

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
VIDA NUEVA



**Análisis de factibilidad para la creación de un glamping turístico en la
parroquia rural de Mindo**

Presentado por:

Murcia Caizapanta Brandon Ernesto

Tecnología Superior en Turismo

Tutora:

Ing. Segovia Mejía Victoria Estefanía

Agosto 2022

Quito – Ecuador

ISTVN

Tecnología Superior en Turismo
Certificación del Tutor

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Aplicación Práctica con el tema: “Análisis de factibilidad para la creación de un glamping turístico en la parroquia rural de Mindo”, presentado por el ciudadano Murcia Caizapanta Brandon Ernesto, para optar por el título de tecnólogo superior en turismo, certifico que dicho proyecto ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Quito, del mes de agosto de 2022.

Tutora: Ing. Segovia Mejía Victoria Estefanía

C.I.: 1722050695

Tecnología Superior en Turismo
Aprobación del Tribunal

Los miembros del tribunal aprueban el Proyecto de Aplicación Práctica, con el tema: “Análisis de factibilidad para la creación de un glamping turístico en la parroquia rural de Mindo” presentado por el ciudadano Murcia Caizapanta Brandon Ernesto facultado en la carrera Tecnología Superior En Turismo.

Para constancia firman:

ING.**DOCENTE ISTVN**

ING.**DOCENTE ISTVN**

ING.**DOCENTE ISTVN**

Cesión de Derechos de Autor

Yo, Murcia Caizapanta Brandon Ernesto portador de la cédula de ciudadanía 1727164137, facultado de la carrera tecnología superior en turismo, autor de esta obra certifico y proveo al instituto superior tecnológico vida nueva, usar plenamente el contenido de este Proyecto de Aplicación Práctica con el tema “Análisis de factibilidad para la creación de un glamping turístico en la parroquia rural de Mindo”, con el objeto de aportar y promover la lectura e investigación, autorizando la publicación de mi proyecto en la colección digital del repositorio institucional bajo la licencia de Creative Commons: Atribución-NoComercial-SinDerivadas.

En la ciudad de Quito, del mes de agosto de 2022.

Murcia Caizapanta Brandon Ernesto

C.I.: 1727164137

Dedicatoria

La presente tesis está dedicada a mi madre, persona quien me motivó y apoyó innumerables veces, durante este proceso académico.

A mi padre, persona quien aconsejó para que siguiera esta carrera y así pudiera ser un gran profesional.

A mi hermanito, persona quien estuvo junto a mí alegrándome todos los días.

Agradecimiento

Agradezco a Dios por permitirme haber llegado hasta este punto de mi vida, por permitir a mi familia y seres queridos poder observar cómo cumplo una meta muy importante.

A mi padre y madre por apoyarme en cada decisión que he tomado, en especial por apoyarme en todas las formas posibles con esta carrera, de no ser por ellos jamás habría conseguido llegar hasta aquí.

A mi hermanito por brindarme alegría en los días oscuros y llenos de estrés.

A mi familia por preocuparse y también a todas aquellas personas que formaron parte de mi vida en este largo proceso.

Índice de Contenidos

Resumen.....	15
Abstract	16
Introducción	17
Antecedentes	18
Justificación	19
Objetivos.....	20
Objetivo General	20
Objetivos Específicos.....	20
Capítulo I	21
Marco Teórico.....	21
Marco legal.....	21
Ley de Turismo	21
Reglamento de alojamiento turístico	22
Bases Teóricas.....	25
Definición de Términos Básicos	26
Turismo	26
Alojamiento	27
Glamping	27
Tipos de glamping	27
Desarrollo sostenible	28
Objetivos de Desarrollo sostenible.....	29
Bosque protector.....	30

