguacate.
- Mote Pillo
- Mote sucio
- Mote Pata

En las mesas se colocarán un pequeño platillo con mini bocadillos, los cuales estarán hechos a base de maíz.

- Mini Humitas.
- Mini Tamales.
- Mini Quimbolitos.
- Tortillas.
- Maíz tostado.
- Mini Empanadas.

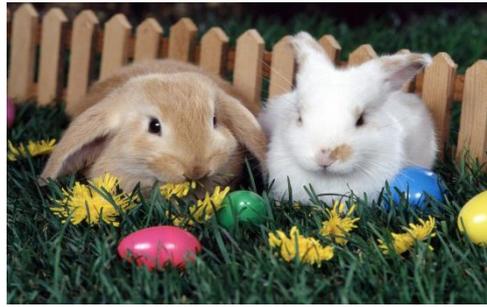
Este almuerzo se realizará en el Oro Café, el buffet estará decorado con telas muy llamativas y con artesanías de nuestra ciudad como ollas de barro, cucharas de palo, entre otros. En cuanto a las bebidas al inicio se brindará un canelazo. En el buffet tendremos las siguientes bebidas para que los clientes puedan servirse de acuerdo a su preferencia.

- Rosero preparado con maíz, especerías de dulce y frutas.
- Yaguana preparada con almidón de achira, frutas, especerías y yerbas.
- Morocho preparado con maíz viejo, leche, clavo de olor.
- Chicha de jora.

Para el buffet de postre ofreceremos lo siguientes:

- Miel con quesillo.
- Arroz con leche.
- Dulce de babaco, durazno, albaricoque, pera y manzana.
- Dulce de higos.
- Dulce de leche.
- Dulce de capulíes.
- Dulces de Corpus Cristo.
-

#### 4.4.3 Semana Santa - Pascua



La Semana Santa y la Pascua de Resurrección es una fiesta muy importante para los cristianos, y hoy en día todavía tenemos muchas costumbres y tradiciones para esta semana. Por tanto el Hotel preparará la típica fanesca, la misma que se venderá en el Gourmet Deli, y se ofrecerá en el Restaurante también.

Se realizará una fiesta para los niños que se encuentren hospedados durante esta semana en el hotel, la mayoría de niños son de la región costa, quienes se encuentran de vacaciones en estas fechas. La fiesta se podrá realizar en cualquiera de los salones dependiendo de los niños que estarán hospedados.

Con respecto a la decoración del Salón tendremos: globos con motivos de pascua, que podrán ser de conejitos, o tener a alguna persona profesional en globoflexia para que elabore conejitos y obsequiar a los niños. Tendremos serpentinas, los platos y servilletas tendrán motivos alusivos al tema de Pascua, postres, la torta y la piñata en forma de conejito también. Las paredes del salón serán decoradas con imágenes autoadhesivas o banners de huevos decorados y con huellas de pisada de conejo.

Durante la fiesta se irán desarrollando junto a los niños actividades propias de pascua: se les contará historias relacionadas al tema, cuentos como porque el Conejo es representativo de Pascua, además se colocarán huevos de chocolate en todo el parqueadero, para que los niños busquen, esta será una actividad que a los

niños les gustará. En el parqueadero tendremos una figura grande del conejito recolectando huevitos y junto a ellos colocaremos canastitas de plástico de colores vacías para que cada niño empiece a reunir los huevos que encuentre, al final se premiará al niño que haya encontrado más.

Como otra actividad, se dará a los niños huevos vacíos, para que decoren con pinturas de colores (temperas o acuarelas) o también huevos de chocolate, en este caso se le dará un tipo de pinturas que son comestibles. Se realizará un concurso del diseño más original.

#### **4.4.4 Día de la Madre**



En nuestro país esta fecha es muy especial, en la que conmemoramos, por un día a la persona más especial de nuestras vidas, aquella que estuvo a nuestro lado en los mejores y peores momentos desde el día en que nacimos.

El Hotel Oro Verde quiere rendirle homenaje a las madres hospedas en el hotel y a las madres cuencanas. Se ofrecerá un buffet delicioso de comida típica ecuatoriana y comida internacional a discreción del chef.

Este almuerzo por el Día de la Madre, será en el Salón Tomebamba, el mismo que estará montado de mesas en forma de media luna, todos con vista a un escenario, la mantelería será blanca por completo y con un centro de mesa de flores

tropicales muy llamativas, las mesas del buffet también estarán decoradas con estas mismas flores. En cada mesa colocaremos una torta en forma de corazón, la misma que se llevará la mamá de cada mesa.

A la entrada del Salón se colocarán tres arreglos grandes en pedestales de vidrio y una pecera de vidrio grande, donde las madres asistentes llenarán un cupón y al final se sortearán premios donados por nuestros proveedores, por los Hoteles de la Cadena Oro Verde, así como también premios como: cenas románticas, fines de semana, desayunos buffet en el Oro Verde Cuenca.

El personal como Capitán, salones y Hostess deberán estar con pantalón negro y una camisa blanca con corbatín negro. Tendremos 2 Hostess una a la entrada del Hotel indicando sobre el almuerzo que se brindará y otra a la entrada del salón dando la bienvenida y colocando los cupones en la pecera. Tendremos la presentación del Dúo Oswaldo y Freddy al iniciar con el evento, durante el almuerzo la presentación de Voces y Guitarras y para finalizar tendremos piezas musicales en el piano a cargo del Maestro Luis Arindia.

#### **1.4.5 Día del Padre**



El día del Padre es un magnifico pretexto para celebrar en el Hotel, en donde sus hijos podrán demostrar el cariño invitándole a un pequeño homenaje en el Oro

Verde. El objetivo principal de este homenaje es recordarle que lo queremos, hacer que se sienta feliz y hacerle ver que es una persona valiosa y fundamental para la familia.

Realizaremos un almuerzo temático al estilo futbolero, con un buffet amplio de comida ecuatoriana e internacional a discreción del chef, con platos fríos y calientes, barra de ensaladas y barra de postres.

Con respecto a la decoración del Oro Café, a la entrada tendremos un arco de globos, los globos serán con un balón de futbol, y tendremos una pelota gigante donde cada papá que llegue al almuerzo colocará su cupón para participar en el sorteo que se realizara al final de premios donados por el Oro Verde Cuenca y demás hoteles de la Cadena, igualmente dentro del local colocaremos globos de pelotas de futbol y pondremos las camisetas de los jugadores del Ecuador y las banderas de los equipos ecuatorianos en las mesas del buffet. La mantelería de cada mesa será diferente, cada una con los colores de una bandera de los mejores equipos de futbol a nivel mundial, como centro de mesa colocaremos un pequeño balón con la bandera de los mismos colores de la mantelería y colocaremos una torta igualmente en forma de balón para que se lleve el papa de cada mesa.

Después del almuerzo tendremos una proyección de una película en el Salón Tomebamba, es una actividad que generalmente le gusta a toda la familia. Escogeremos películas que hagan alusión a la relación entre padres e hijos como: Buscando a Nemo, En busca de la felicidad, Papá canguro o Un papá genial

#### **4.4.6 Día del Niño**

Para el Hotel Oro Verde celebrar el Día del Niño implica comprometerse a brindarles ambientes óptimos donde puedan desarrollar todas sus potencialidades y aptitudes físicas, intelectuales y emotivas, ya que son seres únicos, y creativos.

Se realizará una fiesta temática; hawaiana con actividades dentro del Salón y otras fuera en el Parqueadero del Hotel. A la entrada del Hotel tendremos una cartelera grande indicando donde será la fiesta y con el siguiente texto: “Porque ser niños es un Don maravilloso te invito a que lo festejemos bailando al ritmo de la música y el ula ula...”

El Salón se escogerá de acuerdo al número de niños asistentes tomando en cuenta cuántos niños estarán hospedados, el Salón estará decorado con palmeras grandes, las mismas que se pegaran en los pilares, con globos de mucho colores grandes por todos lados, algunos irán colgados del techo, en el piso, en las mesas con serpentinas de muchos colores.

El montaje: Se tratara de hacer lo más tropical que se pueda utilizando colores cálidos al igual que la piñata y accesorios con alusión al mar. Como centros de mesa colocaremos cocos elaborados con papel periódico y engrudo y lo forraremos con papel de china café dentro colocaremos caramelos con papeles de colores.



Dentro de las actividades a realizar estarán: Concurso de Baile Hawaiano, Elección del Mejor disfraz, además contaremos con la presencia de payasitos que harán concursos infantiles. Se contratara a una persona que se encargue de pintar

las caritas a los niños que deseen. El personal del Hotel: Capitán, saloneros y animadores estarán con ropa blanca entera (pantalón y camisa) con medio delantal de color verde y con collares de colores elaborados con papel.

En lo que se refiere a la comida se ofrecerá a los niños piña colada sin alcohol y fruchetas con chocolate. La torta será en forma de una isla, y con una figura de una niña bailando el ula ula que ira sobre el pastel. En el parqueadero colocaremos inflables y una cama elástica, en este lugar tendremos un carrito de hot dogs, algodón de azúcar y helados cítricos en cono.

#### **4.4.7 Fiestas de Cuenca (Noviembre)**

El 1, 2 y 3 de Noviembre la Ciudad de Cuenca se llena de colorido y alegría, es la tónica de las fiestas de nuestra querida Ciudad, donde miles de turistas nacionales y extranjeros disfrutan de todas las actividades que tenemos en la Ciudad, por esta razón y sabiendo que la capacidad del Hotel se llena al 100% durante estos días se ha preparado un ambiente festivo de actividades a realizarse dentro del hotel y elaborar un programa de actividades que se puede hacer en los diferentes lugares de la ciudad.

Los turistas hospedados en el Oro Verde Cuenca, son personas que han venido de la Costa, familias enteras donde tenemos variedad de edades desde infantes hasta adultos mayores, quienes desean disfrutar a lo máximo este feriado. En el hotel tendremos un festival de comida típica cuencana buffet que se ofrecerá el 03 de noviembre, con postres típicos y bebidas típicas de nuestra Ciudad.

En el Gourmet deli se encontrará a la venta la deliciosa colada morada con las guaguas de Pan, nuestros clientes podrán degustar en el mismo Deli o también tendremos servicio a Domicilio.

Durante el día podrán asistir a los recorridos turísticos en el bus de dos pisos, realizando un city tour o visitando los lugares artesanales de la ciudad como: El vado, la Convención del 45 o la Galería Vega, entre otros. El programa que dará el hotel a todos los huéspedes será sobre las actividades de más relevancia a realizarse en la ciudad como: vistas a ferias, exposiciones, conciertos, etc., para este tendremos ayuda de la Agenda Cultural que brinda gratuitamente la Fundación de Turismo de Cuenca.

En las noches los turistas podrán ir al Parque Calderón donde la noche se prende, con orquestas, la quema de castillos, la vaca loca y fuegos pirotécnicos.

Como otra actividad que los clientes podrán realizar fuera del hotel esta la visita a atractivos turísticos cercanos a la ciudad como: Chorro de Girón, Ingapirca, El Cajas, Gualaceo, Chordeleg, donde podrán degustar de la gastronomía propia de cada lugar y realizar compras de artesanías como es en el caso de Gualaceo y Chordeleg.

#### 4.4.8 Halloween



Como actividad de animación hotelera, para el 31 de Octubre se pretende realizar la Noche de Halloween tanto para los niños como para los adultos. Halloween, también conocida como Noche de Brujas es una celebración celta que, aunque comenzó celebrándose en los países anglosajones, hoy día despierta el interés en toda en todo el mundo y esta vez en el Hotel Oro Verde de Cuenca. Una excusa más para disfrazarse, para contar historias de miedo, ver películas de terror o por qué no entrar en una casa encantada.

Convertiremos al Oro Verde en un Hotel encantada, donde los clientes sentirán el terror, misterio y sorpresa. Nuestro personal de animación estará disfrazado de Freddy Kruger, de la niña exorcista o de muerto.

En cualquiera de los salones con los que cuenta el hotel, dependiendo del número de niños que vayan a asistir adecuaremos para convertir en una fiesta terror, en donde los niños podrán asistir disfrazados, ya se de vampiros, brujas o demonios, los disfraces se elaboraran durante la mañana o tarde con materiales económicos, papel, plásticos, entre otros, en esta actividad, los niños se divertirán, aprenderán y ejercitaran su creatividad. Además los animadores también participarán elaborando guirnaldas de calabaza con papel naranja para poder decorar para la fiesta de la noche, decorar una enorme calabaza con ojos, boca y nariz

Se contratará a una persona para que pueda realizar el maquillaje de los niños, con cicatrices sangrantes, caras de diablos o brujas. Como actividad en la fiesta tendremos un desfile con todos los niños y luego se elegirán los tres mejores disfraces creados por ellos mismos, al ganador se le dará un premio y a los tres un diploma terrorífico por tener los mejores disfraces.

#### **4.4.9 Navidad**

##### **Agasajo Navideño para Niños:**

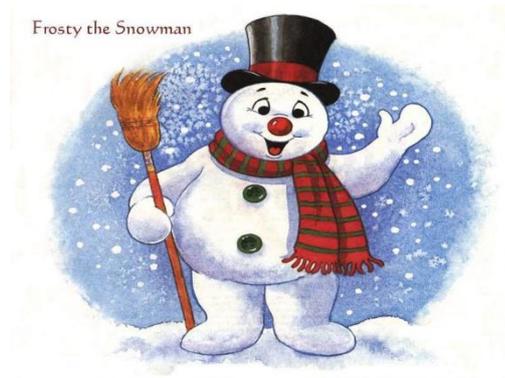
La mayoría de empresas o entidades públicas y privadas, en esta fecha muy especial, desean hacer un agasajo navideño a los hijos de sus empleados, por tal motivo el Hotel Oro Verde, desea ofrecer un plan de animación para esta fecha, brindaremos un servicio de calidad, con productos de primera y con la ayuda de animadores profesionales para que el agasajo sea todo un éxito y los niños salgan satisfechos y felices.

El Hotel desea con todas las actividades que la magia de la Navidad ilumine y ayude a conseguir a todos nuestros clientes sus sueños. El show se realizará toda la tarde y ofreceremos lo siguiente:

##### **Animadores Disfrazados:**

- Papa Noel, se encargará de hacer la entrega de los regalos a todos los niños.
- Mama Noelita

- Muñeca de Nieve
- Duende Navideño
- Rodolfo el Reno



Además realizaremos una escenografía navideña en el Salón Tomebamba, con cantos de villancicos, cuento navideño en vivo, coreografías de villancicos, caritas pintadas, trucos de magia, concursos divertidos, mini hora local (con bailarina, arlequín y tamborilero).Decoraremos el Salón con serpentinas, confetis, globos, arbolito de navidad y pesebre.Las mesas llevaran un bonito centro de mesa y la mantelería será roja con verde.

**La comida será muy variada y de agrado para los niños:**

- Canguil
- Churros
- Granizados
- Manzanas a caramelizadas
- Hot dog pequeño

## **Tendremos juegos en el área del parqueadero como:**

Castillo de bolas, trencito infantil para niños menores de 3 años y cama elástica. Si la Navidad es mágica es gracias a los niños, ellos nos transmiten la ilusión en estas fechas y la animación del hotel debe aprovechar esta ilusión e incentivar la imaginación de los más pequeños con acciones creativas y dinámicas, para los niños hospedados tendremos variedad de actividades como:

- El **Belén Viviente**: A los niños les encanta disfrazarse y ésta es tan sólo una oportunidad más.
- Crear un **muñeco de nieve**: Pues utilizando en vez de nieve platos blancos de papel.
- **Postales Navideñas**: Durante las vacaciones siempre es buena costumbre escribir a los abuelos o amigos de la escuela... y si alguien aún no escribió a los Reyes Magos, aún está a tiempo.
- Concurso de Villancicos

Para empresas, familias y grupos de amigos que deseen realizar un cena navideña, para compartir en esta fecha de amor y paz, ofreceremos menús de diferentes ofertas para que puedan elegir de acuerdo a sus gustos y preferencias, igualmente se asignará el salón de acuerdo al número de asistentes a la Cena, la decoración del salón será con un árbol de navidad, un pesebre y la mantelería y centros de mesa acordes con los colores navideños.

#### 4.4.10 Año Viejo – Año Nuevo



El Hotel Oro Verde de Cuenca preparará un programa para el año nuevo, incluye por supuesto una gran fiesta para la celebrar durante la madrugada del 1 de enero. Pasar la noche de año nuevo celebrando en el hotel es una opción interesante para quienes deseen empezar el año llenos de energía

**Tendremos una oferta especial para los clientes que deseen hospedarse en el hotel donde incluirá:**

- 2 noches de alojamiento (31 de diciembre y 01 de enero)
- Trago de bienvenida.
- Desayuno buffet americano servido en el restaurant “Oro Café”
- 2 cenas “Especial año nuevo”.
- Fiesta bailable con música en vivo. Orquesta Mambo Diablo y Dj
- Late check-out a las 16.00 hrs.

**Los Niños Gratis (Hasta dos niños de 10 años compartiendo habitación con sus padres) Incluye:**

- Desayuno Buffet.
- Actividades de animación Infantil

Para la gente de Cuenca que desee asistir a la fiesta y cena bailable de noche vieja, deberá hacer su reservación previamente, el menú para la cena será ligero a discreción del chef, ofreciendo un aguado de pollo a media noche.

En medio de la cena también se tratará de amenizar leyendo el horóscopo para el año venidero, esta será una manera de romper el hielo entre las personas que no se conocen. Al ingresar ya a la fiesta bailable, cada persona a la entrada depositara en una pecera un papel su propósito para el año nuevo. Al final de la fiesta se leerán algunos de los propósitos.

Unos minutos antes de que suenen las campanas de año nuevo, se servirá a todos los asistentes champagne, una bolsita con uvas y se apagarán todas las luces, al ser las doce todos se darán el abrazo de nuevo año y empezará la fiesta con la batucada y la hora loca. Además en la terraza del hotel tendremos juegos pirotécnicos.

#### **4.5 Proveedores Externos:**

El Hotel Oro Verde Cuenca para poner en marcha todas las actividades planificadas para cada segmento y para los días festivos requerirá de diversos elementos para poder ejecutar dichas actividades, los proveedores externos serán quienes nos proporcionarán de recursos tangibles e intangibles, materiales y humanos necesarios para la operación diaria de cada actividad, cuando fuere necesario.

Como recursos materiales tendremos: materias primas, equipos audiovisuales, implementos, etc., mientras como recursos humanos nos referiremos a personas que nos ayudarán con la animación de ciertas actividades como: la batucada, payasos, zanqueros, animadores externos, entre otros.

El poder de negociación de los proveedores determina el costo de las materias y los insumos, especialmente cuando no existe una cantidad suficiente de proveedores. Los productos o insumos que se requieren en la hotelería para desarrollar sus actividades diarios son: Alimentos, bebidas, lencería, repuestos, cristalería, equipos, flores, etc.; para abastecerse de estos, el Departamento de Animación turística del Hotel Oro Verde Cuenca dispondrá de una gran variedad de proveedores de alta calidad con los que negociará directamente el precio antes de realizar la compra.

Se realizó una investigación de todos los proveedores de servicios que requerimos para el Departamento de Animación turística, de los cuales se analizará para cada caso, el buen servicio, variedad y calidad, atención especial, formas y plazos de pago, esto generará un ventaja para poder elegir a los mejores. Algunos proveedores nos han ayudado con precios de alquiler, más sería necesario realizar previamente y con anticipación un cuadro de costos de la necesario para cada actividad.

