



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
CARRERA TURISMO

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE
UN CAMPAMENTO TURÍSTICO (GLAMPING) EN LA
COMUNIDAD LAGUACOTO BAJO, PARROQUIA GABRIEL I.
VEINTIMILLA, CANTÓN GUARANDA, PROVINCIA BOLÍVAR**

Trabajo de Integración Curricular

Tipo: Proyecto Técnico

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADA EN ECOTURISMO

AUTORA:

GABRIELA BEATRIZ MOROCHO TUALOMBO

Riobamba – Ecuador

2022



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
CARRERA TURISMO

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE
UN CAMPAMENTO TURÍSTICO (GLAMPING) EN LA
COMUNIDAD LAGUACOTO BAJO, PARROQUIA GABRIEL I.
VEINTIMILLA, CANTÓN GUARANDA, PROVINCIA BOLÍVAR**

Trabajo de Integración Curricular

Tipo: Proyecto Técnico

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADA EN ECOTURISMO

AUTORA: GABRIELA BEATRIZ MOROCHO TUALOMBO

DIRECTOR: Ing. JORGE IVAN CARRILLO HERNADEZ PhD.

Riobamba – Ecuador

2022

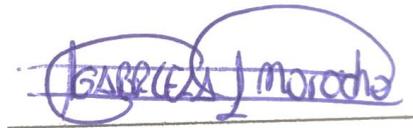
©2022, Gabriela Beatriz Morocho Tualombo

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Yo, **GABRIELA BEATRIZ MOROCHO TUALOMBO**, declaro que el Presente Trabajo de Integración Curricular es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autora asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este Trabajo de Integración Curricular; el patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

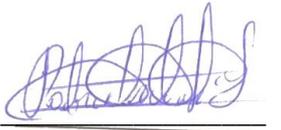
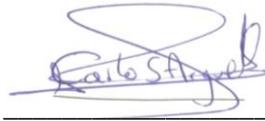
Riobamba, 16 de junio de 2022.



Gabriela Beatriz Morocho Tualombo
020234370-3

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
CARRERA TURISMO

El Tribunal del Trabajo de Integración Curricular certifica que: El Trabajo de Integración Curricular; tipo: Proyecto Técnico, **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CAMPAMENTO TURÍSTICO (GLAMPING) EN LA COMUNIDAD LAGUACOTO BAJO, PARROQUIA GABRIEL I. VEINTIMILLA, CANTÓN GUARANDA, PROVINCIA BOLÍVAR**, realizado por la señorita: **GABRIELA BEATRIZ MOROCHO TUALOMBO**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Integración Curricular, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	FIRMA	FECHA
Lcda. Silvia Patricia Montufar Guevara, Mgs. PRESIDENTE DEL TRIBUNAL		2022/06/16
Ing. Jorge Ivan Carrillo Hernandez, PhD. DIRECTOR DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR		2022/06/16
Ing. Carla Sofia Arguello Guadalupe, Msc. MIEMBRO DEL TRIBUNAL		2022/06/16

DEDICATORIA

El presente proyecto técnico lo dedico con todo mi amor y cariño a mis amados padres Carmen Tualombo y Ángel Morocho por su sacrificio y esfuerzo, por darme una carrera para mi futuro y por creer en mi capacidad, aunque hemos pasado momentos difíciles siempre han estado brindando su comprensión y apoyo. A mis amados hijos Sebastián y Samantha por ser una fuente de inspiración y motivación para poder superarme cada día y así poder luchar para que la vida nos depare un futuro mejor. A mis hermanos Paul y Jaqueline quienes con sus palabras de aliento no me dejaban caer para que siguiera adelante y siempre sea perseverante y cumpla mis objetivos. Finalmente, dedico este proyecto técnico a todas y cada una de las personas que me apoyaron con un granito de arena para ser posible mi sueño realidad.

Gabriela

AGRADECIMIENTO

Agradezco en primer lugar a Dios por permitirme tener salud y vida; y poder alcanzar una meta más en mi vida.

Del mismo modo a mis padres al haberme brindado toda su confianza, por todo su apoyo, sacrificio y esfuerzo, lo cual me ayudo a terminar con éxito mi carrera profesional, a mis hijos, hermano/a, abuelitos y tíos/as por brindarme sus consejos, cariño y amor a pesar de la distancia.

A la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Recursos naturales, y a todos los docentes por darme todas las herramientas necesarias para culminar mi carrera profesional, gracias por los bellos e inolvidables momentos.

Gabriela

TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	x
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xiii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xiv
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xv
RESUMEN.....	xvi
SUMMARY.....	xvii
INTRODUCCIÓN.....	1

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA.....	2
1.1. Antecedentes.....	2
1.2. Problema.....	3
1.3. Justificación.....	5
1.4. Delimitación.....	6
1.4.1. <i>Descripción de la localidad</i>	6
1.4.2. <i>Ubicación geográfica</i>	8
1.4.3. <i>Límites</i>	8
1.4.4. <i>Características de la zona</i>	9
1.5. Objetivos.....	9
1.5.1. <i>Objetivo general</i>	9
1.5.2. <i>Objetivos específicos</i>	9

CAPÍTULO II

2. REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	10
2.1. Turismo.....	10
2.1.1. <i>Turismo sostenible</i>	10
2.1.2. <i>Turismo de naturaleza</i>	10
2.1.3. <i>Ecoturismo</i>	11
2.2. Alojamiento turístico.....	11
2.2.1. <i>Campamento turístico</i>	12
2.2.1.1. <i>Glamping</i>	12

2.2.1.2.	<i>Tipos de glamping</i>	13
2.3.	Factibilidad	15
2.3.1.	<i>Tipos de factibilidad</i>	16
2.4.	Estudio de mercado	16
2.4.1.	<i>Oferta turística</i>	17
2.4.1.1.	<i>Atracciones y actividades</i>	17
2.4.1.2.	<i>Infraestructura</i>	17
2.4.1.3.	<i>Planta turística</i>	17
2.4.1.4.	<i>Superestructura</i>	18
2.4.2.	<i>Demanda turística</i>	18
2.4.2.1.	<i>Tipos de demanda</i>	18
2.4.3.	<i>Competencia</i>	19
2.5.	Estudio técnico	19
2.5.1.	<i>Componentes del estudio técnico</i>	20
2.6.	Estudio de Impacto Ambiental	20
2.6.1.	<i>Metodología de Leopold</i>	21
2.7.	Estudio legal	22
2.8.	Estudio administrativo	22
2.8.1.	<i>Organigrama funcional</i>	22
2.8.2.	<i>Organigrama estructural</i>	22
2.8.3.	<i>Perfil del talento humano</i>	23
2.8.4.	<i>Manual de cargos y funciones</i>	23
2.9.	Viabilidad económico financiero	23
2.9.1.	<i>Criterios de evaluación</i>	23
2.9.1.1.	<i>Valor actual neto (VAN)</i>	24
2.9.1.2.	<i>Tasa interna de retorno o de rendimiento (TIR)</i>	24
2.9.1.3.	<i>Periodo de recuperación del capital (PR)</i>	24
2.9.1.4.	<i>Razón beneficio – costo</i>	24

CAPITULO III

3.	MARCO METODOLÓGICO	25
----	---------------------------------	----

CAPITULO IV

4.	RESULTADOS	34
----	-------------------------	----

4.1.	Establecer la viabilidad comercial del proyecto	34
4.1.1.	<i>Análisis de la demanda</i>	34
4.1.2.	<i>Técnica</i>	34
4.1.2.1.	<i>Instrumento</i>	35
4.1.2.2.	<i>Resultados del estudio de la demanda</i>	35
4.1.2.3.	<i>Perfil del turista</i>	51
4.1.2.4.	<i>Demanda actual</i>	52
4.1.2.5.	<i>Demanda futura</i>	52
4.1.2.6.	<i>Proyección de la oferta de la competencia</i>	53
4.1.2.7.	<i>Proyección de la oferta para 5 años</i>	53
4.1.2.8.	<i>Demanda insatisfecha proyectada</i>	54
4.1.2.9.	<i>Demanda objetiva</i>	54
4.1.3.	<i>Análisis mercadotécnico</i>	55
4.1.3.1.	<i>Definición de la marca imagen</i>	55
4.1.4.	<i>Estudio de mercadotecnia</i>	57
4.2.	Definir la viabilidad técnica para la implementación de un campamento turístico (Glamping)	58
4.2.1.	<i>Diseño de la infraestructura física</i>	58
4.2.1.1.	<i>Tipo de muestra de campamento</i>	58
4.2.2.	<i>Localización del proyecto</i>	58
4.2.2.1.	<i>Macro localización</i>	58
4.2.2.2.	<i>Micro Localización</i>	59
4.2.2.3.	<i>Tamaño del proyecto</i>	59
4.2.2.4.	<i>Número de clientes proyectados</i>	59
4.2.3.	<i>Identificación y descripción de los procesos</i>	60
4.2.3.1.	<i>Caracterización y diseño del producto</i>	61
4.2.3.2.	<i>Estructura de paquetes turísticos</i>	65
4.2.4.	<i>Identificación del proceso productivo</i>	68
4.2.5.	<i>Diseño del campamento glamping</i>	68
4.2.5.1.	<i>Planta arquitectónica</i>	69
4.2.6.	<i>Requerimientos por áreas</i>	76
4.3.	Determinar el impacto ambiental del proyecto	77
4.3.1.	<i>Identificación de impactos</i>	77
4.3.2.	<i>Evaluación de impactos</i>	79
4.3.3.	<i>Interpretación de la matriz</i>	80
4.3.4.	<i>Medidas de mitigación de impactos</i>	80

4.4.	Establecer la viabilidad legal y administrativa del proyecto.....	81
4.4.1.	<i>Estructura legal.....</i>	81
4.4.2.	<i>Estructura administrativa.....</i>	89
4.4.2.1.	<i>Organigrama funcional.....</i>	89
4.4.3.	<i>Manual de cargos y funciones.....</i>	90
4.4.4.	<i>Reglamento del campamento glamping.....</i>	92
4.4.5.	<i>Talento humano y remuneración.....</i>	95
4.5.	Evaluar económica y financieramente al proyecto.....	99
4.5.1.	<i>Presupuesto del glamping.....</i>	99
4.5.2.	<i>Departamento de recepción.....</i>	100
4.5.2.1.	<i>Requerimiento publicitario.....</i>	100
4.5.2.2.	<i>Requerimiento de útiles de aseo.....</i>	101
4.5.3.	<i>Departamento operacional.....</i>	101
4.5.3.1.	<i>Equipamiento Restaurante.....</i>	101
4.5.3.2.	<i>Equipamiento para el área de hospedaje.....</i>	105
4.5.4.	<i>Departamento administrativo.....</i>	106
4.5.5.	<i>Rol de pagos.....</i>	107
4.5.6.	<i>Requerimientos costos servicios básicos.....</i>	107
4.5.7.	<i>Estado financiero.....</i>	108
4.5.7.1.	<i>Inversión del proyecto.....</i>	108
4.5.7.2.	<i>Fuentes de financiamiento.....</i>	109
4.5.7.3.	<i>Depreciación.....</i>	110
4.5.7.4.	<i>Amortización.....</i>	111
4.5.7.5.	<i>Costos de servicio o producción.....</i>	112
4.5.7.6.	<i>Resumen de costos de ventas.....</i>	113
4.5.7.7.	<i>Estado de resultados.....</i>	114
4.5.7.8.	<i>Flujo de caja.....</i>	116
4.5.7.9.	<i>Evaluación financiera.....</i>	118
	CONCLUSIONES.....	119
	RECOMENDACIONES.....	120
	GLOSARIO	
	BIBLIOGRAFÍA	
	ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-2:	Tipos de <i>glamping</i>	13
Tabla 1-3:	Factores Ambientales a considerar (Matriz Leopold).....	27
Tabla 1-4:	Género.....	35
Tabla 2-4:	Edad	36
Tabla 3-4:	Ciudad de residencia.....	37
Tabla 4-4:	Nivel de educación.....	38
Tabla 5-4:	Ingresos mensuales	39
Tabla 6-4:	Realiza turismo	40
Tabla 7-4:	Tipo de oferta le gustaría aplicar.....	41
Tabla 8-4:	Campamento <i>glamping</i>	42
Tabla 9-4:	Oferta de campamento <i>glamping</i>	43
Tabla 10-4:	Servicios del campamento <i>glamping</i>	44
Tabla 11-4:	Pernoctación en el campamento <i>glamping</i>	45
Tabla 12-4:	Actividades turísticas del campamento <i>glamping</i>	46
Tabla 13-4:	Elementos de mayor importancia al momento de hospedarse en un campamento <i>glamping</i>	47
Tabla 14-4:	Valor a pagar por un paquete de hospedaje en campamentos <i>glamping</i> (por 1 día y 1 noche).....	48
Tabla 15-4:	Formas de pagos	49
Tabla 16-4:	Obtención información de los diferentes establecimientos turísticos	50
Tabla 17-4:	Perfil del turista.....	51
Tabla 18-4:	Proyección de la demanda futura	52
Tabla 19-4:	Proyección de la demanda	53
Tabla 20-4:	Proyección de la oferta de la competencia.....	53
Tabla 21-4:	Proyección de la oferta potencial	54
Tabla 22-4:	Proyección de la oferta.....	54
Tabla 23-4:	Demanda objetiva	55
Tabla 24-4:	Número de clientes	60
Tabla 25-4:	Implementación del servicio de hospedaje	62
Tabla 26-4:	Implementación del servicio de alimentación.....	63
Tabla 27-4:	Paquete de alojamiento 1	65
Tabla 28-4:	Paquete de alojamiento 2	66
Tabla 29-4:	Paquete de alojamiento 3	67

Tabla 30-4:	Proceso productivo.....	68
Tabla 31-4:	Detalle de la construcción del <i>lamping</i> matrimonial.....	71
Tabla 32-4:	Detalle de la construcción del <i>glamping</i> familiar	73
Tabla 33-4:	Detalle del restaurante.....	76
Tabla 34-4:	Requerimiento por área del campamento <i>glamping</i>	77
Tabla 35-4:	Matriz causa-efecto	78
Tabla 36-4:	Mediadas de mitigación	80
Tabla 37-4:	Análisis comparativo del marco legal existente.....	82
Tabla 38-4:	Manual de cargos	90
Tabla 39-4:	Reglamento del personal.....	92
Tabla 40-4:	Reglamento de los visitantes.....	93
Tabla 41-4:	Perfil de talento humano Gerente.....	96
Tabla 42-4:	Perfil de talento humano Recepcionista.....	96
Tabla 43-4:	Perfil de talento humano Cocinero.....	97
Tabla 44-4:	Perfil de talento humano Ayudante de mantenimiento	97
Tabla 45-4:	Remuneración Gerente general.....	98
Tabla 46-4:	Remuneración Recepcionista.....	98
Tabla 47-4:	Remuneración Chef	98
Tabla 48-4:	Remuneración Técnico de mantenimiento.....	98
Tabla 49-4:	Presupuesto del <i>glamping</i>	99
Tabla 50-4:	Inventario e inversión de recepción	100
Tabla 51-4:	Publicidad	100
Tabla 52-4:	Útiles de aseo	101
Tabla 53-4:	Equipamiento para el restaurante.....	102
Tabla 54-4:	Equipamiento de habitaciones	105
Tabla 55-4:	Equipamiento para el área administrativa.....	106
Tabla 56-4:	Equipamiento para el área administrativa.....	107
Tabla 57-4:	Servicios básicos.....	107
Tabla 58-4:	Inversión del proyecto.....	108
Tabla 59-4:	Fuentes de financiamiento	109
Tabla 60-4:	Depreciación de activos fijos	110
Tabla 61-4:	Amortización del financiamiento.....	111
Tabla 62-4:	Costo de servicio o producción.....	112
Tabla 63-4:	Resumen de costos de ventas.....	113
Tabla 64-4:	Estado de resultados.....	114
Tabla 65-4:	Flujo de caja.....	116

Tabla 66-4: Evaluación financiera.....	118
---	-----

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1-1:	Ubicación geográfica Comunidad Laguacoto Bajo.....	8
Figura 1-4:	Imagen turística	55
Figura 2-4:	Mapa de macro localización de campamento <i>Glamping</i>	59
Figura 3-4:	Planta arquitectónica campamento <i>glamping</i>	69
Figura 4-4:	Diseño frontal del campamento <i>glamping</i> matrimonial	69
Figura 5-4:	Diseño parte trasera del campamento <i>glamping</i> matrimonial	70
Figura 6-4:	Diseño interno del campamento <i>glamping</i> matrimonial o doble.....	70
Figura 7-4:	Diseño <i>Glamping</i> cuádruple parte delantera	72
Figura 8-4:	Diseño <i>Glamping</i> cuádruple parte trasera	72
Figura 9-4:	Diseño interno del campamento <i>glamping</i> cuádruple	73
Figura 10-4:	Diseño del restaurante parte delantera.....	75
Figura 11-4:	Diseño del restaurante parte trasera.....	75
Figura 12-4:	Matriz Leopold	79
Figura 13-4:	Organigrama estructural	89
Figura 14-4:	Organigrama funcional.....	89

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1-4:	Género.....	35
Gráfico 2-4:	Edad	36
Gráfico 3-4:	Ciudad de residencia.....	37
Gráfico 4-4:	Ciudad de residencia.....	38
Gráfico 5-4:	Ingresos mensuales	39
Gráfico 6-4:	Ingresos mensuales	40
Gráfico 7-4:	Tipo de oferta le gustaría aplicar	41
Gráfico 8-4:	Campamento <i>glamping</i>	42
Gráfico 9-4:	Oferta de campamento <i>glamping</i>	43
Gráfico 10-4:	Servicios del campamento <i>glamping</i>	44
Gráfico 11-4:	Pernoctación en el campamento <i>glamping</i>	45
Gráfico 12-4:	Actividades turísticas del campamento <i>glamping</i>	46
Gráfico 13-4:	Elementos de mayor importancia al momento de hospedarse en un campamento <i>glamping</i>	47
Gráfico 14-4:	Disponibilidad de pago paquete de hospedaje en campamentos <i>glamping</i> (por 1 día y 1 noche).....	48
Gráfico 15-4:	Formas de pagos	49
Gráfico 16-4:	Obtención información de los diferentes establecimientos turísticos	50

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A: ENCUESTA

RESUMEN

El objetivo de la presente investigación fue el estudio de factibilidad para la implementación de un campamento turístico (*glamping*) en la comunidad Laguacoto Bajo, Parroquia Gabriel Ignacio Veintimilla, Cantón Guaranda, Provincia Bolívar. La metodología empleada para conseguir los objetivos planteados constó de cinco fases: primero, establecer la viabilidad comercial del proyecto donde se analizó la oferta complementaria y sustitutiva, además, la demanda se la determinó aplicando la técnica de la encuesta a un total de 384 personas; segundo, se definió la viabilidad técnica del proyecto, caracterizando los productos, diseñando las facilidades y servicios en relación del campamento *glamping*, se determinó estrategias de comercialización y venta; seguido se determinó el impacto ambiental utilizando la matriz de Leopold, en base a la cual se establecieron las medidas de mitigación ambientales que debería cumplir el proyecto; a continuación, se estableció la viabilidad legal y administrativa que se emplearía dentro del campamento *glamping*; y finalmente, se evaluó económica y financieramente el proyecto mediante la identificación de las inversiones y cálculo de depreciaciones, amortización, costos, gastos, valor actual neto, tasa interna de retorno y la relación beneficio/costos. Se diseñaron tres paquetes turísticos con sus respectivas actividades que fueron establecidas mediante el estudio de la demanda, la comercialización del producto se realizaría desde la comunidad, redes sociales, páginas web; los impactos ambientales producidos fueron de +98, siendo esto no significativo; finalmente, se obtuvo un VAN de \$ 276.820,07 un TIR 79,77 % y una RBC de \$ 1,80. Se concluyó que la propuesta es viable para la implantación con una aceptación del 95 % y se recomendó desarrollar y ejecutar proyectos acordes a las necesidades que requiere la población.

Palabras clave: <CAMPAMENTO>, <GLAMPING>, <TURISMO>, <TURISMO COMUNITARIO>, <NATURALEZA>, <ALOJAMIENTO ALTERNATIVO >, <PRODUCTO TURÍSTICO >.



Ing. Cristian Castillo



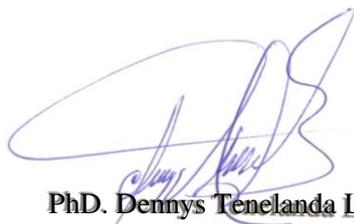
1655-DBRA-UTP-2022

SUMMARY

This research aimed to study the feasibility for the implementation of a tourist camp (glamping) in Laguacoto Bajo, Gabriela Ignacio Veintimilla town, Guaranda city, Bolívar Province. The methodology used to achieve the stated objectives consisted of five phases. First, to establish the commercial viability of the project where the complementary and substitute supply was analyzed. In addition, the demand was determined by applying a survey to 384 people. Second, the technical feasibility of the project was defined, characterizing the products, designing the facilities and services in relation to the glamping camp, marketing and sales strategies were also determined. Third, the environmental impact was determined using the Leopold Matrix, base on which the environmental mitigation measures that the project should comply with were established; next, the legal and administrative viability that would be used within the glamping camp was established. Finally, the project was economically and financially evaluated by identifying the investments and calculating depreciation, amortization, costs, expenses, net present value, internal rate of return and the benefit/cost ratio. Three tourist packages were designed with their respective activities that were established through the study of the demand, the commercialization of the product would be carried out from the community, social networks, web pages. The environmental impacts produced were +98, this did not show significant. In the end, a NPV of \$276,820.07 was obtained, an IRR of 79.77% and a RBC of \$1.80. It was concluded that the proposal is viable for implementation with an acceptance of 95% and it was recommended to develop and execute projects according to the needs required by the population.

Keywords: <CAMP>, <GLAMPING>, <TOURISM>, <COMMUNITY TOURISM>, <NATURE>, <ALTERNATIVE ACCOMMODATION>, <TOURISM PRODUCT>.

Translated by:



PhD. Dennys Tenelanda López

ID number: 0603342189

Professor of EFL

Riobamba, September 7, 2022

INTRODUCCIÓN

El *glamping* nace por primera vez en la década de los noventas en África por viajeros adinerados que practicaban giras sin sacrificar su estilo de vida lujosa mientras estaban fuera, esto lo hacían en lujosos safaris, extendiéndose por todo el mundo. Su demanda fue perfectamente compensada por tiendas de lona de lujo con todas las comodidades solicitadas por el huésped. Por lo tanto, en Ecuador el término *glamping* tiene unos pocos años y los representantes turísticos están empezando a redescubrir este concepto tan antiguo como un nuevo aspecto.

El turismo *glamping* se ha transformado en una tendencia los últimos años y es privilegiado por personas que pretenden apartarse de la vida de la ciudad y que les gusta la naturaleza para acampar. Rogerson y Rogerson (2020; citado en Jácome, 2021, p. 24) existe una transición a un nuevo producto turístico, el turismo *glamping*, ofrece una combinación de naturaleza y preferencias de camping, sumando al concepto de vacaciones de lujo.

El *glamping* al lograr la combinación armónica entre las instalaciones y los servicios de lujo con la oferta del *glamping*, permite que aquellos “no-campistas” sean atraídos por esta tendencia y así pueden disfrutar y experimentar la naturaleza al mismo tiempo que mantienen las condiciones de un viaje premium y se conectan con las culturas locales de los destinos (Solís, 2021, p. 1).

El *glamping* puede definirse como un turismo de especial interés, proporciona un nivel máximo de camping, confort y lujo en edificaciones, ofrecen muchas actividades y oportunidades, se integran en el entorno natural sin hacer daños en la naturaleza y garantizar la seguridad.

Es importante realizar estudios de las nuevas tendencias y del crecimiento turístico, poner en claro el uso de estrategias de marketing de acuerdo a estas tendencias. Debido a esto, el estudio busca manifestar las características generales del mercado turístico de *glamping* en el Ecuador. Esta transformadora forma de hospedarse en campings está promoviendo un nuevo cambio estratégico hacia el progreso de la calidad y la competitividad; en la actualidad el *glamping* surge como un modelo de turismo alternativo, también catalogado como tendencia favorita desde 2020.

El presente documento, se estructura de la siguiente forma: el CAPÍTULO I se aborda el diagnóstico del problema a ser tratado en el proyecto técnico, seguido el CAPÍTULO II presenta la revisión de la literatura que fundamenta el estudio, después el CAPÍTULO III detallara el marco metodológico a ser aplicado, y finalmente se concluye con la implantación del campamento *glamping* para la comunidad.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA

1.1. Antecedentes

El *glamping* es una actividad de alojamiento que busca conectarse con la naturaleza y su alrededor, aunque se desconoce dónde surgió, no obstante, existen varios indicios que exponen su origen en el siglo XII, época de la edad media, donde describían que la nobleza europea utilizaba campamentos móviles, mismo que servían como refugio de los viajes, estos campamentos eran realizados de lujosos tejidos en seda, alfombrados y amoblados de un valor exagerado que servían como un atractivo en aquellas épocas.

En el siglo XI, la cultura China guarda un retrato de la emperatriz Song rodeado de docenas de pequeñas tienda-palacio, donde se dio la ceremonia más importante del *glamping* que aún se sigue conservando en el Museo del Palacio de la ciudad perdida de Pekín (Benavides et al., 2018, p. 12).

Desde los años pasados las tiendas fueron perdiendo su uso adecuado y su atractivo, a mediados del siglo XIX con las primeras expediciones de los americanos al continente africano retomaron nuevamente su uso para el siglo XX estas tiendas olvidadas fueron prestando un servicio de alojamiento turístico, llegando a un punto de implementar una variedad de los ya conocidos *glamping*, también cubriendo los diferentes necesidades y gustos de las personas que utilizaban este tipo de hospedaje (Muñoz y Naula, 2020, p. 2).

Glamping viene de la combinación de las palabras “glamour” y “camping”, siendo esta una de las últimas actividades que se está volviendo una tradición entre los viajeros que buscan la aventura en la naturaleza, desde un punto de vista directo con el medio ambiente.

La pernoctación bajo la modalidad del *glamping* se ha convertido en tendencia en el Ecuador para aquellas personas que están dispuestas a buscar un plácido lugar para pernoctar, en sitios que tengan conexión con la naturaleza y salir de la rutina, con la seguridad que se ofrece en plena pandemia frente a otros destinos. Los domos transparentes, las burbujas al aire libre y cabañas con una vista impresionante de las estrellas, es lo que ofrece este tipo de turismo hoy en día, para acampar con *glamour*.

Actualmente existen diversos tipos de alojamiento para realizar *glamping* en los cuales se puede encontrar: casas del árbol, yurtas también conocidas como viviendas de nómadas, tiendas safari, auto caravana, tipis, casas domo, iglús y tiendas de campaña, con la finalidad de conectarse con la naturaleza, así mismo de disfrutar de hermosos atardeceres y un cielo estrellado (Benavides et al., 2018, p. 13).

Según el artículo periodístico de Encalada (2019, párr. 3-6) en El Comercio, una de las principales características que ofrece el *glamping* es la originalidad, como podemos apreciar en Europa el *Whitepod Eco-Luxury Hotel*, en Suiza con sus lujosas capsulas de forma esférica construida a base de triángulos en las montañas con baño privado y chimenea, el *Logitude 131* en Australia ubicado en la joya de la naturaleza australiana como es el monte Uluru. En cambio, en Sudamérica los sitios más buscados para viajar es el *Ecocamp* Patagonia de Chile ubicado en el Parque Nacional de Torres del Peine y *Bubble Sky* de Colombia en El Retiro de Antioquia.

En el Ecuador hace apenas un año se ha ido uniendo a la tendencia mundial del *glamping*, encontrando un nicho para el crecimiento al ofertar al turista una experiencia sensorial que combina la acampada al aire libre con lujos. Los establecimientos que ofrecen este tipo de servicios son 24, cada uno de ellos tienen diferente temática y modalidad del hospedaje, con instalaciones en zonas serranas, costeñas y amazónicas.

Teniendo tres establecimientos representativos que brindan este tipo de alojamiento como es Galápagos Safari Camp, situado en las exuberantes tierras altas de la isla santa cruz las comodidades para el usuario ofreciendo un servicio 5 estrellas, Manatee Amazon Explorer situado en la amazonia ecuatoriana ofertando hospedaje *glamping* y guianza de excelente calidad con todos los servicios de lujo.

En Quito tenemos el Samay *Glamping* que brinda una amplia gama en alojamiento y un sin número de servicios de actividades de naturaleza como organización de eventos, chamanismo, ceremonias con la ayahuasca, entre otras. Esta marca está abriendo espacio en cuanto al sector turístico con nuevas franquicias en lugares como Vilcabamba y Santa Elena.

1.2. Problema

Guaranda la Ciudad de las Siete Colinas; posee atractivos naturales como culturales, en toda su extensión cuenta con iglesias, museos, centro histórico, sus siete colinas, fiestas populares como el carnaval, entre otros que se pueden utilizar para el aprovechamiento turístico.

Según el portal GEO VIT, informa en su estadística de ingreso de turistas 2018; aproximadamente llegaron 269.623 turistas en el transcurso de todo el año; febrero, octubre y noviembre que son los meses de más afluencia de corrientes turísticas.

La comunidad Laguacoto Bajo ubicada al sur de ciudad de Guaranda, posee una riqueza agrícola, paisajística y cultural religiosas, por la comunidad pasa la ruta de los Santos llamada así por 4 parroquias que llevan su mismo nombre San Simón, San Lorenzo, Santiago, San Vicente, 2 cantones San Miguel y San José de Chimbo. La comunidad requiere ser aprovechada, de tal manera que los habitantes aledaños resulten beneficiados, para que la reactivación de la economía de la comunidad lo viable es la implementación del turismo ya que se encontrarse en un lugar estratégico de mayor concurrencia por la extensión de la Universidad Estatal de Bolívar Facultad Ciencias Agropecuarias y la Jefatura de Transito.

