

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
FACULTAD DE TURISMO, GASTRONOMÍA Y HOTELERÍA

CARRERA DE HOTELERÍA

PLAN DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERO DE EMPRESAS HOTELERAS

Proyecto de constitución de un centro para la rehidratación y
energización de los deportistas usuarios del Ciclo Q y Parque la
Carolina

AUTOR: JOSÉ DAVID ACUÑA ZURITA

DIRECTOR DE TESIS: JUAN CRUZ ALBORNOZ MSC.

Quito Enero 2010

El Presente trabajo fue realizado por el Sr. José David Acuña Zurita, responsable del contenido de esta tesis, bajo la supervisión y dirección del Msc. Juan Cruz Albornoz.

.....
JOSÉ DAVID ACUÑA ZURITA

.....
MSC. JUAN CRUZ ALBORNOZ

DEDICATORIA

Este trabajo lo dedico a Mis Padres ya que a ellos les debo lo que soy, a ellos les debo las ganas de salir adelante, y en un futuro muy cercano espero poder devolverles todos sus favores no con cosas materiales sino que vean en mí un excelente profesional, hijo y por sobre todo persona.

José David Acuña Zurita.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar agradezco a Dios por brindarme a diario la oportunidad de vivir y de descubrir las cosas buenas de la vida, por enseñarme a aprender de los errores y siempre contar con esa mano amiga que aunque no la veamos se manifiesta en nuestra conciencia para hacer el bien. A mis padres por sus diarias bendiciones y buenos deseos; mi Madre Yolanda Zurita por su ejemplo de constancia y esfuerzo para salir adelante con trabajo, temple y dedicación, a mi Padre Francisco Acuña por su ejemplo de humildad, valores y buen proceder. A mi hermano Javier Acuña por tener en él al mejor de los amigos y un símbolo de admiración. A mis amigos de la juventud por su constante apoyo y ejemplo de amistad sincera e incondicional. Al Msc. Juan Cruz y Dr. Santamaría por su constante apoyo, guía y dedicación para culminar la elaboración de este trabajo. A la Universidad Tecnológica Equinoccial por haberme recibido en sus aulas y haberme impartido los conocimientos y valores necesarios para desarrollarme como persona y como profesional.

José David Acuña Zurita

TABLA DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN	2
ANTECEDENTES	2
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
JUSTIFICACIÓN	4
OBJETIVOS	7
OBJETIVOS GENERAL	7
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	7
MARCO TEÓRICO	8
INTRODUCCIÓN	8
SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL	8
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	9
DINAMISMO ECONÓMICO	10
SOBERANÍA ALIMENTARIA	11
MARCO CONCEPTUAL	12
MARCO LEGAL	14
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	15
OBSERVACIÓN	15
ENCUESTA	16
CAPITULO I	17
LA CIUDAD DE QUITO Y SUS CENTROS DE PRÁCTICAS DEPORTIVAS	17
INTRODUCCIÓN	17
SITUACIÓN GEOGRÁFICA	18
CENTROS DE PRÁCTICAS DE PORTIVAS	20
PARQUE LA CAROLINA	20
PARQUE METROPOLITANO	21
CICLO “Q”	21
CAPITULO II	23
ESTUDIO DE MERCADO	23
INTRODUCCIÓN	23
OBJETIVO GENERAL DEL ESTUDIO DE MERCADO	23
OBJETIVOS PARA LA DEMANDA	23
OBJETIVOS PARA LA OFERTA	24
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	24
Fuentes Primarias	24
Fuentes secundarias	24
PROPUESTA MERCADOLÓGICA (PLAN DE MARKETING)	25
ANTECEDENTES POLÍTICOS Y ECONÓMICOS	25
ANÁLISIS DEL ENTORNO	25
DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO	25
MISIÓN	26
VISIÓN	26

OBJETIVOS DE MARKETING _____	27
ESTRATEGICOS _____	27
PLANES DE ACCIÓN _____	28
PRODUCTO _____	28
PRECIO _____	31
PROMOCION _____	34
PLAZA _____	37
RECOLECCION DE LA INFORMACION _____	38
DETERMINACION DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA _____	38
TABULACIÓN DE DATOS _____	39
CAPITULO III _____	51
ESTUDIO TECNICO _____	51
DESCRIPCION _____	51
VENTAJAS COMPETITIVAS _____	52
IDENTIFICACION DE VENTAJAS COMPETITIVAS _____	53
DISTRIBUCION DEL ESPACIO _____	54
AREA DE REHIDRATACION Y ALIMENTOS _____	55
AMBIENTACIÓN _____	56
ILUMINACION _____	57
USO RACIONAL DE LA ENERGIA _____	57
AREA DE PRODUCCIÓN _____	58
LIMPIEZA Y ASEO DEL ESTABLECIMIENTO _____	58
LA HIDRATACIÓN DEL DEPORTISTA _____	59
HIDRATACION EN DEPORTE AEROBICOS _____	60
PERDIDA DE ELECTROLITOS EN EL DEPORTE _____	64
Cálculo de agua perdida en la práctica deportiva _____	64
VITAMINAS Y MINERALES EN EL EJERCICIO _____	70
PROPUESTA DE JUGOS A BASE DE FRUTAS FRESCAS PARA REHIDRATACIÓN _____	71
ESTANDARIZACIÓN DE RECETAS _____	74
PLANEACIÓN DEL TALENTO HUMANO _____	79
ADMINISTRACIÓN ORGÁNICA FUNCIONAL _____	80
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL _____	82
ANÁLISIS DE PUESTOS _____	82
PROCESO DE SERVICIO AL CLIENTE _____	87
PROCESO DEL SERVICIO DE AUXILIO MECÁNICO _____	88
DIAGRAMAS DE CAUSA EFECTO (ISHIKAWA) POR ÁREA _____	89
ALTA GERENCIA _____	89
ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN _____	91
PROCESO OPERACIONAL _____	93
PLAN DE RECLUTAMIENTO _____	95
MANEJO DEL PERSONAL _____	96
MOTIVACIÓN _____	97
PLAN MOTIVACIONAL EN RELACIÓN CON LA JERARQUÍA DE MASLOW _____	98

ASPECTOS LEGALES _____	102
REQUISITOS PARA LA CONFORMACIÓN DE EMPRESAS _____	102
CAPITULO IV _____	105
ESTUDIO FINANCIERO _____	105
INTRODUCCIÓN _____	105
INVERSIONES DEL PROYECTO _____	105
ACTIVOS FIJOS _____	105
Maquinaria y Equipos _____	106
Muebles y enseres _____	106
Equipo de oficina _____	107
Menaje _____	107
Activos diferidos _____	108
COSTOS FIJOS _____	108
Depreciaciones _____	109
Sueldos y salarios _____	109
Arriendo _____	109
Servicios Básicos _____	110
Publicidad _____	110
COSTOS DE VENTAS Y PUNTO DE EQUILIBRIO _____	111
ESTADO DE RESULTADOS _____	113
INDICES FINANCIEROS _____	114
FACTIBILIDAD DEL PROYECTO _____	115
CAPITULO V _____	116
ESTUDIO DE IMPACTOS AMBIENTALES _____	116
INTRODUCCION _____	116
RECURSOS NATURALES _____	116
IDENTIFICACIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES Y ACCIONES A TOMAR _____	118
CAPITULO VI _____	121
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES _____	121
CONCLUSIONES _____	121
ÁMBITO SOCIAL _____	121
ÁMBITO TURÍSTICO Y DE ENTRETENIMIENTO _____	122
ESTUDIO DE MERCADO _____	122
REHIDRATACIÓN EN EL DEPORTE _____	123
RECOMENDACIONES _____	123
BIBLIOGRAFÍA _____	125
Internet y links dentro de ellos _____	126

INTRODUCCIÓN

“Proyecto de constitución de un centro para la rehidratación y energización de los deportistas usuarios del Ciclo Q y Parque la Carolina”

ANTECEDENTES

El 23 de Febrero del 2003 algunas organizaciones de la sociedad civil decidieron reunirse con el Municipio de Quito y con el apoyo de organizaciones internacionales se llamó a un debate acerca de la implantación en la ciudad de Quito de ciclo vías que ayuden a mejorar la movilidad en la capital así como temas en beneficio del medio ambiente y apropiación de los espacios públicos. Con esta primera reunión se logró que la bicicleta sea tomada como un importante sistema de transportación y se priorizó el uso de la misma para lograr objetivos ya planteados por el Municipio de Quito con respecto a la viabilidad en la ciudad, salud, medio ambiente, e incluso temas de imagen urbanística.

Es así que se concreta esta idea con la oferta del primer ciclo paseo el 23 de abril del 2003, con la participación de alrededor de 5000 personas en un recorrido de 10 km, en el cual se pudo observar la aceptación por este tipo de actividades por parte de la ciudadanía.

Actualmente el ciclo paseo tiene una aceptación cada vez más importante y cuenta con un aproximado de 40.000 usuarios cada vez, es decir cada 15 días que se realiza el ciclo paseo, quedando en evidencia el interés por parte de la colectividad de realizar actividades diversas y que integren a toda la comunidad Quiteña.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El estresante estilo de vida que se vive hoy por hoy en la ciudad de Quito nos invita a reflexionar acerca de *¿cómo queremos que se desarrolle nuestra vida en esta ciudad que cada día se ha hecho más intolerable, hasta el punto de llegar a ser egoístas, faltos de solidaridad y sin sentido de comunidad?*

Otro de los puntos más importantes a tratarlos como un problema es el sedentarismo producido por la falta de actividad física lo cual a más de generar problemas del tipo cultural y social genera problemas de salud por la falta de actividades que nos permitan desarrollar nuestro cuerpo, asimismo problemas de estrés causado por la congestión vehicular.

El plan de mejoramiento vial para la ciudad de Quito se encuentra en marcha y se ha autorizado un presupuesto importante para apoyar a estas nuevas propuestas de transporte ecológico y sustentable para la ciudad, es así que la demanda por servicios complementarios del creciente mercado de ciclistas urbanos es vital como parte de un sistema de apoyo que trabaje en conjunto por el bien de la colectividad.

JUSTIFICACIÓN

Es de vital importancia hoy en día que las empresas a más de tener un beneficio económico aporten también de una manera social y responsable a la prevención de impactos ambientales, malos hábitos alimenticios, es así que en este caso la planeación para la constitución de un centro de alimentación y rehidratación para deportistas y ciclistas urbanos, resulta atractiva para satisfacer las necesidades de los individuos que tienen como hábito la práctica de deportes en el Parque de la Carolina y ciclistas urbanos de la Ciudad de Quito.

La organización de eventos tales como las “Cicleadas Patrimoniales”, “Ecopaseos”, “Viernes de pedales” hace posible pensar en la creación de un centro temático de alimentación, rehidratación, para el mercado no solo de usuarios de la Ciclo Q sino también dirigido a deportistas que requieren de buenos servicios al momento de realizar sus prácticas deportivas en la zona del Parque de La Carolina..

Dentro de lo que a colaboración por parte de las Instituciones Públicas y Privadas se refiere, existe una gran apertura hacia el cambio, es así el caso de varias empresas que hoy por hoy están motivando a su personal a llegar a su lugar de trabajo mediante el uso de la bicicleta ya que mediante sus propios estudios han visto que ellos se encuentran motivados, relajados y evitan el constante problema de tráfico que hoy por hoy afecta a todos los habitantes de la ciudad. Es tan grande la apertura y la motivación hacia el uso de la bicicleta

que ya en varias empresas se han hecho instalaciones de duchas, y pequeños establecimientos dentro de las mismas para que los ciclistas se puedan hidratar, alimentar y tomar una ducha al llegar a su lugar de trabajo; por obvias razones con esto, se ayudará a que el segmento del mercado de ciclistas y deportistas crezca a futuro, por lo que la oferta de servicios complementarios de alimentación y rehidratación a las rutas que se están construyendo en la Ciudad sean indispensables.

Tal como lo mencionan la organización Quito¹ para todos, el Municipio de Quito y varias organizaciones se propone hacer un Plan de Movilidad sustentable en la ciudad y colaborar así con el respeto al peatón, y nuevas formas de vialidad:

“Fomentar el uso de la bicicleta como un medio habitual de transporte

Construyendo un sistema seguro y eficiente de ciclo vías en toda la ciudad priorizando áreas de interés académico, comercial y turístico. Creando infraestructura complementaria a las ciclo vías tales como ciclo parqueaderos, bebederos, áreas de descanso, puestos de auxilio mecánico y primeros auxilios. Conectando además las bicicletas con el transporte colectivo en las estaciones de transferencia, facilitando su estacionamiento y transporte dentro de las unidades. Fortaleciendo los ciclo paseos dominicales con frecuencia y área de influencia y creando ciclo paseos zonales ó barriales en barrios suburbanos o periféricos.”

¹ Pacto por la movilidad, Org. Quito para todos.

Como usuario y practicante de este medio de transporte, mediante la técnica de la observación y las experiencias propias he detectado que no existe ningún tipo de servicio que satisfaga nuestras necesidades como ciudadanos que optamos por otro sistema de transportación; la falta de sitios de descanso, alimentación, auxilio mecánico, primeros auxilios es indispensable para nosotros ya que este segmento de mercado es muy propenso a accidentes, daños de la bicicleta, e incluso problemas a causa del clima como es el excesivo calor y lluvias.

El constante crecimiento que tienen estas actividades así como el mercado de usuarios de las Ciclo Vías como ya lo mencionaba en la nota anterior es bastante alentador como para pensar en la implantación de servicios complementarios tales como lugares de rehidratación, alimentación, parqueo, asistencia mecánica, zona para relajar los músculos, etc, y eso es básicamente la propuesta que este Plan busca defender como una alternativa para satisfacer las demandas de un mercado creciente y exigente en servicios de calidad.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Realizar el estudio de factibilidad para la Constitución de un centro para la rehidratación y energización de los deportistas usuarios de la Ciclo Q de Quito y Parque La Carolina.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar el problema de los usuarios de la Ciclo Q y deportistas del Parque la Carolina con respecto a los servicios complementarios que requieren este tipo de actividades tales como alimentación y rehidratación especialmente.
- Definir el mercado meta al cual se van a dirigir nuestros servicios, y verificar si conviene o no la creación de esta estación de servicios, mediante un estudio de mercado
- Realizar el Estudio técnico del proyecto con el objetivo de definir procesos, requerimientos, estrategias, mano de obra requerida para que el proyecto pueda iniciar sus actividades de una manera eficiente.
- Realizar un estudio financiero el cual ayudará a determinar la factibilidad de la creación de la estación desde el punto de vista financiero.

- Elaborar un Estudio de Impactos Ambientales que identifique los mismos ya sean de una manera positiva o negativa dentro del área urbana en donde se ejecutará.

MARCO TEÓRICO

INTRODUCCIÓN

Para la realización de este Plan se tomarán en cuenta varios aspectos y conceptos estudiados a la largo de la carrera lo cual nos ayudarán a identificar y reconocer de mejor manera la problemática a resolver mediante la elaboración de este Plan.

Se tomarán en cuenta varios conceptos no solamente relacionados al campo Hotelero sino también al campo Urbano Turístico, con el fin de relacionar ambos campos para el beneficio de la Ciudad y de los usuarios que demandan por servicios de calidad.

SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL

El respeto y compromiso de las empresas con el medio ambiente, es fundamental en estos días; y es así que son reconocidas las empresas que ayudan al mantenimiento del aire, agua, recursos no renovables mediante el uso y aplicación de normas responsables y respetuosas del medio ambiente.

La aplicación y creación de servicios complementarios al sistema alternativo de transporte, es muy importante ya que muchos de los usuarios de estas ciclo vías que llevan una ideología del cambio medio ambiental buscan ser partícipes más activos de este proceso de mejoramiento vial, del aire, y recuperación de los espacios urbanos, y que mejor que contar con un establecimiento que respete su ideología y que a mas de aquello les brinde un servicio de calidad con alimentos nutritivos, bebidas rehidratantes dentro de un ambiente de respeto ecológico y lo más importante del buen uso de los espacios y los recursos.

La formulación de este proyecto tiene a más de un fin económico la colaboración en todo aspecto de las buenas prácticas ambientales, mediante el buen uso de los recursos, campañas de concienciación, eventos de capacitación, dentro de la estación de servicio para ciclistas. Con este proyecto se pretende que se relacione en conjunto con todas las instituciones públicas y privadas que optan por impulsar el desarrollo de un sistema vial más respetuoso del medio ambiente, y del peatón como parte de un servicio complementario de vital importancia para la realización de estas actividades.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Más que el beneficio económico que es muy importante al momento de manejar el tema de un proyecto, es también importante que el proyecto se comprometa con la sociedad civil, medio ambiente y oportunidades de crecimiento no solo para la empresa sino también para la comunidad a la cual se piensa brindar los servicios.

Se manejan temas como la aplicación de Normas ISO 26000, las cuales nos refieren a las buenas prácticas laborales, el aprovechamiento del talento humano, la práctica de negocios justa, el respeto por el medio ambiente, las expectativas de las partes interesadas, etc.

La responsabilidad social no solo se proyecta a nivel interno de la empresa sino que también busca brindar mejores servicios a la comunidad a nivel alimenticio y especializado para deportistas y usuarios de las ciclo vías; resulta de vital importancia que la gente se apropie nuevamente de los espacios urbanos y se procure tener una sociedad civil más sana, menos estresada y que se integre más, teniendo como resultado final una sociedad más educada y comprometida con el desarrollo turístico y urbano.

DINAMISMO ECONÓMICO

Este proyecto busca ser partícipe de muchos proyectos en conjunto que se vienen realizando en beneficio del desarrollo turístico de Quito, que es el de priorizar a toda la ciudad como atractivo turístico y que mejor que conocerla en un medio de transporte alternativo como lo es la bicicleta, es así que, con la implantación del centro de alimentación y rehidratación especializada y temática para los usuarios de la Ciclo Q se generará un valor agregado a esta gran obra que cada día va ganando más mercado de usuarios; el dinamismo económico se lo busca lograr mediante la implantación de nuevas plazas de trabajo y aprovechar los grandes atractivos turísticos que ofrece la ciudad con

el desarrollo de los servicios complementarios a futuro del centro de alimentación y rehidratación.

El centro de alimentación y rehidratación a más de ser un lugar donde se genera empleo y movimiento de dinero por la venta de alimentos y bebidas, busca a futuro tener servicios nuevos e innovadores para fomentar mayores flujos de capital siempre comprometidos con el desarrollo de actividades turísticas y de sano esparcimiento.

SOBERANÍA ALIMENTARIA

Un punto muy importante a nivel de la Hotelería como es la adquisición de materias primas de excelente calidad y la oferta de alimentos nutricionalmente balanceados para todos; en este punto se toma en cuenta el artículo 281 de la Constitución de la República del Ecuador, donde se garantiza la aplicación de técnicas, políticas de seguridad alimentaria, por lo cual la estación de servicio para ciclistas se compromete a ofertar alimentos de alto poder nutricional y complementario a las actividades físicas que requieren los clientes de la estación.

Art 281 numeral 13²: *“Prevenir y proteger a la población del consumo de alimentos contaminados o que pongan en riesgo su salud o que la ciencia tenga incertidumbre sobre sus efectos.”*

Un balance nutricional adecuado especialmente con la aplicación de una dieta distinta para deportistas resulta muy importante ya que este mercado es

² Constitución Política de la República del Ecuador

exigente y requiere de alimentos energéticos y bebidas rehidratantes naturales y de óptima calidad para que en verdad satisfagan sus necesidades.

MARCO CONCEPTUAL

A lo largo de este Plan se encontrarán términos exclusivos para el entendimiento del mismo los cuales se destacan a continuación con una descripción breve de los mismos:

Servicio.- entender y comprender el vicio del querer tener. Es la función de la persona y de la acción que ejecuta.

Deportista.- es la persona que tiene afición o practica algún deporte.

Deporte.- es una actividad física ejercida como juego o competición cuya práctica supone entrenamiento y desgaste físico

Centro de rehidratación y energización: es un establecimiento que mediante precio sirven al público de deportistas alimentos balanceados y energéticos; y bebidas rehidratantes y refrescantes.

Alimentos: Son aquellos productos en estado sólido, líquido, naturales o transformados que por sus características son aptos para el consumo humano y forman parte de la nutrición para el correcto desarrollo de los procesos biológicos.

Bebidas: cualquier sustancia líquida que se sea apta para el consumo humano.

Turismo Sostenible: Según la Organización mundial de Turismo, el turismo sostenible es³ *“aquel que pretende satisfacer las necesidades de los turistas así*

³ Organización Mundial del Turismo

como de los destinos turísticos, protegiendo e incrementando las oportunidades de futuro.”

Ciclo Q.- nombre dado por el Municipio de Quito para la vía exclusiva de circulación de bicicletas como medio alternativo de transporte. Poseen señalización específica como todo sistema normal de transportación.

Ciclopaseos.- aplicación del uso de la bicicleta como medio de transporte en días establecidos y como uso diario en lugares y distancias establecidas.

Vehículos no motorizados: sistema de transporte que no requiere de motores y uso de combustibles, se mueven mediante el impulso y actividad humana sobre los mismos.

Plan de Desarrollo turístico: Es un proceso en el cual se definen metas, estrategias, políticas y actividades o proyectos para enfocar de mejor manera la actividad turística.

Diseño del producto.- mediante un estudio de mercado se encuentra el perfil del cliente para finalmente desarrollar un producto que sea aceptado por el mismo.

Atractivos turísticos.- Cualquier elemento que pueda inducir un turista a que este visite un determinado lugar.

Demanda Turística: Conjunto de consumidores de una determinada oferta de servicios turísticos. Conjunto de bienes o servicios que los turistas internos y externos están dispuestos a adquirir en un determinado destino, precio.

Plan de Desarrollo Turístico De la ciudad de Quito: Es un proceso planteado por el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito en el cual se definen metas, estrategias, políticas y actividades o proyectos para enfocar de mejor manera la actividad turística

MARCO LEGAL

Para el desarrollo de este Plan es muy interesante saber que se cuenta con el apoyo de las normas y leyes vigentes en el Ecuador y que cada día han sido más aceptadas por la ciudadanía en especial, y se ve, que la aplicación de estas leyes no solamente ha sido de una forma obligatoria sino que cada vez la gente va tomando más conciencia hacia el respeto de las mismas.

Se cuenta con el apoyo de leyes que ampara a la consecución de los objetivos planteados en el campo legal, tales como:

- Constitución Política del Estado
- Ley de Tránsito.
- Ley de Turismo.
- Plan de Mejoramiento Vial Para la Ciudad de Quito (Presupuesto para proyectos relacionados al sistema de transporte en bicicletas)

Dicho marco legal no solo servirá como una simple revisión bibliográfica, sino que esta normatividad respaldará las gestiones que se pretenden realizar en la ejecución de este plan. Todas estas leyes servirán para establecer los actores y los responsables de futuras acciones en la implementación de una propuesta turística, además de hacer conocer a los ciudadanos sobre las leyes que les ampara y a quien acudir en busca de ayuda en caso de presentar nuevos productos dentro del mercado turístico ecuatoriano.

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

OBSERVACIÓN

Esta técnica consiste en observar atentamente los hechos que serán importantes para la realización de la investigación y así tomar información valiosa para tomar una decisión luego de un análisis minucioso de la misma.

La observación nos permite conocer al detalle muchas necesidades, características, costumbres, hábitos de nuestros potenciales clientes, y es por historia que muchos descubrimientos e investigaciones se llevaron con éxito gracias a la observación.

Para que esta información sea posible se utilizarán técnicas como la formulación de encuestas, entrevistas formales, genealogías y las historias orales. El trabajo de campo se suele plantear con un doble enfoque: el primero, el del investigador que contempla la cultura a estudiar desde un punto de vista interno, y el segundo, que consiste en adoptar una postura objetiva, de observador externo.

- Se harán visitas a los parques deportivos de la Ciudad de Quito para observar el comportamiento del mercado de deportistas, sus necesidades y sus impresiones.
- Se identificará a todos los prestadores de servicios de alimentación, hidratación y descanso que existen en la zona, especialmente los exclusivos para deportistas, si existen o no.
- Se identificarán los programas municipales, privados, y ONG's que se hayan aplicado para el incentivo de las actividades deportivas y en especial del uso de la bicicleta como medio alternativo de transporte.

ENCUESTA

Es una técnica destinada a obtener datos de varios individuos cuyas opiniones impersonales interesan al investigador. Se realiza un formulario con los patrones más eficientes para la obtención de la información necesaria para la realización de la investigación, los resultados serán analizados y puestos a consideración para la toma acertada de decisiones en lo que respecta al proyecto.

Para la recolección de la información se contará con fuentes primarias y secundarias. Las fuentes primarias serán aquellas de las cuales se obtendrá una información directa de primera mano. Las fuentes secundarias son aquellas que ofrecen información ya existente sobre el tema a investigar.