<b><u>PROVEEDORES</u></b>	<b><u>SERVICIO</u></b>	<b><u>DIRECCION</u></b>	<b><u>TELEFONO</u></b>
<b>Maskerade</b>	Alquiler de disfraces	Santander 1-33 y Héroes de Verdeloma	2848-009 – 4091838
<b>Gaby Disfraz</b>	Alquiler de disfraces	Pio Bravo 7-45 entre Luis Cordero y Borrero	2820-709 – 2885-383
<b>El Rincón del Disfraz</b>	Alquiler de disfraces	Entrada a lazareto y Abelardo Andrade	2836-098 – 091548126
<b>Wizard</b>	Alquiler de disfraces	Roberto Crespo y Av. del Estadio.	4038-595
<b>Bella fiesta</b>	Alquiler de implementos	Juan Larrea y Av. Las Américas	4024987
<b>Play Kids</b>	Alquiler de Implementos. Inflables	Misicata Y	2853504
<b>Nova Eventos</b>	Alquiler de Implementos	Cdla Bosque I de Monay. Calle del OEA y Kingston	2869-018 – 2805-820
<b>Casa Real</b>	Alquiler de	N/A	2836-285

	implementos: Mantelería, carpas.		
<b>Casa del Banquete</b>	Alquiler de implementos: Mantelería, carpas	N/A	2 856-456
<b>Von Apples Events</b>	Alquiler de Implementos y servicio de logística.	Padre León 3-30 y Padre Aguirre	2848-018 - 089313-803
<b>Montitas Party</b>	Venta de Accesorios e implementos	Av. Don Bosco 3- 132 y Av. Loja	098681884 – 2811-391
<b>Brinco Fiesta</b>	Venta de Accesorio e Implementos	Luis Cordero 14- 15 y Pio Bravo	2827-199 – 2802- 151
<b>Bermeos Producciones</b>	Alquiler de equipos audio- visuales	Av. Las Américas y Cornelio Crespo	2818-007
<b>La Máquina del Sonido</b>	Alquiler de equipos audio- visuales	N/A	2 840413 099573500
<b>Brox Producciones</b>	Alquiler de equipos audio- visuales	Av. Los Andes 3- 121 y Saraurco	2808-030
<b>Firefly Shows y Eventos</b>	Venta y Alquiler de máquinas para efectos especiales	Quito	022-405-732 - 095378069
<b>Master Fashion Party</b>	Logística y organización de	Av. Solano 7-91 y Alfonso Moreno	084557166

	eventos	Mora	
<b>Mambo Diablo</b>	Orquesta – Música Bailable	N/ A	2810-290 /098 89 47 87
<b>Saraba</b>	Orquesta- Música Bailable	N/A	099855843
<b>Bahareque</b>	Orquesta – Música Bailable, boleros, baladas	N/A	2820178 2825076 098673709
<b>Freddy y Oswaldo</b>	Dúo: Música bailable, boleros	N/A	098068780
<b>Voces y Guitarras</b>	Ricardo Echeverría: Baladas, Boleros.	N/A	098257545
<b>Expresión Latinoamericana</b>	Grupos Folclórico	N/A	2 884694
<b>Pirotecnia Baculima</b>	Venta de Juegos artificiales, castillos, vaca loca.	N/A	2818-677 2812- 594
<b>Banda de Pueblo</b>	Banda de Pueblo- Música Folclórica	N/A	2815039
<b>Grupo Tulunmanya</b>	Hora Loca, Batucada, bailarinas	N/A	084157854 2 885449
<b>Ovante Eventos</b>	Hora Loca	N/A	2385-092 084272949
<b>Line Tours</b>	Alquiler de transporte para tours	N/A	097-522-797
<b>Van Service</b>	Alquiler de bus	N/A	2816-409

	turístico dos pisos		
<b>Quiru Creaciones</b>	Decoración – Arreglos florales	N/A	2826-700
<b>Diego Torres</b>	Decoración – Arreglos Florales	N/A	2882069 / 095110765
<b>Persa Flor</b>	Decoración – Arreglos florales	N/A	2 815-796

<b><u>PROVEEDOR</u></b>	<b><u>PRODUCTO</u></b>	<b><u>PRECIO</u></b>
<b>Gaby Disfraz</b>	Disfraces completos	\$6.50 a \$20.00
<b>Play Kids</b>	Alquiler de: Inflable Maquina Algodón Cama elástica Fondue	
<b>Von Apples Models/Events</b>	Alquiler: Canguilera Carpa 6x6 Carpa 6x4 Carpa 4.50x2.50 Carpa 3x2 Carpa 2x2 Inflable 10x6 Inflable 3x3 Cara Pintadas x100 Títeres Payaso	\$28.00 x hora \$90.00 \$70.00 \$45.00 \$35.00 \$25.00 \$100.00 \$70.00 \$30.00 x hora \$55.00 45min \$30.00 x hora

	Sanquero	\$35.00 x hora
	Personajes – Disney	\$35.00 x hora
	Personajes-Navidad	\$35.00 x hora
	Malabares	\$35.00 x hora
	Magos	\$35.00 x hora
	DJ	\$28.00 x hora
	Escenario 15x13 alt 9m	\$990.00
	Escenario 7x4 alto 5m	\$55.00
	Pasarela	\$30.00 x bloque
	Pantallas 4x3 ( incluye infocus y filmadora)	\$400.00
	Escenografía ( puesta o diseñada )	\$850.00
	Amplificación	\$500.00
	Humo Luces robóticas	\$100.00
<b>La Máquina del Sonido</b>	Alquiler de:	
	Amplificación	\$25.00 x hora
	Amplificación	\$100.00 4 a 6horas
	Amplificación	\$160.00 x día
	Microf. Inalámbrico	\$25.00 x día
	Micrófono solapero	\$25.00 x día
	Infocus	\$20.00 x hora
	Infocus	\$80.00 x hora
	Pant.1.70m x 1.70m	\$20.00 x día
	Pant. 2.14m x 2.14m	\$30.00 x día
	Pantalla de 3m x 4m	\$80.00 x día
	Tachos de Luz	\$20.00 x día
	Cañón seguidor	\$140.00
		\$40.00 x día

	Laptop	\$40.00 x día
	Impresora	\$20.00 x día
	DVD	\$15.00
	Cbl. circuito cerrado	\$140.00
	Splitter circuito cerrado	
	DJ por hora	\$40.00 x hora
	Pantalla plana	\$140.00
	Luces Robóticas	\$85.00
<b>Master Fashion Party</b>	Alquiler de:	
	Carpas 6x4	\$58.00
	Inflable	\$115.00
	Hora Loca (bailarines, batucada)	\$260.00
	Mimos	\$40.00 x evento
	Arlequines	\$40.00 x evento
	Payasos	\$40.00 x evento
	Zanqueros	\$24.00 x hora
	DJ	\$25.00 x hora
	Títeres	\$50.00 x 30min
	Globoflexia	\$0.25 x niño
	Pinta Caritas	\$0.25 x niño
	Personajes-Navidad	\$40.00 c/u
<b>Firefly Efectos Especiales</b>	Alquiler de:	
	Máquina de fuego de color	\$150.00
	Máquina de fuego	\$130.00
	Maquina criogénica (gas congelado)	\$150.00
	Maquina Confeti	\$150.00
	Máquina de Humo	\$130.00
	Bajo	

Máquina de Humo pequeña	\$50.00
Máquina de nieve	\$150.00
Máquina de burbujas	\$100.00 \$30.00 c/u
Pirotecnia fría	\$350.00
Pantalla de agua estándar	\$300.00
Laser grafico estándar	\$250.00
Laser beam estándar	\$30.0

#### **4.6. Promoción y Publicidad**

Una vez que el Departamento de Animación se haya creado en el Hotel Oro Verde Cuenca, es necesario hacer grandes esfuerzos de promoción y publicidad dirigidos a turistas nacionales, extranjeros y la ciudadanía cuencana, ya que no es suficiente que sea atraído por sí solo.

##### **4.6.1 La promoción**

“Es una actividad destinada a la información, persuasión e influencia sobre el cliente; en la cual se incluyen las actividades de publicidad, promoción de ventas, ventas personales y otros medios, entre los que incluyen relaciones públicas, cuando estas se encuentran integradas al proceso de marketing”.<sup>19</sup>

La promoción del nuevo departamento será realizada por agencias de viajes, hoteles de la misma cadena, ministerio de turismo, fundación de turismo para cuenca, ya que estas empresas e instituciones conducen campañas de propaganda turística de la ciudad tanto a nivel nacional como internacional; empleando toda clase de material publicitario, con el objetivo de incrementar la corriente de visitantes.

#### **4.6.2 La Publicidad**

“Comprende todas las actividades a través de las cuales se dirigen al público, mensajes visuales u orales, con el propósito de informarle e influir sobre él; para que compre mercaderías o servicios o se incline favorablemente hacia ciertas ideas, instituciones o personas”.<sup>20</sup>

19. ACERENZA, Miguel. (1982). *Promoción Turística*. México: Trillas.

20. AGUILAR, Alfonso. (1975). *Elementos de la Mercadotecnia*. México: CECSA.

La publicidad del Departamento de Animación estará dirigida al consumidor, a través de mensajes y anuncios con el objetivo de informarle acerca de las actividades que se ofrecerán, para de esta manera hacer más atractivos los servicios del hotel, en especial los departamento, así se tratara de captar la atención del cliente, estimulando sus necesidades y deseos.

### **4.6.3 La base de datos**

Una base de datos es un conjunto de elementos de información exhaustiva, que posee una estructura coherente de todos sus componentes y cuya utilidad es proveer a los sistemas de información de un almacén de información para las decisiones futuras.

La recopilación y análisis de la información de clientes para el nuevo departamento permitirá buscar sus necesidades y valores potenciales con el objetivo de adaptarnos a ellos y satisfacerlos de una forma más efectiva y rentable.

Con una base de datos bien constituida podremos realizar un análisis y seguimiento de nuestros clientes que han utilizado los servicios de animación hotelera, con la base de datos conoceremos los siguientes aspectos.

- Las expectativas de nuevas actividades.
- La satisfacción del visitante en su última visita, cuando regresara al hotel, sus nuevas motivaciones, la duración de su visita, entre otros aspectos

### **4.6.4 Estrategias para la Promoción y Publicidad del Departamento de Animación.**

- Elaborar un website solo para el Nuevo departamento
- Operadores turísticos nacionales e internacionales.
- Empresas organizadoras de eventos

- Alianza con cadenas o grupos de animación turística.
- Clientes de eventos y restaurantes
- Participación en ferias de turismo.
- Agenda gastronómica y actividades semanales impresa y también electrónica.
- E-mail marketing con promociones de temporada.
- Base de datos electrónicos
- Avisos de Prensa por fechas especiales: Día de los Enamorados, Día de la Madre, Día del Padre, carnaval, entre otros.
- Avisos en Revistas especializadas de Eventos y Catering: Revista Novias, Revista Hogar edición novias, Revista Vistazo con Catering, Revista Lideres de Diario El Comercio con avisos de Seminarios y Alojamiento.
- Cobertura de nuestros eventos sociales en la Prensa
- Determinar medios a invitar para coberturas por Festivales y/o Acciones Gastronómicas en días festivos.
- Envío permanente de agenda de actividades de Animación para cada segmento a las Agencias de Viajes impresa y/o digital.
- Evento especial de agradecimiento por coberturas/año a contactos en medios.
- Lograr coberturas con radios y canales de TV para diferentes tópicos.
- Participar con nuestra marca en eventos Culturales y sociales del medio.
- Obsequios para Agencias de Viajes, aerolíneas y clientes de: (Agendas personalizadas, Flash memory, cubos de papel, block de notas adhesivas, porta-tarjetas, mouse pads / calendarios navideños, Bolígrafos, Llaveros, etc.)

## **CAPITULO V: COSTOS - BENEFICIOS**

### **5.1 Estudio Económico:**

El Hotel Oro Verde Cuenca no brinda a los clientes opciones de animación para su tiempo libre y ocio. Con el proyecto de incorporar el Departamento de Animación, el Hotel ampliará la gama de sus servicios, el servicio de animación hotelera le permitirá al Oro Verde diferenciarse de sus competidores mediante la prestación de este nuevo servicio distintivo, que no encarecerá innecesariamente la tarifa sino que, por el contrario, contribuirá a mejorar la oferta. La animación para el Hotel será una parte fundamental de ingresos para el establecimiento, además será una verdadera estrategia para el crecimiento de esta empresa.

Existen dos beneficios principales de introducir la animación como servicio propio del hotel:

- Beneficio de Calidad (Ampliación de Servicio, singularización de la oferta, aumento de satisfacción del cliente, etc.)
- Beneficio de Rentabilidad (El cliente permanece en el hotel y aumenta el consumo, argumento de venta, fidelización del cliente, etc.)

#### **5.1.1 Costo de las Actividades de Animación Turística**

Para conocer el costo real de cada actividad que será realizada dentro de la programación establecida para el Hotel Oro Verde Cuenca, es elaborar un cuadro de actividades generales por cada segmento.

### CUADRO I: Niños

	GRUPO	ACTIVIDADES
1	A	Dardos
2	A	Creación de títeres
3	A-C	Tocar primero
4	A-D	Conteo de diez
5	A-G	Basquetbol
6	A-H	Juegos de tres pies
7	A-H	El huevo y la cuchara
8	B	Historia de intriga
9	B-E	Ping Pong
10	B-F	Taller de pintura
11	B-G	Cartomancia
12	B-G-H	Gimnasia acuática
13	C	Creación de tarjetas
14	C	Taller de reciclaje
15	C	Leyendas populares
16	C-F	Futbol
17	C-F	lanzando la pelota
18	D	Taller de chocolatería
19	D	Cuentos infantiles
20	D-E	Bailoterapia
21	D-F	Recogiendo objetos
22	E	Musicoterapia
23	E-G	Video Juegos
24	E-H	Manualidades
25	F	Globoflexia
26	G	Función de títeres
27	H	Proyección de películas
28	H	Risoterapia
29		Miniteca-minidisco

Para este segmento se ha establecido 29 actividades diferentes, las cuales han sido distribuidas en 8 grupos, debido a que no es factible vender al mercado la mayoría de las actividades por separado, por ejemplo: no es conveniente vender una hora de dardos para 20 niños, ya que no sería aceptable para el cliente.

<b>A</b>	<b>HORAS</b>
Dardos	1
Basquetbol	2
Conteo de Diez	0,5
Tocar primero	0,5
Juegos de tres pies	0,5
El huevo y la cuchara	0,5
Creación de títeres	3
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>

<b>B</b>	<b>HORAS</b>
Ping-Pong	2
Gimnasia Acuática	1
Taller de Pintura	2
Cartomancia	1
Historia de Intriga	1
<b>TOTAL</b>	<b>7</b>

<b>C</b>	<b>HORAS</b>
Futbol	2
Lanzando la pelota	0,5
Tocar primero	0,5
Creación de tarjetas	2
Taller de reciclaje	0,75
Leyendas populares	1
<b>TOTAL</b>	<b>6,75</b>

<b>D</b>	<b>HORAS</b>
Conteo de diez	0,5
Recogiendo objetos	0,5
Bailoterapia	1
Taller de chocolatería	3
Cuentos infantiles	1
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>

<b>E</b>	<b>HORAS</b>
Ping - Pong	2
Bailoterapia	1
Manualidades	2
Musicoterapia	1
Videojuegos	2
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>

<b>F</b>	<b>HORAS</b>
Futbol	2
Lanzando la pelota	0,5
Recogiendo objetos	0,5
Taller de pintura	2
Globoflexia	1
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>

<b>G</b>	<b>HORAS</b>
Basquetbol	2
Gimnasia Acuática	1
Cartomancia	1
Función de títeres	0,75
Videojuegos	2
<b>TOTAL</b>	<b>6,75</b>

<b>H</b>	<b>HORAS</b>
Gimnasia Acuática	1
Juegos de tres pies	0,5
El huevo y la cuchara	0,5
Manualidades	2
Proyección de películas	2
Risoterapia	1
<b>TOTAL</b>	<b>7</b>

De la misma manera se procedió a realizar grupos de actividades para los demás segmentos, como se detalla en los siguientes cuadros:

## CUADRO II: Adolescentes

	GRUPO	ACTIVIDADES
1	A	Tenis
2	B	Baseball
3	A	Dinamicas-Integracion
4	C	Taller de Grafiti
5	D	Taller de Baile
6	A	Risoterapia
7	C	Musicoterapia
8	D	Debates
9	E	Paseo Bicicleta
10	A	Artes Marciales
11	B	Natación
12	D	Lucha de Zumos
13	F	Deportes Extremos
14	C	City Tour
15	E	City Tour Nocturno
16	G	Excursiones
17	E	Clases de idiomas
18	B-F	Demostración cocina cuencana
19	F-G	Karaoke
20		Discoteca

A	HORAS
Tennis	2
Dinámicas	2
Risoterapia	1
Artes Marciales	2
<b>TOTAL</b>	<b>7</b>

B	HORAS
Baseball	2
Natación	2
Demostración de cocina	3
<b>TOTAL</b>	<b>7</b>

C	HORAS
Taller de Grafiti	4
Musicoterapia	1
City Tour	3
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>

<b>D</b>	<b>HORAS</b>
Taller de Baile	3
Debates	1
Lucha de Zumos	2
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>

<b>E</b>	<b>HORAS</b>
Paseo en Bicicleta	3
City Tour Nocturno	2
Clases de Idiomas	2
<b>TOTAL</b>	<b>7</b>

<b>F</b>	<b>HORAS</b>
Deportes Extremos	3
Demostración cocina	2,5
Karaoke	2,5
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>

<b>G</b>	<b>HORAS</b>
Excursión	5
Karaoke	3
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>

### CUADRO III: Adultos

	GRUPO	ACTIVIDADES
1	A-H	Futbol
2	B	Voley-Ball
3	C-E	Ping-pong
4	D	Basquetbol
5	E	Aeróbicos
6	B	Billar
7	C-F	Thai chi
8	F	Gimnasia deportiva
9	A	Dinámicas de Integración
10	B-E	Risoterapia
11	D	Musicoterapia
12	A-G	Manualidades
13	A-H-I	Juegos de mesa
14	D	Bingo
15	C	Natacion-acuaerobic
16	B	Yoga
17	C	Clases de idiomas
18	G-I	Proyección de películas
19	H	Bailoterapia
20	E-H	Taller de cocteleria
21	F	Taller de repostería cuencana
22	G	City Tour
23	D	City Tour Nocturno
24	I	Excursiones
25		Noches de Juegos
26		Noches de Teatro
27		Musicales en vivo
28		Noche Temática

A	HORAS
Futbol	2
Dinámicas	2
Manualidades	2
Juegos de Mesa	2
TOTAL	8

<b>B</b>	<b>HORAS</b>
Voley-Ball	2
Billar	2
Risoterapia	1
Yoga	2
<b>TOTAL</b>	<b>7</b>

<b>C</b>	<b>HORAS</b>
Ping-Pong	2
Thai Chi	1,5
Natación	2,5
Clases de Idiomas	1
<b>TOTAL</b>	<b>7</b>

<b>D</b>	<b>HORAS</b>
Basquetbol	2
Musicoterapia	1
Bingo	2,5
City Tour Nocturno	3
<b>TOTAL</b>	<b>8,5</b>

<b>E</b>	<b>HORAS</b>
Ping-Pong	2
Aeróbicos	1
Risoterapia	1
Taller de cocteleria	4
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>

<b>F</b>	<b>HORAS</b>
Thai Chi	1
Gimnasia Deportiva	2
Taller de repostería	4
<b>TOTAL</b>	<b>7</b>

<b>G</b>	<b>HORAS</b>
City Tour	4
Manualidades	2
Proyección de Películas	2
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>

<b>H</b>	<b>HORAS</b>
Futbol	2
Juegos de Mesa	2
Taller de Hotelería	4
Bailoterapia	1
<b>TOTAL</b>	<b>9</b>

<b>I</b>	<b>HORAS</b>
Excursiones	6
Proyección de Películas	2
Juegos de mesa	2
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>

#### **CUADRO IV: Discapacitados**

	<b>GRUPO</b>	<b>ACTIVIDADES</b>
1	A	Futbol
2	B	Teatro
3	A	Musicales
4	C	Visita a museos
5	A	Manualidades
6	B-C	Volley Ball
9	A-B	Juegos de mesa
10	D-E	Natación terapéutica
11	B	Talleres de pintura
12	E	Preparación de platos
13	D	Taller de chocolatería
14	E	City Tour
15	D	Karaoke
16	C	Videojuegos

