

UNIVERSIDAD METROPOLITANA DEL ECUADOR



Carrera de Gestión de Empresas Turísticas y Hoteleras

Sede Quito

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de ingeniería en Gestión de Empresas  
Turísticas y Hoteleras.

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE GLAMPING  
EN LA ESTANCIA DE LA CAMPIÑA PARROQUIA SAN MIGUEL DE NONO  
PROVINCIA DE PICHINCHA**

ELABORADO POR: YESENIA MARLENE MÁRQUEZ SILVA

TUTOR: ESTEBAN FRANCISCO JIMENEZ CARRERA

QUITO, 2020

## CERTIFICACIÓN DEL ASESOR



Quito, 20 de julio del 2020

## INFORME DEL TUTOR

En mi calidad de tutor del proyecto: **“Estudio de factibilidad para la implementación de glamping en la estancia de La Campiña parroquia San Miguel de Nono provincia de Pichincha”** presentada por la estudiante **YESENIA MARLENE MÁRQUEZ SILVA** para optar por el título de Ingeniería en Hotelería y Turismo, **CERTIFICO** que dicho proyecto de tesis ha sido revisado y corregido, previo a ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

La nota final obtenida en el proyecto de investigación realizado es de **100/100**

Particular que pongo en consideración para fines pertinentes.

**Atentamente:**

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Francisco Jiménez C.", written over a horizontal line.

**Ing. Francisco Jiménez C. Msc.**

**DOCENTE DE LA ESCUELA DE TURISMO Y HOTELERIA**

## **CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA DE TRABAJO DE TITULACIÓN**

Yo, Yesenia Marlene Márquez Silva, estudiante de la Universidad Metropolitana del Ecuador “UMET”, Gestión De Empresas Turísticas Y Hoteleras, declaro en forma libre y voluntaria que el presente trabajo de investigación que versa sobre: Estudio De Factibilidad Para La Implementación De Glamping En La Estancia De La Campiña Parroquia San Miguel De Nono Provincia De Pichincha y las expresiones vertidas en la misma, son autoría la compareciente, las cuales se han realizado en base a recopilación bibliográfica, consultas de internet y consultas de campo.

En consecuencia, asumo la responsabilidad de la originalidad de la misma y el cuidado al referirme a las fuentes bibliográficas respectivas para fundamentar el contenido expuesto.

Atentamente,

**YESENIA MARLENE MÁRQUEZ SILVA**

**C.I. 172154255-1**

**AUTOR**

## **CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR**

Yo, Yesenia Marlene Márquez Silva, en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación, Título completo del trabajo de titulación, modalidad Estudio De Factibilidad Para La Implementación De Glamping En La Estancia De La Campiña Parroquia San Miguel De Nono Provincia De Pichincha de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN, cedo a favor de la Universidad Metropolitana del Ecuador una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Metropolitana del Ecuador para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El autor declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

**YESENIA MARLENE MÁRQUEZ SILVA**

**C.I. 172154255-1**

## **DEDICATORIA**

La elaboración de este trabajo está dedicado principalmente a mis padres: Jorge Márquez y Ketty Silva, quienes con su apoyo han corroborado la culminación de este proyecto, así como a aquellos amigos que han sabido ser de impulso en momentos de desánimo.

A mis hermanos Omar, Lorena y en especial a Jorge, aunque no esté entre nosotros, dedico también este trabajo a mis sobrinos: Emily, Josué, David, Estefy, Aliss, Adriel, quienes espero vean este proyecto como un objetivo a superar.

Por último y no menos importante lo dedico al creador y dador de la vida Dios.

**Yesenia Márquez.**

## AGRADECIMIENTO

### **Yesenia Márquez Agradece:**

A Dios, ya que sin su ayuda y misericordia no me hubiese sido posible llegar a esta etapa en la vida, a mis padres por su arduo trabajo para brindarme la educación por no permitirme desfallecer sino motivarme a culminar esta etapa.

A una familia que sin duda alguna fue el motor de superación, gracias a mi hermano Jorge por ser un ejemplo a seguir, quien me enseñó durante 22 años a no rendirme y superar cada obstáculo, a Omar por demostrarme que un sueño y objetivo se puede cumplir sin necesidad de tener a la familia junta y a Lorena quien insistió en se debe hacer lo que nos gusta, sin importar la opinión de los demás.

Amigos, compañeros, profesores, a todos ustedes gracias por el conocimiento impartido, por ser ese soporte durante toda la carrera.

Un abrazo y mis más sinceros agradecimientos a todos ustedes.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

CERTIFICACIÓN DEL ASESOR	II
CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA DE TRABAJO DE TITULACIÓN	III
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR	IV
DEDICATORIA	V
AGRADECIMIENTO	VI
ÍNDICE DE CONTENIDOS	VII
RESUMEN	XII
ABSTRACT	XIII
INTRODUCCIÓN	1 -
Antecedentes de la parroquia San Miguel de Nono	1 -
Antecedentes Estancia de la Campiña	2 -
Antecedentes del Glamping	2 -
Glamping en el mundo	3 -
Glamping en Ecuador	4 -
Línea de investigación	5 -
Situación problemática	5 -
Árbol de problemas	6 -
Formulación Del Problema	6 -
Objeto De Estudio	7 -
Objetivo General	7 -
Objetivos Específicos	7 -
Métodos De La Investigación	7 -
Métodos Investigativos	7 -

Delimitación del Problema de Investigación -----	8 -
JUSTIFICACIÓN-----	9 -
CAPÍTULO I. -----	10 -
1. MARCO LEGAL Y TEÓRICO -----	10 -
1.1. Fundamentación legal -----	10 -
1.1.1. Constitución del Ecuador-----	10 -
1.1.2. Reglamento de alojamiento hotelero-----	10 -
1.1.3. Tipos de establecimientos de hospedajes: -----	11 -
1.1.4. Categorías según la clasificación:-----	12 -
1.1.5. Tipos de habitación-----	13 -
1.2. Fundamentación teórica-----	13 -
1.2.1. Turismo-----	14 -
1.2.2. Turismo de naturaleza-----	14 -
1.2.3. Ecoturismo-----	14 -
1.2.4. Oferta hotelera -----	15 -
1.2.5. Oferta turística -----	15 -
1.2.6. Plan de negocios -----	15 -
1.2.7. El estudio de factibilidad -----	15 -
1.2.8. Alojamiento-----	16 -
1.2.9. Calificación y clasificación -----	16 -
1.2.10. Camping -----	16 -
1.2.11. Glamping -----	17 -
1.2.12. Tipos de glamping -----	17 -
1.2.13. Innovaciones hoteleras -----	23 -
1.2.14. Tendencias tecnológicas -----	23 -
1.2.15. Análisis del entorno-----	25 -
CAPÍTULO II -----	26 -
2. METODOLOGÍAS DE INVESTIGACIÓN DE DISEÑO DE PROYECTOS- -	26 -
2.1. Desarrollo del modelo físico-----	30 -
2.1.1. Por la condición de semejanza-----	30 -
2.1.2. Por el sistema representado -----	31 -



2.1.3.	Por la facilidad del escalamiento de la respuesta del modelo al prototipo-----	31 -
2.1.4.	Estudio de mercado-----	32 -
2.2.	Desarrollo del modelo matemático -----	32 -
2.2.1.	Segmentación del mercado-----	32 -
2.2.2.	Aspectos económicos -----	32 -
2.2.3.	Encuesta-----	33 -
2.3.	Desarrollo del modelo de costos -----	33 -
2.3.1.	Valoración financiera -----	33 -
CAPÍTULO III-----		34 -
3.	DESARROLLO ESTUDIO DE FACTIBILIDAD -----	34 -
3.1.	Modelo físico -----	34 -
3.1.1.	Macro localización -----	34 -
3.1.2.	Micro localización-----	35 -
3.1.3.	Medio ambiente-----	36 -
3.1.4.	Límites del área de estudio-----	36 -
3.1.5.	Identificación del tipo producto -----	36 -
3.1.6.	Identificación del tipo glamping-----	38 -
3.2.	Modelo matemático-----	40 -
3.2.1.	Estudio de mercado-----	40 -
3.2.2.	Objetivos del estudio de mercado-----	40 -
3.2.3.	Análisis de la demanda -----	40 -
3.2.4.	Análisis de la oferta -----	41 -
3.2.5.	Clientes-----	41 -
3.2.6.	Segmentación del mercado-----	41 -
3.2.7.	Aspectos económicos -----	43 -
3.2.8.	Encuesta-----	44 -
3.2.9.	Tamaño del universo. -----	46
3.2.10.	Tamaño de la muestra.-----	46
3.2.11.	Aplicación de la fórmula-----	46
3.2.12.	Análisis de resultados-----	47
3.2.13.	Marca y Logo -----	53
3.2.14.	Diseño arquitectónico -----	54

3.3. Modelo de costos-----	59
3.3.1. Descripción de servicios-----	59
3.3.2. Presupuesto de inversión-----	60
3.3.3. Presupuesto de ventas-----	67
3.3.4. Salarios-----	68
3.3.5. Presupuesto de gastos-----	68
3.3.6. Depreciación-----	69
3.3.7. Costo de habitaciones-----	69
3.3.8. Estado de resultados-----	71
3.3.9. Flujo de efectivo-----	71
3.3.10. Estructura del Financiamiento-----	72
3.3.11. Punto de equilibrio-----	73
3.3.12. Evaluación financiera-----	73
3.3.13. Valor actual neto (V.A.N)-----	73
3.3.14. Tasa Interna de retorno (TIR)-----	74
CONCLUSIONES-----	75
RECOMENDACIONES-----	76
BIBLIOGRAFÍA-----	77
ANEXOS-----	82

## ILUSTRACIONES

### Tabla de Ilustraciones

Ilustración 1 Pregunta N.º 1.....	47
Ilustración 2 Pregunta N.º 2.....	48
Ilustración 3 Pregunta N.º 3.....	48
Ilustración 4 Pregunta N.º 4.....	49
Ilustración 5 Pregunta N.º 5.....	49
Ilustración 5 Pregunta N.º 6.....	50
Ilustración 6 Pregunta N.º 7.....	50
Ilustración 6 Pregunta N.º 8.....	50
Ilustración 7 Pregunta N.º 9.....	50
Ilustración 8 Pregunta N.º 10.....	51
Ilustración 9 Pregunta N.º 11.....	51
Ilustración 10 Pregunta N.º 12.....	52
Ilustración 11 Pregunta N.º 13.....	52

## RESUMEN

Con el paso del tiempo hemos podido constatar la afectación que el ser humano hace al medio ambiente destruyendo su riqueza natural con el fin de tener progreso económico, sin embargo, la industria hotelera tiene la capacidad de unir estas dos actividades con un menor impacto ambiental proponiendo nuevas alternativas de hospedaje las mismas que pueden ser amigables con la naturaleza

La presente investigación tiene como objetivo realizar un análisis de factibilidad del mercado para la implementar un campamento glamping dentro de las instalaciones de La Estancia La Campiña ofreciendo servicios de alojamiento, alimentación y actividades recreacionales.

El glamping dentro de los hospedajes alternativos está ganando su lugar dentro de las preferencias al momento de reservar una habitación, en el transcurso del proyecto se podrá conocer acerca de lo que implica esta nueva oferta de hospedaje así como también la variedad de habitaciones que comprende ésta actividad, además de determinar si la implementación de glamping en la Estancia la Campiña es viable, para lo cual se ha observado el entorno conociendo sus necesidades y desarrollando así un plan de proyecto que incluye antecedentes, problemática, marco legal, marco teórico, un estudio de mercado y finalmente la evaluación de la investigación.

Afortunadamente la parroquia San Miguel de Nono cuenta con bondades naturales que le permiten al proyecto tener acogida, para el estudio se consideró a la Estancia de la campiña como el inmueble al cual implementar hospedaje glamping la cual cuenta con una extensión de 5 hectáreas rodeadas de naturaleza a explorar y aprovechar.

**Palabras clave:** Glamping, alojamiento, hotel, servicio, naturaleza.

## ABSTRACT

In passing of the time we have been able to verify the affectation that the human being does to the environment destroying its natural wealth in order to have economic progress, however, the hotel industry has the ability to mix both activities with a lower environmental impact, which propose new lodging alternatives being friendly with nature.

The objective of this research is to carry out a market feasibility analysis to add a glamping camp with all facilities that La Estancia de La Campiña could offer such as accommodation, food and outside activities.

While you read this research you will be able to learn about this new offer of accommodation as long as glamping is taking part as an option of booking rathering also the variety of rooms that this activity can includes, in addition to know if the implementation of glamping in this place is a good bussines, this plan includes a final evaluation to confirm it.

Fortunately, San Miguel de Nono has natural atractives that allow to be welcomed the project in the comunnity. La Estancia de la Campiña was considered to add glamping in its services accommodation, because it has an area of 5 hectares surrounded by nature enough space to explore and take advantage of.

**Keywords:** Glamping, lodging, hotel, service, nature.

## INTRODUCCIÓN

### **Antecedentes de la parroquia San Miguel de Nono**

La parroquia ubicada en el sector San Miguel de Nono surge en el periodo de la conquista española. Los Jesuitas fueron los primeros pobladores de la región, bautizándola como zona Noroccidental, conformada por veinte pueblos algunos de ellos como Mindo, Gualea, Nanegal y Nono, formando parte de la provincia de Pichincha. Desde 1608 hasta 1857 por mandato de los jesuitas, estos pueblos pertenecieron a la parroquia del Nono, en los cuales servían bajo su protección y jurisdicción; los mismo, nombraron a esta parroquia con el nombre de San Miguel del Nono que quiere decir el noveno pueblo, en su traducción del latín; por otro lado, existe otra versión sustentada en datos históricos que señalan al Nono como el nombre de un cacique que habitaba la región (Instituto Metropolitano de Patrimonio, 2018).

Continuando con lo mencionado por el Instituto Metropolitano de Patrimonio (2018), esta palabra era común por los habitantes de la región previo a la conquista Inca. Sumado a los Jesuitas, las familias Ascázubi Bonifaz, Donoso y Alberto del Hierro eran los principales terratenientes de esta región, y se encargaban de dirigir y dar orden a las actividades de la misma; con el transcurso del tiempo, estas tierras se parcelaron, motivo que tuvo como consecuencia la constitución de la parroquia el 13 de agosto de 1720. Posteriormente, en el año 1820 con el apoyo de los autóctonos de la zona comenzó la construcción de la iglesia, cuyo aporte en materiales e insumos agrícolas fue brindado por los terratenientes.

Posteriormente en cuestión de desarrollo estructural de la región, entre los años de 1934 y 1935 se inició la obra de la carretera Cotocollao-Nono, proyecto ideado por el Ingeniero Mario Cagua y el apoyo de todos los pobladores de la zona. Otro plan de gran importancia para la región, fue la construcción de la escuela “Islas Galápagos”, cuyo funcionamiento se llevaba a cabo mediante la utilización de varias casas que conformaban la institución educativa. En el año 1951 por designio del estado se gestionó la expropiación de la Hacienda San José, con el motivo de la construcción de un estadio, que seguidamente, tendría la función de ser la sede de los campeonatos parroquiales de fútbol. Tiempo después con la ayuda de la emisora Voz Andes junto a la parroquia lograron implementar un motor para la generación de energía, el cual, funcionaba en horarios de 6pm a 10pm, la electrificación de esta zona rural no llegaría hasta el año 1978 (Barreto, 2012).

La parroquia de San José de Nono se constituye eclesiásticamente en el año de 1660. Es una zona altamente prospera en lo que se refiere a siembra y crianza ganadera, se cultivan

mayormente tubérculos, hortalizas, cereales y pastizales, que crecen de gran manera gracias a sus tierras negras altas en nutrientes, de igual manera poseen una alta explotación de piedra caliza y andesita (Hurtado, 2014).

En la actualidad es una parroquia rural perteneciente al cantón Quito, ubicada en la provincia de Pichincha, a 18 kilómetros en dirección noroccidente de la ciudad. Su extensión territorial alcanza las 23 mil hectáreas, cuenta con un clima frío y húmedo donde interactúan las comunidades conformadas por: Nonopungo, San Francisco de la Merced, Yanacocha, San Martín, Alaspungo, Pucará, Alambí y Guarumos. Los autóctonos de la región también le llaman “Boca de Montaña” debido a los fuertes vientos de la zona. Está ubicada aproximadamente en los 2700 y 3200 metros de altura y su temperatura varía entre los 7 y los 15 grados, con condiciones de microclimas, todas estas características mencionadas hacen al Nono un lugar atractivo para el turismo (Vizcaino, 2013).

### **Antecedentes Estancia de la Campiña**

Rodríguez (2018), Gerente de la Estancia de la Campiña, explica que el establecimiento fundado en noviembre del 2015 cuya idea original nace de un sueño familiar de tener una casa de campo, que tuviera su propia área de fogata y caballeriza, al momento de cumplirse este sueño y viendo los resultados, desembocó en la idea de compartir este establecimiento con las personas que visiten la parroquia. La estancia se encuentra a tan solo 18 kilómetros de la ciudad de Quito. En La Estancia de la Campiña, los visitantes pueden disfrutar de vegetación autóctona y de visualización de distintas especies de aves, a parte de todos los beneficios que presta esta región como sus reservas ecológicas y cascadas.

Continuando con lo comentado por Rodríguez (2018), el fin de la estancia es hacer que el visitante conecte con la naturaleza, pero al mismo tiempo tener comodidades, en un lugar cercano a Quito, seguro y acogedor, es la base de la Estancia de la Campiña, disfrutar de un ambiente totalmente campestre y familiar con buena comida, chocolate caliente, caballos y por qué no una fogata para abrigar la noche. La estancia cuenta con un área determinada para acampar, adicional a esto existen senderos para caminar, baños 24 horas disponibles, leña para fogata y restaurante el cual emplea productos de la zona.

### **Antecedentes del Glamping**

Antes de adentrar en el contexto del Glamping en todos sus contenidos, se debe hacer una breve introducción de su definición, según Delgado (2016), es una actividad donde se juntan todos los beneficios de realizar la actividad del Camping en donde se disfruta del

contacto estrecho con la naturaleza, sumado a todos los beneficios y comodidades que se pueden disfrutar en la estadía de un hotel haciendo de esta actividad el equilibrio perfecto para los amantes del medio ambiente que quieren relajación y comodidad, siendo esta una actividad que toma fuerza con el pasar de los años.

Explicando el origen y la historia del Glamping según Benavides y Merchán (2018), esta actividad fue empleada y popularizada por los exploradores del Reino Unido del siglo XIX, con la cual descubrieron zonas de África. Usada por reyes y reinos quienes empleaban estas tiendas de campaña y lujo para descansar en sus largos viajes, eran decoradas con textiles lujosos debido a que determinaban nobleza y brindaban las comodidades necesarias sin encontrarse dentro del palacio, sus vestigios más antiguos provienen de la cultura Otomana 200 A.C, en la cual se utilizaba en sus largas caravanas entre pueblos y parajes en donde además de ser usadas para su movilización, se celebraban ceremonias y rituales culturales.

Extendiendo lo mencionado por Benavides y Merchán (2018), estas carpas contaban con bordados, alfombras, muebles y tejidos de suave seda, su uso más destacado fue en China pues existen pinturas de la emperatriz Song, donde se muestra dando a luz en una tienda palacio rodeada de bazares más pequeños; sin embargo, también fueron empleadas como refugios militares perdiendo su uso original. A mediados del siglo XIX se retoma su concepto inicial de refugio de viajes con comodidades imperiales, conjugando hoy en día el satisfacer las necesidades de gustos de las personas, permitiéndoles tener una conexión con la naturaleza sin perder las comodidades de la vida cotidiana, a donde quiera que vayan.

### **Glamping en el mundo**

Esta actividad ha tenido gran acogida a nivel mundial debido su extensión a Estados Unidos, siendo uno de los países con mayor concentración de Glampings a nivel mundial. Sin embargo, España, Francia e Italia también brindan este servicio a gran escala siendo el continente Europeo el que cuenta con mayor diversidad de hospedaje así como los servicios más lujosos en cuanto a Glamping se refiere, Australia y Portugal siendo países más pequeños en extensión brindan esta alternativa de hospedaje al aire libre; y por último pero no menos importante, es el desarrollo que ésta actividad empieza a tener en Sur América, actividad relativamente nueva pero que empieza a tomar fuerza con el paso del tiempo gracias a las bondades naturales con las que cuenta el continente (Montedeoca & Chávez, 2018).



## **Glamping en Ecuador**

En Ecuador el Glamping es una modalidad relativamente nueva que está tomando fuerza. Se puede apreciar como referencia, hospedajes tipo safari en Galápagos “Safari Camp”, mientras que en las playas ecuatorianas se tiene una referencia muy original como lo es “Cabalonga” en la provincia de Manabí; por otro lado, en la provincia de Pichincha, exactamente en la localidad de Tababela se encuentra “Samay Glamping”, cuyo objetivo es fomentar la inmersión cultural y la ampliación de horizontes para el turista, siendo un establecimiento con variedad de habitaciones como iglús, domos, tiendas y safaris, conservando el concepto del Glamping a nivel internacional; sin embargo, hay establecimientos que también se acercan a su concepto ubicados en la amazonia ecuatoriana con habitaciones de estilo cabañas, brindando comodidades necesarias dentro del espesor del bosque, las mismas han tenido gran acogida por nacionales y extranjeros en la actualidad. Una de las tendencias del turismo es tener mayor interacción con la naturaleza sin perder las comodidades del hogar o las que pueda brindar un hotel (Ibujés, 2019).