Análisis de factibilidad.....	31
Estudio de mercado	32
Marketing mix	33
Estudio técnico	34
Estudio de impacto ambiental (Matriz de Leopold)	34
Estudio administrativo.....	35
Capítulo II.....	36
Metodología y Desarrollo del Proyecto	36
Diseño Metodológico.....	36
Tipos de investigación.....	36
Variables y Definición Operacional.....	38
Variable independiente.....	40
Variable dependiente.....	40
Diseño Muestral	40
Técnicas de Recolección de Datos.....	41
Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información	42
Análisis e interpretación de las encuestas	42
Capítulo III.....	54
Propuesta.....	54
Estudio de mercado.....	54
Mercado meta	54
Clientes potenciales.....	55
Competencia.....	56

Marketing mix	61
Ventaja competitiva.....	68
Estudio técnico.....	69
Localización	69
Características del glamping	70
Capacidad	71
Diseño de las instalaciones.....	72
Inversión inicial.....	72
Financiamiento	76
Amortización de la deuda.....	76
Estado de resultados anual proyectado.....	82
Flujo de caja proyectado.....	84
Periodo de recuperación	85
Estudio ambiental.....	85
Matriz de Leopold	85
Prácticas sostenibles	88
Estudio administrativo	89
Nombre y logo.....	89
Filosofía empresarial	90
Análisis FODA	90
Estructura administrativa.....	92
Planificación de recursos humanos	95
Conclusiones.....	96

Recomendaciones	97
Referencias Bibliográficas	98
Anexos	101

Índice de Imágenes

Imagen 1. Requerimientos de infraestructura	24
Imagen 2. Glamping tipo burbuja	62
Imagen 3. Sitio web	66
Imagen 4. Tarjetas de presentación.....	67
Imagen 5. Productos.....	67
Imagen 6. Flyer	68
Imagen 7. Localización.....	70
Imagen 8. Domo.....	71
Imagen 9. Boceto general	72
Imagen 10. Detalle de la carga financiera.....	77
Imagen 11. Detalle de las cuotas.....	78
Imagen 12. Logo	89

Índice de Gráficos

Gráfico 1. Sexo del encuestado.....	43
Gráfico 2. Edad del encuestado	44
Gráfico 3. Nacionalidad del encuestado	45
Gráfico 4. Acompañante de viaje a destinos naturales	46
Gráfico 5. Alojamiento en lugares de naturaleza.....	47
Gráfico 6. Glamping en Mindo.....	48
Gráfico 7. Tipo de glamping.....	49
Gráfico 8. Presupuesto por una noche en un glamping	50
Gráfico 9. Elementos de un glamping.....	51
Gráfico 10. Paquetes turísticos de Mindo	52
Gráfico 11. Medio de promoción.....	53
Gráfico 12. Puntos fuertes y débiles de la competencia	61
Gráfico 13. Organigrama estructural	92

Índice de Tablas

Tabla 1. Variables	38
Tabla 2. Sexo del encuestado	42
Tabla 3. Edad del encuestado.....	43
Tabla 4. Nacionalidad del encuestado	44
Tabla 5. Acompañante de viaje a destinos naturales	45
Tabla 6. Alojamiento en lugares de naturaleza	46
Tabla 7. Glamping en Mindo	47
Tabla 8. Tipo de glamping	48
Tabla 9. Presupuesto por una noche en un glamping.....	49
Tabla 10. Elementos de un glamping.....	50
Tabla 11. Paquetes turísticos de Mindo	51
Tabla 12. Medio de promoción.....	52
Tabla 13. Segmentación de mercado	54
Tabla 14. Entorno hotelero en Mindo	57
Tabla 15. Tarifas	64
Tabla 16. Domos.....	70
Tabla 17. Obras físicas.....	72
Tabla 18. Equipamiento	73
Tabla 19. Resumen inversión inicial.....	75
Tabla 20. Fuentes de financiamiento	76
Tabla 21. Estado de resultados anual	82
Tabla 22. Flujo de caja proyectado	84