<b>A</b>	<b>HORAS</b>
Futbol	2
Musicales	2
Manualidades	2
Juegos de Mesa	2
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>

<b>B</b>	<b>HORAS</b>
Teatro	2
Vóley Ball	2
Juegos de mesa	2
Taller de Pintura	2

<b>C</b>	<b>HORAS</b>
Visita a museos	2
Volley- Ball	2
Videojuegos	2
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>

<b>D</b>	<b>HORAS</b>
Natación Terapéutica	2
Taller de chocolatería	3
Karaoke	2
<b>TOTAL</b>	<b>7</b>

<b>E</b>	<b>HORAS</b>
Natación terapéutica	3
City Tour	2
Preparación de Platos	2
<b>TOTAL</b>	<b>7</b>

### CUADRO V: Tercera Edad

	GRUPO	ACTIVIDADES
1	A-H	Ejercicios gimnásticos
2	B	Caminatas
3	C-I	Natación
4	D	Aeróbicos
5	A	Dinámicas Grupales
6	B-I	Juegos teatrales
7	E	Canto
8	E	Bailoterapia
9	A-G	Taller de Lectura
10	C-H	Taller de memoria
11	A-H	Crucigramas
12	C	Sopa de letras
13	B	Taller de dibujo
14	C	Taller de pintura
15	D-G	Taller de modelado arcilla
16	A-F	Charlas
17	B	Debates
18	F	City Tour
19	D	City Tour Nocturno
20	G	Agroturismo
21	E-I	Juegos de azar
22	F	Proyección de películas
23	I	Demostración comida ecuatoriana
24	E	Karaoke
25	H	Demostración postres de antaño

A	HORAS
Ejercicios gimnásticos	1
Dinámicas grupales	2
Taller de lectura	1
Crucigramas	1
Charlas	1
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>

<b>B</b>	<b>HORAS</b>
Caminatas	1
Juegos Teatrales	2
Taller de dibujo	2
Debates	1
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>

<b>C</b>	<b>HORAS</b>
Natación	1
Taller de memoria	1
Sopa de letras	1
Taller de pintura	2
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>

<b>D</b>	<b>HORAS</b>
Aeróbicos	1
Taller de arcilla	3
City Tour Nocturno	2
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>

<b>E</b>	<b>HORAS</b>
Canto	2
Bailoterapia	1
Juegos de azar	2
Karaoke	1
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>

<b>F</b>	<b>HORAS</b>
City Tour	3
Charlas	1
Proyección de películas	2
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>

<b>G</b>	<b>HORAS</b>
Agroturismo	3
Taller de modelado en arcilla	3
Taller de lectura	1
<b>TOTAL</b>	<b>7</b>

<b>H</b>	<b>HORAS</b>
Ejercicios gimnásticos	1
Taller de memoria	1
Crucigramas	1
Demostración de postres	3
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>

<b>I</b>	<b>HORAS</b>
Natación	1
Juegos Teatrales	2
Demostración de comida	3
Juegos de Azar	2
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>

### **5.1.2 Costos Variables:**

Los costos variables que se incluirán en las fichas, son aquellos que varían de forma proporcional, de acuerdo al nivel de la actividad que sea realizada. Por ejemplo:

- Compra de Insumos para la realización de las actividades
- Materias Primas directas para talleres
- Alimentos
- Trofeos medallas y premios para las actividades de competencia.

En lo que se refiere a la compra de insumos, hemos investigado el costo de los siguientes productos que serán necesarios para la realización de ciertas actividades en especial de carácter deportivo. Para las actividades que necesitaríamos comprar estos productos hemos realizado un cálculo del costo de cada implemento de la siguiente manera:

El costo del implemento dividido por las veces que se repetirá la actividad a lo largo del año, **por ejemplo:**

**Segmento niños:** Actividad Fútbol

**1: Necesidad de Arcos y Pelotas:** 1 al año

**2: Costo:** \$185

**3: Número de veces al año:** 195 veces.

$$185 / 195 = 0,95$$

De esta manera se ha calculado todos los implementos que se utilizarán en las actividades para obtener un costo por actividad.

### **1.1.3 Costos Fijos:**

Los costos fijos permanecerán constantes, independientes de la cantidad de asistentes a la actividad. Por ejemplo:

- Alquiler de equipos audiovisuales.
- Servicios Públicos (Electricidad, Agua.)
- Sueldos de animadores, asistente, etc.
- Instructores, presentadores

### 1.1.3.1 Sueldos y Salarios:

La cantidad de animadores y asistentes se calculo a partir del total de horas anuales de las actividades que requieren de la presencia de este personal, a continuación tenemos un ejemplo de cómo se calculo este punto:

- **Segmento:** Tercera Edad
- **Actividad:** Taller de Dibujo
- **No de Horas de la actividad:** 2
- **Cantidad de actividades en el año:** 85
- **Total de horas que requieren de animador:**  $2 \times 85 = 170$  horas

De esta manera se procedió a calcular las horas para todas las actividades que requieren animador y asistente obteniendo el total para cada una. Luego se consigue el total de horas anuales que se requiere tanto de animador como de asistente obteniendo los siguientes resultados:

- **Cantidad Anual de Horas de Animador:** 23884
- **Cantidad Anual de Horas de Asistente:** 18578

Como sabemos el personal debe trabajar 40 horas por semana, entonces se multiplico esta cantidad por 52 semanas que tiene el año:

- **Horas de Trabajo por Año:**  $40 \text{ horas} \times 52 \text{ semanas} = 2080$  horas

Entonces si dividimos nuestra necesidad de horas del animador para la cantidad que puede trabajar una persona por año obtenemos:

**Cantidad de Animadores:**  $23884 / 2080 = 11.48 \approx 12$  animadores

De igual manera para los asistentes:

- **Cantidad de Asistentes:**  $18578 / 2080 = 8.93 \approx 9$  asistentes

Una vez que tenemos la cantidad de asistentes y animadores procedemos a calcular el costo anual de estos salarios:

- **Salario animador:** \$400
- **Salario asistente:** \$300

Este es el sueldo establecido en el contrato pero no es lo que le cuesta en verdad a la empresa ya que aquí no están incluidos el decimo tercero, cuarto y seguro, si aplicamos estos costos el salario real que percibe un empleado por mes seria de:

- **Salario animador:** \$548,33
- **Salario asistente:** \$411,25

El costo por hora para estos dos empleados se calcula a partir de los siguientes datos: Cada animador trabajara por año 1990 horas debido a que son 12 animadores, por tanto mensualmente nos da un total de 166 horas, si dividimos el salario para las horas que trabaja por mes nos da un costo por hora de:

- **Costo por hora animador:**  $\$548,33 / 166 \text{ horas} = \$3,31$

Cada asistente trabajara por año 2064 horas debido a que son 9 animadores, por tanto al mes nos da un total de 172 horas, , dividimos el salario para las horas que trabaja por mes nos da un costo por hora de:

- **Costo por hora asistente:**  $\$411,25 / 172 \text{ horas} = \$2.39$

### **1.1.3.2 Agua Potable y Electricidad:**

El suministro de agua potable se ha considerado únicamente para las actividades que se realizarán en la piscina del hotel, ya que este es un costo cuantificable y representativo en las fichas de costos. Se sumó la cantidad de veces que se repetirán estas actividades al año, dando como resultando un total de: 1300 actividades. Luego por política del hotel se tiene que se cambiará el agua de la piscina 2 veces a la semana, como sabemos el año tiene 52 semanas dando un total de 104 veces. Ahora calculamos el total de  $m^3$  que tiene la piscina: ancho= 6m, largo=10m y profundidad=1.50, dando un total de  $90m^3$

**Una vez obtenidos estos resultados tenemos:**

- **Total  $m^3$ :**  $104 * 90m^3 = 9360 m^3$
- **Costo por  $m^3$ :** \$1,05
- **Costo anual del agua:**  $9360 m^3 \times \$1,05 = \$9828$
- **Costo fijo mensual de la planilla:** \$4.00
- **Costo fijo anual de la planilla:**  $\$4.00 \times 12 \text{ meses} = \$48.00$

**Entonces:**

- **Costo de Agua por actividad** =  $(\$9828 + \$48.00) / 1300 \text{ actividades} =$   
**\$7,60**

El costo de la electricidad se calculó por medio de un simulador básico de planillaje, donde se debían ingresar datos como potencia, cantidad de equipos, tiempo de uso de los equipos, y horario en el que se iban a utilizar. De igual manera para la iluminación se introdujo datos como la cantidad de focos del salón donde se realizaría la actividad, la potencia de los mismos y el tiempo a utilizarse siendo en horario diurno o nocturno, con esta información el simulador calcula el costo por kilovatio hora ya incluido todos los impuestos adicionales que se deben tener en cuenta en una planilla como son tasa de alumbrado público, impuesto para los bomberos, etc. Por tanto en las fichas de costos tendremos valores diferentes en lo que se refiere a la energía eléctrica.

A continuación tenemos unas capturas de pantalla de éste simulador

<b>EQUIPOS</b>											
# DE UNIDADES	MAQUINAS	POTENCIA		POTENCIA	FACTOR DE	HORARIO		DIAS	TOTAL	TOTAL	COSTO POR ACTIVIDAD
				KW	POTENCIA	7H00-22H00	22H00-7H00	POR.MES	KW.h/mes	KVAR.h/mes	
1	IN FOCUS	2,5	KW	2,500	1	0	3	1	0,008		\$ 0,43

<b>ILUMINACION DE SALON</b>							
# DE UNIDADES	TIPOS DE LUMINARIAS	POTENCIA WATTS	HORARIOS		DÍAS POR MES	TOTAL	COSTO POR ACTIVIDAD
			7:00 - 22:00	22:00 - 7:00		KW.h/mes	
10	FOCOS NORMALES	100	0	3	1	3,000	\$ 0,17

#### 5.1.4 Costos por Actividad

Una vez que hemos obtenido todos los costos mencionados en los puntos anteriores, se ha procedido a elaborar una ficha de costo para cada actividad.

**Modelo de la Ficha de Costo:**

<b>FICHA DE COSTOS</b>
------------------------

ACTIVIDAD	
No	
SEGMENTO	
APROX DE ASISTENTES	
DURACIÓN	
HORARIO	
COSTO TOTAL DE LA ACTIVIDAD	0

<b>COSTOS VARIABLES</b>
-------------------------

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Alimentos		
2	Materia prima (talleres)		
3	Premios		
4	Medallas y trofeos		
5	Diplomas		
6	Mantelería		
7	Cristalería		
8	Cubertería		
9	Carpas		
	<b>TOTAL</b>	<b>0</b>	

<b>COSTOS FIJOS</b>
---------------------

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Alquileres varios		
2	Folletería		
3	Banners		
4	Agua		
5	Electricidad		
6	Animador		
7	Asistente de Animación		
8	Transportación		
9	Guía turístico		
10	Instructor		
11	Presentador		
12	DJ		
13	Equipos Audio-visuales		
14	Hora Loca-Batucada		

15	Pinta caras		
16	Floristería		
17	Músicos		
18	Personajes		
19	Hostess		
	<b>TOTAL</b>		<b>0</b>

**COMPRAS ADICIONALES**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Tablero de dardos		
2	Mesas de Ping Pong		
3	Pelota y aros básquet		
4	Pelota y arcos		
5	Pelota Playera		
6	Boyas		
7	Bate y pelotas		
8	Billar		
9	Bingo		
10	Juegos de mesa		
11	Video juegos		
12	Pelota de voleibol y red		
13	Cuentos		
14	Películas		
	<b>TOTAL</b>		<b>0</b>

**A continuación las fichas de costos para cada actividad:**

## FICHA DE COSTOS

SUB ACTIVIDAD

Dardos

ACTIVIDAD

A

SEGMENTO

Niños

APROX DE ASISTENTES

20

DURACIÓN

1 hora

HORARIO

Mañana-Tarde

COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

5,85

### COSTOS VARIABLES

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
4	Medallas y trofeos	1 medalla	0,8
2	Diplomas	2	1,4
	<b>TOTAL</b>	<b>2,2</b>	

### COSTOS FIJOS

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Electricidad	1	0,1
2	Animador	1	3,31
	<b>TOTAL</b>	<b>3,41</b>	

### COMPRAS ADICIONALES

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Tablero de dardos	1	0,24
	<b>TOTAL</b>	<b>0,24</b>	

## FICHA DE COSTOS

SUB ACTIVIDAD

Ping Pong

ACTIVIDAD

B - E

SEGMENTO

Niños

APROX DE ASISTENTES

20

DURACIÓN

2 horas

HORARIO

Mañana - Tarde

COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

15,31

**COSTOS VARIABLES**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Medallas y trofeos	1 trofeo	5
2	Diplomas	2	1,4
	<b>TOTAL</b>	<b>6,4</b>	

**COSTOS FIJOS**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Electricidad	1	0,19
2	Animador	2 horas	6,62
	<b>TOTAL</b>	<b>6,81</b>	

**COMPRAS ADICIONALES**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Mesas de Ping Pong	1	2,1
	<b>TOTAL</b>	<b>2,1</b>	

**FICHA DE COSTOS**

SUB ACTIVIDAD

Basquetbol

ACTIVIDAD

A - G

SEGMENTO

Niños

APROX DE ASISTENTES

20

DURACIÓN

2 horas

HORARIO

Mañana

COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

24,45

**COSTOS VARIABLES**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Medallas y trofeos	1 trofeo 15 medallas	17
	<b>TOTAL</b>	<b>17</b>	

**COSTOS FIJOS**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Animador	2 horas	6,62
	<b>TOTAL</b>	<b>6,62</b>	

**COMPRAS ADICIONALES**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Pelota y aros básquet	1	0,83
	<b>TOTAL</b>	<b>0,83</b>	

**FICHA DE COSTOS**

SUB ACTIVIDAD  
ACTIVIDAD

Futbol

C - F

SEGMENTO  
APROX DE ASISTENTES

Niños

20

DURACIÓN

2 horas

HORARIO

Mañana

COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

24,57

**COSTOS VARIABLES**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Medallas y trofeos	1 trofeo 15 medallas	17
	<b>TOTAL</b>	<b>17</b>	

**COSTOS FIJOS**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Animador	2 horas	6,62
	<b>TOTAL</b>	<b>6,62</b>	

**COMPRAS ADICIONALES**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Pelota y arcos	1	0,95
	<b>TOTAL</b>	<b>0,95</b>	

## FICHA DE COSTOS

SUB ACTIVIDAD  
ACTIVIDAD

Conteo de Diez

A - D

SEGMENTO  
APROX DE ASISTENTES  
DURACIÓN  
HORARIO  
COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

Niños

20

30 minutos

Mañana

12,6

### COSTOS VARIABLES

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Medallas y trofeos	3 medallas	2,1
	<b>TOTAL</b>	<b>2,1</b>	

### COSTOS FIJOS

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Agua	1	7,6
2	Animador	30 minutos	1,7
3	Asistente de Animación	30 minutos	1,2
	<b>TOTAL</b>	<b>10,5</b>	

## FICHA DE COSTOS

SUB ACTIVIDAD  
ACTIVIDAD

Tocar Primero

A - C

SEGMENTO  
APROX DE ASISTENTES  
DURACIÓN  
HORARIO  
COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

Niños

20

30 minutos

Mañana

19,82

### COSTOS VARIABLES

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Premios	3	9
	<b>TOTAL</b>	<b>9</b>	

**COSTOS FIJOS**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Agua	1	7,6
2	Animador	30 minutos	1,7
3	Asistente de Animación	30 minutos	1,2
	<b>TOTAL</b>	<b>10,5</b>	

**COMPRAS ADICIONALES**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Boyas	1	0,32
	<b>TOTAL</b>	<b>0,32</b>	

**FICHA DE COSTOS**

SUB ACTIVIDAD  
ACTIVIDAD

Lanzando la Pelota

C - F

SEGMENTO  
APROX DE ASISTENTES  
DURACIÓN  
HORARIO  
COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

Niños

20

30 minutos

Mañana

19,82

**COSTOS VARIABLES**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Premios	3	9
	<b>TOTAL</b>	<b>9</b>	

**COSTOS FIJOS**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Agua	1	7,6
2	Animador	30 minutos	1,7
3	Asistente de Animación	30 minutos	1,2
	<b>TOTAL</b>	<b>10,5</b>	

**COMPRAS ADICIONALES**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Pelota Playera	1	0,32
	<b>TOTAL</b>	<b>0,32</b>	

**FICHA DE COSTOS**

SUB ACTIVIDAD  
ACTIVIDAD

Recogiendo Objetos

D -F

SEGMENTO  
APROX DE ASISTENTES  
DURACIÓN  
HORARIO  
COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

Niños

20

30 minutos

Mañana

17,3

**COSTOS VARIABLES**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Premios	2	6
2	Medallas y trofeos	1 medalla	0,8
	<b>TOTAL</b>	<b>6,8</b>	

**COSTOS FIJOS**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Agua	1	7,6
2	Animador	30 minutos	1,7
3	Asistente de Animación	30 minutos	1,2
	<b>TOTAL</b>	<b>10,5</b>	

**FICHA DE COSTOS**

SUB ACTIVIDAD  
ACTIVIDAD

Gimnasia Acuática

B - G - H

SEGMENTO  
APROX DE ASISTENTES  
DURACIÓN  
HORARIO  
COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

Niños

20

1 hora

Mañana

13,3

### COSTOS FIJOS

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Agua	1	7,6
2	Animador	1 hora	3,31
3	Asistente de Animación	1 hora	2,39
	<b>TOTAL</b>	<b>13,3</b>	

### FICHA DE COSTOS

SUB ACTIVIDAD  
ACTIVIDAD

Juegos de tres pies

A - H

SEGMENTO  
APROX DE ASISTENTES  
DURACIÓN  
HORARIO  
COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

Niños

20

30 minutos

Mañana - Tarde

20,2

### COSTOS VARIABLES

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Materia prima (talleres)	10	1
2	Premios	6	18
	<b>TOTAL</b>	<b>19</b>	

### COSTOS FIJOS

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Asistente de Animación	30 minutos	1,2
	<b>TOTAL</b>	<b>1,2</b>	

### FICHA DE COSTOS

SUB ACTIVIDAD  
ACTIVIDAD

El huevo y la Cuchara

11

SEGMENTO  
APROX DE ASISTENTES  
DURACIÓN  
HORARIO  
COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

Niños

20

30 minutos

Mañana - Tarde

13,2

### COSTOS VARIABLES

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Materia prima (talleres)	20 huevos	3
2	Premios		3
	<b>TOTAL</b>	<b>12</b>	

### COSTOS FIJOS

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Asistente de Animación	30 minutos	1,2
	<b>TOTAL</b>	<b>1,2</b>	

### FICHA DE COSTOS

SUB ACTIVIDAD  
ACTIVIDAD

Bailoterapia
D - E

SEGMENTO  
APROX DE ASISTENTES  
DURACIÓN  
HORARIO  
COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

Niños
20
1 hora
Mañana
57,13

### COSTOS FIJOS

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Electricidad		1
2	Animador	1 hora	3,31
3	Instructor		1
4	DJ	1 hora	28
	<b>TOTAL</b>	<b>57,13</b>	

## FICHA DE COSTOS

SUB ACTIVIDAD  
ACTIVIDAD

Creación de títeres

A

SEGMENTO  
APROX DE ASISTENTES  
DURACIÓN  
HORARIO  
COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

Niños

20

3 horas

Tarde

93,39

### COSTOS VARIABLES

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Alimentos	Hot-dog - Cola	16
2	Materia prima (talleres)	1	60
	<b>TOTAL</b>	<b>76</b>	