En la comunidad Laguacoto Bajo no se registra actividad relacionada con la aplicación de campamentos turísticos (*Glamping*), lo cual ha provocado el desaprovechamiento de los recursos naturales y humanos que este sitio posee; esto a genera que la población no tenga fuentes de empleo y carezcan de participación en cuanto a actividades turísticas, teniendo escaso ingreso económico que sustente su calidad de vida.

La población cuenta con limitada visión del desarrollo turístico sostenible, lo que ha impide el desarrollo social, económico y material en el área turística; teniendo un desinterés social en el fortalecimiento e inversión turística.

La falta de políticas para la gestión y el fortalecimiento del sector turístico por parte de la administración local y la ausencia de programas de capacitación e involucramiento a la población, limita el desarrollo turístico sostenible en la comunidad; debido a la poca importancia que les presta a los atractivos turísticos culturales que la comunidad posee y la falta de nuevas propuestas reduce el interés del turista por permanecer más tiempo en el sitio.

El poco presupuesto destinado al área turística restringe y dificulta su planificación, ocasionando la ausencia publicitaria en los medios de comunicación tradicionales o el de contar con un sitio Web especializado, en constante actualización que resuelva las inquietudes turísticas del público interno y externo.

La falta de articulación entre las instituciones y los pequeños emprendimientos turísticos del sector privado desencadena acciones por separado. El aislamiento motiva un efecto negativo en la inversión de recursos en ocasiones innecesarios e insuficientes.

Otro del factor que impide el incremento de visitantes en la comunidad, es la insuficiente señalización turística que resalte la oferta de los productos o servicios para atender al turista (Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Guaranda, 2020, p. 65).

1.3. Justificación

Guaranda posee una amplia variedad de climas y sitios turísticos, desde el gélido glacial en las faldas del nevado Chimborazo hasta el Tropical en la parroquia rural San Luis de Pambil, aunque el turismo no es aprovechado en todo lo que podría hacerse, pese a contar con recursos naturales, patrimoniales y culturales, estos carecen de infraestructura apropiada para el turismo.

El Art. 71 de la Constitución de la República del Ecuador del 2008 actualizada al 2012 fomenta a la protección de la naturaleza y respeto a todos los elementos que forman un ecosistema, para así poder tener un mejor aprovechamiento de los recursos y beneficiarnos de la manera más sana y sin provocar ningún daño a las áreas naturales.

Ecuador es un país que oferta diversidad en cuanto en actividades turísticas, destinos, atractivos y la increíble biodiversidad de condiciones geográficas, climáticas, sociales y culturales que el país ofrece, estando dividido por cuatro regiones que constituyen el territorio ecuatoriano como la costa bañada por el pacífico, sierra valles templados de la cordillera de los andes, amazonia con su extensa selva repleta de biodiversidad y las maravillosas islas Galápagos, cada una con diferentes pisos climáticos, ecosistemas y tipos de recursos naturales.

Los atractivos más visitados en el Ecuador son dos, las islas encantadas Galápagos uno de los paraísos naturales como principal destino turístico y seguido su capital San Francisco de Quito patrimonio cultural de la humanidad declarado por la Unesco 1978.

La Organización Mundial del Turismo (OMT) considera que el ecoturismo es una de las vías más eficaces para el enriquecimiento de los países con zonas de alto nivel ecológico y con escaso desarrollo industriales (Hosteltur, 2002, párr. 1).

El estudio de factibilidad para la implementación para la implementación de un campamento turístico (*glamping*) turístico en la comunidad Laguacoto Bajo, permita a los turistas tener más comodidades en lo que se refiere a alojamiento, constituyendo a la comunidad una importante fuente de ingreso económico, además con la implementación del *glamping* no es necesario el gasto alto en infraestructura y lo más importante no afectara al ecosistema ni a su entorno natural.

Según el Plan Nacional de Desarrollo, eje transición ecológica objetivo 11: Conservar, recuperar y regular el aprovechamiento del patrimonio natural y social, rural y urbano, continental y marino-costero, que asegure y precautele los derechos de las presentes y futuras generaciones.

Objetivo 12: fomentar modelos de desarrollo sostenible medidas de adaptación y mitigación al cambio climático (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2017, p. 52).

La siguiente investigación nace de la necesidad de dar oportunidades para que el turismo sea aprovechado al máximo en la comunidad, y para dar un punto de vista nuevo en lo que es el alojamiento, el objetivo principal del proyecto es estudiar la factibilidad para la implementación de un campamento *glamping*, para se verá reflejado la viabilidad y la aceptación de esta nueva oferta de alojamiento en los turistas, siendo una herramienta de dinamizar la economía, ayudando a resolver algunas problemáticas de origen económico se presenta en la población.

1.4. Delimitación

1.4.1. Descripción de la localidad

En el centro del Ecuador al pie del Chimborazo se encuentra la provincia de Bolívar a 2,300 msnm incrustado en la cordillera de los andes, se encuentra el Comunidad del Laguacoto Bajo a 2,88 km del centro de la ciudad de Guaranda, encantándose limitada al norte por la ciudadela Coloma Román sur, Laguacoto alto y al este con cruz loma al sur con el río Conventillo y al oeste con el río Guaranda.

Cada mañana el astro rey sol baña con su esplendor a este bello paraje que está adornado por sus dos ríos y sus bosques de eucalipto dando paso a la fauna de muestra sierra, por la comunidad pasa la carretera o camino que se denomina la vía de los Santos que nace en la ciudad de Guaranda y termina en San José de Chimbo.

La comunidad del Laguatoco Bajo se encuentra conformado por 250 miembros familiares entre niños, jóvenes y adultos de tercera edad, el 50% de los pobladores se dedican a la agricultura, la ganadería y a tejer, un 10% de la población trabajan en los famosos molinos de piedra que fueron creados por sus antepasados, aprovechan los ríos que existen en la comunidad para moler los granos de maíz, morocho, trigo, cebada entre otros, el otro 40% de la población se dedican a trabajar en construcción fuera de la comunidad, migrando a otras ciudades en busca de sustento para sus familias.

En la comunidad se encuentra la Universidad Estatal de Bolívar Agropecuaria, zootecnia y veterinaria, la Comisión de Transito de Bolívar y la parada de buses de la Universidad de Bolívar, que sirven como medio de movilización para los pobladores de la localidad y alrededores a ellas para trasladarse a sus respectivas labores diarias.

La organización política de la comunidad está conformada por un presidente, vicepresidente, secretario, tesorero y cuatro vocales, ellos son los encargados de coordinar a la comunidad.

La comunidad tiene creencias religiosas, cada 3 de mayo se celebra la fiesta de las tres cruces en honor a la cruz que dejaron unos misioneros hace años atrás a la localidad, celebran la semana santa que empieza con el domingo de ramos y termina en el domingo de pascua donde la comunidad es visitada por jóvenes misioneros.

Cada 21 de marzo la comunidad celebra el *Paukar Raymi* dando inicio a la fiesta del carnaval, en la cual disfrutan de las famosas negras o carnavaleros que visitan cada casa cantando versos y contra puntos al son de rondadores, bombos y guitarras, en la cual se disfruta la gastronomía de las papas con cuy, caldo de gallina criolla, chigüiles, dulce de zambo, chicha de jora y el pájaro azul.

La comunidad es miembro de una organización de 18 comunidades llamada Comité de Desarrollo Integral Campesina de Veintimilla (CODICIV).

La visión de la comunidad del Laguatoco Bajo es que las nuevas generaciones se preparen y velen por el desarrollo y el bienestar de la pacha mama creando centros de recreación y rescatando los valores ancestrales para hacerse conocer a nivel local con proyección internacional.

1.4.2. Ubicación geográfica

El presente trabajo técnico se realizó en la comunidad del Laguacoto Bajo, perteneciente a la parroquia Gabriel I. Veintimilla, cantón Guaranda, provincia Bolívar.



Figura 1-1. Ubicación geográfica Comunidad Laguacoto Bajo

Elaborado por: Morocho Gabriela, 2022

1.4.3. Límites

El siguiente proyecto se desarrollará en la comunidad Laguacoto Bajo, parroquia Gabriel I. Veintimilla de la provincia Bolívar, en el terreno de la familia Morocho que se encuentra al sur de la ciudad de Guaranda a 2,88 km.

- Norte: terreno del señor Ángel Taris.
- Sur: terreno del señor Alfonso Morocho.
- Este: terreno Universidad Estatal de Bolívar Veterinaria.
- Oeste: terreno señora Consuelo Morocho.

1.4.4. Características de la zona

La zona de estudio es un terreno que tiene la forma de un montículo, con una extensión de 3.356 m² esta zona se la ocupa como sembrío de maíz, trigo, habas, frejol, entre otros y crianza de animales domésticos.

Se caracteriza por estar al frente de la Universidad Estatal de Bolívar Veterinaria y al costado está la vía principal conocida como vía de los Santos, este lugar consta de agua, luz y alcantarillado, está rodeado de vegetación y montañas, su suelo es arenoso y arcilloso.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo general

Determinar la factibilidad para la implementación de un campamento turístico (*Glamping*) en la comunidad Laguacoto Bajo, Parroquia Gabriel I. Veintimilla, Cantón Guaranda, Provincia Bolívar.

1.5.2. Objetivos específicos

- Establecer la viabilidad comercial del proyecto.
- Definir la viabilidad técnica para la implementación de un campamento turístico (*Glamping*).
- Determinar el impacto ambiental del proyecto.
- Establecer la viabilidad legal y administrativa del proyecto.
- Evaluar económica y financieramente al proyecto.

CAPÍTULO II

2. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. Turismo

Según Ramírez (2006; citado en Morillo, 2011, p. 142) desde la primera perspectiva, el turismo es la tendencia natural del ser humano de trasladarse a un sitio diferente de aquel donde usualmente vive, para beneficiarse de las bondades de otros lugares, descansar, esparcirse, recrearse y escapar de la monotonía de su vida diaria.

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios (UNWTO, 2019, párr. 1).

El turismo son actividades que realizan las personas durante su viaje, esto puede ser dentro o fuera de su lugar de residencia por un periodo de tiempo inferior a un año con fines de ocio, recreación, negocios y otros motivos.

2.1.1. Turismo sostenible

Según la Organización Mundial de Turismo (OMT, 1998; citado en Cardoso, 2006, p. 10) un modelo de desarrollo económico es concebido para mejorar la calidad de vida de la comunidad receptora. Para facilitar al visitante una experiencia de alta calidad y mantener la calidad del medio ambiente, del que tanto la comunidad anfitriona como los visitantes dependen.

El turismo sostenible se ha caracterizado por utilizar todos los recursos, manteniendo la esencia cultural y ecosistemas, para satisfacer las necesidades económicas, sociales y atractivas de las regiones, ya sea a corto o a largo plazo.

2.1.2. Turismo de naturaleza

Turismo de naturaleza es una práctica que realizan personas que tienen el interés en conocer y disfrutar el aprovechamiento sustentable de los recursos naturales, siendo una estrategia para el desarrollo económico para las comunidades.

La Comisión Ballenera Internacional (CBI, 2014; citado en Mejía, 2016, p. 7), dice que es la actividad turística que consiste en conservar el medio ambiente y el ecosistema en el que se desarrollan todas las actividades recreativas, tales como: avistamiento de aves, fotografía a la naturaleza, senderismo, cabalgatas, bicicleta de montaña, rafting, moto acuática, picnic, buceo, visitas guiadas, entre otras. Además de mejorar el nivel de vida y poder adquisitivo de las personas que viven y mantienen las atracciones naturales del lugar.

De acuerdo a la Organización Mundial del Turismo, todo tipo de turismo basado en la naturaleza, la principal motivación es la observación y apreciación de la naturaleza y las culturas tradicionales (UNWTO, 2002, p. 1).

2.1.3. Ecoturismo

El ecoturismo es una modalidad del turismo de naturaleza, que está asociada al goce y disfrute del ecosistema, con un conjunto de principios éticos de preservar el equilibrio ecológico, esto consiste en ser responsable y consiente con el entorno social, cultural y natural, buscando sensibilizar la preservación del medio ambiente con el respeto a los derechos humanos.

La Secretaría de Turismo SECTUR (2016; citado en SEMARNAT, 2019, párr. 2) dice que el ecoturismo es la modalidad más ofertada y donde destacan productos, servicios y actividades turístico-recreativas muy competitivas, como la interpretación ambiental en avistamiento de ballenas jorobadas, tortugas y aves. Este tipo de actividades, son la expresión de mayor compromiso para conservar los recursos naturales y culturales, para impactar lo menos posible el entorno natural de los destinos.

Pérez (2016; citado en Batissteza, 2021, p. 13) identifica al ecoturismo como una estrategia dirigida hacia la conservación de los recursos, partiendo de una gestión integral y de trabajo para generar ingresos a los pobladores que habitan. Además, propone que se lo utilice como una herramienta para capacitar a las personas en torno al ambiente.

2.2. Alojamiento turístico

La prestación de alojamiento turístico es la oferta a cambio de un bien económico en habitaciones correctamente equipadas, asignadas de al menos una cama, brindando como el principal servicio a turistas, viajantes y huéspedes.

Alojamiento es aquella actividad ejercida por los establecimientos que presten servicios de hospedaje público a cambio de un pago de forma profesional, esto puede ser de forma profesional o permanente y puede incluir otros servicios complementarios (UNWTO, 2019, párr. 21).

Alojamiento turístico es considerado como una unidad integrada de negocio destinada al hospedaje no permanente de turistas y que brinda servicios complementarios, para lo cual deberá obtener previamente el registro de turismo y la licencia única anual de funcionamiento (Ministerio de Turismo, 2016, p. 3).

2.2.1. Campamento turístico

Son campamentos turísticos aquellos terrenos debidamente delimitados y acondicionados para facilitar la vida al aire libre, en los que se pernocta bajo tienda de campaña (carpa) o remolque habitable, mediante precio (Núñez y Vincés, 2015, p. 23).

El camping debe ser visto como un estilo de vida: un conjunto de experiencias en vías de comunicación. Una gran oportunidad de comunicar y posicionarnos como un producto de relax, pero lleno de atributos experienciales que agregan valor alojativo junto al destino (Hosteltur, 2002, párr. 3).

Campamento turístico es un establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de alojamiento para pernoctar en tiendas de campañas; dispone como un mínimo de cuartos de baños y aseo compartidos cercanos al área de campamento, cuyos terrenos están debidamente delimitados y acondicionados para ofrecer actividades de recreación y descanso al aire libre (Ministerio de Turismo, 2016, p. 9).

2.2.1.1. Glamping

El *glamping*, palabra en inglés compuesta + camping (acampar con estilo o con elegancia), ofrece esa experiencia de convivir al aire libre con la naturaleza y disfrutar del paisaje de forma tradicional (De la Luz, 2016, párr. 2).

Turismo alternativo con las comodidades de un hotel cinco estrellas en un camping de lujo, una yurta, una isla privada o en casas de árboles llenas de encanto y mil comodidades (Glampinghub 2021, párr. 1).

Glamping viene de la combinación de dos palabras glamur y camping, siendo un fenómeno global en actividad de alojamiento tradicional entre los turistas, que combina la experiencia de acampar al aire libre, buscando explorar la naturaleza desde un contacto directo con el medio ambiente.

2.2.1.2. Tipos de *glamping*

Existen varios tipos de *glamping* a nivel mundial que se diferencia por diversos aspectos al igual de su estructura y en función de su ubicación. Los más conocidos tenemos la tienda de campaña, tienda safari, casa de árbol, tipis, auto caravanas, entre otros.

La modalidad de cada tipo de *glamping* se enfoca en: la comodidad, glamour manteniendo relación con la madre tierra, la protección ambiental y sobre todo el disfrute de la nueva experiencia del usuario y generando un valor agregado.

Tabla 1-2: Tipos de *glamping*

NOMBRE	CARACTERÍSTICAS	IMÁGENES
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Casas del árbol</i> 	<p>Hechas de madera sobre las ramas de un árbol y para llegar a ellas tiene que subir por escaleras.</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Tiendas safari</i> 	<p>Tiene la estructura de una casa que solo que los techos son en forma de pico, echas de lona ligera pero resistente.</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Auto caravanas</i> 	<p>Las famosas casas rodantes. Vehículos (camionetas), que en la parte de atrás del conductor tienen acondicionamiento un espacio para ser utilizado como vivienda.</p>	

NOMBRE	CARACTERÍSTICAS	IMÁGENES
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Yurtas</i> 	<p>Construida de celosía de madera tapada con tela delgada pero resistente. Se forma una carpa pero circular que protege de los vientos y lluvias.</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Tiendas de campañas</i> 	<p>Las tiendas de campaña están compuestas por una decoración interior excepcional, muebles de calidad, con la ventaja de estar en medio de la naturaleza cubiertos por un cielo cubierto de estrellas, y contemplando hermosos paisajes.</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Casas domo</i> 	<p>Estas casas domos tienen forma de cúpula, la ventaja es que son construcciones modernas elaboradas con materiales como poliéster de alta resistencia además incluyen madera, hierro y acero, o tecnologías de primera calidad.</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Iglús</i> 	<p>Conocidas como casas de “nieve”, refugio diseñado con bloques de nieve que tradicionalmente tiene forma de capsula.</p>	

NOMBRE	CARACTERÍSTICAS	IMÁGENES
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Tipis</i> 	<p>Similares a las tiendas de los indios americanos, se hace con troncos de madera dándole la forma de un triángulo, cubierto con tela, dejando un agujero en el techo para liberar el humo.</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Cabañas de lona</i> 	<p>Es prácticamente lo mismo que hablar de una casa de campaña tradicional.</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Eco lodge</i> 	<p>Cabaña hecha normalmente de madera, adaptada a todo tipo de áreas, incluso los más expuestos como: montañas, las selvas o la sabana.</p>	

Fuente: De la Luz, 2016

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

2.3. Factibilidad

El estudio de factibilidad es el análisis de una empresa para determinar:

- Si el negocio que se propone será bueno o malo, y en cuales condiciones se debe desarrollar para que sea exitoso.
- Si el negocio propuesto contribuye con la conservación, protección o restauración de los recursos naturales y el ambiente.

Iniciar un proyecto de producción o fortalecerlo significa invertir recursos como tiempo, dinero, materia prima y equipos (Luna y Chaves, 2001, párr. 1).

El estudio de factibilidad es el análisis de una empresa para determinar si el negocio que se propone ser bueno o malo, y en cuales condiciones se debe desarrollar para que sea exitoso y si el negocio propuesto contribuye con la conservación, protección o restauración de los recursos naturales y ambientales (Ramírez et al., 2009, párr. 3).

Factibilidad hace referencia a la disposición de los recursos necesarios para llevar a cabo las metas u objetivos propuestos. Totalmente la factibilidad se establece sobre un proyecto.

2.3.1. Tipos de factibilidad

- Factibilidad técnica: establece si se dispone de conocimientos, habilidades, equipos herramientas necesarios para llevar a cabo los programaciones o métodos involucrados en el proyecto.
- Factibilidad económica: ayuda a realizar el análisis costo-beneficio.
- Factibilidad operacional u organizacional: radica en el análisis productivo, incluidos los humanos, necesarios para la ejecución del proyecto.

2.4. Estudio de mercado

El estudio de mercado, es uno de los estudios más importantes y complejos que deben realizarse para la evaluación de proyectos, ya que, define el medio en el que habrá de llevarse a cabo el proyecto. En este estudio se analiza el mercado o entorno del proyecto, la demanda, la oferta y la mezcla de mercadotecnia o estrategia comercial, dentro de la cual se estudian el producto, el precio, los canales de distribución y la promoción o publicidad. Pero siempre desde el punto de vista del evaluador, es decir en cuanto al costo/ beneficio que cada una de estas variables pudiesen tener sobre la rentabilidad del proyecto. Este es generalmente el punto de partida para la evaluación de proyectos, ya que, detecta situaciones que condicionan los demás estudios (Orjuela y Sandoval, 2002, p. 9).

Los estudios de mercado, contribuyen a disminuir el riesgo que toda decisión lleva consigo, pues permiten conocer mejor los antecedentes del problema. El estudio de mercado surge como un problema del marketing que no podemos resolver por medio de otro método. Llevar a cabo un estudio de este tipo resulta caro, muchas veces complejos de realizar y siempre requieren de disposición, tiempo y la dedicación de varias personas. El estudio de mercado constituye entonces un apoyo para los niveles de decisión correspondientes en la empresa. No obstante, este no garantiza una solución en todos los casos, más bien es una guía que sirve solamente de orientación

para facilitar la conducta en los negocios y que a la vez trata de reducir al mínimo el margen de error posible (Ramírez et al., 2009, párr. 7).

2.4.1. Oferta turística

Se define como oferta turística al conjunto de productos y servicios asociados a un determinado espacio geográfico y socio-cultural, que tienen por objetivo permitir, facilitar y propiciar el aprovechamiento de los atractivos turísticos de ese lugar, y cuyos oferentes o vendedores quieren y pueden vender en el mercado a un precio y en un periodo de tiempo determinado, para ser usado o consumido por los turistas (Socatelli, 2013, p. 1).

2.4.1.1. Atracciones y actividades

Relacionado con el entorno natural, con el patrimonio cultural, con actividades productivas, con los estilos de vida y el paisaje, entre otra. Estos atractivos son el motivo y la razón de los desplazamientos de los turistas hacia un lugar determinado, para realizar actividades propias de las características del destino, convirtiéndose en la “materia prima” del turismo (Salazar y Bernal 2011, p. 23).

2.4.1.2. Infraestructura

Agua de potable, saneamiento ambiental, energía eléctrica comunicaciones, vialidad seguridad ciudadana. La responsabilidad de la dotación de dichos servicios básicos recae en manos de los gobiernos locales y nacional: Municipios, Consejos, Provinciales, Ministerios. La participación de las comunidades campesinas, montubias, indígenas y afroecuatorianas en la actividad turística, abre una cierta posibilidad de que por fin los Pueblos y Nacionalidades del Ecuador sean atendidos en la dotación de la infraestructura social básica, una de las áreas más descuidadas del Estado ecuatoriano (Salazar y Bernal, 2011, p. 35).

2.4.1.3. Planta turística

Conocida también como la estructura productiva del turismo o las facilidades turísticas, ya que por medio de sus servicios se hace posible el desplazamiento, permanencia y aprovechamiento. Está constituida por el equipamiento, esto es: alojamiento, alimentación, recreación, transporte, guianza, etc.; a esto se suma las instalaciones, entendidas como el conjunto de facilidades provistas con el propósito de que, con ellas, los turistas puedan disfrutar la práctica de singulares

actividades, entre ellas encontramos de agua y playa, de montañas y generales (Salazar y Bernal, 2011, p. 39).

2.4.1.4. Superestructura

La superestructura turística está conformada por el conjunto de organismos que de manera directa e indirecta están involucrados en la organización y fundamento del turismo. Tiene como función propiciar por todos los medios a su alcance, el óptimo funcionamiento de los tres primeros elementos que en su conjunto forman el producto turístico (Monte, 2014, p. 4).

- **Ámbito geopolítico:** OMT, IATA, FENACAPTUR
- **Participación:** MINTUR, MAE, Gobiernos sociales
- **Actividad:** público, privado

2.4.2. Demanda turística

Según la Organización Mundial del Turismo la demanda turística se define como: el conjunto de turistas que, de forma individual o colectiva, están motivados por una serie de productos o servicios turísticos con el objetivo de cubrir sus necesidades.

Con el objetivo de conocer si la entidad en formación, así como los productos y servicios financieros que ofrecerá, contarán con una demanda que haga viable el proyecto, debe efectuarse una investigación de mercado que se sustentara en la evaluación del sistema financiero y de variables sociales y económicas (Ramírez et al., 2009, párr. 9).

Se define como demanda al conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos que buscan satisfacer sus necesidades de viaje, sean éstos los turistas, viajeros y visitantes, independientemente de las motivaciones que los animan a viajar y del lugar que visitan o planean visitar (Socatelli, 2013, p. 1).

2.4.2.1. Tipos de demanda

- **Demanda real:** Indica la cantidad de turistas que hay en un momento dado en un lugar, y la suma de bienes y servicios solicitados efectivamente por los consumidores en ese lugar durante el tiempo de su estadía.

- Turista real – consumidor potencial: se refiere a los gastos adicionales que puede realizar la demanda real durante su estadía, en el consumo de bienes y servicios que no fueron pagados antes de salir de viaje o que no son los obligados de alojamiento para el turista que viaja por su cuenta.
- Demanda histórica: es el registro estadístico de las demandas reales ocurridas en el pasado, y el análisis de sus variaciones y tendencias para deducir el ritmo de su evolución.
- Demanda futura: es el resultado del cálculo que habrá que realizar, tomando como base las series cronológicas de la demanda histórica de un lugar dado, para proyectar, a partir del presente y mediante la aplicación de fórmulas matemáticas, su probable crecimiento, estancamiento o decremento durante un periodo de tiempo determinado a partir del presente.
- Demanda potencial: es la que podría obtenerse desde una plaza de mercado emisor no conquistada, hacia otra plaza de mercado receptor (centro o conjunto de centros turísticos), y también los incrementos adicionales que podrían conseguirse de la demanda futura, como consecuencia del mejoramiento de los servicios y del aumento de la capacidad de alojamiento (Boullón, 2006, pp. 33-35).

2.4.3. Competencia

Según Hassan (2000; citado en Socatelli, 2017, p. 2) en el ámbito de la investigación turística, la competencia de los destinos turísticos puede definirse como “la capacidad de un destino para crear e integrar productos con valor añadido que permitan sostener los recursos locales y conservar su posición de mercado respecto a sus competidores.

También puede definirse, siguiendo a Ritchie y Crouch (2000; citado en Socatelli, 2017, p. 2), como “la capacidad de un país para crear valor añadido e incrementar de esta forma el bienestar nacional mediante la gestión de ventajas y procesos, atractivos, agresividad y proximidad, integrando las relaciones entre los mismos en un modelo económico y social”.

2.5. Estudio técnico

De acuerdo Rosales (2005; citado en Toledo, 2016, p. 1) un estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas. Este análisis identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por tanto, los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo que se necesita.

La importancia de este estudio se deriva de la posibilidad de llevar a cabo una valorización económica de las variables técnicas del proyecto, que permitan una apreciación exacta o aproximada de los recursos necesarios para el proyecto; además de proporcionar información de utilidad al estudio económico-financiero (Gómez, 2000, p. 53).

El estudio técnico debe ser adecuado con los objetivos del proyecto señalando la viabilidad técnica del proyecto que demuestre las alternativas técnicas que mejor se adecúen a los criterios de optimización.

2.5.1. Componentes del estudio técnico

Diferentes autores proponen de distinta manera los componentes esenciales que conforman el estudio técnico de un proyecto de inversión. La estructura básica de la que está compuesto un estudio técnico:

- Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto.
- Análisis y determinación del tamaño óptimo del proyecto.
- Análisis de la disponibilidad y el costo de los suministros e insumos
- Identificación y descripción del proceso
- Determinación de la organización humana y jurídica que se requiere para la correcta operación del proyecto.

2.6. Estudio de Impacto Ambiental

Hoy en día existe una creciente preocupación por los impactos ambientales que puedan generar los diferentes proyectos de desarrollo ejecutados a todos los niveles de la actividad económica de la sociedad. Las repercusiones ambientales de tales proyectos pueden presentarse tanto en el ámbito nacional como internacional. Las políticas y/o proyectos dependiendo del sector en que se ubiquen, pueden generar una gran variedad de impactos ambientales, donde la importancia y la ponderación de tales efectos dependen en gran parte de la magnitud y del grado de irreversibilidad del daño ambiental causado por estos (Ramírez et al., 2009, párr. 11).

Posibles consecuencias a la salud ambiental, el bienestar de las especies, la integridad de los ecosistemas, y la calidad de los servicios ambientales que éstos proveen debido a construcciones o actividades (Rainforest Alliance et al., 2019, p. 16).

2.6.1. Metodología de Leopold

La metodología de Leopold, se utiliza para identificar el impacto inicial de un proyecto en un entorno natural, el sistema consiste en una matriz con columnas representando varias actividades que ejerce un proyecto (ejemplo: Movimiento de tierras, desbroce, ruido, polvo etc.) y en las filas se representa con varios factores ambientales que consisten (agua, aire, suelo); para evaluar se necesitan 3 criterios los cuales son la extensión, duración y la reversibilidad.

Extensión: se refiere al área de influencia del impacto ambiental en relación con el entorno del proyecto.

- Puntualidad: el impacto se encuentra en el sitio de operaciones.
- Particular: el impacto se encuentra dentro del área influencia directa de las operaciones
- Local: el área de influencia del impacto no rebasa los límites del área de influencia de las operaciones.
- Generalizada: el impacto ocurrido se extiende dentro del área de influencia indirecta de la operación.
- Regional: el impacto ocurrido se extiende fuera del área de influencia indirecta de la operación.

Duración: se refiere al tiempo que dura la afectación y que pueda ser temporal, permanente o periódica, considerando, además las implicaciones futuras o indirectas.

- Esporádica: se presenta muy intermitente.
- Temporal: se presenta en forma intermitente o continuada solo mientras dura la actividad.
- Periódica: se presenta de forma continuada.
- Recurrente: se presenta de forma continuada más allá de la duración de la actividad.
- Permanente: se presenta en todo tiempo.

Reversibilidad: representa la posibilidad de reconstruir iniciales una vez producida el impacto ambiental.