Tabla 23. Periodo de recuperación.....	85
Tabla 24. Magnitud e importancia de los impactos positivos y negativos	86
Tabla 25. Matriz de Leopold.....	87
Tabla 26. FODA.....	90

Resumen

La parroquia rural de Mindo es uno de los destinos turísticos más importantes que tiene el Ecuador, gracias a su exuberante flora y fauna, y por los atractivos de deportes de aventura que tanto caracterizan al sector. Es por ello que Mindo es tan conocido, tanto por turistas nacionales como por extranjeros, los cuales hacen que sea un destino muy visitado durante los feriados y temporadas altas, a tal punto que todos los alojamientos pasan completamente llenos, generando un problema para aquellas personas que buscan hospedarse. La competitividad de las empresas que ofrecen el servicio de alojamiento es otro factor a destacar, puesto que en Mindo hay una gran oferta, habiendo desde hostales y hoteles, hasta lodges. Es por eso que este proyecto buscó analizar la factibilidad para la creación de un glamping turístico, dando paso a la implementación de un nuevo modelo de alojamiento dentro de la parroquia, siendo este mucho más innovador que los convencionales. Para llevar a cabo este proyecto se realizaron distintos tipos de estudios, tales como: estudio de mercado, técnico, ambiental y administrativo, además, se utilizó una herramienta muy importante e indispensable para medir la factibilidad de la creación del glamping: se creó una encuesta, la cual fue aplicada a 51 turistas de Mindo durante el transcurso del mes de Enero de 2022, lo cual fue un aporte muy significativo para el proyecto, ya que nos dieron datos cuantitativos sobre el grado de aceptación que los turistas tienen sobre este modelo de alojamiento.

Palabras Clave: Alojamiento, Glamping, Mindo.

Abstract

The rural parish of Mindo is one of the most important tourist destinations in Ecuador, thanks to its exuberant flora and fauna, and for the attractions of adventure sports that characterize the sector. That is why Mindo is so well known, both by domestic and foreign tourists, which makes it a very popular destination during holidays and high seasons, to the point that all accommodations are completely full, creating a problem for those seeking lodging. The competitiveness of the companies that offer lodging services is another factor to highlight, since in Mindo there is a great offer, ranging from hostels and hotels to lodges. That is why this project sought to analyze the feasibility for the creation of a tourist glamping, giving way to the implementation of a new lodging model within the parish, this being much more innovative than the conventional ones. In order to carry out this project, different types of studies were conducted, such as: market, technical, environmental and administrative studies, in addition, a very important and indispensable tool was used to measure the feasibility of the creation of glamping: a survey was created, which was applied to 51 tourists from Mindo during the month of January 2022, which was a very significant contribution to the project, since it gave us quantitative data on the degree of acceptance that tourists have about this lodging model.

Keywords: Accommodation, Glamping, Mindo.

Introducción

La razón de este proyecto es realizar un análisis de factibilidad para la creación de un glamping turístico en la parroquia rural de Mindo, con el fin de implementar a futuro una idea innovadora que apenas se está llevando a cabo en esta parroquia, lo cual impulsaría el turismo de naturaleza y de aventura en Mindo, pudiendo brindar una experiencia diferente a los turistas que visiten este destino.

Mindo es un lugar elegido por muchos turistas, a tal grado que en los feriados pasa totalmente lleno, con las calles que dirigen hacia los atractivos congestionadas y con los hospedajes completos, lo cual genera una problemática enorme. Por este motivo, hay muchos turistas que se quedan sin lugar donde pasar la noche, ocasionando que estos se vayan de la parroquia sin haber cumplido con sus objetivos y llevándose una mala experiencia. Es por esto que crear un glamping en Mindo dará paso a que los turistas tengan otro alojamiento donde hospedarse y que puedan cumplir con sus expectativas dentro de Mindo.