### COSTOS FIJOS

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Electricidad	1	0,29
2	Animador	3 horas	9,93
3	Asistente de Animación	3 horas	7,17
	<b>TOTAL</b>	<b>17,39</b>	

## FICHA DE COSTOS

SUB ACTIVIDAD  
ACTIVIDAD

Manualidades

E - H

SEGMENTO  
APROX DE ASISTENTES  
DURACIÓN  
HORARIO  
COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

Niños

20

2 horas

Tarde

155,69

### COSTOS VARIABLES

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Alimentos	Sand mixto - jugo	14
2	Materia prima (talleres)	1	130
<b>TOTAL</b>		<b>144</b>	

### COSTOS FIJOS

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Electricidad	1	0,29
2	Animador	2 horas	6,62
3	Asistente de Animación	2 horas	4,78
<b>TOTAL</b>		<b>11,69</b>	

### FICHA DE COSTOS

SUB ACTIVIDAD

Creación de tarjetas

ACTIVIDAD

C

SEGMENTO

Niños

APROX DE ASISTENTES

20

DURACIÓN

2 horas

HORARIO

Tarde

COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

127,59

### COSTOS VARIABLES

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Alimentos	empanada-jugo	16
2	Materia prima (talleres)	1	100
<b>TOTAL</b>		<b>116</b>	

### COSTOS FIJOS

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Electricidad	1	0,19
2	Animador	2 horas	6,62
3	Asistente de Animación	2 horas	4,78
<b>TOTAL</b>		<b>11,59</b>	

## FICHA DE COSTOS

SUB ACTIVIDAD  
ACTIVIDAD

Taller de Pintura

B - F

SEGMENTO  
APROX DE ASISTENTES  
DURACIÓN  
HORARIO  
COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

Niños

20

2 horas

Tarde

183,69

### COSTOS VARIABLES

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Alimentos	brocheta-cola	10
2	Materia prima (talleres)	1	160
3	Diplomas	3	2,1
	<b>TOTAL</b>	<b>172,1</b>	

### COSTOS FIJOS

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Electricidad	1	0,19
2	Animador	2 horas	6,62
3	Asistente de Animación	2 horas	4,78
	<b>TOTAL</b>	<b>11,59</b>	

## FICHA DE COSTOS

SUB ACTIVIDAD  
ACTIVIDAD

Taller de Chocolatería

D

SEGMENTO  
APROX DE ASISTENTES  
DURACIÓN  
HORARIO  
COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

Niños

20

3 horas

Tarde

137,39

### COSTOS VARIABLES

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Materia prima (talleres)	1	120
	<b>TOTAL</b>	<b>120</b>	

### COSTOS FIJOS

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Electricidad	1	0,29
2	Animador	3 horas	9,93
3	Asistente de Animación	3 horas	7,17
	<b>TOTAL</b>	<b>17,39</b>	

### FICHA DE COSTOS

SUB ACTIVIDAD

Cartomancia

ACTIVIDAD

B - G

SEGMENTO

Niños

APROX DE ASISTENTES

20

DURACIÓN

1 hora

HORARIO

Tarde

COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

38,41

### COSTOS FIJOS

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Electricidad	1	0,1
2	Animador	1 hora	3,31
3	Instructor	Mago-1hora	35
	<b>TOTAL</b>	<b>38,41</b>	

## FICHA DE COSTOS

SUB ACTIVIDAD  
ACTIVIDAD

Globoflexia

F

SEGMENTO  
APROX DE ASISTENTES  
DURACIÓN  
HORARIO  
COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

Niños

20

1 hora

Tarde

15,8

### COSTOS VARIABLES

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Materia prima (talleres)	1	10
	<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	

### COSTOS FIJOS

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Electricidad	1	0,1
2	Animador	1 hora	3,31
3	Asistente de Animación	1 hora	2,39
	<b>TOTAL</b>	<b>5,8</b>	

## FICHA DE COSTOS

SUB ACTIVIDAD  
ACTIVIDAD

Función de Títeres

G

SEGMENTO  
APROX DE ASISTENTES  
DURACIÓN  
HORARIO  
COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

Niños

20

1 hora 30 minutos

Tarde

64,09

### COSTOS VARIABLES

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Alimentos	algodón de azúcar	4
	<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	

**COSTOS FIJOS**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Electricidad	1	0,12
2	Animador	1 hora 30 minutos	4,97
3	Presentador	1	55
	<b>TOTAL</b>	<b>60,09</b>	

**FICHA DE COSTOS**

SUB ACTIVIDAD

Taller de Reciclaje

ACTIVIDAD

C

SEGMENTO

Niños

APROX DE ASISTENTES

20

DURACIÓN

1 hora 30 minutos

HORARIO

Mañana - Tarde

COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

146

**COSTOS VARIABLES**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Materia prima (talleres)	1	60
	<b>TOTAL</b>	<b>60</b>	

**COSTOS FIJOS**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Electricidad	1	1,03
2	Animador	1 hora 30 minutos	4,97
3	Equipos Audio-visuales	1	80
	<b>TOTAL</b>	<b>86</b>	

## FICHA DE COSTOS

SUB ACTIVIDAD  
ACTIVIDAD

Cuentos Infantiles

D

SEGMENTO  
APROX DE ASISTENTES  
DURACIÓN  
HORARIO  
COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

Niños

20

1 hora

Tarde

53,41

### COSTOS VARIABLES

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Materia prima (talleres)	1	50
	<b>TOTAL</b>	<b>50</b>	

### COSTOS FIJOS

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Electricidad	1	0,1
2	Animador	1 hora	3,31
	<b>TOTAL</b>	<b>3,41</b>	

## FICHA DE COSTOS

SUB ACTIVIDAD  
ACTIVIDAD

Proyección de Películas

H

SEGMENTO  
APROX DE ASISTENTES  
DURACIÓN  
HORARIO  
COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

Niños

20

2 hora

Tarde - Noche

108,65

### COSTOS VARIABLES

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Alimentos	Canguil-ice tea	20
	<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	

**COSTOS FIJOS**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Electricidad	1	1,73
2	Animador	1	6,62
3	Equipos Audio-visuales	1	80
	<b>TOTAL</b>	<b>88,35</b>	

**COMPRAS ADICIONALES**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Películas	1	0,3
	<b>TOTAL</b>	<b>0,3</b>	

**FICHA DE COSTOS**

SUB ACTIVIDAD

ACTIVIDAD

Videojuegos

E - G

SEGMENTO

APROX DE ASISTENTES

DURACIÓN

HORARIO

COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

Niños

20

2 horas

Tarde - Noche

90,27

**COSTOS FIJOS**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Electricidad	1	1,73
2	Animador	2 horas	6,62
3	Equipos Audio-visuales	1	80
	<b>TOTAL</b>	<b>88,35</b>	

**COMPRAS ADICIONALES**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Video juegos	1	1,92
	<b>TOTAL</b>	<b>1,92</b>	

## FICHA DE COSTOS

SUB ACTIVIDAD  
ACTIVIDAD

Historias de Intriga

B

SEGMENTO  
APROX DE ASISTENTES  
DURACIÓN  
HORARIO  
COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

Niños

20

1 hora

Tarde - Noche

8,41

### COSTOS VARIABLES

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Alimentos	Manzanas confitadas	5
	<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	

### COSTOS FIJOS

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Electricidad	1	0,1
2	Animador	1	3,31
	<b>TOTAL</b>	<b>3,41</b>	

## FICHA DE COSTOS

SUB ACTIVIDAD  
ACTIVIDAD

Leyendas Populares

C

SEGMENTO  
APROX DE ASISTENTES  
DURACIÓN  
HORARIO  
COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

Niños

20

1 hora

Noche

9,37

### COSTOS VARIABLES

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Alimentos	Cup Caces	6
	<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	

**COSTOS FIJOS**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Electricidad	1	0,06
2	Animador	1 hora	3,31
	<b>TOTAL</b>	<b>3,37</b>	

**FICHA DE COSTOS**

SUB ACTIVIDAD

Risoterapia

ACTIVIDAD

H

SEGMENTO

Niños

APROX DE ASISTENTES

20

DURACIÓN

1 hora

HORARIO

Mañana- Tarde

COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

52,41

**COSTOS VARIABLES**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Premios	3	9
	<b>TOTAL</b>	<b>9</b>	

**COSTOS FIJOS**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Electricidad	1	0,1
2	Animador	1 hora	3,31
3	Personajes	Payaso	40
	<b>TOTAL</b>	<b>43,41</b>	

**FICHA DE COSTOS**

SUB ACTIVIDAD

Musicoterapia

ACTIVIDAD

E

SEGMENTO

Niños

APROX DE ASISTENTES

20

DURACIÓN

1 hora

HORARIO

Mañana - Tarde

COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

83,89

**COSTOS FIJOS**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Electricidad	1	0,58
2	Animador	1 hora	3,31
3	Equipos Audio-visuales	1 hora	80
	<b>TOTAL</b>	<b>83,89</b>	

**FICHA DE COSTOS**

SUB ACTIVIDAD	Miniteca - Minidisco
ACTIVIDAD	29
SEGMENTO	Niños
APROX DE ASISTENTES	20
DURACIÓN	4 horas
HORARIO	Noche
COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD	1050,42

**COSTOS VARIABLES**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Alimentos	1	120
2	Premios	9 premios	45
3	Mantelería	4 manteles colores	16
	<b>TOTAL</b>	<b>181</b>	

**COSTOS FIJOS**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Alquileres varios	1	200
2	Electricidad	1	2,62
3	Animador	4 horas	13,24
4	Asistente de Animación	4 horas	9,56
5	Presentador	2 horas	150
6	DJ	3 horas	84
7	Equipos Audio-visuales	1	80
8	Hora Loca-Batucada	1	260
9	Pinta caras	20	10
10	Floristería	5	60
	<b>TOTAL</b>	<b>869,42</b>	

## FICHA DE COSTOS

SUB ACTIVIDAD

Tennis

ACTIVIDAD

A

SEGMENTO

Adolescentes

APROX DE ASISTENTES

20

DURACIÓN

2 horas

HORARIO

Mañana

COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

10,58

### COSTOS VARIABLES

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Medallas y trofeos	3	2,4
	<b>TOTAL</b>	<b>2,4</b>	

### COSTOS FIJOS

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
2	Animador	2 hora	6,62
	<b>TOTAL</b>	<b>6,62</b>	

### COMPRAS ADICIONALES

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Equipo de Tennis	1	1,56
	<b>TOTAL</b>	<b>1,56</b>	

## FICHA DE COSTOS

SUB ACTIVIDAD

Baseball

ACTIVIDAD

B

SEGMENTO

Adolescentes

APROX DE ASISTENTES

20

DURACIÓN

2 horas

HORARIO

Mañana

COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

12,05

**COSTOS VARIABLES**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Medallas y trofeos	1 trofeo	5
	<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	

**COSTOS FIJOS**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Animador	2 horas	6,62
	<b>TOTAL</b>	<b>6,62</b>	

**COMPRAS ADICIONALES**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Bate y pelotas	1	0,43
	<b>TOTAL</b>	<b>0,43</b>	

**FICHA DE COSTOS**

SUB ACTIVIDAD  
ACTIVIDAD

Dinámicas de Integración

A

SEGMENTO  
APROX DE ASISTENTES  
DURACIÓN  
HORARIO  
COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

Adolescentes

20

2 horas

Mañana - Tarde

151,59

**COSTOS VARIABLES**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Materia prima (talleres)	1	60
	<b>TOTAL</b>	<b>60</b>	

**COSTOS FIJOS**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Electricidad	1	0,19
2	Animador	2 horas	6,62
3	Asistente de Animación	2 horas	4,78
4	Equipos Audio-visuales	1	80
	<b>TOTAL</b>	<b>91,59</b>	

**FICHA DE COSTOS**

SUB ACTIVIDAD

Taller de Grafiti

ACTIVIDAD

C

SEGMENTO

Adolescentes

APROX DE ASISTENTES

20

DURACIÓN

4 horas

HORARIO

Tarde

COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

273,18

**COSTOS VARIABLES**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Alimentos	Sanduche - Gaseosa	50
2	Materia prima (talleres)	1	200
	<b>TOTAL</b>	<b>250</b>	

**COSTOS FIJOS**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Electricidad	1	0,38
2	Animador	4 horas	13,24
3	Asistente de Animación	4 horas	9,56
	<b>TOTAL</b>	<b>23,18</b>	

## FICHA DE COSTOS

SUB ACTIVIDAD  
ACTIVIDAD

Taller de Baile

D

SEGMENTO  
APROX DE ASISTENTES  
DURACIÓN  
HORARIO  
COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

Adolescentes

20

3 horas

Mañana

170,66

### COSTOS FIJOS

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Electricidad	1	1,73
2	Animador	3 horas	9,93
3	Instructor	3 horas	75
4	DJ	3 horas	84
	<b>TOTAL</b>	<b>170,66</b>	

## FICHA DE COSTOS

SUB ACTIVIDAD  
ACTIVIDAD

Risoterapia

A

SEGMENTO  
APROX DE ASISTENTES  
DURACIÓN  
HORARIO  
COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

Adolescentes

20

1 hora

Tarde

122,41

### COSTOS VARIABLES

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Premios	3	9
	<b>TOTAL</b>	<b>9</b>	

**COSTOS FIJOS**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Electricidad	1	0,1
2	Animador	1 hora	3,31
3	Equipos Audio-visuales	1	80
4	Personajes	1	30
	<b>TOTAL</b>	<b>113,41</b>	

**FICHA DE COSTOS**

SUB ACTIVIDAD

Musicoterapia

ACTIVIDAD

C

SEGMENTO

Adolescentes

APROX DE ASISTENTES

20

DURACIÓN

1 hora

HORARIO

Tarde

COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

83,89

**COSTOS FIJOS**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Electricidad	1	0,58
2	Animador	1 hora	3,31
3	Equipos Audio-visuales	1	80
	<b>TOTAL</b>	<b>83,89</b>	

**FICHA DE COSTOS**

SUB ACTIVIDAD

Debates

ACTIVIDAD

D

SEGMENTO

Adolescentes

APROX DE ASISTENTES

20

DURACIÓN

1 hora

HORARIO

Mañana - Tarde

COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

83,89

**COSTOS FIJOS**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Electricidad	1	0,58
2	Animador	1 hora	3,31
3	Equipos Audio-visuales	1	80
	<b>TOTAL</b>	<b>83,89</b>	

**FICHA DE COSTOS**

SUB ACTIVIDAD  
ACTIVIDAD

Paseo en Bicicleta

E

SEGMENTO  
APROX DE ASISTENTES  
DURACIÓN  
HORARIO  
COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

Adolescentes

20

3 horas

Mañana

197,1

**COSTOS VARIABLES**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Alimentos	Sanduche-fruta-agua	60
	<b>TOTAL</b>	<b>60</b>	

**COSTOS FIJOS**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Alquileres varios	20 bicicletas	120
2	Animador	3 horas	9,93
3	Asistente de Animación	3 horas	7,17
	<b>TOTAL</b>	<b>137,1</b>	

## FICHA DE COSTOS

SUB ACTIVIDAD

Artes Marciales

ACTIVIDAD

A

SEGMENTO

Adolescentes

APROX DE ASISTENTES

20

DURACIÓN

2 horas

HORARIO

Mañana - Tarde

COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

68,91

### COSTOS VARIABLES

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Medallas y trofeos	3 medallas	2,1
	<b>TOTAL</b>	<b>2,1</b>	

### COSTOS FIJOS

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Electricidad	1	0,19
2	Animador	2 horas	6,62
3	Instructor	2 horas	60
	<b>TOTAL</b>	<b>66,81</b>	

## FICHA DE COSTOS

SUB ACTIVIDAD

Natación

ACTIVIDAD

B

SEGMENTO

Adolescentes

APROX DE ASISTENTES

20

DURACIÓN

2 horas

HORARIO

Mañana

COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

13,5

### COSTOS VARIABLES

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Medallas y trofeos	3 medallas	2,1
	<b>TOTAL</b>	<b>2,1</b>	

**COSTOS FIJOS**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Animador	2 horas	6,62
2	Asistente de Animación	2 horas	4,78
	<b>TOTAL</b>	<b>11,4</b>	

**FICHA DE COSTOS**

SUB ACTIVIDAD  
ACTIVIDAD

Lucha de Zumos

D

SEGMENTO  
APROX DE ASISTENTES  
DURACIÓN  
HORARIO  
COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

Adolescentes

20

2 horas

Tarde

32,82

**COSTOS VARIABLES**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Medallas y trofeos	3 medallas	2,1
	<b>TOTAL</b>	<b>2,1</b>	

**COSTOS FIJOS**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Alquileres varios	2 disfraces	24
2	Electricidad	1	0,1
3	Animador	2 horas	6,62
	<b>TOTAL</b>	<b>30,72</b>	

## FICHA DE COSTOS

SUB ACTIVIDAD

Deportes Extremos

ACTIVIDAD

F

SEGMENTO

Adolescentes

APROX DE ASISTENTES

20

DURACIÓN

3 horas

HORARIO

Mañana

COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

309,93

### COSTOS VARIABLES

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Alimentos	Box Lunch	60
	<b>TOTAL</b>	<b>60</b>	

### COSTOS FIJOS

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Alquileres varios	1	240
2	Animador	3 horas	9,93
	<b>TOTAL</b>	<b>249,93</b>	

## FICHA DE COSTOS

SUB ACTIVIDAD

City Tour

ACTIVIDAD

C

SEGMENTO

Adolescentes

APROX DE ASISTENTES

20

DURACIÓN

3 horas

HORARIO

Mañana

COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

269,93

### COSTOS VARIABLES

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Alimentos	Box Lunch	60
	<b>TOTAL</b>	<b>60</b>	

**COSTOS FIJOS**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Alquileres varios		
2	Folletería	20 guías	60
3	Animador	1	9,93
4	Transportación	1	80
5	Guía turístico	1	60
	<b>TOTAL</b>	<b>209,93</b>	

**FICHA DE COSTOS**

SUB ACTIVIDAD  
ACTIVIDAD

City Tour Nocturno

E

SEGMENTO  
APROX DE ASISTENTES  
DURACIÓN  
HORARIO  
COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

Adolescentes

20

2 horas

Noche

161,4

**COSTOS FIJOS**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Folletería	20 guías	40
2	Animador	1	6,62
3	Asistente de Animación	1	4,78
4	Transportación	1	70
5	Guía turístico	1	40
	<b>TOTAL</b>	<b>161,4</b>	

## FICHA DE COSTOS

SUB ACTIVIDAD

Excursión

ACTIVIDAD

G

SEGMENTO

Adolescentes

APROX DE ASISTENTES

20

DURACIÓN

5 horas

HORARIO

Mañana

COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

388,5

### COSTOS VARIABLES

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Alimentos	Box Lunch-Almuerzo	120
	<b>TOTAL</b>	<b>120</b>	

### COSTOS FIJOS

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Folletería	20 guías	60
2	Animador	5 horas	16,55
3	Asistente de Animación	5 horas	11,95
4	Transportación		1      100
5	Guía turístico		1      80
	<b>TOTAL</b>	<b>268,5</b>	

## FICHA DE COSTOS

SUB ACTIVIDAD

Clases de Idiomas

ACTIVIDAD

E

SEGMENTO

Adolescentes

APROX DE ASISTENTES

20

DURACIÓN

2 horas

HORARIO

Tarde

COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

147,77

**COSTOS FIJOS**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Electricidad	1	1,15
2	Animador	2 horas	6,62
3	Instructor	1	60
4	Equipos Audio-visuales	1	80
	<b>TOTAL</b>	<b>147,77</b>	

**FICHA DE COSTOS**

SUB ACTIVIDAD

Demostración Cocina Cuencana

ACTIVIDAD

B - F

SEGMENTO

Adolescentes

APROX DE ASISTENTES

20

DURACIÓN

3 horas

HORARIO

Tarde

COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

117,39

**COSTOS VARIABLES**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Materia prima (talleres)	1	100
	<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	