## Línea de investigación

Tabla 1. Línea de investigación.

	Tributa al proyecto (línea de investigación de la carrera Gestión de Empresas Turísticas y Hoteleras) desarrollo de servicios Turísticos y Hoteleros.	Tributa al programa de desarrollo e implementación de servicios Turísticos y accesibilidad) Hotelera.	Tributa a la zona de investigación de la UMET (transformación de la matriz productiva)	Zona de impacto	Objetivo del Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 (toda una vida)
Proyecto de factibilidad para la implementación de glamping en la estancia la campiña parroquia Nono provincia de Pichincha	Emprendimiento	Investigación de campo	Servicios	Zona 2	Contribuir al cumplimiento progresivo de: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Los derechos constitucionales;</li> <li>2. Los objetivos del régimen de desarrollo y disposiciones del régimen de desarrollo.</li> <li>3. Los programas, proyectos e intervenciones que de allí se desprenden.</li> </ol>

Fuente: (Universidad Metropolitana del Ecuador, 20)

Elaborada por: Yesenia Márquez

## Situación problemática

La Estancia de la Campiña ubicada en la parroquia de Nono, Cantón Quito, se encuentra al momento habilitada únicamente para brindar servicios de alimentación; sin embargo, ofrece servicios de distracción y esparcimiento como: canchas deportivas, fogatas, camping al aire libre y cabalgatas. Se puede decir que es una empresa relativamente nueva ya que lleva desempeñando sus labores hace aproximadamente cinco años, siendo poco conocidos en el mercado. Se aprecia una deficiente difusión del sector lo que impide el aprovechamiento de los atractivos turísticos aledaños, evitando que la zona se desarrolle turística y económicamente, trayendo como consecuencia que sus habitantes abandonen el sector en busca de mejores

oportunidades, obstruyendo la conveniencia de dar a conocer de mejor manera la parroquia entre los turistas nacionales y extranjeros.

La Parroquia de Nono se caracteriza por su agricultura y ganadería, ya que sus atractivos naturales no se han podido aprovechar de mejor manera debido a la ausente difusión y apoyo de las zonas de quienes realizan este tipo de actividad de forma empírica, existiendo deficiencia de conocimiento que permita brindar una mejor atención a los turistas, estos factores sumados a la inexistente oferta de hospedaje pues la ausencia de este tipo de infraestructura hotelera y servicios de calidad en la parroquia paraliza el desarrollo turísticos del área, y por ende, el progreso de la estancia de la campiña como un potencial hotelero en la zona noroccidental de la provincia de Pichincha.

Siendo que el nor-occidente de Pichincha es considerado como zona turística debido a su espesa vegetación y su gran diversidad biológica que permite al visitante realizar actividades turísticas para disfrutar de la naturaleza, se puede considerar que a diferencia de Mindo, Nanegal y Nanegalito, la parroquia de San Miguel de Nono no se ha podido desarrollar turísticamente al mismo ritmo que sus vecinas, esto debido al poco interés de inversión del sector privado y gubernamental los cuales no han fijado su atención en el potencial turístico y económico que tiene en gran potencia esta zona.

### Árbol de problemas

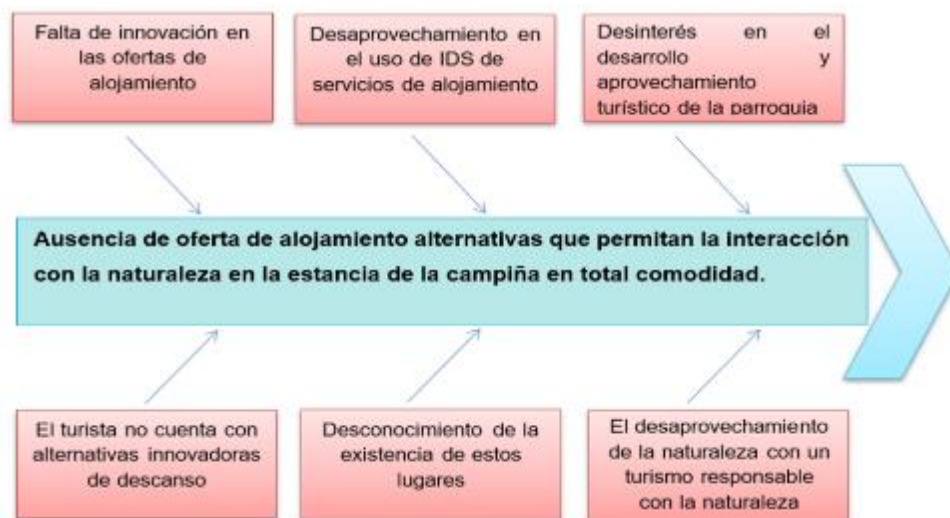


Figura 1. Árbol de Problema, elaborado por Yesenia Márquez

### Formulación Del Problema

¿Se considera un negocio rentable la implementación de Glamping en La Estancia de la Campiña, parroquia San Miguel de Nono?

## **Objeto De Estudio**

Factibilidad de la implementación de Glamping en la estancia la campiña como parte de la innovación en los servicios ofertados.

## **Objetivo General**

Realizar un estudio de factibilidad para la implementación de glamping como nueva oferta de hospedaje de bajo impacto ambiental en la Estancia de la Campiña ubicada en la parroquia San Miguel de Nono.

## **Objetivos Específicos**

- Fundamentar el marco teórico a fin de orientar la investigación a la implementación de Glamping.
- Detallar el tipo de metodología a aplicar en la investigación.
- Definir un modelo económico de factibilidad para implementar Glamping en La Estancia de la Campiña, identificando la estructura de alojamiento preferencial de los turistas.

## **Métodos De La Investigación**

La metodología es el conocimiento del método, como lo menciona Pardinás, es: “el estudio crítico del método, mientras que el método es la sucesión de pasos que se deben dar para descubrir nuevos conocimientos, la metodología es el conocimiento de estos pasos” (Pardinás, 1984).

## **Métodos Investigativos**

Para el desarrollo del presente proyecto se analizó diferentes metodologías que permitirán llevar a cabo la investigación, utilizando métodos de investigación permitiendo solucionar cada uno de los objetivos específicos anteriormente planteados.

**Método Histórico:** Está vinculado al conocimiento de las distintas etapas de los objetos en su sucesión cronológica. Se puede conocer el cambio y evolución mediante el estudio de su historia y por medio de esta revelar su desenvolvimiento y fundamentos, analizando un patrón de cambio y/o comportamiento con el paso del tiempo (Rodríguez J. , 2014).

**Método Bibliográfico:** Al igual que el método histórico o teórico, este se basa en las investigaciones ya existentes, a través de una amplia búsqueda de: información, con el propósito de adquirir conocimientos sobre un tema en específico (Rodríguez J. , 2014).

**Método Deductivo:** Sucede cuando al llevar a cabo un razonamiento lógico que parte de un marco general y trasciende a un pensamiento particular. Sucede cuando se investiga algún tema de lo universal a lo individual, de lo general a lo específico (Robles, 2015).

**Método Estadístico:** Técnica matemática que describe un conjunto de datos obtenidos mediante la recopilación de información con el objetivo de desarrollar la investigación para la cual se emplearán herramientas como encuestas, entrevistas, gráficas, tablas (Imbaquingo, 2015).

**Método Inductivo:** Se aplica en los principios descubiertos a casos particulares, a partir de un enlace de juicios, es decir, el razonamiento de lo específico para llegar al conocimiento general (Martinez, 1987).

Tabla 2. Métodos de investigación.

OBJETIVOS	MÉTODOS	ACTIVIDADES	RESULTADOS
Fundamentar el marco teórico a fin de orientar la investigación a la implementación de glamping.	Histórico Bibliográfico	Observar la evolución del hospedaje al aire libre. Recopilar información y antecedentes con relación al tema planteado para dar lineamientos claros y concretos.	Adquirir mayor conocimiento referente al glamping. Identificar conceptos base del proyecto.
Identificar el tipo de metodología investigativa a utilizar	Deductivo Bibliográfico	Definir tipo de investigación. Seleccionar método de investigación que se acople a la investigación	Establecer las técnicas de investigación a utilizar.
Estimar un estudio de factibilidad para implementar glamping en la estancia la campiña, identificando la estructura de alojamiento preferencial de los turistas.	Estadístico Inductivo	Selección del tamaño de la muestra. Recolección de datos. Análisis de datos obtenidos.	Determinar la factibilidad del proyecto.

Elaborado por: Yesenia Márquez

### Delimitación del Problema de Investigación

- **Campo:** Hotelero
- **Área:** Emprendimiento.
- **Aspecto:** Implementación de Glamping en la Estancia de la Campiña.

- Delimitación **Espacial:** La investigación se realizó en la parroquia San Miguel De Nono, Cantón Quito, Provincia de Pichincha
- Delimitación **Temporal:** La investigación se realizó en el periodo 2019.

## **JUSTIFICACIÓN**

El sector noroccidental de la provincia de Pichincha cuenta con bondades naturales de interés como lo es la ruta del Quinde , la reserva Yanacocha y la cascada de Guagrapamba en los cuales se puede practicar aventurismo. Estos y otros atractivos cercanos, hacen de La Estancia de la Campiña un lugar privilegiado y de excelencia donde los turistas puedan pernoctar y encontrar todos los servicios de un hotel permaneciendo en contacto con la naturaleza y con la calidez humana, desarrollando así la actividad turística en la zona y permitiendo elevar la calidad de vida de sus moradores.

Durante las últimas décadas la forma de viajar ha ido cambiando a medida que la tecnología avanza, se ha podido observar la acogida que tiene la innovación en la forma de hospedaje, principalmente aquellas actividades que permiten disfrutar de la naturaleza, La Estancia de la Campiña pretende que el hospedaje en sus instalaciones sea una experiencia diferente y que la permanencia del visitante sea placentera por lo que se animara al personal laboral a trabajar en conjunto para recibir a los turistas y brindarles un buen trato con el objetivo de disfrutar la naturaleza circundante y hacer de su visita un experiencia inolvidable.

## CAPÍTULO I.

### 1. MARCO LEGAL Y TEÓRICO

#### 1.1. Fundamentación legal

Tanto la actividad turística como la hotelera en el Ecuador está normada bajo leyes y reglamentos, los mismos que deben cumplirse por las personas o entidades involucradas a realizar estas prácticas con el fin de mantener un orden social.

##### 1.1.1. Constitución del Ecuador

A continuación, se hablará sobre el Capítulo séptimo de la Constitución del Ecuador el cual define lo que es el medio ambiente y la naturaleza, y explica sus derechos y prestaciones a la sociedad.

Artículo 74.- El “artículo 74 de la Constitución Del Ecuador”, trata sobre el derecho que tienen todas las personas, comunidades, nacionalidades y pueblos de utilizar los beneficios y riquezas del medio ambiente para poder vivir y subsistir (Ecuador, Asamblea Constituyente, 2008).

Artículo 71.- De la misma ley indica que la naturaleza tiene derecho a que se respete integralmente su riqueza, como lo dice el artículo 71 de La Constitución Del Ecuador:

La naturaleza es el lugar donde se desarrolla y coexiste la vida. Tiene el derecho de que se respete y proteja su existencia y que se le brinde la ayuda para cumplir plenamente sus ciclos vitales, funciones y procesos evolutivos (Ecuador, Asamblea Constituyente, 2008)

Por esto se busca realizar Glamping aprovechando el ecosistema existente sin afectarlo, y a la vez brindarle experiencias y comodidad al turista que visite el lugar. Siendo el turismo una actividad de continuo progreso, se busca conjugar los diferentes recursos con las nuevas tendencias y demandas turísticas en este caso la actividad de camping, al unirla con los servicios hoteleros, evolucionaran nuevas estrategias de servicio y oferta de pernoctación (Ecuador, Asamblea Constituyente, 2008)

##### 1.1.2. Reglamento de alojamiento hotelero

En el capítulo I sección 8, del Reglamento General de Actividades Turísticas, se presenta la definición y parámetros que regulan los campamentos turísticos en el Ecuador.

El “Artículo 35 Del Reglamento General de Actividades Turísticas” (Ecuador, Ministerio de turismo, 2015), reconoce a los campamentos como un establecimiento de

alojamiento, siendo este un servicio de hospedaje para pernoctar en tiendas de campaña, cuyos terrenos están debidamente delimitados y acondicionados para ofrecer actividades de recreación y desarrollo al aire libre. El presente trabajo plantea una opción de alojamiento novedosa y amigable con el medio ambiente causando el menor impacto posible para la posible implementación de este servicio de hospedaje

### **1.1.3. Tipos de establecimientos de hospedajes:**

**Hostería.** - Se define como el lugar o establecimiento con fines turísticos que ofrece sus instalaciones para hospedar en habitaciones o cabañas. Poseen todos los servicios de una forma privada, ofrecen bloques independientes en los que se brinda parte o la totalidad del mismo para el cliente. En ellos también se incluye el servicio de comidas, bebidas y otros valores complementarios. Cuenta con zonas verdes, de deportes y recreación, estacionamiento y adicional a esto, debe tener un mínimo de cinco habitaciones para ser considerado como tal (Tenorio, 2016).

**Hacienda turística.** – Es un complejo residencial que tiene una finalidad turística, contando con habitaciones privadas y servicios de aseo personal que pueden ser de uso personal o compartidos dependiendo de su categoría. Mayoritariamente este tipo de instalaciones están ubicados en lugares un poco apartados de la ciudad, en su mayoría en ambientes naturales, pueden tener un valor patrimonial y al mismo tiempo que prestan sus servicios de alojamiento realizar otras actividades, comúnmente enfocadas en el campo. Tienen un contacto muy cercano con la naturaleza y las personas autóctonas de la región donde se ubica. Cuenta con servicios de comidas, bebidas y otros complementarios, debe contar con un mínimo de cinco habitaciones (Ecuador, Ministerio de turismo, 2015)

**Lodge.** – Alojamiento con finalidad turística, cuenta con un servicio privado que presta habitaciones o cabañas dependiendo de su infraestructura, con servicios particulares y compartidos, dependiendo de su valoración. Están ubicados en parajes donde predomina la naturaleza, poseyendo una finalidad enfocada mayormente en realizar un contacto con el cliente y el ecosistema, ofreciendo servicios como: excursiones, observación de fauna y flora, visita a culturas de la localidad, entre otros. Presta asistencia de comidas y bebidas y debe poseer un mínimo reglamentario de cinco habitaciones (Ecuador, Ministerio de turismo, 2015)

**Resort.** – Complejo turístico con una infraestructura destinada para fines de hospedaje y alojamiento privado. Ofrece servicios de distracción, esparcimiento y relajación donde se mezclan entornos naturales con instalaciones que contienen diversos servicios complementarios. Prestan beneficios de comidas y bebidas en diferentes espacios diseñados



con esa finalidad. Se pueden ubicar tanto en lugares predominantemente transcurridos en periodos vacacionales y en ambientes naturales como: montañas, playas, lagunas bosques, etc. Debe contar con cinco habitaciones para entrar en esta categoría (Ecuador, Ministerio de turismo, 2015).

**Refugio.** - Infraestructura con finalidad de albergar turismo que cuenta con habitaciones, dormitorios y estancias que pueden ser compartidos o privados. Poseen servicios de uso exclusivo o público, ostentan cocina, comedor, sala de estar entre otros complementos. Se encuentran mayormente en zonas remotas y protegidas, en entornos completamente naturales, teniendo como finalidad servir de protección y resguardo a personas que realizan turismo en estos parajes rodeados de naturaleza (Ecuador, Ministerio de turismo, 2015)

**Campamento turístico.** – Lugar que presta servicios turísticos donde se posee la capacidad de realizar actividades de acampar en zonas capacitadas con este fin. Posee lugares de aseo y servicios que son compartidas para todos los integrantes y se ubicaran cerca de las tiendas de campaña. Los terrenos están debidamente acondicionados y perimetrados y se ofrecen actividades de recreación y descanso al aire libre. Brinda la facilidad de ofrecer herramientas para la preparación de alimentos, el confort al aire libre y una debida señalización de los perímetros y advertencias en todas las áreas (Ecuador, Ministerio de turismo, 2015).

**Casa de huéspedes.** – Se define como un establecimiento residencial de turismo que presta los servicios de hospedaje. En esta categoría se ofrece una vivienda donde reside la persona propietaria y este brinda la estadía de su domicilio a un tercero. Cuenta con habitaciones y servicios privados, donde se brinda alimentación y bebidas dependiendo del caso; en cuanto a este tipo de servicios, su capacidad limite será de entre dos hasta cuatro habitaciones, este modalidad de establecimientos no están calificados para ser creados en la provincia de Galápagos, solo pueden funcionar los ya existentes antes de la creación de esta definición (Ecuador, Ministerio de turismo, 2015)

#### **1.1.4. Categorías según la clasificación:**

Según lo mencionado por (Ecuador, Ministerio de turismo, 2015), es competencia privativa de la Autoridad Nacional de Turismo establecer a nivel nacional las categorías oficiales, según la clasificación de los establecimientos de alojamiento turístico y sus requisitos.

Las categorías de los establecimientos de alojamiento turístico según su clasificación son:

- Hotel: Su calificación es de 2 a 5 estrellas
- Hostal: Su calificación es de 1 a 3 estrellas

- Hostería-Lodge-Hacienda Turística: Sus calificaciones son de entre 3 a 5 estrellas
- Resort: Su calificación es de 4 a 5 estrellas
- Refugio: No posee calificación
- Campamento turístico: No posee calificación
- Casa de huéspedes: No posee calificación (Ecuador, Ministerio de turismo, 2015)

### **1.1.5. Tipos de habitación**

El Glamping en la actualidad no se encuentra normado por una ley de turismo, sin embargo, norma a los campamentos turísticos y a hoteles, siendo esta actividad una combinación de estos dos servicios podemos encontrar bajo la misma ordenanza los siguientes tipos de habitación según el Reglamento de Alojamiento Turístico (Ecuador, Ministerio de turismo, 2015), los cuales son:

Habitación individual o habitación simple: Habitación estándar destinada a la pernoctación y alojamiento turístico de una sola persona.

Habitación doble: Habitación estándar destinada a la pernoctación y alojamiento turístico de dos personas.

Habitación triple: Habitación estándar destinada a la pernoctación y alojamiento turístico de tres personas.

Habitación cuádruple: Habitación estándar destinada a la pernoctación y alojamiento turístico de cuatro personas. Este tipo de habitaciones están prohibidas en establecimientos de alojamiento turístico de cinco estrellas.

Habitación múltiple: Alojamiento de tipo estándar que tiene la finalidad de brindar estadía a un total de cinco personas, este tipo de habitaciones no está en el catálogo de ofrecimiento de hoteles cinco estrellas.

Habitación junior suite: Alojamiento que tiene un uso turístico el cual posee un ambiente adicional, presenta una buena vista de la ciudad o al interior de las instalaciones.

Habitación suite: Presta sus servicios como una habitación de alojamiento turístico compuesto de al menos un área adicional, y presenta ambientes separados como áreas de trabajo y de estar, entre otras.

## **1.2. Fundamentación teórica**

La actividad turística como la hotelera cuenta con definiciones profesionales las cuales se deben conocer para identificar la actividad de manera correcta.

### **1.2.1. Turismo**

La Organización Mundial del Turismo define el turismo como:

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. Esas personas se denominan viajeros «que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes» y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico. (Organización Mundial de Turismo, pág. 23)

Mientras Moragues (2006) en referencia a la actividad turística dice que es el desplazamiento corto y temporal de personas hacia destinos distintos a sus lugares de residencia o trabajo habitual, así como las acciones que realizan durante su estancia en el destino. Se incluyen los desplazamientos por cualquier motivación.

Existen una gran cantidad de modos y formas de realizar turismo, dependiendo de las necesidades y preferencias del turista, algunas modalidades de realizar esta actividad son las siguientes:

### **1.2.2. Turismo de naturaleza**

Quintana (2017) en su artículo "Turismo de Naturaleza un producto turístico sostenible", divide a los turistas que practican este tipo de actividad en dos segmentos: personas de mediana edad que va entre los 30 a 40 años, y el segundo grupo personas más jóvenes, es decir entre los 20 a 29 años. En los cuales se caracteriza su nivel de estudio y sus ingresos económicos, cuya motivación de viaje es el descanso y la diversión, incluyendo naturaleza y deportes, quienes por sus características suelen pernoctar en campings, residencias, casa de familiares o casas rurales.

### **1.2.3. Ecoturismo**

El ecoturismo se puede definir como el equilibrio que hay entre el placer que produce viajar y el cuidado y conocimiento de la naturaleza. Su principal objetivo es buscar la sostenibilidad, la participación y la preservación en actividades de turismo mientras se interactúa e intercambia con la comunidad local, desde un contexto social y medioambiental. Por otro lado, se forma un cuidado y se invierte en el desarrollo de zonas y regiones que tienen el potencial de brindar estos beneficios por muchos años (Vanegas, 2006).

#### **1.2.4. Oferta hotelera**

De acuerdo con González (2002), la industria hotelera debe realizarse teniendo en cuenta cuales son las características de la oferta y la demanda, así como su participación en la economía de los países por tratarse de uno de los sectores de mayor relevancia. Es considerada como oferta hotelera, todos aquellos establecimientos o negocios que prestan servicios de pernoctación, ya sea por corta o larga estancia y puedan o no tener servicios complementarios.