Mindo cuenta con una amplia oferta de servicios hoteleros, siendo varios de ellos netamente hosterías. En los últimos años han implementado un modelo de glamping (burbujas), aprovechándose de la inexistencia de un modelo enfocado al mismo, lo cual ha generado que dichas empresas establezcan precios demasiado altos para adquirir esa modalidad de alojamiento.

El proyecto se basa en un enfoque cuantitativo de alcance correlacional, esto debido a que el objetivo es relacionar las dos variables, en este caso, el análisis de factibilidad y la creación de un glamping, para determinar si este proyecto será viable. Para ello, este proyecto se realiza con base a una investigación bibliográfica y de campo, aplicando como técnica de recolección de datos la encuesta y, presentándose en tres capítulos: marco teórico, metodología y desarrollo del proyecto y, finalmente, la propuesta.

Antecedentes

La idea de glamping nace como una manera de innovar en los establecimientos hoteleros. Exactamente, el término glamping se deriva de la combinación de dos palabras, “glamuroso” y “camping”. El camping es la opción elegida por el conocido como turista moderno que busca acampar. Sin embargo, la idea de glamping va más allá, ya que implica acampar utilizando alojamiento e instalaciones que son más lujosas, lo cual le lleva la contraria al modelo tradicional. Esta forma innovadora de alojamiento es una estrategia que permite mejorar la calidad y competitividad del destino donde este se implemente. (Jácome, 2021)

Este modelo de alojamiento viene siendo tendencia desde los últimos 4 años, teniendo gran acogida por parte de todo tipo de público, en especial de aquellos turistas aventureros, amantes de la naturaleza. El turista actual siempre busca la autenticidad en sus experiencias de viaje, evitando cada vez más las ofertas tradicionales. Al turista ya no le llama la atención cualquier cosa, actualmente es mucho más exigente, prefiere vivir una experiencia única.

Mindo desde hace años es un destino visitado por una gran cantidad de turistas, esto debido a su ubicación geográfica y todos los atractivos de naturaleza y de aventura que posee.

Es una parroquia visitada, mayoritariamente por turistas extranjeros debido a su alta biodiversidad de orquídeas, aves y mariposas. Mindo pertenece al cantón San Miguel de los Bancos, provincia de Pichincha. Se encuentra al noroccidente de la ciudad de Quito, en las estribaciones occidentales de la cordillera Occidental andina, a una altitud de 1250 msnm. El área de Mindo comprende una extensión de 22.453 hectáreas de las cuales 12.853 ha están fuera del Bosque Protector Mindo Nambillo y las 9.600 ha restantes están dentro del área protegida. (Imbaquingo, 2015, pp. 30-32)

Justificación

Al ser Míndo un destino potencialmente turístico, en los feriados este suele pasar completamente repleto de turistas, llegando hasta tal punto donde los visitantes hacen filas que duran horas para ingresar a un atractivo, por ende, de igual manera todos los alojamientos se llenan de inmediato, haciendo que los planes de quienes se iban a quedar por más de un día se estropeen, dándoles a los turistas una mala experiencia. Es por ello que implementar un glamping (lo cual sería un modelo de alojamiento novedoso e innovador dentro de Míndo) en parte ayudaría a solucionar esta problemática, puesto que daría la oportunidad a que más turistas tengan un lugar donde hospedarse y puedan cumplir con sus actividades propuestas a realizar en Míndo.

A su vez, al crear el glamping turístico en Míndo, se crean nuevas oportunidades, tales como las fuentes de empleo para diferentes cargos a desempeñar dentro del alojamiento que se brindarán a los pobladores de la parroquia, también un aspecto muy importante a resaltar es que el glamping está planeado para ser sostenible, contribuyendo lo máximo posible al entorno medio ambiental que alberga el Bosque Protector Míndo Nambillo, así que la implementación del glamping favorece tanto a la parte ambiental como a la parte social. La creación del glamping 100% en su totalidad, ayudará a que se desarrolle una competencia justa dentro del mercado hotelero, puesto que ciertas empresas hoteleras cuentan como mucho una o dos burbujas (las cuales son un modelo de glamping) y tienen precios de alojamiento exorbitantes, aprovechándose de que no hay en Míndo un alojamiento que se base 100% en un modelo de glamping.