**COSTOS FIJOS**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Electricidad	1	0,29
2	Animador	3 horas	9,93
3	Asistente de Animación	3 horas	7,17
	<b>TOTAL</b>	<b>17,39</b>	

## FICHA DE COSTOS

SUB ACTIVIDAD  
ACTIVIDAD

Karaoke
F - G

SEGMENTO  
APROX DE ASISTENTES  
DURACIÓN  
HORARIO  
COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

Adolescentes
20
3 horas
Noche
99,22

### COSTOS VARIABLES

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Premios	3	9
	<b>TOTAL</b>	<b>9</b>	

### COSTOS FIJOS

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Electricidad	1	1,88
2	Asistente de Animación	3 horas	7,17
3	Equipos Audio-visuales	1	80
	<b>TOTAL</b>	<b>89,05</b>	

### COMPRAS ADICIONALES

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Karaoke	1	1,17
	<b>TOTAL</b>	<b>1,17</b>	

## FICHA DE COSTOS

SUB ACTIVIDAD  
ACTIVIDAD

Discoteca

SEGMENTO  
APROX DE ASISTENTES  
DURACIÓN  
HORARIO  
COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

Adolescentes
20
4 horas
Noches
975,56

**COSTOS VARIABLES**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Alimentos	Bebidas-Sacos	200
2	Premios	9	27
	<b>TOTAL</b>	<b>227</b>	

**COSTOS FIJOS**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Alquileres varios	1	150
2	Electricidad	1	3,76
3	Animador	4 horas	13,24
4	Asistente de Animación	4 horas	9,56
5	DJ	4 horas	112
6	Equipos Audio-visuales	4 horas	150
7	Hora Loca-Batucada	1	260
8	Floristería	5	50
	<b>TOTAL</b>	<b>748,56</b>	

**FICHA DE COSTOS**

SUB ACTIVIDAD

Futbol

ACTIVIDAD

A - H

SEGMENTO

Adultos

APROX DE ASISTENTES

20

DURACIÓN

2 horas

HORARIO

Mañana

COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

10,9

**COSTOS VARIABLES**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Medallas y trofeos	5 medallas	3,5
	<b>TOTAL</b>	<b>3,5</b>	

**COSTOS FIJOS**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Animador	2 horas	6,62
	<b>TOTAL</b>	<b>6,62</b>	

**COMPRAS ADICIONALES**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Pelota y arcos	1	0,78
	<b>TOTAL</b>	<b>0,78</b>	

**FICHA DE COSTOS**

SUB ACTIVIDAD  
ACTIVIDAD

Vóley Ball

B

SEGMENTO  
APROX DE ASISTENTES  
DURACIÓN  
HORARIO  
COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

Adultos

20

2 horas

16,02

**COSTOS VARIABLES**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Medallas y trofeos	1 trofeo 6 medallas	9,4
	<b>TOTAL</b>	<b>9,4</b>	

**COSTOS FIJOS**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Animador	2 horas	6,62
	<b>TOTAL</b>	<b>6,62</b>	

## FICHA DE COSTOS

SUB ACTIVIDAD  
ACTIVIDAD

Ping Pong

C - E

SEGMENTO  
APROX DE ASISTENTES  
DURACIÓN  
HORARIO  
COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

Adultos

20

2 horas

Mañana - Tarde

10,17

### COSTOS VARIABLES

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Medallas y trofeos	3 medallas	2,1
	<b>TOTAL</b>	<b>2,1</b>	

### COSTOS FIJOS

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Animador	2 horas	6,62
	<b>TOTAL</b>	<b>6,62</b>	

### COMPRAS ADICIONALES

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Mesas de Ping Pong	1	1,45
	<b>TOTAL</b>	<b>1,45</b>	

## FICHA DE COSTOS

SUB ACTIVIDAD  
ACTIVIDAD

Basquetbol

D

SEGMENTO  
APROX DE ASISTENTES  
DURACIÓN  
HORARIO  
COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

Adultos

20

2 horas

Mañana

19,71

**COSTOS VARIABLES**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Medallas y trofeos	1 trofeo 10 medallas	12
	<b>TOTAL</b>	12	

**COSTOS FIJOS**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Animador	2 horas	6,62
	<b>TOTAL</b>	6,62	

**COMPRAS ADICIONALES**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Pelota y aros básquet	1	1,09
	<b>TOTAL</b>	1,09	

**FICHA DE COSTOS**

SUB ACTIVIDAD

Aeróbicos

ACTIVIDAD

E

SEGMENTO

Adultos

APROX DE ASISTENTES

20

DURACIÓN

1 hora

HORARIO

Mañana

COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

57,13

**COSTOS FIJOS**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Electricidad	1	0,82
2	Animador	1 hora	3,31
3	Instructor	1	25
4	DJ	1	28
	<b>TOTAL</b>	57,13	

## FICHA DE COSTOS

SUB ACTIVIDAD  
ACTIVIDAD

Billar

B

SEGMENTO  
APROX DE ASISTENTES  
DURACIÓN  
HORARIO  
COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

Adultos

20

2 horas

Tarde- Noche

14,87

### COSTOS VARIABLES

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Medallas y trofeos	1 trofeo 2 medallas	6,4
	<b>TOTAL</b>	<b>6,4</b>	

### COSTOS FIJOS

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Electricidad	1	0,19
2	Asistente de Animación	2 horas	4,78
	<b>TOTAL</b>	<b>4,97</b>	

### COMPRAS ADICIONALES

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Bingo	1	3,5
	<b>TOTAL</b>	<b>3,5</b>	

## FICHA DE COSTOS

SUB ACTIVIDAD  
ACTIVIDAD

Thai Chi

C - F

SEGMENTO  
APROX DE ASISTENTES  
DURACIÓN  
HORARIO  
COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

Adultos

20

1 hora 30 minutos

Mañana - Tarde

38,72

**COSTOS FIJOS**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
5	Electricidad	1	0,14
7	Asistente de Animación	1 hora 30 minutos	3,58
10	Instructor	1	35
	<b>TOTAL</b>	<b>38,72</b>	

**FICHA DE COSTOS**

SUB ACTIVIDAD  
ACTIVIDAD

Gimnasia Deportiva

F

SEGMENTO  
APROX DE ASISTENTES  
DURACIÓN  
HORARIO  
COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

Adultos

20

1 hora

Mañana

3,98

**COSTOS FIJOS**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Electricidad	1	0,67
2	Animador	1	3,31
	<b>TOTAL</b>	<b>3,98</b>	

**FICHA DE COSTOS**

SUB ACTIVIDAD  
ACTIVIDAD

Dinámicas de Integración

A

SEGMENTO  
APROX DE ASISTENTES  
DURACIÓN  
HORARIO  
COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

Adultos

20

2 horas

Mañana

71,59

**COSTOS VARIABLES**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Materia prima (talleres)	1	60
	<b>TOTAL</b>	<b>60</b>	

**COSTOS FIJOS**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Electricidad	1	0,19
2	Animador	2 horas	6,62
3	Asistente de Animación	2 horas	4,78
	<b>TOTAL</b>	<b>11,59</b>	

**FICHA DE COSTOS**

SUB ACTIVIDAD  
ACTIVIDAD

Risoterapia

B - E

SEGMENTO  
APROX DE ASISTENTES  
DURACIÓN  
HORARIO  
COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

Adultos

20

1 Hora

Tarde

128,41

**COSTOS VARIABLES**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Premios	3 premios	15
	<b>TOTAL</b>	<b>15</b>	

**COSTOS FIJOS**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Electricidad	1	0,1
2	Animador	1 hora	3,31
3	Equipos Audio-visuales	1	80
4	Personajes	1	30
	<b>TOTAL</b>	<b>113,41</b>	

## FICHA DE COSTOS

SUB ACTIVIDAD  
ACTIVIDAD

Musicoterapia

D

SEGMENTO  
APROX DE ASISTENTES  
DURACIÓN  
HORARIO  
COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

Adultos

20

1 hora

Tarde

83,89

### COSTOS FIJOS

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Electricidad	1	0,58
2	Animador	1 hora	3,31
3	Equipos Audio-visuales	1	80
	<b>TOTAL</b>	<b>83,89</b>	

## FICHA DE COSTOS

SUB ACTIVIDAD  
ACTIVIDAD

Manualidades

A - G

SEGMENTO  
APROX DE ASISTENTES  
DURACIÓN  
HORARIO  
COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

Adultos

20

2 horas

Tarde

151,59

### COSTOS VARIABLES

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Materia prima (talleres)	1	140
	<b>TOTAL</b>	<b>140</b>	

**COSTOS FIJOS**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Electricidad	1	0,19
2	Animador	2 horas	6,62
3	Asistente de Animación	2 horas	4,78
	<b>TOTAL</b>	<b>11,59</b>	

**FICHA DE COSTOS**

SUB ACTIVIDAD  
ACTIVIDAD

Juegos de Mesa

A - H - I

SEGMENTO  
APROX DE ASISTENTES  
DURACIÓN  
HORARIO  
COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

Adultos

20

2 horas

Tarde - Noche

45,24

**COSTOS VARIABLES**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Alimentos	snacks-bebidas	40
	<b>TOTAL</b>	<b>40</b>	

**COSTOS FIJOS**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Electricidad	1	0,19
2	Asistente de Animación	2 horas	4,78
	<b>TOTAL</b>	<b>4,97</b>	

**COMPRAS ADICIONALES**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Juegos de mesa	1	0,27
	<b>TOTAL</b>	<b>0,27</b>	

## FICHA DE COSTOS

SUB ACTIVIDAD

Bingo

ACTIVIDAD

D

SEGMENTO

Adultos

APROX DE ASISTENTES

20

DURACIÓN

2 horas 30 minutos

HORARIO

Tarde - Noche

COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

335,22

### COSTOS VARIABLES

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Alimentos	Snacks Bebidas	60
2	Premios	8	80
	<b>TOTAL</b>	<b>140</b>	

### COSTOS FIJOS

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Electricidad	1	2,96
2	Asistente de Animación	2 horas 30 minutos	5,98
3	Presentador	1	30
4	DJ	2 horas	56
5	Equipos Audio-visuales	2 horas	100
	<b>TOTAL</b>	<b>194,94</b>	

### COMPRAS ADICIONALES

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Bingo	1	0,28
	<b>TOTAL</b>	<b>0,28</b>	

## FICHA DE COSTOS

SUB ACTIVIDAD

Natación - Acu aerobic

ACTIVIDAD

C

SEGMENTO

Adultos

APROX DE ASISTENTES

20

DURACIÓN

2 horas 30 minutos

HORARIO

Mañana

COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

51,96

### COSTOS VARIABLES

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Medallas y trofeos	3 medallas	2,1
	<b>TOTAL</b>	<b>2,1</b>	

### COSTOS FIJOS

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Agua	1	7,6
2	Animador	2 horas 30 minutos	8,28
3	Asistente de Animación	2 horas 30 minutos	5,98
4	DJ	1 hora	28
	<b>TOTAL</b>	<b>49,86</b>	

## FICHA DE COSTOS

SUB ACTIVIDAD

Yoga

ACTIVIDAD

B

SEGMENTO

Adultos

APROX DE ASISTENTES

20

DURACIÓN

2 horas

HORARIO

Tarde

COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

113,77

**COSTOS FIJOS**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Electricidad	1	1,15
2	Animador	1 hora	6,62
3	Instructor	1	50
4	DJ	2 horas	56
	<b>TOTAL</b>	<b>113,77</b>	

**FICHA DE COSTOS**

SUB ACTIVIDAD  
ACTIVIDAD

Clases de Idiomas

C.

SEGMENTO  
APROX DE ASISTENTES  
DURACIÓN  
HORARIO  
COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

Adultos

20

1 hora

Tarde

118,25

**COSTOS FIJOS**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Electricidad	1	1,63
2	Animador	1	6,62
3	Instructor	1	30
4	Equipos Audio-visuales	1	80
	<b>TOTAL</b>	<b>118,25</b>	

**FICHA DE COSTOS**

SUB ACTIVIDAD  
ACTIVIDAD

Proyección de Películas

G - I

SEGMENTO  
APROX DE ASISTENTES  
DURACIÓN  
HORARIO  
COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

Adultos

20

2 horas

Tarde - Noche

128,07

**COSTOS VARIABLES**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Alimentos	Canguil -gaseosas	40
	<b>TOTAL</b>	<b>40</b>	

**COSTOS FIJOS**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Electricidad	1	1,15
2	Animador	2 horas	6,62
3	Equipos Audio-visuales	1	80
	<b>TOTAL</b>	<b>87,77</b>	

**COMPRAS ADICIONALES**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Películas	1	0,3
	<b>TOTAL</b>	<b>0,3</b>	

**FICHA DE COSTOS**

SUB ACTIVIDAD

ACTIVIDAD

Bailoterapia

H

SEGMENTO

APROX DE ASISTENTES

DURACIÓN

HORARIO

COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

Adultos

20

1 hora

Mañana

57,13

**COSTOS FIJOS**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Electricidad	1	0,82
2	Animador	1 hora	3,31
3	Instructor	1	25
4	DJ	1	28
	<b>TOTAL</b>	<b>57,13</b>	

## FICHA DE COSTOS

SUB ACTIVIDAD  
ACTIVIDAD

Taller de Cocteleria

E - H

SEGMENTO  
APROX DE ASISTENTES  
DURACIÓN  
HORARIO  
COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

Adultos

20

4 horas

Tarde

143,18

### COSTOS VARIABLES

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Materia prima (talleres)	1	120
	<b>TOTAL</b>	<b>120</b>	

### COSTOS FIJOS

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Electricidad	1	0,38
2	Animador	4 horas	13,24
3	Asistente de Animación	4 horas	9,56
	<b>TOTAL</b>	<b>23,18</b>	

## FICHA DE COSTOS

SUB ACTIVIDAD  
ACTIVIDAD

Taller de Repostería Cuencana

F

SEGMENTO  
APROX DE ASISTENTES  
DURACIÓN  
HORARIO  
COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

Adultos

20

4 horas

Tarde

123,18

### COSTOS VARIABLES

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Materia prima (talleres)	1	100
	<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	

**COSTOS FIJOS**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Electricidad	1	0,38
2	Animador	4 horas	13,24
3	Asistente de Animación	4 horas	9,56
	<b>TOTAL</b>	<b>23,18</b>	

**FICHA DE COSTOS**

SUB ACTIVIDAD

City Tour

ACTIVIDAD

G

SEGMENTO

Adultos

APROX DE ASISTENTES

20

DURACIÓN

4 horas

HORARIO

Mañana

COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

273,24

**COSTOS VARIABLES**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Alimentos	Box Lunch	60
	<b>TOTAL</b>	<b>60</b>	

**COSTOS FIJOS**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Folletería	20 guías	60
2	Animador	4 horas	13,24
3	Transportación	1	80
4	Guía turístico	1	60
	<b>TOTAL</b>	<b>213,24</b>	

## FICHA DE COSTOS

SUB ACTIVIDAD  
ACTIVIDAD

City Tour Nocturno

D

SEGMENTO  
APROX DE ASISTENTES  
DURACIÓN  
HORARIO  
COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

Adultos

20

3 horas

Noche

212,1

### COSTOS VARIABLES

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Alimentos	Canillazos	15
	<b>TOTAL</b>	<b>15</b>	

### COSTOS FIJOS

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Folletería	20 guías	60
2	Animador	3 horas	9,93
3	Asistente de Animación	3 horas	7,17
4	Transportación	1	80
5	Guía turístico	1	40
	<b>TOTAL</b>	<b>197,1</b>	

## FICHA DE COSTOS

SUB ACTIVIDAD  
ACTIVIDAD

Excursiones

I

SEGMENTO  
APROX DE ASISTENTES  
DURACIÓN  
HORARIO  
COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

Adultos

20

6 horas

Mañana - Tarde

414,2

### COSTOS VARIABLES

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Alimentos	Box Lunch Almuerzo	120
	<b>TOTAL</b>	<b>120</b>	

### COSTOS FIJOS

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Folletería	20 guías	60
2	Animador	6 horas	19,86
3	Asistente de Animación	6 horas	14,34
4	Transportación	1	120
5	Guía turístico	1	80
	<b>TOTAL</b>	<b>294,2</b>	

### FICHA DE COSTOS

SUB ACTIVIDAD  
ACTIVIDAD

Noches de Juegos

SEGMENTO  
APROX DE ASISTENTES  
DURACIÓN  
HORARIO  
COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

Adultos

20

3 horas

Noche

438,72

### COSTOS VARIABLES

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Alimentos	Snacks - Bebidas	60
2	Premios	8	160
	<b>TOTAL</b>	<b>220</b>	

**COSTOS FIJOS**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Banners	1	30
2	Electricidad	1	1,62
3	Animador	3 horas	9,93
4	Asistente de Animación	3 horas	7,17
5	Presentador	1	50
6	DJ	3 horas	80
7	Floristería	5	40
	<b>TOTAL</b>	<b>218,72</b>	

**FICHA DE COSTOS**

SUB ACTIVIDAD  
ACTIVIDAD

Noches de Teatro

SEGMENTO  
APROX DE ASISTENTES  
DURACIÓN  
HORARIO  
COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

Adultos

20

3 horas

Noche

557,24

**COSTOS VARIABLES**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Alimentos	Cena - Bebidas	140
	<b>TOTAL</b>	<b>140</b>	

**COSTOS FIJOS**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Alquileres varios	1	150
2	Banners	1	30
3	Electricidad	1	2,14
4	Animador	3 horas	9,93
5	Asistente de Animación	3 horas	7,17
6	Presentador	1	50
7	DJ	1	28
8	Equipos Audio-visuales	1	100
9	Floristería	5	40
	<b>TOTAL</b>	<b>417,24</b>	

## FICHA DE COSTOS

SUB ACTIVIDAD  
ACTIVIDAD

Musicales en Vivo

SEGMENTO  
APROX DE ASISTENTES

Adultos

DURACIÓN

20

HORARIO

3 horas

COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

Noche

512,41

### COSTOS VARIABLES

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Alimentos	Bebidas	40
	<b>TOTAL</b>	40	

### COSTOS FIJOS

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Banners	1	30
2	Electricidad	1	2,48
3	Animador	3 horas	9,93
4	Instructor	1	50
5	Equipos Audio-visuales	1	80
6	Músicos	2 grupos	300
	<b>TOTAL</b>	472,41	

## FICHA DE COSTOS

SUB ACTIVIDAD  
ACTIVIDAD

Noche Temática

SEGMENTO  
APROX DE ASISTENTES

Adultos

DURACIÓN

20

HORARIO

4 horas

COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

Noche

1261,11

**COSTOS VARIABLES**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Alimentos	Cena - Bebidas	160
2	Premios	3	60
3	Mantelería	5 manteles	25
	<b>TOTAL</b>	<b>245</b>	

**COSTOS FIJOS**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Alquileres varios	1	150
2	Banners	2	60
3	Electricidad	1	3,31
4	Animador	4 horas	13,24
5	Asistente de Animación	4 horas	9,56
6	Presentador	1	80
7	DJ	4 horas	150
8	Equipos Audio-visuales	4 horas	250
9	Floristería	5	50
10	Personajes	2	150
11	Hostess	1	100
	<b>TOTAL</b>	<b>1016,11</b>	

**FICHA DE COSTOS**

SUB ACTIVIDAD

ACTIVIDAD

Futbol

A

SEGMENTO

APROX DE ASISTENTES

DURACIÓN

HORARIO

COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

Discapitados

20

2 horas

Mañana

24,42

**COSTOS VARIABLES**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Medallas y trofeos	1 trofeo 8 medallas	10,6
	<b>TOTAL</b>	<b>10,6</b>	

**COSTOS FIJOS**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Animador	2 horas	6,62
2	Asistente de Animación	2 horas	4,78
	<b>TOTAL</b>	<b>11,4</b>	