CAPITULO I

LA CIUDAD DE QUITO Y SUS CENTROS DE PRÁCTICAS DEPORTIVAS

INTRODUCCION

El presente capítulo nos ayudará a tener una visión más clara y específica de lo que a mi proyecto concierne, y es el avance que se ha venido dando en la Ciudad de Quito en lo que respecta a la recuperación de los espacios públicos, las prácticas deportivas en espacios destinados a la práctica de las mismas, nuevas formas de transportación, reducción de la contaminación mediante el apoyo y construcción de vías exclusivas para el uso bicicletas, y en especial al ser mi proyecto un estudio del ámbito hotelero y de restaurantes, la factibilidad de un centro de alimentación y rehidratación, las buenas prácticas alimenticias para los usuarios de todas las actividades antes mencionadas.

La problemática de la ciudad de Quito será analizada luego de realizar un estudio de las características de la urbe en los ámbitos concernientes y específicos para la realización del estudio de factibilidad del proyecto a tratar y éstos son los siguientes:

- Situación geográfica del Distrito Metropolitano de Quito
- Parques zonales
- Centros de prácticas de deportes.
- Ciclo “Q”

SITUACIÓN GEOGRÁFICA



Localización	Región Sierra a 2.800 metros sobre el nivel del mar
Población	2'200.000 habitantes
Altitud	2,850 m /9,350 pies
Temperatura	50 a 77 grados Fahrenheit (10 a 25 grados centígrados)
Provincia	Pichincha
Idioma	Castellano
Fundación	6 de Diciembre de 1934

La ciudad de Quito es la capital del Ecuador, cuya fundación española fue el 6 de Diciembre de 1934; pertenece a la región sierra y se encuentra a 2800 metros sobre el nivel del mar.

El DMQ es un conjunto territorial de 422.802 hectáreas, es un sitio profundamente arraigado en una milenaria e inmensa densidad cultural; es asiento de importantes culturas aborígenes y lugar privilegiado de la colonización hispánica; es origen y continuidad histórica de la gesta de la Nación.

La Unesco reconoció universalmente a la ciudad de Quito en noviembre de 1978 al declararla el Primer Patrimonio Cultural de la Humanidad. La declaración señala: “Quito forma un ensamble sui generis armónico, donde las acciones del hombre y la naturaleza se han juntado para crear una obra única y trascendental en su categoría”.

La ciudad de Quito presenta una mezcla urbanística muy llamativa que incluye la arquitectura colonial así como la modernidad de las nuevas y grandes urbes del mundo, y especialmente cuenta con atractivos naturales a su alrededor siendo estos, majestuosos volcanes, montañas.

En Quito la temperatura varía entre 7 grados centígrados en la noche, 26 grados centígrados al medio día con promedios de 15 grados centígrados, temperatura ideal para la práctica de deportes en zonas abiertas.

Hay dos estaciones, la lluviosa y seca. Se llama invierno a la estación lluviosa y verano a la estación seca. El verano de Quito dura aproximadamente 4 meses, de Junio a Septiembre.

Quito tiene su estación lluviosa de Octubre a Mayo, aunque durante este período el clima sufra una cantidad de variaciones por lo que es muy importante tomar las debidas medidas para circular en las ciclo vías; este factor es en parte una razón por lo que muchas personas no eligen bajarse del auto o del transporte público y subirse a la bicicleta para trasladarse a sus lugares de trabajo, centros educativos, etc. Es así que en comparación con Europa donde el clima realmente no favorece al uso de la bicicleta, las autoridades motivan y brindan servicios complementarios para satisfacer todas las necesidades de este mercado.

El paisaje urbanístico de las noches quiteñas es también un atractivo turístico reconocido por muchos usuarios y participantes de las reconocidas actividades que se realizan bajo el auspicio del Municipio de Quito y la organización de entidades sin fines de lucro como Biciacción; las actividades nocturnas en bicicleta están teniendo mucha acogida no solo por el participante nacional sino también del turista internacional, ya que se invita siempre a conocer un lugar tradicional de la ciudad en los denominados “Ciclo paseos Patrimoniales”, así como también actividades de concienciación urbana en los denominados “Viernes de pedales”.

El tiempo de verano en la Ciudad de Quito es de Junio a Septiembre y es el tiempo en que muchos estudiantes dejan de lado sus actividades educativas y es el tiempo para distraerse, asistir a los parque públicos y practicar deportes, trasladarse de un lugar a otro en bicicleta por las vías exclusivas, y buscar centros de diversión especialmente para público joven y conocer nuevos amigos.

CENTROS DE PRÁCTICAS DEPORTIVAS

PARQUE LA CAROLINA

Los inicios del Parque la Carolina datan del año 1939 cuando se realizó una expropiación por parte de la municipalidad a la propietaria de la Hacienda La Carolina la Sra. María Augusta Barba de Larrea.



El Parque cuenta con 67 hectáreas de terreno y está enmarcado por las Avenidas Eloy Alfaro, De Los Shyris, Amazonas y Naciones Unidas, y es uno de los principales y más grandes centros de prácticas de deportes en la ciudad de Quito durante la semana y en especial durante los fines de semana cuando acoge a casi 50.000 personas para la práctica de deportes como fútbol, baloncesto, patinaje, atletismo, ciclismo, etc.

Atractivos del parque la Carolina:

- **Parque Náutico.-** la principal atracción es la laguna en la cual se puede tomar un paseo en botes a pedal o a remos.
- **El Jardín Botánico de Quito.-** es un centro de investigación y de exposición de orquídeas y variedad de especies de flora de las zonas andinas.
- **Vivarium.-** centro de recreación en donde se muestran al público ejemplares vivos de reptiles para su estudio, conservación y concienciación
- **Fundación Mundo Juvenil.-** es una institución educativa sin fines de lucro que cuenta con museo, planetario, biblioteca, museo amazónico, y que en la actualidad cuenta con una presentación denominada de las “megabestias”.

PARQUE METROPOLITANO

Este parque está ubicado a 2890 metros sobre el nivel del mar y su extensión es de 557 hectáreas y es el principal pulmón de la ciudad de Quito, donde la ciudadanía puede realizar práctica de deportes



respirando aire puro muy cerca de la ciudad. El parque Metropolitano recibe los fines de semana a aproximadamente entre 20.000 a 30.000 personas que disfrutan además de prácticas deportivas la belleza de la zona donde se pueden observar varias especies de colibríes, flora y fauna variada.

En este Parque se puede realizar la práctica de ciclismo de montaña y es más, se han realizado varios torneos de “cross country” a nivel nacional como internacional.

CICLO “Q”

El incremento del parque automotor en la Ciudad de Quito genera muchos disturbios no solo a los usuarios de este sistema de transporte sino que hace de la ciudad un lugar caótico para vivir, debido a que por la



falta de parqueos, espacios para transitar libremente, ruido de pitos, emisión de gases tóxicos la comunidad rechaza la permanencia en la ciudad y ha decidido abandonar la misma y buscar sitios más alejados y tranquilos fuera de la urbe.

Es por esto que el Municipio de Quito y Organizaciones sin fines de lucro como Biciacción, empiezan a desarrollar alternativas de transporte y uso del espacio públicos más respetuosos del ciudadano, naturaleza e imagen urbanística. Una vez realizado el estudio de factibilidad de la construcción de ciclo rutas seguras para el desplazamiento de vehículos no motorizados y la realización de ecopasesos dominicales se toma mayor importancia a este proyecto y es así que desde el año 2003 al 2008 se han ejecutado 45 km de ecovías (Ciclo Q) con una inversión total de 9.259.929 dólares.

Red Metropolitana de Ciclo vías⁴		
Año de ejecución	Km. Ejecutados	Inversión USD
2003	2.6	107.014
2004	26.3	4.452.832
2005	1.8	1.915.347
2006	3.98	858.542
Junio 2008	11.2	1.926.194
Total	45.88	9.259.929

⁴ www.ciclopolis.ec/root

CAPITULO II

ESTUDIO DE MERCADO

INTRODUCCIÓN

En el presente capítulo se tratará el comportamiento de la oferta y demanda del proyecto planteado para cerciorarnos de que este sea factible o no para su ejecución, de igual manera se buscarán conclusiones que me ayuden a definir el giro del negocio y el mercado meta al cual se pretende llegar.

En la actualidad el mercado es quien pone las reglas y las exigencias de los servicios y productos que ellos requieren, por lo tanto es de vital importancia realizar un estudio de mercado, mediante el uso de herramientas y técnicas que me ayuden a “acoplar” el proyecto a las necesidades del mercado.

Mediante el uso de las técnicas y herramientas para la realización de la investigación de mercados se definirán los canales de distribución, el precio, la promoción, y el producto que busca nuestro mercado objetivo para cumplir sus expectativas.

OBJETIVO GENERAL DEL ESTUDIO DE MERCADO

Identificar el nivel de factibilidad para la creación del “Centro de rehidratación y energización” desde el punto de vista del comportamiento, necesidades, requerimientos de la demanda y aceptación hacia los productos y servicios propuestos en el presente plan.

OBJETIVOS PARA LA DEMANDA

- Identificar los momentos de consumo de los productos del centro y la frecuencia del uso de la bicicleta como medio de transporte.
- Conocer cuánto el consumidor está dispuesto a pagar por nuestros productos y servicios.

- Identificar las necesidades requeridas por el consumidor, en lo que respecta a alimentación, hidratación, servicios complementarios.
- Identificar los sitios estratégicos para la ubicación del centro.

OBJETIVOS PARA LA OFERTA

- Identificar la aceptación del servicio y productos ofertados.
- Identificar a la competencia, sus características y productos.
- Definir los servicios y productos a ofrecer, teniendo en cuenta las necesidades del mercado y los requerimientos de la práctica del deporte.

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Para realizar la investigación de mercado se tomarán tanto fuentes de información primarias como secundarias.

Fuentes primarias.- se realizará la investigación de campo, observando el comportamiento y las necesidades del mercado objetivo, se realizará una encuesta o formulario que nos ayudará a captar opiniones impersonales de aceptación o rechazo a premisas establecidas en dicho cuestionario.

Fuentes secundarias.- mediante el uso de material bibliográfico como documentos que traten del transporte en la ciudad de Quito y su problemática como lo es el “plan maestro de movilidad para Quito”, paginas web como la de la organización Biciacción y Ciclópolis.

PROPUESTA MERCADOLÓGICA (PLAN DE MARKETING)

ANTECEDENTES POLÍTICOS Y ECONÓMICOS

- Elección de Autoridades seccionales, alcaldes, prefectos, gobernadores, concejales, consejeros.
- La falta de garantías a la propiedad privada.
- El gasto público elevado.
- El panorama económico para el próximo año no es muy alentador para los empresarios industriales y analistas, quienes prevén un freno en sus planes de inversión.
- El Gobierno Ecuatoriano está interesado en fortalecer las micro finanzas por lo que existe una asignación de \$70 millones de dólares.
- Presentación del Plan de Marketing Turístico del Ecuador 2010 - 2014.

ANÁLISIS DEL ENTORNO

Los Sectores de Mayor Crecimiento para el 2009:

- Sector Petrolero
- Construcción de Vivienda
- Turismo Nacional e Internacional
- Productos de Consumo Masivo Nacional y Extranjero.
- **Transporte**

DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

La estación de servicio para ser establecida en el Ciclo Paseo de Quito y a futuro en la ciclo ruta permanente de la Ciudad, hará factible la creación de una estación de servicios para las personas que hacen uso de esta ruta y que gustan del deporte, la distracción, y por supuesto el manejo de un sistema de transportación alternativo, diferente y ecológico.

La estación brindará varios servicios propuestos para los usuarios de la ciclo vía entre ellos tenemos:

- Servicio de rehidratación
- Establecimiento temático para ciclistas y deportistas urbanos.
- Se prevé a largo plazo la presentación de actos artísticos, música en vivo, proyección de videos, para establecer un valor agregado al servicio prestado.

Este proyecto busca satisfacer las necesidades de un mercado nuevo y exigente que a más de ayudar al cuidado ecológico crea conciencia sobre nuestra salud y nuevas formas de transportación en la ciudad de Quito; por lo tanto el servicio a ofrecer será brindado con los más altos niveles de calidad, atención personalizada, calidad de productos, y alimentación y rehidratación basada en estudios técnicos y específicos para el mercado meta.

MISION

Establecernos dentro del mercado con un producto diferenciado, que sea rentable y generar plazas de empleo creando bienestar tanto al cliente interno como externo.

VISION

Llegar a ser la empresa líder en el campo de entretenimiento y estar siempre en la memoria de nuestros consumidores y ser un icono en la ciudad de Quito.

OBJETIVOS DE MARKETING

ESTRATEGICOS

- Ingresar rápidamente dentro del mercado, y mantenerse en una etapa de constante crecimiento y madurez del producto.
- Permanecer constante en la mente del consumidor e incentivar la fidelidad de los mismos.
- Llegar a ser la empresa líder dentro del mercado de un centro de relajamiento e integración de los usuarios de la ciclo ruta en Quito.
- Establecer un producto diferenciado con aceptación del mercado.
- Abarcar varios segmentos de mercado con el manejo adecuado de los canales de distribución, precio, producto de calidad.
- Lograr una máxima rentabilidad sobre la inversión realizada, y con ello una mayor participación en el mercado, para liderar el mercado siendo una empresa que genere altos márgenes de rendimiento.
- Creación de conciencia con un negocio diferente y que aporte a la actividad deportiva y ecológica de la ciudad de Quito.
- Creación de nuevas plazas laborales e incentivar el turismo en la ciudad de Quito mediante la integración de proyectos tales como el “Plan Q”.

PLANES DE ACCIÓN

ESTRATEGIAS

PRODUCTO

Objetivo

- Identificar los productos principales, secundarios y complementarios a ofertar.
- Mantener satisfecho al cliente con el manejo adecuado de nuestros productos y servicios.

- **VARIEDAD**

- *Ofertar el producto principal de Bici Spot 1.0 que es un centro de recuperación y de integración para los ciclistas de la ciudad de Quito.*

Considerando las necesidades y exigencias del mercado de ciclistas, Bici Spot 1.0 contará con la infraestructura adecuada en un ambiente deportivo y cómodo apto para la relajación, ambientación cálida apta para la integración social.

- *Se oferta el servicio de mecánica básica para las bicicletas y problemas relacionados a esta actividad deportiva.*

El recorrido de la ruta de la Ciclo Vía exige un excelente estado y funcionamiento de las bicicletas, por lo tanto siempre existe la posibilidad de sufrir accidentes y averías de las bicicletas por lo tanto bici spot 1.0, comprometido con el cliente ofrece el

servicio de mecánica en el lugar del problema o directamente en el establecimiento de Bici Spot 1.0.

Los problemas mecánicos serán solucionados por personas especializadas en el cuidado y manejo de la mecánica de las bicicletas.

- ***Servicio de rehidratación.***

Debido al esfuerzo físico y constante pérdida de sales minerales en el organismo luego de una actividad física es importante una rehidratación y alimentación adecuada para recuperar energías y continuar con una actividad física.

Bici spot 1.0 ofrece gran variedad de alimentos y bebidas energéticas naturales para la exigencia de nuestros clientes: *jugos naturales refrescantes.*

- ***Implementar el servicio de ayuda a pequeñas emergencias a personas que lo requieran fomentando el compromiso social y de ayuda a este segmento de mercado.***

Conociendo los peligros que existen y los posibles accidentes que pueden existir en el transcurso de esta ruta Bici Spot 1.0 ofrece ayuda a quienes han tenido un accidente dentro de la ruta con el uso de primeros auxilios con la colaboración de las organizaciones vinculadas, como Ciclópolis, Biciacción de modo que el cliente se sienta identificado con la ayuda y compromiso que existe entre Bici Spot y sus clientes.

- ***Implementación del servicio de parking***

El usuario podrá dejar su bicicleta en un lugar seguro por el tiempo que desee, ya que este sistema ecológico de transporte no cuenta con zonas seguras de estacionamiento para las bicicletas por lo tanto Bici Spot 1.0 ofrecerá este servicio de modo que nuestros clientes se sientan seguros y confiados de dejar su bicicleta en nuestra estación.

- **UBICACIÓN**

- ***Bici Spot 1.0 se ubicará en la Av. Amazonas entre la Av. Orellana y A. Naciones Unidas.***

El Parque la Carolina cuenta con varios atractivos que generarán atractivos complementarios y para visitarlos, se escoge este lugar ya que es un punto donde se ha visto mayor afluencia de tránsito de las bicicletas especialmente los fines de semana que se realizan los ciclo paseos y también por la afluencia de no solo ciclistas sino deportistas en general.

- **SEGURIDAD**

- ***Desarrollar campañas de concienciación y seguridad al momento de realizar esta actividad.***

Bici Spot 1.0 se ayudará con material POP (Point-of- purchase, ó material en punto de venta, que es el material promocional colocado en el punto de venta para captar la atención del cliente impulsar la compra) como flayers, afiches.

Costo: 250 USD. Para compra de material POP

PRESENTACION

- *Hacer mejoras permanentes grandes o pequeñas de la fachada e interiores de Bici Spot 1.0, para dar una imagen de pulcritud, limpieza y agrado al cliente.*

PRECIO

Objetivo

- Incentivar y captar al cliente con precios asequibles y llamativos.
- Incrementar el margen de utilidades con las estrategias de precios de manera de cubrir costos y ganar mercado a nuestra competencia.

- **PRECIOS DE TEMPORADA**

- *Precios especiales para temporada de vacaciones de escuelas y colegios.*

Debido a la temporada y como forma de incentivar el uso de este sistema ecológico de transporte los precios variarán en la temporada de verano de la Ciudad de Quito.

Los precios bajarán en un 5% de todos los servicios ya que se espera crezca la demanda de los mismo en la temporada alta de Bici Spot.

- **TARIFAS**

- *Tarifas especiales para clientes frecuentes, y personas que deseen asociarse a la estación de servicio Bici Spot 1.0, con tarifas más bajas de los precios normales en todos los servicios hasta beneficios del 10% menos del precio de venta de los servicios.*

- **POLITICAS DE PRECIO**

- *La fijación de precios esta basada en la competencia, punto de equilibrio y mercado por lo que fijaremos precios a la par de estos factores.*

Es importante definir los precios de algunos servicios que brinda Bici Spot respecto de la competencia como lo es, Ciclo Polis, que ya ofrecen algunos de los servicios propuestos por Bici Spot 1.0, por lo que los precios se fijarán con un 5% menos de nuestra competencia en la etapa introductoria de nuestra estación de servicio.

- *Los precios se fijarán de acuerdo al número de visitantes y las temporadas especiales para el uso de las bicicletas en la ciudad de Quito.*

Es indispensable determinar mediante el estudio de mercado y las etapas de ciclo de vida del producto nuestra posición en el mercado para la fijación adecuada de los precios a establecer.

- *Implementación de precios Psicológicos de manera que llamemos a su atención pero sin descuidar la calidad del servicio y productos.*

Se fijarán precios de referencia para que así nuestros clientes puedan recordarlos y al momento de comprar nuestros bienes y servicios simplifiquen la información sobre el precio ignorando las cifras finales.

- ***Precios ligeramente bajos respecto a la competencia en la etapa de introducción al mercado.***

Los precios que oferta Bici Spot 1.0 al principio del proyecto ofrecerán beneficios de economía y comodidad para nuestros clientes con el fin de ganar clientela de la competencia pero sin desmejorar nuestra calidad de servicios y productos

- ***Incremento de precios en la etapa de crecimiento de la empresa Bici Spot 1.0***

Se busca incrementar el margen de utilidad de la empresa y así cubrir mejor los costos de inversión y funcionamiento de la empresa, se incrementarán ligeramente los precios para no afectar al bolsillo del mercado de ciclistas Quiteños.

- ***Estabilización de precios en la etapa de madurez de nuestra estación de servicio***

Se busca estabilizar los precios ofertados por Bici Spot 1.0 para que el cliente finalmente se sienta identificado y acorde con el servicio que ofrece Bici Spot 1.0, fijando en su mente una aceptación entre precio y calidad.

PROMOCION

Objetivos

- Informar de manera especial y llamativa a nuevos clientes y usuarios de la ciclo vía permanente en la ciudad de Quito.
- Influir constantemente al uso y concienciación del uso de transportes alternativos en la ciudad de Quito.
- Dar a conocer los diferentes servicios y productos que ofrece Bici spot 1.0

• PUBLICIDAD

- *Elaboración de dípticos que serán entregados a los ciclistas durante el transcurso de su pedaleada en la ciclo Q.
Costo: 200USD*
- *Colocar dos vallas publicitarias en lugares estratégicos de la ciclo Q, detallando los productos y servicios de Bici Spot 1.0 en el centro histórico y otra en el parque del Ejido.
Costo: 160 USD*
- *Elaboración de 350 calendarios que serán entregados en los principales almacenes de compra y venta de bicicletas con postales de la ciudad de Quito estrechamente ligados al uso de bicicletas.
Costo: 100 USD*
- *Creación de una página web y blog spot para que la gente tenga acceso a conocer los bienes y servicios que ofrece Bici Spot 1.00 a más de actividades relacionadas a la actividad del ciclismo.
Costo: 399 USD pago anual de página web.*

- **PLAN DE MEDIOS**

- **Medio secundario: Radio**

Es uno de los medios más baratos, y permite crear conciencia en el receptor mediante el uso de ideas nuevas y ayuda a imaginar ciertas ideas de distintas situaciones.

- Radio La Luna: especialmente el horario nocturno es escuchado por jóvenes que buscan ideales ecológicas y alternativas a la sociedad típica.

Costo: 80 USD

- **Medio Auxiliar: Prensa Escrita**

- Revista Biciaccion que es una revista especializada en todo lo referente a esta actividad y llega gratuitamente a los usuarios de esta ciclo vía.

Costo: Gratis

- **RELACIONES PUBLICAS**

- *Participar en foros, reuniones, ferias de nuevos sistemas de transporte, viabilidad de esta ciclo vía organizada por el Municipio de Quito.*
 - *Presentación de actos artísticos directamente en la estación de servicio para establecer un valor agregado al servicio prestado.*
 - *Mejorar las relaciones con fundaciones como biciacción y generar un equipo de trabajo.*
 - *Viajes de prensa donde se invita a los medios a disfrutar de esta actividad y que conozcan los productos ofertados por Bici Spot 1.0*

- *Participación y buscar alianzas estratégicas con el proyecto de Plan Q.*
- *Inserción en la campaña de promoción turística “Escápate a Quito” realizada en Bogotá Colombia*
- *Creación de una carrera ciclística por la ruta “Ciclo Q” auspiciada por Bici Spot 1.0 y llamar la atención de muchos participantes.*

- **PROMOCION DE VENTAS**

- *Descuentos especiales a grupos de amigos en servicios de masajes en un 10% menos del precio planteado.*
- *Elaboración de concursos, juegos sorteos donde se sortearan bicicletas para incentivar el uso de este medio de transporte a más de crear fidelización del cliente.*

- **MERCHANDISING**

- *Venta de artículos especializados de bicicletas en la estación de servicio, exclusivos y de distintas marcas que generen compra por impulso de los mismos.*
- *Venta de alimentos y bebidas con nombres llamativos que generen inquietud por probarlos y que sean ricos en energía y nutrición.*

PLAZA

Objetivos

- Llegar de mejor manera a nuestros clientes mediante el uso adecuado de canales de distribución

- **ESTRATEGIAS**
 - *Creación de alianzas con los centros especializados que publiquen y hagan llegar nuevos clientes a nuestra estación de servicio.*
 - *Venta directa mediante el conocimiento del producto y servicio ofertado, recomendación directa de los servicios.*
 - *Estrategias de Pull donde se presionará al cliente a ingresar y tomar los servicios de Bici Spot 1.0 al encontrarse cerca de la estación mediante la promoción y publicidad de Bici spot 1.0*
 - *Venta del producto mediante el uso de “la agenda cultural” de la ciudad de Quito mediante la oferta de “Actividades a realizar”*
 - *Como dueño y administrador de la empresa Bici Spot 1.0 la venta directa se la realiza mediante el ejemplo de usar una bicicleta como transporte alternativo y las relaciones directas con los ciclistas en la ciclo ruta.*

RECOLECCION DE LA INFORMACIÓN

En el año 2003 cuando empieza a darse la actividad dominical de los ciclopaseos con 10 Km. de recorrido la primera convocatoria tuvo una aceptación muy importante donde aproximadamente 5000 personas asistieron a disfrutar de esta actividad y como la aceptación fue importante se hicieron las gestiones necesarias por parte de entidades como Biciacción, para que esta actividad contara con más kilómetros de recorrido y que incluyera a más ciudadanos que les llamó la atención esta actividad; es así que en la actualidad esta actividad se realiza cada domingo y su recorrido es de aproximadamente 30 Km. y cuenta con una asistencia masiva de aproximadamente 30.000 personas por vez según los datos de Biciacción como principal organismo precursor de esta iniciativa.

DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

En el caso de la demanda de usuarios de la Ciclo Q no se tiene un dato o registro específico con el cual se pueda tener una idea de cuántos son los usuarios que participan de esta actividad, por lo que para el cálculo de la muestra se ha tomado la fórmula población infinita de más de 500.000 elementos, un margen de error del 6%, probabilidad favorable 50% y no favorable 50%.

$$n = \frac{Z^2 p * q}{e^2}$$

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.06^2}$$

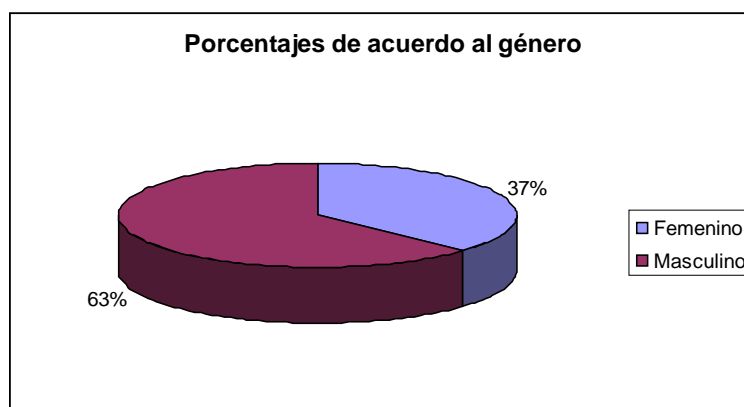
$$n = \frac{3.8416}{0.0036}$$

$$n = 266 \text{ encuestas}$$

TABULACIÓN DE DATOS

Se obtuvo un número total de 266 encuestas dirigidas a la demanda las mismas que fueron aplicadas a personas que son partícipes de los Ciclopaseos Dominicales y que también utilizan a la bicicleta como medio de transporte cotidiano dentro de la Ciudad de Quito. Las encuestas también fueron aplicadas a deportistas en general que practican otro tipo de deportes aeróbicos como el atletismo, caminata, que también ven importante la idea de una correcta alimentación e hidratación antes, durante y después de la práctica deportiva.

Sexo	N.-	%
Masculino	168	63
Femenino	98	37
Total	266	100



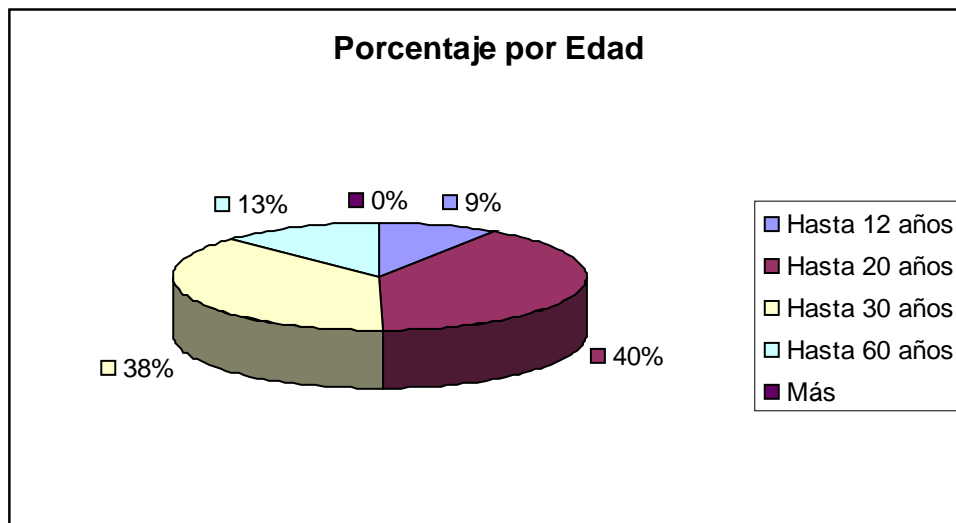
Fuente: Investigación directa

Elaborado por: José Acuña Z

ANÁLISIS

De un total de 266 encuestas realizadas a lo largo de la Ciclo Vía los días domingos del Ciclo paseo y días comunes de lunes a viernes se arrojó los siguientes datos: 37% de los participantes de esta actividad son mujeres, mientras que el 63% son hombres. Cabe destacar la participación de las mujeres en este tipo de actividades debido a que muchas organizaciones como Ciclopolis y Biciacción han incentivado al uso de la bicicleta de una manera segura dirigido a mujeres mediante cursos de mecánica básica, cómo montar de forma segura la bicicleta, talleres, normas de seguridad. etc.

Edad (años)	N.-	%
< 12 años	24	9
13-20	106	40
21-30	101	38
31-60	35	13
> 60 años	0	0
TOTAL	266	100

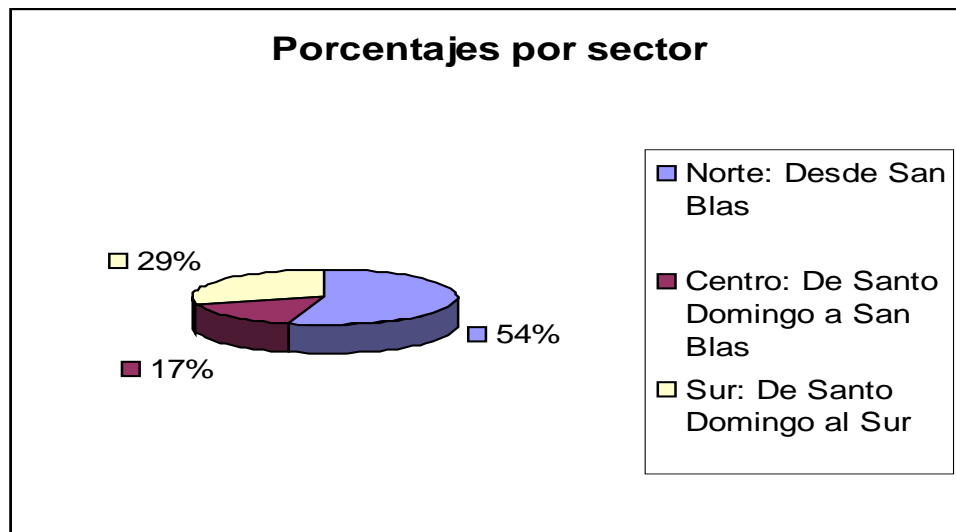


Fuente: Investigación directa

Elaborado por: José Acuña Z

ANÁLISIS

Los porcentajes más significativos son el del grupo comprendido entre edades de “hasta 20 años” con el 40% de participación y de “hasta 30 años” con el 38% de participación. Cabe destacar que estos grupos como principal objetivo tienen el de conocer gente, ejercitar el cuerpo, recrearse. El grupo comprendido de “hasta 12 años” realiza esta práctica acompañado de familiares, padres de familia, amigos, mientras que el grupo de “hasta 60 años” busca el cuidado de la salud, salir de la rutina y recrearse de una manera sana y divertida.

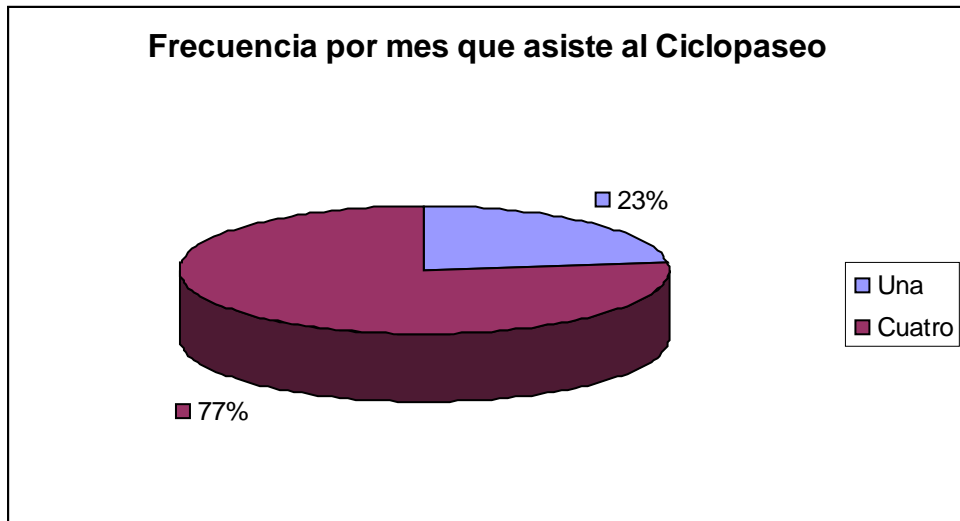


Fuente: Investigación directa

Elaborado por: José Acuña Z

ANÁLISIS

El dato del sector que provienen los ciclistas o deportistas es muy importante para conocer el recorrido que realizan los mismos en distancia; el ciclo paseo tiene una distancia de 21 Km. y la mayoría de las personas encuestadas comentan que cumplen con todo el recorrido. El mayor porcentaje de personas provienen del sector Norte con el 54%, las personas del Centro ocupan una participación del 17% y las personas provenientes del Sur de la Ciudad ocupan el 29%. Cabe recalcar que las personas encuestadas fueron consultadas al final del recorrido al Sur como al Norte para tener un dato más específico de quienes cumplen con el recorrido y su proveniencia, con el fin de poder calcular el nivel de deshidratación y su tratamiento de rehidratación para cumplir con el objetivo del negocio.



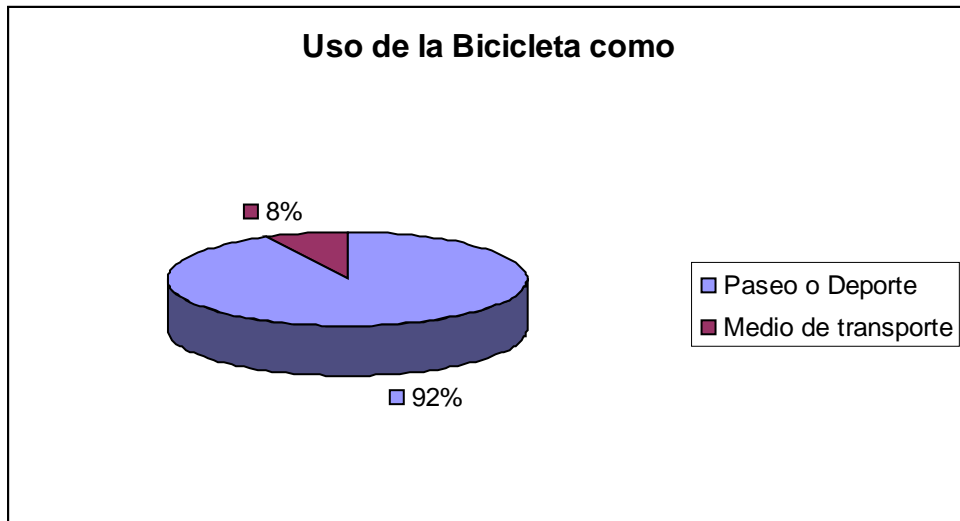
Fuente: Investigación directa

Elaborado por: José Acuña Z

ANÁLISIS

Es muy importante conocer la frecuencia con la que asisten los participantes de los Ciclo paseos dominicales ya que esto nos ayudará a identificar los días de apertura del local y la lealtad de nuestros posibles clientes. Los resultados a la pregunta son favorables ya que el 77% de los usuarios consultados asisten los 4 fines de semana al mes y el 23% una vez al ciclo paseo dominical; esto nos indica que se deberá crear estrategias de fidelización de nuestros clientes ya que por lo general ellos asisten cuatro veces al mes a realizar esta actividad.

Se puede observar que la gente participante del Ciclo paseo es muy fiel a esta actividad con el fin de hacer deporte, relacionarse con amigos y familiares, por recreación, como observaremos más adelante en los resultados de las siguientes preguntas.

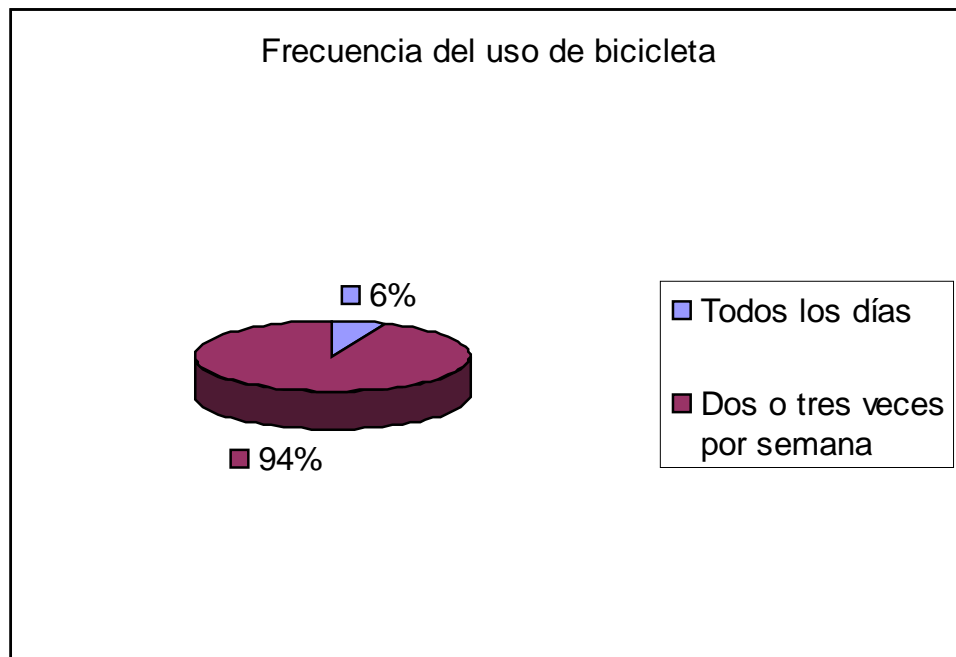


Fuente: Investigación directa

Elaborado por: José Acuña Z

ANÁLISIS

El resultado de esta pregunta es muy importante para el enfoque del negocio ya que se puede ver a simple vista que la mayoría de las personas ve a la bicicleta como un instrumento para realizar ejercicio o simplemente de paseo, aún es escaso el número de personas que toman a la bicicleta como un medio de transporte alternativo. El 92% de las personas encuestadas usan a la bicicleta como paseo o deporte por lo que el negocio será dirigido especialmente a este grupo de personas pero el 8% restante también tiene necesidades por lo cual se trabajará en conjunto con organizaciones como Ciclopolis y Biciacción para incentivar más el uso de la bicicleta como medio de transporte además de campañas publicitarias enfocadas a este pequeño segmento de mercado para que conozca el establecimiento y sus necesidades se vean satisfechas especialmente de lunes a viernes.

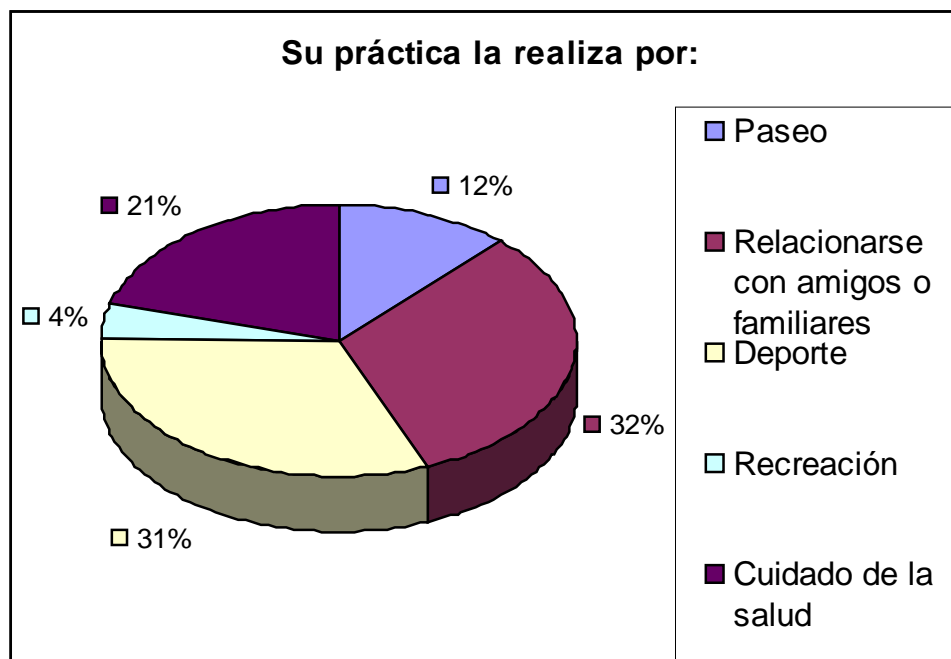


Fuente: Investigación directa

Elaborado por: José Acuña Z

ANÁLISIS

Lamentablemente para el objetivo del proyecto que es la creación del centro de rehidratación y energización el uso de la bicicleta como medio de transporte diario es muy bajo, apenas con un 6% de participación diaria y un 94% de personas que usan la bicicleta un promedio de dos o tres veces a la semana que tampoco es malo, pero para esto se contará con el apoyo de organizaciones dedicadas a incentivar el uso de bicicleta para ayudar a incrementar así el número de ciclistas urbanos por lo tanto a incrementar así el mercado meta. Se realizarán eventos que incentiven a los ciclistas a visitar el establecimiento no solo como un lugar de rehidratación sino también como un centro social y temático para ciclistas urbanos y personas con un pensamiento alternativo y diferente.



Fuente: Investigación directa

Elaborado por: José Acuña Z

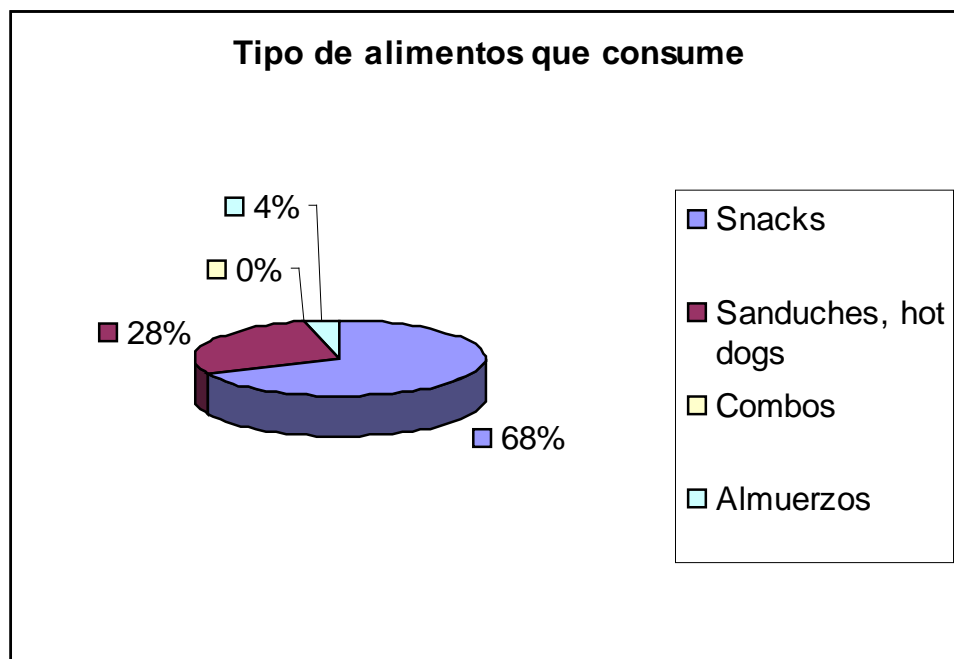
ANÁLISIS

Semanalmente esta actividad del ciclo paseo atrae a miles de personas que acuden por varios motivos entre los cuales por método de observación se pudo definir las siguientes opciones:

- *Relacionarse con amigos y familiares*, con el 32% lo cual demuestra que esta actividad es de amigos y familiar, este dato nos ayuda para definir el tipo de ambiente del establecimiento, decoración, musicalización etc.
- *Deporte*, con el 31% es el segundo motivo más importante por la que la gente participa del ciclo paseo; este dato nos ayudará a definir los productos y servicios que los deportistas requieren para satisfacer sus necesidades como tales ya sean bebidas hidratantes, servicios adicionales, etc.
- *Cuidado de la salud*, este motivo ocupa el tercer lugar con el 21%; mucha gente realmente está conciente que el ciclismo es uno de los mejores ejercicios que puede haber por lo tanto realiza esta práctica por mantener saludable el cuerpo, por receta médica, por estética, es así que, estas personas necesitan de un lugar apto y agradable para

descansar, tomar fuerzas y así complementar rutina del cuidado de la salud.

- *Paseo*, con el 12%, las personas encuestadas afirmaron que la ciudad de Quito es muy agradable para ser recorrida de una manera diferente a la común que es con autos, tráfico, smog, etcétera por lo cual en las conversaciones con estas personas se pudo sacar como conclusión que la actividad del ciclo paseo es también una actividad turística y necesita de servicios complementarios de alimentos y bebidas, de tal modo se cumpliría el círculo turístico: *atractivos turísticos, servicios auxiliares, complementarios*.



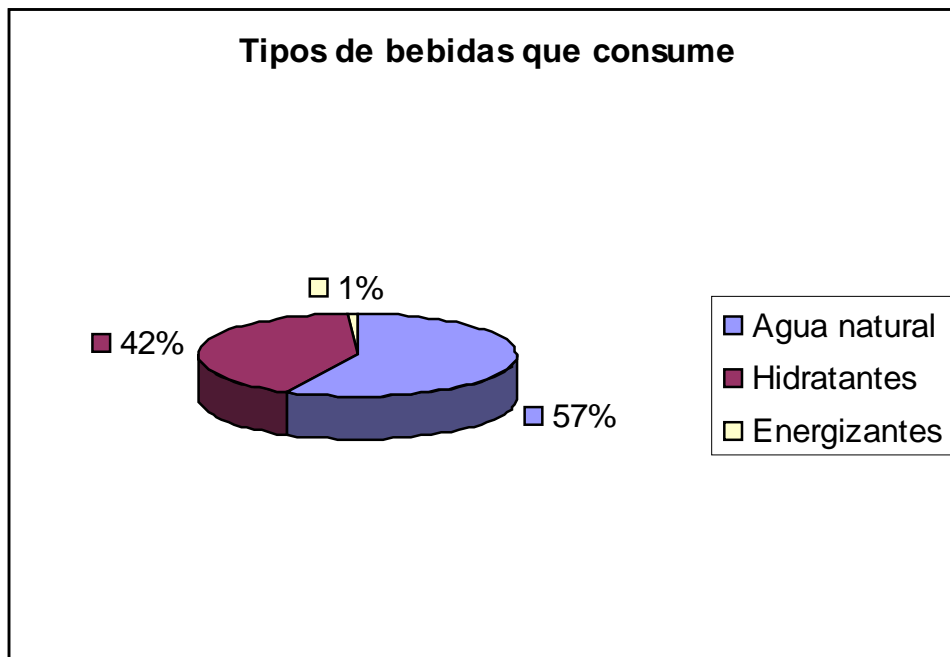
Fuente: Investigación directa

Elaborado por: José Acuña Z

ANÁLISIS

Durante la investigación se pudo sacar como conclusión acerca de esta pregunta que la mayoría de las personas prefieren comida ligera y que les permita continuar con el recorrido de la ruta. El 68% de las personas prefiere comer snacks que son alimentos que generalmente se utilizan para satisfacer el hambre temporalmente y que brindan al organismo una importante cantidad de energía o que simplemente se los consume por placer. El 28% de las personas prefirió una opción más consistente como el consumo de sánduches, hot dogs, ya que por el ejercicio realizado se pierde mucha energía.

Finalmente un 4% de las personas encuestadas prefiere el consumo de combos que incluyeran alimentos y bebidas, pero desde el punto de vista nutricional en conjunto con la práctica del deporte no es conveniente, y peor aun si no existe una planificación nutricional adecuada para el deportista.

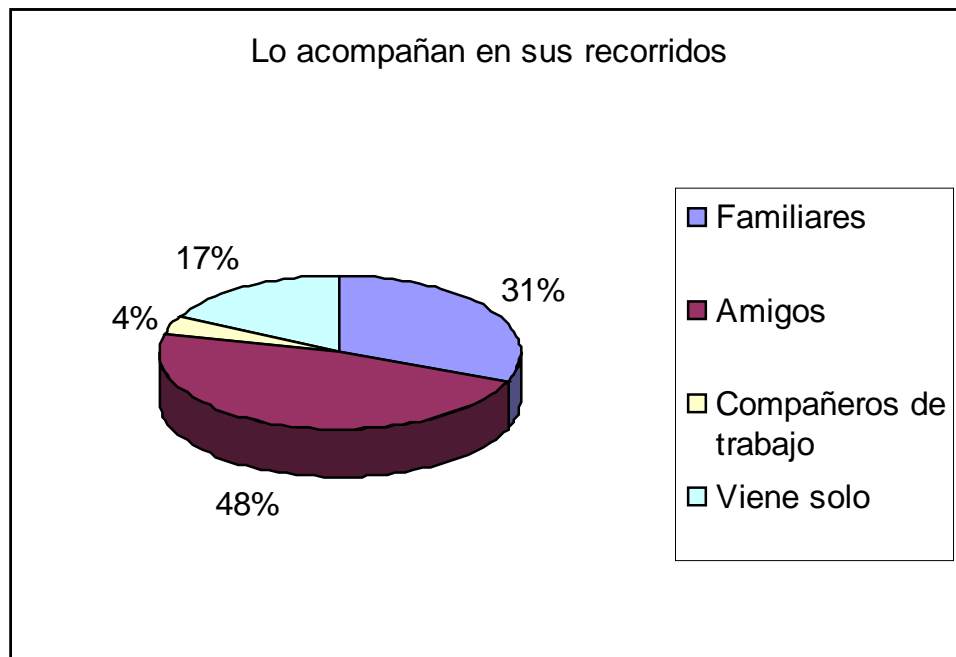


Fuente: Investigación directa

Elaborado por: José Acuña Z

ANÁLISIS

El resultado como se puede observar es que las personas que acuden a esta actividad prefieren beber agua natural (57%), esto principalmente por el costo y debido a que a lo largo de la ruta se encuentra pequeños puestos auspiciados por La Empresa Metropolitana de Agua Potable (EMAAP) que distribuye agua a todos los usuarios sin ningún tipo de costo. El 42% pertenece a las personas que prefieren los Hidratantes con sales minerales indispensables para una correcta hidratación en la práctica deportiva, pero cabe destacar que muchas de estas personas desconocen como trabajan estas bebidas, cuándo tomarlas, cómo tomarlas, a qué temperatura tomarlas. Por lo tanto, el centro de rehidratación estará preparado para ofrecer bebidas hidratantes naturales y con las especificaciones debidas para cada caso.