Objetivos

Objetivo General

Analizar la factibilidad para la creación de un glamping turístico en la parroquia rural de Mindo.

Objetivos Específicos

- Investigar los reglamentos necesarios para la creación de un glamping en Mindo.
- Analizar el entorno hotelero que rige en Mindo mediante la investigación bibliográfica de la competitividad.
- Proponer un modelo innovador de glamping basado en un estudio de mercado, técnico, ambiental y administrativo.

Capítulo I

Marco Teórico

Marco legal

Ley de Turismo

Según MINTUR (2014):

Art. 8.- Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

Art. 9.- El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda.

Art. 10.- El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, Licencia única Anual de Funcionamiento; lo que les permitirá: a. Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley; b. Dar publicidad a su categoría; c. Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento; d. Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un Notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra; y, e. No tener, que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento, salvo en el caso de las Licencias Ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas.

La normativa para que las empresas puedan ejercer actividades turísticas se encuentra en la ley de turismo y deben cumplir con ciertos requisitos como el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, la cual a su vez otorga beneficios a la empresa y serán requisitos esenciales para la creación de una empresa turística que ofrezca el servicio de alojamiento y alimentación.

Reglamento de alojamiento turístico

Según MINTUR (2016):

Art. 7.- Requisitos previo al registro.- Las personas naturales o jurídicas previo a iniciar el proceso de registro del establecimiento de alojamiento turístico, deberán contar con los siguientes documentos: a) En el caso de personas jurídicas, escritura de constitución, aumento de capital o reforma de estatutos, debidamente inscrita en el Registro Mercantil; b) Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito en el Registro Mercantil; c) Registro Unico de Contribuyentes (RUC), para persona natural o jurídica; d) Cédula de identidad o ciudadanía y papeleta de votación, de la persona natural o representante legal de la compañía; e) Certificado de gravámenes o contrato de arrendamiento del local de ser el caso, debidamente legalizado ante la Autoridad competente; f) Inventario valorado de activos fijos de la empresa bajo la responsabilidad del propietario o representante legal; g) Pago del uno por mil sobre el valor de los activos fijos; h) Para el uso del nombre comercial, el establecimiento de alojamiento deberá cumplir con las disposiciones de la Ley de Propiedad Intelectual y la normativa aplicable en esta materia. Deberá verificarse el resultado de la búsqueda fonética.

Art. 11.- Los requisitos para obtener la licencia única anual de funcionamiento, aparte del registro de turismo serán los siguientes: a) Pago del impuesto predial. b) Activos de la

empresa según lo declarado en el impuesto a la renta correspondiente. c) Pagos por concepto de renovación de licencia única anual de funcionamiento, de ser el caso. d) Estar al día en el pago de las obligaciones previstas en la Ley de Turismo y normativa pertinente.

Art. 14.- Autorización para la construcción y adecuación de edificaciones destinadas a alojamiento turístico.- El Gobierno Autónomo Descentralizado competente será la entidad que en su jurisdicción aprobará los planos definitivos y autorizará la construcción y/o adecuación de edificaciones destinadas al alojamiento turístico, en concordancia con los planes de ordenamiento territorial y zonificación local.

Art. 18.- Políticas de comercialización.- Los establecimientos de alojamiento turístico deberán contar con políticas que permitan una correcta comercialización de los mismos. Estas políticas se deberán manejar de la siguiente manera: 1. Contar con herramientas tecnológicas como portales web que determinen la dirección, teléfonos y correo electrónico de contacto directo del establecimiento, tarifas rack o mostrador, mapa de ubicación del lugar, descripción de servicios, facilidades que brinda el establecimiento para personas con discapacidad, fotografías actuales y reales de habitaciones y áreas de uso común. 2. Desarrollar una política de pago y cancelación de reservas. 3. Establecer un sistema propio o contratado de manejo de reservas. Es facultad del establecimiento establecer un sistema de pago en línea. (No aplica para casa de huéspedes y refugio). 4. Usar obligatoriamente el logo de la Autoridad Nacional de Turismo en herramientas digitales, conforme lo establecido en el manual de aplicación de uso de logotipo.