#### **1.2.5. Oferta turística**

Se define según Gómez y López como: “el conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo” (2002). Es decir, que la oferta turística es el conjunto de servicios o productos brindados en un determinado espacio físico considerados atractivos turísticos, los cuales permiten el disfrute y consumo de los mismos.

#### **1.2.6. Plan de negocios**

Según la investigación de Sánchez (2020), describe que debe existir un plan de negocios diseñado por la organización. El mismo debe estar al pendiente de todo lo que pasa alrededor de la misma, este se encargara de evaluar si se pueden lograr resultados planificados en el plan de estrategias. Para que suceda eso, el proyecto deberá tener detalladas y contempladas distintas variables que ayuden a cumplir con los objetivos propuestos.

De esta manera se define un plan de negocio como una herramienta en la cual se puede plantear un nuevo proyecto de retribución económica a corto o largo plazo. Según la magnitud del proyecto, el mismo dependerá del conjunto de servicios a brindar.

#### **1.2.7. El estudio de factibilidad**

El estudio de factibilidad permite comprobar en el proceso de cierre, el cumplimiento de los objetivos, obtención de resultados, su relación con el presupuesto planificado y el plazo con la calidad requerida por el cliente. La buena ejecución de estos pasos dará como resultado la recuperación de la inversión mediante un flujo de caja, siendo necesarios para llegar a una validación con el fin de obtener un pronóstico de su sostenibilidad durante el ciclo de vida de la inversión (Burneo, Victore, & Vérez, 2016).

Continuando con lo dicho por Burneo, Victore y Vérez (2016), este pronóstico puede ser variado en función del nivel de cumplimiento de la ejecución del proyecto, atendiendo a la calidad del mismo y con el consecuente ajuste del período de recuperación, el VAN y la TIR. Con estas herramientas se pueden analizar la estrategia del comportamiento de la inversión y

en cuál de los escenarios antes proyectados en el análisis de riesgos y sensibilidad se está moviendo la inversión, y a partir de ahí tomar las medidas pertinentes. Con este estudio se analizan las posibles desviaciones con respecto a lo proyectado, los excesos y los efectos producidos para realizar una nueva proyección con los nuevos sucesos y evaluar su posible comportamiento y sostenibilidad durante el ciclo de vida de la inversión.

#### **1.2.8. Alojamiento**

Según Gallego (2002) enseña que: Es la verdadera misión y propósito de los hoteles u hospedajes turísticos, como empresas de servicios que se dedican principalmente a ofrecer estancias para el descanso y reposo en diversas condiciones, según la categoría, situación y precio de los establecimientos.

Para Mestres (2003), se observan aquellos establecimientos que se dedican a proporcionar un servicio de alojamiento a personas, por un precio acordado. Por lo tanto, se indica que se encuentra al alcance de cualquier persona según su poder adquisitivo, con el fin de obtener descanso, el costo de este puede variar según la categoría del establecimiento, ubicación y servicios complementarios con los que cuente el mismo.

#### **1.2.9. Calificación y clasificación**

Al igual que la Ley Ecuatoriana de Turismo, el autor Blasco (2006) clasifica los establecimientos hoteleros de la siguiente manera:

- Alojamientos Hoteleros: Hoteles, Moteles Apartamentos y Pensiones.
- Alojamientos Extra Hoteleros: Camping, Apartamentos turísticos, Alojamientos rurales, Ciudades de vacaciones, Tiempo compartido.

Dicha clasificación se basa el tipo de servicio prestado, así como también la cantidad de habitaciones con la que cuente cada uno, esto puede variar según la ubicación del establecimiento.

#### **1.2.10. Camping**

Según la Real Academia Española de la Lengua (2005), hace referencia a la palabra camping como un campamento o a las actividades relacionadas, consistente en ir de acampada a un lugar al aire libre y en interacción con el medioambiente, realizando una instalación temporal de una tienda de campaña que se ubicara en un terreno abierto y al aire libre.

### 1.2.11. Glamping

El concepto de Glamping de Brochado y Pereira (2017), corresponde a la combinación de las palabras "glamour" y "camping", es un término emergente en el campamento que combina la comodidad con el contacto directo con la naturaleza, ésta nueva tendencia de alojamiento conjuga dos actividades diferentes que comprenden a la elegancia y la actividad de acampar, cuyo propósito es generar una experiencia turística distinta.

### 1.2.12. Tipos de glamping

Una de las páginas de información que posee todo acerca del Glamping es GlampingHub (2020), una plataforma virtual en la que el viajero puede encontrar opciones de hospedaje exclusivos en modalidad de Glamping, y donde se puede observar las siguientes modalidades:

Casas de árbol: Las casas de árbol son estructuras normalmente de madera que utilizan las formas del tronco y firmes ramas, se puede llegar a ellas por medio de escaleras o puentes colgantes.



Figura 2. Casa del árbol, Illinois (Estados Unidos)

Fuente: (Glamping Hub Inc. All rights reserved., 2020)

Yurtas: Tienda plegable, circular y con techo en forma de cúpula usada por los pueblos nómadas del norte de Mongolia.



Figura 3. Yurta, California (Estados Unidos)

Fuente: (Glamping Hub Inc. All rights reserved., 2020)

Tiendas Safari: La idea de tienda safari existe desde hace cientos de años. Reyes, nómadas, cazadores y turistas por igual han hecho buen uso de este tipo de alojamiento.



Figura 4. Tienda Safari, Utah (Estados Unidos)

Fuente: (Glamping Hub Inc. All rights reserved., 2020)

Autocaravana Vehículo: acondicionado para hacer vida en él, puede remolcado por un automóvil e instalarse en el lugar más conveniente y al gusto del aventurero.



Figura 5. Autocaravana, Georgia (Estados Unidos)

Fuente: (Glamping Hub Inc. All rights reserved., 2020)

Tipis: se asocian al El tipi, originario de los Nativos Americanos, el esqueleto de esta estructura la forman pilares de madera levantados en forma triangular y atada por arriba.



Figura 6. Tipi, Colorado (Estados Unidos)

Fuente: (Glamping Hub Inc. All rights reserved., 2020)



Casas Domo: Las casas domo son construcciones modernas en forma de cúpula. Se construyen con una variedad de materiales que incluyen madera, hierro y acero, o tecnologías de primera calidad, como telas de poliéster de alta resistencia.



Figura 7 Casa Domo, Nueva York (Estados Unidos)

Fuente: (Glamping Hub Inc. All rights reserved., 2020)

Pods ecológicos: Los pods son estructuras de madera, están construidas con materiales locales, naturales y reciclados.



Figura 8. Pods, South Island (New Zealand)

Fuente: (Glamping Hub Inc. All rights reserved., 2020)

Albergues: Establecimiento hotelero para estancias cortas, generalmente situado en un lugar de paso o estratégico. Los albergues dentro del glamping deben estar inmersos en la naturaleza.



Figura 9 Albergues, Massachusetts (Estados Unidos)

Fuente: (Glamping Hub Inc. All rights reserved., 2020)

Cuevas: Espacio natural bajo tierra que permiten a los glampers trasladarse a un tiempo donde las cosas eran más sencillas.



Figura 10. Cueva, Basilicata (Italia)

Fuente: (Glamping Hub Inc. All rights reserved., 2020)

Graneros: Originalmente: los graneros se construían como edificios agrícolas en granjas tanto de cultivo como de ganado. Estos graneros han sido restaurados para convertirse en acogedores y lujosos alojamientos.



Figura 11. Granero, Montana (Estados Unidos)

Fuente: (Glamping Hub Inc. All rights reserved., 2020)

Mini Casa: Adoptadas en la actualidad no solo como habitaciones sino también como viviendas tomando el nombre de tiny house.



Figura 12 Mini Casa, Woodbourne (Estados Unidos)

Fuente: (Glamping Hub Inc. All rights reserved., 2020)

Bungalows: Es mucho más que una casa de madera en la naturaleza, es un alojamiento único rodeado de paisajes increíbles, con un interior que puede ser conservador y elegante o

totalmente ecléctico: muebles hechos a mano, chimeneas, aseos modernos y estructuras coloridas.



Figura 13 Bungalows, Washington (Estados Unidos)

Fuente: (Glamping Hub Inc. All rights reserved., 2020)

### **1.2.13. Innovaciones hoteleras**

Según la investigación de Hinojosa (2018), menciona que, entre las nuevas estructuras hoteleras, se encuentran hospedajes con formas de burbujas, en los cuales se puede contemplar el cielo a través de su techo y paredes de cristal, estas habitaciones se encuentran en lugares aislados del ruido y contaminación lumínica. También están los hoteles heritage cuyo fin es conservar el legado patrimonial, artístico y cultural.

No se puede dejar de lado aquellos establecimientos con temática Bar-Biblioteca, como su nombre lo indica es un espacio book bar en el cual se encuentran amplias colecciones de libros, acompañados por un servicio vanguardista, donde se disfruta una agradable experiencia de lectura (Hinojosa, 2018).

### **1.2.14. Tendencias tecnológicas**

En el artículo de Vargas (2018) con respecto a las tendencias tecnológicas, habla sobre Mike Croucher, arquitecto en jefe de Travelport, en su presentación LIVE Europe y redactado por el diario hosteltur explica que, los viajeros actuales basan sus experiencias desde el momento en que reservan, esto se debe a que el medio hotelero existe una gran cantidad de competencia, y se debe llamar la atención desde el primer contacto con el cliente. Las tecnologías del futuro ya se aplican al presente, entre las cinco más destacadas expuestas por Mike Croucher están:

Internet of things (IOT) - Se relaciona con la interconexión de dispositivos móviles y tecnológicos mediante internet, el cual hoy en día permite desde hacer reservas, pagos en línea, pedidos de alimentos a domicilio hasta el poder encender o apagar las luces de una habitación o ver el estado actual de un vuelo.

Mobile. - Según la organización de operadores móviles GSMA (Global System Mobil Association), más de dos tercios de la población mundial se encuentra ya conectada mediante un dispositivo móvil, tornándose en un implemento casi indispensable para el ser humano y más aún para el viajero, permitiendo una comunicación continua y brindando constantemente ofertas que se adapten a sus preferencias y ubicación.

Inteligencia Artificial (IA). - Esta permite desbloquear información basándose en experiencias y búsquedas pasadas del viajero, es decir, la inteligencia artificial le ofrece opciones según sus gustos, preferencias y necesidades determinadas por patrones de búsquedas.

Big Data - La inteligencia de datos y especialmente en gran escala ha tenido un crecimiento de un 90% en los últimos dos años informa IBM, esto permite analizar el comportamiento del usuario mediante patrones repetitivos de comportamiento, para esto se necesita de aplicaciones especializadas en leer estos datos y mostrarlos como sugerencia al visitante, herramienta que le facilita al ofertante de servicios darse a conocer.

Cloud computing – En su traducción al español, computación en la nube. Esta herramienta no solo permite al usuario guardar información importante en un medio digital abstracto, sino que también, permite a las empresas ofertantes de diferentes servicios el poder calcular grandes cantidades en datos, de una forma rápida, económica y de baja demanda.

Internet Distribution Systems (IDS) - Este término es generalmente usado expresamente para la distribución de hoteles vía internet, extranet y otros servicios online. Su distribución se efectúa mediante un tercero, es conocido también con el sinónimo de ADS (Alternative Distributions System).

Bajo las características tecnológicas anteriormente mencionadas se pueden destacar el auge de dos aplicaciones móviles consideradas disruptivas, Airbnb y Uber. En el caso de la primera permite a los usuarios realizar reservas en hoteles temporales, siendo estas casas o departamentos rentados de manera temporal, permitiendo al viajero tener un alojamiento más cercano a las actividades que vaya a realizar en su lugar de destino. Por otro lado, Uber se encarga de ofrecer transporte de mayor seguridad y/o servicio al que regularmente el destino ofrece, sin embargo, no es lo único que al momento ofrece esta aplicación pues también brinda la oportunidad de llevar la comida de su preferencia al lugar que lo solicite.

En ambos casos le permiten al viajero planificar sus viajes con mayor flexibilidad, aprovechando su tiempo y sobre todo ofrece variedad de costos en sus servicios.

#### **1.2.15. Análisis del entorno**

De acuerdo con Weinberger (2009) el conocimiento y estudio del ambiente es la base fundamental de cualquier negocio donde se podrán descubrir oportunidades e ideas para ser empleadas. Por otra parte, reconoce las amenazas que dificultarían su ingreso al mercado o la necesidad de cambiar el rumbo de la empresa. Cuando se hace un análisis del entorno, por lo general se estudian los factores: económicos, sociales, políticos y legales, tecnológicos y ambientales. En el caso de empresas exportadoras es indispensable estudiar los efectos de estos factores en todos los países involucrados, el análisis del entorno se debe hacer pensando en: ¿Cuáles son las variables que podrían representar una oportunidad o una amenaza para la nueva empresa o unidad de negocio?

Según Martínez (2012), el conocimiento del entorno es prioritario para poder predecir y estar preparado en cuestión de acontecimientos que pueden suceder esporádicamente. El éxito o supervivencia de la organización dependerá del hecho de estas predicciones mediante la vigilancia del entorno.

Como mencionan los autores el análisis del entorno es un proceso en el cual una empresa es capaz de identificar los factores estratégicos del mismo, y poder diferenciar entre amenazas y oportunidades para la toma de decisiones.

## CAPÍTULO II

### 2. METODOLOGÍAS DE INVESTIGACIÓN DE DISEÑO DE PROYECTOS

Para realizar un proyecto investigativo, la metodología nos permite identificar la modalidad y las técnicas que se requieren para la recolección de información, y en virtud de la naturaleza son de carácter cualitativo y cuantitativo.

Según Render (2006), el método cuantitativo cuenta con un enfoque científico y muy administrativo, el cual permite la toma de decisiones; sin embargo, depende de factores cualitativos como lo son las legislaciones legales. Por ese motivo, el método cuantitativo consiste en definir un problema y para su solución necesarios para recopilar datos mediante reportes, documentos, entrevistas, muestreo estadístico. De esta manera se planteará la solución del problema previamente establecido y se procederá a comprobar dicha solución.

Siguiendo con lo publicado por Render (2006), el método cuantitativo sugiere modelos físicos, a escala, esquemático y matemático, cada uno se basa en aspectos según su propio nombre lo indica. Algunos tipos son los siguientes:

Modelo matemático: Representa la realidad de forma precisa, proporcionando perspectivas e información para conocer el efecto que generan los cambios en ingresos versus ganancias, ahorrando tiempo en la toma de decisiones y resolución del problema, generando un punto de equilibrio y más ganancia.

Modelo físico: Son empleados principalmente por arquitectos, partiendo del diseño de la edificación a construir para desarrollar sus presentes proyectos, o la solución de posibles inconvenientes futuros; mientras tanto, los ingenieros desarrollan a escala el modelo de su maquinaria llamándolos plan piloto, comprobando así la efectividad del mismo.

Modelo esquemático: Parte desde una gráfica de la realidad explicando desde el funcionamiento de un automóvil, una podadora, entre otros aparatos y fenómenos.

Para Williams, Anderson, Sweeney, Camm y Martin (2011), explican que el método cuantitativo es útil especialmente para problemas grandes y complejos, basándose en los problemas de la ciencia de la administración. Sus modelos establecidos se definen como:

- **Modelo icónico:** Conocido como replicas físicas, es decir representaciones.
- **Modelo análogo:** Aquel que tiene la misma forma física pero no la misma apariencia del objeto modelado.

- **Modelo matemático:** Parte fundamental de todo método cuantitativo, representado por expresiones matemáticas, determinando utilidad o ganancia para facilitar la toma de decisiones.
- **Modelo estocástico o probabilístico:** Cuando el insumo incontrolable es incierto y sus datos pueden variar, convirtiéndose en probabilidades.
- **Modelo determinista:** Se refieren a aquellos datos incontrolables que no pueden variar y que son conocidos por el investigador.
- **Modelo de costos e ingresos:** Utilizado para la elaboración de un producto, el mismo cuenta en sí con subprocesos abarcando otros métodos, como de costos y volumen, enfocado directamente a la elaboración de productos determinando su costo de producción fija y su ganancia a la venta por volumen. Otro sub modelo es de ingresos y volumen, el cual determina la cantidad de ingresos que generan las ventas según su volumen; sin embargo, también describe el modelo de utilidades y volumen que permite identificar la ganancia obtenida por el volumen de ventas, para éstos también describe un método práctico de inventarios, llevando así el registro de producción.
- **Modelo determinista:** Son decisiones acertadas, sin errores las mismas que generan buenos resultados y en base a éstos son evaluados.
- **Modelo probabilístico:** En este modelo los resultados son inciertos pues el decisor debe velar tanto por el valor del resultado, como la magnitud del riesgo.
- **Modelo analítico:** Esto implica convertir el problema en datos matemáticos que permitan calcular y comparar resultados con diferentes situaciones, aplicadas para planificaciones administrativas (Williams, Anderson, Sweeney, Camm, & Martin, 2011)

Adicional a esto Williams, Anderson, Sweeney, Camm y Martin (2011), presentan unos cuadros comparativos de las metodologías con respecto a los modelos y aplicación de los métodos, como se aprecian a continuación:



Tabla 3. Comparativo metodológico.

COMPARATIVO METODOLÓGICO		
Según Barry Render	Según David Anderson	Según Amaya
Modelo físico	Modelo icónico físico	
En ambos casos parten de la representación física de un objeto con el fin de determinar problemáticas.		
Modelo matemático	Modelo matemático	Modelo analítico
Pese a la diferenciación de nombre dado por Amaya este modelo es óptimo para la toma de decisiones administrativas, basándose en el análisis de la recopilación de datos.		
Modelo escala	Modelo análogo	
Aunque descritos con otro nombre tienen su misma función la cual es la representación de un objeto en diferente forma o tamaño permitiendo comprobar la funcionalidad del mismo.		
Modelo esquemático	Modelo determinista	Modelo determinista
Estos modelos no cuentan con la característica de cambio, es decir explican la funcionalidad de algo ya existente.		
	Modelo estocástico o probabilístico	Modelo probabilístico
	Como su nombre lo indica se basa en datos variables, los mismos que pueden cambiar según afectaciones en el medio convirtiéndose así en una probabilidad midiendo el valor del resultado y riesgo.	
	Modelo costo ingresos	
	Este modelo permite llevar el registro de costos de producción, ingresos por venta y su utilidad neta.	

Elaborado por: Williams, Anderson, Sweeney, Camm y Martin (2011).

Tabla 4. Aplicabilidad de métodos.

APLICABILIDAD DE MÉTODOS	Barry Render	David Anderson	Amaya
Modelo físico	X	X	
Modelo analítico	X	X	X
Modelo matemático	X	X	X
Modelo análogo	X	X	
Modelo escala	X	X	
Modelo esquemático	X	X	X
Modelo determinista	X	X	X
Modelo estocástico o probabilístico		X	X
Modelo costo ingresos		X	

Elaborado por: Williams, Anderson, Sweeney, Camm y Martin (2011).

Como se observa en el cuadro anterior, Barry Render menciona cuatro modelos cuantitativos para los negocios mientras que David Anderson menciona seis llevando la metodología un poco más detallada y enfocada a la elaboración de productos, existiendo coincidencias en su fundamentación y habiendo descrito la metodología investigativa y sus métodos cuantitativos para los negocios. Se puede establecer que para el presente proyecto se basa en una investigación estrictamente cuantitativa, utilizando tres de los seis modelos descritos por Anderson siendo los siguientes:

- **Modelo físico:** el cual parte de la presentación de un producto permitiendo la toma de decisiones ante las problemáticas que éste presente para lo cual nos apoyaremos en el modelo matemático para recopilación de datos determinando las preferencias de los turistas.
- **Modelo matemático:** el mismo que permite puntualizar y comprender la información, acontecimientos y hechos importantes de manera secuencial y con ayuda de datos estadísticos obtenidos en el lugar a desarrollarse el proyecto, con la finalidad de obtener una directriz real para la ejecución del mismo esto quiere decir que nos apoyaremos en encuestas, datos demográficos y demás.
- **Modelo de costos de ingresos:** el cual nos permitirá identificar los costos fijos y variables del proyecto para así poder determinar el tiempo de recuperación de la inversión el cual nos demostrará si el proyecto es factible para su implementación o no.

Tabla 5. Aplicabilidad de métodos

<b>Metodología David Anderson</b>	<b>Estrategias</b>	<b>Aplicabilidad</b>
<b>Modelo icónico físico</b>	* Por condición de Semejanza	Si aplica
El cual parte de la presentación de un producto permitiendo la toma de decisiones ante las problemáticas que éste presente para lo cual nos apoyaremos en el modelo matemático para recopilación de datos determinando las preferencias de los turistas.	Identificación del tipo producto	Si aplica
	Macro localización	
	Micro Localización	
	*Por el sistema representado	
	Marca y logo	
El cual parte de la presentación de un producto permitiendo la toma de decisiones ante las problemáticas que éste presente para lo cual nos apoyaremos en el modelo matemático para recopilación de datos determinando las preferencias de los turistas.	Distribución de habitaciones	Si aplica
	*Por la facilidad del escalamiento de la respuesta del modelo al prototipo	
	Estudio De Mercado	

<b>Modelo matemático</b>		Si aplica
El mismo que permite puntualizar y comprender la información, acontecimientos y hechos importantes de manera secuencial y con ayuda de datos estadísticos obtenidos en el lugar a desarrollarse el proyecto, con la finalidad de obtener una directriz real para la ejecución del mismo esto quiere decir que nos apoyaremos en encuestas, datos demográficos y demás.	*Estudio de mercado	Si aplica
	*Segmentación del mercado	Si aplica
	*Aspectos Económicos	Si aplica
	*Población en edad de trabajar (PET)	Si aplica
	*Población económicamente activa (PEA)	Si aplica
	*Encuesta	
	*Tamaño del Universo.	
<b>Modelo costo ingresos</b>	*Valoración financiera	Si aplica
El cual nos permitirá identificar los costos fijos y variables del proyecto para así poder determinar el tiempo de recuperación de la inversión el cual nos demostrará si el proyecto es factible para su implementación o no.	Presupuesto de inversión	
	Presupuesto de Ventas	
	Presupuesto de gastos	
	Estado de Resultados	
	Flujo de efectivo	
	Financiamiento	
	Punto de Equilibrio	
	Valor Actual Neto (V.A.N)	
Tasa Interna de Retorno (TIR)		

Elaborado por: Williams, Anderson, Sweeney, Camm y Martin (2011).