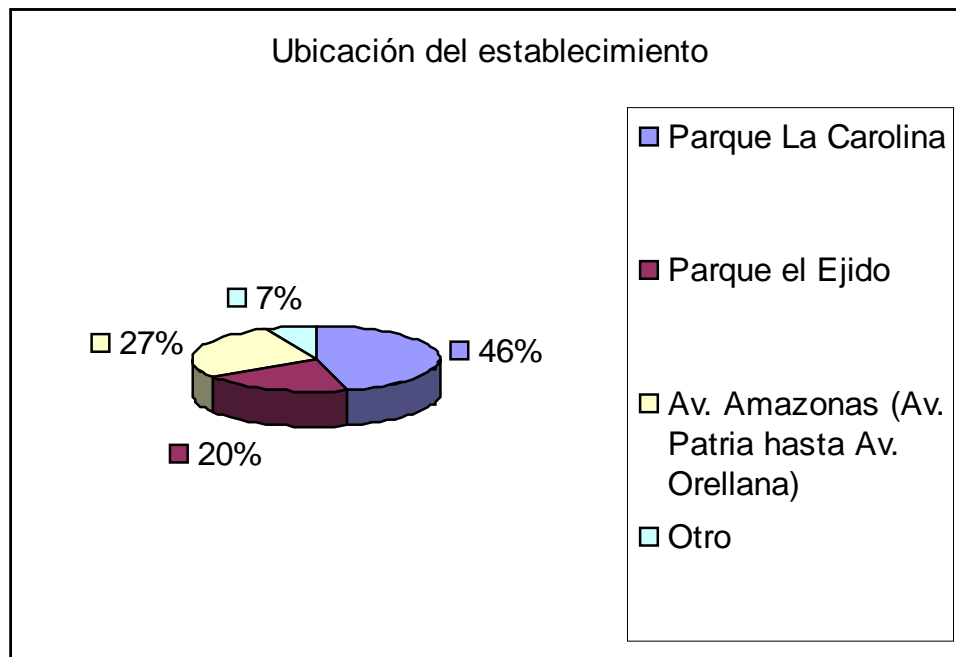
Fuente: Investigación directa

Elaborado por: José Acuña Z

ANÁLISIS

Este tipo de actividades saludables tanto como para el cuerpo humano, para el ambiente, turismo, siempre atraen miles de participantes y generan inclusión social, comunidad, por lo que la mayoría de personas consultadas, el 48% viene acompañado con sus amigos para disfrutar de esta actividad con un promedio de acompañantes de 3 a 4 amigos. El 31 % de las personas vienen acompañadas de familiares en un promedio de 4 personas. El 17% de las personas encuestadas decide venir sola ya que también ve a esta actividad como una actividad deportiva, turística.

Con esta información podemos considerar el tipo de ambientación para el establecimiento, número de personas por mesa, visitantes, etc.



Fuente: Investigación directa

Elaborado por: José Acuña Z

ANÁLISIS

Por la concentración de personas que acuden los fines de semana la mayoría de las personas cree que es factible la instalación del establecimiento en el Parque de la Carolina con un 46% de aceptación. Otro lugar también aceptado por gran parte de la gente encuestada es la Av. Amazonas entre la Av. Patria y Av. Orellana (27%); este lugar es muy acudido especialmente de lunes a viernes por varios ciclistas urbanos que utilizan la bicicleta como medio de transporte.

El 20% de las personas encuestadas respondió que un buen lugar es en el Parque de el Ejido, la mayoría de las personas que respondió por el Parque del Ejido eran en su mayoría personas provenientes del Sur de la Ciudad de Quito.

El 7% sugirió otros lugares tales como: *Parque de tubos al sur de la ciudad, en las estaciones de CicloPolis, sector de Plaza de toros, Centro Histórico.*

Por los resultados dados se puede observar que el 100% de los ciclistas participantes del Ciclo Paseo requieren de varios lugares dentro del recorrido para ser atendidas sus necesidades, por lo que se puede pensar a futuro contar con varias estaciones de energización y rehidratación, y mucho más si existe un constante crecimiento de participantes del Ciclo Paseo de Quito.

CAPÍTULO III

ESTUDIO TÉCNICO

DESCRIPCIÓN

El constante crecimiento de usuarios del Ciclo Paseo de Quito y la aceptación recibida hacia el proyecto a futuro hace pensar factible la creación de una estación de rehidratación y energización destinada para las personas que hacen uso de esta ruta y que gustan del deporte, la distracción, el cuidado de la salud y por supuesto el manejo de un sistema de transportación alternativo, diferente y ecológico.

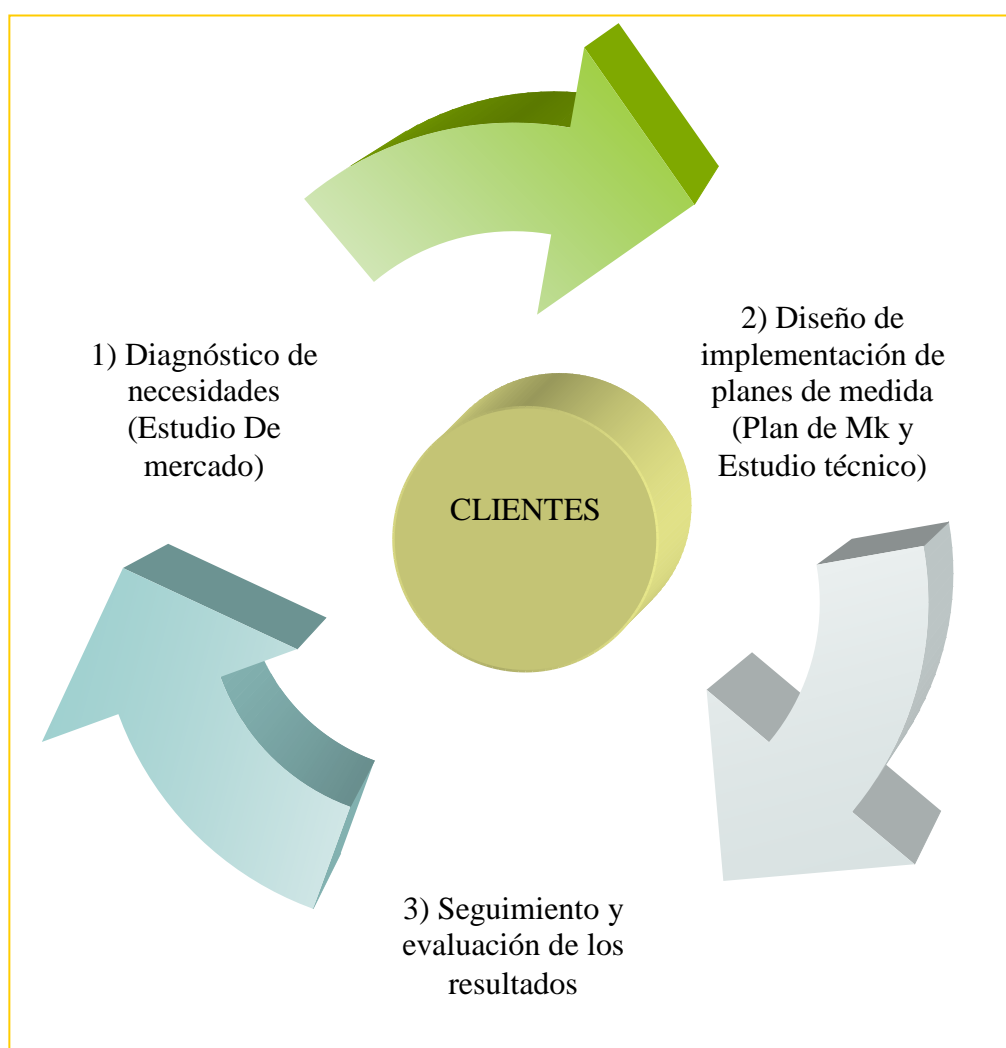
El estudio de mercado nos brindó información muy importante de los servicios requeridos por los usuarios del ciclo paseo de la Ciudad de Quito, siendo entre éstos los más importantes los siguientes:

<u>Servicios</u>	<u>Descripción</u>
Rehidratación	Bebidas naturales y específicas para brindar a nuestros clientes la propicia hidratación y rehidratación deportiva.
Alimentación	Alimentos sanos y nutritivos para complementar la práctica deportiva.
Centro temático de esparcimiento para ciclistas y deportistas urbanos	Servicio de alimentos y bebidas en un ambiente temático y especializado para nuestros usuarios con el fin de generar un valor agregado al servicio principal.
Transporte	Servicio alternativo en caso de lluvia o por necesidad del ciclista, se procederá a dar servicio de transporte puerta a puerta.
Auxilio mecánico	Servicio mecánico y atención de eventualidades en sitio.

VENTAJAS COMPETITIVAS

Toda empresa al ingresar al mercado o para permanecer en él y poder subsistir con índices de rentabilidad, deberá buscar sus ventajas competitivas y potenciarlas, esto radica en el conocimiento del mercado y su diferencial ante la competencia.

El centro para la rehidratación y energización de los deportistas usuarios del Ciclo Q tiene una gran ventaja ya que este mercado aun no está siendo atendido según los datos de la encuesta formulada; y es por eso que se ha identificado varios aspectos en los cuales la empresa pudiera surgir con un gran diferencial y siendo líder en el mercado.



IDENTIFICACIÓN DE VENTAJAS COMPETITIVAS

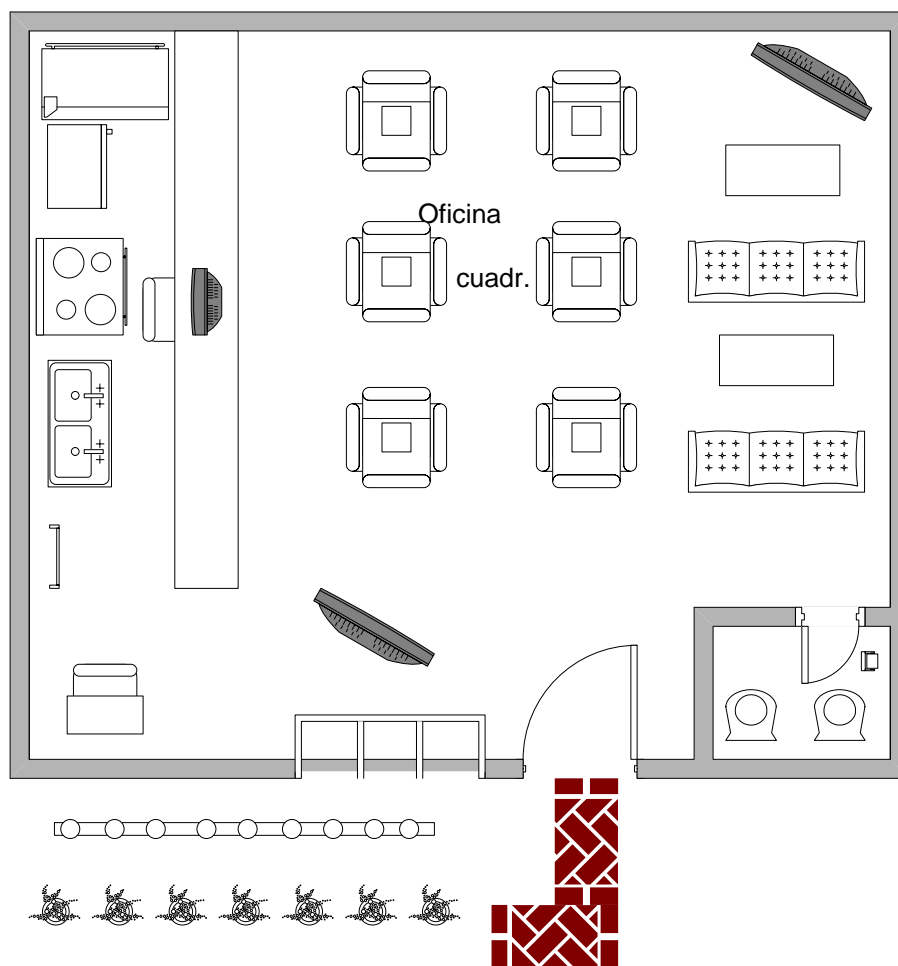
Una vez realizado el estudio de mercado, se obtuvo información muy importante sobre las necesidades del mercado y la competencia, dando como resultado la identificación de las siguientes ventajas competitivas para la empresa a formarse.

Ventajas competitivas:

- ❖ Aumento de ciclistas en la ciudad debido a la concienciación del uso de transportes alternativos, lo que lleva a la captación de mayores usuarios de nuestros servicios y productos.
- ❖ Oferta de bebidas especializadas para la correcta rehidratación de los usuarios de la ciclo Q para lo cual se hará un estudio técnico de dichas bebidas.
- ❖ Empresa especializada en ciclismo urbano y punto de concentración de personas con gusto por este deporte.
- ❖ El centro no solo brindará servicio de bebidas sino también una gran gama de servicios previamente detallados.
- ❖ Empresa dedicada no solo a la comercialización de productos y servicios sino también a la concienciación de los usuarios por la alternativa del uso de diferentes sistemas de transportación.
- ❖ El centro tendrá un ambiente temático a la actividad que se realiza, por lo que se busca captar al mercado específico de ciclistas urbanos, siendo la única empresa de este tipo.
- ❖ Creación de una marca que identifique al establecimiento.

DISTRIBUCION DEL ESPACIO

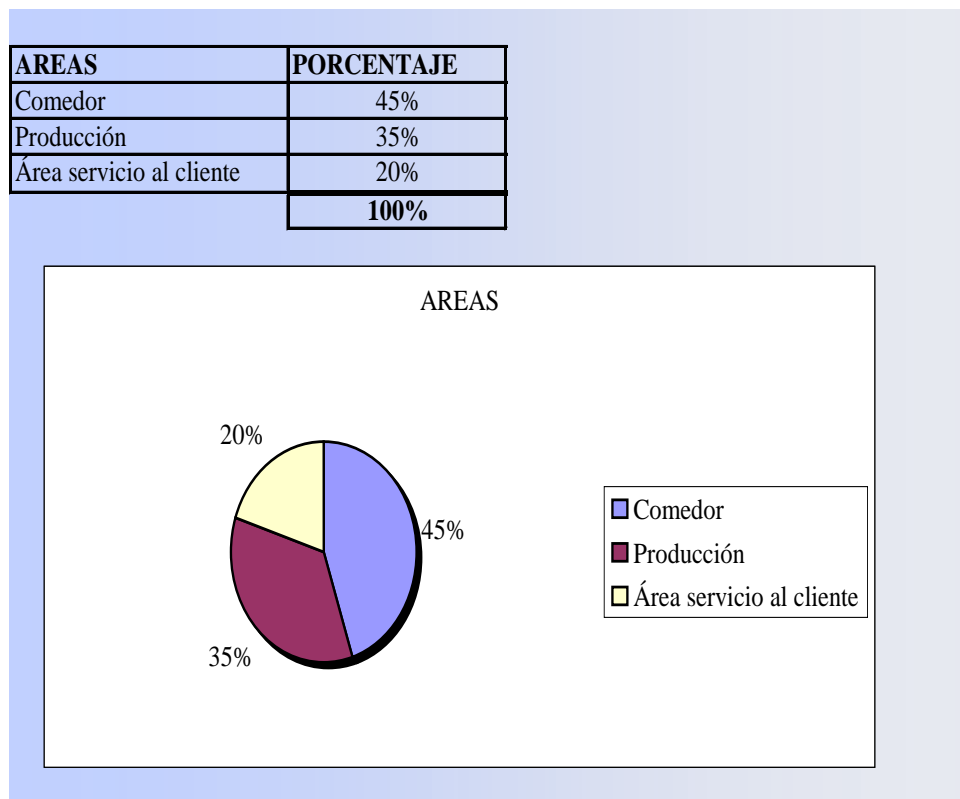
La distribución del espacio comprende la utilización del espacio físico para las distintas áreas que comprenderán el centro, y podemos identificar las siguientes:



- Comedor
- Cocina o área de producción
- Área de servicio
- Aparcamiento de bicicletas

La distribución del espacio físico en el negocio de la restauración es de vital importancia tanto en la satisfacción del cliente así como en la preparación eficiente de los alimentos, es así que, una fórmula estándar es asignar el 45% del espacio total al área del comedor, 20% para servicios al cliente y el 35% para la producción.

Porcentaje de distribución



AREA DE REHIDRATACIÓN Y ALIMENTOS

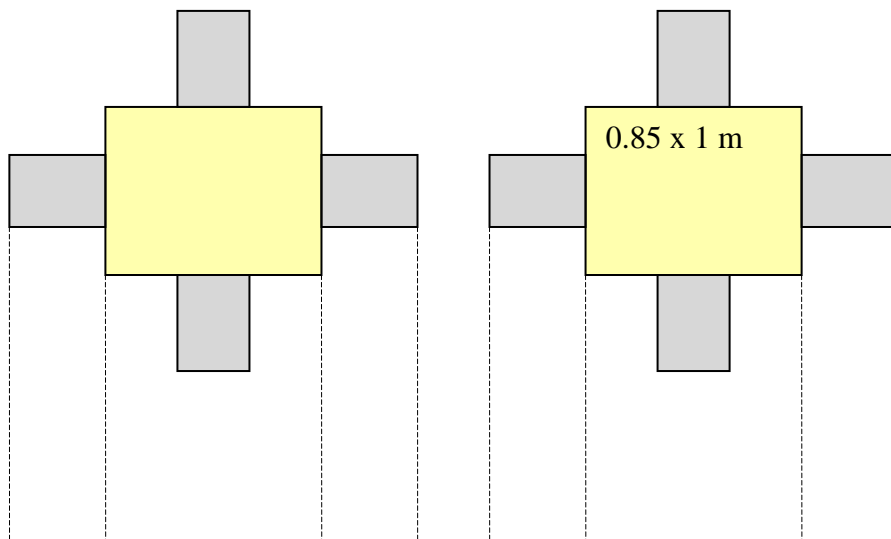
Esta área es la imagen corporativa que pretendemos proyectar hacia nuestros clientes, es el espacio donde ellos podrán sentir satisfacción o rechazo hacia nuestros productos y servicios.

El aspecto más importante en ésta área del establecimiento es la correcta distribución de las mesas y espacios entre las mismas, ya que resulta muchas veces incómodo el paso de meseros o de otros visitantes por el lugar donde se están sirviendo los alimentos y bebidas ofertadas.

La distribución que se tomó en cuenta para el proyecto es de tipo rectangular, ya que genera mayor comodidad para el servicio que se pretende brindar, asimismo, los espacios son más adecuados para que los clientes se sientan a gusto luego de una actividad física fuerte por lo que existe mayor ventilación en el establecimiento.

❖ *Distribución de las mesas:* (rectangular)

- Mesas: 0.85 centímetros x 1 metro



AMBIENTACIÓN

La ambientación es muy importante ya que representa la imagen que deseamos proyectar a nuestro mercado meta; la imagen del establecimiento representa una buena combinación de mercadotecnia que es el estudio de mercado, productos que son los beneficios y su valor así como la comunicación que es la publicidad y la promoción de ventas.

ILUMINACIÓN

La principal función de la iluminación en el establecimiento es la de crear un ambiente funcional y llamativo para nuestros clientes, por eso el simple hecho de manejar bien los ambientes y su iluminación dará como resultado una ventaja competitiva para el establecimiento.

Como objetivos que brinda una buena iluminación destaco los siguientes:

- Crear una ambientación diferente y agradable para nuestros clientes.
- Reducir costos de energía
- Crear un ambiente de seguridad al cliente.
- Llamar la atención de los detalles arquitectónicos del establecimiento, atractivos, platillos, etc.

USO RACIONAL DE LA ENERGÍA

Una buena distribución de la iluminación del establecimiento hará que se reduzcan costos fijos a la vez que crea un ambiente distinto y sobrio para el concepto de establecimiento planteado especialmente para el servicio de la tarde y noche ya que el establecimiento no solo tiene como objetivo ser un lugar para rehidratación de deportistas sino también ser un punto de encuentro para personas con los mismos intereses deportivos urbanos.

Para hacer un uso racional de la energía se tomarán las siguientes medidas:

- Utilización de iluminarias de bajo consumo energético.
- Uso de pinturas y colores que favorezcan la iluminación y que de paso brinde un ambiente sobrio y relajado.
- Mantenimiento continuo de instalaciones eléctricas
- Utilización de sensores que ayuden a la reducción del uso de la energía y evitar así el derroche de energía.

ÁREA DE PRODUCCIÓN

El área destinada para la producción será la ya antes mencionada, el 35% del área total del establecimiento, que incluye el área para la recepción de materia prima, almacenaje, preparación de alimentos, lavado de utensilios y una pequeña área para labores administrativas.

El área de producción es una de las áreas más importantes ya que es aquí donde se realizan los debidos procesos para ofrecer un producto que satisfaga las necesidades del mercado al cual nos dirigimos para lo cual se va a contar con un proceso definido de limpieza tanto de utensilios como del área de trabajo y del local en si.

LIMPIEZA Y ASEO DEL ESTABLECIMIENTO

El aseo del establecimiento es la carta de presentación hacia nuestros clientes, por lo tanto es indispensable mantener el correcto aseo del mismo; para lo cual se ha desarrollado un plan de mantenimiento diario de las instalaciones del local:

1. Limpieza diaria de todas las áreas a excepción de los servicios higiénicos, cocina, cestos de basura donde se deberá hacer la limpieza por lo menos dos veces al día.
2. El proceso de limpieza se realizará antes del proceso de servicio y nunca durante.
3. Los insumos de limpieza deberán ser atóxicos, de olor suave, y que no dañen la superficie de los artículos.
4. Luego de la limpieza habrá un tiempo prudente para que el local se ventile y su acción sea eficiente.
5. Se contará con un área específica para el almacenaje de los insumos de limpieza bien identificado con etiquetas y separado de los alimentos y el área de producción.
6. El almacenaje de la basura se hará en contenedores herméticos para evitar la salida de olores y aparición de plagas perjudiciales para la salud. Se identificará los horarios de recolección de residuos por parte de la Empresa Metropolitana de aseo.

LA HIDRATACIÓN DEL DEPORTISTA

El proceso de hidratación en el deportista es de vital importancia por lo tanto mantener el equilibrio hídrico es fundamental para cualquier ser humano y su descuido puede afectar directamente al rendimiento físico y es perjudicial para la salud.

Al hablar de hidratación es necesario hablar del agua que es el componente más abundante del cuerpo humano (aproximadamente el 65%); “el consumo o ingesta hídrica proviene de tres fuentes: bebidas, alimentos y agua metabólica resultante de las reacciones químicas que se suceden en nuestro organismo.”⁵

El agua en el organismo desempeña funciones muy importantes ya que es el medio por el cual se diluyen los líquidos corporales (sangre, secreciones digestivas, orina); cumple la función de transportar nutrientes a las células y productos de desechos desde éstas, ayuda a la digestión a diluir los nutrientes de los alimentos y regula la temperatura corporal.

Por lo tanto es necesario recuperar la cantidad de agua que inevitablemente se pierde debido a distintos procesos fisiológicos.

A continuación se presenta un cuadro explicativo de las necesidades y el gasto de agua en una persona sedentaria de 70 Kilos de peso:

Aportes y pérdidas diarias de agua de una persona sedentaria

Consumo hídrico diario		Excreción hídrica diaria	
<i>Fuente</i>	<i>Iturriza y cols 1995</i>	<i>Fuente</i>	<i>Iturriza y cols 1995</i>
Bebidas	1300	Orina	1500
Alimentos	1000	Heces	300
Agua Metabólica	300	Pulmones	300
		Piel (sudor)	500
Total	1600 ml	Total	1600 ml

⁵ <http://www.efdeportes.com/efd66/hidrat.htm>

Fuente: <http://www.efdeportes.com/efd66/hidrat.htm>

Mediante el control del peso antes y luego de realizada la actividad deportiva se puede conocer el grado de deshidratación del individuo por lo tanto se plantea la siguiente estrategia de hidratación:

ESTRATEGIA DE HIDRATACIÓN	
Antes	4 horas antes
	2 horas antes
	15 minutos antes
Durante	Cada 15 minutos
Después	Litro y medio / Kg. peso perdido

Fuente: The Gatorade Sports Science Institute

HIDRATACIÓN EN DEPORTES AEROBICOS

En primer lugar se define deporte aeróbico a aquellos en los que el organismo obtiene la energía necesaria a partir de vías aerobias por ejemplo actividades de caminatas, atletismo, natación, ciclismo, etc.