De esta forma, los permisos, licencias y registros necesarios para la construcción y venta de servicios en el ámbito turístico son clave para que un proyecto sea viable, pues cumplir con

los mismo permitirá promocionar y dar a conocer la empresa de manera legal, en este caso un glamping turístico.

Imagen 1.

Requerimientos de infraestructura

ANEXO 6. CAMPAMENTO TURÍSTICO - CT	
CATEGORÍA ÚNICA	
No.	REQUERIMIENTOS DE INFRAESTRUCTURA INSTALACIONES GENERALES
1	Área de estacionamiento, 60% de acuerdo a la capacidad del establecimiento.
2	Área delimitada para tiendas de campaña dispuestas en módulos de 6 carpas de 2 personas cada una, con áreas de circulación de 1 metro entre tiendas y 4 metros entre módulos.
3	Energía eléctrica en áreas administrativas y operativas del campamento. En caso de no existir red pública se debe garantizar la provisión con un generador de energía eléctrica o generación alternativa.
4	Suministro de agua potable a disposición de los huéspedes y campistas.
5	Sistema de drenaje de aguas lluvias.
6	Pozos sépticos para descargas de baños
7	Sistema de recolección y disposición de desechos sólidos.
	ÁREAS DE CLIENTES
	Áreas de clientes - General
8	Área de recepción y administración.
9	Tomacorrientes con indicación de voltaje en área de recepción.
10	Servicio de atención al cliente 12 horas.
11	Servicio de guardiania 24 horas.
12	Registro de ingreso, salida e información de disponibilidad de servicios de los huéspedes y campistas.
13	Croquis o plano de ubicación del campamento turístico, sus instalaciones y sitios de visita.
14	Información sobre medidas a adoptar en caso de siniestro, indicando las vías de escape.
15	Casilleros de seguridad.
16	Bodega de implementos.
17	Utilería de limpieza y mantenimiento.
	Área de campamento
18	Lavadero de ropa independiente dentro del área del campamento turístico.
19	Área de preparación y manipulación de alimentos en función de la capacidad del establecimiento uno por módulo (fregadero, área de fogón, parrilla, mesón, entre otros).
20	Basureros en las áreas de mayor actividad.
21	Cuartos de baño y aseo completos en áreas comunes, dos por cada módulo identificados por género.
	OTROS SERVICIOS
22	Contar con un plan de seguridad que incluya mecanismos de contingencia y atención de emergencias, según lo establecido por la Autoridad competente.
23	Sistema de comunicación para atención de emergencias.
24	Sistema de señalética interna relativa a los servicios y recintos de uso común de las instalaciones del campamento.
25	En caso de contar con disponibilidad de espacio necesario para parqueo de casas rodantes, el campamento deberá tener a disposición: sistema eléctrico y sanitario ad-hoc.
26	Botiquín con contenido básico según lo establecido en el presente Reglamento.

Nota. Reproducida de Campamento Turístico. Tomado de CT, de MINTUR (2014).

Bases Teóricas

Según Peña (2016):

Realizar un análisis de factibilidad antes de comenzar la ejecución de un proyecto, se vuelve un proceso imprescindible que pueda garantizar en gran medida el éxito del proyecto. El análisis de factibilidad debe documentarse como un informe para la alta gestión. Su resultado pretende determinar de manera objetiva si el proyecto puede continuar o se puede optar por otras alternativas para resolver el problema identificado.