## 2.1. Desarrollo del modelo físico

Estos modelos según Williams, Anderson, Sweeney, Camm y Martin (2011), permiten una clasificación dependiendo de varios parámetros, dependiendo de sus características especiales, como sus estructuras, función, del comportamiento de sus materiales y de los fenómenos físicos en estudio, entre los que están:

### 2.1.1. Por la condición de semejanza

- Semejanza Geométrica: El caso más simple de las semejanzas de fenómenos, es la semejanza geométrica, el caso de este tipo de concomitancia sucede cuando dos figuras poseen concordancias de geometrías semejantes, volviéndose proporcionales. Estos casos siempre ocurren cuando existe relación entre dimensiones lineales.
- En este caso las habitaciones de Glamping coincidirán relativamente con respecto a otras estructuras y diseños ya empleados en distintos lugares, siendo que el tipo de servicio de hospedaje ya está determinado.

- Semejanza cinemática: Son proporcionales que deben tener una orientación y velocidad definida, siendo esta utilizada para cuerpos en movimiento bajo una corriente libre de aire.
- Semejanza dinámica: Da a lugar a la proporcionalidad de las magnitudes y fenómenos físicos.

Para lo cual se determina la macro localización del proyecto, siendo esta la ubicación general de donde se realizará el mismo; es decir, la zona donde se instalará la empresa o negocio. Esta localización tiene por objeto analizar diferentes lugares posibles para ubicar el proyecto, determinando la zona más factible para obtener la máxima ganancia.

Mientras que la micro localización tiene como propósito seleccionar una comunidad y el lugar exacto para el desarrollo del proyecto a implementar. Con esta se podrá elegir el punto preciso dentro de la macro zona.

Para esta se debe tomar varios aspectos importantes como:

- La localización: urbana, suburbana o rural.
- Disponibilidad de servicios.
- Acondicionamiento de vías urbanas y carreteras.
- Servicio de recolección de residuos y basura común.
- Tamaño del sitio (forma, características topográficas, condiciones del suelo).

### **2.1.2. Por el sistema representado**

Un modelo de sistema completo es aquel en el que se representa la totalidad de la estructura del prototipo de una edificación. La finalidad de desarrollar prototipos de construcción se puede observar en la distribución de las habitaciones en el terreno, así como en la distribución interna de la residencia.

#### **Diseño arquitectónico**

Es la representación a escala, ya sea gráfica o física de ideas que generan propuestas estructurales y formas decorativas para futuras construcciones. La investigación propondrá ofertas de construcción y al mismo tiempo determinará su valor de inversión.

### **2.1.3. Por la facilidad del escalamiento de la respuesta del modelo al prototipo**

Existen dos tipos de modelos, entre ellos: el modelo directo el cual debe cumplir con las exigencias de la semejanza geométrica y del fenómeno físico, y el modelo indirecto, el cual no cumple con las exigencias de la semejanza sino más bien establece analogías o introduce modificaciones.

En la presente investigación se utilizarán los dos tipos de prototipos, el modelo directo para la semejanza exterior, mientras que el modelo indirecto se utilizará en la distribución interna, la misma que está sujeta a gusto del inversionista.

#### **2.1.4. Estudio de mercado**

Es la recolección y análisis de datos que realiza una empresa cuando pretende estudiar y conocer una actividad económica en concreto, de la misma manera, determinar su posicionamiento en la industria con respecto a sus competidores, con el fin de implementar estrategias de negocio.

### **2.2. Desarrollo del modelo matemático**

Según Williams, Anderson, Sweeney, Camm y Martin (2011), es el modelo que permite puntualizar y comprender la información, acontecimientos y hechos importantes de manera secuencial y con ayuda de datos estadísticos obtenidos en el lugar a desarrollarse el proyecto. Esto traerá como finalidad la obtención de una directriz real para la ejecución del mismo, apoyándose en encuestas, datos demográficos y demás.

#### **2.2.1. Segmentación del mercado**

Esta estrategia es utilizada a menudo por empresas pequeñas, la misma busca simplificar el mercado dividiéndolo en pequeños grupos que concuerden con características comunes; de esta manera, centrar el esfuerzo y trabajo a un grupo menor y más homogéneo, lo que permite reducir costos llegando al demandante con una oferta más específica. La satisfacción de las necesidades representara una ventaja competitiva para dicho segmento determinado.

#### **2.2.2. Aspectos económicos**

La presente investigación tomará en cuenta aquellos aspectos económicos relevantes para el desarrollo del mismo, por lo que, al ser una ciencia social, se identificará los recursos disponibles para satisfacer las necesidades humanas, así como también el comportamiento y las acciones de los seres humanos.

El propósito de la economía es mejorar la condición de vida y la sociedad, para lo cual se estudia el proceso de producción de bienes y servicios. El comportamiento del sector financiero, oferta y demanda, junto a las consecuencias de la intervención del Estado sobre la sociedad.

### **2.2.3. Encuesta**

Es el conjunto de preguntas diseñadas y pensadas principalmente para conocer gustos o necesidades de una muestra de población previamente determinada, las mismas serán funcionales al trabajo o investigación realizada para proceder.

### **2.3. Desarrollo del modelo de costos**

Permitirá identificar los costos fijos y variables del proyecto para así poder determinar el tiempo de recuperación de la inversión, esto demostrará si el proyecto es factible para su implementación

#### **2.3.1. Valoración financiera**

La valoración financiera de una empresa es el proceso mediante el que se busca cuantificar los elementos que constituyen su patrimonio y actividad, lo cual permite conocer de manera más detallada los movimientos contables que tiene dicha entidad, teniendo identificado cuáles son sus ingresos y egresos para determinar estrategias que permitan a la empresa mantenerse en el mercado siendo esta perdurable en el tiempo.



La Estancia se encuentra ubicada en la provincia de Pichinca la cual ocupa parte de la zona nueve del territorio Ecuatoriano, siendo una de las provincias con mayor territorio y población (Ecuador Noticias, 2015).

### 3.1.2. Micro localización

Descrito como el punto determinado dentro de la macro zona donde se desarrollará el proyecto investigativo, su objetivo es realizar un estudio minucioso del área, describiendo las facilidades con las que se cuenta para la implementación del proyecto, para de esta manera poder identificar las carencias de la zona, para esto se puede tomar en cuenta factores como clientes y proveedores (De Dios, 2012).

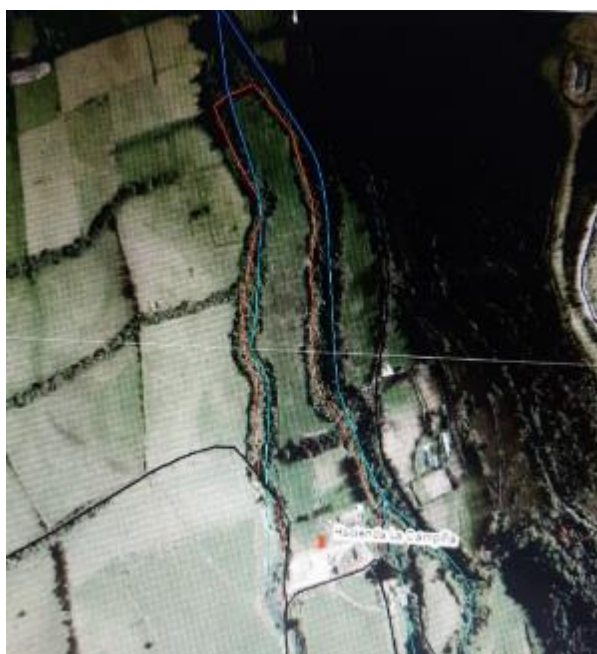


Figura 15. Micro Localización de La Estancia de la Campiña

Fuente: Google Maps (2020)

La propuesta de implementar servicio de Glamping se da en la Estancia de la Campiña, la cual cuenta con 5 hectáreas de terreno, donde actualmente se brinda servicio de restaurante, camping y actividades turísticas. La idea de implementar Glamping es brindar una experiencia diferente de descanso con mayor interacción ecológica dentro de las mismas instalaciones. Su dirección se ubica en la Parroquia de Nono, vía a la Campiña sobre el Barrio la Curva, Pichincha.



### 3.1.3. Medio ambiente

La zona se encuentra altamente preservada debido al poco aprovechamiento de sus recursos naturales y también a la escasa cantidad de habitantes con la que cuenta la parroquia, la misma que con el paso de los años va decreciendo.

#### Servicios básicos

La estancia cuenta con todos los servicios básicos, es decir que los visitantes podrán disfrutar de la naturaleza con todos los beneficios que brinda la ciudad.

#### Competencia

Al momento en las zonas aledañas de la parroquia de Nono no existe un hospedaje con modalidad alternativa como lo es el Glamping, por lo que no existe una competencia directa.

#### Proveedores

Son todos aquellos entes que proporcionan un bien o servicio, en el caso del presente proyecto, ofertantes de materia prima para construcción de las habitaciones, talento humano para el levantamiento de la obra, adicional a esto aquellos proveedores de alimentos para su cocción.

### 3.1.4. Límites del área de estudio

La estancia la campiña ubicado en la provincia de Pichincha, cantón Quito en la parroquia Nono.

### 3.1.5. Identificación del tipo producto

La Estancia de la Campiña ya cuenta con servicios como restaurante, cabalgata, camping al aire libre y canchas deportivas.



Figura 16. Actividades que se pueden realizar en la zona

Fuente: (Rodríguez J. A., 2019)



Figura 17. Instalaciones de la Estancia de la Campiña

Fuente: (Rodríguez J. A., 2019)



Figura 18. Zona del Restaurante Estancia de la Campiña

Fuente: (Rodríguez J. A., 2019)



Figura 19. Zona de camping Estancia de la Campiña

Fuente: (Rodríguez J. A., 2019)



Figura 20 Zona verde Estancia de la Campiña

Fuente: (Rodríguez J. A., 2019)

### 3.1.6. Identificación del tipo glamping

Considerando el clima frío de la zona y la ubicación de la estancia se propone para el desarrollo de la investigación tomar en cuenta los siguientes tipos de Glamping:



Figura 21 Pods ecológicos

Fuente: (Glamping Hub Inc. All rights reserved., 2020)



Figura 22 Mini casa

Fuente: (Glamping Hub Inc. All rights reserved., 2020)



Figura 23 Bungalows

Fuente: (Glamping Hub Inc. All rights reserved., 2020)



Figura 24 Casa Domo

Fuente: (Glamping Hub Inc. All rights reserved., 2020)



Figura 25 Casa del Árbol

Fuente: (Glamping Hub Inc. All rights reserved., 2020)

### **3.2. Modelo matemático**

parte fundamental de todo método cuantitativo, representado por expresiones matemáticas, determinando utilidad o ganancia para facilitar la toma de decisiones.

#### **3.2.1. Estudio de mercado**

El presente capítulo se enfoca en la determinación del tipo de glamping a ofertar según las necesidades de los demandantes, en este caso son los visitantes de la parroquia San Miguel de Nono, permitiendo innovar el servicio de hospedaje en la zona, determinando la causa y efecto del proyecto, analizando los hábitos del consumidor a quien estará dirigido el producto, en base a datos cualitativos y cuantitativos.

La American Marketing Association (AMA) la define al estudio de mercado como: La recopilación sistemática, el registro y el análisis de los datos acerca de los problemas relacionados con el mercado de bienes y servicio.

Es decir, la recopilación y análisis de datos para conocer las necesidades del cliente, para de esta manera establecer precios, productos, incluso si el lugar donde se pretende establecer el proyecto es o no viable.

#### **3.2.2. Objetivos del estudio de mercado**

##### **Objetivo general**

Demostrar la viabilidad económica y operativa de la implementación del proyecto.

##### **Objetivos específicos**

Determinar mediante el estudio de mercado la aceptación de Glamping.

Establecer la viabilidad técnica, operativa, legal y administrativa de llevar a cabo el proyecto.

Conocer la factibilidad económica y financiera del proyecto.

#### **3.2.3. Análisis de la demanda**

La demanda proviene de la necesidad con la que cuenta un consumidor, sin embargo, esta puede variar según el producto en un corto y largo plazo

Fuente: Pindyck, R. S., Rubinfeld, D. L., & Rabasco, E. (2013). *Microeconomía*. Pearson Italia.

### 3.2.4. Análisis de la oferta

Son aquellos bienes o servicios pues a la disposición del consumidor en muchos casos con reducción del costo en comparación a la competencia, la oferta también tiene una elasticidad según el plazo, es decir, corto o largo plazo.

Fuente: Pindyck, R. S., Rubinfeld, D. L., & Rabasco, E. (2013). *Microeconomía*. Pearson Italia.

### 3.2.5. Clientes

Tomando en consideración que un cliente es toda aquella persona o entidad pública o privada la cual recibe un bien o servicio ofertado, para el desarrollo de este proyecto nuestro nicho de mercado se enfoca en aquellas personas económicamente activas que buscan un servicio diferenciado en hospedaje generando en ellos una experiencia única, para lo cual la presente investigación se enfoca en la realización de un estudio de factibilidad para la implementación de glamping en el sector de Nono.

### 3.2.6. Segmentación del mercado

Para obtener mejores resultados en la investigación segmentaremos el mercado identificando nuestros posibles clientes.

#### Segmentación geográfica

Los visitantes principalmente serán de la provincia de Pichincha y extranjeros.

#### Segmentación demográfica

Según el censo poblacional del año 2010 el cantón Quito cuenta con 2.239.191 habitantes de los cuales 1.609.418 se encuentran en el área urbana, 305.491 en el área rural y 9.115 en zonas dispersas:

Tabla 6. Población por parroquias según sexo

Nombre de parroquia	Población	Superficie de la parroquia (km <sup>2</sup> )	Densidad Poblacional
Quito	1,619,146	372.39	4,347.98
Alangasi	24,251	29.43	824.02
Amaguaña	31,106	56.30	552.50
Atahualpa	1,901	70.18	27.09
Calacali	3,895	190.22	20.48
Calderon	152,242	78.89	1,929.80

Conocoto	82,072	38.63	2,124.57
Cumbaya	31,463	21.12	1,489.73
Chavezpamba	801	12.31	65.07
Checa (chilpa)	8,980	89.56	100.27
El quinche	16,056	74.69	214.97
Gualea	2,025	120.86	16.75
Guangopolo	3,059	10.19	300.20
Guayllabamba	16,213	55.44	292.44
La merced	8,394	31.71	264.71
Llano chico	10,673	7.90	1,351.01
Lloa	1,494	539.97	2.77
Nanegal	2,636	245.77	10.73
Nanegalito	3,026	124.67	24.27
Nayon	15,635	16.11	970.52
Nono	1,732	214.28	8.08
Pacto	4,798	347.16	13.82
Perucho	789	9.80	80.51
Pifo	16,645	254.24	65.47
Pintag	17,930	490.49	36.56
Pomasqui	28,910	23.59	1,225.52
Puellaro	5,488	70.93	77.37
Puembo	13,593	31.77	427.86
San antonio	32,357	111.41	290.43
San jose de minas	7,243	308.00	23.52
Tababela	2,823	25.33	111.45
Tumbaco	49,944	65.25	765.43
Yaruqui	17,854	71.95	248.14
Zambiza	4,017	7.41	542.11

Fuente: censo de población y vivienda (cpv 2010). instituto nacional de estadística y censos.

Elaborado por unidad de procesamiento (up) de dirección de estudios analíticos estadísticos (desae) - e. encalada

Sin embargo, en la actualidad Quito es la ciudad más poblada del país debido a la reciente llegada de extranjeros procedentes principalmente de Venezuela por dicho motivo la proyección poblacional elaborada por el INEC indica que para el año 2019 la población sería de 2.735.987 existiendo un crecimiento notable en la población.

#### **Segmentación económica**

El presente proyecto va dirigido a personas con nivel económico medio, medio-alto y alto que puedan costear una noche con todos los servicios incluidos brindados por la estancia.

#### **Segmentación psicográfica**

Los visitantes serán personas con alto grado de riesgo a vivir nuevas experiencias, interesados en realizar actividades al aire libre manteniendo contacto con la naturaleza sin sacrificar su comodidad.

#### **Segmentación conductual**

Personas con espíritu explorador y naturalistas que disfruten del descanso lejos del ruido las grandes ciudades en sus tiempos libre, vacaciones o feriados.

### **3.2.7. Aspectos económicos**

En la presente investigación se tomará en cuenta los aspectos económicos del país teniendo en cuenta la población económicamente activa y la población en edad de trabajar.

#### **Población en edad de trabajar (PET)**

A marzo del año 2019 la población en edad a trabajar en el país corresponde al 71.1% lo que significa que el país cuenta con mayor porcentaje de población productiva siendo el 28.9% personas menores de edad entre niños y adolescentes.

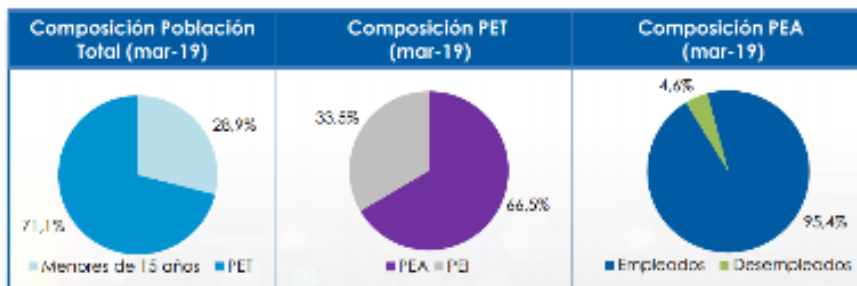
#### **Población económicamente activa (PEA)**

La PEA en el cantón Quito corresponde a un 66.5% mientras que el 33.5% corresponde a la población económicamente inactiva, lo que representa una alta tasa de desempleo en el país siendo esto perjudicial para el desarrollo económico del sector.



En marzo 2019 a nivel nacional se tiene que:

- De la población total, el 71,1% está en edad de trabajar.
- El 66,5% de la población en edad de trabajar se encuentra económicamente activa.
- De la población económicamente activa, el 95,4% son personas con empleo\*.



PEI= Población en edad de trabajar; PEA= Población económicamente activa; PEI= Población económicamente inactiva  
\*La categoría de empleo incluye a todas las personas ocupadas: asalariados, independientes y no remunerados.

ENERO-MARZO 2019

Fuente: Instituto nacional de estadística y censos (Ecuador, Instituto nacional de estadística y censos., 2019) .

### 3.2.8. Encuesta

La presente investigación se apoyará en una encuesta la que nos permitirá definir el producto y sus características, la misma que contiene el siguiente formato:



La presente encuesta tiene la finalidad de conocer la aceptabilidad de la implementación de camping de lujo dentro de las instalaciones de la Estancia la campiña ubicada en la parroquia de Nono.

**Rango de Edad:** 18-25\_\_\_ 26-35\_\_\_ 36-46\_\_\_ +46 \_\_\_

**¿Nacionalidad ecuatoriana?** SI \_\_\_ NO \_\_\_

**¿Ha visitado la parroquia de Nono?** SI \_\_\_ NO \_\_\_

**¿Cada que tiempo practica turismo de naturaleza?**

Semanal\_\_\_ Quincenal\_\_\_ Mensual\_\_\_

**¿Qué tipo de material le gustaría que contenga la construcción de la habitación?**

Madera \_\_\_ Cemento\_\_\_ Policarbonato\_\_\_ Mixtas\_\_\_

**¿Qué aspectos influyen en su decisión de compra?**

Diseño\_\_\_ Calidad\_\_\_ Precio\_\_\_ Servicio\_\_\_

**Cuando adquiere un servicio de hospedaje, ¿Cuál es el tiempo de estadía?**

De 1 a 2 noches\_\_\_ De 3 a 5 noches\_\_\_ Más de 5 noches\_\_\_

**Tomando en consideración el tipo de hospedaje a ofrecer indique los servicios complementarios que considera importantes dentro de su habitación.**

TV \_\_\_\_ Calefacción \_\_\_\_ Acceso a Internet \_\_\_\_ Servicios higiénicos \_\_\_\_

Otros (Indique cual) \_\_\_\_\_

**¿En cuál de los siguientes tipos de construcción le gustaría hospedarse?**

Pods

ecológicos.....



Casas domo.....



Bungalow.....



Casas de árbol....



Mini casa.....



**¿Está usted familiarizado con el término Glamping?**

SI \_\_\_\_ NO \_\_\_\_

Glamping, una combinación de las palabras "glamour" y "camping", es un concepto emergente en el campamento que combina la comodidad con el contacto directo con la naturaleza. Brochado, A., & Pereira, C. (2017).