- Completamente reversible: la alteración pueda ser asimilada por el entorno.
- Medianamente reversible: la alteración pueda ser asimilada por el entorno, medible a corto, mediano y largo plazo.
- Parcialmente irreversible: la alteración del medio o pérdida es imposible de reparar tanto por la acción natural y por la humanidad.

- Mediamente irreversible: la alteración del medio o pérdida es imposible de reparar en su totalidad tanto por la acción natural como por la humanidad.
- Completamente irreversible: la alteración del medio o pérdida es imposible de reparar tanto por la acción natural como por la humanidad.

2.7. Estudio legal

El estudio legal se encarga de estudiar si existen impedimentos legales, para materializar el proyecto en estudio u operatividad. Lo primero que se debe hacer es determinar la forma jurídica que tendrá la empresa o la entidad generadora del proyecto; analizando si será de aspecto natural o jurídico; y a partir de esto determinar si es la segunda opción puede conformarse en sociedad o en compañía según las necesidades de los encargados (Quizhpe, 2017, p. 26).

2.8. Estudio administrativo

El estudio administrativo en un proyecto de inversión proporciona las herramientas que sirven de guía para los que en su caso tendrán que administrar dicho proyecto. Este estudio muestra los elementos administrativos tales como la planeación estratégica que defina el rumbo y las acciones a realizar para alcanzar los objetivos de la empresa, por otra parte, se definen otras herramientas como el organigrama y la planeación de los recursos humanos con la finalidad de proponer un perfil adecuado y seguir en la alineación del logro de las metas empresariales (López et al., 2008, p. 1).

2.8.1. Organigrama funcional

Un organigrama es la representación gráfica de la estructura de una empresa o cualquier otra organización, que incluye las estructuras departamentales y, en algunos casos, las personas que las dirigen, hacen un esquema sobre las relaciones jerárquicas y competenciales de vigor. El organigrama estructural solo se identifican los departamentos con sus respectivos puestos de apoyo (Ruiz, 2020, p. 1).

2.8.2. Organigrama estructural

El organigrama funcional es aquel tipo de organigrama que indica las funciones que debe cumplir cada departamento, equipo o estructura de una empresa. Cabe destacar que el organigrama es aquella representación gráfica de la estructura organizacional (Ruiz, 2020, p. 2).

2.8.3. Perfil del talento humano

Es el conjunto de capacidades y competencias que identifican la formación de una persona para asumir en condiciones óptimas las responsabilidades propias del desarrollo de funciones y tareas de una determinada profesión.

2.8.4. Manual de cargos y funciones

El Manual de Cargos y funciones corresponde a los macroprocesos y procesos institucionales. Para la codificación de cargos se ha adoptado un esquema del tipo jerárquico, que refleja el nivel (Nacional o de Sede), el área y los cargos, todo ello guiado por las líneas de autoridad presentes en el Organigrama.

2.9. Viabilidad económico financiero

El objetivo fundamental de la evaluación económica financiera es evaluar la inversión a partir de criterios cuantitativos y cualitativos de evaluación de proyectos. En el primer criterio mencionado encontraremos los más representativos y usados para tomar decisiones de inversión, es decir nos referimos al Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Periodo de Recuperación, teniendo en cuenta en este criterio el valor del dinero en el tiempo, por lo que se transforma en el Periodo de Recuperación Descontado (PRD) y Razón Costo / Beneficio o índice de Rentabilidad. En los criterios cualitativos se puede utilizar el que mayor garantía tiene (Ramírez et al., 2009, párr. 13).

2.9.1. Criterios de evaluación

Los criterios de evaluación que se aplican con más frecuencia por los analistas de proyectos, consisten en comparar precisamente los flujos de ingresos con los flujos de costos y los mismos se clasifican en dos categorías generales, que son las técnicas para el análisis de la rentabilidad de la inversión (con y sin financiamiento) y las técnicas para el análisis financiero. A la primera categoría pertenecen el Valor Actual Neto y la Tasa Interna de Retorno y a la segunda los análisis de liquidez (Ramírez et al., 2009, párr. 17).

2.9.1.1. Valor actual neto (VAN)

El Valor Neto Actualizado o Valor Actual Neto (VAN) de un proyecto mide en dinero corriente el grado de mayor riqueza que tendrá el inversionista en el futuro si emprende el proyecto. Se define como el valor actualizado del flujo de ingresos netos obtenidos durante la vida útil económica del proyecto a partir de la determinación por año de las entradas y salidas de divisas en efectivo, desde que se incurre en el primer gasto de inversión durante el proceso inversionista hasta que concluyen los años de operación o funcionamiento de la inversión.

2.9.1.2. Tasa interna de retorno o de rendimiento (TIR)

La tasa interna de retorno o rendimiento (TIR) representa la rentabilidad general del proyecto y es la tasa de actualización o de descuento, a la cual el valor actual del flujo de ingresos en efectivo es igual al valor actual del flujo de egresos en efectivo. En otros términos, se dice que la TIR corresponde a la tasa de interés que torna cero el VAN de un proyecto, anulándose la rentabilidad del mismo. De esta forma se puede conocer hasta que nivel puede crecer la tasa de descuento y aun el proyecto sigue siendo rentable financieramente.

2.9.1.3. Periodo de recuperación del capital (PR)

Este indicador mide el número de años que transcurrieron desde la puesta en explotación de la inversión, para recuperar el capital invertido en el proyecto mediante las utilidades netas del mismo, considerando además la depreciación y los gastos financieros. En otros términos, se dice que es el periodo que media entre el inicio de la explotación hasta que se obtiene el primer saldo positivo o periodo de tiempo de recuperación de una inversión.

2.9.1.4. Razón beneficio – costo

Este indicador, conocido también como índice del valor actual, compara el valor actual de las entradas de efectivo futuras con el valor actual, tanto del desembolso original como de otros gastos en que se incurran en el periodo de operación.

CAPITULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

El desarrollo del proyecto de investigación será necesario utilizar un enfoque mixto, debido a que se utilizará las técnicas por separado ya que el proceso implica recolectar, analizar datos cuantitativos y cualitativos, además único enfoque que permite tratar con temas nuevos en alojamiento con es el *glamping* donde existe una amplia perspectiva.

Para el cumplimiento del primer objetivo que consistió establecer la viabilidad comercial del proyecto se ejecutó a respectiva recolección de datos en fuentes secundarias, en cuanto al estudio de mercado se tomó en cuenta una investigación detallada que nos que permitió conocer cómo se desempeñan los nuevos proyectos de turismo en alojamiento al aire libre o naturaleza a nivel nacional, con sus requerimientos en cuanto a infraestructura técnica requiera el proyecto. Para llevar este objetivo se tomó en consideración las siguientes actividades:

- Revisión bibliográfica (libros, documentos de internet, informes, revistas, artículos científicos, etc.), esto permitió conocer las necesidades del mercado actual, también estableció las diferentes posturas que genera este tipo de proyectos. Esta revisión permitirá establecer los diferentes métodos a utilizar en el presente proyecto, analizando el tamaño de la muestra y la organización de la mimas.
- Para el estudio de la demanda se tomó en consideración los siguientes pasos: segmento del mercado, universo y la muestra para el cálculo de esta se comprendió el número total de pobladores mayores a 20 a 65 años de la comunidad y sus alrededores, se aplicó la siguiente formula de (Canavos, 2008, p. 388):

$$n = \frac{(P * Q)(N)}{(N - 1)\left(\frac{e}{k}\right)^2 + (P * Q)}$$

Donde:

n = tamaño de la muestra

P = 0.5 probabilidad de ocurrencia

Q = 0.5 probabilidad de no ocurrencia

N = Universo de estudio

e = Margen de error (5%)

k = Margen de confiabilidad (1.96)

- También se utilizó encuestas a la población para conocer variables y características del producto, oferta y demanda, la cuales se realizó de manera personal en la comunidad y sus alrededores.

Esto permitió determinar los elementos del mercado como es la oferta y demanda, también se pudo establecer actividades claves requeridas para dar un valor agregado diferente e innovador al proyecto.

Para el cumplimiento del segundo objetivo que consistió definir la viabilidad técnica para la implementación de un campamento turístico (*Glamping*).

- Se ejecutó la planificación y diseño técnico de la infraestructura (localización del proyecto, tamaño del proyecto, y tipología de la construcción).
- Se diseñó arquitectónico (programación del proyecto, diseño arquitectónico, distribución y caracterización de construcción, rubro de la infraestructura turística de la construcción)
- Se detalló la definición del proceso productivo que se va implementar en el campamento (flujograma del proceso productivo, recetas del menú, mobiliaria, equipos materiales, servicios básicos).

Esto admitió conocer la infraestructura y el equipamiento del campamento que requiera el proyecto, así también podremos describir los servicios a brindar.

Para el cumplimiento del tercer objetivo que consistió en determinar el impacto ambiental del proyecto, se desarrolló la metodología de Leopold o también llamada matriz de causa-efecto, método cualitativo preliminar que permite valorar las distintas alternativas de un mismo proyecto. Esta consiste en un cuadro de doble entrada en el que se dispone como filas los factores ambientales que pueden ser afectados y como columnas las acciones propuestas que tienen lugar y que pueden causar posibles impactos.

Tabla 1-3: Factores Ambientales a considerar (Matriz Leopold)

A. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS Y QUÍMICAS	
A.1 TIERRA a. Recursos mineros b. Materiales de construcción c. Suelos	d. Geomorfología e. Campos magnéticos y radiactivos de fondo f. factores físicos singulares
A.2 AGUA a. Superficiales c. Marinas d. Subterráneas	e. Temperatura f. Recargas g. Nieve, hielos y heladas
A.3 ATMOSFERA a. Calidad (gases, partículas) b. Clima (micro, macro)	c. Temperatura
A.4 PROCESOS a. Inundaciones b. Erosiones c. Deposición (sedimentación y precipitación) d. Solución	e. Sorción (intercambio de iones, complejos) f. Compactación y asentamientos g. Estabilidad h. Sismologías (terremotos) i. Movimiento de aire
B. CONDICIONES BIOLÓGICAS	
B.1 FLORA a. Árboles b. Arbustos c. Hierbas d. Cosechas e. Microflora	f. Plantas acuáticas g. Especies en peligro h. Barreras, obstáculos i. Corredores
B.2 FAUNA a. Aves b. Animales terrestres incluso reptiles c. Peces y mariscos d. Organismos bentónicos e. Insectos	f. Microfauna g. Especies en peligro h. Barreras i. Corredores
C. FACTORES CULTURALES	
C.1 USOS DEL TERRITORIO a. Espacios abiertos y salvajes	f. Zona residencial

<ul style="list-style-type: none"> b. Zonas húmedas c. Selvicultura d. Pastos e. Agricultura 	<ul style="list-style-type: none"> g. Zona comercial h. Zona industrial i. Minas y canteras
<p>C.2 RECREATIVOS</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Caza b. Pesca c. Navegación d. Zona de baño 	<ul style="list-style-type: none"> e. Camping f. Excursión g. Zonas de recreación
<p>C.3 ESTÉTICOS Y DE INTERÉS HUMANO</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Vistas panorámicas y paisajísticas b. Naturaleza c. Espacios abiertos d. Paisajes e. Agentes físicos singulares 	<ul style="list-style-type: none"> f. Parques y reservas g. Monumentos h. Especies o ecosistemas especiales i. Lugares u objetos históricos o arquitectónicos j. Desarmonías
<p>C.4 NIVEL CULTURAL</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Modelos culturales (estilo de vida) b. Salud y seguridad 	<ul style="list-style-type: none"> c. Empleo d. Densidad de población
<p>C.5 SERVICIOS E INFRAESTRUCTURA</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Estructura b. Red de transporte (movimiento, acceso) c. Red servicios 	<ul style="list-style-type: none"> d. Disposición e. Barreras f. Corredores
<p>D. RELACIONES ECOLÓGICAS</p>	
<ul style="list-style-type: none"> a. Salinización b. Eutrofización c. Vectores, insectos y enfermedades d. Cadena alimentarias 	<ul style="list-style-type: none"> e. Salinización de suelos f. Invasión de maleza g. Otros
<p>E. OTROS</p>	

Fuente: Dellavedova, 2016

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

Tabla 1-3: Acciones propuestos que pueden cuásar impactos ambientales (Matriz de Leopold)

A. MODIFICACIÓN DEL RÉGIMEN	
<ul style="list-style-type: none"> a) Introducción de flora y fauna exótica b) Controles biológicos c) Modificación del hábitat d) Alteración de la cubierta terrestre e) Alteración de la hidrología f) Alteración del drenaje 	<ul style="list-style-type: none"> g) Control de río y modificación del flujo h) Canalización i) Riego j) Modificación del clima k) Incendios l) Superficie o pavimentación m) Ruido y vibración
B. TRANSFORMACIÓN DEL TERRITORIO Y CONSTRUCCIÓN	
<ul style="list-style-type: none"> a) Urbanización b) Emplazamientos industriales y edificio c) Aeropuertos d) Autopistas y puentes e) Carreteras y caminos f) Vías Férreas g) Cables y elevadores h) Líneas de transmisión, oleoductos y corredores i) Barreras incluyendo vallados j) Dragados y alineado de canales 	<ul style="list-style-type: none"> k) Revestimiento de canales l) Canales m) Presas y embalses n) Escollares, diques, puertos deportivos y terminales marítimas o) Estructuras en alta mar p) Estructuras recreacionales q) Voladuras y perforaciones r) Desmontes y rellenos s) Túneles y estructuras subterráneos
C. EXTRACCIÓN DE RECURSOS	
<ul style="list-style-type: none"> a) Voladuras y perforaciones b) Excavaciones superficiales c) Excavaciones subterráneas d) Perforaciones de pozos y transporte de fluidos 	<ul style="list-style-type: none"> e) Dragados f) Explotación Forestal g) Pesca comercial y caza
D. PROCESOS	
<ul style="list-style-type: none"> a) Agricultura b) Ganadería y pastoreo c) Piensos d) Industrias lácteas e) Generación energía eléctrica f) Minería 	<ul style="list-style-type: none"> h) Industria química i) Industria textil j) Automóviles y aeropuertos k) Refinerías de petróleo l) Alimentación m) Herrerías (explotación de madera)

g) Metalurgia	n) Celulosa y papel o) Almacenamiento de productos
E. ALTERACIONES DEL TERRENO	
a) Control de la erosión, cultivo en terrenos o bancales b) Sellado de minas y control de residuos c) Rehabilitación de minas a cielo abierto	d) Paisaje e) Dragado de puertos f) Aterramientos y drenajes
F. RECURSOS RENOVABLES	
a) Repoblación forestal b) Gestión y control vida natural	c) Recargas aguas subterráneas d) Fertilización e) Reciclado de residuos
G. CAMBIOS EN TRÁFICOS	
a) Ferrocarril b) Automóvil c) Camiones d) Barcos e) Aviones f) Trafico Fluvial	g) Deportes náuticos h) Caminos i) Telecillas, telecabinas, etc. j) Comunicaciones k) Oleoductos
H. SITUACIÓN Y TRATAMIENTO DE RECURSOS	
a) Vertidos en mar abierto b) Vertedero c) Emplazamiento de residuos y desperdicios mineros d) Almacenamiento subterráneo e) Disposición de chatarra f) Derrames en pozos de petróleo g) Disposición en pozos profundas	h) Vertido de aguas de refrigeración i) Vertido de residuos urbanos j) Vertido de efluentes líquidos k) Balsas de estabilización y oxidación l) Tanques y fosas sépticas, comerciales y domesticas m) Emisión de corrientes residuales a la atmosfera n) Lubricantes o aceites usados
I. TRATAMIENTO QUÍMICO	
a) Fertilización b) Descongelación química de autopistas, etc.	c) Estabilización química del suelo d) Control de maleza y vegetación terrestre e) Pesticidas

J. ACCIDENTES	
a) Explotación b) Escapes y fugas	c) Fallos de funcionamiento
K. OTROS	
a)	b)

Fuente: Dellavedova, 2016

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

Tabla 2-3: Ponderación de Impactos Ambientales

COMPONENTES A EVALUAR	VALORACIÓN
Carácter de impacto: depende si el impacto es negativo o positivo.	Impacto benéfico o positivo: (+) Impacto dañino o negativo: (-) Impacto neutro: (n) Impacto previsible: (x)
La magnitud del impacto: expresada en porcentaje y se determina a través de cinco rangos.	1. Muy alta (80-100%): 8 a 10 2. Alta (60-79%): 6 a 7,9 3. Media (40-59%): 4 a 5,9 4. Baja (20-39%): 2 a 3,9 5. Muy baja (0-19%): 0 a 1,9
Importancia del impacto: se relación directa con la calidad del recurso afectado y se determina en cinco escalas.	<ul style="list-style-type: none"> • Sin importancia = 0 • Menor importancia = 1 • Moderada = 2 • Mayor importancia = 3 • Muchísimo mayor = 4
Certidumbre del impacto: se refiere a su probabilidad de ocurrencia y se estima mediante “juicio de expertos” y se determina a través de cuatro escalas definidos con letras.	c: cierto p: probable i: improbable d: desconocido
Tipo de impacto: Se refiere al modo de producirse el efecto de la acción sobre los elementos o características ambientales y se define a través de:	(Pr): Impacto primario (Ac): Impacto acumulativo (Sn): Impacto sinérgico
Reversibilidad del impacto: Tiene en cuenta la posibilidad, dificultad o imposibilidad de	1. Efecto reversible 2. Efecto irreversible

retornar en forma natural a la situación anterior a la acción, se determina a través de:	
Duración del efecto:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Efecto temporal 2. Efecto permanente
Plazo en que se manifestará el efecto: califica la forma como evoluciona el impacto, desde que se inicia y manifiesta, hasta que se hace presente plenamente con sus consecuencias, se determina a través de cinco rangos.	<p>Muy rápido (1 mes): 8 a 10</p> <p>Rápido (1 a 6 meses): 6 a 7,9</p> <p>Medio (12 a 24 meses): 4 a 5,9</p> <p>Lento (12 a 24 meses): 2 a 3,9</p> <p>Muy lento (24 meses o más): 0,1 a 1,9</p>
Efecto considerado en el proyecto:	<ul style="list-style-type: none"> • Si (S): El efecto genera acciones en el Proyecto. • No (N): El efecto no genera acciones en el Proyecto.

Fuente: Luz De la Maza, 2007

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

Para el cumplimiento del cuarto objetivo que consistió establecer la viabilidad legal y administrativa es importante recolectar información de carácter legal, establecer el tipo de permisos y tramites de constitución necesaria, analizando las leyes establecidas dentro de: la Ley de Turismo y la Carta Magna; considero como marcos legales normativos para la legalización y funcionamiento de proyectos turísticos. Para este proceso se llevó a cabo la siguiente actividad:

- Revisión bibliográfica con aspectos legales que requieran llevar a cabo el proyecto.

Dentro del estudio administrativo se determinó el tipo de sociedad que se quiere conformar y obligaciones laborales y sociales, también es necesario conocer el tipo de organización administrativa que se va a conformar y administrar. Para esto se requiere los siguientes aspectos:

- El organigrama estructural y funcional.
- Manual de funciones de cada área.
- Reglamento para empleados y visitantes.
- Talento humano y remuneración económica.

Esta revisión apporto información necesaria para realizar el proyecto analizando la viabilidad legal y administrativa, que requiere el proyecto.

Para el cumplimiento del quinto objetivo que consistió evaluar económica y financieramente el proyecto se propone una estructura financiera que incluyan variables determinantes en la viabilidad, fijando los beneficios y costos estimados del proyecto, con la finalidad de determinar si es factible la implantación y posterior operación del campamento, teniendo como base el inventario y estudio técnico que determino los productos a ofertar los cuales se utilizó para realizar el análisis económico y financiero del proyecto, a continuación se mencionó los indicadores requeridos:

- VAN (Valor Actual Neto)
- TIR (Tasa Interna de Retorno)
- IR (Índice de Rentabilidad)
- PE (Punto de Equilibrio)
- Razón Benéfico Costo
- Liquidez (flujo de caja y balance general)
- Periodo de Recuperación de Capitales

Con las variables mencionadas el estudio de económico y financiamiento requirió dar a conocer cifras exactas, para saber qué tan factible es implementar el proyecto.

CAPITULO IV

4. RESULTADOS

4.1. Establecer la viabilidad comercial del proyecto

4.1.1. Análisis de la demanda

El proyecto a desarrollarse está dirigido hacia las personas mayores a 25 años, que estén visitando lugares con facilidades y servicios turísticos dentro del cantón Guaranda, el universo de estudio se los realizo a turistas que ingresaron al cantón Guaranda durante los feriados del 2018 que fueron 269,623 según el sistema GEO VIT del Ministerio de Turismo; la muestra se calculó a través de la siguiente formula de poblaciones finitas (Canavos, 2008, p. 388).

$$n = \frac{(P * Q)(N)}{(N - 1)\left(\frac{e}{k}\right)^2 + (P * Q)}$$

Donde:

n = tamaño de la muestra

P = probabilidad de ocurrencia (0.5)

Q = probabilidad de no ocurrencia (0.5)

N = Universo de estudio (269,623 turistas)

e = Margen de error (0.05)

k = Margen de confiabilidad (1.96)

$$n = \frac{(0.5 * 0.5)(269623)}{(269623 - 1)\left(\frac{0.05}{1.96}\right)^2 + (0.5 * 0.5)}$$

$$n = \frac{(67405.75)}{(175,712)}$$

$$n = 383.61$$

4.1.2. Técnica

La técnica que se utilizó para recolectar información fue la entrevista.

4.1.2.1. Instrumento

Se realizó una entrevista mediante una encuesta, con preguntas desarrolladas para tener información sobre las preferencias y gusto de los turistas, forma de pago, entre otras (ANEXO A).

4.1.2.2. Resultados del estudio de la demanda

Con la aplicación de los instrumentos de investigación se espera obtener información concreta con respecto a los intereses de la oferta y demanda, aplicando la encuesta se determina el segmento de mercado y los clientes potenciales, a su vez genera ideas para el diseño del producto, la entrevista ayudara a la determinación de costos y requisitos para la complementación adecuada del *glamping*.

- Genero

Tabla 1-4: Género

GÉNERO	No PERSONAS
Masculino	245
Femenino	139
Total	384

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

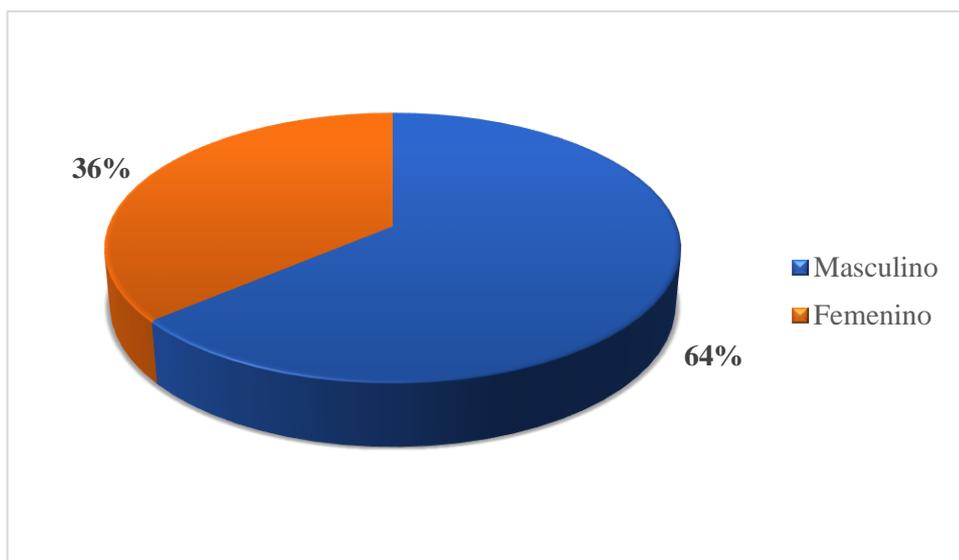


Gráfico 1-4. Género

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

En base a la encuesta realizada se puede observar la tabla 1-4 y gráfica 1-4 es el total de las personas entrevistadas donde el 36% fue género masculino y el 64 % género femenino.

- Edad

Tabla 2-4: Edad

EDAD	No PERSONAS
18-30 años	110
31-40 años	148
41-50 años	62
51-60 años	49
61 a mas	15
Total	384

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

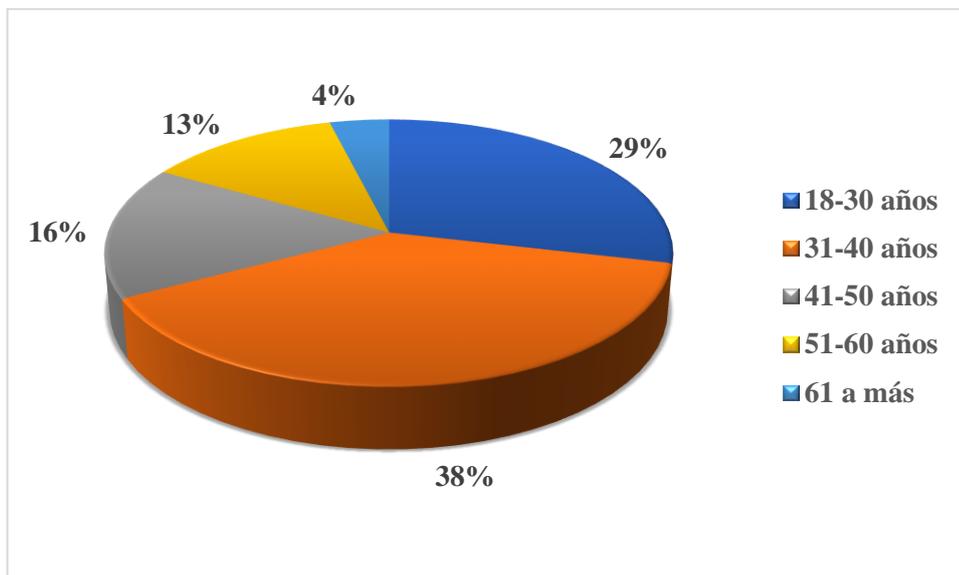


Gráfico 2-4. Edad

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

En base a la encuesta realizada se puede observar la tabla 2-4 y la gráfica 2-4 la edad de las personas entrevistadas, donde se registró que, el 38% tiene de 31–40 años, el 29% tiene de 18-30 años, el 16% tiene 41-50 años, el 13% tiene 51-60 años y el 4% tiene de 61 años a más edad.

- Ciudad de residencia

Tabla 3-4: Ciudad de residencia

CIUDAD DE RESIDENCIA	No PERSONAS
Quito	32
Ambato	21
Riobamba	26
Cuenca	3
Guaranda	298
Total	384

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

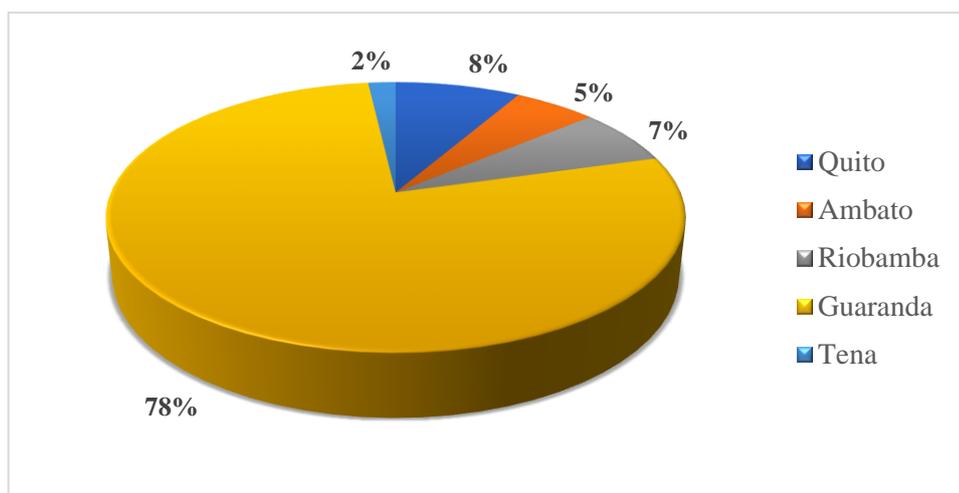


Gráfico 3-4. Ciudad de residencia

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

En base a la encuesta realizada se puede observar la tabla 2-4 y la gráfica 2-4 la ciudad de residencia a las personas entrevistadas, se obtiene como resultado, que el 78% son de la ciudad de Guaranda, el 8% de la ciudad de Quito, el 7% de la ciudad de Riobamba, el 5% de la ciudad de Ambato, el 2% de la ciudad de Tena.

- Nivel de educación

Tabla 4-4: Nivel de educación

NIVEL DE EDUCACIÓN	No PERSONAS
Primaria	12
Secundaria	76
Superior	232
Maestría	49
Doctorado	15
Total	384

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

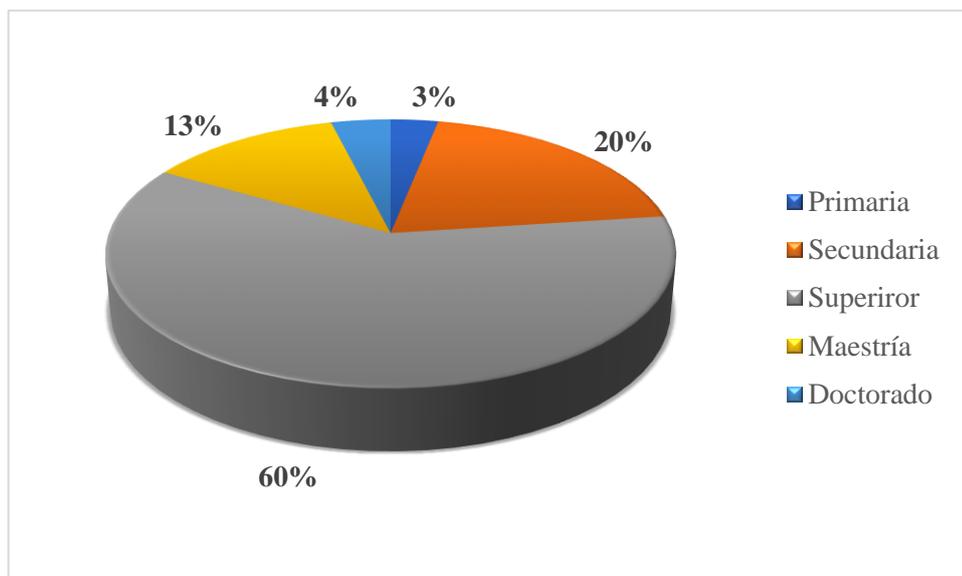


Gráfico 4-4. Ciudad de residencia

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

En base a la encuesta realizada se puede observar la tabla 4-4 y la gráfica 4-4 muestra el nivel de educación de las personas entrevistadas, se obtiene como resultado, que el 60% tiene educación Superior, el 20% educación secundaria, el 13% Maestría, el 4% Doctorado, el 3% educación Primaria.