Esto se logra mediante la evaluación de una serie de criterios (económicos, técnicos, entre otros) y alternativas. El análisis de factibilidad constituye una fase indispensable en el desarrollo del proyecto. (p. 70)

El análisis de factibilidad hoy en día es algo indispensable a la hora de llevar a cabo cualquier tipo de proyecto que se tenga en mente, ya que, gracias a ello, podemos determinar qué tan rentable es poner en ejecución dichos proyectos.

Según Astudillo & Prada (2018):

El sistema económico vive un momento de cambios acelerados, impulsados principalmente por la innovación, que resulta un aliciente para un cambio de modelo productivo, hacia una economía más flexible y competitiva. La innovación permite acelerar la producción, abaratar los costes, aumentar los rangos de actuación, ampliar el mercado a nuevos segmentos o áreas o mejorar el funcionamiento de las empresas. (p. 8)

La innovación es el paso a dar para generar un gran cambio de manera positiva en cualquier aspecto en la que se aplique, sin embargo, a pesar de todos los beneficios que esto nos trae, innovar no es fácil, pues se requiere salir de la zona de confort.

Según MINTUR (2016):

Campamento turístico.- Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje para pernoctar en tiendas de campaña; dispone como mínimo de cuartos de baño y aseo compartidos cercanos al área de campamento, cuyos terrenos están debidamente delimitados y acondicionados para ofrecer actividades de recreación y descanso al aire libre. Dispone de facilidades exteriores para preparación de comida y descanso, además ofrece seguridad y señalética interna en toda su área.

Realizar camping es la modalidad de alojamiento en la que más fácil resulta conectarse con el entorno natural, es la forma más sencilla y económica para quedarse en un lugar, en adición a ello, de este tipo de alojamiento nace el Glamping.

Definición de Términos Básicos

Turismo

Según UNWTO (2022):

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico.

El turismo conlleva la actividad de viajar a un lugar distinto del que vivimos, motivado por varios factores como el placer o negocios, resultando del consumo de servicios como el alojamiento, transporte, recreación, entre otros, los cuales son la principal actividad económica de Mindo.

Alojamiento

Según MINTUR (2016), “Es el establecimiento considerado como una unidad íntegra de negocio destinada al hospedaje no permanente de turistas y que brinda servicios complementarios, para lo cual deberá obtener previamente el registro de turismo y la licencia única anual de funcionamiento” (p. 3). En este sentido, el alojamiento brinda un espacio a los turistas para que pernocten, además de poder recibir servicios adicionales, como alimentación y transporte. Mindo es un destino que requiere de días para realizar todas las actividades que se tiene en mente, es por ello que existe una gran cantidad de alojamientos.

Glamping

Según Alvarado (2015), “Es una tendencia moderna derivada de la combinación de hacer “camping” con “Glamour” dado que, en los años 1900, los europeos y americanos no querían dejar su comodidad y lujo en África” (p. 23). En este sentido, el glamping es una forma de acampar con infraestructura y servicios adicionales, que lo convierten en una idea innovadora en el ámbito hotelero. En Mindo, un destino de naturaleza, el glamping aún no ha sido implementado de manera que exista competitividad.

Tipos de glamping

Según De la Luz (2016):

- Casas del árbol: Hechas de madera sobre las ramas de un árbol y para llegar a ellas se tiene que subir por escaleras.
- Eco-lodge: Cabaña hecha normalmente de madera, adaptada a todo tipo de áreas, incluso los más expuestos como: montañas, selvas o la sabana.
- Yurtas: Construida de celosía de madera tapada con tela delgada pero resistente. Se forma una carpa, pero circular que te protege de la lluvia y los vientos.