**En una escala de 1 al 5 que tan interesante considera usted esta nueva alternativa de hospedaje.**

nada interesante      1\_\_    2\_\_    3\_\_    4\_\_    5\_\_ muy interesante.

**De las siguientes características, ¿Cuál le es más atractiva al momento de escoger hospedarse en glamping?**

Infraestructura sustentable \_\_\_\_

Innovación \_\_\_\_

Su contacto con la naturaleza \_\_\_\_

**¿Cuánto está dispuesto a invertir por noche que incluya camping de lujo y alimentación?**

\$40 - \$80 \_\_\_\_ \$81 - \$100 \_\_\_\_ \$101 - \$140 \_\_\_\_ +\$140 \_\_\_\_

**¿Atraves de qué medio le gustaría recibir información sobre ofertas de hospedaje?**

Correo electrónico\_\_ Correo postal\_\_ Redes Sociales\_\_ Telefonía Móvil\_\_

### 3.2.9. Tamaño del universo.

Para la aplicación de la encuesta se toma como referencia la llegada de turistas al Distrito metropolitano de Quito vía terrestre.

Tabla 7 Llegada De Turistas Al Distrito Metropolitano De Quito

Ciudad	Llegada de turistas vía terrestre
Quito	478,129

Fuente: Quito Turismo (Quito Turismo, 2019)

Recopilado de: Sistema Institucional de Indicadores Turísticos 2016-2017-2018-2019

### 3.2.10. Tamaño de la muestra.

Siendo una parte del todo o universo a ser investigado, de los cuales se pretende obtener conclusiones útiles para el desarrollo de la investigación en curso.

A continuación, se detalla la fórmula a utilizar:

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

#### Dónde:

**n** = Incógnita.

**Z** = Nivel de confianza 95%

**P** = Probabilidad de éxito 5%

**Q** = Probabilidad de fracaso 5%

**d** = Margen de Error estimado 5%

**N** = Universo / Población 478,129

### 3.2.11. Aplicación de la fórmula

El número de encuestas a realizarse para el estudio de factibilidad es de 384 encuestas.

A continuación, la representación de los valores representados en la fórmula.

Tabla 8 Representación fórmula de muestreo

PARAMETRO	VALOR
N	478,129.00
Z	1.96
P	0.50
Q	0.50
E	0.05

$$n = \frac{459195.09}{1196.28}$$

$$n = 383.85$$

Elaborado por: Yesenia Marlene Márquez Silva

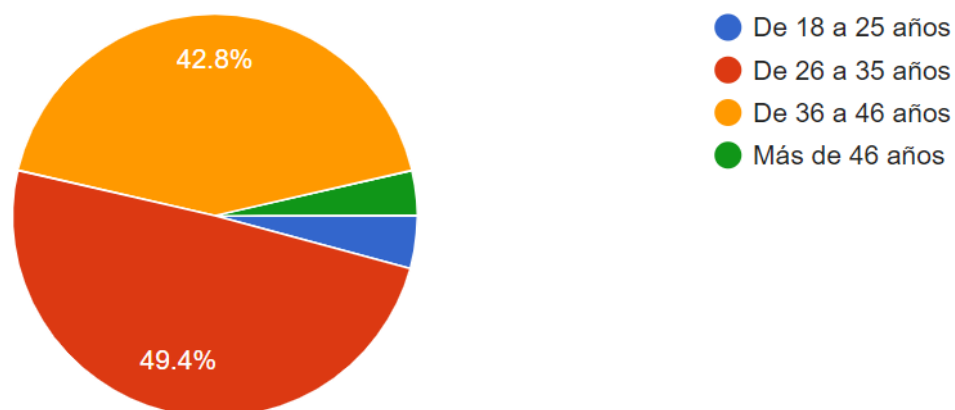
### 3.2.12. Análisis de resultados

A continuación, se representa de forma gráfica los resultados obtenidos de la encuesta realizada con su respectiva respuesta, la misma fue aplicada con una herramienta de formulario en línea con el fin de llegar a más personas.

Ilustración 1 Pregunta N.º 1

Rango de Edad:

384 respuestas



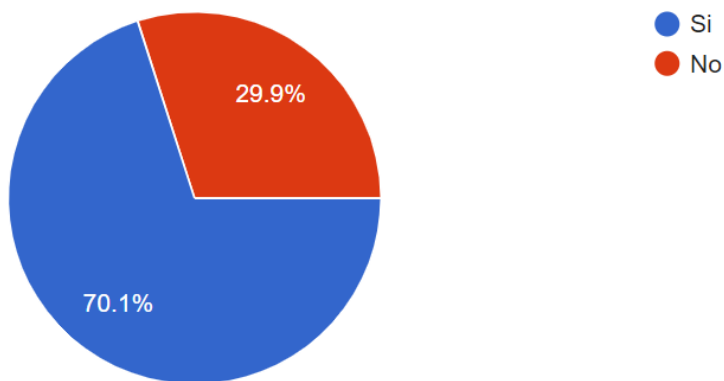
Elaborado por: Yesenia Marlene Márquez Silva

Siendo un porcentaje 49.4% de los encuestados entre la edad de 26 a 35 años y seguido de esto una población de 36 a 46 años que representan el 42.8% quienes determinarán el tipo de producto a ofrecer se puede determinar que obtendremos las preferencias de la población milenial.

Ilustración 2 Pregunta N.º 2

¿Nacionalidad Ecuatoriana?

384 respuestas



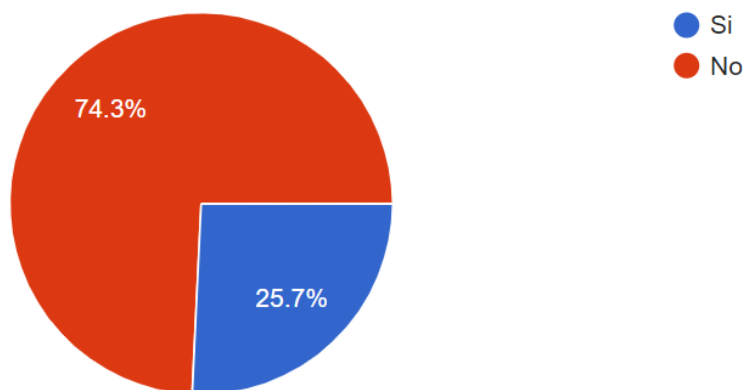
Elaborado por: Yesenia Marlene Márquez Silva

La encuesta llegó al 70.1% de ecuatorianos y al 29.9% de extranjeros.

Ilustración 3 Pregunta N.º 3

¿Ha visitado la parroquia de Nono?

384 respuestas



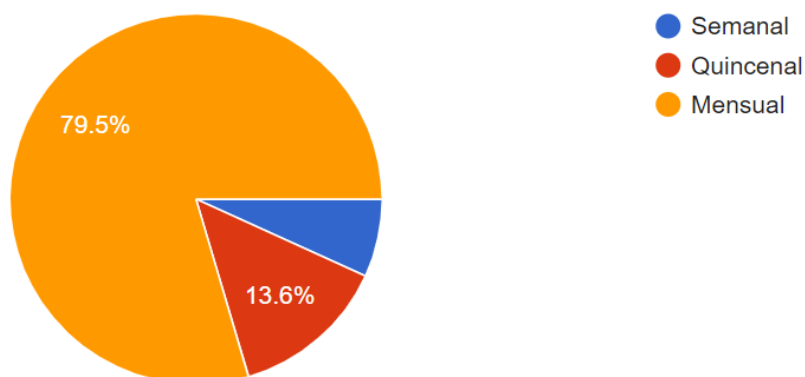
Elaborado por: Yesenia Marlene Márquez Silva

El 74.3% de los encuestados no ha visitado la parroquia de Nono lo que se convierte en una oportunidad de difusión y promoción de sus atractivos mediante una oferta de hospedaje innovador.

Ilustración 4 Pregunta N.º4

¿Cada que tiempo practica turismo de naturaleza?

384 respuestas



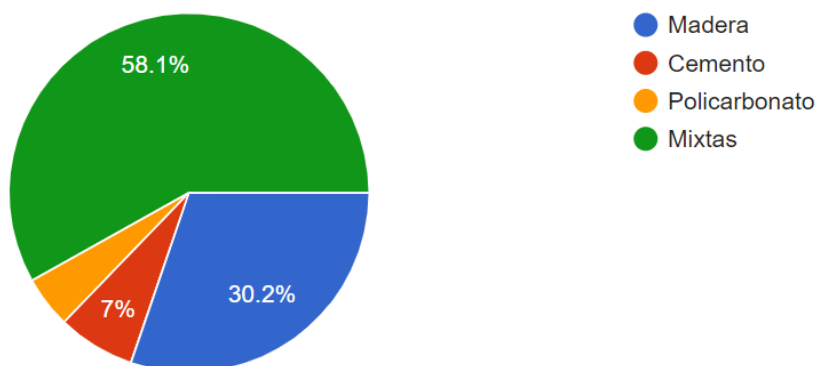
Elaborado por: Yesenia Marlene Márquez Silva

Determinando que el 79.5% de los encuestados tienen por agrado practicar turismo de naturaleza de forma mensual, siendo un punto positivo por la localización del proyecto

Ilustración 5 Pregunta N.º5

¿Qué tipo de material le gustaría que contenga la construcción de la habitación?

384 respuestas



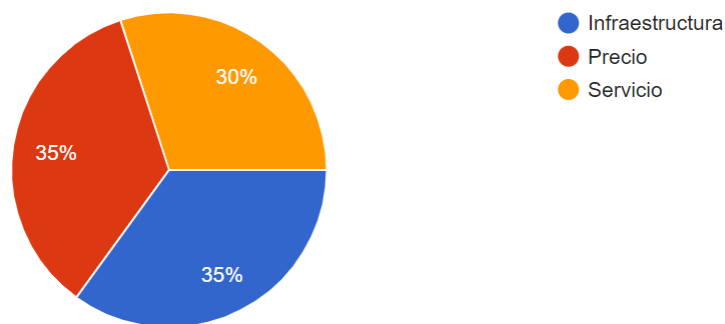
Elaborado por: Yesenia Marlene Márquez Silva

El 58.1% de la población prefiere reservar el hospedaje con infraestructura de madera, mientras que el 30.2% considera una construcción mixta, por lo que la estancia debe brindar las dos opciones a sus clientes.

#### Ilustración 6 Pregunta N.º.6

¿Qué aspectos influyen en su decisión de compra?

384 respuestas



Elaborado por: Yesenia Marlene Márquez Silva

Podemos visualizar que los tres puntos son importantes al momento de escoger un establecimiento hotelero por lo que se debe considerar una infraestructura llamativa a un precio asequible y por su puesto brindar un servicio de calidad.

Ilustración 7 El promedio de estadía al momento de adquirir el servicio de hospedaje es de 2 noches el cual representa un 62.9%, sin embargo un porcentaje considerado se hospeda de 3 a 5 noches con un equivalente del 34.1%.

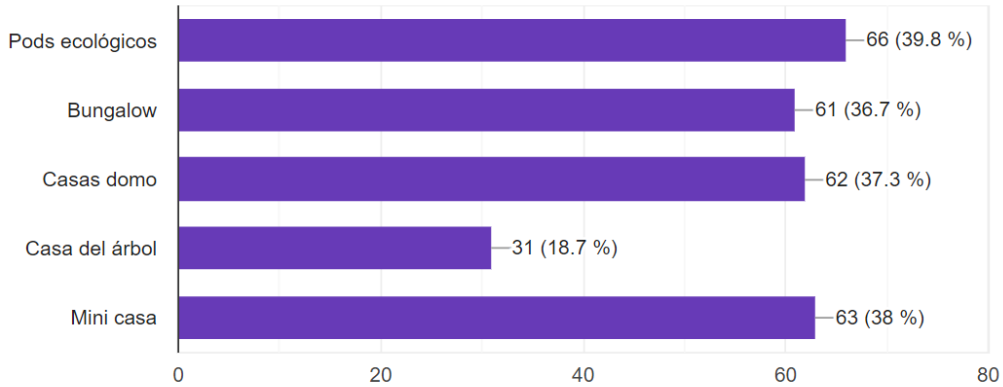
#### Ilustración 8

Entre las preferencias de los servicios con los que desean contar en las habitaciones tenemos principalmente baños, seguido con la conectividad a internet y posteriormente calefacción por lo que podemos prescindir o no de una televisión dentro de la habitación.

#### Ilustración 9 Pregunta N.º.9

¿En cuál de los siguientes tipos de construcción le gustaría hospedarse?

384 respuestas



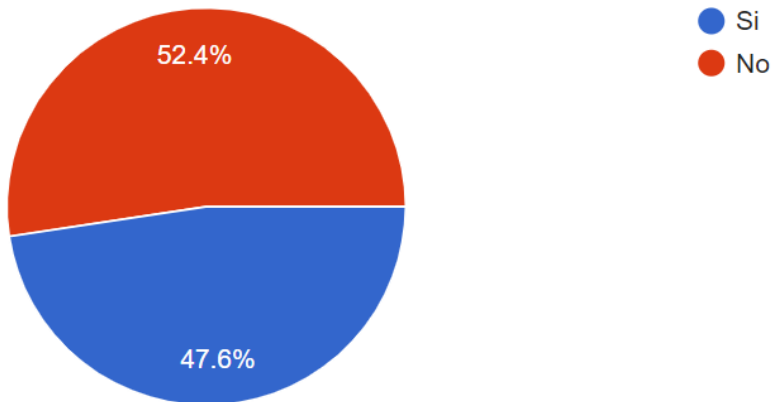
Elaborado por: Yesenia Marlene Márquez Silva

Las preferencias de construcción a hospedaje tenemos como puntales pods ecológicos, Mini casas y domos, con esto ya hemos determinado el tipo de glamping a implementar.

Ilustración 10 Pregunta N.º.10

¿Está usted familiarizado con el término Glamping?

384 respuestas



Elaborado por: Yesenia Marlene Márquez Silva

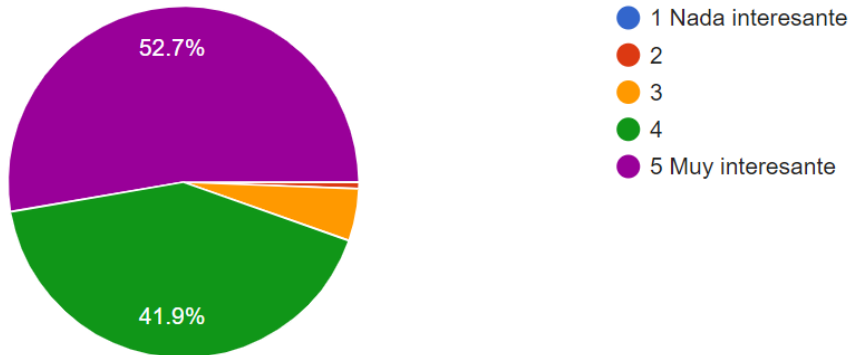
El término glamping cada día toma más fuerza en América Latina por lo que ya un 47.6% de los encuestado tienen conocimiento de este innovador servicio de hospedaje.

Ilustración 11 Pregunta N.º.11



En una escala de 1 al 5 que tan interesante considera usted esta nueva alternativa de hospedaje.

384 respuestas



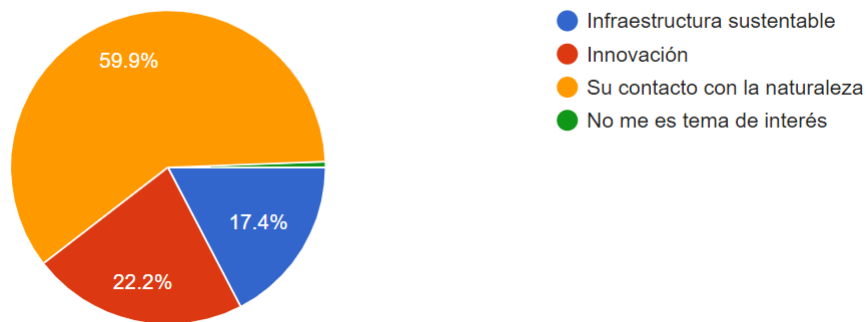
Elaborado por: Yesenia Marlene Márquez Silva

El 93% lo ha determinado como una oferta interesante para el sector hotelero.

Ilustración 12 Pregunta N.º 12

De las siguientes características, ¿Cuál le es más atractiva al momento de escoger hospedarse en glamping?

384 respuestas



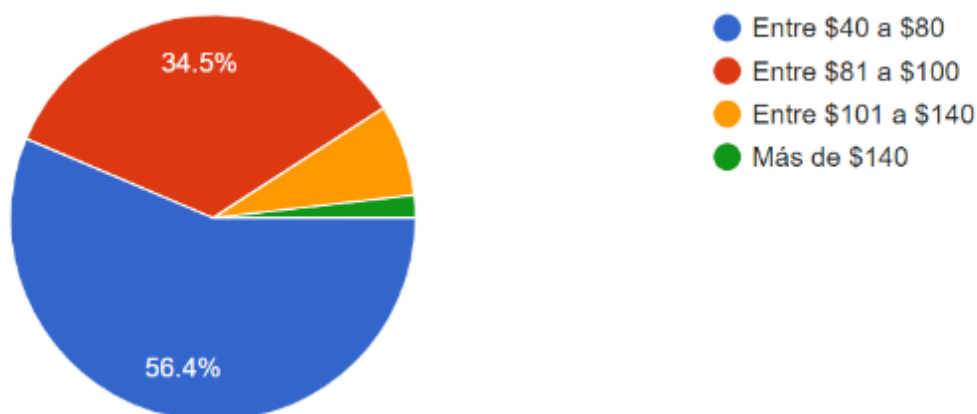
Elaborado por: Yesenia Marlene Márquez Silva

Podemos visualizar que el motivo por el cual las personas se encuentra traídos a este tipo de servicio se debe principalmente a su contacto con la naturaleza seguido por su innovación y, por último, pero no menos importante, su infraestructura sustentable.

Ilustración 13 Pregunta N.º 13

¿Cuánto está dispuesto a invertir por noche que incluya camping de lujo y alimentación?

384 respuestas



Elaborado por: Yesenia Marlene Márquez Silva

Se determina que el 56.4% de personas están dispuestas a pagar entre \$40 a \$80 mientras que un 34.5% prefieren pagar un valor entre \$81 a \$100.

#### **Conclusión análisis de encuesta**

De manera global podemos determinar que nuestro nicho de mercado va enfocado principalmente a generaciones milenials, sin embargo, los baby boomerang y generación Z no están fuera de nuestro nicho de mercado, siendo el turismo de naturaleza una característica en común que tienen estos tres grupos, quienes supieron responder que en sus habitaciones deben contar con servicios higiénicos y acceso a internet convirtiéndose la televisión en una opción.

al ser un servicio de hospedaje innovador se dirigirá a clase media y media alta por su poder adquisitivo

#### **3.2.13. Marca y Logo**

La empresa al estar ya legalmente constituida cuenta con su propia marca y logo el cual se detalla a continuación:



Naturaleza cerca

Fuente: (Rodríguez J. A., 2019)

### 3.2.14. Diseño arquitectónico

Para el presente proyecto se propone disponer de dos habitaciones dobles con diferente tipo de cama y una suite, detallando a continuación su distribución:

#### **Habitación doble con dos camas individuales**

Esta habitación contará con 15m<sup>2</sup> de construcción interna.

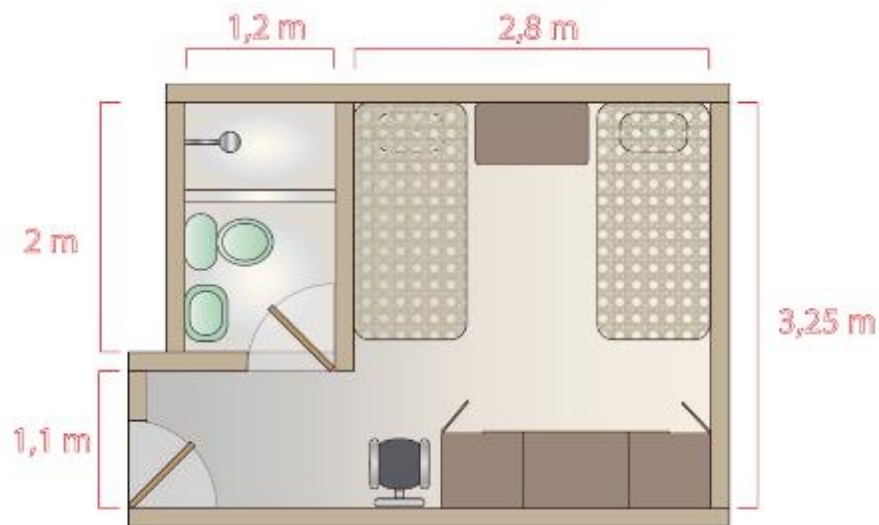


Figura 26 Habitación simple con camas dobles

Elaborado por: Yesenia Márquez



Figura 277 Habitación simple con camas dobles

Elaborado por: Ing. Romero Santiago



Figura 288 Habitación simple con camas dobles

Elaborado por: Yesenia Márquez

### Habitación doble con cama doble

Esta habitación contará con 15m<sup>2</sup> de construcción interna.



Figura 299 Habitación simple con camas dobles

Elaborado por: Yesenia Márquez



Figura 30 Habitación simple con camas dobles

Elaborado por: Yesenia Márquez



Figura 31 Habitación simple con camas dobles

Elaborado por: Yesenia Márquez

### **Habitación suite junior**

Esta habitación contará con 25m<sup>2</sup> de construcción interna.