- Ingresos mensuales

Tabla 5-4: Ingresos mensuales

INGRESOS MENSUALES	N° PERSONAS
\$400 o menos	108
\$400 o \$600	73
\$600 o \$800	139
\$800 o \$1000	42
\$1000 a mas	22
Total	384

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

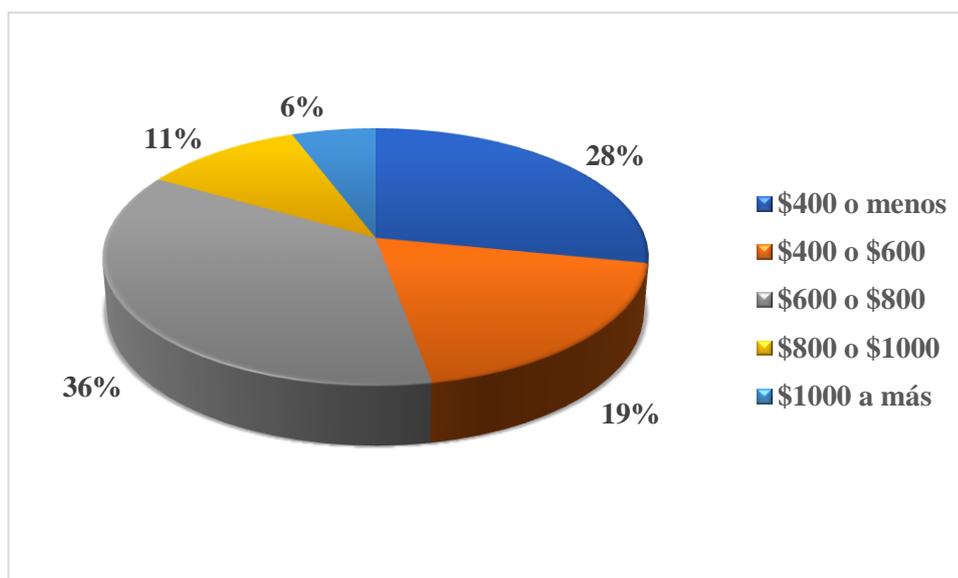


Gráfico 5-4. Ingresos mensuales

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

En base a la encuesta realizada se puede observar la tabla 5-4 y la gráfica 5-4 muestra ingresos mensuales de las personas entrevistadas, se obtiene como resultado, que el 36% sus ingresos mensuales son de \$600 o 800, el 28% es de \$400 o menos, el 19% es de \$400 o \$600, el 11% es de \$800 o \$1000, el 6% es de \$1000 a más.

- Realiza turismo

Tabla 6-4: Realiza turismo

¿CON QUIENES REALIZA TURISMO?	No PERSONAS
Familia	368
Amigos	245
Pareja	192
Solo	78
Total	384

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

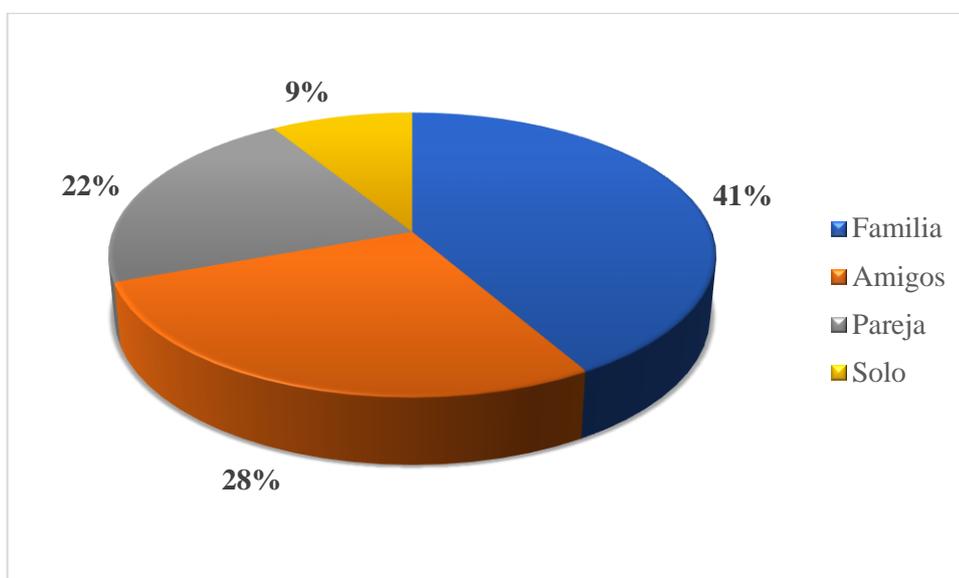


Gráfico 6-4. Ingresos mensuales

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

En base a la encuesta realizada se puede observar la tabla 6-4 y la gráfica 6-4 muestra ¿Con quienes realiza turismo? de las personas entrevistadas, se obtiene como resultado, que el 41% realizan turismo en familia, el 28% con amigos, el 22% en pareja, el 9% realizan turismo solos.

- Tipo de oferta le gustaría aplicar

Tabla 7-4: Tipo de oferta le gustaría aplicar

TIPO DE OFERTA LE GUSTARÍA APLICAR	No PERSONAS
Campamentos	87
<i>Glamping</i>	158
<i>Resort</i>	32
Hacienda turística	71
Hospedaje Comunitario	36
Total	384

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

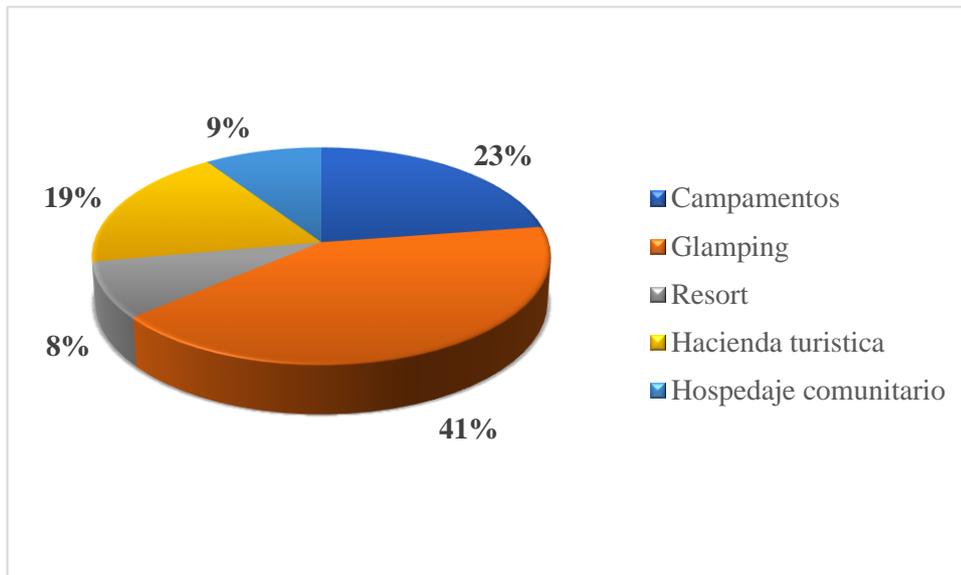


Gráfico 7-4. Tipo de oferta le gustaría aplicar

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

En base a la encuesta realizada se puede observar la tabla 7-4 y la gráfica 7-4 muestra tipo de oferta le gustaría aplicar de las personas entrevistadas, se obtiene como resultado, que el 41% le gustaría aplicar *glamping*, el 23% los campamentos, el 19% las haciendas turísticas, el 9% los hospedajes comunitarios, el 8% el resort.

- Campamento *glamping*

Tabla 8-4: Campamento *glamping*

¿Ha utilizado campamento <i>glamping</i> ?	No Personas
Si	58
No	326
Total	384

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

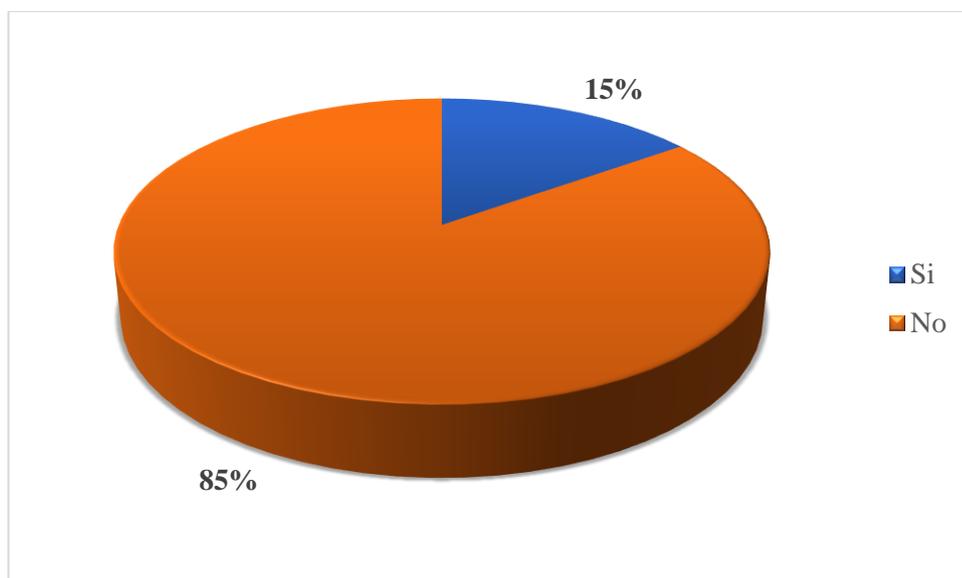


Gráfico 8-4: Campamento *glamping*

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

En base a la encuesta realizada se puede observar la tabla 8-4 y la gráfica 8-4 muestra si han utilizado campamento *glamping* las personas entrevistadas, se obtiene como resultado, que el 85% no ha utilizado campamento *glamping*, el 15% si han utilizado campamento *glamping*.

- Oferta de campamento *glamping*

Tabla 9-4: Oferta de campamento *glamping*

¿Usted estaría dispuesto a visitarlo?	N° Personas
Si	364
No	20
Total	384

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

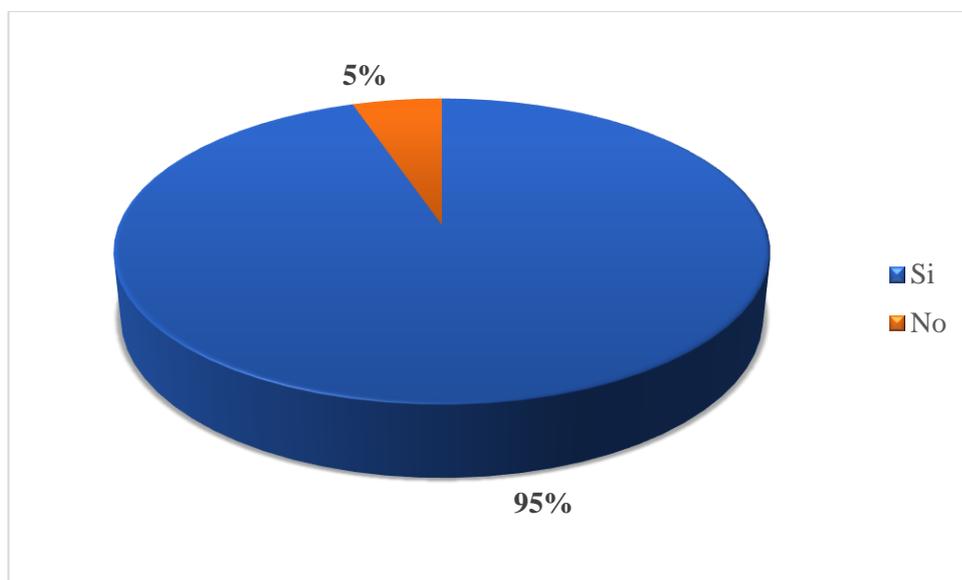


Gráfico 9-4. Oferta de campamento *glamping*

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

En base a la encuesta realizada se puede observar la tabla 9-4 y la gráfica 9-4 muestra si estarían dispuestos visitar un campamento *glamping* en la comunidad del Laguacoto Bajo a las personas entrevistadas, se obtiene como resultado, que el 95% si están dispuestos a visitar un campamento *glamping* ofertado en la comunidad del Laguacoto Bajo, el 5% no están dispuestos a visitar un campamento *glamping* ofertado en la comunidad del Laguacoto Bajo.

- Servicios del campamento *glamping*

Tabla 10-4: Servicios del campamento *glamping*

SERVICIOS DEL CAMPAMENTO <i>GLAMPING</i>	No PERSONAS
Restaurante	364
Limpieza	106
Masaje y spa	206
Salud	132
Otros (internet y transporte)	158
Total	384

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

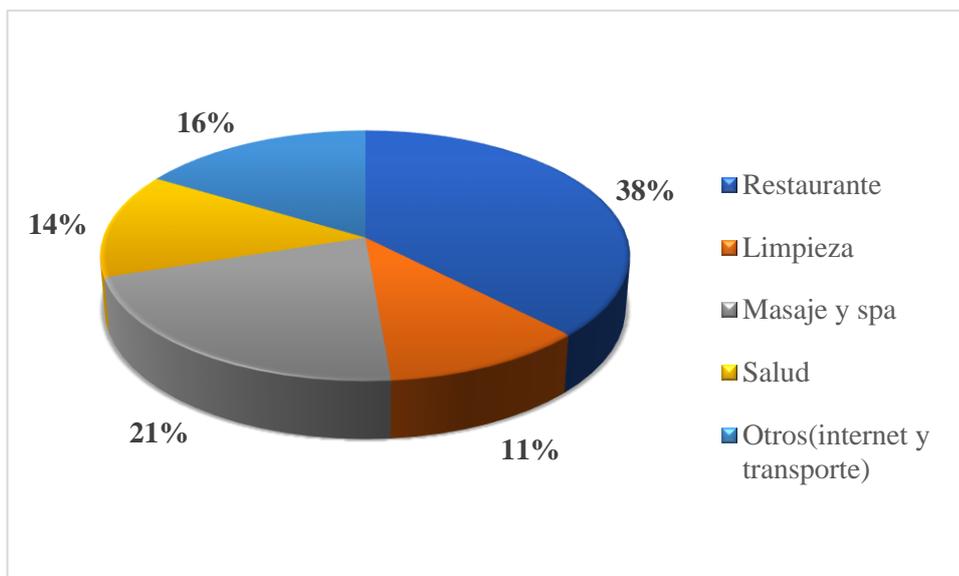


Gráfico 10-4. Servicios del campamento *glamping*

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

En base a la encuesta realizada se puede observar la tabla 10-4 y la gráfica 10-4 muestra ¿Qué servicios le gustaría encontrar en el campamento *glamping*?, se obtiene como resultado, que el 38% le gustaría encontrar servicio de restaurante, el 21% servicio de masaje y spa, el 16% de servicio de internet y transporte, el 14% servicio de salud, el 11% servicio de limpieza.

- Pernoctación en el campamento *glamping*

Tabla 11-4: Pernoctación en el campamento *glamping*

DÍAS PERMANECERÍA	No PERSONAS
1 día	40
2 días	127
3 días	170
4 días	20
De 5 a más días	7
Total	384

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

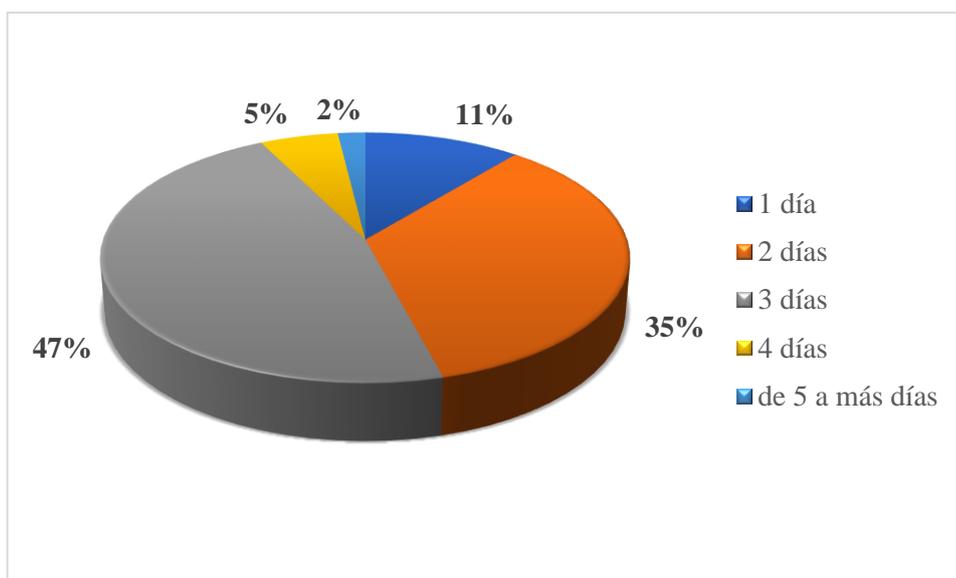


Gráfico 11-4. Pernoctación en el campamento *glamping*

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

En base a la encuesta realizada se puede observar la tabla 11-4 y la gráfica 11-4 muestra cuántos días permanecerían en el campamento *glamping*, se obtiene como resultado, que el 47% permanecerá 3 días, el 35% permanecerá 2 días, el 11% permanecerá 1 día, el 5% permanecerá 4 días, el 2% permanecerá de 5 a más días.

- Actividades turísticas del campamento *glamping*

Tabla 12-4: Actividades turísticas del campamento *glamping*

ACTIVIDADES TURÍSTICAS	No PERSONAS
Trekking (caminata)	110
Ciclismo	80
Observación de flora y fauna	115
Bailo terapia	78
Juegos tradicionales y actos culturales	324
Total	384

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

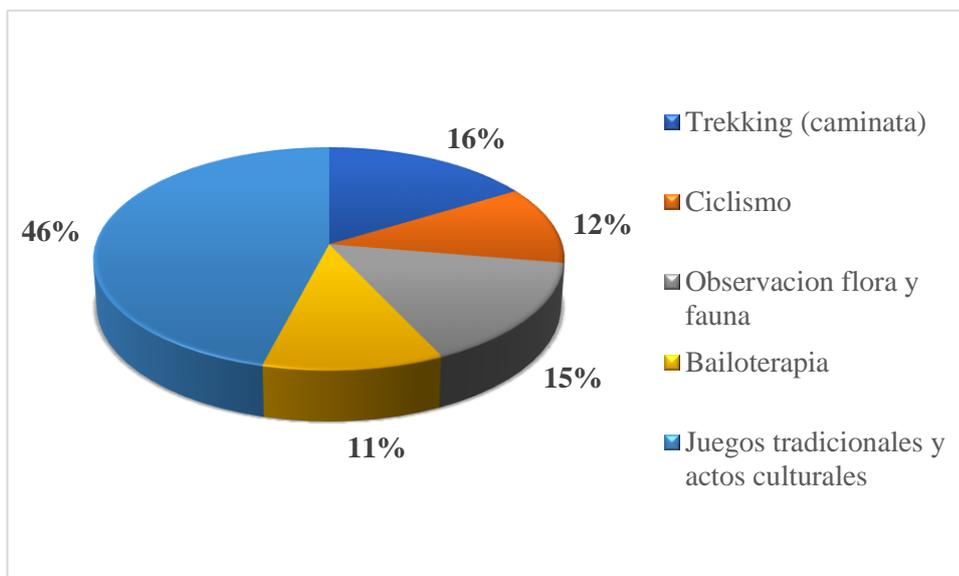


Gráfico 12-4. Actividades turísticas del campamento *glamping*

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

En base a la encuesta realizada se puede observar la tabla 9-4 y la gráfica 9-4 muestra ¿Qué actividades turísticas le gustaría realizar en el campamento *glamping*?, se obtiene como resultado, que el 46% les gustaría juegos tradicionales y actos culturales, el 16% les gustaría trekking (caminata), el 15% les gustaría observación de flora y fauna, el 12% le gustaría ciclismo, el 11% le gustaría bailo terapia.

- Elementos de mayor importancia al momento de hospedarse en un campamento *glamping*

Tabla 13-4: Elementos de mayor importancia al momento de hospedarse en un campamento *glamping*

ELEMENTOS DE MAYOR IMPORTANCIA AL MOMENTO DE HOSPEDARSE	No PERSONAS
Instalaciones de espacios naturales	312
Exclusividad	82
Glamour y confort	106
Salón de eventos	116
Senderos ecológicos para caminar	228
Total	384

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

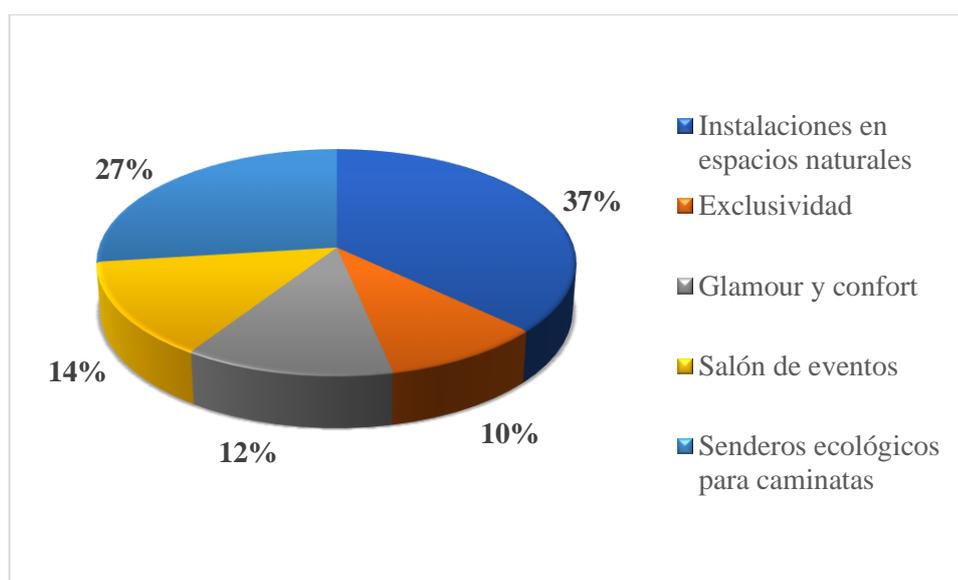


Gráfico 13-4. Elementos de mayor importancia al momento de hospedarse en un campamento *glamping*

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

En base a la encuesta realizada se puede observar la tabla 13-4 y la gráfica 13-4 muestra que elementos se considera de mayor importancia al momento de hospedarse en un campamento *glamping*, se obtiene como resultado, que el 37% considera de mayor importancia las instalaciones en espacios naturales, el 27% es los senderos ecológicos para caminatas, el 14% que son los salones de eventos, el 12% es el glamour y confort, el 10% que la exclusividad.

- Valor a pagar por un paquete de hospedaje en campamentos *glamping* (por 1 día y 1 noche)

Tabla 14-4: Valor a pagar por un paquete de hospedaje en campamentos *glamping* (por 1 día y 1 noche)

CUÁNTO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR UN PAQUETE	No PERSONAS
\$35 - \$45	244
\$45 - \$50	68
\$55 - \$60	32
\$65 - \$70	20
Más de \$75	0
Total	384

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

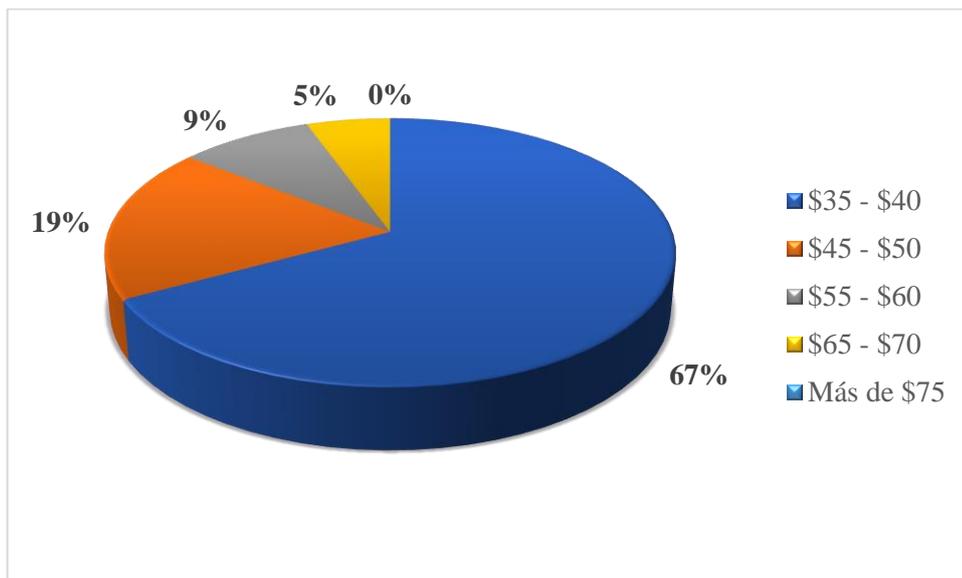


Gráfico 14-4. Disponibilidad de pago paquete de hospedaje en campamentos *glamping* (por 1 día y 1 noche)

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

En base a la encuesta realizada se puede observar la tabla 14-4 y la gráfica 14-4 muestra cuanto estarían dispuestos a pagar por un paquete de hospedaje en un campamento *glamping* a las personas entrevistadas, se obtiene como resultado, que el 67% está dispuesto a pagar de \$35 - \$40 por un paquete de hospedaje en campamentos *glamping* (por 1 día y 1 noche), el 19% está dispuesto a pagar de \$45 - \$50, el 9% está dispuesto a pagar \$55 - \$60, el 5% están dispuestos a pagar de \$65 - \$70.

- Formas de pago

Tabla 15-4: Formas de pagos

PAGOS	N° PERSONAS
Efectivo	326
Tarjeta de crédito	38
Total	384

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

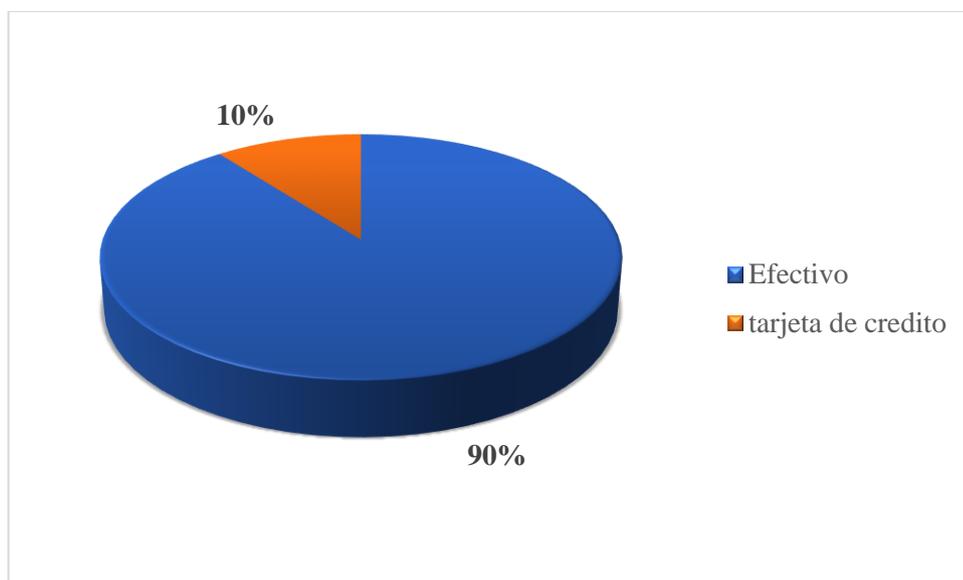


Gráfico 15-4. Formas de pagos

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

En base a la encuesta realizada se puede observar la tabla 15-4 y la gráfica 15-4 muestra cómo están acostumbrados hacer sus pagos a las personas entrevistadas, se obtiene como resultado, el 90% hace sus pagos en efectivo, el 10% hace sus pagos con tarjeta de crédito.