Dado que el organismo es homeotermo, es decir mantiene una temperatura constante del cuerpo y con la práctica del ejercicio físico se genera calor el cual debe ser eliminado, es así que, el organismo utiliza mecanismos de refrigeración siendo el más efectivo la sudoración lo que conlleva a la pérdida de agua y electrolitos. Es ahí cuando empieza el proceso de deshidratación, para lo cual no solo es necesario el consumo de agua sino que se usan bebidas de reposición hidroelectrolítica a través de las cuales reponemos el agua y electrolitos perdidos.

Este tipo de bebidas se las denomina bebidas deportivas y ayudan a la fácil e inmediata reposición de agua, sales minerales y otras sustancias que se pierden durante la realización del ejercicio.

Estas bebidas, además de agua, contienen cantidades variables de sal (cloruro sódico), potasio, pequeñas cantidades de magnesio, calcio y glúcidos simples (dextrosa, sacarosa, glucosa o fructosa) y complejos (almidón y maltodextrinas). Su contenido en azúcares ronda los 60-70 gramos por litro, la mitad aproximadamente que los refrescos. La temperatura óptima para ingerirlas oscila de 9 a 15 grados centígrados.⁶

Una buena hidratación es fundamental para un buen rendimiento físico y cuidado de la salud, no es necesario esperar tener sed ya que el organismo reacciona de ese modo cuando ya se ha perdido un 1 o 2% de agua corporal y es ahí cuando ya el rendimiento físico empieza a ser deficiente. Otro factor muy importante para los ciclistas del Ciclo Paseo es el climático, ya que a mayores temperaturas también es mayor el desgaste y el proceso de deshidratación de ahí el consumo de las llamadas bebidas deportivas para evitar la presencia de fatiga precoz y calambres que pueden impedir la realización del ejercicio.

El creador del concepto de estos productos fue Robert Cade, médico y científico de la Universidad de Florida, quien en la década de 1960 desarrolló un método para reponer líquidos y nutrientes que los deportistas pierden con el sudor y a partir de ahí las investigaciones son innumerables y se fueron desarrollando y comercializando muchas de las bebidas deportivas que hoy conocemos.

Las características que deben tener estas bebidas son las siguientes:

- Reemplazar electrolitos
- Reemplazar fluido
- Reforzar la absorción

⁶ <http://ideasana.fundacioneroski.es/web/es/07/tablas/bebidas.php>

- Sabroso
- Mantener el volumen plasmático.

Bebidas Deportivas				
Tipos de Bebidas	Sus cualidades	Cuando Tomarlas	La cantidad aconsejada	Los beneficios
Hipotónicas	Contienen una cantidad de carbohidratos y electrolitos (sales minerales) inferior a la sangre. Permanecen el mínimo tiempo en el estómago, evitan molestias y la absorción del agua es muy rápida.	Antes del ejercicio →	De 1 a 2 vasos inmediatamente antes del ejercicio	Recomendadas para actividades que duran más de una hora Ayudan antes, durante y después del ejercicio , ya que están especialmente diseñadas para reponer los fluidos, la energía y los minerales perdidos durante el ejercicio
		Durante el ejercicio →	Entre 1 y 2 vasos de agua o bebida hipotónica durante la primera hora de ejercicio	
Isotónicas	Tienen una cantidad de carbohidratos y electrolitos similares a la concentración sanguínea y se absorben bastante rápido. Están especialmente proyectadas para esfuerzos de larga duración, ayudan en la recuperación.	Durante y después de la práctica deportiva →	La cantidad equivalente a un vaso cada 15 ó 20 minutos	Disminuyen el tiempo de recuperación y contribuyen a restaurar el glucógeno (reserva de energía) muscular después del ejercicio Facilitan el suministro de carbohidratos necesarios tras ejercicios prolongados, sin necesidad de ingerir grandes cantidades de alimento
		Después del ejercicio →	De 1 a 2 vasos después del ejercicio o 2 vasos por cada 500 gramos de peso corporal perdidos durante el ejercicio	

Fuente: Fundación Grupo Eroski info@ideasana.com

PÉRDIDA DE ELECTROLITOS EN EL DEPORTE

El agua posee propiedades térmicas ya que contribuye a mantener la temperatura corporal constante, especialmente durante la práctica de un ejercicio prolongado como lo es en la participación de los ciclo paseos dominicales donde muchas veces el ambiente y la temperatura climática suelen ser realmente calurosos lo que produce un aumento de la temperatura corporal, mayor sudoración dando como consecuencia las siguientes reacciones o efectos:

- a) Reducción del rendimiento físico
- b) Aumento de la temperatura corporal (hipertermia), alteración del sistema nervioso central lo que produce una disminución de la ejecución motora física.
- c) Aumento de consumo del glucógeno muscular
- d) Aumento de la producción de ácido láctico
- e) Fatiga muscular

La sudoración producida por la realización del ejercicio hace inminente la pérdida de electrolitos tales como el Na^+ que es el ión predominante del espacio extracelular y su nivel plasmático cumple una función en la regulación del volumen de agua corporal.

Por lo tanto, el agua corriente no es la bebida ideal para la correcta hidratación del deportista durante y después de la actividad deportiva; es así que las bebidas que se ofertarán en el centro deberán contener sales minerales para la correcta hidratación del deportista.

Calculo de agua perdida en la práctica deportiva

Es muy importante conocer la cantidad de agua perdida por la realización del ejercicio mediante una diferencia sencilla donde se toma el peso normal de la persona y una vez efectuado el ejercicio dará como resultado la cantidad de

agua perdida en peso, y obviamente a partir de esto el porcentaje de agua perdida y el nivel de deshidratación que se ha alcanzado luego del ejercicio.

Síntomas de acuerdo al porcentaje de agua perdida en el Ejercicio	
Porcentaje	Síntomas
0%	Ninguno, rendimiento óptimo
1%	Primeros síntomas de sed, rendimiento decae un poco
2%-3%	Aumenta sensación de sed, rendimiento difícil de mantener
4%	Rendimiento deportivo decae en un 20 a 30%
5%	Dolor de cabeza, fatiga profunda
6%	Perdida severa del sistema de regulación de temperatura
7%	En caso de no tener ejercicios se produce desmayos
10%	El cuerpo puede llegar al estado de coma
11%	En la mayoría de los casos la muerte

Basados en los datos de numerosos estudios relevantes, se pueden calcular los niveles de hipo hidratación que se habrían alcanzado durante 1 hora, si los individuos no hubieran ingerido bebidas, y asumiendo que no hubo cambios en la producción de sudor u orina.

A continuación se presenta una tabla donde podemos observar los porcentajes de deshidratación y el comportamiento que el organismo puede tener de acuerdo a factores tales como le edad, el clima y el tipo de actividad física.

Tabla de hipohidratación

Referencia	Ejercicio	Clima	Edad (años) y Sexo	Hipohidratación	
				% peso corporal	% agua corporal (a)
Araki et al (6)	Suave	29°C/60%HR	Niños	0.64	1.07
			Hombres	0.41	0.68
	Intenso		Niños	1.14	1.90
			Hombres	2.41	4.61
Davies (7)	70% VO ₂ máx	21°C/50%HR	14, F	0.82	1.37
			13, M	0.85	1.42
			36, M	1.28	2.14
Meyer et al (9)	50% VO ₂ máx	42°C/20%HR	PP, M	0.81	1.34
			P, M	0.75	1.25
			JA, M	1.10	1.68
			PP, F	0.65	1.13
			P, F	0.73	1.30
			JA, F	1.07	2.14
			Todos M		
Wagner et al (10)	Caminata a 5.6 km/h	49°C/17%HR no aclimatado	11-14	0.83	1.38
			15-16	1.00	1.66
			25-30	0.89	1.48
		Aclimatado	11-14	1.18	1.97
			15-16	1.78	2.97
			25-30	1.40	2.34
Falk et al (11)	50% VO ₂ máx	42°C/20%HR	CP, M	0.99	1.64
			MP, M	0.99	1.65
			FP, M	1.08	1.81
Drinkwater et al (12)	30% VO ₂ máx (caminata)	28°C/45%HR	PP, F	0.50	0.87
			JA, F	0.44	0.89
		35°C/65%HR	PP, F	1.02	1.78
			JA, F	0.79	1.58
		48°C/10%HR	PP, F	1.53	2.66
			JA, F	1.55	3.09

Tabla 1. Hipohidratación potencial por hora, entre niños y adultos (varones y mujeres), bajo distintas condiciones climáticas y metabólicas. Los valores son calculados asumiendo que no hay cambios en la tasa de sudoración con el tiempo. (a) En base a Friss-Hansen (14). Abreviaturas: CP = comienzo de la pubertad, F = femenino, M = masculino, MP = mitad de la pubertad, P = púber, PP = prepúber, HR = humedad relativa, VO₂máx = consumo máximo de oxígeno, JA = joven adulto.

La inclusión de iones de sodio, se vería avalada, por la ayuda al vaciado gástrico, absorción intestinal y mantiene el volumen de líquido extracelular estable. También podíamos considerarlo como preventivo, en pruebas de más de 2 horas, con una actividad física media e intensa y en un ambiente muy

caluroso, donde se perderán ciertas cantidades, aunque poco importantes. En estos casos las cantidades no excederán de 10 a 25 milímetros mol. /litro.⁷

Valor normal del sodio:	135 - 145 mmol/l
Hiponatremia ligera:	135-130 mmol/l
Hiponatremia de mediana gravedad:	130-120 mmol/l
Hiponatremia grave:	< 120 mmol/l

Finalmente se puede decir que cuando el deportista lleva 30 minutos de ejercicio es recomendable que empiece a reponer el líquido perdido e imprescindible cuando se llegue a la hora.

Cantidad de bebida a ingerir
6 – 8 ml / Kg. de peso/ hora de ejercicio

Nota: La bebida deberá contener del 6 al 7% de hidratos de carbono (azúcares) y 0.5 a 0.7 gramos de sodio por litro de agua.

Investigadores que trabajan con el colegio americano de medicina deportiva (American College of Sports Medicine) han determinado que la concentración máxima de azúcar, sales y potasio de cualquier bebida deportiva debería ser la siguiente: por cada 227 cm³ de líquido, 5'9 g de azúcar, 55 mg de sodio y 46 mg de potasio. Cifras mucho menores que las halladas en las bebidas deportivas.⁸

Se puede determinar la siguiente fórmula para la recuperación del Sodio en la práctica deportiva.

(0.22 mmol x kg x horas de ejercicio)
--

⁷ <http://www.efdeportes.com/efd14/hidro1.htm>

⁸ Nutrición y deporte (José M^a Odriozola), Editorial Eudema Actualidad

Balance de fluidos y termorregulación en actividades deportivas de duración de una hora y media

Temperatura ambiente	Humedad (%)	n	Perdidas de sudor		Consumo de Fluidos (Litros)	Temperatura Rectal (°C)	Referencia
			Litros	%			
Templado			1.0-2.5			39.5	Ekblom (1986)
		7	2.00	2.80	1.00		Leatt(1986)
33	40	8	2.09	3.08	0.66		Mustafa y Mahmoud(1979)
26	78	8	2.55	3.14	0.24		
13	7(#)	8	0.85	1.19	0.00		
18-20	18-20	15	2.16	1.60		39.2	Goodman et al (1985)
21-23	78-85	14	1.74	1.37	0.75	39.2	
20-22	74-82	13	2.25	1.54		39.2	
27	52	8	3.19	3.89	0.74	39.3	Pyke y Hahn(1980)
38	25	6	3.63	4.61	1.50	39.9	
12-15	66-88	23	1.57	2.03	0.19	39.6	Pohl et al. (1981)
19	55	1.31	1.70	1.14			Kirkendall (1993)

Tabla de balance de fluidos y termoregulación: R. Maughan, J. B. Leiper Department of Environmental and Occupational Medicine, University Medical School, University of Aberdeen, Foresterhill, Aberdeen, United Kingdom.

Como lectura de este cuadro se pueden tomar las condiciones más aproximadas a nuestro entorno como es la temperatura ambiental de 26°C y con la práctica deportiva de una hora y media de duración con pérdida de sudor de 2.55 litros es decir el 3.14% de pérdida del sudor.

Por lo tanto para el cálculo de pérdida de agua en litros para cada uno de nuestros clientes se tomará como referencia los datos mostrados en la tabla con la aplicación de una sencilla regla de tres dependiendo de la duración de la actividad deportiva realizada.

HIDRATOS DE CARBONO EN EL DEPORTE

Los Hidratos de carbono son la mayor fuente de energía y representan el 40 a 80% de la energía ingerida, la principal función de los hidratos de carbono es la producción de energía (aportan 4 kcal/gramo) para el mantenimiento de las funciones vitales.

Los HC son los componentes calóricos más importantes de estas soluciones, siendo sustancias osmóticamente activas, debiendo controlar las cantidades

para evitar osmolaridades altas. Debiendo utilizarlos independientemente de la duración de la prueba, ya que, en las cantidades aconsejadas no tendrá consecuencias negativas. Se pueden aceptar concentraciones desde 40 hasta 100 gr./l., pero la capacidad de oxidación completa nos limitaría a un máximo de 50 - 60 gr., con una solución del 6 al 8% de C (carbono)H (Hidrógeno)O (Oxígeno) en el agua.

Fuentes CHO	Cantidad máxima de CHO/L (para no llegar a hiperosmolaridad)
Glucosa	55 g
Fructosa	55 g
Sucrosa	100 g
Maltosa	100 g
Maltodextrina	100 g
Almidón Soluble	100 g

Tabla: Cantidades máximas de CHO/litro. (Leibar, X. y Terrados, N., 1994)

Los carbohidratos son compuestos orgánicos compuestos por carbono, hidrógeno y oxígeno en una relación 1.2.1 respectivamente y se dividen en monosacáridos, disacáridos y polisacáridos, pero por motivos del proyecto se analizará solamente a los monosacáridos y disacáridos.

- **Monosacáridos**

- Glucosa: Se encuentra en las frutas o en la miel. Es el principal producto final del metabolismo de otros carbohidratos más complejos.
- Fructosa: Se encuentra en la fruta y la miel. Es el más dulce de los azúcares. Después de ser absorbida en el intestino, pasa al hígado donde es rápidamente metabolizada a glucosa.
- Galactosa: No se encuentra libre en la naturaleza, es producida por la hidrólisis de la lactosa o azúcar de la leche.

- ***Disacáridos*** es la unión de dos monosacáridos de los cuales uno es la *glucosa*.
 - Sacarosa (glucosa + fructosa): Es el azúcar común, obtenido de la remolacha y del azúcar de caña.
 - Maltosa (glucosa + glucosa): Raramente se encuentra libre en la naturaleza.
 - Lactosa (glucosa + galactosa): Es el azúcar de la leche.

Es así que por motivos del proyecto se prepararán bebidas con el uso de la sacarosa es decir, fructosa y glucosa, a partes iguales, siendo su utilización más fácil y barata.

VITAMINAS Y MINERALES EN EL EJERCICIO

Las vitaminas y minerales juegan un papel muy importante en el desempeño deportivo ya que intervienen en el proceso de metabolización de proteínas, hidratos de carbono, lípidos.

El uso excesivo de vitaminas no aporta en nada al desempeño del deportista, pero lo que si es recomendable mantener una buena nutrición; el aporte vitamínico que brindan las frutas seleccionadas para los jugos a preparar es muy importante y brindará al deportista un aporte extra de energía y mayor aporte nutricional para un excelente desempeño

Asimismo, algunos minerales requieren una atención especial como son el calcio, cinc y hierro ya que su déficit puede alterar la composición ósea y la resistencia en el ejercicio especialmente en aquellos atletas con dietas bajas en calorías.

PROPUESTA DE JUGOS A BASE DE FRUTAS FRESCAS PARA REHIDRATACIÓN

Al entrar en el proceso de hidratación del cuerpo es la naturaleza la que nos proporciona una gama diferente de bebidas aparte del agua ya sean: *zumos de frutas frescas, jugos de hortalizas, batidos de leche y frutas.*

- ***Zumos de frutas.-*** aportan energía en formas de azúcares procedentes de la fruta (fructosa), vitaminas, y sales minerales como el sodio (Na.) y potasio (K)
- ***Jugos de hortalizas.-*** solas (remolacha o apio y zanahoria) o combinadas con frutas (zanahoria y manzana), aprovechando así la riqueza en sales minerales de estos alimentos.
- ***Batidos de leche y frutas.-*** de elaboración casera como postre refrescante que a más de ser una bebida nutritiva facilita la digestión y ayuda a combatir las fermentaciones intestinales.

Frutas seleccionadas para la elaboración de bebidas rehidratantes naturales

Las frutas seleccionadas para la elaboración de las bebidas tienen características aceptadas por el público encuestado, y fueron estas las preferidas por ser frutas frescas, con agradable sabor y por ser nutritivas.

Cada fruta posee su característica especial con respecto a la cantidad de gramos de Hidratos de carbono, sodio y potasio para lo cual se ha estandarizado las recetas de las bebidas para cada uno de los diferentes casos.

A continuación se presenta una tabla con la cantidad en gramos de hidratos de carbono, sodio y potasio que poseen las distintas frutas y con la cantidad en gramos de fruta que se necesitará para preparar la receta:

Kiwi (80g)	100 g de porción comestible	Porción para la preparación de la bebida 150g
-------------------	------------------------------------	--

Hidratos de carbono (g)	9,12	13,68
Sodio (g)	0,004	0,006
Potasio(mg)	0,29	0,435

Fresa (25g)	100 g de porción comestible	Porción para la preparación de la bebida 150g
--------------------	------------------------------------	--

Hidratos de carbono (g)	5,51	8,265
Sodio (g)	0,0014	0,0021
Potasio(mg)	0,161	0,2415

Manzana (150 g)	100 g de porción comestible	Porción para la preparación de la bebida 150g
------------------------	------------------------------------	--

Hidratos de carbono (g)	11,4	17,1
Sodio (g)	0,0012	0,0036
Potasio(mg)	0,12	0,36

Naranja (150g)	100 g de porción comestible	Porción para la preparación de la bebida 150g
-----------------------	------------------------------------	--

Hidratos de carbono (g)	8,9	13,35
Sodio (g)	0,0014	0,0021
Potasio(mg)	0,165	0,2475

Mora (5g)	100 g de porción comestible	Porción para la preparación de la bebida 150g
------------------	------------------------------------	--

Hidratos de carbono (g)	6,24	9,36
Sodio (g)	0,0024	0,0036
Potasio(mg)	0,190	0,285

Papaya (250g)	100 g de porción comestible	Porción para la preparación de la bebida 150g
----------------------	------------------------------------	--

Hidratos de carbono (g)	7,1	10,65
Sodio (g)	0,0030	0,0045
Potasio(mg)	0,200	0,3

Piña (300g)	100 g de porción comestible	Porción para la preparación de la bebida 150g
--------------------	------------------------------------	--

Hidratos de carbono (g)	10,4	15,6
Sodio (g)	0,0021	0,00315
Potasio(mg)	0,175	0,2625

Sandía (3500g)	100 g de porción comestible	Porción para la preparación de la bebida 150g
-----------------------	------------------------------------	--

Hidratos de carbono (g)	5,6	8,4
Sodio (g)	0,0020	0,003
Potasio(mg)	0,100	0,15

Guayaba (140g)	100 g de porción comestible	Porción para la preparación de la bebida 150g
-----------------------	------------------------------------	--

Hidratos de carbono (g)	5,82	8,73
Sodio (g)	0,0040	0,006
Potasio(mg)	0,290	0,435

Melón (2500g)	100 g de porción comestible	Porción para la preparación de la bebida 150g
----------------------	------------------------------------	--

Hidratos de carbono (g)	12,4	18,6
Sodio (g)	0,0170	0,0255
Potasio(mg)	0,310	0,465

Fuente: www.dietas.net

A todas las preparaciones que resulten de estas frutas seleccionadas se deberá añadirle las cantidades ya establecidas para que sean bebidas rehidratantes naturales que ayuden a la recuperación de fluidos corporales y que por sobretodo sean deliciosas y específicas para cada individuo.

- **Hidratos de carbono:** Se deberá completar a 55 gr. de azúcar en cada preparación.
- **Sodio:** Se deberá completar a 0.60gr de Na.
- **Potasio:** Se deberá completar a 0.50gr de K.

ESTANDARIZACIÓN DE RECETAS

- **Jugo de Kiwi**

Jugo de Kiwi		Porción de 500 ml		
Producto	Medida	Cantidad	Costo Unitario USD	Costo Total USD
Kiwi	g	150	0,003	0,45
Azúcar	g	32,52	0,001	0,02
Sodio	g	0,498	0,001	0,00
Subtotal				0,47
Otros 5%				0,02
Total				0,50
PVP				1,50

- **Jugo de fresa**

Jugo de Fresa		Porción de 500 ml		
Producto	Medida	Cantidad	Costo Unitario USD	Costo Total USD
Fresa	g	150	0,0022	0,33
Azúcar	g	37,935	0,0013	0,05
Sodio	g	0,5019	0,0013	0,00
Subtotal				0,38
Otros 5%				0,02
Total				0,40
PVP				1,50

- **Jugo de Manzana**

Jugo de Manzana		Porción de 500 ml		
Producto	Medida	Cantidad	Costo Unitario USD	Costo Total USD
Manzana	g	150	0,0025	0,38
Azúcar	g	29,1	0,0013	0,04
Sodio	g	0,5004	0,0013	0,00
Subtotal				0,41
Otros 5%				0,02
Total				0,43
PVP				1,50

- **Jugo de Naranja**

Jugo de Naranja		Porción de 500 ml		
Producto	Medida	Cantidad	Costo Unitario USD	Costo Total USD
Naranja	g	150	0,0022	0,33
Azúcar	g	32,85	0,0013	0,04
Sodio	g	0,5019	0,0013	0,00
Subtotal				0,37
Otros 5%				0,02
Total				0,39
PVP				1,50

- **Jugo de mora**

Jugo de Mora		Porción de 500 ml		
Producto	Medida	Cantidad	Costo Unitario USD	Costo Total USD
Mora	g	150	0,0018	0,27
Azúcar	g	36,84	0,0013	0,05
Sodio	g	0,5004	0,0013	0,00
Subtotal				0,32
Otros 5%				0,02
Total				0,33
PVP				1,50

- **Jugo de papaya**

Jugo de Papaya		Porción de 500 ml		
Producto	Medida	Cantidad	Costo Unitario USD	Costo Total USD
Papaya	g	150	0,0018	0,27
Azúcar	g	35,55	0,0013	0,05
Sodio	g	0,4995	0,0013	0,00
			Subtotal	0,32
			Otros 5%	0,02
			Total	0,33
			PVP	1,50

- **Jugo de piña**

Jugo de Piña		Porción de 500 ml		
Producto	Medida	Cantidad	Costo Unitario USD	Costo Total USD
Piña	g	150	0,0022	0,33
Azúcar	g	30,6	0,0013	0,04
Sodio	g	0,50085	0,0013	0,00
			Subtotal	0,37
			Otros 5%	0,02
			Total	0,39
			PVP	1,50

- **Jugo de sandía**

Jugo de Sandía		Porción de 500 ml		
Producto	Medida	Cantidad	Costo Unitario USD	Costo Total USD
Sandía	g	150	0,0022	0,33
Azúcar	g	37,8	0,0013	0,05
Sodio	g	0,501	0,0013	0,00
			Subtotal	0,38
			Otros 5%	0,02
			Total	0,40
			PVP	1,50

- **Jugo de Guayaba**

Jugo de Guayaba		Porción de 500 ml		
Producto	Medida	Cantidad	Costo Unitario USD	Costo Total USD
Guayaba	g	150	0,0018	0,27
Azúcar	g	37,47	0,0013	0,05
Sodio	g	0,50	0,0013	0,00
Subtotal				0,32
Otros 5%				0,02
Total				0,34
PVP				1,50

- **Jugo de melón**

Jugo de Melón		Porción de 500 ml		
Producto	Medida	Cantidad	Costo Unitario USD	Costo Total USD
Melón	g	150	0,0018	0,27
Azúcar	g	28	0,0013	0,04
Sodio	g	0,48	0,0013	0,00
Subtotal				0,31
Otros 5%				0,02
Total				0,32
PVP				1,50

La alimentación en los deportistas es también un factor muy importante por lo cual debe ser considerado notablemente y para ello se propone a continuación las siguientes recetas con un alto valor nutritivo:

Delicias Crujientes		10 unidades		
Producto	Unidad	Cantidad	Costo Unitario USD	Costo Total USD
Mantequilla	g	250	0,005	1,14
Miel	g	150	0,008	1,20
Arroz	g	800	0,001	1,08
Pasas	g	500	0,003	1,50
Subtotal				4,92
Merma 3%				0,15
Total				5,06
Total por Unidad				0,51
PVP				1,00

Ensalada de frutas				
Producto	Unidad	Cantidad	Costo Unitario USD	Costo Total USD
Sandía	g	90	0,001	0,08
Melón	g	90	0,001	0,10
Papaya	g	90	0,002	0,18
Piña	g	90	0,002	0,18
Guineo	g	70	0,001	0,07
Helado de vainilla	g	80	0,003	0,20
Crema de leche	g	10	0,004	0,04
Subtotal				0,84
Merma 3%				0,03
Total				0,87
PVP				2,50

Milk Shake de chocolate				
Producto	Unidad	Cantidad	Costo Unitario USD	Costo Total USD
Leche	ml	275	0,0012	0,33
Chocolate	g	75	0,0125	0,94
Huevos	unidades	1	0,1	0,10
Azúcar	g	50	0,0013	0,07
Subtotal				1,43
Merma 3%				0,04
Total				1,48
PVP				2,00

Batido de Fresas				
Producto	Unidad	Cantidad	Costo Unitario USD	Costo Total USD
Fresas	g	90	0,0022	0,20
Yogurt natural	ml	250	0,0025	0,63
Azucar	g	40	0,0013	0,05
Chocolate	g	10	0,0125	0,13
Subtotal				1,00
Merma 3%				0,03
Total				1,03
PVP				1,50

PLANEACIÓN DEL TALENTO HUMANO

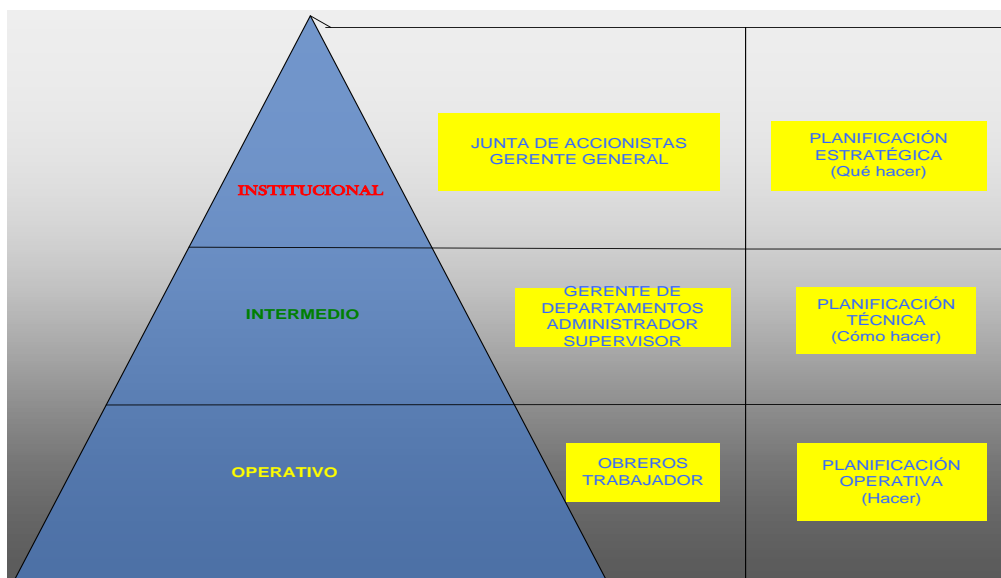
Un tema muy importante a tratar es el manejo de las personas dentro de la organización ya que en los nuevos conceptos las personas no son un “recurso” sustituible como cualquier material, maquinaria de la empresa sino que es el ente que le da movimiento y vida a la organización y no solo con las actividades que este cumple dentro de la organización sino que aporta invaluablemente con su experiencia, conocimientos, vocación, actitudes, aptitudes, habilidades.

El talento humano como bien lo dice su nombre tiene la capacidad de generar ideas innovadoras dentro de la organización, la conformación de buenos equipos de trabajo dará lugar a un buen ambiente laboral por lo tanto satisfacción al cliente por el buen servicio, atención y calidad de los productos y servicios.

La alta gerencia debe tener altos conocimientos sobre el manejo adecuado del personal ya que éste es la cabeza de la organización y debe estar en la capacidad de conocer todas las áreas para ordenar a los niveles intermedio y estos a su vez al personal operativo siempre tomando en cuenta que debe existir un tipo de comunicación horizontal donde todos conozcan las necesidades de una manera directa y clara.

En su relación con la planificación estratégica con la organización los recursos humanos deberán contar con trabajadores con conocimientos específicos y habilidades directamente relacionadas con el giro de negocio de la empresa para generar un compromiso a largo plazo y que la empresa no deba invertir mucho en capacitación

Lo antes mencionado se refleja en el siguiente esquema así como la relación que el manejo del talento humano se relaciona con la planeación estratégica de la organización:



Fuente: Propia

ADMINISTRACIÓN ORGÁNICA FUNCIONAL

La Estación de Rehidratación y Energización para los usuarios de la ciclo vía y ciclo paseo de Quito está considerada como una microempresa (PYMES) por lo tanto el promedio de trabajadores para este tipo de empresas es de 10 y de un capital fijo (descontando edificios y terrenos) de 20.000 USD según un estudio realizado por la CAPEIPI (Cámara de la pequeña industria de Pichincha).

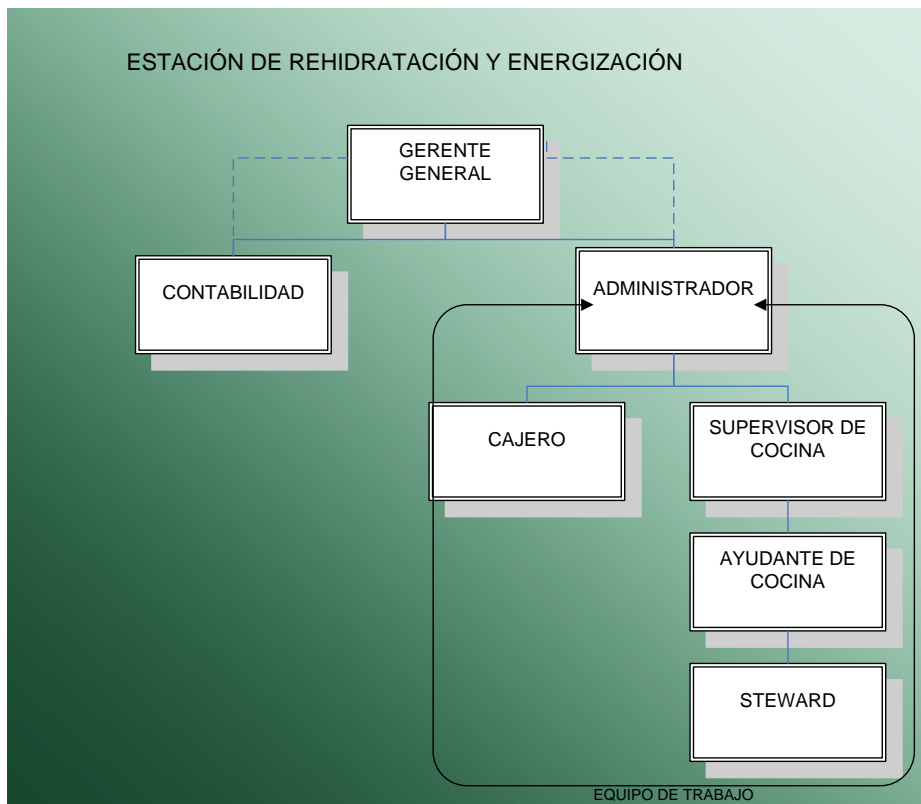
TIPO DE EMPRESA	EMPLEADOS	CAPITAL FIJO
Microempresa	10	20.000 USD
Taller Artesanal	20	27.000 USD
Pequeña Industria	50	-
Mediana Industria	50 a 99	No debe sobrepasar los 120.000
Grandes Empresas	Más de 100	120.000 en activos fijos

Fuente: CAPEIPI

Las PYMES tienen un carácter altamente emprendedor donde el personal de trabajo por lo general son familiares, amigos de las Universidades, así como la selección de

un grupo de trabajo relacionado con el tipo de negocio que se desea conformar; por lo que se propone el siguiente organigrama estructural:

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



- *Proceso de Contratación*



ANÁLISIS DE PUESTOS

Dado el tamaño de la empresa que cuenta con un número reducido de trabajadores, se deberá asignar más labores a los mismos por lo que se piensa buscar personal que quiera ayudar con la empresa de una manera polifuncional y que pueda trabajar en equipo.

A continuación se presentan cuadros por puestos con las necesidades y el perfil que la empresa requiere para asumir el cargo:

GERENCIA GENRAL

Titulo del cargo	Gerente General
Especificación del cargo	<p>Educación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estudios superiores en Administración Hotelera o Ing. Comercial <p>Experiencia:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mínimo de 3 años en cargos gerenciales <p>Conocimientos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Administración de empresas • Conocimiento de programas como Fidelio food and beverages • Buen trato con el personal • Liderazgo • Administración, Marketing, Finanzas
Funciones, actividades y/o tareas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Supervisar el trabajo de los empleados a su cargo 2. Aprueba las órdenes de compra tanto para alimentos y bebidas 3. Autoriza la adquisición de compras 4. Elabora presupuesto del área. 5. Define precios de venta junto con el contador. 6. Analiza reportes de ventas diarios 7. Negociación con proveedores 8. Evalúa al personal 9. Supervisa las normas de sanidad y procedimientos especificados para la empresa. 10. Elabora estrategias de marketing para aumentar las ventas. 11. Atención directa con el cliente. 12. Observación in situ del comportamiento del cliente.
Condiciones de trabajo	<p>Ambiente de trabajo Sitio cerrado agradable y con todos los insumos necesarios, trabajo a presión</p> <p>Riesgos Posibilidad de ocurrencia baja</p>

CONTABILIDAD

(Tercerizado)

Título del cargo	Contador
Especificación del cargo	<p>Educación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Egresado de la carrera de Contabilidad o afines <p>Experiencia:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mínimo dos años en contabilidad de negocios. <p>Conocimientos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contabilidad, Excel, programas de contabilidad.
Funciones, actividades y/o tareas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Se encarga de llevar la contabilidad 2. Hacer los pagos de todos los impuestos a los que este sujeto este. 3. Proporcionar información contable, financiera, y fiscal que sea requerida. 4. Balances 5. Inventarios
Condiciones de trabajo	<p>Ambiente de trabajo. Ambiente cerrado, trabajo a presión</p> <p>Riesgos. Posibilidad de ocurrencia baja</p>

ADMINISTRADOR

Título del cargo	Administrador
Especificación del cargo	<p>Educación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Egresado de la carrera de Hotelería. <p>Experiencia:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mínimo de dos años en cargos similares <p>Conocimientos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Manejo de programas de computación: Excel, Word, Internet, envío de mails • Organización • Liderazgo • Relaciones humanas
Funciones, actividades y/o tareas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Supervisar el trabajo de los empleados a su cargo 2. Elabora reportes de ventas, presupuestos. 3. Resuelve inconvenientes con los clientes y personal de la empresa.
Condiciones de trabajo	<p>Ambiente de trabajo Trabajo a presión.</p> <p>Riesgos Posibilidad de ocurrencia baja</p>

CAJERO

Título del cargo	Cajero
Especificación del cargo	<p>Educación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cursando mínimo tercer semestre de carreras a fines como hotelería, gastronomía. <p>Experiencia:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mínimo de un año en cargos de atención al cliente <p>Conocimientos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Programas de computación • Atención al cliente
Funciones, actividades y/o tareas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Facturación 2. Realizar reportes de sugerencias de los clientes. 3. Vender la mayor cantidad de productos que se ofertan 4. Mantener limpia su área de trabajo. 5. Ayudar a la limpieza del local. 6. Constante comunicación con el Supervisor de cocina para verificar la existencia de platillos a ofrecer.
Condiciones de trabajo	<p>Ambiente de trabajo Relación directa con el cliente.</p> <p>Riesgos Posibilidad de ocurrencia baja.</p>

SUPERVISOR DE COCINA

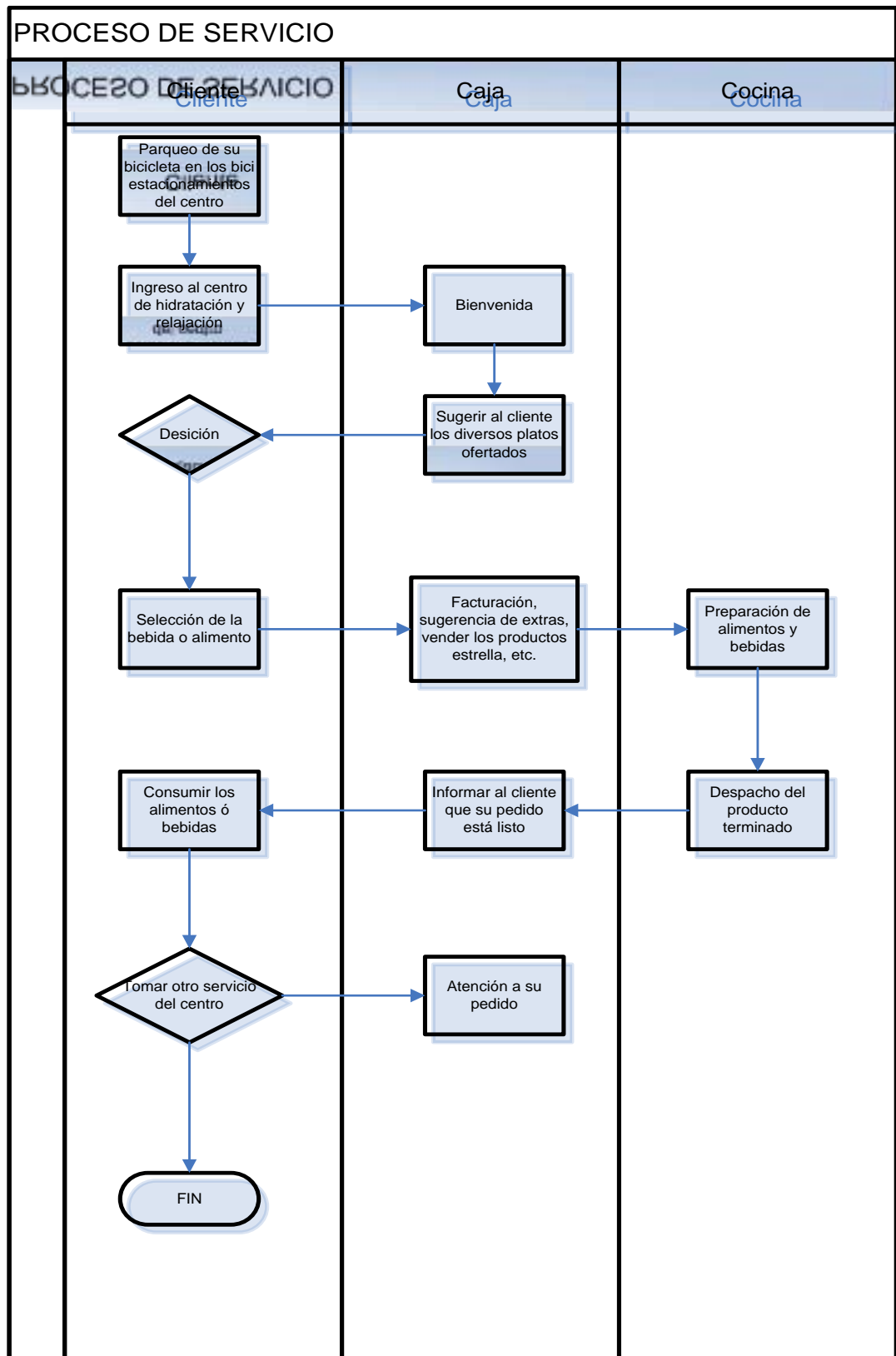
Título del cargo	Chef
Especificación del cargo	<p>Educación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estudios superiores en Gastronomía <p>Experiencia:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mínimo de dos años en cargos gerenciales <p>Conocimientos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Técnicas de cocina caliente y fría • Manejo de temperaturas • Sanitación. • Nutrición
Funciones, actividades y/o tareas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Encargarse del cuidado de los bienes para la elaboración de menús. 2. Realizar recetas estándar de los menús 3. Supervisar el trabajo de los cocineros 4. Hacer pedidos de compras a bodegas 5. Elaborar reporte de platos más y menos vendidos
Condiciones de trabajo	<p>Riesgos Posibilidad de ocurrencia alta</p>

AYUDANTE DE COCINA

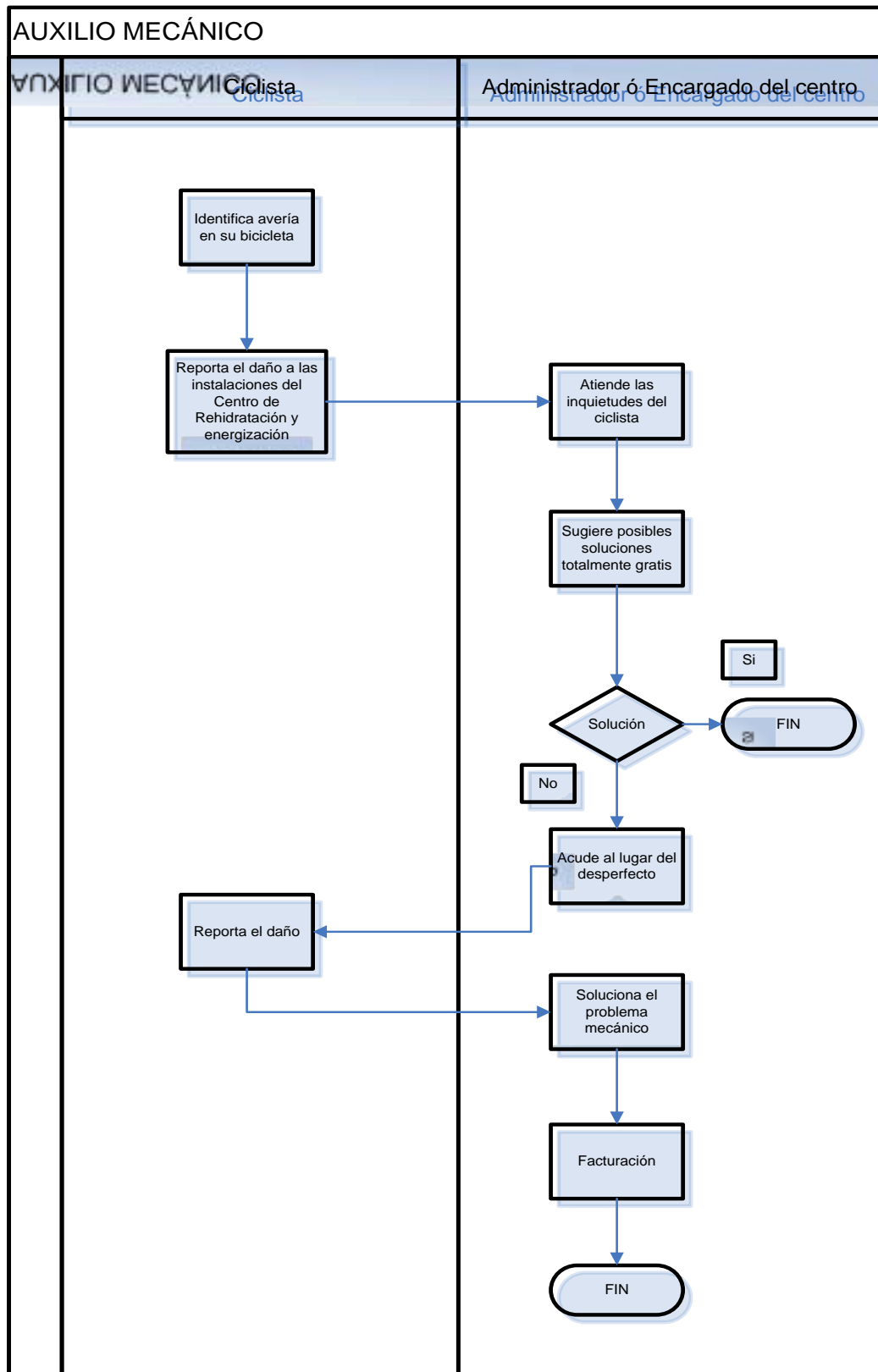
Titulo del cargo	Ayudante de cocina
Especificación del cargo	<p>Educación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cursando mínimo tercer nivel de Gastronomía <p>Experiencia:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mínimo de un año en cargos similares <p>Conocimientos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bases de producción culinaria • Trabajo en equipo
Funciones, actividades y/o tareas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Producción culinaria 2. Mice en place. 3. Reporta a su supervisor cualquier novedad. 4. Puede realizar las funciones del chef si este no se encontrara. 5. Ocuparse de la higiene de la cocina 6. Cuidado de los bienes de cocina 7. Respetar los horarios de trabajo
Condiciones de trabajo	<p>Ambiente de trabajo Sitio cerrado, trabajo a presión</p> <p>Riesgos Posibilidad de ocurrencia alta</p>

Titulo del cargo	Steward ó Auxiliar de limpieza
Especificación del cargo	<p>Educación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • De preferencia bachiller <p>Experiencia:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mínimo seis meses en cargos similares <p>Conocimientos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Productos de limpieza • Sanitación básica
Funciones, actividades y/o tareas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar limpieza y ordenamiento de áreas públicas del establecimiento. 2. Limpieza de áreas externas. 3. Recoge sus utensilios y productos de limpieza a diario en la oficina de áreas públicas. 4. Se preocupa por el buen uso y mantenimiento de sus equipos. 5. Reporte de insumos de limpieza. 6. Pedido de insumos de limpieza luego de ser aprobados por el administrador.
Condiciones de trabajo	<p>Riesgos Posibilidad de ocurrencia alta</p>

PROCESO DE SERVICIO AL CLIENTE



PROCESO DEL SERVICIO DE AUXILIO MECÁNICO



DIAGRAMAS DE CAUSA EFECTO (ISHIKAWA) POR ÁREA

Mediante el uso de los “diagramas de causa efecto” se podrá identificar una serie de causas reales y potenciales de un suceso o problema por lo tanto poder analizar y plantear posibles planes de acción y toma de decisiones que generen soluciones al suceso en estudio.

“El Diagrama Causa-Efecto es llamado usualmente Diagrama de "Ishikawa" porque fue creado por Kaoru Ishikawa, experto en dirección de empresas interesado en mejorar el control de la calidad; también es llamado "Diagrama Espina de Pescado" por que su forma es similar al esqueleto de un pez: Está compuesto por un recuadro (cabeza), una línea principal (columna vertebral), y 4 o más líneas que apuntan a la línea principal formando un ángulo aproximado de 70° (espinas principales). Estas últimas poseen a su vez dos o tres líneas inclinadas (espinas), y así sucesivamente (espinas menores), según sea necesario.”⁹

ALTA GERENCIA

Recursos Humanos: El gerente de la empresa deberá contar con un equipo de trabajo donde todos estén capacitados y se sientan a gusto dentro de la organización a la cual brindan su apoyo y trabajo.

Como parte importante del “factor” Recursos Humanos es indispensable que el gerente posea un alto don de mando lo que se reduce en el término “liderazgo”.