**COMPRAS ADICIONALES**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Pelota y arcos	1	2,42
	<b>TOTAL</b>	<b>2,42</b>	

**FICHA DE COSTOS**

SUB ACTIVIDAD

Teatro

ACTIVIDAD

B

SEGMENTO

Discapacitados

APROX DE ASISTENTES

20

DURACIÓN

2 horas

HORARIO

Tarde

COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

138,72

**COSTOS VARIABLES**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Premios	3	30
	<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	

**COSTOS FIJOS**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Electricidad	1	2,1
2	Animador	2 horas	6,62
3	Equipos Audio-visuales	1	100
	<b>TOTAL</b>	<b>108,72</b>	

## FICHA DE COSTOS

SUB ACTIVIDAD

Musicales

ACTIVIDAD

A

SEGMENTO

Discapacitados

APROX DE ASISTENTES

20

DURACIÓN

2 horas

HORARIO

Tarde - Noche

COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

218

### COSTOS VARIABLES

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Alimentos	Snacks - Bebidas	50
	<b>TOTAL</b>	<b>50</b>	

### COSTOS FIJOS

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Electricidad	1	1,6
2	Animador	2 horas	6,62
3	Asistente de Animación	2 horas	4,78
4	Presentador	1	30
5	Equipos Audio-visuales	1	100
6	Hostess	1	25
	<b>TOTAL</b>	<b>168</b>	

## FICHA DE COSTOS

SUB ACTIVIDAD

Visita a Museos

ACTIVIDAD

C

SEGMENTO

Discapacitados

APROX DE ASISTENTES

20

DURACIÓN

2 horas

HORARIO

Mañana - Tarde

COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

171,4

**COSTOS FIJOS**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Folletería	20 guías	60
2	Animador	2 horas	6,62
3	Asistente de Animación	2 horas	4,78
4	Transportación	1	50
5	Guía turístico	1	50
	<b>TOTAL</b>	<b>171,4</b>	

**FICHA DE COSTOS**

SUB ACTIVIDAD  
ACTIVIDAD

Manualidades

A

SEGMENTO  
APROX DE ASISTENTES  
DURACIÓN  
HORARIO  
COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

Discapacitados

20

2 horas

Tarde

131,59

**COSTOS VARIABLES**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Materia prima (talleres)	1	120
	<b>TOTAL</b>	<b>120</b>	

**COSTOS FIJOS**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Electricidad	1	0,19
2	Animador	2 horas	6,62
3	Asistente de Animación	2 horas	4,78
	<b>TOTAL</b>	<b>11,59</b>	

## FICHA DE COSTOS

SUB ACTIVIDAD

Volley Ball

ACTIVIDAD

B

SEGMENTO

Discapacitados

APROX DE ASISTENTES

20

DURACIÓN

2 horas

HORARIO

Mañana

COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

17,2

### COSTOS VARIABLES

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Medallas y trofeos	6 medallas	4,2
	<b>TOTAL</b>	<b>4,2</b>	

### COSTOS FIJOS

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Animador	2 horas	6,62
2	Asistente de Animación	2 horas	4,78
	<b>TOTAL</b>	<b>11,4</b>	

### COMPRAS ADICIONALES

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Pelota y red	1	1,6
	<b>TOTAL</b>	<b>1,6</b>	

## FICHA DE COSTOS

SUB ACTIVIDAD

Juegos de Mesa

ACTIVIDAD

B

SEGMENTO

Discapacitados

APROX DE ASISTENTES

20

DURACIÓN

2 horas

HORARIO

Tarde - Noche

COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

232,07

**COSTOS VARIABLES**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Alimentos	Snacks - Bebidas	40
2	Premios	5	50
	<b>TOTAL</b>	<b>90</b>	

**COSTOS FIJOS**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Electricidad	1	1,6
2	Animador	2 horas	6,62
3	Asistente de Animación	2 horas	4,78
4	DJ	1	28
5	Equipos Audio-visuales	1	100
	<b>TOTAL</b>	<b>141</b>	

**COMPRAS ADICIONALES**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Juegos de mesa	1	1,07
	<b>TOTAL</b>	<b>1,07</b>	

**FICHA DE COSTOS**

SUB ACTIVIDAD  
ACTIVIDAD

Natación Terapéutica

D

SEGMENTO  
APROX DE ASISTENTES  
DURACIÓN  
HORARIO  
COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

Discapacitados

20

2 horas

Mañana

47

**COSTOS FIJOS**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Agua	1	7,6
2	Animador	2 horas	6,62
3	Asistente de Animación	2 horas	4,78
4	DJ	1	28
	<b>TOTAL</b>	<b>47</b>	

## FICHA DE COSTOS

SUB ACTIVIDAD  
ACTIVIDAD

Taller de Pintura

B

SEGMENTO  
APROX DE ASISTENTES  
DURACIÓN  
HORARIO  
COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

Discapacitados

20

2 horas

Tarde

126,59

### COSTOS VARIABLES

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Materia prima (talleres)	1	100
2	Premios	3	15
	<b>TOTAL</b>	<b>115</b>	

### COSTOS FIJOS

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Electricidad	1	0,19
2	Animador	2 horas	6,62
3	Asistente de Animación	2 horas	4,78
	<b>TOTAL</b>	<b>11,59</b>	

## FICHA DE COSTOS

SUB ACTIVIDAD  
ACTIVIDAD

Preparación de Platos

E

SEGMENTO  
APROX DE ASISTENTES  
DURACIÓN  
HORARIO  
COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

Discapacitados

20

2 horas

Tarde

151,59

**COSTOS VARIABLES**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Materia prima (talleres)	1	140
	<b>TOTAL</b>	<b>140</b>	

**COSTOS FIJOS**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Electricidad	1	0,19
2	Animador	2 horas	6,62
3	Asistente de Animación	2 horas	4,78
	<b>TOTAL</b>	<b>11,59</b>	

**FICHA DE COSTOS**

SUB ACTIVIDAD  
ACTIVIDAD

Taller de Chocolatería

D

SEGMENTO  
APROX DE ASISTENTES  
DURACIÓN  
HORARIO  
COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

Discapacitados

20

3 horas

Tarde

137,39

**COSTOS VARIABLES**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Materia prima (talleres)	1	120
	<b>TOTAL</b>	<b>120</b>	

**COSTOS FIJOS**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Electricidad	1	0,29
2	Animador	3 horas	9,93
3	Asistente de Animación	3 horas	7,17
	<b>TOTAL</b>	<b>17,39</b>	

## FICHA DE COSTOS

SUB ACTIVIDAD

City Tour

ACTIVIDAD

E

SEGMENTO

Discapacitados

APROX DE ASISTENTES

20

DURACIÓN

4 horas

HORARIO

Mañana

COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

242,8

### COSTOS VARIABLES

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Alimentos	Box Lunch	60
	<b>TOTAL</b>	<b>60</b>	

### COSTOS FIJOS

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Folletería	20 guías	40
2	Electricidad		13,24
3	Animador	4 horas	9,56
4	Transportación	1	60
5	Guía turístico	1	60
	<b>TOTAL</b>	<b>182,8</b>	

### COMPRAS ADICIONALES

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Películas		
	<b>TOTAL</b>	<b>0</b>	

## FICHA DE COSTOS

SUB ACTIVIDAD  
ACTIVIDAD

Karaoke
D

SEGMENTO  
APROX DE ASISTENTES  
DURACIÓN  
HORARIO  
COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

Discapacitados
20
3 horas
Noche
152,26

### COSTOS VARIABLES

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Alimentos	Snacks - Bebidas	40
	<b>TOTAL</b>	<b>40</b>	

### COSTOS FIJOS

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Electricidad	1	2,31
2	Asistente de Animación	3 horas	7,17
3	Equipos Audio-visuales	1	100
	<b>TOTAL</b>	<b>109,48</b>	

### COMPRAS ADICIONALES

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Karaoke	1	2,78
	<b>TOTAL</b>	<b>2,78</b>	

## FICHA DE COSTOS

SUB ACTIVIDAD  
ACTIVIDAD

Videojuegos
C

SEGMENTO  
APROX DE ASISTENTES  
DURACIÓN  
HORARIO  
COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

Discapacitados
20
2 horas
Tarde
111,04

**COSTOS FIJOS**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Electricidad	1	0,97
2	Asistente de Animación	2 horas	4,78
3	Equipos Audio-visuales	1	100
	<b>TOTAL</b>	<b>105,75</b>	

**COMPRAS ADICIONALES**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Videojuegos	1	5,29
	<b>TOTAL</b>	<b>5,29</b>	

**FICHA DE COSTOS**

SUB ACTIVIDAD

Ejercicios Gimnásticos

ACTIVIDAD

A - H

SEGMENTO

Tercera Edad

APROX DE ASISTENTES

20

DURACIÓN

1 hora

HORARIO

Mañana

COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

34,28

**COSTOS FIJOS**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Electricidad	1	0,58
2	Animador	1 hora	3,31
3	Asistente de Animación	1 hora	2,39
4	DJ	1	28
	<b>TOTAL</b>	<b>34,28</b>	

## FICHA DE COSTOS

SUB ACTIVIDAD  
ACTIVIDAD

Caminatas
B

SEGMENTO  
APROX DE ASISTENTES  
DURACIÓN  
HORARIO  
COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

Tercera Edad
20
1 hora
Mañana
25,7

### COSTOS VARIABLES

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Alimentos	bebidas	20
	<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	

### COSTOS FIJOS

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Animador	1 hora	3,31
2	Asistente de Animación	1 hora	2,39
	<b>TOTAL</b>	<b>5,7</b>	

## FICHA DE COSTOS

SUB ACTIVIDAD  
ACTIVIDAD

Natación
C - I

SEGMENTO  
APROX DE ASISTENTES  
DURACIÓN  
HORARIO  
COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

Tercera Edad
20
1 hora
Mañana
15,7

### COSTOS VARIABLES

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Diplomas	3	2,4
	<b>TOTAL</b>	<b>2,4</b>	

**COSTOS FIJOS**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Agua	1	7,6
2	Animador	1 hora	3,31
3	Asistente de Animación	1 hora	2,39
	<b>TOTAL</b>	<b>13,3</b>	

**FICHA DE COSTOS**

SUB ACTIVIDAD

Aeróbicos

ACTIVIDAD

D

SEGMENTO

Tercera Edad

APROX DE ASISTENTES

20

DURACIÓN

1 hora

HORARIO

Mañana

COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

55,97

**COSTOS FIJOS**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Electricidad	1	0,58
2	Asistente de Animación	1	2,39
3	Instructor	1	25
4	DJ	1	28
	<b>TOTAL</b>	<b>55,97</b>	

**FICHA DE COSTOS**

SUB ACTIVIDAD

Dinámicas Grupales

ACTIVIDAD

A

SEGMENTO

Tercera Edad

APROX DE ASISTENTES

20

DURACIÓN

2 horas

HORARIO

Mañana

COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

172,55

**COSTOS VARIABLES**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Materia prima (talleres)	1	60
	<b>TOTAL</b>	<b>60</b>	

**COSTOS FIJOS**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Electricidad	1	1,15
2	Animador	2 horas	6,62
3	Asistente de Animación	2 horas	4,78
4	Equipos Audio-visuales	1	100
	<b>TOTAL</b>	<b>112,55</b>	

**FICHA DE COSTOS**

SUB ACTIVIDAD  
ACTIVIDAD

Juegos Teatrales

B - I

SEGMENTO  
APROX DE ASISTENTES  
DURACIÓN  
HORARIO  
COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

Tercera Edad

20

2 horas

Tarde - Noche

142,71

**COSTOS VARIABLES**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Premios	3	30
	<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	

**COSTOS FIJOS**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Electricidad	1	1,31
2	Animador	2 horas	6,62
3	Asistente de Animación	2 horas	4,78
4	Equipos Audio-visuales	1	100
	<b>TOTAL</b>	<b>112,71</b>	

## FICHA DE COSTOS

SUB ACTIVIDAD  
ACTIVIDAD

Canto
E

SEGMENTO  
APROX DE ASISTENTES  
DURACIÓN  
HORARIO  
COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

Tercera Edad
20
2 horas
Tarde - Noche
123,72

### COSTOS VARIABLES

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Premios	3	15
	<b>TOTAL</b>	<b>15</b>	

### COSTOS FIJOS

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Electricidad	1	2,1
2	Animador	2 horas	6,62
3	Equipos Audio-visuales	1	100
	<b>TOTAL</b>	<b>108,72</b>	

## FICHA DE COSTOS

SUB ACTIVIDAD  
ACTIVIDAD

Bailoterapia
E

SEGMENTO  
APROX DE ASISTENTES  
DURACIÓN  
HORARIO  
COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

Tercera Edad
20
1 horas
Mañana
56,21

**COSTOS FIJOS**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Electricidad	1	0,82
2	Asistente de Animación	1 hora	2,39
3	Instructor	1	25
4	DJ	1	28
	<b>TOTAL</b>	<b>56,21</b>	

**FICHA DE COSTOS**

SUB ACTIVIDAD

Taller de Lectura

ACTIVIDAD

A - G

SEGMENTO

Tercera Edad

APROX DE ASISTENTES

20

DURACIÓN

1 hora

HORARIO

Tarde

COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

62,49

**COSTOS FIJOS**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Electricidad	1	0,1
2	Asistente de Animación	1 hora	2,39
	<b>TOTAL</b>	<b>2,49</b>	

**COMPRAS ADICIONALES**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Cuentos	1	60
	<b>TOTAL</b>	<b>60</b>	

## FICHA DE COSTOS

SUB ACTIVIDAD  
ACTIVIDAD

Taller de Memoria

C - H

SEGMENTO  
APROX DE ASISTENTES  
DURACIÓN  
HORARIO  
COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

Tercera Edad

20

1 hora

Mañana - Tarde

42,49

### COSTOS VARIABLES

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Materia prima (talleres)	1	40
	<b>TOTAL</b>	<b>40</b>	

### COSTOS FIJOS

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Electricidad	1	0,1
2	Asistente de Animación	1 hora	2,39
	<b>TOTAL</b>	<b>2,49</b>	

## FICHA DE COSTOS

SUB ACTIVIDAD  
ACTIVIDAD

Crucigramas

A - H

SEGMENTO  
APROX DE ASISTENTES  
DURACIÓN  
HORARIO  
COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

Tercera Edad

20

1 hora

Mañana - Tarde

42,49

### COSTOS VARIABLES

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Materia prima (talleres)	1	40
	<b>TOTAL</b>	<b>40</b>	

**COSTOS FIJOS**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Electricidad	1	0,1
2	Asistente de Animación	1 hora	2,39
	<b>TOTAL</b>	<b>2,49</b>	

**FICHA DE COSTOS**

SUB ACTIVIDAD

Sopa de Letra

ACTIVIDAD

C

SEGMENTO

Tercera Edad

APROX DE ASISTENTES

20

DURACIÓN

1 hora

HORARIO

Mañana - Tarde

COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

42,49

**COSTOS VARIABLES**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Materia prima (talleres)	1	40
	<b>TOTAL</b>	<b>40</b>	

**COSTOS FIJOS**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Electricidad	1	0,1
2	Asistente de Animación	1 hora	2,39
	<b>TOTAL</b>	<b>2,49</b>	

**FICHA DE COSTOS**

SUB ACTIVIDAD

Taller de Dibujo

ACTIVIDAD

B

SEGMENTO

Tercera Edad

APROX DE ASISTENTES

20

DURACIÓN

2 horas

HORARIO

Tarde

COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

126,59

**COSTOS VARIABLES**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Materia prima (talleres)	1	100
2	Premios	3	15
	<b>TOTAL</b>	<b>115</b>	

**COSTOS FIJOS**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Electricidad	1	0,19
2	Animador	2 horas	6,62
3	Asistente de Animación	2 horas	4,78
	<b>TOTAL</b>	<b>11,59</b>	

**FICHA DE COSTOS**

SUB ACTIVIDAD

Taller de Pintura

ACTIVIDAD

C

SEGMENTO

Tercera Edad

APROX DE ASISTENTES

20

DURACIÓN

2 horas

HORARIO

Tarde

COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

146,59

**COSTOS VARIABLES**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Materia prima (talleres)	1	120
2	Premios	3	15
	<b>TOTAL</b>	<b>135</b>	

**COSTOS FIJOS**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Electricidad	1	0,19
2	Animador	2 horas	6,62
3	Asistente de Animación	2 horas	4,78
	<b>TOTAL</b>	<b>11,59</b>	

## FICHA DE COSTOS

SUB ACTIVIDAD  
ACTIVIDAD

Taller Modelado de arcilla
D - G

SEGMENTO  
APROX DE ASISTENTES  
DURACIÓN  
HORARIO  
COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

Tercera Edad
20
3 horas
Tarde
237,39

### COSTOS VARIABLES

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Alimentos	Box Lunch	40
2	Materia prima (talleres)	1	120
	<b>TOTAL</b>	<b>160</b>	

### COSTOS FIJOS

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Electricidad	1	0,29
2	Animador	3 horas	9,93
3	Asistente de Animación	3 horas	7,17
4	Instructor	1	60
	<b>TOTAL</b>	<b>77,39</b>	

## FICHA DE COSTOS

SUB ACTIVIDAD  
ACTIVIDAD

Charlas
A - F

SEGMENTO  
APROX DE ASISTENTES  
DURACIÓN  
HORARIO  
COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

Tercera Edad
20
1 hora
Tarde
103,21

**COSTOS FIJOS**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Electricidad	1	0,82
2	Asistente de Animación	1 hora	2,39
3	Equipos Audio-visuales	1	100
	<b>TOTAL</b>	<b>103,21</b>	

**FICHA DE COSTOS**

SUB ACTIVIDAD

Debates

ACTIVIDAD

B

SEGMENTO

Tercera Edad

APROX DE ASISTENTES

20

DURACIÓN

1 hora

HORARIO

Mañana - Tarde

COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

103,5

**COSTOS FIJOS**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Electricidad	1	0,19
2	Animador	1 hora	3,31
3	Equipos Audio-visuales	1	100
	<b>TOTAL</b>	<b>103,5</b>	

**FICHA DE COSTOS**

SUB ACTIVIDAD

City Tour

ACTIVIDAD

F

SEGMENTO

Tercera Edad

APROX DE ASISTENTES

20

DURACIÓN

3 horas

HORARIO

Mañana

COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

267,1

**COSTOS VARIABLES**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Alimentos	Box Lunch	60
	<b>TOTAL</b>	<b>60</b>	

**COSTOS FIJOS**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Folletería	20 guías	60
2	Animador	3 horas	9,93
3	Asistente de Animación	3 horas	7,17
4	Transportación	1	80
5	Guía turístico	1	50
	<b>TOTAL</b>	<b>207,1</b>	

**FICHA DE COSTOS**

SUB ACTIVIDAD  
ACTIVIDAD

City Tour Nocturno

D

SEGMENTO  
APROX DE ASISTENTES  
DURACIÓN  
HORARIO  
COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

Tercera Edad

20

2 horas

Noche

171,4

**COSTOS VARIABLES**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Alimentos	Snacks - Bebidas	40
	<b>TOTAL</b>	<b>40</b>	

**COSTOS FIJOS**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Animador	2 horas	6,62
2	Asistente de Animación	2 horas	4,78
3	Transportación	1	80
4	Guía turístico	1	40
	<b>TOTAL</b>	<b>131,4</b>	

## FICHA DE COSTOS

SUB ACTIVIDAD  
ACTIVIDAD

Agroturismo
G

SEGMENTO  
APROX DE ASISTENTES  
DURACIÓN  
HORARIO  
COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

Tercera Edad
20
3 horas
Mañana
317,1

### COSTOS VARIABLES

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Alimentos	Box Lunch	60
	<b>TOTAL</b>	<b>60</b>	

### COSTOS FIJOS

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Animador	3 horas	9,93
2	Asistente de Animación	3 horas	7,17
3	Transportación	1	100
4	Guía turístico	1	80
5	Instructor	1	60
	<b>TOTAL</b>	<b>257,1</b>	