- Obtención de información de los diferentes establecimientos turísticos

Tabla 16-4: Obtención información de los diferentes establecimientos turísticos

OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN	No PERSONAS
Amigos, familia	220
Redes sociales	352
Radio, televisión	60
Internet	120
Total	384

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

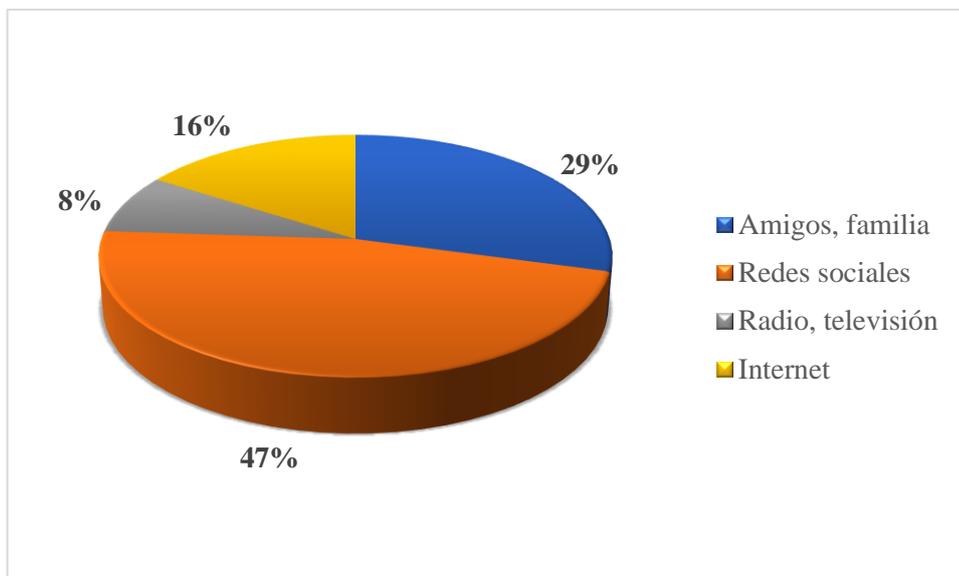


Gráfico 16-4. Obtención información de los diferentes establecimientos turísticos

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

En base a la encuesta realizada se puede observar la tabla 16-4 y la gráfica 16-4 muestra como obtienen información acerca de los diferentes establecimientos turísticos a las personas entrevistadas, se obtiene como resultado, que el 47% se informa de los diferentes establecimientos turísticos mediante las redes sociales, el 29% mediante amigos, familia, el 16% mediante internet, el 8% mediante radio y televisión.

4.1.2.3. Perfil del turista

El perfil del turista que visita el cantón de Guaranda muestra que tiene una edad superior a los treinta y un años de edad, tiene una procedencia de las ciudades de Guaranda, Quito y Riobamba, este turista visita una vez al año el cantón, los turistas realizan turismo con su familia.

La pernoctación del turista en el cantón Guaranda va hacer de dos a tres días aproximadamente, en cuanto a actividades turistas requiere el turista es de juegos tradicionales y actos culturales, el gasto promedio por persona es de treinta y cinco a cuarenta dólares, la forma de pago que los turistas realizan es en efectivo.

Tabla 17-4: Perfil del turista

Género	64% género masculino
Edad	38% 31-40 años
Ciudad de residencia	78% de las personas el lugar de residencia es de Guaranda
Nivel de educación	60% de las personas tienen un nivel de educación Superior
Ingresos mensuales	36% de las personas tienen un ingreso de \$600 o \$800
Con quien realiza turismo	41% de las personas realizan turismo en Familia
Tipo de hospedaje	41% de las personas prefieren el <i>Glamping</i>
Servicios complementarios	Los servicios complementarios que requieren las personas son: 38% Restaurante, 21 % Masaje y spa
Estadía	47% de las personas permanecen 3 días en el campamento <i>glamping</i>
Actividad turística	Las actividades turísticas que las perdonas requieren son: 46% Juegos tradicionales y actos culturales, 16% Trakking (caminata)
Gasto por persona	67% de las personas gastan de \$35 – \$40 por un paquete (1 día y 1 noche)
Forma de pago	90% de las personas prefieren pagar en efectivo
Medios de Información	47% de las personas se informan mediante redes sociales, amigos y familiares.

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

4.1.2.4. Demanda actual

La demanda actual se determinó con los resultados obtenidos de la encuesta realizado a los potenciales clientes, las personas encuestadas tuvieron una aceptación para el alojamiento en *glamping* del 41%, según los datos de la **Tabla 7-4** y el **Grafico 7-4** se obtiene la siguiente información.

Aceptación: 41%

Universo de estudio: 269623

Demanda actual: $269623 * 0,41 = 110545.43$

4.1.2.5. Demanda futura

Se realiza la proyección de la demanda para los próximos 5 años tomando como referencia el número de encuetados en la ciudad de Guaranda, aplicando la fórmula del incremento compuesto que es $C_n = C_o (1 + i)^n$, teniendo en cuenta que el índice del incremento turístico 2020 es de 1.2%, identificando un 41% de aceptación.

Tabla 18-4: Proyección de la demanda futura

N	Aceptación	Co	Co aprox	i	n	Cn
269623	41%	110545.43	110545	1.2%	1	272.858
		110545.43	110545	1.2%	2	276.133
		110545.43	110545	1.2%	3	279.446
		110545.43	110545	1.2%	4	282.800
		110545.43	110545	1.2%	5	286.193

Realizado por Morocho Gabriela, 2022

Donde:

N: Tamaño de la población

Cn: Incremento compuesto

Co: Clientes iniciales (N*el % de aceptación del proyecto, según la encuesta aplicadas) /100%

i: índice de incremento turístico (datos del Ministerio de Turismo)

n: años a proyectar (periodo a proyectar, 2021)

Tabla 19-4: Proyección de la demanda

PERÍODOS	AÑOS	PROYECCIÓN
1	2022	268.660
2	2023	271.884
3	2024	275.146
4	2025	278.448
5	2026	281.790

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

4.1.2.6. Proyección de la oferta de la competencia

La cantidad de turistas en el año 2020 por establecimientos, se obtiene de la multiplicación de los turistas que ingresan semanalmente por las 52 semanas que tiene el año, donde el promedio anual es la suma del número de turistas por establecimiento dividido por el número de establecimientos.

Tabla 20-4: Proyección de la oferta de la competencia

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	No CLIENTES AÑO 2019	PROMEDIO ANUAL
Hostería el Ángel	951	
Hostería Los Trigales	743	
	Total	847

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

4.1.2.7. Proyección de la oferta para 5 años

La proyección de la oferta se realizó para los 5 años y para ellos se utilizó el primer dato del año 2021, el promedio anual de turistas que llegan a los establecimientos se obtiene a partir de la **Tabla 21-4**, la fórmula para obtener la proyección es la misma.

Tabla 21-4: Proyección de la oferta potencial

PERÍODOS	AÑOS	PROYECCIÓN
1	2022	857,16
2	2023	867,45
3	2024	877,86
4	2025	888,39
5	2026	899,05

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

4.1.2.8. Demanda insatisfecha proyectada

Para calcular la demanda insatisfecha se resta la oferta potencial de la demanda potencial para poder obtener la demanda objetiva.

Tabla 22-4: Proyección de la oferta

DEMANDA INSATISFECHA PROYECTADA			
Año	Demanda potencial	Oferta potencial	Demanda insatisfecha
2022	268.660	857,16	267.802,73
2023	271.884	867,45	271.016,37
2024	275.146	877,86	274.268,56
2025	278.448	888,39	277.559,79
2026	281.790	899,05	280.890,50

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

4.1.2.9. Demanda objetiva

Para calcular la demanda objetiva se tomó el 30% de la demanda insatisfecha ya que, con esto, se puede iniciar con el funcionamiento del turístico.

Tabla 23-4: Demanda objetiva

AÑO	DEMANDA INSATISFECHA	DEMANDA OBJETIVA (30%)
2021	281.943	84.583
2022	285.326	85.598
2023	288.750	86.625
2024	292.215	87.664
2025	295.721	88.716

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

4.1.3. Análisis mercadotécnico

4.1.3.1. Definición de la marca imagen

La marca turística busca representar identidad propia para la comunidad, en el cual se utilizará atributos representativos de la localidad. Esto ayudará a verificar de mejor forma el marketing del producto que se ofertará.

- Imagen corporativa



Figura 1-4. Imagen turística

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

- Simbología

Los elementos que se describen a continuación pertenecen a los elementos culturales y naturales que forman la imagen corporativa diseñada.

- Cielo nocturno y luna

Representa el cosmo del cielo y la astronomía que posee la comunidad.

- Montañas

Hace referencia al paisaje que la comunidad posee, además a la diversidad de vegetación que en ella se puede hallar.

- Maíz

Hace referencia a la productividad y económica de la comunidad.

- Glamping

Representa al hospedaje que va ser utilizado por los turistas, para activar la economía en la comunidad.

- Análisis cromático

Los colores que se describen a continuación tienen varios significados y son aquellos que se utilizaron en la imagen corporativa.

- Negro

Este color se asocia a elegancia, poder, autoridad, estabilidad, serenidad, fuerza e inteligencia.

- Verde

Hace referencia a la riqueza natural y valores ecológicos, con una sensación de equilibrio y calma con la conexión de la naturaleza.

➤ Café

Esta vinculado a la naturaleza, representacion montañas y bosques.

➤ Blanco

Representa pureza, bondad y eficiencia

- Identificación del producto (slogan)

El producto de campamento *glamping*, se enfoca en actividades turísticas vinculadas a vivencias y conceción de historias a la comunidad con los turistas, haciendo un viaje algo fuera de la cotidianidad y tradicional, mostrando a la comunidad del Laguacoto Bajo llena de costumbres y tradiciones indígenas.

4.1.4. Estudio de mercadotecnia

- Canales de distribución

De acuerdo a los resultados obtenidos en la encuesta de los medios de información de actividades turísticas, los cuales predomino, que los turistas se acogen a redes sociales ya sea recomendado por amigos o familiares, y el internet como canal de distribución indirecta, se utilizaran los siguientes canales de distribución, ver **Tabla 16-4**.

El primer canal de distribución producto-consumidor, con el que se busca proporcionar el lugar de manera directa, a través de medios digitales, como redes sociales y páginas web la operación de las actividades corresponde a los propietarios del campamento *glamping* como productores de servicios turísticos, obteniendo como beneficio un mayor ingreso económico. El segundo canal de distribución es productor–minorista-consumidor final debido a la ubicación del campamento *glamping* es factible proporcionar el lugar a través de una agencia de viaje del Cantón, esto podría ponderar económicamente la visita ya que es la mejor manera de lograr captar la atención de los turistas que prefieran realizar sus viajes con la ayuda de agencias turísticas.

- Medios

Se utilizarán espacios publicitarios en medios de difusión masiva como: internet, trípticos, afiches, los cuales contribuirán a promocionar el producto turístico que ofertara el campamento *glamping*.

4.2. Definir la viabilidad técnica para la implementación de un campamento turístico (*Glamping*)

4.2.1. Diseño de la infraestructura física

4.2.1.1. Tipo de muestra de campamento

El tipo de muestra de campamento será un *glamping* de tipo hospedaje, la cual se ajusta a los resultados obtenidos en el análisis de audiencia, en cuanto al tiempo de estadía será tomada en cuenta de acuerdo a la información de la encuesta, su instalación será conforme a las necesidades del turista.

4.2.2. Localización del proyecto

4.2.2.1. Macro localización

Este proyecto estará ubicado geográficamente en el Ecuador; provincia Bolívar; cantón Guaranda; parroquia Gabriel I. Veintimilla.

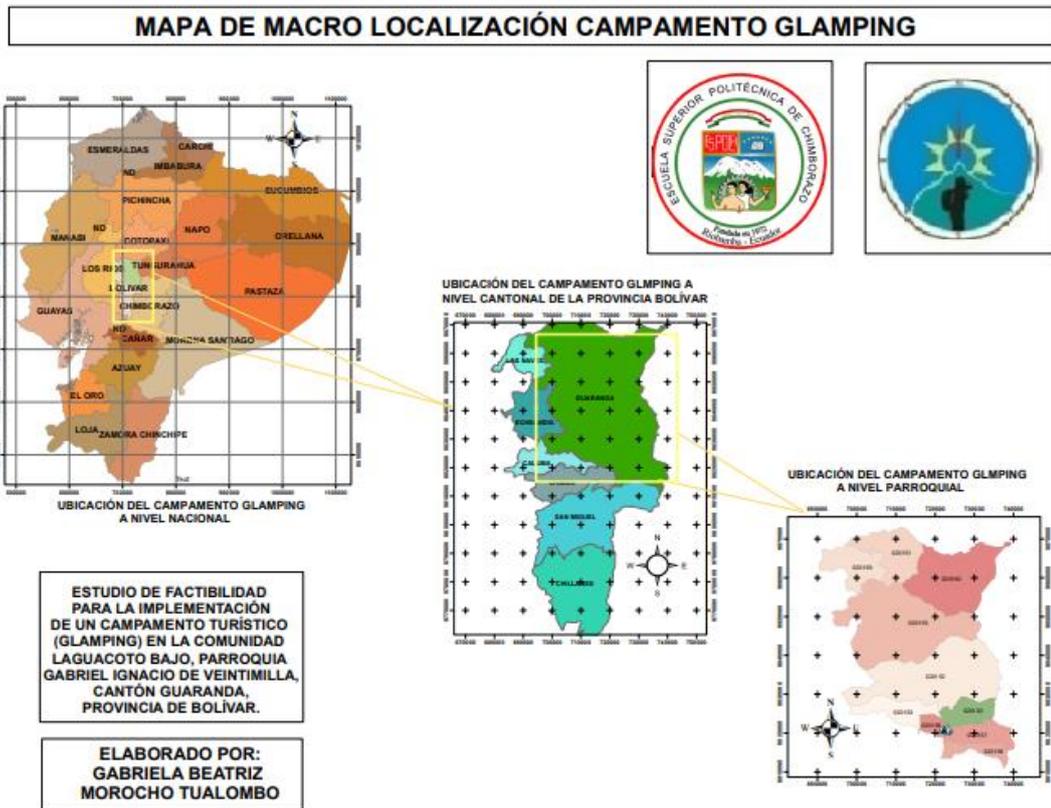


Figura 2-4. Mapa de macro localización de campamento *Glamping*

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

4.2.2.2. *Micro Localización*

El “Campamento *Glamping*” se implementará en el cantón Guaranda, en la zona de la parroquia Gabriel Ignacio Veintimilla, al sur de la parroquia. La implementación del campamento *glamping* se realizará en la comunidad Laguacoto Bajo, que está ubicado a 15 minutos del centro de la ciudad de Guaranda.

4.2.2.3. *Tamaño del proyecto*

Con toda la información recolectada se procederá a determinar el tamaño del campamento, considerando: Número de campamentos, infraestructura, diseño del *glamping*, tipología de la construcción y diseño técnico arquitectónico.

4.2.2.4. *Número de clientes proyectados*

Para determinar el tamaño del proyecto, se enfocó en la demanda potencial (visitantes y turistas nacionales) que es el número de población de Guaranda económicamente activa según el último

censo en la plataforma Geo Vit del Ministerio de Turismo, la cual se calculó con el 30% de la demanda insatisfecha; ya que es la expectativa del proyecto para iniciar con su funcionamiento. Se proyectó para 5 años posteriores de la apertura del campamento *glamping*, obteniendo proyecciones anuales, mensuales, semanales y diarias.

Tabla 24-4: Número de clientes

AÑO	ANUAL	MENSUAL	SEMANAL	DIARIO
2021	155187	12932	38797	431
2022	633225	52769	158306	1759
2023	5219296	434941	1304824	14498
2024	86899523	7241627	21724881	241388
2025	2922632714	243552726	730658179	8118424

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

4.2.3. Identificación y descripción de los procesos

Para la implementación del campamento *glamping* se ha tomado en cuenta los resultados obtenidos de la encuesta, el cual se determinó que el domo geodésico es el tipo de infraestructura que se implementara, en cuanto a la decoración se utilizara productos de la zona. En los baños se implementará todas las comodidades necesarias del usuario, la decoración de las paredes de bambú la ducha con puertas de vidrio corredizas y el piso decorado con piedras de río. Toda la iluminaria de la habitación serán con luces led.

Teniendo en cuenta cada detalle en el área de hospedaje, será importante en cada habitación tener decorado con frutas y flores para dar la bienvenida a los usuarios, a las parejas se les obsequiará una botella de vino y a la familia se les obsequiará un arreglo frutal cubierto de chocolate; además se colocarán velas aromáticas para crear un ambiente agradable.

Este campamento está dirigido a Familias, parejas y grupos de amigos. Se ofertarán diferentes actividades de su preferencia, como juegos tradicionales, actos culturales y *trekking* (caminata) donde el huésped estará en contacto con la cultura y la naturaleza; para estas actividades se requerirán de una reserva previa, ya que son servicios que oferta la comunidad. Con el consumo de estos servicios aportan con la economía y a los emprendimientos comunitarios.

En cuanto a la alimentación se ofertará un menú de comida típica de la zona como es choclo con habas y queso, mote con habas tostadas, fritada en ají de piedra, ya que es de mucha aceptación en la localidad por su alto contenido de proteínas, hierro y vitaminas; además son alimentos bajos en grasa, la cual se complementará con una deliciosa chicha de jora. También se ofertará el tradicional plato tipo de los Andes denominado tanda mesa e importante en la cosmovisión andina, que será ofertado a partir de grupos de 6 pax. El menú será variado de acuerdo al gusto de los clientes, los productos a utilizar serán 100% natural.

4.2.3.1. Caracterización y diseño del producto

Los servicios turísticos que se ofertaran dentro del El campamento *glamping* son: hospedajes, alimentación y experiencias culturales, que serán para el disfrute y el esparcimiento del huésped.

A continuación, se puntualizará los lineamientos que se debe considerar en cada uno de los servicios.

- Hospedaje (*glamping*)

Diseño de hospedaje

El campamento contara con 4 domos geodésicos, donde tendrán la capacidad para 2 personas con una cama de dos plazas y la de 4 personas, contara con una cama de dos y media plazas y una cama litera. Cada domo estará echo de material de pino micronizado. Dispondrá de algunos detalles para la comodidad del huésped entre ellos baños privados, dispensador de agua, mini nevera, mini cafetería, yacusi y un asador.

Dentro de la Tabla 25-4 se establecerán los principales lineamientos que deben ser considerados.

Tabla 25-4: Implementación del servicio de hospedaje

SERVICIO	REQUERIMIENTO	FACILIDADES	ESTÁNDARES DE CALIDAD
Glamping matrimonial	<ul style="list-style-type: none"> • Campamento amplio • Cuenta con servicios básicos • Capacidad para 2 pax • Ventanas grandes para mayor entrada de luz y ventilación 	<ul style="list-style-type: none"> • Existencia de agua potable y luz eléctrica • Existencia de ventilación e iluminación natural • Las habitaciones contarán con cama, dos veladores, lámpara y un armario 	<ul style="list-style-type: none"> • Habitaciones siempre limpias • Sabanas y toallas siempre limpias y serán cambiadas, cada que llega un nuevo huésped. • Habitaciones con iluminación y ventilación natural
Glamping Familiar	<ul style="list-style-type: none"> • Cuartos amplios () • Capacidad para 4 pax: una habitación matrimonial (2 pax) y una habitación doble (2 pax) • Ventanas grandes para mayor entrada de luz y ventilación 	<ul style="list-style-type: none"> • Existencia de agua potable y luz eléctrica • Existencia de ventilación e iluminación natural • Las habitaciones contarán con una cama matrimonial, una cama litera, un velador, lámpara y un armario 	<ul style="list-style-type: none"> • Las habitaciones deben permanecer cerradas para mayor seguridad del huésped • Camas serán con 2m de largo y con colchones del mismo tamaño, evitando que estas sean de esponja u otro material no apto para los huéspedes • En caso que haya baja temperatura el huésped tendrá a su disposición una cobija adicional • Agua apta para el consumo humano • Cada habitación tendrá colocado normas de comportamiento y protocolos de bioseguridad para el huésped

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

- Alimentación

Diseño de servicio de alimentación

Según las encuestas realizadas a los turistas en el mes de agosto del año 2021, el 35% de los visitantes están dispuestos a consumir alimentos dentro de la comunidad, es por ello que dentro del campamento se desea brindar servicio de alimentación.

Debido a que la comunidad no cuenta con una infraestructura en la cual se pueda brindar este tipo de servicio turístico, se considera la implementación y adecuación de una instalación; además integrar un proceso de capacitación de atención al cliente y calidad de servicio al personal.

La capacidad que tendrá la instalación será para 20 personas y constará de 5 juegos de comedor (de madera), a continuación, se establecen los principales lineamientos a considerar para la prestación del servicio de alimentación en el campamento.

Tabla 26-4: Implementación del servicio de alimentación

SERVICIO	REQUERIMIENTO	FACILIDADES	ESTÁNDARES DE CALIDAD
Restaurante	<ul style="list-style-type: none"> • Espacio limpio y organizado • Cuarto para almacenar la comida y espacio para colocar refrigerador. • Cuarto para preparar alimentos con su respectiva cocina industrial. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mobiliaria (mesas, sillas) • Juego de vajillas (porcelana) y juego de cubiertos. • Mantales, servilletas. • Menú variado 	<ul style="list-style-type: none"> • Para la elaboración de los alimentos, se utilizará productos locales de huertos orgánicos de la comunidad. • Se utilizará productos frescos, orgánicos de temporada y de buena calidad. • Se ofrecerá comida casera, local y variada. • Los lácteos y derivados se los pondrá en refrigeración para mantenerlos fresco y en buen estado. • Las áreas de la cocina deberán estar constantemente en desinfección.

			<ul style="list-style-type: none"> • El personal deberá utilizar uniforme para su identificación, mallas y una gorra para evitar la caída del cabello a los alimentos y delantal.
--	--	--	--

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

Actividades de recreación cultural y deportiva a ofertar

- Juegos tradicionales

El campamento contará con juegos tradicionales, como el palo encebado, salto en sacos, carretilla, las cuales estarán dispuestos a los huéspedes para su disfrute en momentos libres.

- Actos culturales

Con la implementación del servicio del *glamping* se abrirán las puertas para que diferentes grupos folclóricos participen en presentaciones de danzas, los huéspedes podrán disfrutar y compartir entre ellos al ritmo de la música tradicional.

- Senderismo

En esta actividad se podrán recorrer diferentes senderos que llevan atractivos naturales entre ellos, además podrán apreciar de aves, flora andina de los montes de la sierra ecuatoriana; esta actividad tendrá la supervisión de un guía local especializado.

- Masaje y spa

Encaminados a la innovación y a pedido de los huéspedes, se implementará el servicio de masajes y spa con piedras volcánicas, que estará abierto los siete días de la semana con previa reserva, estos masajes tienen beneficios medicinales en molestias musculares y relajamiento corporal.

4.2.3.2. Estructura de paquetes turísticos

Para el campamento *glamping* se han consolidado tres paquetes turísticos, de uno a tres días, se tomó en cuenta el perfil del turista para establecer las actividades requeridas por su preferencia, capacidad para familias, parejas y grupos de amigos. Un total de diez pax por todo el alojamiento.

- Paquete 1: Sumak Pakari

Tabla 27-4: Paquete de alojamiento 1

PAQUETE – SUMAK PAKARI	
Duración: 1 día	Carácter: recreativo
Lugar: Lagucoto bajo	
Itinerario Técnico	
Actividades	Observación
Alojamiento	Domos geodésicos para dos o cinco personas.
Desayuno	Desayuno continental
Masajes y spa	Servicio a la habitación
Juegos tradicionales	Palo encebado, carrera de saco, quemados
Incluye	No incluye
<ul style="list-style-type: none"> • En el palo encebado incluye sorpresas. • En caso de parejas botella de vino. • En caso de familia arreglo frutal con chocolate. • Guía 	<ul style="list-style-type: none"> • Valores de otras actividades fuera del paquete.
Requisitos	<ul style="list-style-type: none"> • No arrojar basura • No destruir las plantas • Cuidado de domos
Más opciones	<ul style="list-style-type: none"> • Senderismo • Parrillada • Ritual de sanción
Precio	
Precio 2 pax: \$ 75 dólares	Precio 5 pax: \$ 150 dólares

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

- Paquete 2: Kaypimi Sakiri

Tabla 28-4: Paquete de alojamiento 2

PAQUETE – KAYPIMI SAKIRI		
Duración: 2 día y 1 noche	Carácter: recreativo	Lugar: Laguacoto bajo
Itinerario Técnico		
Actividades	Observación	
Alojamiento	Domos geodésicos para dos o cinco personas.	
Desayuno, almuerzo, merienda	Desayuno continental, Almuerzo y merienda tradicional.	
Masajes y spa	Servicio a la habitación.	
Parrillada	Parrillada para dos o cinco personas.	
Juegos tradicionales	Palo ensebado, carrera de saco, quemados, salto en cuerda, rayuela, trompos.	
Acto cultural	Presentación de danzas	
Incluye	No incluye	
<ul style="list-style-type: none"> • En caso de parejas botella de vino. • En caso de familia arreglo frutal con chocolate. • Snack para picar. • Guía. 	<ul style="list-style-type: none"> • Valores de otras actividades fuera del paquete. 	
Requisitos	<ul style="list-style-type: none"> • No arrojar basura • No destruir las plantas • Cuidado de domos 	
Más opciones	<ul style="list-style-type: none"> • Senderismo • Parrillada • Ritual de sanción 	
Precio		
Precio 2 pax: \$ 75 dólares	Precio 5 pax: \$ 150 dólares	

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

- Paquete 3: Killa Pakari

Tabla 29-4: Paquete de alojamiento 3

PAQUETE - KILLA PAKARI		
Duración: 2 días, 1 día	Carácter: recreativo	Lugar: Laguacoto bajo
Itinerario Técnico		
Actividades	Observación	
Alojamiento	Domos geodésicos para dos o cinco personas.	
Desayuno	Desayuno continental, almuerzo tanda mesa, merienda tradicional.	
Masajes y spa	Servicio a la habitación	
Juegos tradicionales	Palo ensebado, carrera de saco, quemados, rayuela, salto en la cuerda, trompo.	
Senderismo	Recorrido al aire libre	
Fogata	Presentación de grupo musical	
Incluye	No incluye	
<ul style="list-style-type: none"> • En caso de parejas botella de vino. • En caso de familia arreglo frutal con chocolate. • Canasta de picnic • Guía 	<ul style="list-style-type: none"> • Valores de otras actividades fuera del paquete. 	
Requisitos	<ul style="list-style-type: none"> • No arrojar basura • No destruir las plantas • Cuidado de domos 	
Más opciones	<ul style="list-style-type: none"> • Senderismo • Parrillada • Ritual de sanción 	
Precio		
Precio 2 pax: \$ 75 dólares	Precio 5 pax: \$ 150 dólares	

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

4.2.4. Identificación del proceso productivo

En la siguiente tabla se desarrollará una serie de procesos necesarios que se realizan de forma planificada y sucesiva para lograr la elaboración de productos, con la finalidad de satisfacer las necesidades y demandas del mercado.

Tabla 30-4: Proceso productivo

ESTADO INICIAL	PROCESO TRANSFORMADOR	PRODUCTO FINAL	SUMINISTROS
Insumos <ul style="list-style-type: none">• Recursos paisajísticos• Piedra• Manifestaciones culturales	Procesos <ul style="list-style-type: none">• Construcción de la infraestructura• Contrato de servicios complementarios• Contrato de masajista• Adquisición de materia prima (madera), contrato de grupos de danza y grupo musical• Contrato de guías locales• Compra de premios para los juegos tradicionales	Productos <ul style="list-style-type: none">• Domos geodésicos• Masajes con piedras volcánicas• Presentación de grupos de danza• Fogatas y presentación de grupos musical• Senderismo• Recreación	<ul style="list-style-type: none">• Domo geodésico• Plantas medicinales y aceites esenciales• Piedra de lava basáltica y mármol• Camillas de masaje

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

4.2.5. Diseño del campamento *glamping*

Las figuras que se muestran a continuación representan el diseño del campamento *glamping* lo cual conformará los distintos planos arquitectónicos, en los que se indica la distribución de los domos geodésicos en todos sus componentes, que servirá como hospedaje para los turistas.