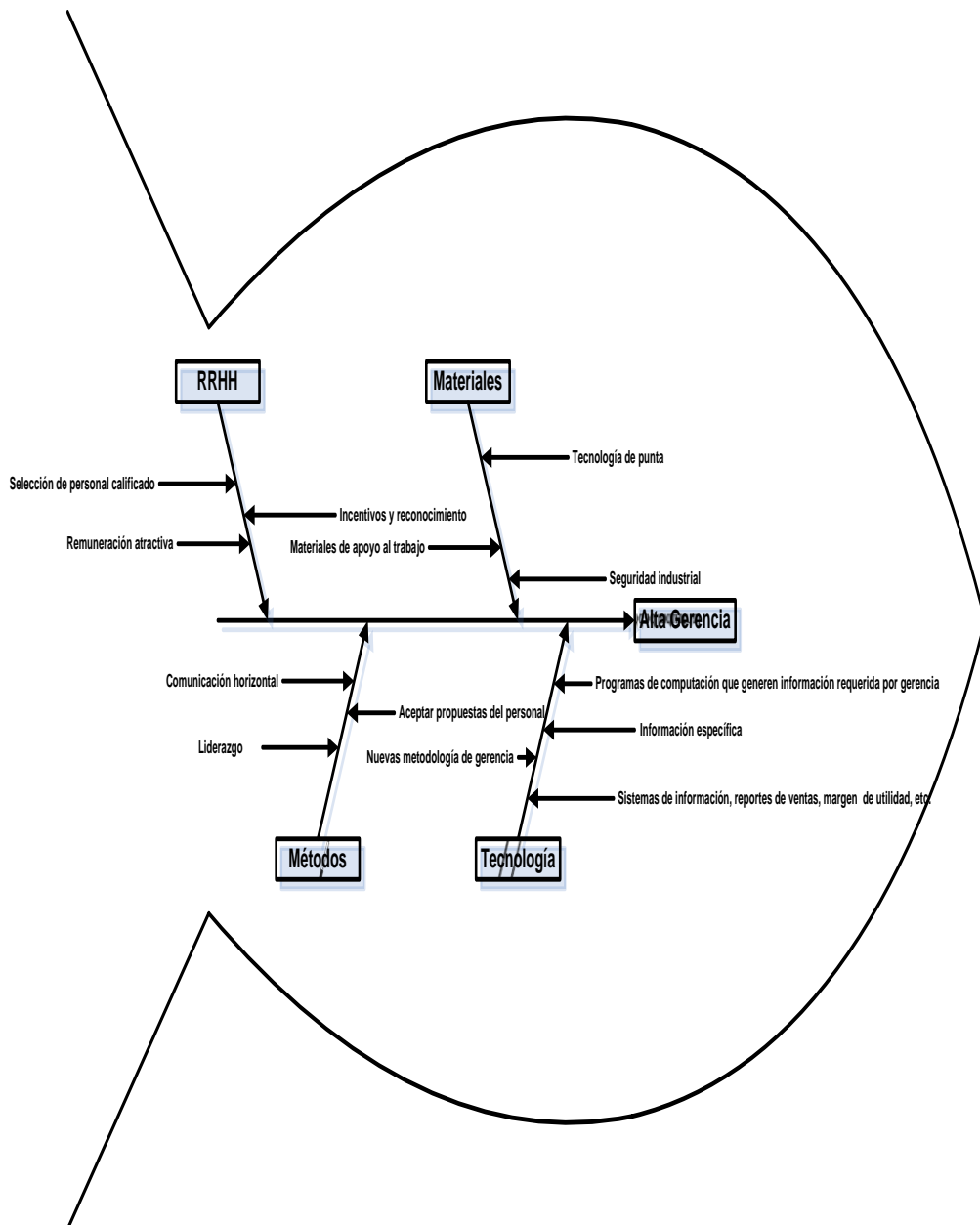
Asimismo, los incentivos, los reconocimientos por parte de gerencia motivan al personal y lo hacen sentir reconocido y que su aporte es vital para la empresa.

Métodos: El gerente del centro deberá mantener una comunicación horizontal con los empelados y aceptar sugerencias positivas y que encaminen hacia el cumplimiento de la misión y visión de la empresa. El conocimiento y desarrollo de nuevas técnicas de gerencia es de vital importancia en la empresa ya que fomentará un ambiente actualizado y de verdadero profesionalismo dentro de la misma.

⁹ www.monografias.com

Materiales y Tecnología: estos factores van muy ligados entre si para cumplir con el objetivo de Alta gerencia ya que resulta indispensable el uso de tecnologías que brinden al gerente información actualizada de la empresa tales como:

- Reportes de ventas diarios, semanales, mensuales, etc.
- Ítems más vendidos (platos estrellas)
- Reportes de ventas por hora
- Reportes de compras



ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN

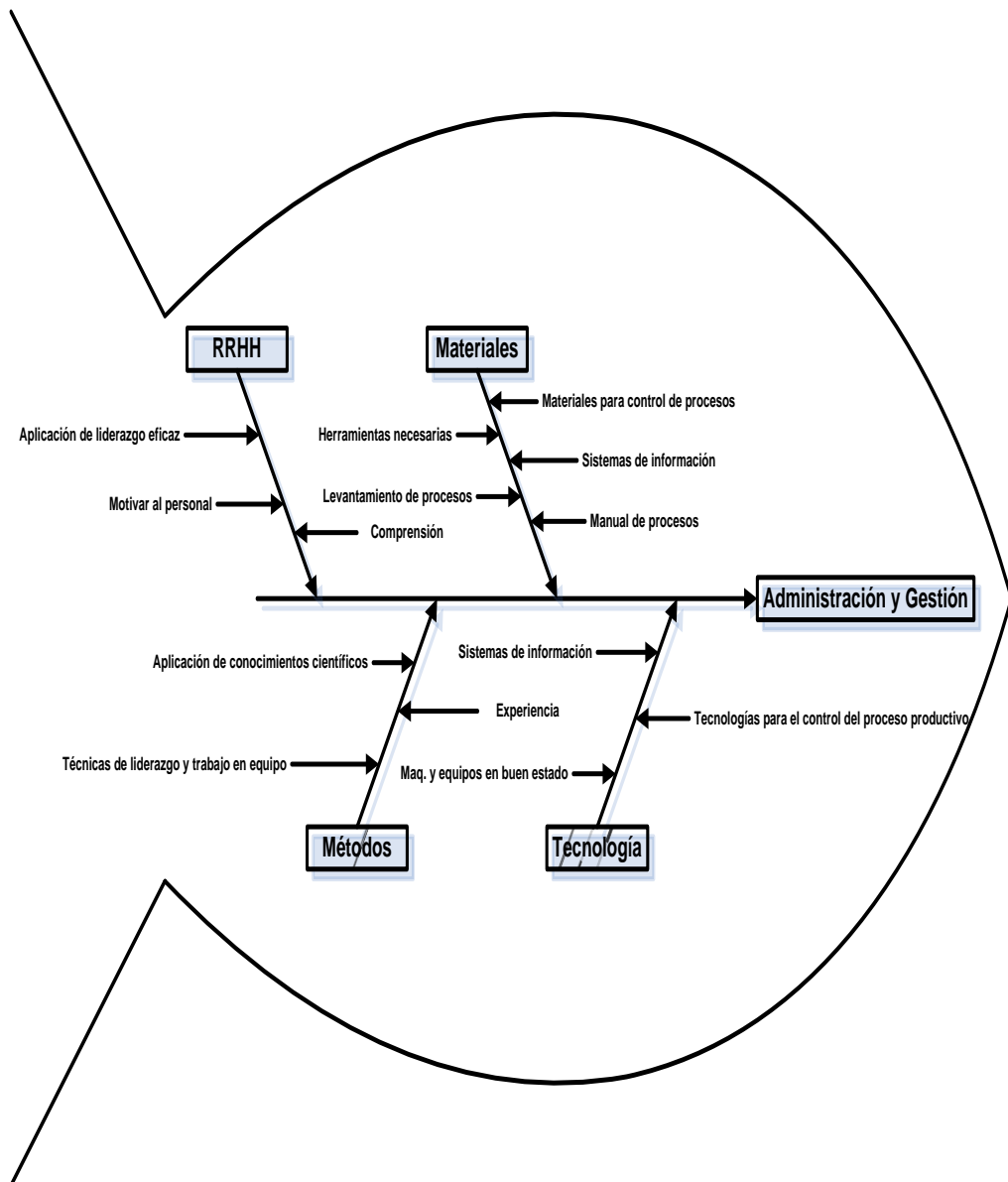
Recursos Humanos: El administrador debe contar con habilidades naturales de liderazgo eficaz en el que el personal se sienta respaldado y motivado. El administrador deberá tener la capacidad de comprender las motivaciones de cada empleado para lo cual éste debe saber valorar a su personal a cargo, motivarlo, comprenderlo pero no deberá perder tampoco sus obligaciones y compromiso con la empresa.

Métodos: Se trata de las habilidades para comprender las complejidades de la organización en forma global, de esta manera aplicará métodos y técnicas adquiridas en base a la experiencia, instrucción y educación que el Administrador posea. Las funciones del administrador están muy ligadas a los métodos que él desee aplicar en la Organización siempre y cuando se cumplan con los objetivos planteados por la empresa, de este modo se busca tener un estándar de operaciones por si algún momento el Administrador pone a disposición su cargo.

Materiales y Tecnología: Para que el Administrador pueda cumplir con sus funciones de Controlar, Supervisar, Organizar, Dirigir y Controlar deberá contar con los materiales y la tecnología necesaria siendo para la empresa los siguientes:

- Manual de procesos para controlar y dirigir al personal, que a más de servir como guía de control, el personal está informado de lo que tiene que hacer y el Administrador no tendrá que “vigilar” cada movimiento de los mismos.
- Levantamiento de procesos para llevar un orden correcto y estandarizado de cada operación a realizar, de modo que todos conozcan *¿Cómo se debe hacer?*, *¿Qué se debe hacer?* y *¿Cuándo se debe hacer?*.
- Maquinarias y equipos en buen estado y tecnología de punta que nos ayude a reducir costos de mantenimiento, gasto energético, reducción de tiempo en los procesos, etc.

- Al igual que el Gerente se debe contar con un sistema de información de los movimientos de la empresa como son reportes de ventas, de ítems más vendidos, etc.
- Materiales de cocina para el control de temperaturas adecuadas de cocción y conservación de alimentos, sanitación y control de calidad.



PROCESO OPERACIONAL

Recursos Humanos: Es indispensable para la empresa que el personal operativo se encuentre capacitado y a gusto en lo que hace y que sobre todo tenga un sentido de pertenencia a la misma; para ello es importante que la parte administrativa y de gerencia motiven al personal ya sea con incentivos salariales, de capacitación de reconocimiento, etc.

Materiales: El personal operativo contará con los materiales y equipos necesarios para el correcto y eficiente cumplimiento de sus funciones. Asimismo, el personal operativo deberá realizar un mantenimiento preventivo como parte de sus funciones de cada unos de los instrumentos y materiales que facilitan su trabajo.

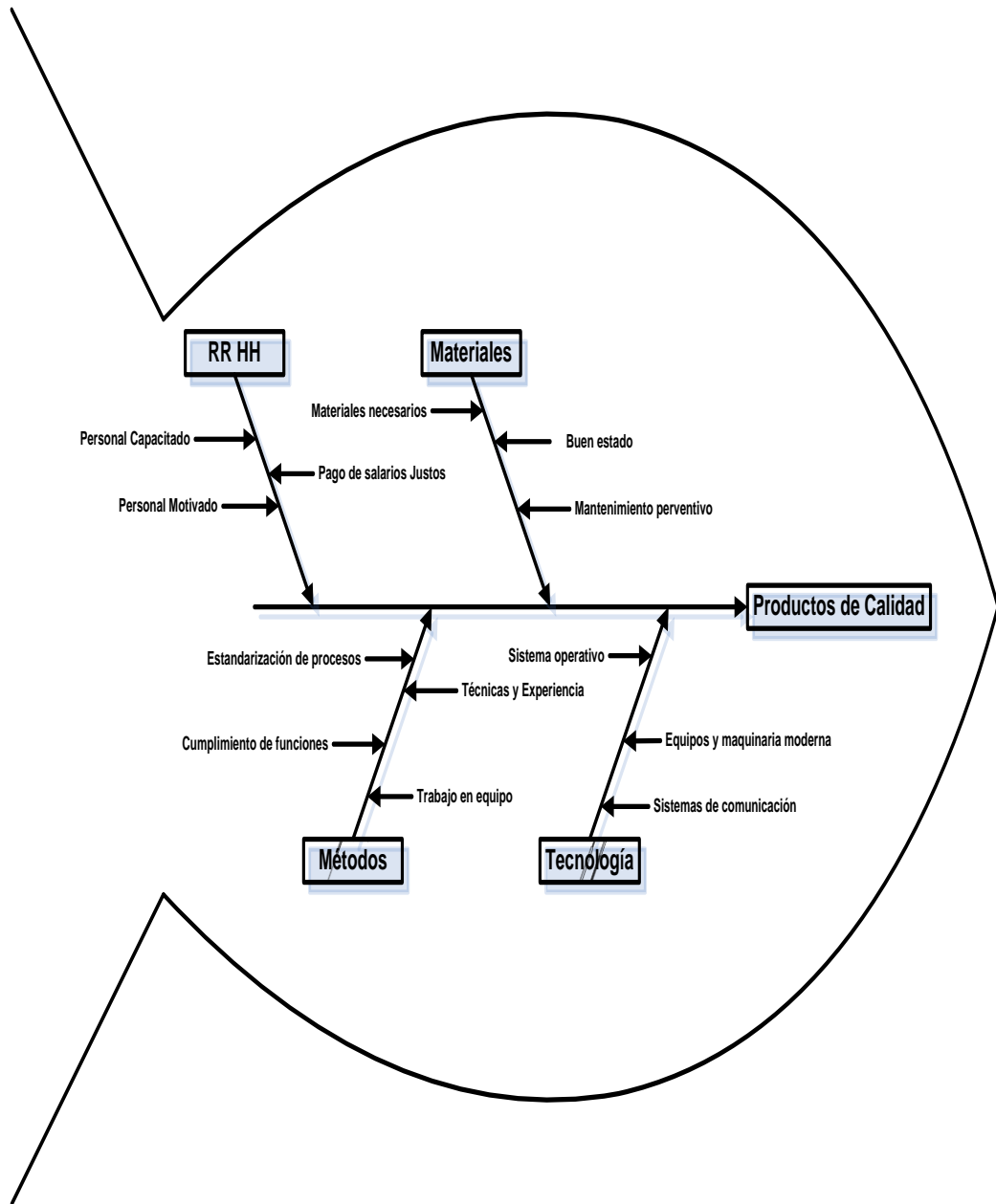
El mantenimiento preventivo nos ayudará a reducir los costos generados por el mantenimiento correctivo, que no es más que el costo generado luego de que se ha detectado una falla del material o equipo utilizado.

Métodos: Los métodos a seguir de cada empleado son las funciones que se les ha asignado según el cargo y que ya fueron tratadas en la “definición de puestos por cargo”; a más de las funciones planteadas el personal deberá contar con muchas responsabilidades más de acuerdo a las necesidades de la empresa y del mercado para brindar un servicio de calidad es decir que cumplan con las expectativas del cliente.

Tecnología: Es muy importante en la actualidad contar con la tecnología adecuada para lograr la verdadera satisfacción del cliente en aspectos tales como: *Tiempos de toma del pedido, facturación, información del menú, sugerencias, etc.*

- Sistema Operativo eficiente que se use a base códigos por cada producto y que el cajero de turno pueda tener información acerca del precio, precio sin IVA, porcentajes de descuentos (en caso de promociones), formas de pago, cambio, etc.
- Sistemas de comunicación, se refiere al uso de mails entre el personal operativo, administrativo y gerencial para la comunicación de cualquier novedad referente al trabajo, dudas, información de nuevas promociones, cambios y novedades dentro de la empresa, con el fin de mantener una

comunicación actualizada y que sirva de respaldo a cualquier comunicación realizada en forma personal.



PLAN DE RECLUTAMIENTO

Al ser esta un pequeña empresa y que obviamente cuenta con personal reducido a contratar, la empresa deberá contar con personal profesional que no sea solo un trabajador y nada más sino que debe aportar con ideas innovadoras, actitudes y aptitudes positivas en todo momento y por sobre todo que se manejen con ética profesional en el puesto que los mismos vayan a ocupar.

Una vez analizados los puestos y sus especificaciones podemos continuar con el proceso de reclutamiento que será el siguiente:

1. Reclutamiento

- Publicación de anuncios en carteleras de La Universidad Tecnológica Equinoccial, con el fin de fomentar el empleo en nuestra Universidad y que los alumnos postulantes vayan ganando experiencia en el campo, (bolsa de trabajo de la Universidad)
- Publicación de las vacantes en páginas web especializadas en búsqueda de empleos como:
 - www.porfinempleo.com
 - www.multitabajos.com
 - www.mundoanuncios.com
- Referencias a través de amigo o familiares

2. Selección de solicitantes

- Una vez hecho el anuncio se espera recibir las solicitudes de muchos postulantes por lo que en este punto se deberá hacer una depuración de los más idóneos según el puesto a ocupar.

3. Entrevista

- Esta parte es la más importante de todas ya que aquí se tiene el contacto con el posible trabajador y compañero de empresa. Al realizar la entrevista se tomará en cuenta la hoja de vida como una guía donde se podrán ampliar mediante anotaciones información importante y datos interesantes del postulante.

- Observar las diferentes actitudes, aptitudes, presentación personal, interés en el área de trabajo, gestos del entrevistado.
- Escuchar las opiniones vertidas sobre el área de trabajo, sus aspiraciones personales; hablar sobre empleos pasados, habilidades extra laborales, medir su liderazgo etc.
- Definir sueldo de acuerdo a las posibilidades de la empresa y experiencia del entrevistado.
- Establecer fecha de respuesta al candidato sea positiva o negativa para cumplir con requisitos éticos de la empresa.

4. Contratación

- Una vez definida la situación del nuevo trabajador se procede a la firma del contrato de trabajo según el cargo y función que cumpla el mismo dentro de la empresa.

MANEJO DEL PERSONAL

El correcto manejo del personal es fuente clave para el éxito de las empresas y en este caso para la Estación de rehidratación y energización será un factor primordial ya que el hecho de que los empleados se sientan a gusto en la organización, transmitirán a nuestros clientes su positivismo y ganas de servirles de la mejor manera.

Ya que el ambiente de la empresa tiene un carácter juvenil, deportivo e informal el servicio será igualmente informal pero sin olvidar el buen trato, la educación y el sentido de ayuda hacia nuestros clientes siempre y en cada momento.

Para el manejo del personal se deben tomar en cuenta varios aspectos muy importantes que se deberán transmitir incluso desde el momento mismo de la contratación:

- *Optimismo y positivismo:* mostrar las expectativas positivas del negocio en si, y mostrarse convencido del reto empresarial.
- *Reuniones periódicas:* se realizarán 2 reuniones a la semana de 30 minutos cada una con todo el personal ya que para la empresa resulta indispensable conocer la opinión de sus trabajadores donde se escuchará sus propuestas

sobre el trabajo, ambiente laboral, ideas innovadoras, etc. En todo momento se busca mantener una comunicación vertical donde todas las áreas y sus integrantes puedan sugerir ideas positivas y que ayuden a la mejora continua de los procesos.

- *Información:* en la estación de rehidratación y energización siempre se mantendrá informado a todo el personal de cualquier tipo de decisión, nuevos productos o servicios, promociones y acontecimientos importantes para la empresa.
- *Generar soluciones:* es importante incentivar a los empleados que generen soluciones a los problemas que se puedan suscitar en cualquier momento, para lo cual se busca delegar funciones ya especificadas según el cargo y cada quien será responsable de solucionar y tomar medidas adecuadas en beneficio de la empresa.

MOTIVACIÓN

Este aspecto es muy básico en la estación de rehidratación y energización ya que para nosotros el buen clima laboral es vital para el desenvolvimiento del personal y que este sienta deseos de colaborar con la empresa de una manera desinteresada y que influya también en sus aspiraciones profesionales y personales, para lo cual se diseña a continuación un plan de motivación para la satisfacción del cliente interno:

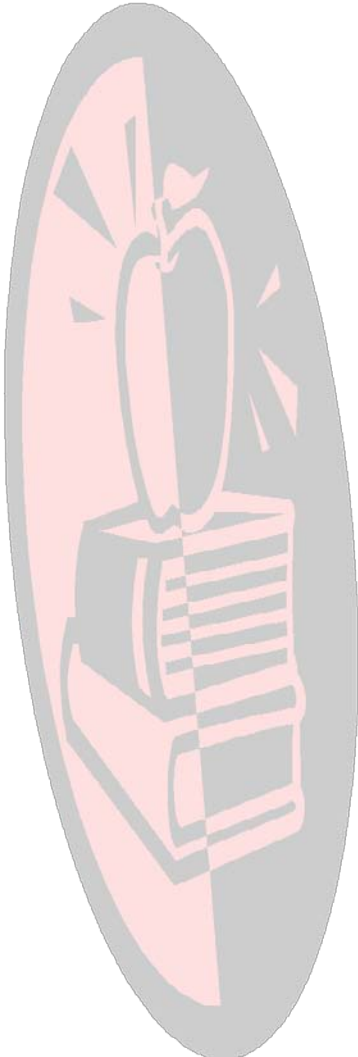




Figura: Pirámide de las Necesidades de Abraham Maslow



Tal como lo dice la “Jerarquía de Maslow” que son las necesidades humanas que incorpora varios niveles que deben ser satisfechos desde su base y todos

son prioridad para llegar al punto máximo que es la autorrealización del ser humano que es en definitiva el cumplimiento de sus metas, desarrollo de su personalidad y potencialidades.

PLAN MOTIVACIONAL EN RELACIÓN CON LA JERARQUÍA DE MASLOW

<p>Necesidades Fisiológicas</p> 	<p>Alimentación, sed, supervivencia, confort, etc.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Pago de sueldos más comisiones del 25% por cumplimiento de objetivos. • Entrega de todas las herramientas necesarias para el cumplimiento de sus funciones. • Refrigerio diario. • Entrega de manual de funciones con para el desarrollo de sus actividades con métodos establecidos por la empresa.
---	--	---

<p>Necesidades de seguridad</p> 	<p>Libre de amenazas corporales, estabilidad, etc.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Por ley y responsabilidad de la empresa, afiliación al seguro social. • Entrega de manuales de seguridad en el trabajo y capacitación constante en este tema. • Insumos en buen estado para brindar seguro en su trabajo.
<p>Necesidades Sociales</p> 	<p>Compañerismo, trabajo en equipo, amistad, amor, relaciones.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Se incentivará el trabajo en equipo • Reuniones dos veces por semana para escuchar a nuestro cliente interno, sus sugerencias, sus comentarios.

<p>Necesidades de Estima</p> 	<p>Reconocimiento, prestigio.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Entrega de bonos de 10 USD en consumos en el centro de rehidratación y energización. • Envío a cursos o seminarios de acuerdo a la función que cumplan en la empresa. • Elección del mejor empleado del mes según los objetivos cumplidos.
<p>Necesidades de Autoestima</p> 	<p>Autorrealización, cumplimiento de metas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Libertad para tomar decisiones y solucionar problemas. • Ser partícipe de las decisiones importantes para la empresa. • Se delegará trabajos de

		<p>creatividad los cuales serán tomados en cuenta para generar ganancias en la empresa.</p> <ul style="list-style-type: none">• Se motivará el liderazgo y compañerismo en cada área de la empresa para que nuestros empleados puedan desarrollar aptitudes de mejoramiento continuo.
--	--	---

ASPECTOS LEGALES

REQUISITOS PARA LA CONFORMACIÓN DE EMPRESAS

La escritura de Constitución deberá contar con lo siguiente:

1. Nombres, apellidos, domicilio y estado civil del gerente propietario
2. Denominación específica de la empresa
3. Domicilio de la empresa
4. Objeto al cual se dedicará la empresa
5. Plazo de duración de la misma
6. Monto del capital asignado a la empresa por el gerente propietario, de la conformidad con el artículo 1 de esta ley
7. Determinación del aporte del gerente propietario
8. Determinación de la asignación mensual que habrá de percibir de la empresa el gerente propietario por el desempeño de sus labores dentro de la misma, y;
9. Cualquier otra disposición lícita que el gerente propietario de la empresa desee incluir.

- de inspección y pago anual)
- Permiso de la Intendencia general de Policía
- Permiso Sanitario (certificado de salud de empleados) de la Dirección de Higiene del Municipio de Quito)
- Permiso de Salud de los empleados (Disposiciones para sueldos y salarios del Ministerio de Trabajo del Ecuador)
- Patente Municipal
- Pago de Impuesto Predial
- Permiso SAYCE

MINISTERIO DE TURISMO

Requisitos:

- Copia certificada de constitución, aumento de capital o reforma de estatutos, en el caso de personas jurídicas.
- Copia del R.U.C
- Copia de cédula de identidad.
- Copia de la Papeleta de Votación.
- Copia del contrato de compra venta del establecimiento en caso de cambio de propietario, con la autorización de utilizar el nombre comercial.
- Certificado de búsqueda de nombre comercial emitido por el IEPPI.
- Copia de título de propiedad, ó contrato de arrendamiento del local debidamente legalizado.
- Lista de precios de los servicios ofertados (original y copia)
- Declaración juramentada en activos fijos para cancelación del 1 por 1000.

CAMARA PROVINCIAL DE TURISMO DE PICHINCHA CAPTUR.

Requisitos:

- Permiso de uso de suelo.
- Permiso brindado por el Ministerio de Salud de buenas prácticas sanitarias.
- Copia del RUC
- Copia de la cédula de Ciudadanía del Representante Legal, para extranjeros copia del permiso para ejercer la actividad turística en el país.
- Copia del Certificado de Registro del Min. De Turismo.
- Solicitud de afiliación a CAPTUR.

- Cancelar la cuota de afiliación.

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Requisitos:

MUNICIPIO DE QUITO

- Patente Municipal.

CORPORACIÓN METROPOLITANA DE TURISMO

- Licencia anual única de funcionamiento.

JEFATURA PROVINCIAL DE SALUD DE PICHINCHA

- Permiso sanitario.

DIRECCIÓN DE HIGIENE Y SALUD MUNICIPAL

- Permiso Sanitario.