## FICHA DE COSTOS

SUB ACTIVIDAD  
ACTIVIDAD

Juegos de Azar
E - I

SEGMENTO  
APROX DE ASISTENTES  
DURACIÓN  
HORARIO  
COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

Tercera Edad
20
2 horas
Noche
177,82

**COSTOS VARIABLES**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Alimentos	Snacks - Bebidas	40
2	Premios	5	25
	<b>TOTAL</b>	<b>65</b>	

**COSTOS FIJOS**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Electricidad	1	1,03
2	Animador	2 horas	6,62
3	Asistente de Animación	2 horas	4,78
4	Equipos Audio-visuales	1	100
	<b>TOTAL</b>	<b>112,43</b>	

**COMPRAS ADICIONALES**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Juegos de mesa	1	0,39
	<b>TOTAL</b>	<b>0,39</b>	

**FICHA DE COSTOS**

SUB ACTIVIDAD  
ACTIVIDAD

Proyección de Películas

F

SEGMENTO  
APROX DE ASISTENTES

Tercera Edad

20

DURACIÓN

2 horas

HORARIO

Tarde - Noche

COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

126,11

**COSTOS VARIABLES**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Alimentos	Canguil - Gaseosa	20
	<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	

**COSTOS FIJOS**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Electricidad	1	1,03
2	Asistente de Animación	2 horas	4,78
3	Equipos Audio-visuales	1	100
	<b>TOTAL</b>	<b>105,81</b>	

**COMPRAS ADICIONALES**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Películas	1	0,3
	<b>TOTAL</b>	<b>0,3</b>	

**FICHA DE COSTOS**

SUB ACTIVIDAD  
ACTIVIDAD

Demostración de Comida  
Ecuatoriana

I

SEGMENTO  
APROX DE ASISTENTES  
DURACIÓN  
HORARIO  
COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

Tercera Edad

20

3 horas

Tarde - Noche

137,39

**COSTOS VARIABLES**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Materia prima (talleres)	1	120
	<b>TOTAL</b>	<b>120</b>	

**COSTOS FIJOS**

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Electricidad	1	0,29
2	Animador	3 horas	9,93
3	Asistente de Animación	3 horas	7,17
	<b>TOTAL</b>	<b>17,39</b>	

## FICHA DE COSTOS

SUB ACTIVIDAD  
ACTIVIDAD

Karaoke
E

SEGMENTO  
APROX DE ASISTENTES  
DURACIÓN  
HORARIO  
COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

Tercera Edad
20
3 horas
Noche
28,61

### COSTOS VARIABLES

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Premios	3	15
	<b>TOTAL</b>	<b>15</b>	

### COSTOS FIJOS

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Electricidad	1	1,45
2	Animador	3 horas	9,93
	<b>TOTAL</b>	<b>11,38</b>	

### COMPRAS ADICIONALES

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Karaoke	1	2,23
	<b>TOTAL</b>	<b>2,23</b>	

## FICHA DE COSTOS

SUB ACTIVIDAD  
ACTIVIDAD

Demostración postres de Antaño
H

SEGMENTO  
APROX DE ASISTENTES  
DURACIÓN  
HORARIO  
COSTO TOTAL DE LA SUB ACTIVIDAD

Tercera Edad
20
3 horas
Tarde
137,39

### COSTOS VARIABLES

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Materia prima (talleres)	1	120
	<b>TOTAL</b>	<b>120</b>	

### COSTOS FIJOS

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO
1	Electricidad	1	0,29
2	Animador	3 horas	9,93
3	Asistente de Animación	3 horas	7,17
	<b>TOTAL</b>	<b>17,39</b>	

#### 5.1.5 Costos por Programa

Los costos por programa se obtuvieron sumando el costo total de cada actividad que nos indican las fichas anteriores.

Por ejemplo, para la actividad A del segmento Niños tenemos:

A	HORAS	CANT	COSTO
Dardos	1	80	5,85
Basquetbol	2	80	24,45
Conteo de Diez	0,5	80	12,6
Tocar primero	0,5	80	19,82
Juegos de tres pies	0,5	80	20,2
El huevo y la cuchara	0,5	80	13,2
Creación de títeres	3	80	93,39
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>		<b>190</b>
<b>PRECIO POR PERSONA</b>			<b>9,5</b>

Como podemos observar en este cuadro se encuentran los costos de las actividades que nos da un total de \$190 todo el programa, si a este valor lo dividimos para 20 asistentes tenemos un costo por persona de \$9.5

**Costo Anual por programa:** Este se obtiene a partir del costo unitario por programa multiplicado por la cantidad de veces que se repetirán a lo largo del año.

$$\text{Costo Anual por programa: } \$190 \times 80 = \$15.161$$

Dependiendo del tipo de mercado al que se va a dirigir, se optó por aumentar o disminuir el margen de ganancia de acuerdo al gusto, aceptación o percepción que los clientes tengan por una u otra actividad, entonces en este ejemplo tenemos:

**Precio de venta al público:** \$300

**Precio de venta por persona:** \$300 / 20 asistentes = \$15

De donde podemos obtener ya las ganancias generadas por año para éste programa

A	HORAS	CANT	COSTO	COSTO ANUAL	P.V.P DEL PROGRAMA	INGRESO ANUAL DEL PROGRAMA	GANANCIA ANUAL DEL PROGRAMA
Dardos	1	80	5,85				
Basquetbol	2	80	24,45				
Conteo de Diez	0,5	80	12,6				
Tocar primero	0,5	80	19,82				
Juegos de tres pies	0,5	80	20,2				
El huevo y la cuchara	0,5	80	13,2				
Creación de títeres	3	80	93,39				
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>		<b>190</b>	<b>15161</b>	<b>300</b>	<b>24000</b>	<b>8839</b>
<b>PRECIO POR PERSONA</b>			<b>9,5</b>		<b>15</b>		

Por tanto los ingresos del programa se obtuvieron de la siguiente manera:

Ingresos:  $\$300 \times 80 = \$24.000$

Entonces:

**Ganancia por año para el programa:** Ingresos – costo anual

- **Ganancia por año para el programa:**  $\$24.000 - \$15.161 = \$8.839$

De igual manera se procedió a obtener los costos, ingresos y ganancia anual por programa, como se presenta en los siguientes cuadros:

#### Segmento Niños:

B	HORAS	CANT	COSTO	COSTO ANUAL	P.V.P DEL PROGRAMA	INGRESO ANUAL DEL PROGRAMA	GANANCIA ANUAL DEL PROGRAMA
Ping-Pong	2	95	15,31				
Gimnasia Acuática	1	95	13,3				
Taller de Pintura	2	95	183,69				
Cartomancia	1	95	38,41				
Historia de Intriga	1	95	8,41				
<b>TOTAL</b>	<b>7</b>		<b>259,12</b>	<b>24616</b>	<b>360</b>	<b>34200</b>	<b>9584</b>
<b>PRECIO POR PERSONA</b>			<b>13,0</b>		<b>18</b>		

C	HORAS	CANT	COSTO	COSTO ANUAL	P.V.P DEL PROGRAMA	INGRESO ANUAL DEL PROGRAMA	GANANCIA ANUAL DEL PROGRAMA
Futbol	2	110	24,57				
Lanzando la pelota	0,5	110	19,82				
Tocar primero	0,5	110	19,82				
Creación de tarjetas	2	110	127,59				
Taller de reciclaje	0,75	110	146				
Leyendas populares	1	110	9,37				
<b>TOTAL</b>	<b>6,75</b>		<b>347,17</b>	<b>38189</b>	<b>460</b>	<b>50600</b>	<b>12411</b>
<b>PRECIO POR PERSONA</b>			<b>17,4</b>		<b>23</b>		

D	HORAS	CANT	COSTO	COSTO ANUAL	P.V.P DEL PROGRAMA	INGRESO ANUAL DEL PROGRAMA	GANANCIA ANUAL DEL PROGRAMA
Conteo de diez	0,5	130	12,6				
Recogiendo objetos	0,5	130	17,3				
Bailoterapia	1	130	57,13				
Taller de chocolatería	3	130	137,39				
Cuentos infantiles	1	130	53,41				
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>		<b>277,83</b>	<b>36118</b>	<b>400</b>	<b>52000</b>	<b>15882</b>
<b>PRECIO POR PERSONA</b>			<b>13,9</b>		<b>20</b>		

E	HORAS	CANT	COSTO	COSTO ANUAL	P.V.P DEL PROGRAMA	INGRESO ANUAL DEL PROGRAMA	GANANCIA ANUAL DEL PROGRAMA
Ping-- pong	2	112	15,31				
Bailoterapia	1	112	57,13				
Manualidades	2	112	155,69				
Musicoterapia	1	112	83,89				
Videojuegos	2	112	90,27				
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>		<b>402,29</b>	<b>45056</b>	<b>460</b>	<b>51520</b>	<b>6464</b>
<b>PRECIO POR PERSONA</b>			<b>20,1</b>		<b>23</b>		

F	HORAS	CANT	COSTO	COSTO ANUAL	P.V.P DEL PROGRAMA	INGRESO ANUAL DEL PROGRAMA	GANANCIA ANUAL DEL PROGRAMA
futbol	2	85	24,57				
lanzando la pelota	0,5	85	19,82				
recogiendo obj	0,5	85	17,3				
taller de pintura	2	85	183,69				
globoflexia	1	85	15,8				
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>		<b>261,18</b>	<b>22200</b>	<b>360</b>	<b>30600</b>	<b>8400</b>
<b>PRECIO POR PERSONA</b>			<b>13,1</b>		<b>18</b>		

G	HORAS	CANT	COSTO	COSTO ANUAL	P.V.P DEL PROGRAMA	INGRESO ANUAL DEL PROGRAMA	GANANCIA ANUAL DEL PROGRAMA
basquetbol	2	70	24,25				
gimnasia Acuática	1	70	13,3				
Cartomancia	1	70	38,41				
función de títeres	0,75	70	64,09				
videojuegos	2	70	90,27				
<b>TOTAL</b>	<b>6,75</b>		<b>230,32</b>	<b>16122</b>	<b>360</b>	<b>25200</b>	<b>9078</b>
<b>PRECIO POR PERSONA</b>			<b>11,5</b>		<b>18</b>		

H	HORAS	CANT	COSTO	COSTO ANUAL	P.V.P DEL PROGRAMA	INGRESO ANUAL DEL PROGRAMA	GANANCIA ANUAL DEL PROGRAMA
Gimnasia Acuática	1	115	13,3				
Juegos de tres pies	0,5	115	20,2				
El huevo y la cuchara	0,5	115	13,2				
Manualidades	2	115	155,69				
Proyección de películas	2	115	108,65				
Risoterapia	1	115	52,41				
<b>TOTAL</b>	<b>7</b>		<b>363,45</b>	<b>41797</b>	<b>460</b>	<b>52900</b>	<b>11103</b>
<b>PRECIO POR PERSONA</b>			<b>18,2</b>		<b>23</b>		

### Segmento: Adolescentes

A	HORAS	CANT	COSTO	COSTO ANUAL	P.V.P DEL PROGRAMA	INGRESO ANUAL DE PROGRAMA	GANANCIAANUAL DEL PROGRAMA
Tennis	2	80	10,58				
Dinámicas	2	80	151,59				
Risoterapia	1	80	122,41				
Artes Marciales	2	80	68,91				
<b>TOTAL</b>	<b>7</b>		<b>353</b>	<b>28279</b>	<b>400</b>	<b>32000</b>	<b>3721</b>
<b>PRECIO POR PERSONA</b>			<b>17,7</b>		<b>20</b>		

B	HORAS	CANT	COSTO	COSTO ANUAL	P.V.P DEL PROGRAMA	INGRESO ANUAL DEL PROGRAMA	GANANCIA ANUAL DEL PROGRAMA
Baseball	2	105	12,05				
Natación	2	105	13,5				
Demostración de cocina	3	105	117,39				
<b>TOTAL</b>	<b>7</b>		<b>143</b>	<b>15009</b>	<b>240</b>	<b>25200</b>	<b>10191</b>
<b>PRECIO POR PERSONA</b>			<b>7,1</b>		<b>12</b>		

C	HORAS	CANT	COSTO	COSTO ANUAL	P.V.P DEL PROGRAMA	INGRESO ANUAL DEL PROGRAMA	GANANCIA ANUAL DEL PROGRAMA
Taller de Grafiti	4	90	273,18				
Musicoterapia	1	90	83,39				
City Tour	3	90	269,93				
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>		<b>627</b>	<b>56385</b>	<b>700</b>	<b>63000</b>	<b>6615</b>
<b>PRECIO POR PERSONA</b>			<b>31,3</b>		<b>35</b>		

D	HORAS	CANT	COSTO	COSTO ANUAL	P.V.P DEL PROGRAMA	INGRESO ANUAL DEL PROGRAMA	GANANCIA ANUAL DEL PROGRAMA
Taller de Baile	3	115	170,66				
Debates	1	115	83,89				
Lucha de Zumos	2	115	32,82				
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>		<b>287</b>	<b>33048</b>	<b>360</b>	<b>41400</b>	<b>8352</b>
<b>PRECIO POR PERSONA</b>			<b>14,4</b>		<b>18</b>		

E	HORAS	CANT	COSTO	COSTO ANUAL	P.V.P DEL PROGRAMA	INGRESO ANUAL DEL PROGRAMA	GANANCIA ANUAL DEL PROGRAMA
Paseo en Bicicleta	3	110	197,1				
City Tour Nocturno	2	110	161,4				
Clases de Idiomas	2	110	147,77				
<b>TOTAL</b>	<b>7</b>		<b>506</b>	<b>55690</b>	<b>560</b>	<b>61600</b>	<b>5910</b>
<b>PRECIO POR PERSONA</b>			<b>25,3</b>		<b>28</b>		

F	HORAS	CANT	COSTO	COSTO ANUAL DEL PROGRAMA	P.V.P DEL PROGRAMA	INGRESO ANUAL DEL PROGRAMA	GANANCIA ANUAL DEL PROGRAMA
Deportes Extremos	3	95	309,93				
Demostración cocina	2,5	95	117,39				
Karaoke	2,5	95	99,22				
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>		<b>527</b>	<b>50021</b>	<b>600</b>	<b>57000</b>	<b>6979</b>
<b>PRECIO POR PERSONA</b>			<b>26,3</b>		<b>30</b>		

G	HORAS	CANT	COSTO	COSTO ANUAL	P.V.P DEL PROGRAMA	INGRESO ANUAL DEL PROGRAMA	GANANCIA ANUAL DEL PROGRAMA
Excursión	5	118	388,5				
Karaoke	3	118	99,22				
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>		<b>488</b>	<b>57551</b>	<b>600</b>	<b>70800</b>	<b>13249</b>
<b>PRECIO POR PERSONA</b>			<b>24,4</b>		<b>30</b>		

### Segmento: Adultos

A	HORAS	CANT	COSTO	COSTO ANUAL	P.V.P DEL PROGRAMA	INGRESO ANUAL DEL PROGRAMA	GANANCIA ANUAL DEL PROGRAMA
Futbol	2	90	10,9				
Dinámicas	2	90	71,59				
Manualidades	2	90	151,59				
Juegos de Mesa	2	90	45,24				
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>		<b>279</b>	<b>25139</b>	<b>360</b>	<b>32400</b>	<b>7261</b>
<b>PRECIO POR PERSONA</b>			<b>14,0</b>		<b>18</b>		

B	HORAS	CANT	COSTO	COSTO ANUAL	P.V.P DEL PROGRAMA	INGRESO ANUAL DEL PROGRAMA	GANANCIA ANUAL DEL PROGRAMA
Voley-Ball	2	100	17,22				
Billar	2	100	14,87				
Risoterapia	1	100	128,41				
Yoga	2	100	113,77				
<b>TOTAL</b>	<b>7</b>		<b>274</b>	<b>27427</b>	<b>360</b>	<b>36000</b>	<b>8573</b>
<b>PRECIO POR PERSONA</b>			<b>13,7</b>		<b>18</b>		

C	HORAS	CANT	COSTO	COSTO ANUAL	P.V.P DEL PROGRAMA	INGRESO ANUAL DEL PROGRAMA	GANANCIA ANUAL DEL PROGRAMA
Ping-Pong	2	105	10,17				
Thai Chi	1,5	105	38,72				
Natación	2,5	105	51,96				
Clases de Idiomas	1	105	118,25				
<b>TOTAL</b>	<b>7</b>		<b>219</b>	<b>23006</b>	<b>300</b>	<b>31500</b>	<b>8495</b>
<b>PRECIO POR PERSONA</b>			<b>11,0</b>		<b>15</b>		

D	HORAS	CANT	COSTO	COSTO ANUAL	P.V.P DEL PROGRAMA	INGRESO ANUAL DEL PROGRAMA	GANANCIA ANUAL DEL PROGRAMA
Basquetbol	2	115	19,71				
Musicoterapia	1	115	83,89				
Bingo	2,5	115	335,22				
City Tour Nocturno	3	115	212,1				
<b>TOTAL</b>	<b>8,5</b>		<b>651</b>	<b>74856</b>	<b>760</b>	<b>87400</b>	<b>12544</b>
<b>PRECIO POR PERSONA</b>			<b>32,5</b>		<b>38</b>		

E	HORAS	CANT	COSTO	COSTO ANUAL	P.V.P DEL PROGRAMA	INGRESO ANUAL DEL PROGRAMA	GANANCIA ANUAL DEL PROGRAMA
Ping-Pong	2	112	10,17				
Aeróbicos	1	112	57,13				
Risoterapia	1	112	128,41				
Taller de cocteleria	4	112	143,18				
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>		<b>339</b>	<b>37956</b>	<b>440</b>	<b>49280</b>	<b>11324</b>
<b>PRECIO POR PERSONA</b>			<b>16,9</b>		<b>22</b>		

F	HORAS	CANT	COSTO	COSTO ANUAL	P.V.P DEL PROGRAMA	INGRESO ANUAL DEL PROGRAMA	GANANCIA ANUAL DEL PROGRAMA
Thai Chi	1	100	38,72				
Gimnasia Deportiva	2	100	3,98				
Taller de repostería	4	100	123,18				
<b>TOTAL</b>	<b>7</b>		<b>166</b>	<b>16588</b>	<b>300</b>	<b>30000</b>	<b>13412</b>
<b>PRECIO POR PERSONA</b>			<b>8,3</b>		<b>15</b>		

G	HORAS	CANT	COSTO	COSTO ANUAL	P.V.P DEL PROGRAMA	INGRESO ANUAL DEL PROGRAMA	GANANCIA ANUAL DEL PROGRAMA
City Tour	4	118	273,24				
Manualidades	2	118	151,59				
Proyección de Películas	2	118	128,07				
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>		<b>553</b>	<b>65242</b>	<b>640</b>	<b>75520</b>	<b>10278</b>
<b>PRECIO POR PERSONA</b>			<b>27,6</b>		<b>32</b>		

H	HORAS	CANT	COSTO	COSTO ANUAL	P.V.P DEL PROGRAMA	INGRESO ANUAL DEL PROGRAMA	GANANCIA ANUAL DEL PROGRAMA
Futbol	2	95	10,9				
Juegos de Mesa	2	95	45,24				
Taller de Hotelería	4	95	143,18				
Bailoterapia	1	95	57,13				
<b>TOTAL</b>	<b>9</b>		<b>256</b>	<b>24363</b>	<b>440</b>	<b>41800</b>	<b>17437</b>
<b>PRECIO POR PERSONA</b>			<b>12,8</b>		<b>22</b>		

I	HORAS	CANT	COSTO	COSTO ANUAL	P.V.P DEL PROGRAMA	INGRESO ANUAL DEL PROGRAMA	GANANCIA ANUAL DEL PROGRAMA
Excursiones	6	112	414,2				
Proyección de Películas	2	112	128,07				
Juegos de mesa	2	112	45,24				
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>		<b>588</b>	<b>65801</b>	<b>700</b>	<b>78400</b>	<b>12599</b>
<b>PRECIO POR PERSONA</b>			<b>29,4</b>		<b>35</b>		