4.2.5.1. Planta arquitectónica



Figura 3-4. Planta arquitectónica campamento *glamping*

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

- Detalle del campamento

Habitación doble o matrimonial

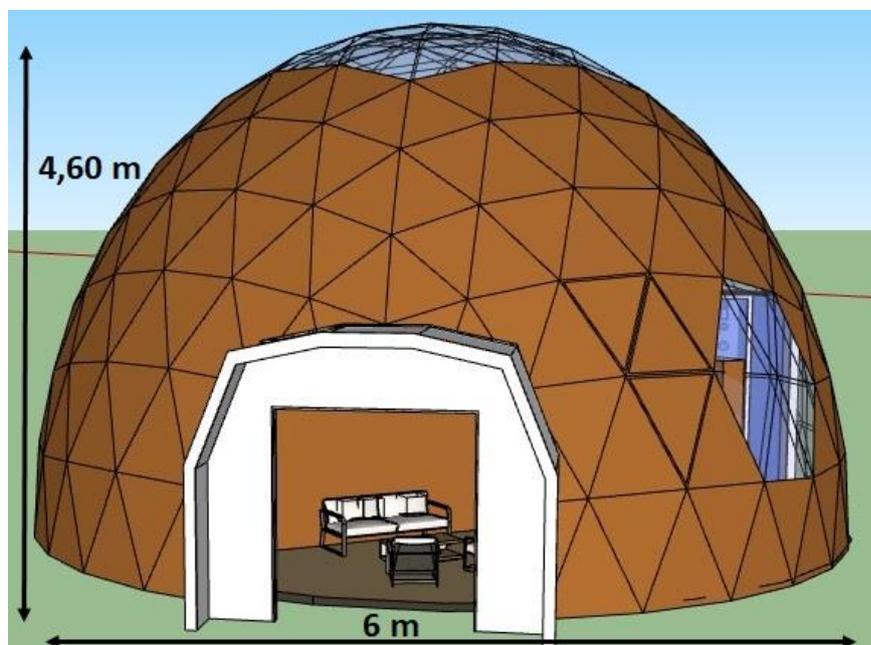


Figura 4-4. Diseño frontal del campamento *glamping* matrimonial

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

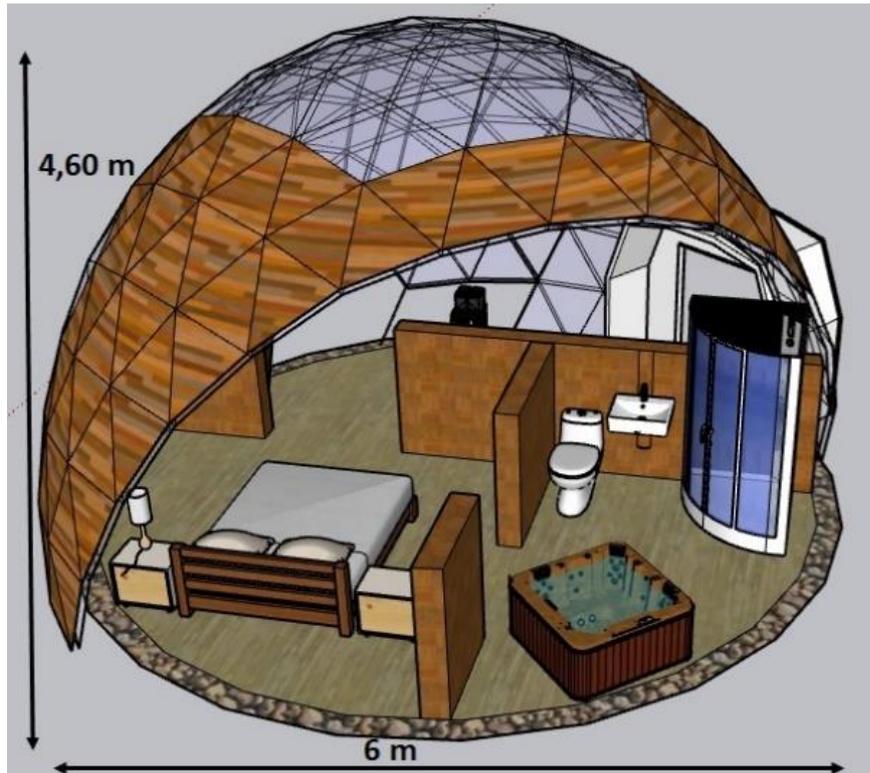


Figura 5-4. Diseño parte trasera del campamento *glamping* matrimonial

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022



Figura 6-4. Diseño interno del campamento *glamping* matrimonial o doble

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

Tabla 31-4: Detalle de la construcción del lamping matrimonial

<p>Construcción: <i>Glamping</i> matrimonial</p>	<p>No de ficha: 001</p>
<p>Función: El <i>glamping</i> es un espacio adecuado para el descanso de los turistas.</p>	<p>Ubicación: Comunidad Lagucoto Bajo (Espacio establecido por la familia)</p>
<p>Descripción: El <i>glamping</i> para hospedaje será una infraestructura construida en un 50% de materiales de la zona. Se utilizará madera en el piso, paredes, vigas; la mitad de la cubierta será elaborada de vidrio, con la finalidad de poder ver observar los cielos nocturnos de la localidad. El <i>glamping</i> constará de una habitación simple y cada habitación dispondrá de una sala de estadía.</p>	
<div style="text-align: center;">  <p>Fuente: Shelter Dome</p> </div>	
<p>Materiales Madera Vidrio</p>	
<p>Dimensiones: 6 x 6 (<i>glamping</i> total)</p>	<p>Mantenimiento: Mensualmente se le dará mantenimiento o dependiendo el uso.</p>
<p>Observaciones:</p>	

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

Glamping cuadruple

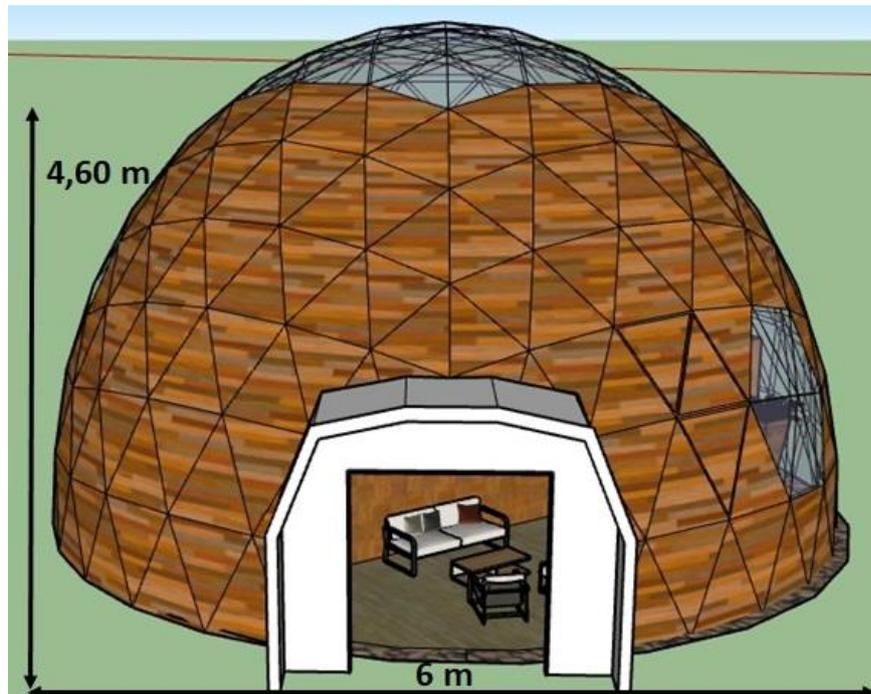


Figura 7-4. Diseño *Glamping* cuádruple parte delantera

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

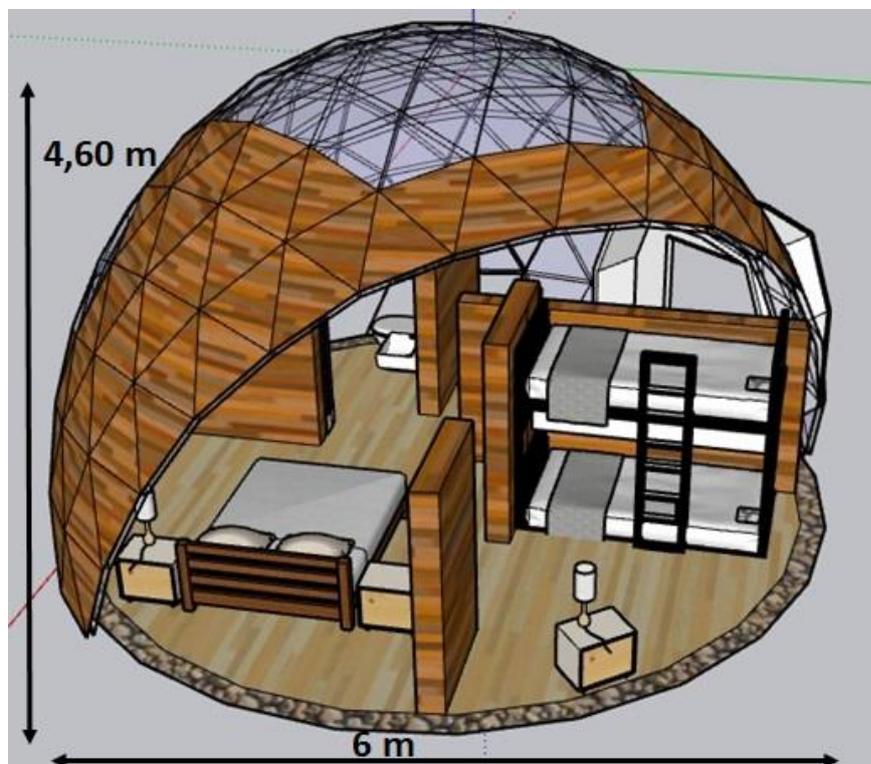


Figura 8-4. Diseño *Glamping* cuádruple parte trasera

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022



Figura 9-4. Diseño interno del campamento *glamping* cuádruple

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

Tabla 32-4: Detalle de la construcción del *glamping* familiar

<p>Construcción: <i>Glamping</i> familiar</p>	<p>No de ficha: 002</p>
<p>Función: El <i>glamping</i> es un espacio adecuado para el descanso de los turistas.</p>	<p>Ubicación: Comunidad Lagucoto Bajo (Espacio establecido por la familia)</p>
<p>Descripción: El <i>glamping</i> familiar será una infraestructura construida en un 50% de materiales de la zona. Se utilizará madera en el piso, paredes, vigas; la mitad de la cubierta será elaborada de vidrio, con la finalidad de poder ver observar el cielo nocturno de la localidad. El <i>glamping</i> constará de dos habitaciones y dispondrá de una sala de estadía.</p>	



Fuente: Shelter Dome

Materiales

Madera y Vidrio

Dimensiones:

6m x 6m (*glamping* total)

Mantenimiento:

Mensualmente se le dará mantenimiento o dependiendo el uso.

Observaciones:

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

- Diseño del Restaurante

Las figuras a continuación representan gráficamente el diseño del restaurante que se pretende construir dentro del campamento, además mostraremos las medidas, materiales y adecuaciones que se recomiendan para la infraestructura.



Figura 10-4. Diseño del restaurante parte delantera

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022



Figura 11-4. Diseño del restaurante parte trasera

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

Tabla 33-4: Detalle del restaurante

Construcción: Restaurante	No de ficha: 003
Función: Servicio de alimentación	Ubicación: Comunidad Laguacoto Bajo (Espacio establecido por la familia)
Descripción: El restaurante será una infraestructura de una planta con un 80% de material de la zona, esta planta constará de la cocina, refrigerador, comedor.	
	
Fuente: Parador el Cachimbo de Mama	
Materias Madera y Vidrio	
Dimensiones: 7m x 6m (Restaurante total)	Mantenimiento: Mensualmente se le dará mantenimiento o dependiendo el uso.
Observaciones:	

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

4.2.6. Requerimientos por áreas

Cada campamento tendrá a disposición objetos de comodidad para el disfrute de los turistas en el alojamiento, las áreas de la habitación se dividió en áreas de domos domésticos como baño, sala de estar y áreas de descanso.

Tabla 34-4: Requerimiento por área del campamento *glamping*

ÁREAS	CARACTERÍSTICAS
Área de domo geodésico	Cama, veladores, muebles, basurero, cafetera, dispensador de agua, juego de mesa, luces led.
Área de baño	Sanitario, lavamanos, ducha, un yacusi y toallas.
Área de sala de estar	Muebles para exterior, macetas, flores.

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

4.3. Determinar el impacto ambiental del proyecto

4.3.1. Identificación de impactos

Se realizó el estudio de impacto ambiental utilizando la metodología de Leopold o también conocida como la matriz de causa-efecto, ya que permitirá determinar si dichas actividades pueden causar algún tipo de impacto ambiental positivo o negativo, dentro del territorio en los componentes agua, suelo, aire; para de esta manera realizar un plan de manejo ambiental que permitirá mitigar los impactos ocasionados en el proyecto.

Tabla 35-4: Matriz causa-efecto

	Movimiento de tierra	Montaje de la obra	Operación turística	Actividad turística	Eliminación de desechos	Reutilización de materia orgánica	Consumo de papel (facturación y oficina)	Mantenimiento y limpieza	Compra de productos a proveedores	Lavandería
1. Aire		X			X	X		X		
2. Suelo	X	X	X	X	X			X		
3. Agua			X		X	X	X	X	X	X
4. Flora	X	X	X					X	X	X
5. Fauna	X	X		X				X		X
6. Paisaje	X	X		X	X					X
7. Riesgos internos y externos			X	X			X			

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

4.3.2. Evaluación de impactos

		Magnitud: 1-10 Importancia: 1-10	ACCIONES Y POSIBLES EFECTOS											Total Acciones		
Valoración	Elementos y características ambientales	Actividades propuestas causantes de posibles impactos ambientales	CONSTRUCCIÓN		OPERACION								Total acción -		Total acción +	
			Movimiento de tierras	Montaje de la obra	Operación turística	Actividades turísticas	Eliminación de desechos	Reutilización de materia orgánica	Consumo de papel (Facturación y oficina)	Mantenimiento y limpieza	Compra de proveedores	Lavandería				
Factores	A. Características físicas y químicas	AIRE	Calidad del aire	1/8				3/8	5/8		3/7			12	31	19
		SUELO	Compactación	1/5	8/10	5/7	5/7	3/7			1/5			23	41	18
		AGUA	Superficiales			3/5		2/5	1/5	2/6	2/7	7/8	6/9	23	45	22
	B. Condiciones biológicas	FLORA	Afectación de vegetales existentes	5/2	5/8	3/6					1/4	1/6	1/3	13	34	29
		FAUNA	Afectación de especies locales	4/6	6/8		6/8				3/5		5/5	24	32	8
	C. Factores culturales	PAISAJES	Belleza y diversidad escénica	1/5	6/7		1/3	5/6					3/6	16	27	11
		RIESGOS INTERNOS Y EXTERNOS	Entorno social			5/3	4/3			1/3				10	9	1
		Total acción -	8	26	16	16	13	6	3	10	8	15				
		Total acción +	21	41	21	21	26	13	9	28	14	23				
		Total Acciones	13	15	5	5	13	7	6	18	6	8			98	

Figura 12-4. Matriz Leopold

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

4.3.3. Interpretación de la matriz

En los resultados se puede identificar que las actividades de construcción desarrolladas en el área, tienen en su mayoría un impacto positivo con total.

4.3.4. Medidas de mitigación de impactos

En la siguiente **Tabla 36-4** se mostrarán las medidas que se tomarán en cuenta al momento de realizar el campamento *glamping*.

Tabla 36-4: Medidas de mitigación

ASPECTOS AMBIENTALES	IMPACTOS	ACCIONES
Aire	Calidad del aire	Mientras perdure el trabajo práctico se conservará el área de influencia directa del proyecto libre de polvo. El polvo será controlado de forma continua, propagando agua sobre los suelos superficiales.
Suelos	Compactación	Reducir los movimientos de tierras innecesarios, de acuerdo con los parámetros del proyecto; ejecutar un manejo apropiado de residuos a causa de la limpieza, para reducir la contaminación del ambiente por el mal manejo de los residuos.
Agua	Superficiales	Inspeccionar la descarga de material sobrante a los cuerpos de agua, producto de excavaciones generadas en la etapa de construcción. Efectuar mantenimiento y limpieza del sistema de tratamiento del campamento.
Flora	Afectación de vegetación existente	Recubrimiento de la cobertura vegetal afectada por las actividades de construcción, con especies nativas del lugar, evitando la degradación biológica y mejorando la calidad ambiental.
Fauna	Afectación de fauna existente	Realizar una planificación de diversas actividades previstas con el propósito de no despejar especies innecesarias; reubicando a las especies faunísticas durante las etapas de construcción.

ASPECTOS AMBIENTALES	IMPACTOS	ACCIONES
Paisajes	Belleza y diversidad escénica	Restaurar el medio afectado por la construcción del campamento.
Riesgos internos y externos	Entorno social	Realizar un plan de contingencia con medidas de mitigación para desastres naturales.

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

4.4. Establecer la viabilidad legal y administrativa del proyecto

4.4.1. Estructura legal

El siguiente análisis se podrá observar las ventajas y desventajas del tipo de organización a crearse, tomando en cuenta la ley de turismo, Reglamento general de actividades turísticas, reglamentó de establecimientos de hospedaje.

Tabla 37-4: Análisis comparativo del marco legal existente

LEY	CAPITULO	TEMA	ARTICULO	EN QUE APORTA AL PROYECTO
Constitución de la Republica	Capítulo 7	Derechos de la naturaleza	Art. 74 Las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades tendrán derecho a beneficiarse del ambiente y de las riquezas naturales que les permitan el buen vivir.	Todas las personas tienen derecho al desarrollo de las actividades económicas, mediante actividades económicamente rentables, social mente justas y ecológicamente correctas, de forma transparente con las normas de calidad, y con el compromiso social y ambiental.
	Capítulo 9	Responsabilidad	Art. 83 numeral 6 Respetar los derechos de la naturaleza, preservar un ambiente sano y utilizar los recursos naturales de modo racional, sustentable y sostenible.	
	Capítulo 6	Trabajo y producción Sección primera Formas de organización de la producción y su gestión	Art. 320 En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente. La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistemática, valoración del trabajo y eficiencia economía y social.	
Reglamento de Alojamiento turístico	Capítulo 2	Sección 1 de los procedimientos de registro, inspección e identificación	Art. 7 Requisitos previos al registro: las personas naturales o jurídicas previo a iniciar el proceso de registro del establecimiento de alojamiento turístico, deberán contar con los siguientes documentos: a) En el caso de personas jurídicas, escritura de constitución, aumento de capital o reforma de estatus, debidamente inscrita en el Registro mercantil;	Puntualiza los requisitos para iniciar una actividad de alojamiento, cumpliendo la legislación, normas y leyes vigentes.

LEY	CAPITULO	TEMA	ARTICULO	EN QUE APORTA AL PROYECTO
			<p>b) Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito en el registro mercantil;</p> <p>c) Registro Único de Contribuyentes (RUC), para persona natural o jurídica;</p> <p>d) Cédula de identificación o ciudadanía y papeleta de votación, de la persona natural o jurídica;</p> <p>e) Certificado de gravámenes o contrato de arrendamiento de local de ser el caso, debidamente legalizado ante la Autoridad competente;</p> <p>f) Inventario valorado de activos fijos de la empresa bajo la responsabilidad del propietario o representante legal;</p> <p>g) Pago uno por mil sobre el valor de los activos fijos;</p> <p>h) Para el uso del nombre comercial, el establecimiento de alojamiento deberá cumplir con las disposiciones de la ley de Propiedad Intelectual y la normativa aplicable en esta manera. Deberá verificarse el resultado de la búsqueda fonética.</p> <p>No se exigirá al usuario los documentos físicos cuando estos puedan ser obtenidos en línea para la Autoridad Nacional de Turismo.</p>	
		Sección 2 del Procedimiento de licencia	Art. 11 Del procedimiento y requisitos de licenciamiento anual de funcionamiento. - para el proceso de licenciamiento de los establecimientos de	

LEY	CAPITULO	TEMA	ARTICULO	EN QUE APORTA AL PROYECTO
			<p>alojamiento turístico, la Autoridad Nacional de Turismo o el Gobierno Autónomo Descentralizado al cual se le haya transferido la competencia de licenciamiento, deberá solicitar como requisito indispensable el certificado de registro turismo y lo demás que sean requeridos conforme a la normativa vigente, de ser el caso.</p> <p>El procedimiento de obtención de la licencia única anual de funcionamiento será realizado obligatoriamente mediante la herramienta en línea El procedimiento de obtención de la licencia única anual de funcionamiento será realizado obligatoriamente mediante la herramienta en línea de la Autoridad Nacional de Turismo, o de acuerdo al procedimiento establecido por el Gobierno Autónomo Descentralizado al cual se le haya transferido la competencia, según corresponda.</p> <p>Los requisitos para obtener la licencia única anual de funcionamiento, aparte de registro de turismo serán los siguientes:</p> <p>a) Pago del impuesto predial.</p>	

LEY	CAPITULO	TEMA	ARTICULO	EN QUE APORTA AL PROYECTO
			<p>b) Activos de la empresa según lo declarado en el impuesto a la renta correspondiente.</p> <p>c) Pagos por conceptos de renovación de licencia única anual de funcionamiento, de ser el caso.</p> <p>d) Estar al día en el pago de las obligaciones previstas en la Ley de Turismo y normativa pertinente.</p>	
Ley de Turismo	Capítulo 2	De las actividades turísticas y de quienes la ejercen	<p>Art. 8 Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.</p> <p>Art. 9 El registro turístico consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y pro una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la calificación y categoría que le corresponda.</p>	Los siguientes artículos nos dan a conocer todos los requisitos a seguir para crear un nuevo servicio o una nueva actividad turística.
Reglamento general de	Capítulo 1	Sección 8 campamentos de turismo	Campamentos de tres estrellas. - los campamentos de tres estrellas deberán reunir las siguientes condiciones mínimas:	El siguiente reglamento establece la categoría y los detalles que debe contar un campamento, estandarizando precios

LEY	CAPITULO	TEMA	ARTICULO	EN QUE APORTA AL PROYECTO
<p>actividades turísticas</p>			<p>1.- Contar con los servicios que se detallan a continuación:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) De recepción; b) De prestación de asistencia médica. Este servicio de ser utilizado será con cargo al cliente, debiendo existir en todo el caso el servicio permanente de un enfermero titulado y botiquín de primeros auxilios; c) Telefónico con algún aparato de cabina aislada; d) De lavandería, administrado directamente por el alojamiento; e) De vigilancia diurna y nocturna; f) De recolección de basura, dos veces al día; g) De custodia de valores en caja fuerte; h) De recogida y entrega diaria de correspondencia en la recepción; i) De venta de víveres y artículos de uso frecuente para los campistas, así como periódicos y revista. <p>2.- Contar entre el personal, al menos con un administrador o administradora, un recepcionista con conocimientos del idioma inglés, guardianes en número suficiente para la debida vigilancia del campamento, y el personal encargado del mantenimiento y limpieza. Todo</p>	<p>y servicios según al grupo de categoría al que pertenece, las cuales se sujetan a la ley de calidad y normas técnicas vigente.</p>

LEY	CAPITULO	TEMA	ARTICULO	EN QUE APORTA AL PROYECTO
			<p>el personal, excepto el administrador o administrador, deberá estar debidamente uniformado.</p>	
		<p>Sección 10 Disipaciones generales</p>	<p>Art. 68 avisos y lista de precios. – En todas las habitaciones de los alojamientos, así como la prescripción y en la conserjería, se figurará en lugar destacado las listas de los precios aprobados para los diferentes servicios que presenta el alojamiento.</p> <p>Igualmente, en los mismos lugares, deberán colocarse avisos sobre la existencia del libro oficial de reclamaciones y respecto de la responsabilidad del alojamiento sobre el dinero, documentos y objetos de valor que sean entregados a la administración.</p> <p>Todos los avisos, listas de precios y demás información para los huéspedes, deberán estar redactados al menos en español e inglés.</p> <p>Las listas de precios y los avisos a los que se refieren los dos primeros incisos, serán sellados por el Ministerios de Turismo.</p> <p>Art. 69 Precios. – Los precios de los diferentes servicios que presenten los alojamientos deberán ser aprobados por el Ministerio de Turismo, para lo cual los</p>	

LEY	CAPITULO	TEMA	ARTICULO	EN QUE APORTA AL PROYECTO
			<p>establecimientos prestaran la correspondiente solicitud por duplicado hasta el mes de septiembre de cada año.</p> <p>Los precios autorizados para cada año no podrán ser alterados durante el transcurso del mismo sino por fuerza de mayor o caso fortuito debidamente aceptadas por el Ministerio de Turismo.</p> <p>El Ministerio de Turismo Fijara un precio máximo para los distintos tipos de habitaciones en función de su capacidad y de los servicios que estén dotadas.</p> <p>Antes la admisión de un cliente se le deberá notificar el precio de los diferentes servicios. La falta de esta notificación lleva aparejada la obligación del alojamiento de facturar por el precio mínimo para el tipo de habitación que ocupe el cliente.</p>	

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

4.4.2. Estructura administrativa

Para establecer el organigrama estructural que se implementará en el proyecto, se utilizará personal calificado para los distintos departamentos del campamento, de la siguiente manera:



Figura 13-4. Organigrama estructural

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

4.4.2.1. Organigrama funcional

En cuanto al organigrama funcional va ser distribuida en base al organigrama estructural que se estableció en el desarrollo del proyecto:



Figura 14-4. Organigrama funcional

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

4.4.3. Manual de cargos y funciones

Para establecer el manual de cargos y funciones que se implantará en el proyecto, será de acuerdo con lo establecido en la estructura orgánica, con el objetivo de implementar responsabilidades a cada cargo.

Tabla 38-4: Manual de cargos

DEPARTAMENTOS	PROCESOS
Gerente	<p>Gerente es una persona responsable de planificar, dirigir, controlar, analizar y organizar a un grupo de personas, también es aquel que monitoreando el desempeño y tomando acciones correctivas cuando es necesario, supervisando y coordinando el trabajo diario del campamento <i>glamping</i>, encargado también de la supervisión del personal y de las tareas establecidas, brindando la mejor atención al cliente y satisfaciendo las necesidades al momento de hospedarse.</p>
Recepcionista	<p>El recepcionista es la persona con experiencia y capacidad de gestionar los procesos en cuanto a alojamiento se trata, buscando la calidad continua en cuanto a servicios y ofertas tenga el campamento <i>glamping</i>.</p> <p>Su jornada de trabajo comienza en la mañana, visitando las diferentes áreas de servicio del campamento <i>glamping</i>, con el fin de que todo se encuentre en orden y óptimas condiciones, para brindar un buen servicio a los visitantes con el primer desayuno y check-outs en recepción, al igual que saluda y despide a los huéspedes del día.</p> <p>Una vez terminada la primera fase del trabajo, continuará con una pequeña reunión no más de 30 min con las diferentes áreas, donde se tratará sobre la llegada de los nuevos visitantes.</p> <p>Subsiguientemente se tomará un tiempo para revisar correos y comunicarse con el responsable de marketing y ventas, para analizar la situación del campamento <i>glamping</i> y futuras ventas en los próximos días o meses, al igual que también se reunirá con el jefe de recursos humanos para tratar temas de importancia.</p> <p>El administrador da seguimiento al jefe de cocina para garantizar el trabajo de este servicio.</p> <p>Después del almuerzo el administrador deberá realizar informes, planes de acciones, y darse una vuelta por todas las instalaciones del campamento <i>glamping</i> para que verifique que todas las áreas de servicio se encuentren en óptimas condiciones y para terminar si jornada de trabajo revisara</p>

DEPARTAMENTOS	PROCESOS
	informes del día y la pre revisión del trabajo del día siguiente para culminar con su agenda del día.
Contabilidad	<p>El contador es el encargado de llevar la contabilidad del campamento <i>glamping</i> y realizar los pagos de todos los impuestos a los que este sujeto, proporcionando información contable, financiera, y fiscal que se requiera; también supervisa las operaciones contables como ingresos y egresos, movimientos bancarios y de efectivo.</p> <p>Para la verificación de ingresos y egresos se recopilará documentos contables mediante el proceso de libro diario, asientos contables que correspondan, con el fin que todo esté en orden y no haya errores en los apuntes.</p>
Marketing y ventas	<p>El departamento de marketing y ventas es aquel que administra o controla la información que permite mantenerse en contacto con el mercado, a su vez ayuda al proceso de promoción ya que maneja todas las herramientas necesarias para la ejecución de las estrategias como producto, precio, plaza y promoción.</p> <p>El proceso que llevará a cabo el departamento de marketing y ventas será un trabajo arduo, por lo que tendrá que hacer estudios de mercado potencial, de largo y corto plazo generando propuestas originales de ventas, para la captación de nuevos o posibles compradores de los servicios propuestos, mediante la utilización de redes sociales y medios de publicidad.</p>
Mantenimiento	<p>El personal de mantenimiento son los responsables de la gestión de servicios, garantizan la seguridad de todo el personal y los huéspedes dentro de los límites establecidos; se encarga de las áreas programadas en las instalaciones (lectura de servicios básicos, revisión del estado de maquinarias).</p> <p>El proceso que se debe llevar es el control correcto de mantenimiento a los equipos mecánicos, electrónicos, las fichas de mantenimiento preventivos, revisión y mantenimiento a las habitaciones, zonas comunes y restaurante, para el buen funcionamiento del campamento <i>glamping</i>.</p>
Aseo	<p>El área de aseo su finalidad es mantener siempre la limpieza continua y programada para cada área o zona establecida en el campamento <i>glamping</i>.</p> <p>El proceso que llevara a cabo la camarera es, de tocar la puerta antes de entrar al <i>glamping</i>, dejando la puerta abierta colocando su respectivo colgante de “LIMPIEZA”, abrir ventanas para su respectiva ventilación, limpiar baños, desempolvar muebles, tender camas, limpiar mesas de noche y ventanas, verificar luces, regar plantas y sacar basura.</p>

DEPARTAMENTOS	PROCESOS
Seguridad	<p>El departamento de seguridad tiene como función de cuidar la integridad física del huésped, empleados y visitante como también sus pertenencias, dentro el campamento <i>glamping</i>.</p> <p>Una de las actividades más importantes es supervisar la central de monitoreo, notificar y registrar la llegada de visitantes al campamento, realizar patrullajes de seguridad en horarios establecidos en todas las instalaciones y sobre todo dar información al gerente sobre cualquier irregularidad en el establecimiento.</p>

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

4.4.4. Reglamento del campamento *glamping*

En las siguientes tablas se podrá observar los reglamentos para el personal que trabaja en el campamento *glamping*, como para los visitantes del campamento.

Tabla 39-4: Reglamento del personal

REGLAMENTO PARA EL PERSONAL	
Políticas Generales	<p>El presente reglamento establece las políticas generales de conducta de cada uno del personal que ingresen a laborar, sin excepción, con la finalidad de brindarles un lugar de trabajo confortable, sin importar su raza, país de procedencia, idiomas o creencias.</p> <p>Todo el personal acepta el presente reglamento de conformidad con lo establecido, cualquier falta o infracción ante el mismo le da derecho a este establecimiento a tomar medidas necesarias para el buen funcionamiento del campamento. El presente documento nos faculta el despido inmediato del empleado en caso de no respetar las políticas establecidas.</p>
Obligación del personal	<ul style="list-style-type: none"> • El personal debe ser puntual, cordial, respetuoso y una correcta expresión corporal tanto oral y escrita. • El personal debe mostrar disponibilidad por atender y ayudar a los huéspedes en todo momento. • El personal debe abstenerse de comer, beber o fumar delante de los huéspedes.