CUERPO DE BOMBEROS

- Permiso de funcionamiento

SAYCE

DIRECCIÓN METROPOLITANA DEL AMBIENTE

ADMINISTRACIÓN ZONAL MUNICIAPAL

CAPITULO IV

ESTUDIO FINANCIERO

INTRODUCCIÓN

El estudio financiero no es más que una síntesis de lo investigado en el “Estudio de Mercado” que nos arrojó los datos relativos a la cantidad demandada, precios y tarifas aplicadas hacia cada uno de los servicios ofertados y aprobados por el mercado, y el “Estudio Técnico” que nos da los montos de inversión como son el equipamiento, mobiliario, adecuaciones del local, etcétera; por lo tanto a través de los resultados previos a los anteriores estudios se definirá si el proyecto es viable o si necesita incremento de ventas, o menor inversión o reducción de gastos y si luego de esto se definirá al proyecto como no viable.

INVERSIONES DEL PROYECTO

Son las adquisiciones que se realizan para poner en marcha el proyecto; se le denominará inversión al monto que en forma de capital requiere la empresa para iniciar operaciones y materializarse en si, esta inversión esta basada básicamente en la adquisición de activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles excepto el capital de trabajo.

ACTIVOS FIJOS

Consisten en las adecuaciones del establecimiento, compra de maquinaria y equipo, muebles y enseres, equipos de oficina, menaje.

Maquinaria y Equipos

Son todos los instrumentos mecánicos adaptados que son indispensables para la producción de los bienes y servicios que se ofertarán en la empresa

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Valor unitario USD	Valor Total USD
Congelador	Unidad	1	250	250
Refrigeradora	Unidad	1	210	210
Horno Microondas	Unidad	1	63	63
Licuadaora	Unidad	3	91,05	273,15
Organizador de Mise en Place	Unidad	1	85	85
Báscula	Unidad	1	57,56	57,56
Televisión de Plasma	Unidad	2	1124,99	2249,98
Caja registradora	Unidad	1	195	195
Impresora	Unidad	1	75	75
Computadora	Unidad	1	890	890
Subtotal				4348,69
Improvistos 2%				86,97
TOTAL				4435,66

Muebles y enseres

En el área de restaurantes y especialmente en restaurantes temáticos este rubro es muy importante ya que aquí se define en especial la decoración requerida, el tipo de muebles, la capacidad instalada, etc.

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Valor unitario USD	Valor Total USD
Mesas para 4 pax	Unidad	6	150	900
Sillas	Unidad	24	45	1080
Sofá tipo lounge	Unidad	2	95	190
Mesa tipo Lounge	Unidad	2	130	260
Archivador de Documentos	Unidad	1	200	200
Escritorio de oficina	Unidad	1	210	210
Silla para oficina	Unidad	1	99	99
Soporte televisión de Plasma	Unidad	2	150	300
Subtotal				3239
Improvistos 2%				64,78
TOTAL				3303,78

Equipo de oficina

Es el equipo compuesto por maquinas o dispositivos que permiten llevar a acabo tareas de oficina.

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Valor unitario USD	Valor Total USD
Computadora	Unidad	1	890	890
Teléfono y fax	Unidad	1	75	75
Impresora	Unidad	1	75	75
Regulador de Voltaje	Unidad	1	45	45
			Subtotal	1085
			Improvistos	21,7
			TOTAL	1106,7

Menaje

Son los artículos o herramientas necesarias para realizar las tareas del centro de rehidratación para la preparación de bebidas y alimentos.

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Valor unitario USD	Valor Total USD
Jarra de vidrio	Unidad	5	3,5	17,5
Cucharillas	Unidad	3	2,75	8,25
Coladeras	Unidad	3	3,6	10,8
Raspador de hielo	Unidad	2	4,2	8,4
Batidor manual	Unidad	3	5,6	16,8
Exprimidor de limón	Unidad	3	2,1	6,3
Vademeccum	Unidad	3	3,89	11,67
Tabla de cocina	Unidad	4	7,7	30,8
Cuchillo de medio golpe	Unidad	4	12,04	48,16
Organizador de mice en place	Unidad	2	24	48
Vaso 600 ml	Unidad	50	0,95	47,5
			Subtotal	254,18
			Improvistos	5,08
			TOTAL	259,26

Activos diferidos

Son aquellos gastos pagados por anticipado y que no son susceptibles de ser recuperados por la empresa en ningún momento.

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Constitución legal	Unidad	1	3200	3200
Patentes	Unidad	1	80	80
Permiso de Funcionamiento	Unidad	1	320	320
Permiso Sanitario	Unidad	1	61,2	61,2
Permiso Intendencia Policía	Unidad	1	15	15
Bomberos	Unidad	1	10,2	10,2
Garantía	Unidad	1	1000	1000
Subtotal				4686,4
Improvistos 2%				93,728
TOTAL				4780,13

Inversión total

TOTAL DE LA INVERSION	13885,53
----------------------------------	-----------------

COSTOS FIJOS

Los costos fijos son aquellos que no varían de acuerdo con la actividad de producción, estos costos se mantienen fijos por más bien por un determinado tiempo y no por la actividad o cantidad producida de determinados bienes o servicios. Los costos fijos tienen características particulares las cuales mencionaremos a continuación:

- Son controlables respecto a la duración del servicio que prestan dentro de la empresa.
- Se encuentran relacionados estrechamente con la capacidad instalada del negocio.

Depreciaciones

La depreciación es la pérdida del valor contable que sufren los activos fijos por el tiempo de uso y función que cumplen dentro de la empresa. Es decir que a mayor tiempo de servicio el valor contable de estos activos decrece.

Descripción	Valor Activo USD	Vida Util/Años	Depreciacion USD(Anual)	Depreciacion USD(Mensual)
Maq y Equipo	4435,66	10	443,56	36,963865
Muebles y enseres	3303,78	10	330,37	27,53
Equipos de Oficina	1106,7	5	221,34	18,44
Menaje de cocina	259,26	3	86,42	7,20
TOTAL			1081,70	90,14

Sueldos y salarios

Es la remuneración que reciben los empleados por brindar sus servicios dentro de la empresa ya sea por tarea realizada, trabajo mensual, por horas, etc.

Cargo	Sueldo Base Mensual	Sueldo Base Anual (2009)	Tipo de Contrato	Total Ingresos	Aporte Personal IESS (9,35%)	13er Sueldo	14to Sueldo	Total a Recibir Anual USD
Cajero	240,00	2.880,00	Normal	2.880,00	269,28	240,00	218,00	3.068,72
Supervisor de cocina	220,00	2.640,00	Normal	2.640,00	246,84	220,00	218,00	2.831,16
Ayudante de cocina	218,00	2.616,00	Normal	2.616,00	244,60	218,00	218,00	2.807,40
TOTAL								8.707,28

Arriendo

Adquirir el uso de un bien inmueble para su uso temporal a cambio de un precio.

Descripción	Unidad	Cantidad	Valor Mensual	Valor Anual
Pago de arriendo local	1	1	450	5400

Servicios Básicos

Descripción	Unidad	Cantidad	Valor Mensual USD	Valor Anual USD
Luz	1	1	57	684
Agua	1	1	25	300
Teléfono	1	1	25	300
Internet	1	1	49,9	598,8
TOTAL			156,9	1882,8

Publicidad

Todos los gastos destinados para la promoción de los productos y servicios ofertados.

Descripción	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Valor Total
Trípticos publicitarios	unidad	5000	0,05	250
Trípticos de Seguridad e Informativos	unidad	4000	0,05	200
Calendarios	unidad	350	0,2858	100,03
Instalación de vallas publicitarias	unidad	2	80	160
Página Web	unidad	1	399	399
Spot Radial	unidad	1	80	80
TOTAL				1189,03

TOTAL COSTOS FIJOS

Alquiler Local	450,00
Servicios Básicos	156,90
Publicidad	99,08
Sueldos	725,61
Depreciación	90,14
Total	1521,73

COSTOS DE VENTAS Y PUNTO DE EQUILIBRIO

Detalle	Costo Variable unitario	PVP unitario
Kiwi	0,50	1,5
Fresa	0,40	1,5
Manzana	0,43	1,5
Naranja	0,39	1,5
Mora	0,33	1,5
Papaya	0,33	1,5
Piña	0,39	1,5
Sandia	0,40	1,5
Guayaba	0,34	1,5
Melón	0,32	1,5
Barra Energética	0,51	1,0
Ensalada de Frutas	0,87	2,5
Milk Shake	1,48	2,0
Batido de Fresa	1,03	1,5

Costo Promedio **0,55**
Precio de venta
Promedio **1,57**

Punto de equilibrio de platos elaborados

Costos Fijos
Pvp Unitario-Costo Unitario
\$ 1.521,73
1,57-0,55

Punto de equilibrio en USD mensual

\$ 1.492,00

Productos a Vender	Cantidad	Unidad	Costo por unidad	PVP
Empanadas	1	unid	0,45	0,9
Tasa de Granola	40	g	0,05	0,4
Yogurt	250	ml	0,4	0,85
Agua (botellas)	1	unidad	0,4	0,7
Aguas Aromáticas	200	ml	0,025	0,5
Chicles/Caramelos	1	unid	0,015	0,25
Galletas Integrales	1	unid	0,1	0,35
Leche	250	ml	0,3	0,55
Queso (Rodaja)	50	g	0,1	0,25
Mantequilla (Rodaja)	35	g	0,1	0,25
Frasco Ginseng	1	unid	18	25
Frasco Vitaminas	1	unid	18	25

Costo promedio 3,15
 Precio de venta promedio 4,58

Punto de equilibrio productos compra-venta

Costos Fijos

Pvp Unitario-Costo Unitario
1521,73

4,58-3,15

Punto de equilibrio en USD mensual

\$ 1.064,15

**Punto de Equilibrio en ventas
 totales
 \$ 2.556,15**

ESTADO DE RESULTADOS

Descripción	Año0	Año 1	Año 2	Año3	Año 4	Año 5
Ventas		48000,00	49000,00	50000,00	50000,00	50000,00
(-) Costo directos		30673,80	30673,80	30673,80	30673,80	30673,80
(=) Utilidad Bruta		17326,2	18326,2	19326,2	19326,2	19326,2
(-) Gastos Operativos						
Gastos Administrativos *		8707,00	8707,00	8707,00	8707,00	8707,00
Gastos de Ventas *		1189,03	1189,03	1189,03	1189,03	1189,03
Depreciación de Activos .Fijos.		1081,7	1081,7	1081,7	1081,7	1081,7
Amortización de Act. Diferidos						
(=) Utilidad Operativa		6348,47	7348,47	8348,47	8348,47	8348,47
(-) Intereses financieros		-\$73,37	-\$67,67	-\$61,89	-\$56,04	-\$50,12
(+/-) Otros ingresos / egresos *						
(=) Utilidad del Ejercicio		6275,10	7280,80	8286,58	8292,43	8298,35
(-) 15% Participación a Empleados		941,26	1092,12	1242,99	1243,86	1244,75
(=) Utilidad Antes de Impuestos		5333,83	6188,68	7043,59	7048,57	7053,60
(-) 25 % Impuesto a al Renta		1333,46	1547,17	1760,90	1762,14	1763,40
(=) UTILIDAD NETA		4000,37	4641,51	5282,70	5286,42	5290,20
(+) Depreciación		1081,70	1081,70	1081,70	1081,70	1081,70
(+) Amortización		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=) Flujo de Caja Bruto		5082,07	5723,21	6364,40	6368,12	6371,90
(-) Inversión de Activos Fijos y Diferidos	13885,53	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-) Inversión Capital de Trabajo	8000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(+) Préstamo Bancario	5885,53					
(-) Pago del Capital de Préstamo Bancario		-457,73	-463,44	-469,22	-475,07	-480,99
(=) FLUJO DE CAJA NETO	-16000,00	4624,34	5259,77	5895,18	5893,06	5890,91
Factor de Descuento 5.63%	1	0,95	0,90	0,85	0,80	0,76
Valor Actual	-16000	4377,87	4714,03	5001,90	4733,60	4479,67
Valor Actual Neto	7307,07					
Tasa Interna de Retorno	20,34%					

INDICES FINANCIEROS

Definición de VAN

Nos permite conocer el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión.

Interpretación

Valor	Significado	Decisión a tomar
VAN > 0	La inversión produciría ganancias por encima de la rentabilidad exigida (r)	El proyecto puede aceptarse
VAN < 0	La inversión produciría ganancias por debajo de la rentabilidad exigida (r)	El proyecto debería rechazarse
VAN = 0	La inversión no produciría ni ganancias ni pérdidas	Dado que el proyecto no agrega valor monetario por encima de la rentabilidad exigida (r), la decisión debería basarse en otros criterios, como la obtención de un mejor posicionamiento en el mercado u otros factores.

Fuente: Enciclopedia Libre Wikipedia

Definición de TIR

Es la tasa interna de rentabilidad de una inversión, “la TIR se compara con una tasa mínima o tasa de corte, el coste de oportunidad de la inversión (si la inversión no tiene riesgo, el coste de oportunidad utilizado para comparar la TIR será la tasa de rentabilidad libre de riesgo). Si la tasa de rendimiento del proyecto expresada por la TIR- supera la tasa de corte, se acepta la inversión; en caso contrario, se rechaza.”¹⁰

¹⁰ <http://es.wikipedia.org>, Tasa interna de retorno

FACTIBILIDAD DEL PROYECTO

TASA INTERNA DE RETORNO	20.34%
-------------------------	--------

De acuerdo con los conceptos de la Tasa interna de Rendimiento el proyecto se acepta ya que la tasa de interés pasiva vigente según datos del Banco Central es de 5.63%, el cual sería el costo de oportunidad pero se puede observar que la TIR del proyecto es de 20.34% , sin embargo no se puede asegurar que el proyecto sea totalmente atractivo para los inversionistas ya que el mercado al cual va dirigido no es muy amplio y sobre todo en el Ecuador aún no se tiene la cultura del uso de bicicleta como para apostarle del todo a este proyecto.

Este proyecto sería un complemento a todos los esfuerzos que viene haciendo el Cabildo por mejorar la vialidad en la ciudad así como la pureza del aire en la misma, pero no se puede ver aún este proyecto como un potencial beneficio económico ya que los ingresos de las ventas pronosticadas de acuerdo al estudio de mercado y financiero no permiten arriesgar del todo la inversión del proyecto.

CAPITULO V

ESTUDIO DE IMPACTOS AMBIENTALES

INTRODUCCION

Las ciudades desempeñan un papel central en el proceso de desarrollo de las naciones. Como lugar de crecimiento demográfico, actividad comercial e industrial las ciudades concentran el uso de energía y recursos y la generación de desperdicios al punto en que los sistemas tanto artificiales como naturales se sobrecargan y las capacidades para manejarlos se hacen cada vez más complicadas.

Los daños o costos ambientales resultantes ponen en peligro la futura productividad de las ciudades, la salud y calidad de vida de quienes habitamos en las mismas. Las urbes se han vuelto las principales zonas rojas ambientales que requieren urgente atención especial en las evaluaciones ambientales mediante la participación de las entidades encargadas como la Dirección Metropolitana Ambiental.

El proyecto está realizado en base a la participación activa de ser miembro voluntario de Biciacción, una organización sin fines de lucro, que fomenta el uso de la bicicleta como medio de transporte alternativo donde se genere el respeto a los peatones, ciclistas en un ambiente que realmente es caótico en lo que respecta a transportación y pertenencia de los espacios públicos.

RECURSOS NATURALES

Los recursos naturales como son el agua, la tierra, los bosques, el *aire*, para el desarrollo económico de las ciudades y de futuras generaciones, se pierden o malgastan mediante políticas urbanas inapropiadas o ya sea la falta de control en sistemas de transportación obsoletos y la falta de apoyo para garantizar seguridad a los ciudadanos que buscan hacer de Quito una ciudad más habitable y en especial el caso del aire que se respira hoy por hoy en la ciudad.

Los impactos de mayor preocupación se encuentran a menudo a escala doméstica y comunitaria, y se relacionan con las deficiencias de infraestructura y servicios urbanos. Los habitantes de las urbes, particularmente los pobres, soportan la mayoría de las condiciones del ambiente deteriorado mediante la pérdida de salud y productividad y la disminución de la calidad de vida.

Se elevan los costos de la explotación de los recursos, el costo de nuevas fuentes de agua potable a medida que se acaban los recursos económicamente asequibles y de alta calidad. Las emisiones relacionadas con los problemas ambientales regionales y globales, se generan cada vez en las áreas urbanas o como resultado de la demanda urbana.

IDENTIFICACIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES Y ACCIONES A TOMAR

<u>Impactos</u>		<u>Acciones</u>			
<u>Tipo</u>	<u>Descripción</u>	<u>Preventivas</u>	<u>Atenuantes</u>	<u>Compensatorias</u>	<u>De seguimiento</u>
Físicos	Cambio de imagen en el diseño urbanístico de la zona.	Presentar un modelo de la propuesta respetuosa de la arquitectura urbana	Pedir asesoría en normas de imagen urbanística	Decoración con siembra de plantas ornamentales.	Mantenimiento diario del establecimiento y plantas
	Consumo de energía eléctrica	Compra de equipos que no utilicen excesiva energía eléctrica.	Apagar y desconectar los equipos cuando no se utilicen.	Proyección de videos a nuestros trabajadores sobre el ahorro del consumo de energía	Mantenimiento mensual de instalaciones eléctricas y equipos.
Químicos	Olores desagradables	Uso de contenedores de basura cerrados herméticamente.	Separación de basura orgánica, plástico, vidrio.	Donación de basura orgánica para re usarla como abono. Contactar a gestores	Seguimiento del programa de reciclaje.

				ambientales para que recojan papel, cartón, plástico y vidrio de nuestras instalaciones para que realicen las debidas acciones de reciclaje.	
	Uso de desinfectantes	Capacitación para uso de los mismos. Entrega de todos los materiales necesarios para el uso de los mismos.	Aplicación de las medidas preventivas señaladas en las etiquetas de los productos.	Evitar uso de desinfectantes nocivos para la salud y el medio ambiente.	Control de los insumos de limpieza: uso, stock, almacenaje, etc. Inventario de los insumos de limpieza.
Biológicos	Aparición de plagas como cucarachas y ratas.	Constante limpieza y mantenimiento de las instalaciones	Ataque de las plagas con productos respetuosos de la	Proyección de videos en las instalaciones de la empresa acerca	Mantenimiento preventivo y limpieza diaria de

			naturaleza	del respeto a la flora y fauna no nociva para el ecosistema.	las instalaciones
Socio económicos	Creación de empleo	Capacitación semanal y motivación ecológica para todos los empleados
Culturales	Concienciación	Motivación del uso de bicicleta como medio de transporte respetuoso del medio ambiente.

CAPITULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

ÁMBITO SOCIAL

- El mercado de ciclistas urbanos ha venido creciendo en los últimos tiempos debido a muchos factores tales como: *el alto costo de la movilidad en Quito, concienciación por el uso de transportes alternativos y ecológicos, excesivo tráfico en la ciudad de Quito especialmente en horas pico, cuidado de la salud y medio ambiente.*
- Este sector se encuentra un tanto despreocupado por parte de las autoridades Municipales por lo que este Plan será presentado a las autoridades competentes para motivar al uso de transportes alternativos y que genere un valor agregado a las obras que se vienen desarrollando organizaciones sin fines de lucro con respecto al campo de movilidad.
- Este proyecto no se centra únicamente en el campo de ciclistas urbanos sino también a todas las personas que practican alguna forma de deporte en la Ciudad de Quito, así como también a las personas que deseen disfrutar de un ambiente agradable y temático de deportes extremos, cuidado del medio ambiente, etc.
- Asimismo, el proyecto no tiene un fin lucrativo desde su inicio ya que básicamente se trata de un proyecto complementario para satisfacer las necesidades de las personas usuarias de la “Ciclo Q”, peatones, universitarios, etc.
- El proyecto a más de generar plazas de trabajo busca la manera de concienciar a las personas sobre un buen uso de los espacios públicos, la colectividad, el cuidado del medio ambiente, tomando como ejemplo

Holanda, donde el proyecto planteado es muy rentable e incluso empresas como KFC atienden a este mercado de ciclistas urbanos.

ÁMBITO TURÍSTICO Y DE ENTRETENIMIENTO

- La ciudad de Quito posee un clima agradable para la práctica deportiva, y en especial los días domingos cuando se realiza el Ciclopaseo muchas familias salen a disfrutar de un recorrido por la Ciudad que ofrece varios lugares atractivos para visitar, observar, de tal modo que, también buscan un lugar donde puedan descansar y recobrar las energías para continuar con el recorrido
- El centro de Rehidratación busca ser centro temático donde puedan reunirse personas a disfrutar de un buen ambiente y que además puedan servirse productos que satisfagan sus expectativas como deportistas y clientes.

ESTUDIO DE MERCADO

- El estudio de mercado nos ha ayudado a determinar el perfil de nuestros clientes, para lo cual se ha intentado abarcar todas las necesidades requeridas por el cliente.
- El estudio de mercado nos reveló que aún no se tiene una cultura de uso de bicicleta como medio de transporte y son muy pocos los que constantemente la usan para actividades diarias, por lo cual hace pensar que el negocio no puede llegar a tener mayor cantidad de ingresos económicos entre semana; para esto se ha ofertado también postres, alimentos que sean complementarios al servicio principal de bebidas rehidratantes con el fin de cubrir así los gastos y generar una rentabilidad atractiva.

REHIDRATACIÓN EN EL DEPORTE

- La práctica de cualquier tipo de actividad deportiva requiere de un excelente estado físico para rendir adecuadamente en dicha actividad y para esto es de vital importancia mantener el cuerpo bien nutrido y bien hidratado.
- El estudio técnico nos advierte que es necesario mantenerse hidratado en especial cuando se realizan prácticas de duración de más de una hora.
- El consumo de agua simple no es suficiente para reponer los fluidos perdidos en la práctica deportiva sino que es necesario la adición de sales minerales para reponer dichos fluidos, es así que se ha hecho la debida investigación para añadir a las recetas la específica cantidad de sales minerales.

RECOMENDACIONES

- Se espera llegar a tener un acuerdo con organizaciones tales como Ciclópolis o Biciacción que permita el trabajo en conjunto por esta causa y aportar con este servicio a las actividades que estas instituciones promueven y motivan.
- Es necesaria la participación de las Universidades e Instituciones educativas para motivar a sus estudiantes con ideas de cambio a lo ya establecido con el fin de mejorar el entorno donde vivimos, ya sea en transportación, uso de espacios públicos, ahorro en pasajes, combustibles, ejercicio, etc.
- Con estas ideas ya establecidas en la sociedad, se debería motivar a los emprendedores a crear servicios complementarios a lo largo de toda la ciudad para satisfacer las necesidades de este mercado.
- La idea del negocio es un poco “arriesgada” ya que no son muchas las personas que son usuarias de la Ciclo Q especialmente entre semana, por lo tanto es recomendable trabajar con las organizaciones promotoras de

esta ideología con la idea de organizar un “cluster ciclístico” y trabajar en conjunto.

- Al momento de arrancar con el proyecto es necesario ir identificando las necesidades del consumidor que se van presentando en el camino con el fin de ofertar nuevos productos, servicios, modificar precios, a pesar de que ya se ha realizado un estudio de mercado es necesario seguir investigando al mercado e identificar sus expectativas con respecto al establecimiento.

- Es necesario mantenerse informado acerca de la competencia que se viene presentando con el aumento de usuarios especialmente del ciclopaseo, es necesario presentar nuevas alternativas de productos y servicios con un plus que nos ayuden a ser líderes en este campo.
- Es importante mantener una buena relación con los clientes, siempre buscando esa realimentación de información valiosa, de sugerencias, quejas, etcétera, con el fin de buscar siempre el mejoramiento continuo del servicio, de los procesos, tiempos de preparación de alimentos y bebidas.

BIBLIOGRAFÍA

- MARIBEL ESPINOSA CASTILLO, Anteproyectos de Investigación Turística, Serie Trillas Turismo, México D.F 2005.
- EDGAR ALFONSO HERNÁNDEZ DÍAZ, Proyectos Turísticos “Formulación y Evaluación”, Serie Trillas Turismo, México D.F 1990.
- ENTERPRENEUR, Guías de Negocios Serie Gourmet, Editorial Juan Antonio Oseguera, México D.F
- JOSEFINA MONTAÑO SÁNCHEZ, Administración de Riesgos en la Hotelería, Serie Trilla Turismo, México D.F 1995.
- FARID A. MANTILLA, Técnicas de Muestreo “Un enfoque a la Investigación de Mercados”, Imprenta y Offset Santa Rita, Quito 2006.
- MIGUEL ANGEL ACERENZA, Marketing Hotelero, Serie Trillas Turismo, México D.F. 2004.
- ELMER H. BURACK Y ROBERTO SMITH, Biblioteca de Administración de Personal y Relaciones Humanas, Compañía Editorial Continental S.A, México D.F. 1997
- EMPRESA METROPOLITANA QUITO TURISMO, Plan Q 2012

Internet y links dentro de ellos:

- <http://www.biciaccion.org>
- <http://www.monografias.com/trabajos31/uso-bicicleta/uso-bicicleta.shtml>
- <http://www.efdeportes.com/efd9/nutric9.htm>
- <http://www.ciclismosevilla.com/saludmenu>
- <http://www.dietas.net>
- <http://ideasana.fundacioneroski.es/web/es/07/tablas/bebidas.php>