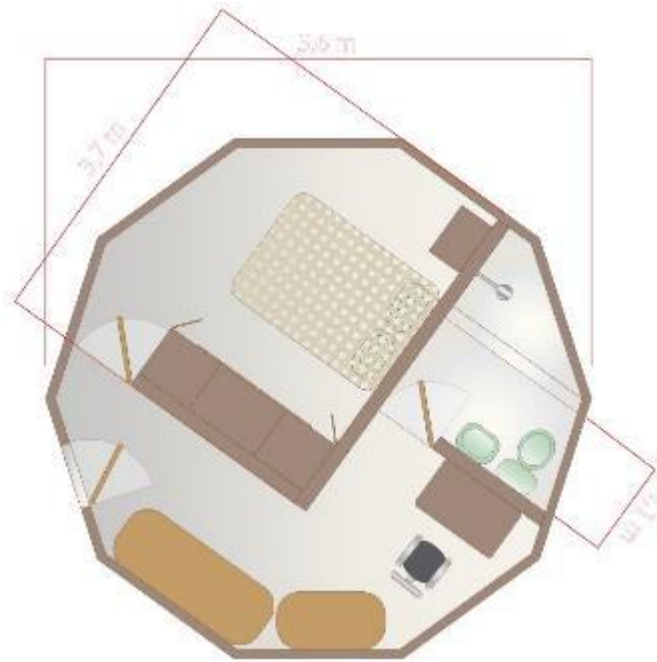


Figura 30 Habitación simple con camas dobles

Elaborado por: Yesenia Márquez



Figura 31 Habitación simple con camas dobles

Elaborado por: Yesenia Márquez



Figura 32 Habitación simple con camas dobles

Elaborado por: Yesenia Márquez

### 3.3. Modelo de costos

Utilizado para la elaboración de un producto, el mismo cuenta en sí con sub procesos abarcando otros métodos, como el método de costos y volumen enfocado directamente a la elaboración de productos determinando su costo de producción fija y su ganancia a la venta por volumen, otro sub modelo es de ingresos y volumen, el cual determina la cantidad de ingresos que generan las ventas según su volumen, sin embargo, también describe el modelo de utilidades y volumen el que permite identificar la ganancia obtenida por el volumen de ventas,, para éstos también describe un método práctico de inventarios, llevando así el registro de producción.

#### 3.3.1. Descripción de servicios

Con base en los resultados de las encuestas realizadas de los 5 productos considerados viables por localización y clima se ha determinado que nuestro producto serán habitaciones con un diseño de pods ecológicos, domos y mini casas, los mismos que están construidos en madera, con cimientos de cemento, cada habitación de glamping contará con luz eléctrica, calefacción, acceso a internet, velador, lámpara, guardarropas, escritorio y según el tipo de habitación contará



con cama doble e individual., adicional a esto los servicios brindados por la estancia, restaurante, cabalgatas, canchas deportivas, área de fogata, área de camping, área comunal de aseo personal.

Se puede determinar que el turismo de naturaleza tiene acogida en la actualidad por lo que las personas están dispuestas a adquirir este tipo de servicio el mismo que les ha parecido innovador, sustentable y sobre todo un tipo de habitación que les permita tener contacto con la naturaleza encontrándose al aire libre, para lo cual están dispuestas a pagar entre un intervalo de \$40.00 dólares americanos hasta \$100.00.

Con estas directrices podemos continuar con el desarrollo del proyecto para conocer valores de implementación.

### 3.3.2. Presupuesto de inversión

Para identificar cuál es el capital de inversión que se necesita para la implementación del proyecto se procede a conocer los precios del mercado en construcción, muebles y enseres, mano de obra directa e indirecta, así como también todo aquel artículo que sean necesario para la implementación del glamping.

#### Habitación doble con cama SGN

CONSTRUCCIÓN HABITACIONES				
DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	P.U	TOTAL
Fundición loza 15m2	U	2.00	1,000.00	2,000.00
Alquiler de maquinaria	U	2.00	150.00	300.00
Mano de obra por 15m2	U	2.00	800.00	1,600.00
Madera para construcción 15m2	U	2.00	2,000.00	4,000.00
Ventanas habitación doble	U	5.00	400.00	2,000.00
Puertas	U	4.00	120.00	480.00
<b>Total Construcción</b>				<b>10,380.00</b>

Elaborado por: Yesenia Marlene Márquez Silva

<b>EQUIPAMIENTO DE HABITACIONES</b>				
<b>DETALLE</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>P.U</b>	<b>TOTAL</b>
Guarda ropas	U	2.00	800.00	1,600.00
Velador	U	2.00	40.00	80.00
camas simples	U	2.00	180.00	360.00
colchones	U	4.00	108.99	435.96
almohadas	U	2.00	24.99	49.98
telefono	U	2.00	19.00	38.00
chimenea ecológica	U	2.00	129.99	259.98
Focos	U	6.00	1.15	6.90
silla de escritorio ergonómico	U	2.00	80.00	160.00
escritorio	U	2.00	110.00	220.00
lamparas	U	4.00	9.50	38.00
grifería de baño	U	2.00	22.21	44.42
duchas	U	2.00	40.00	80.00
inodoro	U	2.00	215.21	430.42
lava manos	U	2.00	94.42	188.84
cortina de baño	U	2.00	9.95	19.90
espejo de baño con anaquel	U	2.00	55.00	110.00
espejo de cuerpo entero	U	2.00	60.00	120.00
cuadros	U	4.00	60.99	243.96
tacho de basura	U	2.00	2.89	5.78
<b>Total equipamiento habitaciones</b>				<b>4,492.14</b>

Elaborado por: Yesenia Marlene Márquez Silva

<b>B L A N C O S</b>				
<b>DETALLE</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>P.U</b>	<b>TOTAL</b>
Juego de Sabanas (Fundas de almohada, bajeras, encimeras) SNG	JUEGO	12.00	13.00	156.00
Cubre colchon SNG	U	12.00	17.99	215.88
juego de toallas 3 pcs	U	12.00	13.00	156.00
<b>Total Blancos</b>				<b>527.88</b>

Elaborado por: Yesenia Marlene Márquez Silva

<b>A M E N I T I E S</b>				
<b>DETALLE</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>P.U</b>	<b>TOTAL</b>
Jabón	U	12.00	6.00	72.00
Shampoo	U	12.00	6.00	72.00
Acondicionador	U	12.00	5.00	60.00
Papel Higienico	U	12.00	13.00	156.00
<b>Total Amenities</b>				<b>360.00</b>

Elaborado por: Yesenia Marlene Márquez Silva

<b>A R T I C U L O S D E L I M P I E Z A</b>				
<b>DETALLE</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>P.U</b>	<b>TOTAL</b>
Trapeadores	U	1.00	4.50	4.50
Recogedor	U	1.00	3.50	3.50
Fundas de basura	PQ. 10 U	4.00	1.00	4.00
<b>TOTAL DE ARTICULO DE LIMPIEZA</b>				<b>12.00</b>

Elaborado por: Yesenia Marlene Márquez Silva

<b>CONSTRUCCIÓN</b>	<b>\$10,380.00</b>
<b>EQUIPAMIENTO</b>	<b>\$4,492.14</b>
<b>BLANCOS</b>	<b>\$527.88</b>
<b>AMENITIES</b>	<b>\$360.00</b>
<b>ART. LIMPIEZA</b>	<b>\$12.00</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$15,772.02</b>
<b>MOVIMIENTOS</b>	<b>360</b>
<b>VALOR</b>	<b>\$43.81</b>
<b>PVP</b>	<b>70 / 80</b>

Elaborado por: Yesenia Marlene Márquez Silva

Para la implementación de cada habitación doble con cama simple se necesita un presupuesto de \$7.886,01 dólares americanos lo que nos determina que el costo diario de cada habitación excluyendo ganancia e impuestos es de \$43,81USD.

## Habitación doble

CONSTRUCCIÓN HABITACIONES				
DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	P.U	TOTAL
Fundición loza 15m2	U	2.00	1,000.00	2,000.00
Alquiler de maquinaria	U	2.00	150.00	300.00
Mano de obra por 15m2	U	2.00	800.00	1,600.00
Madera para construcción 15m2	U	2.00	2,000.00	4,000.00
Ventanas habitación doble	U	5.00	400.00	2,000.00
Puertas	U	4.00	120.00	480.00
<b>Total Construcción</b>				<b>10,380.00</b>

Elaborado por: Yesenia Marlene Márquez Silva

EQUIPAMIENTO DE HABITACIONES				
DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	P.U	TOTAL
Guarda ropas	U	2.00	800.00	1,600.00
Velador	U	2.00	40.00	80.00
camas dobles	U	2.00	250.00	500.00
colchones 2 plazas	U	2.00	350.00	700.00
almohadas	U	4.00	24.99	99.96
telefono	U	2.00	19.00	38.00
chimenea ecológica	U	2.00	129.99	259.98
Focos	U	6.00	1.15	6.90
silla de escritorio ergonómico	U	2.00	80.00	160.00
escritorio	U	2.00	110.00	220.00
lamparas	U	4.00	9.50	38.00
grifería de baño	U	2.00	22.21	44.42
duchas	U	2.00	40.00	80.00
inodoro	U	2.00	215.21	430.42
lava manos	U	2.00	94.42	188.84
cortina de baño	U	2.00	9.95	19.90
espejo de baño con anaquel	U	2.00	55.00	110.00
espejo de cuerpo entero	U	2.00	60.00	120.00
cuadros	U	4.00	60.99	243.96
tacho de basura	U	2.00	2.89	5.78
<b>Total equipamiento habitaciones</b>				<b>4,946.16</b>

Elaborado por: Yesenia Marlene Márquez Silva

<b>B L A N C O S</b>				
<b>DETALLE</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>P.U</b>	<b>TOTAL</b>
Juego de Sabanas ( Fundas de almohada, bajeras, encimeras) DB	JUEGO	6.00	15.00	135.00
Cubre colchon DB	U	6.00	69.99	629.91
juego de toallas 3 pcs	U	6.00	13.00	78.00
<b>Total Blancos</b>				<b>842.91</b>

Elaborado por: Yesenia Marlene Márquez Silva

<b>A M E N I T I E S</b>				
<b>DETALLE</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>P.U</b>	<b>TOTAL</b>
Jabón	U	12.00	6.00	72.00
Shampoo	U	12.00	6.00	72.00
Acondicionador	U	12.00	5.00	60.00
Papel Higienico	U	12.00	13.00	156.00
<b>Total Amenities</b>				<b>360.00</b>

Elaborado por: Yesenia Marlene Márquez Silva

<b>A R T I C U L O S D E L I M P I E Z A</b>				
<b>DETALLE</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>P.U</b>	<b>TOTAL</b>
Desifectante galón	U	1.00	4.50	4.50
Paños	U	3.00	2.50	7.50
<b>TOTAL DE ARTICULO DE LIMPIEZA</b>				<b>12.00</b>

Elaborado por: Yesenia Marlene Márquez Silva

<b>CONSTRUCCIÓN</b>	<b>\$10,380.00</b>
<b>EQUIPAMIENTO</b>	<b>\$4,946.16</b>
<b>BLANCOS</b>	<b>\$842.91</b>
<b>AMENITIES</b>	<b>\$360.00</b>
<b>ART. LIMPIEZA</b>	<b>\$12.00</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$16,541.07</b>
<b>MOVIMIENTOS</b>	<b>360</b>
<b>VALOR</b>	<b>\$45.95</b>
<b>PVP</b>	<b>70 / 80</b>

Elaborado por: Yesenia Marlene Márquez Silva

En la implementación de cada habitación doble se requiere una inversión de \$8.270,54 USD cuya implementación establece que el costo diario de la habitación excluyendo ganancia e impuestos es de \$45,95 dólares.

### Habitación junior suite

CONSTRUCCIÓN HABITACIONES				
DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	P.U	TOTAL
Fundición loza 25m2	U	1.00	1,200.00	1,200.00
Alquiler de maquinaria	U	1.00	150.00	150.00
Mano de obra por 25m2	U	1.00	1,000.00	1,000.00
Madera para construcción 25m2	U	1.00	3,000.00	3,000.00
Ventanas habitación junior suite	U	1.00	700.00	700.00
Puertas	U	3.00	120.00	360.00
<b>Total Construcción</b>				<b>6,410.00</b>

Elaborado por: Yesenia Marlene Márquez Silva

EQUIPAMIENTO DE HABITACIONES				
DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	P.U	TOTAL
Guarda ropas	U	1.00	800.00	800.00
Velador	U	2.00	40.00	80.00
camas dobles	U	1.00	250.00	250.00
colchones 2 plazas	U	1.00	350.00	350.00
almohadas	U	2.00	24.99	49.98
telefono	U	1.00	19.00	19.00
chimenea ecológica	U	1.00	129.99	129.99
Focos	U	4.00	1.15	4.60
silla de escritorio ergonómico	U	1.00	80.00	80.00
escritorio	U	1.00	110.00	110.00
lamparas	U	3.00	9.50	28.50
sillón	U	1.00	374.19	374.19
Mesa de centro	U	1.00	70.00	70.00
grifería de baño	U	1.00	22.21	22.21
duchas	U	1.00	40.00	40.00
inodoro	U	1.00	215.21	215.21
lava manos	U	1.00	94.42	94.42
cortina de baño	U	1.00	9.95	9.95
espejo de baño con anaquel	U	1.00	55.00	55.00
espejo de cuerpo entero	U	1.00	60.00	60.00
cuadros	U	3.00	60.99	182.97
tacho de basura	U	1.00	2.89	2.89
<b>Total equipamiento habitaciones</b>				<b>3,028.91</b>

Elaborado por: Yesenia Marlene Márquez Silva

<b>B L A N C O S</b>				
<b>DETALLE</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>P.U</b>	<b>TOTAL</b>
Juego de Sabanas ( Fundas de almohada, bajeras, encimeras) DB	JUEGO	3.00	15.00	45.00
Cubre colchon DB	U	3.00	69.99	209.97
juego de toallas 3 pcs	U	6.00	13.00	78.00
<b>Total Blancos</b>				<b>332.97</b>

Elaborado por: Yesenia Marlene Márquez Silva

<b>A M E N I T I E S</b>				
<b>DETALLE</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>P.U</b>	<b>TOTAL</b>
Jabón	U	6.00	6.00	36.00
Shampoo	U	6.00	6.00	36.00
Acondicionador	U	6.00	5.00	30.00
Papel Higienico	U	6.00	13.00	78.00
<b>Total Amenities</b>				<b>180.00</b>

Elaborado por: Yesenia Marlene Márquez Silva

<b>A R T I C U L O S D E L I M P I E Z A</b>				
<b>DETALLE</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>P.U</b>	<b>TOTAL</b>
Fundas de basura	PQ. 10 U	4.00	1.00	4.00
Detergente quintal	U	1.00	30.00	30.00
<b>TOTAL DE ARTICULO DE LIMPIEZA</b>				<b>34.00</b>

Elaborado por: Yesenia Marlene Márquez Silva

<b>CONSTRUCCIÓN</b>	<b>\$6,410.00</b>
<b>EQUIPAMIENTO</b>	<b>\$3,028.91</b>
<b>BLANCOS</b>	<b>\$332.97</b>
<b>AMENITIES</b>	<b>\$180.00</b>
<b>ART. LIMPIEZA</b>	<b>\$34.00</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$9,985.88</b>
<b>MOVIMIENTOS</b>	<b>180</b>
<b>VALOR</b>	<b>\$55.48</b>
<b>PVP</b>	<b>80 / 100</b>

Elaborado por: Yesenia Marlene Márquez Silva

Para la implementación de la habitación suite se requiere una inversión de \$9.985,88 USD cuya implementación establece que el costo diario de la habitación excluyendo ganancia e impuestos es de \$55,48 dólares.

<b>CAPITAL REQUERIDO PARA INVERSIÓN</b>	
HAB DOBLES CAMA SGN	15,772.02
HAB DOBLES	16,541.07
HAB JUNIOR SUITE	9,985.88
<b>GRAN TOTAL</b>	<b>42,298.97</b>

Elaborado por: Yesenia Marlene Márquez Silva

Es decir que para la presente se necesitará una inversión de \$45,000.00 dólares americanos los cuales se mediará con una institución financiera el mismo se sustentará con este estudio de factibilidad para su concesión.

### 3.3.3. Presupuesto de ventas

Con base en la respuesta de aceptación del servicio se obtuvo un aproximado de 50% de respuesta que consideran esta tendencia de hospedaje como muy interesante, siendo esto lo que determina la capacidad promedio de ocupación de las habitaciones por mes.

Se contará con 2 habitaciones dobles de cama simple que al mes lo que representa un total de 60 plazas disponibles a la venta, lo mismo sucede con las habitaciones dobles de una sola cama mientras que en el caso de la suite se dispondrá de 30 plazas en el mes pues solo se considera la construcción de una junior suite.

Tomando el cincuenta por ciento de aceptabilidad al mes contaremos con un aproximado de 75 plazas vendidas lo que al año equivaldrá a 900 plazas ocupadas en total por 5 habitaciones.

Producto	Hab.	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
		CANT	TOTAL	CANT	TOTAL	CANT	TOTAL	CANT	TOTAL	CANT	TOTAL
<b>DB CAMA SGN</b>	<b>720</b>	360	\$21,600	360	\$21,600	360	\$21,600	360	\$21,600	360	\$21,600
<b>DB</b>	<b>720</b>	360	\$28,800	360	\$28,800	360	\$28,800	360	\$28,800	360	\$28,800
<b>SUITE</b>	<b>360</b>	180	\$18,000	180	\$18,000	180	\$18,000	180	\$18,000	180	\$18,000
<b>TOTAL</b>		900	68400	900	68400	900	68400	900	68400	900	68400

Elaborado por: Yesenia Marlene Márquez Silva



### 3.3.4. Salarios

Siendo que la Estancia de la campaña ya cuenta con personal e infraestructura instalada se considera personal adicional para la administración del área hotelera siendo un administrador que hará las funciones de: ama de llaves y una recepcionista con su sueldo detallado a continuación:

Cargo	Salario (mensual)	Clasificación
Administrador	\$ 650	M.O.D

Datos		
Fondos de Reserva	8.33%	Desde el año 2
Aporte Patronal IESS	12.15%	Desde el año 1
Aportes Personal IESS	9.45%	
Provisión Decimo Tercero	8.33%	
Provisión Decimo Cuarto	32.17%	
Decimo tercero administrador	\$ 650	Diciembre
Decimo cuarto administrador	\$ 54.17	Agosto

Elaborado por: Yesenia Marlene Márquez Silva

### 3.3.5. Presupuesto de gastos

Como toda empresa cuenta con sus costos también se debe tomar en cuenta sus gastos para lo cual se detallan a continuación los gastos fijos y gastos variables estimados.

#### PRESUPUESTO DE GASTO ANUAL

AÑOS	1	2	3	4	5
<b>SUELDOS</b>	\$ 7,062.90	\$ 7,959.37	\$ 8,213.94	\$ 8,476.60	\$ 8,662.54
<b>aporte patronal</b>	\$ 947.70	\$ 978.02	\$ 1,009.30	\$ 1,041.57	\$ 1,064.42
<b>decimo tercero</b>	\$ 649.74	\$ 670.53	\$ 691.97	\$ 714.10	\$ 729.76
<b>décimo cuarto</b>	\$ -	\$ 670.79	\$ 692.25	\$ 714.38	\$ 730.05
<b>Fiestas y agasajos</b>	\$ 360.00	\$ 360.00	\$ 360.00	\$ 360.00	\$ 360.00
<b>AGUA</b>	\$ 1,800.00	\$ 1,800.00	\$ 1,800.00	\$ 1,800.00	\$ 1,800.00
<b>LUZ</b>	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00
<b>TELEFONO</b>	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00
<b>INTERNET</b>	\$ 720.00	\$ 720.00	\$ 720.00	\$ 720.00	\$ 720.00
<b>TV POR CABLE</b>	\$ 360.00	\$ 360.00	\$ 360.00	\$ 360.00	\$ 360.00
<b>articulos de limpieza</b>	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00
<b>SUMIN. OFICINA</b>	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 120.00
<b>TTL</b>	\$ 14,120.34	\$ 15,738.70	\$ 16,067.46	\$ 16,406.66	\$ 16,646.78

Elaborado por: Yesenia Marlene Márquez Silva

### 3.3.6. Depreciación

Se debe también tomar en cuenta que los inmuebles tienen su tiempo de vida útil siendo los enseres de habitación conocidos como blancos una durabilidad de menos de un año los mismos que deben ser cambiados cada año y/o cada seis meses, mientras que los muebles y enseres implementados dentro de la habitación se deprecian cada 10 años, tiempo en el cual se recomienda un mantenimiento o cambio del enser.