Prohibiciones	<ul style="list-style-type: none"> • Está prohibido el consumo de drogas toxicas, estupefacientes o sustancias psicotrópicas, dentro de cualquier área del campamento, de este ser el caso se dará aviso al personal de turno o correspondiente. • Queda prohibido alterar el orden o cuásar molestias al huésped y demás empleados.
Registro	<ul style="list-style-type: none"> • Todo el personal deberá llenar la hoja de registro, la misma que se la dará al momento de ingresar a recepción. • El horario de ingreso de los empleados será de 8h00 de la mañana. • La hora de salida de salida del personal serán a partir de las 20h00.
Acerca del personal	<ul style="list-style-type: none"> • El personal debe tener buena presencia, esto quiere decir que tanto hombre como mujeres deben prolijos un uniforme de trabajo, con sus respectivos gafetes de identificación. • El personal que este en contacto directo con los huéspedes deberán permanecer de pie durante la atención, evitando apoyarse en la pared, en sillas o cualquier elemento decorativo del establecimiento. • En caso de haber alguna queja por parte del huésped, dicho reclamo se deberá realizar de manera escrita, el personal del campamento deberá escuchar con atención y anotar lo propuesto, y dar aviso al departamento correspondiente.
Utilización de servicios	<ul style="list-style-type: none"> • Los servicios (agua, luz, etc.) prestados por el campamento, se deberán utilizarse de manera moderada o con las normas de buena fe, sin la utilización desproporcionada de las mismas, ayúdanos a mantener nuestras tarifas bajas y accesibles como cuidar el medio ambiente.

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

Tabla 40-4: Reglamento de los visitantes

REGLAMENTO PARA HUÉSPEDES	
Políticas Generales	<p>El presente reglamento establece las políticas generales de conducta de cada uno de los huéspedes que ingresen con voluntad propia a este establecimiento sin excepción, con la finalidad de brindarles una estadía confortable, sin importar su raza, país de procedencia, idiomas o creencias.</p> <p>Todo huésped acepta el presente reglamento de conformidad con lo establecido, cualquier falta o infracción ante el mismo le da derecho a este establecimiento a tomar medidas necesarias para que prevalezca el interés general de mantener la tranquilidad de otros huéspedes y el buen funcionamiento del campamento. El presente</p>

	<p>documento nos faculta a la expulsión del huésped en caso de no respetar las políticas establecidas.</p>
<p>Obligación de información por parte del huésped</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Es la obligación del huésped informar en administración del campamento de padecimientos o enfermedades contagiosas, infracción o delito que se acontezca en el campamento y sean de su conocimiento, con el fin que el campamento pueda tomar medidas oportunas y dar cuenta inmediata a la autoridad. • Si algún huésped enfermase, recepción deberá llamar a un médico para que pueda ser atendido y se cargara a su cuenta y en caso que se contagiosa su enfermedad se lo llevara a aislamiento en un lugar adecuado y con cargo a su cuenta.
<p>Prohibiciones</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Está prohibido el consumo de drogas toxicas, estupefacientes o sustancias psicotrópicas, dentro de cualquier área del campamento, de este ser el caso se dará aviso al personal de turno o correspondiente. • Queda prohibido alterar el orden o cuásar molestias a los demás huéspedes.
<p>Registro</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Todo huésped, ya sea de manera individual o grupal deberán llenar una hoja de registro de manera individual, la misma que se la dará al momento de ingresar a recepción del campamento. • El horario de ingreso o check in al campamento es a las 15h00 horas en adelante, toda factura deberá ser solicitada al momento del check in, al momento de reservar la habitación se deberá declarar el número de personas que van a ocupar el <i>glamping</i>, en caso de excederse el número de personas deberá solicitar una habitación adicional, para evitar daños. • La hora de salida o check out del campamento a más tardar será a las 12h00 horas, caso contrario se le cobrará una noche adicional de estadía. • En caso que el huésped tenga que registrarse las 20h00 deberá avisar al administrador con 24 horas de anticipación.
<p>Acerca del huésped</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Se considera huésped a las personas que haya realizado el check in o haya firmado la hoja de registrado, con la finalidad de localizar al huésped en caso suceda algún inconveniente en el campamento. • Una vez cancelado la tarifa del campamento, no habrá devolución de dinero o reembolso bajo ninguna circunstancia. • El huésped deberá dejar las llaves del <i>glamping</i> en recepción, cada que este deje el establecimiento. • El campamento no está obligado a entregar descuentos o promociones, por lo tanto, el descuento que se le ofrezca al huésped lo deberá hacer el departamento de reservas.

	<ul style="list-style-type: none"> • El campamento no se hará responsable de por los inconvenientes que tenga con los proveedores de servicios externos que incomoden al huésped. • El huésped será responsable de todo daño causada a las cosas o personal durante su estadía.
Tarifas	<ul style="list-style-type: none"> • Al momento de realizar check out se deberán entregar las llaves del <i>glamping</i> a recepción caso contrario, se cargará el valor de \$10 dólares adicionales por pérdida o extravió. • Nuestras tarifas contemplan que un menor de 6 años pueda hospedarse con uno o dos adultos sin ningún costo por hospedaje. • A todas nuestras tarifas se le adicionara el correspondiente IVA (impuesto al valor agregado) actualmente es el 12%.
Utilización de servicios	<ul style="list-style-type: none"> • Los servicios (agua, luz, etc.) prestados por el campamento, se deberán utilizarse de manera moderada o con las normas de buena fe, sin la utilización desproporcionada de las mismas, ayúdanos a mantener nuestras tarifas bajas y accesibles como cuidar el medio ambiente. • Se pide a los huéspedes en caso de abandonar el <i>glamping</i>, cierren llaves de agua, cerrar ventanas y apagar las luces para evitar daños en la instalación.
Acerca de las habitaciones	<ul style="list-style-type: none"> • La limpieza de la habitación se lo realizara en la mañana. • Se sugiere que el huésped al momento de salir del <i>glamping</i>, coloque en la puerta la tarjeta de limpieza, para que el personal haga el respectivo aseo, en el horario de 8:00 a 13:00, caso contrario el huésped pide limpieza fuera del horario establecido habrá un cargo adicional. • Los huéspedes tienen acceso a una caja de seguridad, donde podrán colocar su pertenencias (dinero, joyas, etc.), en caso de no colocar ahí sus pertenencias el campamento no se hará cargo de los objetos perdidos del huésped. • Si la camarera reporta que sabanas, toallas, colchón o cualquier articulo o mobiliaria está manchado con sangre, tinte de cabello, vino, etc.; se le hará un cargo adicional al huésped.

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

4.4.5. Talento humano y remuneración

El campamento *glamping* se incluye el perfil de talento humano y remuneración para cada una de los cargos, de acuerdo a lo establecido, con el fin de implementar responsabilidades.

Tabla 41-4: Perfil de talento humano Gerente

Denominación	Gerente
Tipo	Directivo
Área o dependencia	Administrativo
Cargos a los que supervisa	Recepcionista, cocinero, ayudante de servicio
Misión del cargo	Planificar, dirigir, controlar, analizar y organizar con todo el personal de operación (recepción, cominero, ayudante de servicio).
Jornada	Completa
Formación académica	Título profesional de segundo o tercer nivel en cualquier especialidad
Conocimientos adicionales	Tener conocimiento en temas de turismo, ambientales, marketing y ventas, y tener conocimiento de la localidad.
Idiomas necesarios	Español, inglés medio
Nivel de experiencia	Mínimo dos años en cargos o funciones similares

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

Tabla 42-4: Perfil de talento humano Recepcionista

Denominación	Recepcionista
Tipo	Operacional
Área o dependencia	Recepción
Cargos con los que coordina	Gerente, cocinero, ayudante de servicio
Misión del cargo	Registrar de los huéspedes (check in) y salida (check out), atención al cliente, reservas y cancelaciones.
Jornada	Completa
Formación académica	Título profesional de segundo o tercer nivel en cualquier especialidad
Conocimientos adicionales	Tener conocimiento en hospedaje y atención al cliente

Idiomas necesarios	Español, inglés medio
Nivel de experiencia	Mínimo dos años en cargos o funciones similares

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

Tabla 43-4: Perfil de talento humano Cocinero

Denominación	Chef
Tipo	Operacional
Área o dependencia	Cocina
Cargos con los que coordina	Gerente, recepción
Misión del cargo	Cocinar, preparar y decorar platillos, y supervisar el adecuado funcionamiento de la cocina.
Jornada	Completa
Formación académica	Título profesional de segundo o tercer nivel gastronomía
Conocimientos adicionales	Atención al cliente, desarrollar menús, medidas de higiene y seguridad en cocina.
Idiomas necesarios	Español, inglés medio
Nivel de experiencia	Mínimo dos años en cargos o funciones similares

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

Tabla 44-4: Perfil de talento humano Ayudante de mantenimiento

Denominación	Ayudante de mantenimiento
Tipo	Operacional
Área o dependencia	Todo el <i>glamping</i>
Cargos con los que coordina	Gerente, recepción, cocina
Misión del cargo	Reparar y mantener en buenas condiciones el campamento.
Jornada	Completa
Formación académica	Título profesional de segundo o tercer nivel en cualquier especialidad a fines

Conocimientos adicionales	Atención al cliente, desarrollar menús, medidas de higiene y seguridad en cocina.
Idiomas necesarios	Español, inglés medio
Nivel de experiencia	Mínimo dos años en cargos o funciones similares

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

Tabla 45-4: Remuneración Gerente general

Cargo	Cantidad	Salario mensual	Salario anual
Gerente general	1	\$ 637,83	\$ 7.654,00
Total			\$ 7.654,00

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

Tabla 46-4: Remuneración Recepcionista

Cargo	Cantidad	Salario mensual	Salario anual
Recepcionista	1	\$ 554,53	\$ 6.654,37
Total			\$ 6.654,37

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

Tabla 47-4: Remuneración Chef

Cargo	Cantidad	Salario mensual	Salario anual
Chef	1	\$ 553,00	\$ 6.636,01
Total			\$ 6.636,01

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

Tabla 48-4: Remuneración Técnico de mantenimiento

Cargo	Cantidad	Salario mensual	Salario anual
Técnico de mantenimiento	1	\$ 554,53	\$ 6.654,37
Total			\$ 6.654,37

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

4.5. Evaluar económica y financieramente al proyecto

El área en el que se realizara la construcción tiene un total m², cuyo costo se determinara de acuerdo con la elaboración del estudio económico, donde los resultados nos muestran que es de, la misma que irá incrementando de acuerdo al crecimiento de los turistas. A continuación, se especificará los costos de los recursos necesarios para el apropiado funcionamiento y operatividad del campamento *glamping*.

4.5.1. Presupuesto del *glamping*

El precio de la construcción se realizará en base al costo promedio donde tenemos un total para la implementación del *glamping*, donde se incluyen todos los costos de los materiales de construcción, mano de obra, detalles, decoración y acabado.

Tabla 49-4: Presupuesto del *glamping*

DESCRIPCIÓN	TOTAL	DESCRIPCIÓN
Materiales de construcción más mano de obra de cada domo	\$ 11.844,00	Los materiales que se requieren para la construcción de cada domo son los siguientes: el piso será de tablero formaleta fenólico, estructura de pino micronizado, cielo raso y zócalo será de lámina de pino melamínico RH con acabado, finalmente la cubierta será de corcho proyectado (Impermeable, aislante termoacústico e ignifugo) con ventanas de vidrio laminado. En el cual la mano de obra está incluida.
Detalles, decoración y acabado por domo	\$ 650,00	Los detalles, decoración y acabado serán de plantas, bordados entre otros elementos que ayuden a la ambientación andina que tendrá como temática en la habitación.
Costo total	\$ 49.976,00	El costo de la inversión requerida para los 4 domos.

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

4.5.2. Departamento de recepción

En la siguiente **Tabla 50-4** se realizará un breve inventario e inversión de los equipos y muebles para el departamento de recepción donde se brindará un adecuado servicio de calidad, y que el personal tenga comodidad al momento de brindar este servicio.

Tabla 50-4: Inventario e inversión de recepción

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Equipos de oficina			
Computadora	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Teléfono	1	\$ 110,00	\$ 110,00
Calculadora	1	\$ 15,00	\$ 15,00
Caja registradora	1	\$ 75,00	\$ 75,00
Subtotal			\$ 700,00
Muebles de oficina			
Mostrador	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Silla giratoria	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Sala de espera	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Subtotal			\$ 350,00
Total			\$ 1.050,00

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

4.5.2.1. Requerimiento publicitario

Tabla 51-4: Publicidad

MEDIOS PUBLICITARIOS	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO ANUAL
Página web	1	\$ 20,00	\$ 240,00
Publicidad en redes	1	\$ 40,00	\$ 480,00
Total			\$ 720,00

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

4.5.2.2. Requerimiento de útiles de aseo

En la siguiente **Tabla 52-4** se detallará los requerimientos que se va a necesitar para el personal que estará a cargo de realizar la limpieza en las áreas y los departamentos.

Tabla 52-4: Útiles de aseo

MEDIOS PUBLICITARIOS	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Guante de caucho	2	\$ 2,80	\$ 5,60
Botella con atomizador	2	\$ 2,13	\$ 4,26
Escoba	2	\$ 2,24	\$ 4,48
Trapeador	2	\$ 3,36	\$ 6,72
Recogedor de basura	2	\$ 1,68	\$ 3,36
Fundas de basura	20	\$ 1,12	\$ 22,40
Desinfectantes	1	\$ 16,80	\$ 16,80
Detergente	1	\$ 16,80	\$ 16,80
Jabón líquido de platos	1	\$ 16,80	\$ 16,80
Limpiones	6	\$ 1,68	\$ 10,08
Estropajo	6	\$ 1,68	\$ 10,08
Total			\$ 117,38

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

4.5.3. Departamento operacional

4.5.3.1. Equipamiento Restaurante

A continuación, dentro de la **Tabla 53-4** se presenta el detalle del equipamiento que se necesitará para la implementación del servicio de alimentación, esto ayudará a prestar un servicio de calidad para los huéspedes al momento de su estadía en el campamento.

Tabla 53-4: Equipamiento para el restaurante

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Equipos			
Cocina industrial quemadores	4	\$ 470,40	\$ 470,40
Campana extractor de olores	1	\$ 280,00	\$ 280,00
Refrigeradora	1	\$ 1.960,00	\$ 1.960,00
Congelador	1	\$ 750,40	\$ 750,40
Horno	1	\$ 840,00	\$ 840,00
Licuadaora	1	\$ 100,80	\$ 100,80
Tostador	1	\$ 56,00	\$ 56,00
Tanque de gas	1	\$ 56,00	\$ 56,00
Subtotal			\$ 4.513,60
Muebles y Enseres			
Mesa y sillas	4	\$ 207,20	\$ 828,80
Butaca	1	\$ 280,00	\$ 280,00
Taburete	3	\$ 89,60	\$ 268,80
Muebles de cocina (perchero y closet)	3	\$ 168,00	\$ 504,00
Letrero informativo para restaurante	8	\$ 31,36	\$ 250,88
Subtotal			\$ 2.132,48
Menaje – Utensilios			
Juego de cuchillos	1	\$ 33,60	\$ 33,60
Juego de tabla de picar (5 unidades)	1	\$ 20,16	\$ 20,16
Juego de coladores	1	\$ 15,68	\$ 15,68
Rallador	1	\$ 6,72	\$ 6,72
Platillero	1	\$ 22,40	\$ 22,40
Charol de plástico	4	\$ 11,20	\$ 44,80

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Charol de acero inoxidable	4	\$ 44,80	\$ 179,20
Juego de lavacaras	1	\$ 22,40	\$ 22,40
Juego de sartenes antiadherente	1	\$ 56,00	\$ 56,00
Azucareros (vidrio)	8	\$ 3,36	\$ 26,88
Saleros (vidrio)	8	\$ 3,36	\$ 26,88
Juego de ollas de acero inoxidable	1	\$ 168,00	\$ 168,00
Juego de cucharones	2	\$ 16,80	\$ 33,60
Jarras para café (porcelana)	8	\$ 11,20	\$ 89,60
Jarras para leche (porcelana)	8	\$ 11,20	\$ 89,60
Jarras para jugo (vidrio)	8	\$ 11,20	\$ 89,60
Plato sopero (porcelana)	30	\$ 2,24	\$ 67,20
Plato soporte (porcelana)	30	\$ 2,24	\$ 67,20
Plato tendido (porcelana)	30	\$ 2,24	\$ 67,20
Cucharas	30	\$ 1,12	\$ 33,60
Cucharas para café	30	\$ 1,12	\$ 33,60
Juego de cubiertos (tenedor y cuchillo)	30	\$ 2,24	\$ 67,20
Juego de tazas (6 unidades porcelana)	5	\$ 13,44	\$ 67,20
Vasos de vidrio	20	\$ 1,12	\$ 22,40
Servilleteros	8	\$ 3,36	\$ 26,88
Mantelería para mesas	8	\$ 11,20	\$ 89,60
Mantelería para manos	30	\$ 2,24	\$ 67,20
Uniforme: delantal, malla y gorro	3	\$ 168,00	\$ 504,00
Subtotal			\$ 2.038,40

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Insumos			
Esfero	1	\$ 4,48	\$ 4,48
Lápiz	1	\$ 3,36	\$ 3,36
Corrector	1	\$ 4,48	\$ 4,48
Borrador	1	\$ 2,91	\$ 2,91
Resma de papel	2	\$ 4,20	\$ 8,40
Libreta	4	\$ 1,12	\$ 4,48
Grapadora	1	\$ 1,68	\$ 1,68
Perforadora	1	\$ 2,80	\$ 2,80
Libro de registro	1	\$ 22,40	\$ 22,40
Subtotal			\$ 54,99
Materia prima para el restaurante			
Café (caja 24 unidades)	12	\$ 2,69	\$ 32,28
Te de hierbas (caja 24 unidades)	12	\$ 2,02	\$ 24,24
Sal (quintal)	2	\$ 28,00	\$ 56,00
Azúcar (quintal)	2	\$ 31,36	\$ 62,72
Arroz (quintal)	12	\$ 50,40	\$ 604,80
Aceite (caja 12 unidades)	6	\$ 26,88	\$ 161,28
Pan (caja 100 unidades)	1	\$ 16,80	\$ 16,80
Mantequilla (caja 6 unidades)	6	\$ 11,76	\$ 70,56
Jamón	24	\$ 7,28	\$ 174,72
Queso	24	\$ 4,00	\$ 96,00
Leche	100	\$ 0,90	\$ 90,00
Huevos (cubetas)	50	\$ 4,00	\$ 200,00
Subtotal			\$ 1.589,40
Total			\$ 10.415,31

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

4.5.3.2. Equipamiento para el área de hospedaje

En la **Tabla 54-4** se detalla el equipamiento necesario para la implementación del servicio de hospedaje en el campamento *glamping*.

Tabla 54-4: Equipamiento de habitaciones

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Muebles			
Cama de 2 plazas madera	4	\$ 350,00	\$ 1.400,00
Cama litera plaza ½	2	\$ 240,00	\$ 480,00
Velador de madera	8	\$ 40,00	\$ 320,00
Closet mediano de madera	6	\$ 100,00	\$ 600,00
Subtotal			\$ 2.800,00
Accesorios			
Colchón ortopédico de 2 plazas	4	\$ 175,00	\$ 700,00
Colchón ortopédico de plaza 1/2	4	\$ 100,00	\$ 400,00
Juego de sábanas de algodón blanco	12	\$ 75,00	\$ 900,00
Almohada de plumón	12	\$ 5,00	\$ 60,00
Cobijas térmicas	12	\$ 16,00	\$ 192,00
Juego de toallas blancas	12	\$ 15,00	\$ 180,00
Jabón ecológico (1000 unidades)	1	\$ 40,00	\$ 40,00
Shampoo ecológico (1000 unidades)	1	\$ 40,00	\$ 40,00
Basurero	10	\$ 5,00	\$ 50,00
Subtotal			\$ 2.562,00
Decoración			
Cortinas	6	\$ 10,00	\$ 60,00
Lámpara eléctrica	4	\$ 15,00	\$ 60,00
Extintor	4	\$ 50,00	\$ 200,00
Subtotal			\$ 320,00
Total equipos de habitación			\$ 5.682,00

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

4.5.4. Departamento administrativo

A continuación, para el departamento administrativo se necesitará los siguientes suministros como equipos de computación, que serán utilizados específicamente en el campamento esto se verá en la siguiente **Tabla 55-4**.

Tabla 55-4: Equipamiento para el área administrativa

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Equipos de oficina			
Computadora	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Impresora	1	\$ 350,00	\$ 350,00
Teléfono	1	\$ 110,00	\$ 110,00
Calculadora	1	\$ 15,00	\$ 15,00
Subtotal			\$ 975,00
Muebles de oficina			
Escritorio	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Silla giratoria	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Muebles	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Subtotal			\$ 400,00
Útiles de oficina			
Resma de papel	1	\$ 3,75	\$ 3,75
Perforadora	1	\$ 2,50	\$ 2,50
Grapadora	1	\$ 2,50	\$ 2,50
Grapas	1	\$ 1,50	\$ 1,50
Archivador	1	\$ 2,50	\$ 2,50
Esferos	3	\$ 1,00	\$ 3,00
Tinta de impresora	4	\$ 10,00	\$ 40,00
Subtotal			\$ 55,75
Total			\$ 1.430,75

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

4.5.5. Rol de pagos

En la siguiente **Tabla 56-4** se enlistan necesario para el campamento con su respectivo salario.

Tabla 56-4: Equipamiento para el área administrativa

CARGO	CANTIDAD	SALDO MENSUAL	SALDO ANUAL
Gerente	1	\$ 637,83	\$ 7.654,00
Contador	1	\$ 565,53	\$ 6.786,38
Seguridad	1	\$ 552,80	\$ 6.633,55
Recepcionista	1	\$ 553,00	\$ 6.636,01
Mesero	1	\$ 553,00	\$ 6.636,01
Chef	1	\$ 554,53	\$ 6.654,37
Masajista	1	\$ 566,04	\$ 6.792,45
Técnico en mantenimiento y servicio	1	\$ 554,53	\$ 6.654,37
Subtotal			\$ \$54.447,15

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

4.5.6. Requerimientos costos servicios básicos

Tabla 57-4: Servicios básicos

SERVICIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Agua	\$ 7,00	\$ 84,00
Energía eléctrica	\$ 35,00	\$ 420,00
Teléfono fijo e internet	\$ 45,00	\$ 540,00
Teléfono celular	\$ 15,00	\$ 180,00
Total		\$ 1.224,00

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

4.5.7. Estado financiero

4.5.7.1. Inversión del proyecto

Tomando en consideración la planificación del área comercial, productiva y administrativa; las inversiones del proyecto se presentan en la siguiente **Tabla 58-4**.

Tabla 58-4: Inversión del proyecto

DENOMINACIÓN	INVERSIÓN
Activos fijos	
Construcción y edificación	\$ 118.976,00
Maquinaria y equipos	\$ 1.040,00
Equipamiento de computo	\$ 2.700,00
Muebles y enseres	\$ 9.000,00
Capital de trabajo	
Costo de ventas	\$ 3.825,24
Gastos administrativos	\$ 2.086,41
Gastos ventas	\$ 1.301,67
Total	\$ 138.929,32

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

4.5.7.2. Fuentes de financiamiento

Tabla 59-4: Fuentes de financiamiento

DENOMINACIÓN	USOS	RECURSOS PROPIOS	PRÉSTAMO
Activos fijos			
Construcción y edificación	\$ 118.976,00	\$ 941,95	\$ 118.929,32
Maquinaria y equipos	\$ 1.040,00	\$ 1.040,00	
Equipamiento de computo	\$ 2.700,00	\$ 2.700,00	
Muebles y enseres	\$ 9.000,00	\$ 9.000,00	
Capital de trabajo			
Mano de obra directa	\$ 2.377,17	\$ 2.377,17	
Sueldos y salarios	\$ 2.639,21	\$ 2.639,21	
Costos indirectos	\$ 1.301,67	\$ 1.301,67	
Total	\$ 138.929,32	\$ 20.000,00	\$ 118.929,32

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

4.5.7.3. Depreciación

Los activos fijos por ley se deprecian, es decir que, que sufren un deterioro normal durante su vida útil, es por ello que, en la siguiente **Tabla 60-4** muestra cual será el valor de salvamento que tendrá cada activo fijo al tiempo de vida que tenga el proyecto.

Tabla 60-4: Depreciación de activos fijos

DENOMINACIÓN	VALOR BIEN	DEPRECIACIÓN	AÑO 2022	AÑO 2023	AÑO 2024	AÑO 2025	AÑO 2026
Activos fijos							
Construcción y edificación	\$ 118.976,00	20	\$ 4.948,80	\$ 4.948,80	\$ 4.948,80	\$ 4.948,80	\$ 4.948,80
Maquinaria y equipos	\$ 1.040,00	10	\$ 391,00	\$ 391,00	\$ 391,00	\$ 391,00	\$ 391,00
Equipamiento de computo	\$ 2.700,00	3	\$ 54,50	\$ 54,50	\$ 54,50	\$ 54,50	\$ 54,50
Muebles y enseres	\$ 9.000,00	10	\$ 166,67	\$ 166,67	\$ 166,67	\$ 166,67	\$ 166,67
Total	\$ 131.716,00		\$ 5.560,97				

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

4.5.7.4. Amortización

El 70% de la inversión inicial se la financiará a través de un préstamo bancario en la Corporación financiera Nacional a 5 años, con una tasa activa 9,45% donde la cuota anual será \$ 100.434,04. En la siguiente **Tabla 61-4** se mostrarán los datos del crédito y la proyección anual.

Crédito: \$ 118.929,32 Tasa: 9.45%
 Tiempo: 5 años Anual: 2,363%

Tabla 61-4: Amortización del financiamiento

Periodo	Capital al inicio	Cuota	Interés	Abono a capital	Saldo a capital
1	\$ 118.929,32	\$ 7.530,24	\$ 2.809,71	\$ 4.720,53	\$ 114.208,78
2	\$ 114.208,78	\$ 7.530,24	\$ 2.698,18	\$ 4.832,06	\$ 109.376,73
3	\$ 109.376,73	\$ 7.530,24	\$ 2.584,03	\$ 4.946,21	\$ 104.430,52
4	\$ 104.430,52	\$ 7.530,24	\$ 2.467,17	\$ 5.063,07	\$ 99.367,45
5	\$ 99.367,45	\$ 7.530,24	\$ 2.347,56	\$ 5.182,68	\$ 94.184,77
6	\$ 94.184,77	\$ 7.530,24	\$ 2.225,12	\$ 5.305,12	\$ 88.879,64
7	\$ 88.879,64	\$ 7.530,24	\$ 2.099,78	\$ 5.430,46	\$ 83.449,19
8	\$ 83.449,19	\$ 7.530,24	\$ 1.971,49	\$ 5.558,75	\$ 77.890,44
9	\$ 77.890,44	\$ 7.530,24	\$ 1.840,16	\$ 5.690,08	\$ 72.200,36
10	\$ 72.200,36	\$ 7.530,24	\$ 1.705,73	\$ 5.824,50	\$ 66.375,86
11	\$ 66.375,86	\$ 7.530,24	\$ 1.568,13	\$ 5.962,11	\$ 60.413,75
12	\$ 60.413,75	\$ 7.530,24	\$ 1.427,27	\$ 6.102,96	\$ 54.310,79
13	\$ 54.310,79	\$ 7.530,24	\$ 1.283,09	\$ 6.247,15	\$ 48.063,64
14	\$ 48.063,64	\$ 7.530,24	\$ 1.135,50	\$ 6.394,73	\$ 41.668,91
15	\$ 41.668,91	\$ 7.530,24	\$ 984,43	\$ 6.545,81	\$ 35.123,10
16	\$ 35.123,10	\$ 7.530,24	\$ 829,78	\$ 6.700,45	\$ 28.422,64
17	\$ 28.422,64	\$ 7.530,24	\$ 671,48	\$ 6.858,75	\$ 21.563,89
18	\$ 21.563,89	\$ 7.530,24	\$ 509,45	\$ 7.020,79	\$ 14.543,10
19	\$ 14.543,10	\$ 7.530,24	\$ 343,58	\$ 7.186,66	\$ 7.356,44
20	\$ 7.356,44	\$ 7.530,24	\$ 173,80	\$ 7.356,44	\$ -0,00
Total		\$127.183,48	\$ 26.749,44	\$ 100.434,04	

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

4.5.7.5. Costos de servicio o producción

Tabla 62-4: Costo de servicio o producción

No	DESCRIPCIÓN	AÑO 2022	AÑO 2023	AÑO 2024	AÑO 2025	AÑO 2026
1	Hospedaje	\$ 31.200,00	\$ 31.263,02	\$ 31.326,18	\$ 31.389,45	\$ 31.452,86
2	Servicio de spa	\$109.200,00	\$ 109.420,58	\$109.641,61	\$109.863,09	\$110.085,01
3	Actos culturales	\$ 72.800,00	\$ 72.947,06	\$ 73.094,41	\$ 73.242,06	\$ 73.390,01
4	Restaurante	\$ 18.200,00	\$ 18.236,76	\$ 18.273,60	\$ 18.310,51	\$ 18.347,50
Total		\$ 231.400,00	\$ 231.400,00	\$231.867,43	\$232.335,80	\$232.805,12

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

4.5.7.6. Resumen de costos de ventas

Tabla 63-4: Resumen de costos de ventas

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MATERIA PRIMA DIRECTA					
Materia prima para restaurante	\$ 19.072,80	\$ 19.111,33	\$ 19.149,93	\$ 19.188,61	\$ 19.227,38
TOTAL MATERIA PRIMA DIRECTA	\$ 19.072,80	\$ 19.111,33	\$ 19.149,93	\$ 19.188,61	\$ 19.227,38
MANO DE OBRA DIRECTA					
Sueldos y beneficios sociales a chef	\$ 6.654,37	\$ 7.501,83	\$ 7.941,64	\$ 8.405,86	\$ 8.895,91
Sueldos y beneficios sociales a masajistas	\$ 6.792,45	\$ 7.658,13	\$ 8.107,14	\$ 8.581,09	\$ 9.081,45
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 13.446,82	\$ 15.159,96	\$ 16.048,78	\$ 16.986,95	\$ 17.977,36
COSTOS INDIRECTOS					
Mano de obra indirecta - Sueldos y beneficios sociales	\$ 6.654,37	\$ 7.501,83	\$ 7.941,64	\$ 8.405,86	\$ 8.895,91
Otros insumos utilizados en cocina	\$ 659,88	\$ 661,21	\$ 662,55	\$ 663,89	\$ 665,23
Artículos utilizados en <i>glamping</i>	\$ 2.622,00	\$ 2.627,30	\$ 2.632,60	\$ 2.637,92	\$ 2.643,25
Utensilios de cocina	\$ 2.038,40	\$ 2.042,52	\$ 2.046,64	\$ 2.050,78	\$ 2.054,92
Artículos de aseo	\$ 1.408,56	\$ 1.411,41	\$ 1.414,26	\$ 1.417,11	\$ 1.419,98
Depreciación de activos fijos	\$ 5.560,97	\$ 5.560,97	\$ 5.560,97	\$ 5.562,32	\$ 5.562,32

TOTAL COSTOS INDIRECTOS	\$ 18.944,18	\$ 19.805,23	\$ 20.258,66	\$ 20.737,87	\$ 21.241,60
TOTAL COSTOS DE VENTA	\$ 51.463,80	\$ 54.076,52	\$ 55.457,38	\$ 56.913,44	\$ 58.446,33

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

4.5.7.7. Estado de resultados

A continuación, en la **Tabla 64-4** se detalla el estado de resultados de los movimientos económicos y financiero del proyecto.