### Segmento: Discapacitados

A	HORAS	CANT	COSTO	COSTO ANUAL	P.V.P DEL PROGRAMA	INGRESO ANUAL DEL PROGRAMA	GANANCIA ANUAL DEL PROGRAMA
Futbol	2	60	24,42				
Musicales	2	60	218				
Manualidades	2	60	131,59				
Juegos de Mesa	2	60	232,07				
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>		<b>606</b>	<b>36365</b>	<b>760</b>	<b>45600</b>	<b>9235</b>
<b>PRECIO POR PERSONA</b>			<b>30,3</b>		<b>38</b>		

B	HORAS	CANT	COSTO	COSTO ANUAL	P.V.P DEL PROGRAMA	INGRESO ANUAL DEL PROGRAMA	GANANCIA ANUAL DEL PROGRAMA
Teatro	2	75	138,72				
Vóley Ball	2	75	17,2				
Juegos de mesa	2	75	232,07				
Taller de Pintura	2	75	126,59				
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>		<b>515</b>	<b>38594</b>	<b>560</b>	<b>42000</b>	<b>3407</b>
<b>PRECIO POR PERSONA</b>			<b>25,7</b>		<b>28</b>		

C	HORAS	CANT	COSTO	COSTO ANUAL	P.V.P DEL PROGRAMA	INGRESO ANUAL DEL PROGRAMA	GANANCIA ANUAL DEL PROGRAMA
Visita a museos	2	85	171,4				
Volley- Ball	2	85	17,2				
Videojuegos	2	85	11,04				
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>		<b>200</b>	<b>16969</b>	<b>300</b>	<b>25500</b>	<b>8531</b>
<b>PRECIO POR PERSONA</b>			<b>10,0</b>		<b>15</b>		

D	HORAS	CANT	COSTO	COSTO ANUAL	P.V.P DEL PROGRAMA	INGRESO ANUAL DEL PROGRAMA	GANANCIA ANUAL DEL PROGRAMA
NataciónTerapéutica	2	90	47				
Taller de chocolatería	3	90	137,39				
Karaoke	2	90	152,26				
<b>TOTAL</b>	<b>7</b>		<b>337</b>	<b>30299</b>	<b>440</b>	<b>39600</b>	<b>9302</b>
<b>PRECIO POR PERSONA</b>			<b>16,8</b>		<b>22</b>		

E	HORAS	CANT	COSTO	COSTO ANUAL	P.V.P DEL PROGRAMA	INGRESO ANUAL DEL PROGRAMA	GANANCIA ANUAL DEL PROGRAMA
Natación terapéutica	3	80	47				
City Tour	2	80	242,8				
Preparación de Platos	2	80	151,59				
<b>TOTAL</b>	<b>7</b>		<b>441</b>	<b>35311</b>	<b>560</b>	<b>44800</b>	<b>9489</b>
<b>PRECIO POR PERSONA</b>			<b>22,1</b>		<b>28</b>		

### Segmento: Tercera Edad

A	HORAS	CANT	COSTO	COSTO ANUAL	P.V.P DEL PROGRAMA	INGRESO ANUAL DEL PROGRAMA	GANANCIA ANUAL DEL PROGRAMA
Ejercicios gimnásticos	1	70	34,28				
Dinámicas grupales	2	70	172,55				
Taller de lectura	1	70	62,49				
Crucigramas	1	70	42,49				
Charlas	1	70	103,21				
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>		<b>415</b>	<b>29051</b>	<b>500</b>	<b>35000</b>	<b>5949</b>
<b>PRECIO POR PERSONA</b>			<b>20,8</b>		<b>25</b>		

B	HORAS	CANT	COSTO	COSTO ANUAL	P.V.P DEL PROGRAMA	INGRESO ANUAL DEL PROGRAMA	GANANCIA ANUAL DEL PROGRAMA
Caminatas	1	85	25,7				
Juegos Teatrales	2	85	142,71				
Taller de dibujo	2	85	126,59				
Debates	1	85	103,5				
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>		<b>399</b>	<b>33873</b>	<b>500</b>	<b>42500</b>	<b>8628</b>
<b>PRECIO POR PERSONA</b>			<b>19,9</b>		<b>25</b>		

C	HORAS	CANT	COSTO	COSTO ANUAL	P.V.P DEL PROGRAMA	INGRESO ANUAL DEL PROGRAMA	GANANCIA ANUAL DEL PROGRAMA
Natación	1	110	15,7				
Taller de memoria	1	110	42,49				
Sopa de letras	1	110	42,49				
Taller de pintura	2	110	146,59				
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>		<b>247</b>	<b>27200</b>	<b>360</b>	<b>39600</b>	<b>12400</b>
<b>PRECIO POR PERSONA</b>			<b>12,4</b>		<b>18</b>		

D	HORAS	CANT	COSTO	COSTO ANUAL	P.V.P DEL PROGRAMA	INGRESO ANUAL DEL PROGRAMA	GANANCIA ANUAL DEL PROGRAMA
Aeróbicos	1	115	55,97				
Taller de arcilla	3	115	237,39				
City Tour Nocturno	2	115	171,4				
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>		<b>465</b>	<b>53447</b>	<b>560</b>	<b>64400</b>	<b>10953</b>
<b>PRECIO POR PERSONA</b>			<b>23,2</b>		<b>28</b>		

E	HORAS	CANT	COSTO	COSTO ANUAL	P.V.P DEL PROGRAMA	INGRESO ANUAL DEL PROGRAMA	GANANCIA ANUAL DEL PROGRAMA
Canto	2	112	123,72				
Bailoterapia	1	112	56,21				
Juegos de azar	2	112	177,82				
Karaoke	1	112	28,61				
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>		<b>386</b>	<b>43272</b>	<b>500</b>	<b>56000</b>	<b>12728</b>
<b>PRECIO POR PERSONA</b>			<b>19,3</b>		<b>25</b>		

F	HORAS	CANT	COSTO	COSTO ANUAL	P.V.P DEL PROGRAMA	INGRESO ANUAL DEL PROGRAMA	GANANCIA ANUAL DEL PROGRAMA
City Tour	3	90	267,1				
Charlas	1	90	103,21				
Proyección de películas	2	90	126,11				
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>		<b>496</b>	<b>44678</b>	<b>560</b>	<b>50400</b>	<b>5722</b>
<b>PRECIO POR PERSONA</b>			<b>24,8</b>		<b>28</b>		

G	HORAS	CANT	COSTO	COSTO ANUAL	P.V.P DEL PROGRAMA	INGRESO ANUAL DEL PROGRAMA	GANANCIA ANUAL DEL PROGRAMA
Agroturismo	3	70	317,1				
Taller de modelado en arcilla	3	70	237,39				
Taller de lectura	1	70	62,49				
<b>TOTAL</b>	<b>7</b>		<b>617</b>	<b>43189</b>	<b>700</b>	<b>49000</b>	<b>5811</b>
<b>PRECIO POR PERSONA</b>			<b>30,8</b>		<b>35</b>		

H	HORAS	CANT	COSTO	COSTO ANUAL	P.V.P DEL PROGRAMA	INGRESO ANUAL DEL PROGRAMA	GANANCIA ANUAL DEL PROGRAMA
Ejercicios gimnásticos	1	100	34,28				
Taller de memoria	1	100	42,49				
Crucigramas	1	100	42,49				
Demostración de postres	3	100	137,39				
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>		<b>257</b>	<b>25665</b>	<b>360</b>	<b>36000</b>	<b>10335</b>
<b>PRECIO POR PERSONA</b>			<b>12,8</b>		<b>18</b>		

I	HORAS	CANT	COSTO	COSTO ANUAL	P.V.P DEL PROGRAMA	INGRESO ANUAL DEL PROGRAMA	GANANCIA ANUAL DEL PROGRAMA
Natación	1	95	15,7				
Juegos Teatrales	2	95	142,71				
Demostración de comida	3	95	137,39				
Juegos de Azar	2	95	177,82				
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>		<b>474</b>	<b>44994</b>	<b>560</b>	<b>53200</b>	<b>8206</b>
<b>PRECIO POR PERSONA</b>			<b>23,7</b>		<b>28</b>		

El cuadro que a continuación se presenta es de gran importancia porque nos indica las ganancias que se podría obtener al incorporar en el Hotel Oro Verde Cuenca el Departamento de Animación Turística, se debe tener en cuenta que estos ingresos están calculados de acuerdo a proyecciones esperadas para las diferentes temporadas, es decir, se espera tener una venta paralela a la cantidad de hospedajes y además se consideró que en cada actividad se tendría una asistencia de 20 personas y como sabemos no siempre se alcanzarán estos valores.

## RESUMEN: COSTOS – INGRESOS- GANANCIAS

PROGRAMA	COSTO ANUAL	INGRESOS ANUALES	GANANCIAS ANUALES
<b>Segmento: Niños</b>			
A	15161	24000	8839
B	24616	34200	9584
C	38189	50600	12411
D	36118	52000	15882
E	45056	51520	6464
F	22200	30600	8400
G	16122	25200	9078
H	41797	52900	11103
<b>Segmento: Adolescentes</b>			
A	28279	32000	3721
B	15009	25200	10191
C	56385	63000	6615
D	33048	41400	8352
E	55690	61600	5910
F	50021	57000	6979
G	57551	70800	13249
<b>Segmento: Adultos</b>			
A	25139	32400	7261
B	27427	36000	8573
C	23006	31500	8495
D	74856	87400	12544
E	37956	49280	11324
F	16588	30000	13412
G	65242	75520	10278
H	24363	41800	17437
I	65801	78400	12599
<b>Segmento: Discapacitados</b>			
A	36365	45600	9235
B	38594	42000	3407
C	16969	25500	8531
D	30299	39600	9302
E	35311	44800	9489
<b>Segmento: Tercera Edad</b>			
A	29051	35000	5949
B	33873	42500	8628
C	27200	39600	12400
D	53447	64400	10953
E	43272	56000	12728
F	44678	50400	5722
G	43189	49000	5811
H	25665	36000	10335
I	44994	53200	8206
<b>TOTAL</b>	<b>1398527</b>	<b>1757920</b>	<b>359397</b>

## CONCLUSIONES

Las siguientes conclusiones que se mencionan a continuación se han establecido después de haber realizado el trabajo de graduación y en base a los objetivos específicos que se plantearon al iniciar con el desarrollo de la tesis:

El objetivo principal de la tesis fue el de crear un diseño de departamento de Animación Turística para el Hotel Oro Verde de Cuenca, para lo cual se realizó un estudio de mercado dirigido a los huéspedes del Hotel para determinar cuáles eran las actividades, horario, duración y a que segmento estarán dirigidas las diferentes actividades que se propondrán después de obtener estos resultados.

Se determinó el segmento de mercado con más afluencia en el hotel conociendo de esta forma también el motivo de hospedarse en el Oro Verde, ya sea negocios o vacaciones y cuál es la duración de su permanencia en el mismo, con todos estos resultados establecer actividades que den éxito y satisfagan todas las necesidades de entretenimiento y ocio para adultos, jóvenes, niños, tercera edad y personas con capacidades especiales.

Se identificó que el mayor segmento está constituido por personas adultas que viajan en mayor porcentaje por negocios los cuales provienen de las ciudades grandes: Quito y Guayaquil, sin dejar al lado familias que viajan con niños y jóvenes en vacaciones y en feriados largos, principalmente provienen de la Costa, y personas de la tercera edad, siendo en mayor porcentaje extranjeros.

Dentro de la programación de animación se proponen recorridos fuera del hotel, en el casco urbano de la ciudad o en pueblos cercanos, debido a que las encuestas nos demostraron que los huéspedes tienen cierto interés en integrarse a actividades socioculturales, que les permita conocer los atractivos, centro histórico, cultura, tradiciones, gastronomía y leyendas que hace única a nuestra ciudad.

Actividades que se proponen realizarse fuera del hotel, integran aquellos atractivos más demandados, como Gualaceo, Sigsig, Chordeley, El Cajas entre otros de gran afluencia turística, además de ser muy visitadas por nacionales y extranjeros son muy también cercanas a la ciudad.

Es importante señalar que un segmento al que se le ha prestado poca atención es el de discapacitados, debido a que el hotel no cuenta con la adecuada infraestructura para atender a sus necesidades, sin embargo, se han propuesto programas teniendo en cuenta las capacidades, sean estas, físicas, visuales o auditivas.

Como conclusión se puede recalcar que el hotel no cuenta con instalaciones adecuadas para realizar todos los programas de animación dentro del propio hotel, pero se ha propuesto que para ciertas actividades se realice una especie de montaje, debido a que el hotel cuenta con espacio suficiente al aire libre para poder ofrecer dichas actividades que requieren de un lugar amplio.

Por otro lado es importante mencionar que por ser un Hotel de 5 estrellas de la ciudad, cuenta con presupuesto suficiente para implementar este departamento y para hacer un buen plan de marketing sobre la innovación de este nuevo servicio a los huéspedes y la ciudadanía en general.

La realización de este trabajo de graduación nos da como resultado que es factible la implementación de este departamento en el hotel porque de ser un servicio nuevo e innovador, será una ventaja competitiva para el hotel frente a otros de la misma categoría, ya que los huéspedes regresarán al saber que pueden realizar actividades diferentes de calidad y con profesionales que se pondrán al servicio en todo momento.

En cuanto al estudio financiero que se realizó nos da como resultado que éste departamento es viable a que el hotel obtenga más ingresos y ganancias permitiéndole poco a poco ir creciendo en cuanto a la animación hotelera, tendencia que poco a poco se ha ido convirtiendo en una necesidad para los turistas.

## BIBLIOGRAFÍA

- <http://www.definicionabc.com/general/procedimiento.php>. (s.f.). Recuperado el Septiembre de 2009, de DEFINICIONABC.COM.
- ACERENZA, Miguel. (1982). *Promoción Turística*. México: Trillas.
- AGUILAR, A. (1975). *Elementos de la Mercadotecnia*. México: CECSA.
- GALLEGO, J. F. (2002). *Gestión de Hoteles - Una Nueva Visión*. España: Paraninfo.
- [http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO\\_BUS=3&LEMA=inventario](http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=inventario). (s.f.). Recuperado el Octubre de 2010, de BUSCON.RAE.ES.
- [http://cidtur.eaeh.tur.cu/boletines/Boletines/Cid06/nov\\_dic/animacion.htm](http://cidtur.eaeh.tur.cu/boletines/Boletines/Cid06/nov_dic/animacion.htm). (s.f.). Recuperado el Junio de 2009, de CIDTUR.
- <http://congresosyjornadas.wordpress.com/salones/montajes/>. (s.f.). Recuperado el Octubre de 2009, de CONGRESOS Y JORNADAS.COM.
- <http://es.thefreedictionary.com/norma>. (s.f.). Recuperado el Octubre de 2009, de THE FREE DICTIONARY.
- <http://es.tixik.com/delphi-2355153.htm>. (s.f.). Recuperado el Marzo de 2009, de TIXIK.COM.
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Delos>. (s.f.). Recuperado el Marzo de 2009, de WIKIPEDIA LA ENCICLOPEDIA LIBRE.
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Organigrama>. (s.f.). Recuperado el Septiembre de 2009, de WIKIPEDIA LA ENCICLOPEDIA LIBRE.
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Procedimiento>. (s.f.). Recuperado el Septiembre de 2009, de WIKIPEDIA LA ENCICLOPEDIA LIBRE.

- [http://lengua-y-literatura.glosario.net/terminos-filosoficos/norma-\(lat.-norma\)-5937.html](http://lengua-y-literatura.glosario.net/terminos-filosoficos/norma-(lat.-norma)-5937.html). (s.f.). Recuperado el Octubre de 2009, de LENGUA Y LITERATURA GLOSARIO.NET.
- <http://www.clubmed.cl/HistoriaClubMed.html>. (s.f.). Recuperado el Junio de 2009, de CLUBMED.CL.
- <http://www.cnr.berkeley.edu/ucce50/agro-laboral/7libro/17s.htm>. (s.f.). Recuperado el Septiembre de 2009, de CNR.BERKELEY.EDU.
- [http://www.edu365.cat/aulanet/comsoc/treballsrecerca/treballs\\_04\\_05/propostes04\\_05/treball\\_benestant/Sociedad%20del%20Bienestar.htm](http://www.edu365.cat/aulanet/comsoc/treballsrecerca/treballs_04_05/propostes04_05/treball_benestant/Sociedad%20del%20Bienestar.htm). (s.f.). Recuperado el Junio de 2009, de EDU365.CAT.
- <http://www.educar.org/diccionario/i.asp>. (s.f.). Recuperado el Octubre de 2010, de EDUCAR.ORG.
- <http://www.elpais.com/diccionarios/castellano/lacedemonio>. (s.f.). Recuperado el Marzo de 2009, de EL PAIS.COM.
- <http://www.iperqueno.info/espectaculos/animacion-hoteles.htm>. (s.f.). Recuperado el Julio de 2009, de IPERQUENO.INFO.
- <http://www.jornada.unam.mx/2006/12/06/index.php?section=economia&article=030eIeco>. (s.f.). Recuperado el JUNIO de 2009, de JORNADA.UNAM.MX.
- <http://www.region.com.ar/animacion/01.htm>. (s.f.). Recuperado el Julio de 2009, de REGION.COM.AR.
- [http://www.rkviajes.com/clubmed/cmed\\_historia.html](http://www.rkviajes.com/clubmed/cmed_historia.html). (s.f.). Recuperado el Junio de 2009, de RKVIAJES.COM.
- [http://www.todoparaviajar.com/noticia\\_detalle.php?id=202&seccion\\_id=&subseccion\\_id=&encuesta=&comentario](http://www.todoparaviajar.com/noticia_detalle.php?id=202&seccion_id=&subseccion_id=&encuesta=&comentario). (s.f.). Recuperado el Junio de 2009, de TODOPARAVIAJAR.COM.

- <http://www.ucm.es/info/Psyap/jornadas/epolit.htm>. (s.f.). Recuperado el Septiembre de 2009, de UCM.ES.
- <http://www.wordreference.com/definicion/inventario>. (s.f.). Recuperado el Noviembre de Octubre, de WORDREFERENCE.COM.
- Muñoz de Escalona, Francisco. (s.f.). *Autopsia del Turismo: El vencimiento de la distancia*. Recuperado el Junio de 2009, de EUMED.NET: <http://www.eumed.net/cursecon/libreria/2004/fme/fme.htm>
- NEBOT, López. María Jose. (s.f.). *La Selección del Personal "Guia Práctica para directivos y mandos de las empresas"*. Recuperado el Noviembre de 2010, de [http://books.google.com.ec/books?id=JEMaDyZKTWcC&pg=PA11&dq=conceptualizacion+de+proceso+de+selecci%C3%B3n+de+personal&hl=es&ei=7mUvTdCLI4WC1Ae3z7GLCw&sa=X&oi=book\\_result&ct=result&resnum=1&ved=0CCEQ6AEwAA#v=onepage&q&f=false](http://books.google.com.ec/books?id=JEMaDyZKTWcC&pg=PA11&dq=conceptualizacion+de+proceso+de+selecci%C3%B3n+de+personal&hl=es&ei=7mUvTdCLI4WC1Ae3z7GLCw&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=1&ved=0CCEQ6AEwAA#v=onepage&q&f=false)
- Norval, A.J. *La Industria Turística "The Tourist Industry"*. Recuperado el Junio de 2009, de EUMED.NET: <http://www.eumed.net/cursecon/libreria/2004/ajn/ajn.htm>
- SERRANO, P. G.-D. (2006). *"Que es la Animacion Sociocultural Epistemologia y Valores"*. Madrid-España: Narcea S.A.
- ZIPEROVICH, A. (2004). *"Turismo y Recreación"*. Mexico: Trillas.