Detalle		Cantidad	Costo Unitario	Costo total	Vida útil años	Valor residual	Valor de mercado al final del proyecto	Valor contable a la vida del proyecto	Valor residual después de impuesto (unitario)	Valor residual después de impuesto (total)
ENSERES DE HABITACIÓN	Colchón SGN	4	\$ 108.99	\$ 435.96	1	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	Colchón DB	3	\$ 350.00	\$ 1,050.00	1	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	Almohadas	8	\$ 24.99	\$ 199.92	1	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	Sábanas SGN	12	\$ 13.00	\$ 156.00	0.5	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	Sábanas DB	9	\$ 15.00	\$ 135.00	0.5	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	Cobertores SGN	12	\$ 17.99	\$ 215.88	0.5	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	Cobertores DB	9	\$ 69.99	\$ 629.91	0.5	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	Juego de toallas	24	\$ 13.00	\$ 312.00	0.5	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
MUEBLES Y ENSERES	Escritorio	5	\$ 110.00	\$ 550.00	10	\$ 11.00	\$ 70.00	\$ 60.50	\$ 70.00	\$ 350.00
	Sillas de escritorio	5	\$ 80.00	\$ 400.00	10	\$ 8.00	\$ 60.00	\$ 44.00	\$ 60.00	\$ 300.00
	Teléfono	5	\$ 19.00	\$ 95.00	10	\$ 1.90	\$ 70.00	\$ 10.45	\$ 70.00	\$ 350.00
	Lámparas	11	\$ 9.50	\$ 104.50	10	\$ 0.95	\$ 50.00	\$ 5.23	\$ 50.00	\$ 550.00
	Sillón	1	\$ 374.19	\$ 374.19	10	\$ 37.42	\$ 200.00	\$ 205.80	\$ 200.00	\$ 200.00
	Veladores	6	\$ 40.00	\$ 240.00	10	\$ 4.00	\$ 50.00	\$ 22.00	\$ 50.00	\$ 300.00
	Camas SGN	7	\$ 180.00	\$ 1,260.00	10	\$ 18.00	\$ 100.00	\$ 99.00	\$ 100.00	\$ 700.00
	Camas DB	3	\$ 250.00	\$ 750.00	10	\$ 25.00	\$ 150.00	\$ 137.50	\$ 150.00	\$ 450.00

Elaborado por: Yesenia Marlene Márquez Silva

Datos	
Valor dado por el SRI para valor residual	10%
Duración del proyecto (Años)	5

Fuente: SRI

### 3.3.7. Costo de habitaciones

Habiendo ya determinado el costo de implementación de cada habitación y teniendo como referencia un rango aceptable de pago por parte de los turistas se establece que el porcentaje de ganancia para llegar a estos valores puede ser un 20% adicional se incluirá el 10% de servicio y 12% de IVA obteniendo así nuestro precio de venta al público.

		Vendidas al 50%	Movimientos
Habitaciones	DB cama SNG	30	360
	DB	30	360
	JUNIOR SUITE	15	180

Total Habitaciones	150
habitaciones vendidas	75
Total Clientes	900

Elaborado por: Yesenia Marlene Márquez Silva

	Costo Mensual	Costo Unitario	Habitaciones Doble cama SGN	Habitaciones Dobles	Habitación Junior Suite
M.O.D	783.12	10.44	313.25	313.25	156.62
M.O.I	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Equipamiento	1038.93	13.85	415.57	415.57	207.79
Blancos	141.98	1.89	56.79	56.79	28.40
Amenities	75.00	1.00	30.00	30.00	15.00
Articulos de Limpieza	25.00	0.33	10.00	10.00	5.00
Luz	50.00	0.67	20.00	20.00	10.00
Agua	100.00	1.33	40.00	40.00	20.00
Internet	40.00	0.53	16.00	16.00	8.00
Tv Cable	30.00	0.40	12.00	12.00	6.00
Telefono	20.00	0.27	8.00	8.00	4.00

Elaborado por: Yesenia Marlene Márquez Silva

		Habitaciones Doble cama SGN	Habitaciones Dobles	Habitación Junior Suite
TTL GTOS / Nº	\$	1.14	\$ 2.29	\$ 2.29
MOV				
COSTO	\$	43.81	\$ 45.95	\$ 55.48
20%	\$	8.99	\$ 9.65	\$ 11.55
COSTO HAB	\$	<b>53.94</b>	<b>\$ 57.89</b>	<b>\$ 69.32</b>
PVP SUGERIDO	\$	55.00	\$ 60.00	\$ 70.00
<b>P.V.P INCLU IMPUESTOS</b>	<b>\$</b>	<b>61.60</b>	<b>\$ 67.20</b>	<b>\$ 78.40</b>

Elaborado por: Yesenia Marlene Márquez Silva

### 3.3.8. Estado de resultados

Con base en la proyección de ventas y de gastos se obtiene un balance de estado de resultados en el cual se aprecia la utilidad bruta y la utilidad neta.

	AÑO				
	1	2	3	4	5
Ventas	\$ 68,400.00	\$ 68,400.00	\$ 68,400.00	\$ 68,400.00	\$ 68,400.00
Costo de los productos vendidos					
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$ 68,400.00</b>	<b>\$ 68,400.00</b>	<b>\$ 68,400.00</b>	<b>\$ 68,400.00</b>	<b>\$ 68,400.00</b>
Gastos sueldos	\$ 7,062.90	\$ 8,608.76	\$ 8,862.39	\$ 9,123.50	\$ 9,392.30
Gastos generales	\$ 5,460.00	\$ 5,460.00	\$ 5,460.00	\$ 5,460.00	\$ 5,460.00
Gasto de depreciación	\$ 4,006.40	\$ 4,006.40	\$ 4,006.40	\$ 4,006.40	\$ 4,006.40
<b>UTILIDAD ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS Y PARTICIPACIÓN</b>	<b>\$ 51,870.70</b>	<b>\$ 50,324.84</b>	<b>\$ 50,071.21</b>	<b>\$ 49,810.10</b>	<b>\$ 49,541.30</b>
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	\$ 7,780.60	\$ 7,486.72	\$ 7,448.67	\$ 7,409.50	\$ 7,369.18
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO</b>	<b>\$ 44,090.09</b>	<b>\$ 42,838.13</b>	<b>\$ 42,622.54</b>	<b>\$ 42,400.59</b>	<b>\$ 42,172.11</b>
25% IMPUESTO A LA RENTA	\$ 11,022.52	\$ 10,606.18	\$ 10,552.28	\$ 10,496.80	\$ 10,439.68
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 33,067.57</b>	<b>\$ 32,231.95</b>	<b>\$ 32,070.25</b>	<b>\$ 31,903.80</b>	<b>\$ 31,732.44</b>

Elaborado por: Yesenia Marlene Márquez Silva

### 3.3.9. Flujo de efectivo

Estableciendo previamente los demás cuadros contables se necesita visualizar el flujo de efectivo mensual y anual del proyecto el cual se estableció para 5 años.

	AÑO					
	0	1	2	3	4	5
<b>Actividades Operacionales</b>	\$ -	\$ 55,518.70	\$ 54,730.30	\$ 54,748.64	\$ 56,329.94	\$ 54,786.95
Utilidad Neta		\$ 33,067.57	\$ 31,818.54	\$ 31,656.85	\$ 31,490.39	\$ 31,319.03
Depreciación		\$ 4,365.70	\$ 4,365.70	\$ 4,365.70	\$ 4,365.70	\$ 4,365.70
Δ Sueldo por Pagar		\$ 7,062.90	\$ 7,939.87	\$ 8,173.80	\$ 9,095.77	\$ 8,662.54
Δ Impuestos		\$ 11,022.52	\$ 10,606.18	\$ 10,552.28	\$ 11,378.07	\$ 10,439.68
<b>Actividades de Inversión</b>	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Adquisición PPE e intangibles	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Actividades de Financiamiento</b>	\$ 45,000.00	\$ -17,477.57	\$ -17,477.57	\$ -17,477.57	\$ -	\$ -
Δ Deuda a largo plazo	\$ 45,000.00	\$ -17,477.57	\$ -17,477.57	\$ -17,477.57	\$ -	\$ -
Δ Pago dividendos						
Δ Capital		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
INCREMENTONETO EN EFECTIVO	\$ 45,000.00	\$ 38,041.12	\$ 37,252.73	\$ 37,271.07	\$ 56,329.94	\$ 54,786.95
EFECTIVO PRINCIPIOS DE PERIODO		\$ 45,000.00	\$ 83,041.12	\$ 120,293.85	\$ 157,564.92	\$ 213,894.86
<b>TOTAL EFECTIVO FINAL DE PERIODO</b>	<b>\$ 45,000.00</b>	<b>\$ 83,041.12</b>	<b>\$ 120,293.85</b>	<b>\$ 157,564.92</b>	<b>\$ 213,894.86</b>	<b>\$ 268,681.81</b>

Elaborado por: Yesenia Marlene Márquez Silva

### 3.3.10. Estructura del Financiamiento

Se debe tomar en cuenta que la mensualidad del préstamo para ello se tomó como referencia a BAN Ecuador, empresa pública dedicada a otorgar financiamientos a proyectos de inversión.

Monto	\$ 45,000.00			
Tasa de interés	10.21%	Anual	0.85%	Mensual
Plazo	3 Años		36	Meses
Condiciones	Pagos Mensuales			

**CUOTA MENSUAL \$1,456.46**

Elaborado por: Yesenia Marlene Márquez Silva

Periodo	Saldo	Capital	Interés	Cuota
1	45000.00			
2	43210.00	1000.00	305.00	1416.00
3	41520.00	1000.00	307.21	1448.00
4	39930.00	1000.00	310.00	1476.00
5	38440.00	1100.00	313.41	1440.00
6	37050.00	1100.00	317.40	1448.00

Fuente: BanEcuador

### 3.3.11. Punto de equilibrio

Una vez concluidos los cuadros financieros se ha determinado el punto de equilibrio, es decir, que en promedio la estancia debe vender 17 noches en cada tipo de habitación para no generar pérdidas.

	AÑO 1											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Precio unitario hab doble cama SGN	\$ 61.60	\$ 61.60	\$ 61.60	\$ 61.60	\$ 61.60	\$ 61.60	\$ 61.60	\$ 61.60	\$ 61.60	\$ 61.60	\$ 61.60	\$ 61.60
Precio unitario hab doble	\$ 67.20	\$ 67.20	\$ 67.20	\$ 67.20	\$ 67.20	\$ 67.20	\$ 67.20	\$ 67.20	\$ 67.20	\$ 67.20	\$ 67.20	\$ 67.20
Precio unitario hab J. suite	\$ 78.40	\$ 78.40	\$ 78.40	\$ 78.40	\$ 78.40	\$ 78.40	\$ 78.40	\$ 78.40	\$ 78.40	\$ 78.40	\$ 78.40	\$ 78.40
Costo fijo (sueldos)	\$ 588.58	\$ 588.58	\$ 588.58	\$ 588.58	\$ 588.58	\$ 588.58	\$ 588.58	\$ 588.58	\$ 588.58	\$ 588.58	\$ 588.58	\$ 588.58
Gastos fijos generales	\$ 455.00	\$ 455.00	\$ 455.00	\$ 455.00	\$ 455.00	\$ 455.00	\$ 455.00	\$ 455.00	\$ 455.00	\$ 455.00	\$ 455.00	\$ 455.00
Financiamiento cuota mensual	\$ 1,456.46	\$ 1,456.46	\$ 1,456.46	\$ 1,456.46	\$ 1,456.46	\$ 1,456.46	\$ 1,456.46	\$ 1,456.46	\$ 1,456.46	\$ 1,456.46	\$ 1,456.46	\$ 1,456.46
Depreciaciones (fijo)	\$ -	\$ 413.40	\$ 359.30	\$ 359.30	\$ 359.30	\$ 359.30	\$ 359.30	\$ 359.30	\$ 359.30	\$ 359.30	\$ 359.30	\$ 359.30

Elaborado por: Yesenia Marlene Márquez Silva

### 3.3.12. Evaluación financiera

Tomando en cuenta la inversión y la tasa de interés que genera la entidad financiera se establecerá el valor actual neto y su tasa interna de retorno.

TASAS	
INVERSIÓN INICIAL	\$ 45,000.00
% INTERES CAPITAL	10.21%

Elaborado por: Yesenia Marlene Márquez Silva

	AÑOS				
	0	1	2	3	4
FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO	\$ -45,000.00	\$ 38,041.12	\$ 37,252.73	\$ 37,271.07	\$ 56,329.18
Periodo de recuperación	\$ -45,000.00	\$ -6,958.88	\$ 30,293.85	\$ 67,564.92	\$ 123,894.18

Elaborado por: Yesenia Marlene Márquez Silva

### 3.3.13. Valor actual neto (V.A.N)

Con base en los valores obtenidos se establece un VAN de \$119,906.86.

EVALUACIÓN	
VAN	\$ 119,906.86

Elaborado por: Yesenia Marlene Márquez Silva

### 3.3.14. Tasa Interna de retorno (TIR)

Se determina una tasa interna de retorno del 78.72% lo que representa el porcentaje de ganancia que dejará la implementación del proyecto siendo recuperada la inversión en 2 años.

EVALUACIÓN	
TIR	78.72%
Periodo de recuperación	1.74

Elaborado por: Yesenia Marlene Márquez Silva

## CONCLUSIONES

- Habiendo fundamentado el marco teórico se ha determinado que la industria hotelera se va innovando con el paso del tiempo y con base a las tendencias generacionales, según la herramienta estadística utilizada podemos notar la aceptabilidad de las personas al tener contacto con la naturaleza, así como también su necesidad de innovación en hospedaje.
- Mediante la clara identificación de las metodologías se pudo dar a conocer el producto y servicios alternativos a ofrecer, siendo la parroquia de San Miguel de Nono un lugar cercano donde pasar sus días de descanso con total comodidad y al aire libre viéndose rodeados de naturaleza, su ubicación ayudará no solo a la promoción de la parroquia sino también a generar ingresos económicos al sector por la demanda turística que se desarrollará.
- El proyecto considera su inversión como rentable, pues las proyecciones de ingresos de ventas mantienen la expectativa requerida, de acuerdo a los estados financieros la factibilidad de implementar glamping en la estancia de la campiña muestra un TIR del 78.72% y un VAN de \$119,906.86 con un periodo de recuperación de dos años



## **RECOMENDACIONES**

- Investigar sobre temáticas decorativas de hospedaje las cuales al mezclar con el glamping pueden brindar una mejor experiencia al visitante.
- Establecer en la mente del consumidor la necesidad de su contacto con la naturaleza realizando actividades al aire libre como el hospedaje de infraestructura individual, cabalgatas, actividades deportivas en familia, todo en un mismo lugar.
- Negociar con proveedores los productos de mayor demanda con el fin de bajar costos al momento de la inversión.

## BIBLIOGRAFÍA

- Amaya, J. (2010). *Toma de decisiones gerenciales: métodos cuantitativos para la administración*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Barreto, F. (2012). *Levantamiento topográfico de la hacienda San Patricio, Parroquia San Miguel de Nono*. Quito: Universidad Central del Ecuador.
- Benavides, D., & Merchán, A. (2018). *Global Glamping*. Bogotá: Universidad de Santo Tomas.
- Blasco, A. (2006). *Manual De Gestión De Producción De Alojamiento Y Restauración*. Barcelona: Síntesis.
- Brochado, A. &. (March de 2017). Comfortable experiences in nature accommodation: Perceived service quality in Glamping. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism. Science Direct, 17*, 77-83. Recuperado el 12 de diciembre de 2019
- Burneo, S., Victore, R., & Vérez, M. (2016). *Estudio de factibilidad en el sistema de dirección por proyectos de inversión*. La Habana: Instituto Superior Politécnico José Antonio Echeverría. Obtenido de Roberto, Burneo.
- David R. Anderson, D. J. (2016). *“Métodos cuantitativos para los negocios, décimo tercera edición”*. México, D.F.: Publicado en inglés por Cengage Learning.
- De Dios, J. (24 de Enero de 2012). *Macro y Microlocalización*. Recuperado el 21 de Mayo de 2020, de Tema Picture Window: <http://macromicrolocalizacin.blogspot.com/>
- Delgado, M. (16 de Octubre de 2016). *Qué es el Glamping*. Recuperado el 22 de Mayo de 2020, de Nuestroturismo.com: <https://www.nuestroturismo.com/index.php/compra-de-libros/item/120-que-es-el-glamping>
- Ecuador Noticias. (05 de Julio de 2015). *Mapa de la Provincia de Pichincha*. Recuperado el 23 de Mayo de 2020, de <https://ecuadornoticias.com/mapa-de-la-provincia-de-pichincha/>
- Ecuador, Asamblea Constituyente. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Quito: Registro Oficial N° 449 de 20-oct-2008.
- Ecuador, Instituto nacional de estadística y censos. (18 de junio de 2019). *Encuesta nacional de empleo, desempleo y sub empleo (ENEMDU)*. Recuperado el 10 de ENERO de 2020, de [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2019/Junio/201906\\_Mercado\\_Laboral\\_final.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2019/Junio/201906_Mercado_Laboral_final.pdf)
- Ecuador, Ministerio de turismo. (24 de Marzo de 2015). *Reglamento de alojamiento turístico*. Quito: Registro Oficial N° 465 - Martes 24 de Marzo de 2015. Recuperado el 21 de Mayo

- de 2020, de La Hora: <https://www.derechoecuador.com/registro-oficial/2015/03/registro-oficial-no-465---martes-24--de-marzo-de-2015-suplemento>
- Ecuador, Ministerio de Turismo. (2017). *Metodología para Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos del Ecuador*. Quito: MINTUR.
- Gallego, J. (2002). *Gestión de hoteles. Una nueva visión*. Madrid: Paraninfo.
- Glamping Hub Inc. All rights reserved. (2020). *Glamping Hub: mejores alojamientos originales, casas rurales y camping de lujo*. Obtenido de <https://glampinghub.com/es/>
- GlampingHub. (18 de Enero de 2020). *¿Quiénes somos?* Recuperado el 21 de Mayo de 2020, de <https://glampinghub.com/es/quienes-somos/>
- Gómez, B., & López, F. (2002). *Regionalización turística del mundo*. Barcelona: Edicions Univers.
- González, L. (2002). *Dirección Hotelera, Operaciones y Procesos*. Madrid: Síntesis editorial.
- Google Maps. (15 de enero de 2020). *Mapa Estancia de la Campiña*. Obtenido de <https://www.google.com.ec/maps/place/Estancia+de+la+Campi%C3%B1a/@-0.0819486,-78.5737484,17z/data=!4m8!3m7!1s0x91d583f755fe014d:0x619a9da602e53ddc!5m2!4m1!1i2!8m2!3d-0.0820076!4d-78.5715383>
- Hinojosa, V. (11 de Junio de 2018). *Últimas novedades en innovación hotelera en España*. Recuperado el 21 de Mayo de 2020, de Hosteltur: [https://www.hosteltur.com/128577\\_ultimas-novedades-innovacion-hotelera-espana.html](https://www.hosteltur.com/128577_ultimas-novedades-innovacion-hotelera-espana.html)
- Hurtado, M. (2014). *Nono*. Recuperado el 12 de enero de 2020, de <https://es.calameo.com/read/0041373286f164ff4a182>
- Ibujés, C. (2019). *Propuesta para la implementación de actividades de Glamping en la Hacienda “La Paz” en la Parroquia de Huaquer en el Cantón Montúfar Provincia del Carchi*. Ibarra: Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- Imbaquingo, D. (22 de Noviembre de 2015). *Método Estadístico*. Recuperado el 20 de Mayo de 2020, de SlideShare: <https://es.slideshare.net/DiegoImbaquingo2/mtodo-estadstico-55385543>
- Instituto Metropolitano de Patrimonio. (13 de Septiembre de 2018). *Parroquialización de Nono*. Recuperado el 20 de Mayo de 2020, de

- <http://www.patrimonio.quito.gob.ec/index.php/difusion/calendario-patrimonial/icalrepeat.detail/2018/08/13/523/-/parroquializacion-de-nono>
- Kotler, B. y. (2004). *El Marketing de servicios Profesionales*. Barcelona, Buenos Aires, México: Grupo Planeta (GBS).
- Martínez, D. (2012). *Análisis del Entorno*. Madrid: Díaz de Santos.
- Martinez, F. (1987). *El Método Inductivo*. Monterrey: Universidad Autónoma de Nuevo León.
- Mestres, J. (2003). *Técnicas De Gestión Y Dirección Hotelera*. Valencia: Gestión 2000 S.A.
- Molina, J. (16 de Mayo de 2016). *Constitución de la República del Ecuador*. Recuperado el 20 de Mayo de 2020, de SlideShare: <https://www.slideshare.net/JoseMolina44/constitucion-de-la-repblica-del-ecuador>
- Montedeoca, A., & Chávez, M. (2018). *El Glamping como Alternativa de Alojamiento Comunitario de Pukyu Pamba, Cantón Ibarra*. Sangolquí: Universidad de las Fuerzas Armadas.
- Moragues, D. (26 de Septiembre de 2006). *Turismo, cultura y desarrollo*. Recuperado el 21 de Mayo de 2020, de <https://www.oei.es/historico/cultura/turismodmoragues.htm>
- Noboa, G. (2008). *Reglamento General de Actividades Turísticas*. Quito: LEXIS.
- Organización Mundial de Turismo. (s.f.). *Glosario de Términos de Turismo*. Recuperado el 19 de febrero de 2020, de <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- Pardinas, F. (1984). *Metodología y técnicas de investigación en ciencias sociales*. México. D.F: Siglo XXI.
- Peñañiel, J. (2015). *Repositorio Azuay*. Obtenido de <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/8805/cap3.pdf?sequence=5>
- Pindyck, R. S. (2013). *Microeconomía*. Italia: Pearson Italia.
- Pindyck, R., & Rubinfeld, D. (1988). *Modelos Económicos*. Singapur: Singapore (Singapore) McGraw-Hill.
- Quintana, V. (2017). *El Turismo De Naturaleza: Un Producto Turístico Sostenible*. Madrid: Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC). Obtenido de Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC).
- Quito Turismo. (15 de diciembre de 2019). *Estadísticas*. Recuperado el 15 de diciembre de 2019, de <https://www.quito-turismo.gob.ec/estadisticas/>

- Real Academia Española. (22 de Marzo de 2005). *Diccionario panhispánico de dudas*. Recuperado el 21 de Mayo de 2020, de <https://www.rae.es/dpd/camping>
- Render, B. (2006). *Métodos cuantitativos para los negocios*. México: Pearson educación.
- Robles, M. (30 de Octubre de 2015). *La Investigación Científica*. Recuperado el 20 de Mayo de 2020, de SlideShare: <https://es.slideshare.net/265309/modificada-descripcin-generica-de-proyectos-de-investigacin>
- Rodríguez, J. (2014). *Taylorismo. La Revolución Mental que Llega a Europa*. Madrid: Universidad de Madrid.
- Rodríguez, J. (10 de Diciembre de 2018). *Estancia de la Campiña, Nuestra Historia*. Recuperado el 20 de Mayo de 2020, de <https://www.estanciano.com/nosotros>
- Rodríguez, J. A. (20 de Agosto de 2019). *Estancia De La Campiña*. Quito, Pichincha, Ecuador. Recuperado el 20 de agosto de 2019
- Sánchez, J. (13 de Enero de 2020). *Plan de negocio*. Recuperado el 21 de Mayo de 2020, de <https://economipedia.com/definiciones/plan-de-negocio.html>
- Sweeney, D., Anderson, D., Williams, T., Camm, J., & Martin, K. (2011). *Métodos Cuantitativos De Los Negocios*. México. D.F: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Tenorio, S. (19 de Agosto de 2016). *Reglamento general de alojamiento*. Recuperado el 21 de Mayo de 2020, de <https://www.slideshare.net/sabriqueen9/reglamento-general-de-alojamiento-en-ecuador-65145259>
- Universidad Metropolitana del Ecuador. (2019 de mayo de 20). *Línea de investigación*. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Vanegas, G. (2006). *Ecoturismo Instrumento De Desarrollo Sostenible*. Medellín: Universidad De Antioquía.
- Vargas, Á. (12 de Noviembre de 2018). *Las 5 tecnologías que están transformando la experiencia de viajar*. Recuperado el 21 de Mayo de 2020, de Hosteltur: [https://www.hosteltur.com/109719\\_las-5-tecnologias-que-estan-transformando-la-experiencia-de-viajar.html](https://www.hosteltur.com/109719_las-5-tecnologias-que-estan-transformando-la-experiencia-de-viajar.html)
- Villena, E. (2013). *Técnico en Hotelería y Turismo*. Madrid: Cultural De Ediciones.
- Vizcaino, J. (19 de Junio de 2013). *Nonó: lugares turísticos* . Recuperado el 20 de Mayo de 2020, de <https://pichanjdr.blogspot.com/>

Weinberger, K. (2009). *Plan de Negocios*. Lima: Perú, Ministerio de la Producción.