Tabla 64-4: Estado de resultados

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	\$ 231.400,00	\$ 231.867,43	\$ 232.335,80	\$ 232.805,12	\$ 233.275,38
(-) Costo de ventas	\$ 51.463,80	\$ 54.076,52	\$ 55.457,38	\$ 56.913,44	\$ 58.446,33
(=) Utilidad bruta en ventas	\$ 179.936,20	\$ 177.790,91	\$ 176.878,42	\$ 175.891,68	\$ 174.829,05
(-) Gastos operacionales					
Gastos administrativos	\$ 26.067,93	\$ 27.888,19	\$ 29.287,85	\$ 30.768,73	\$ 32.328,08
Gasto remuneraciones y beneficios sociales	\$ 21.073,93	\$ 23.762,96	\$ 25.156,37	\$ 26.627,33	\$ 28.180,41
Gastos útiles de oficina	\$ 1.320,00	\$ 1.322,67	\$ 1.325,34	\$ 1.328,02	\$ 1.330,70
Gasto servicios generales	\$ 1.500,00	\$ 1.503,03	\$ 1.506,07	\$ 1.509,11	\$ 1.512,16
Gasto constitución y permisos de funcionamiento	\$ 1.143,00	\$ 268,54	\$ 269,08	\$ 269,63	\$ 270,17
Gasto depreciación de activos fijos	\$ 1.031,00	\$ 1.031,00	\$ 1.031,00	\$ 1.034,65	\$ 1.034,65

Gastos de venta	\$ 15.960,86	\$ 17.653,81	\$ 18.533,88	\$ 19.464,91	\$ 20.445,17
Gasto remuneraciones y beneficios sociales	\$ 13.272,02	\$ 14.962,09	\$ 15.839,27	\$ 16.765,11	\$ 17.742,47
Gastos útiles de oficina	\$ 1.428,00	\$ 1.430,88	\$ 1.433,77	\$ 1.436,67	\$ 1.439,57
Gasto depreciación de activos fijos	\$ 1.260,83	\$ 1.260,83	\$ 1.260,83	\$ 1.263,13	\$ 1.263,13
(=) Gastos operacionales	\$ 42.028,79	\$ 45.542,00	\$ 47.821,73	\$ 50.233,64	\$ 52.773,25
(=) Utilidad operacional	\$ 137.907,41	\$ 132.248,91	\$ 129.056,69	\$ 125.658,04	\$ 122.055,80
(-) Gastos financieros					
Gasto interés	\$ 10.559,08	\$ 8.643,94	\$ 6.541,30	\$ 4.232,81	\$ 1.698,31
(=) Gasto financiero	\$ 10.559,08	\$ 8.643,94	\$ 6.541,30	\$ 4.232,81	\$ 1.698,31
(=) Utilidad antes de Participación laboral e IR	\$ 127.348,33	\$ 123.604,97	\$ 122.515,39	\$ 121.425,24	\$ 120.357,49
(-) 15% Participación laboral	\$ 19.102,25	\$ 18.540,75	\$ 18.377,31	\$ 18.213,79	\$ 18.053,62
(=) Utilidad antes de Impuesto a la Renta	\$ 108.246,08	\$ 105.064,22	\$ 104.138,08	\$ 103.211,45	\$ 102.303,87
(-) 25% Impuesto a la renta	\$ 27.061,52	\$ 26.266,06	\$ 26.034,52	\$ 25.802,86	\$ 25.575,97
(=) Utilidad del ejercicio	\$ 81.184,56	\$ 78.798,17	\$ 78.103,56	\$ 77.408,59	\$ 76.727,90

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

4.5.7.8. Flujo de caja

Tabla 65-4: Flujo de caja

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESO OPERATIVOS						
Ventas		\$ 231.400,00	\$ 231.867,43	\$ 232.335,80	\$ 232.805,12	\$ 233.275,38
TOTAL INGRESOS OPERACIONALES	\$ -	\$ 231.400,00	\$ 231.867,43	\$ 232.335,80	\$ 232.805,12	\$ 233.275,38
EGRESOS OPERACIONALES						
Inversión inicial	\$ 138.929,32				\$ 2.721,88	
Costos de ventas (Sin depreciación)		\$ 45.902,84	\$ 48.515,55	\$ 49.896,41	\$ 51.351,12	\$ 52.884,02
Gastos administrativos (Sin depreciación)		\$ 25.036,93	\$ 26.857,19	\$ 28.256,85	\$ 29.734,08	\$ 31.293,43
Gastos de venta (Sin depreciación)		\$ 14.700,02	\$ 16.392,97	\$ 17.273,04	\$ 18.201,78	\$ 19.182,04
Participación laboral		\$ 19.102,25	\$ 18.540,75	\$ 18.377,31	\$ 18.213,79	\$ 18.053,62
Impuesto a la renta		\$ 27.061,52	\$ 26.266,06	\$ 26.034,52	\$ 25.802,86	\$ 25.575,97
TOTAL EGRESOS OPERATIVOS	\$ 138.929,32	\$ 131.803,56	\$ 136.572,52	\$ 139.838,14	\$ 146.025,51	\$ 146.989,08
(=) FLUJO OPERATIVO	\$ -138.929,32	\$ 99.596,44	\$ 95.294,91	\$ 92.497,66	\$ 86.779,61	\$ 86.286,30

INGRESOS OPERATIVOS	NO						
Crédito bancario		\$ 118.929,32	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL INGRESOS OPERATIVOS	NO	\$ 118.929,32	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
EGRESOS OPERATIVOS	NO						
Pago del capital del préstamo			\$ 19.561,87	\$ 21.477,01	\$ 23.579,65	\$ 25.888,14	\$ 28.422,64
Pagó del interés del préstamo			\$ 10.559,08	\$ 8.643,94	\$ 6.541,30	\$ 4.232,81	\$ 1.698,31
TOTAL EGRESOS OPERATIVOS	NO	\$ -	\$30.120,95	\$30.120,95	\$ 30.120,95	\$ 30.120,95	\$ 30.120,95
FLUJO NETO OPERATIVO	NO	\$ 118.929,32	\$-30.120,95	\$-30.120,95	\$ -30.120,95	\$ -30.120,95	\$ -30.120,95
FLUJO NETO.		\$ -20.000,00	\$ 69.475,49	\$ 65.173,96	\$ 62.376,71	\$ 56.658,66	\$ 56.165,35
Saldo inicial del efectivo y equivalentes del efectivo			\$ 7.213,32	\$ 76.688,81	\$ 141.862,76	\$ 204.239,47	\$ 260.898,13
FLUJO ACUMULADO			\$76.688,81	\$141.862,76	\$ 204.239,47	\$ 260.898,13	\$ 317.063,48

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

4.5.7.9. Evaluación financiera

La siguiente **Tabla 66-4** es el resultado del flujo de caja actualizado del estudio económico, mismo que permite conocer la rentabilidad que tendrá el proyecto de campamento *glamping*. Es así que se determinó, que el proyecto es viable debido a que genero un VAN de \$237.584,15; con un TIR del 62,54%; lo que quiere decir que por cada dólar invertido con un periodo recuperado en 2 años.

Tabla 66-4: Evaluación financiera

PRC	2 años
TMAR	5,91%
TIR	62,54%
VAN	\$237.584,15

Realizado por: Morocho Gabriela, 2022

CONCLUSIONES

- El presente proyecto de investigación a través del estudio de factibilidad hemos podido determinar que la implementación de este nuevo negocio es viable, por lo que se considera que es necesario en la comunidad Laguacoto Bajo. Ya que, en el estudio de mercado, y mediante la técnica de la investigación (encuesta) se obtuvo un resultado favorable de aceptación para la creación del campamento (*glamping*) con un 95 %.
- Los potenciales clientes del campamento *glamping* generalmente viajan entre 2 a 4 personas, pernoctando una noche, gastan en promedio \$ 35 dólares por persona en alojamiento, los pagos lo realizan en efectivo, la información la obtienen mediante las redes sociales y su motivación de viaje es recreación y turismo.
- El proyecto es viable ambientalmente, puesto que, luego de aplicar la matriz causa-efecto propuesta por Leopold, reflejó un resultado de +98, lo que determinó que dichas actividades tienen un impacto ambiental positivo, lo que significa que no causa impacto ambiental dentro del territorio.
- Para establecer la viabilidad legal administrativa, se definió el tipo de campamento, el cual se va a construir una compañía familiar, con el nombre Yurak Sara – *Glamping*, también se elaboró un organigrama en los diferentes niveles jerárquicos y funciones que desempeñara cada uno del personal.
- Desde el punto de vista financiero, podemos decir que el proyecto es viable pues se obtuvo un porcentaje de 62,54% de retorno de la inversión, con un VAN de \$237.584,15 y un período de recuperación del capital de dos años.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda desarrollar y ejecutar proyectos acordes a las necesidades que requiere la población.
- Realizar rastreos de incremento de turistas que visitan la comunidad para que de esta manera se vaya mejorando la oferta turística y aumentando infraestructura si este fuese el caso, también se debe ir actualizando los precios de la venta de los paquetes turísticos de acuerdo con las condiciones del mercado.
- Aplicar las medidas de protección, mitigación y control para contrarrestar los impactos y encaminar a la conservación de escenarios turísticos del lugar.
- Capacitar el talento humano que tendrá la responsabilidad de administrar y operar el proyecto.
- Una vez que el proyecto se lleve a ejecución se recomienda cumplir con los objetivos comerciales, técnico productivo, administrativos, legales, ambientales y económico financiero, en base a la demanda turística.

GLOSARIO

Geo portal de visitas internas turísticas: cuantifica la demanda interna de turismo, calculando en números de personas por origen y destino. La industria turística, emprendedores, municipios, GAD's y público en general podrán acceder a esta herramienta para tomar decisiones efectivas para el turismo nacional (Ministerio de Turismo, 2018, párr. 1).

La Federación Nacional de Cámaras Provinciales de Turismo del Ecuador: es una entidad creada para agrupar a las Cámaras de Provinciales de Turismo y Gremios Nacionales, conformada de acuerdo a las ley de Cámaras de Provinciales de Turismo publicada en el Registro Oficial No 689 del 5 de mayo de 1995, que a su vez agrupan en su seno a los empresarios de todos los establecimientos turísticos que ofrecen servicio de alojamiento, alimentación, bebidas, diversión y entretenimiento, servicios turísticos y afines (EGEDA y FENACAPTUR, 2015, p. 1).

La Asociación de Compañías de Transporte Aéreo: es el organismo que se constituye como instrumento para la cooperación entre aerolíneas, promoviendo la seguridad, fiabilidad, confianza y economía en el transporte aéreo en beneficio económicos de sus accionistas privados (Importaciones Ecuador, 2022, párr. 1).

Ministerio del Ambiente, Aguay Transición Ecológica: es el organismo del Estado Ecuatoriano encargado de diseñar las políticas ambientales y coordinar las estrategias, los proyectos y programas para el cuidado de los ecosistemas y el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales (Global Biodiversity Information Facility, 2021, párr. 1).

BIBLIOGRAFÍA

BATISTTEZA, C. Caso de estudio: Refugio Natural *Glamping*, ciudad de Lobos (Tesis de grado) (Licenciatura) [en línea]. Universidad Nacional de la Plata, Facultad de Ciencias Económicas. 2021. p. 13. [Consulta: 19 julio 2021]. Disponible en: http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/119736/Documento_completo.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

BENAVIDES, D.; et al. Global *glamping* (Tesis) (Licenciatura). [en línea] Universidad Santo Tomás, Facultad de Administración de Empresas, Pregrado Administración de Empresas. Bogotá-Colombia. 2018. pp. 12-13. [Consulta: 19 abril 2021]. Disponible en: <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/12950/2018diegobenavides.pdf?seq>.

BOULLÓN, R. *Planificación del Espacio Turístico* [en línea]. México D.F.-México: Trillas, 2006. pp. 33-35. [Consulta: 09 junio 2022]. ISBN: 968-24-7562-7. Disponible en: <http://prepacihuahlan.sems.udg.mx/sites/default/files/planificaciondelespacioturistico robertoc. bo ullon.pdf>.

CANAVOS, G. *Probabilidad y Estadística. Aplicaciones y métodos* [en línea]. México D.F.-México: McGraw Hill, 2008. p. 388. [Consulta: 13 julio 2021]. ISBN: 968-451-856-0. Disponible en: <https://gsosa61.files.wordpress.com/2008/03/10-canavos-g-probabilidad-y-estadistica-aplicaciones-y-metodos.pdf>.

CARDOSO, C. “Turismo Sostenible: una revisión conceptual aplicada”. *El Periplo Sustentable* [en línea], 2006, (México) 1(11), pp. 5-21. [Consulta: 13 abril 2021]. ISSN: 1870-9036. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/1934/193420679001.pdf>.

DE LA LUZ, Y. *Glamping: una nueva forma de hacer turismo de naturaleza* [en línea]. Entorno Turístico, 2016. [Consulta: 15 mayo 2021]. Disponible en: <https://www.entornoturistico.com/glamping-una-nueva-forma-de-hacer-turismo-de-naturaleza/>.

DELLAVEDOVA, M. *Guía metodológica para la elaboración de una evaluación de impacto ambiental contenido. Teorías territoriales y Planificación territorial I y II* [blog]. La Plata-Argentina, Universidad de la Plata, 2016. pp. 12-25. [Consulta: 29 julio 2021]. Disponible en:

<https://blogs.ead.unlp.edu.ar/planeamientofau/files/2013/05/Ficha-No-17-Guía-metodológica-para-la-elaboración-de-una-EIA.pdf>.

EGEDA; & FENACAPTUR. *Convenio entre la Sociedad de Gestión Colectiva de Derechos de los Productores audiovisuales del Ecuador EGEDA y la Federación Nacional de cámaras provinciales de turismo del Ecuador FENACAPTUR* [en línea]. Quito-Ecuador: EGEDA y FENACAPTUR, 2015. p. 1. [Consulta: 03 enero 2022]. Disponible en: <https://www.captur.travel/images/PDF/convenioEGEDA-alimentosBebidas.pdf>.

ENCALADA, E. *El 'glamping', un estilo de moda en el alojamiento* [en línea]. Quito-Ecuador: El Comercio, 2019. [Consulta: 19 abril 2021]. Disponible en: <https://www.elcomercio.com/tendencias/glamping-estilo-moda-alojamiento-viajeros.html>.

GLAMPINGHUB. *Qué es Glamping: Turismo sostenible, naturaleza y hoteles diferentes* [en línea]. GlampingHub, 2021. [Consulta: 16 mayo 2021]. Disponible en: <https://glampinghub.com/es/que-es-glamping/>.

GLOBAL BIODIVERSITY INFORMATION FACILITY. *Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica – Ecuador* [en línea]. GBIF, 2021. [Consulta: 09 febrero 2022]. Disponible en: <https://www.gbif.org/es/publisher/c54097e6-0972-4acb-b849-aeaba29c917d>.

GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DEL CANTÓN GUARANDA. *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2020-2025* [en línea]. Guaranda-Ecuador: Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Guaranda, 2020. p. 65. [Consulta: 19 abril 2021]. Disponible en: <http://www.guaranda.gob.ec/newsiteCMT/download/PDOT-Canton-Guaranda-preliminar.pdf>.

GÓMEZ, A. *Estudio Técnico* [en línea]. México D.F.-México: Universidad Autónoma Nacional de México, 2000. p. 53. [Consulta: 21 junio 2021]. Disponible en: <http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap2a.pdf>.

HOSTELTUR. *La OMT propone el ecoturismo como vía de enriquecimiento de países con escaso desarrollo industrial* [en línea]. Hosteltur, 2002. [Consulta: 19 abril 2021]. Disponible en: https://www.hosteltur.com/07044_omt-propone-ecoturismo-como-via-enriquecimiento-paises-escaso-desarrollo-industrial.html.

IMPORTACIONES ECUADOR. *Definición de IATA* [en línea]. Quito-Ecuador: Importaciones Ecuador, 2022. [Consulta: 25 febrero 2022]. Disponible en: <https://www.importacionesecuador.com.ec/diccionario/iata/>.

JÁCOME, J. “El *glamping*, como tendencia del turismo en Ecuador en tiempos de COVID-19”. *Revista Científica de FAREM-Estelí* [en línea], 2021, (Ecuador) 10(40), pp. 22-42. [Consulta: 13 abril 2021]. ISSN: 2305-5790. Disponible en: <https://www.camjol.info/index.php/FAREM/article/view/13041/15141>.

LÓPEZ, M.; et al. *Estudio administrativo.... un apoyo en la estructura organizacional del proyecto de inversión* [en línea]. ITSON, 2008. p. 1. [Consulta: 23 junio 2021]. Disponible en: <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/documents/no56/estudioadmtivo.pdf>.

LUNA, R.; & CHAVES, D. *Guía para elaborar estudios de factibilidad de proyectos ecoturísticos* [en línea]. San Salvador-Guatemala: PROARCA-CAPAS-USAID, 2001. p. 1. [Consulta: 16 mayo 2022]. Disponible en: https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-04/semana4/4Guia_Factibilidad_Proyectos_Ecoturisticos_CAPAS.pdf.

LUZ DE LA MAZA, C. *Evaluación de Impactos Ambientales* [en línea] Santiago de Chile-Chile: Universidad de Chile, 2007. pp. 579-609. [Consulta: 05 agosto 2021]. Disponible en: https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/120397/Evaluacion_de_Impactos_Ambientales.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

MEJÍA, J. Estudio de factibilidad para la creación de un campamento para fomentar el turismo *Glamping* en el cantón Gualaceo, Azuay (Trabajo de titulación) (Ingeniería) [en línea]. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Facultad de Especialidades Empresariales, Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras. Guayaquil-Ecuador. 2016. p. 7. [Consulta: 15 abril 2021]. Disponible en: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/5057/1/T-UCSG-PRE-ESP-AETH-287.pdf>.

MINISTERIO DE TURISMO. *GEO VIT, inteligencia de datos para el turismo* [en línea]. Quito-Ecuador: Ministerio de Turismo, 2018. [Consulta: 19 marzo 2022]. Disponible en: <https://www.turismo.gob.ec/geo-vit-inteligencia-de-datos-para-el-turismo/>.

MINISTERIO DE TURISMO. *Reglamento de alojamiento turístico* [en línea]. Quito-Ecuador: Ministerio de Turismo, 2016. pp. 3-9. [Consulta: 13 mayo 2021]. Disponible en: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>.

MONTE, J. *Infraestructura y Superestructura Turística* [en línea]. Slideshare, 2014. p. 4. [Consulta: 23 mayo 2022]. Disponible en: <https://es.slideshare.net/justoamadordelmonte/infraestructura-ttca-1>.

MORILLO, M. “Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación”. *Visión Gerencial* [en línea], 2011, (Venezuela) 1(1), pp. 135-158. [Consulta: 13 diciembre 2021]. ISSN: 1317-8822. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545890011.pdf>.

MUÑOZ, D.; & NAULA, S. Estudio de factibilidad para la implementación de *glamping* en Pondo Wasi, parroquia Angochagua, Imbabura, Ecuador (Trabajo de titulación) (Ingeniería) [en línea]. Universidad Técnica del Norte, Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, Carrera de Turismo. Ibarra-Ecuador. 2020. p. 2. [Consulta: 19 abril 2021]. Disponible en: http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/11044/2/02_TUR_187_TRABAJO_GRADO.pdf.

NÚÑEZ, C.; & VINCES, O. Propuesta de campamentación turística para estudiantes: Hacienda y estancia San Isidro, parroquia Tarqui, cantón Cuenca (Monografía) (Ingeniería) [en línea]. Universidad de Cuenca, Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, Carrera de Turismo. Cuenca-Ecuador. 2015. p. 23. [Consulta: 13 mayo 2021]. Disponible en: <https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/22830/1/Tesis-final.pdf>.

ORJUELA, S.; & SANDOVAL, P. Guía del estudio de mercado para la evaluación de proyectos (Seminario de prueba) (Ingeniería) [en línea]. Universidad de Chile, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Carrera de Ingeniería Comercial. Santiago de Chile-Chile. 2002. p. 9. [Consulta: 17 mayo 2021]. Disponible en: https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/108139/orjuela_s.pdf?seque.

QUIZHPE, D. Estudio de factibilidad para la implementación de una granja integral ecoturística en la parroquia Licto cantón Riobamba (Trabajo de titulación) (Ingeniería) [en línea]. Escuela

Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Recursos Naturales, Escuela de Ingeniería en Ecoturismo. Riobamba-Ecuador. 2017. p. 26. [Consulta: 22 junio 2021]. Disponible en: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/7690/1/23T0622.pdf>.

RAINFOREST ALLIANCE; et al. *Guía de Buenas Prácticas para Turismo Sostenible en Ecosistemas Marino-Costeros* [en línea]. Nueva York-Estados Unidos: Rainforest Alliance, 2019. p. 16. [Consulta: 22 junio 2021]. Disponible en: <https://www.turismoycooperacion.org/OBSERTUR/A/19.pdf>.

RAMÍREZ, D.; et al. “Etapas del análisis de factibilidad. Compendio bibliográfico”. *EconPapers* [en línea], 2009, (Cuba), 1(3). [Consulta: 19 marzo 2022]. ISSN: 16968360. Disponible en: <https://www.eumed.net/ce/2009a/amr.htm>.

RUIZ, C. *Organigrama estructural y funciones departamentales* [en línea]. Slideshare, 2021. pp. 1-2. [Consulta: 19 marzo 2022]. Disponible en: <https://slideplayer.es/slide/17989753/>.

SALAZAR, M.; & BERNAL, A. *Diagnóstico de la situación actual de turismo en la provincia* [en línea]. Sucumbíos-Ecuador: Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Sucumbíos, 2011. pp. 23-39. [Consulta: 24 mayo 2021]. Disponible en: https://issuu.com/darwinalvarez/docs/dcto_final_subsistema_turismo.

SECRETARÍA NACIONAL DE PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO. *Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021-Toda una Vida* [en línea]. Quito-Ecuador: Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo-SEMPLEDES, 2017. p. 52. [Consulta: 19 abril 2021]. Disponible en: <https://observatorioplanificacion.cepal.org/sites/default/files/plan/files/EcuadorPlanNacionalTodaUnaVida20172021.pdf>.

SEMARNAT. *Turismo de naturaleza* [en línea]. México D.F.-México: Gobierno de México, 2019. [Consulta: 27 abril 2021]. Disponible en: http://dgeiawf.semarnat.gob.mx:8080/ibi_apps/WFServlet?IBIF_ex=D2_R_TURISMO02_04&IBIC_user=dgeia_mce&IBIC_pass=dgeia_mce.

SOCATELLI, M. *Extracto del Libro: Mercadeo Aplicado al Turismo. La Comercialización de Servicios-Productos y Destinos Turísticos Sostenibles* [en línea]. San José-Costa Rica:

Universidad para la Cooperación Internacional, 2013. p. 1. [Consulta: 18 mayo 2021]. Disponible en: <https://ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana4/LS4.1..pdf>.

SOCATELLI, M. *La Competividad en Turismo* [en línea]. San José-Costa Rica: Universidad para la Cooperación Internacional, 2017. p. [Consulta: 10 junio 2021]. Disponible en: <https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana2/LS2.6.pdf>.

SOLÍS, M. *Glamping; ¿Una nueva modalidad turística o solamente un alojamiento?* [en línea]. Academia, 2021. p. 1. [Consulta: 13 abril 2021]. Disponible en: https://www.academia.edu/11643078/Glamping_Una_nueva_modalidad_tur%C3%ADstica_o_solamente_un_alojamiento.

TOLEDO, R. *El Estudio Técnico* [en línea]. DocPlayer, 2016. p. 1. [Consulta: 11 junio 2021]. Disponible en: <https://docplayer.es/213022-1-1-el-estudio-tecnico.html>.

UNWTO. *Definiciones de turismo sostenible* [en línea]. Universidad para la Cooperación Internacional, 2002. p. 1. [Consulta: 19 abril 2021]. Disponible en: https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-13/SEMANA1/Definiciones_de_turismo_sostenible_ecoturismo_y_conceptos_a.pdf.

UNWTO. *Glosario de términos de turismo* [en línea]. Madrid-España: World Tourism Organization, 2019. [Consulta: 11 mayo 2021]. Disponible en: <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>.


D.E.R.A.I.
Ing. Cristian Castillo



ANEXOS

ANEXO A: ENCUESTA



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE TURISMO



Glamping: viene de la combinación de dos palabras glamur y camping, siendo un fenómeno global en actividad de alojamiento tradicional entre los turistas, que combina la experiencia de acampar al aire libre, buscando explorar la naturaleza desde un contacto directo con el medio ambiente.



Marca con una X las opciones que usted elija

1. Género

Masculino: Femenino:

2. Edad

18-30 31-40 41-50 51-60 61 a más

3. Ciudad de residencia _____

4. ¿Cuál es su Nivel de Educación?

Primaria Secundaria Superior Post-grado

5. ¿En qué rango se ubican sus ingresos mensuales?

\$400 o menos \$400 a \$600 \$600 o 800 800 o 1000 1000 a mas

6. Opción múltiple ¿Con quienes usted realiza turismo?

Familia Amigos Pareja Solo otro

7. Opción simple. Fuera de los hospedajes tradicionales, ¿Qué otro tipo de oferta le gustaría aplicar?

Campamentos Glamping Hacienda turística Resort Hospedaje comunitario

8. ¿Ha utilizado campamento glamping?

Si: No:

9. Si en la comunidad de Laguacoto Bajo, de la ciudad Guaranda, provincia de Bolívar le ofrece un campamento glamping ¿Usted estaría dispuesto a visitarlo?

Si: No: (si su respuesta es sí, continúe con la encuesta, y si su respuesta es no, finaliza la encuesta, gracias por su colaboración)

10. Opción múltiple ¿Qué servicios le gustaría encontrar en el campamento glamping?

Restaurante Servicio de limpieza Servicio de masaje y spa Servicio de salud Otros (especifique) _____

11. Opción simple ¿Cuántos días permanecería usted en el campamento glamping?

1 día () 2 días () 3 días () 4 días () de 5 días a más ()

12. Opción múltiple ¿Qué actividades turísticas le gustaría realizar en el campamento glamping?

Trekking (caminatas) _____ Ciclismo _____ Observación del flora y fauna _____ Bailoterapia _____

Juegos tradicionales y actos culturales _____

13. Opción múltiple ¿Qué elementos consideraría de mayor importancia al momento de hospedarse en un campamento *glamping*?

Instalaciones en espacios naturales _____ Exclusividad _____ Glamour y confort _____

Salón de eventos _____ Senderos ecológicos para caminatas _____ Áreas camping _____

14. Opción simple ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un paquete de hospedaje en campamentos *glamping* (por 1 día y 1 noche), el cual combina la experiencia de acampar al aire libre, con lujo, incluido actividades adicionales?

\$35 - \$40 () \$45 - \$50 () \$55 - \$60 () \$65 - \$70 () Más de \$75 ()

15. ¿Cómo acostumbra hacer sus pagos?

Efectivo _____ Tarjeta de crédito _____

16. Opción múltiple ¿Cómo obtiene información acerca de los diferentes establecimientos turísticos?

Amigos, familiares _____ Redes sociales _____ Radio, Televisión _____ Internet _____ Otros (especifique) _____



esPOCH

Dirección de Bibliotecas y
Recursos del Aprendizaje

UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS Y ANÁLISIS BIBLIOGRÁFICO Y
DOCUMENTAL

REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA

Fecha de entrega: 12 / 09 / 2022

INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)
Nombres – Apellidos: GABRIELA BEATRIZ MOROCHO TUALOMBO
INFORMACIÓN INSTITUCIONAL
Facultad: RECURSOS NATURALES
Carrera: TURISMO
Título a optar: LICENCIATURA EN ECOTURISMO
f. responsable: Ing. Cristhian Fernando Castillo Ruiz


Ing. Cristhian Castillo



1655-DBRA-UTP-2022