Williams, T., Anderson, D., Sweeney, D., Camm, J., & Martin, K. (2011). *Métodos Cuantitativos de Negocios*. México. D.F.: Cengage Learning.

## ANEXOS

Como referente se ha tomado precios directamente de las páginas web de las empresas que ofertan estos implementos, entre los cuales tenemos:

Almacenes Pycca

Olx

Mercado Libre

Muebles El Bosque

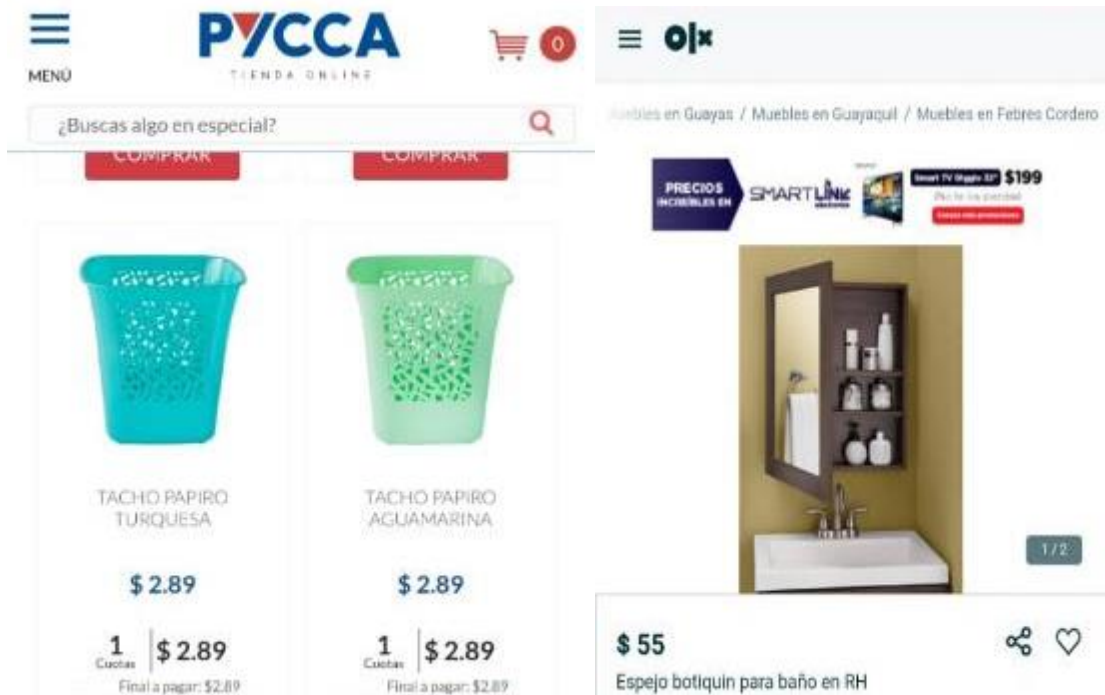
Almacenes Sukasa

Almacenes Boyaca

Colchon Simmons

Coral supermercados

Así como también la colaboración del Ing, en diseño industrial Santiago Romero, para la construcción y diseño de las habitaciones.





Nuevo - 9 vendidos

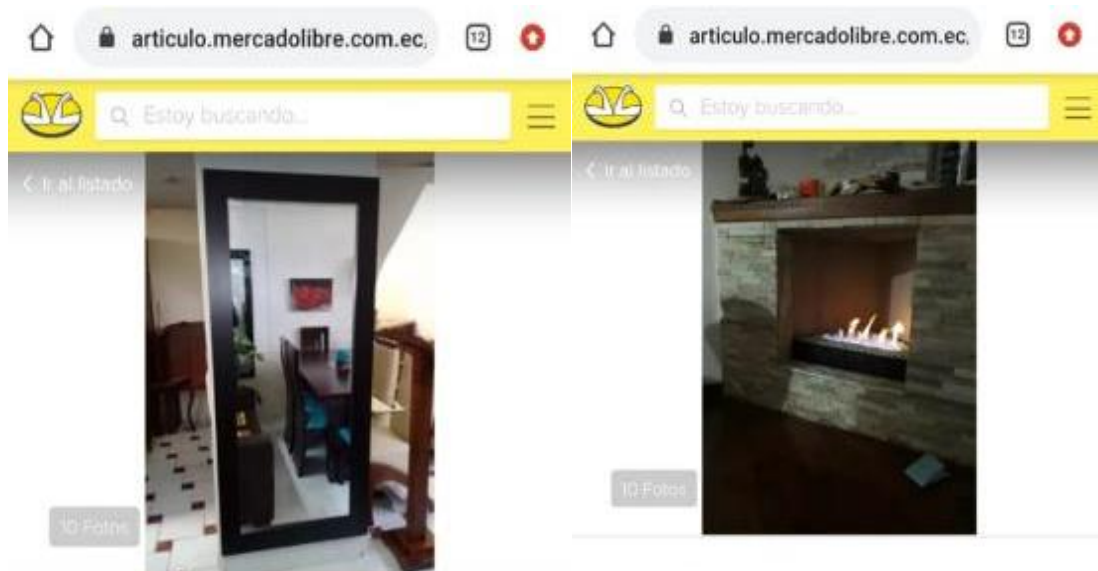
**Cortina De Baño Impermeable De 180 X 180 Cm**

U\$S 9<sup>95</sup>

Nuevo - 17 vendidos

**Mesa De Centro Vidrio Templado-mdf**

U\$S 70



Nuevo - 22 vendidos

**Espejos Decorativos**

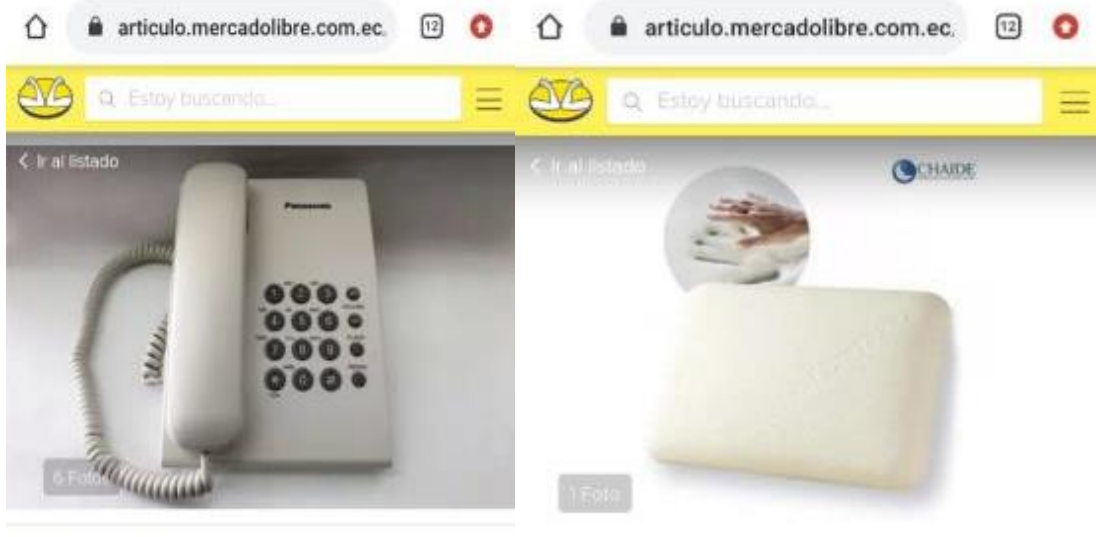
U\$S 60

Nuevo - 15 vendidos

**Chimeneas Ecológicas Bioetanol Biochimeneas Sin Humo**

U\$S 129<sup>99</sup>





Nuevo

**Telefono Alambrico De  
Escritorio Panasonic Kx-ts500  
Blanco**

U\$S 19

Nuevo - 118 vendidos

**Almohada Memory Foam  
Como Lo Vio En Tv**

U\$S 24<sup>99</sup>



Nuevo - 17 vendidos

**Edredones, Cobertores Y  
Sábanas**

U\$S 45



**Descripción**

ESTIMADO CLIENTE CONTAMOS CON LA MEJOR CALIDAD EN 250 HILOS  
 JUEGOS DE SABANAS BLANCAS  
 JUEGOS DE TOALLAS BLANCAS EN LAS 3 MEDIDAS  
 ALMOHADAS DE COLOR BLANCO 60 X 45

PRECIOS: AL POR MAYOR

SABANA PARA HOTELES EN TODAS LAS MEDIDAS

SABANAS DE 1 1/2 PLAZAS=\$13

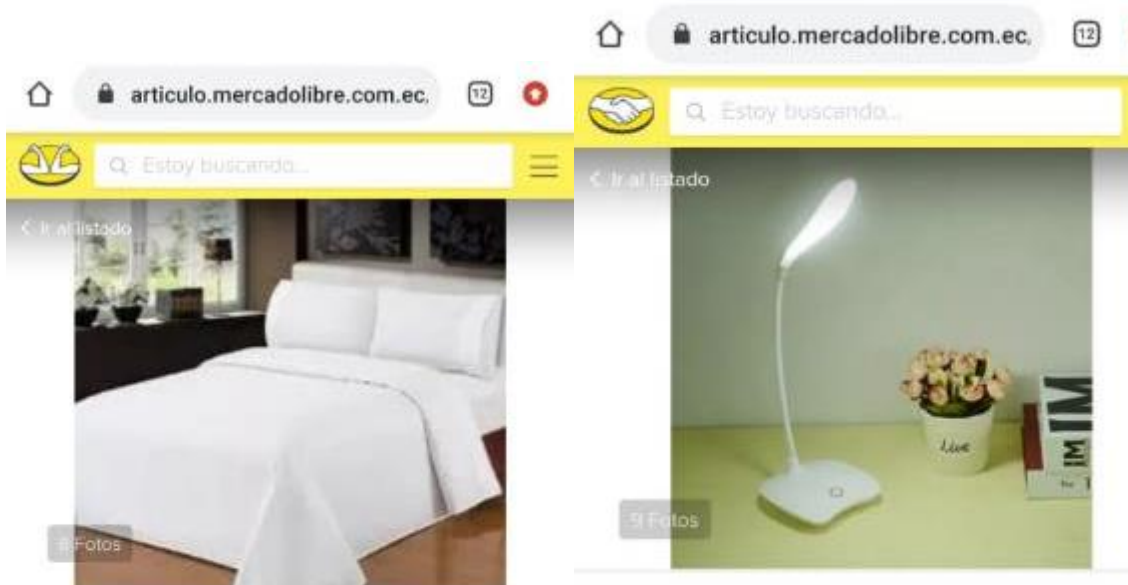
SABANAS DE 2 PLAZAS =\$15

SABANAS DE 2 1/2 PLAZAS=\$16

SABANAS DE 3 PLAZAS =\$18

JUEGOS DE TOALLAS(3UNI)=\$13

PAQUETE DE ALMOHADAS GRANDES COLOR BLANCO(12 UNI) =\$42



Nuevo - 20 vendidos

### Juegos De Sabanas Blancas Para Hoteles Desde \$13

U\$S 13

☰ **el Bosque** **PLACES** ≡

🔍 Busca tu producto aquí

Sofa Cama Marlon - Beige



**\$ 374.39**

Nuevo - 59 vendidos

### Lámpara De Mesa Luz Led Recargable Escritorio Flexible

U\$S 9<sup>50</sup>

MENU **el Bosque** **PLACES**

🔍 Busca tu producto aquí



**\$ 108.99**



Juego de cubrecama Amebas Haus

PVP desde: \$69.99

Precio Sukasa desde: \$53.99



Quilt 1.5 Plazas Sarah Miller Victoria

**\$17.990**

Internet: \$20.990

Normal: \$29.990

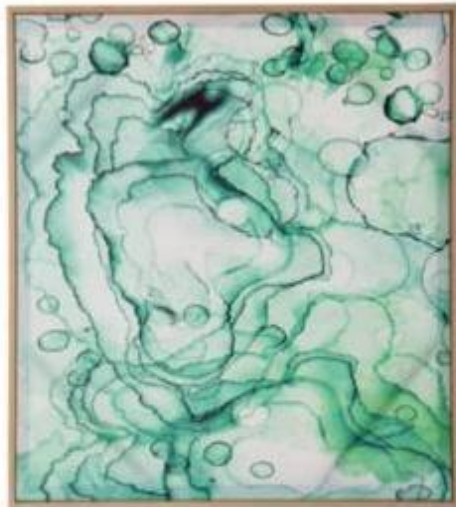


Quilt Stone 1.5 Plazas Attimo

**\$34.190**

Internet: \$39.850

Normal: \$54.990



Cuadro con marco habano Abstracto

PVP : \$48.99

Precio Sukasa : \$44.09



Cuadro Flor Blanco / Habano

PVP : \$60.99

Precio Sukasa : \$54.89



Ducha Telefono Modelo Shelby Marca Edesa

U\$S 40

Envío gratis



Inodoro Fv Baño - Moderno - Silla Inodoro - Sanitario E115e

U\$S 61<sup>31</sup>

Baja la app para comprar más fácil y rápido.

Ahora no

Bajar

boyaca.com/fam.php?cat=52

boyaca.com/search.php?s=la

boyacá

variedad y calidad que impresionan



Inodoro Pure Forli Edesa

~~\$215,21~~

\$154,95

Compra por



Lavamanos Oval Blanco Vitta

~~\$94,42~~ \$84,98

VER PRODUCTO

VER PRODUCTO



Organizador de Lavamanos de Pedestal

~~\$23,14~~ **\$20,83**

VER PRODUCTO



Grifería Monomando para Lavamanos de 19cm Vento Vitta

~~\$22,21~~ **\$19,99**

VER PRODUCTO

← Colchones en Quito El Buen Descanso

COLCHON SIMMONS

Buen Descanso

**\$ 350**  
incluye entrega

Buscar



Panel cuadr led 92lmw  
3000k9w 146146mm



Panel cuadr led 92lmw 3000k9w 146146mm

\$ 2.61



Foco led 6500k 6w  
5048mm gu10 rca



Foco led 6500k 6w 5048mm gu10 rca

\$ 1.15



# PROFORMA



📍 Santa Isabel, Amagüaña  
✉ sr.industrialdesign@gmail.com  
☎ +593 983 166 170

Fecha: 19 de Mayo de 2020

Descripción	Precio	Cantidad	Total
<b>Fundición de Losa 15m<sup>2</sup></b> (Materiales y mano de obra)	\$1.000	1	\$ 1.000
<b>Implementos de Baño</b> (Inodoro, Lavabo, Ducha...)	\$ 400	1	\$ 400
<b>Alquiler Maquinaria</b> (concretera, aplanadora...)	\$ 150	1	\$ 150
<b>Madera</b> (paredes, piso, techo...)	\$ 2.000	1	\$ 2.000
<b>Carpintería</b> (Mano de Obra)	\$ 800	1	\$ 800
<b>Ventanas</b> (Vidrio e Instalación)	\$ 400	1	\$ 400
<b>Puertas</b>	\$ 120	2	\$ 240
<b>Escritorio Estilo Industrial</b> 90 x 60 cm.	\$ 110	1	\$ 110
<b>Silla de Escritorio Ergonómica</b> con ruedas y regulación de altura.	\$ 80	1	\$ 80
<b>Mueble Modular de Melamina</b> 60 x 215 x 200cm.	\$ 1.200	1	\$ 1.200
<b>Cama de Roble</b> 190 x 90 cm	\$ 180	2	\$ 360
<b>Total</b>			<b>\$7.940</b>

Santiago Romero  
Diseñador Industrial

**Nota:** La siguiente proforma tiene validez de un mes, a partir de su fecha de emisión.

# PROFORMA



📍 Santa Isabel, Amaguaña  
✉ sr.industrialdesign@gmail.com  
☎ +593 983 166 170

Fecha: 19 de Mayo de 2020

Descripción	Precio	Cantidad	Total
Fundición de Losa 15m <sup>2</sup> (Materiales y mano de obra)	\$ 1000	1	\$ 1000
Implementos de Baño (Inodoro, Lavabo, Ducha...)	\$ 400	1	\$ 400
Alquiler Maquinaria (concretera, aplanadora...)	\$ 150	1	\$ 150
Madera (paredes, piso, techo...)	\$ 2000	1	\$ 2000
Carpintería (Mano de Obra)	\$ 800	1	\$ 800
Ventanas (Vidrio e Instalación)	\$ 400	1	\$ 400
Puertas	\$ 120	2	\$ 240
Escritorio Estilo Industrial 120 x 60 cm.	\$ 130	1	\$ 130
Silla de Escritorio Ergonómica con ruedas y regulación de altura.	\$ 80	1	\$ 80
Mueble Modular de Melamina 60 x 215 x 200cm.	\$ 1.200	1	\$ 1.200
Cama Doble de Roble 190 x 135 cm	\$ 250	1	\$ 250
Velador de Melamina 40 x 60 x 70 cm	\$ 80	1	\$ 80
<b>Total</b>			<b>\$7.930</b>

  
Santiago Romero  
Diseñador Industrial

**Nota:** La siguiente proforma tiene validez de un mes, a partir de su fecha de emisión.



# PROFORMA



📍 Santa Isabel, Amagüaña  
✉ sr.industrialdesign@gmail.com  
☎ +593 983 166 170

Fecha: 19 de Mayo de 2020

Descripción	Precio	Cantidad	Total
Fundición de Losa 25m <sup>2</sup> (Materiales y mano de obra)	\$ 1200	1	\$ 1200
Implementos de Baño (Inodoro, Lavabo, Ducha...)	\$ 400	1	\$ 400
Alquiler Maquinaria (concretera, aplanadora...)	\$ 150	1	\$ 150
Madera (paredes, piso, techo...)	\$ 3000	1	\$ 3000
Carpintería (Mano de Obra)	\$ 1000	1	\$ 1000
Ventanas (Vidrio e Instalación)	\$ 700	1	\$ 700
Puertas	\$ 120	3	\$ 360
Escritorio Estilo Industrial 120 x 60 cm.	\$ 130	1	\$ 130
Silla de Escritorio Ergonómica con ruedas y regulación de altura.	\$ 80	1	\$ 80
Mueble Modular de Melamina 60 x 215 x 200cm.	\$ 1.200	1	\$ 1.200
Cama Doble de Roble 190 x 135 cm	\$ 250	1	\$ 250
Velador de Melamina 40 x 60 x 70 cm	\$ 80	2	\$ 160
<b>Total</b>			<b>\$11.430</b>

  
Santiago Romero  
Diseñador Industrial

**Nota:** La siguiente proforma tiene validez de un mes, a partir de su fecha de emisión.