- Tiendas safari: Tiene la estructura de una casa, solo que con los techos en forma de pico, hechas de lona ligera pero resistente. Por dentro tienen un amplio espacio para equiparlas bien.
- Tipis: Similares a las viviendas de los indios americanos; se hace con troncos de madera dándole la forma de un triángulo, cubierto con tela, dejando un agujero en el techo para liberar el humo.
- Iglú: Conocido como “casa de nieve”, refugio diseñado con bloques de nieve que tradicionalmente tiene forma de cúpula. En *glamping*, estos “iglú” se adaptan a terrenos donde la temperatura no permite la construcción con bloques de nieve.
- Tiendas de lona: Es prácticamente lo mismo que hablar de una casa de campaña tradicional.
- Autocaravana: Las famosas casas rodantes. Vehículos (camionetas), que en la parte de atrás del conductor tienen acondicionado un espacio para ser utilizado como vivienda.

De este modo, la identificación de los tipos de glamping son un gran aporte para la investigación, pues serán colocados en la encuesta realizada para los turistas que visiten Mindo, identificando cuál es la que más desearían visitar, de manera que sea un emprendimiento innovador y logre satisfacer las necesidades del cliente.

Desarrollo sostenible

“El desarrollo sostenible consiste en satisfacer las necesidades de la generación presente sin comprometer la satisfacción de las necesidades de las generaciones futuras. Mantiene el equilibrio del manejo del Planeta en tres ámbitos: ambiental, social y económico” (Cortés & Peña, 2015, pp. 43-44). De este modo, la sostenibilidad es clave en la implementación de una

empresa turística en un entorno natural, pues se busca conservar o evitar el impacto de la zona, así como de la población local, a través de la economía obtenida de los servicios que se ofrecen.

Objetivos de Desarrollo sostenible

Según ONU (2015):

Los ODS buscan a nivel mundial realizar acciones para eliminar la pobreza, preservar el planeta y mejorar las condiciones de vida de las personas en todo el mundo. Los ODS son:

- Objetivo 1: Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo.
- Objetivo 2: Poner fin al hambre.
- Objetivo 3: Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades.
- Objetivo 4: Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos.
- Objetivo 5: Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas.
- Objetivo 6: Garantizar la disponibilidad de agua y su gestión sostenible y el saneamiento para todos.
- Objetivo 7: Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna.
- Objetivo 8: Promover el crecimiento económico inclusivo y sostenible, el empleo y el trabajo decente para todos.
- Objetivo 9: Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización sostenible y fomentar la innovación.

- Objetivo 10: Reducir la desigualdad en y entre los países.
- Objetivo 11: Lograr que las ciudades sean más inclusivas, seguras, resilientes y sostenibles.
- Objetivo 12: Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.
- Objetivo 13: Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos.
- Objetivo 14: Conservar y utilizar sosteniblemente los océanos, los mares y los recursos marinos.
- Objetivo 15: Gestionar sosteniblemente los bosques, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras, detener la pérdida de biodiversidad.
- Objetivo 16: Promover sociedades justas, pacíficas e inclusivas.
- Objetivo 17: Revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible. (pp. 3-4)

La creación de un glamping en un entorno natural y cercano a un Bosque Protector requiere de la aplicación de un modelo sostenible, por ello, se cumple con varios de los ODS que involucran el área social, ambiental y económico, beneficiando no solo al turismo de Mindo, sino también a la protección del planeta.

Bosque protector

Según MAE (2004):

Se consideran bosques y vegetación protectores aquellas formaciones vegetales, naturales o cultivadas, que cumplan con uno o más de los siguientes requisitos:

- a) Tener como función principal la conservación del suelo y la vida silvestre.

- b) Estar situados en áreas que permitan controlar fenómenos pluviales torrenciales o la preservación de cuencas hidrográficas, especialmente en las zonas de escasa precipitación pluvial.
- c) Ocupar cejas de montaña o áreas contiguas a las fuentes, corrientes o depósitos de agua.
- d) Constituir cortinas rompevientos o de protección del equilibrio del medio ambiente.
- e) Hallarse en áreas de investigación hidrológico – forestal.
- f) Estar localizados en zonas estratégicas para la defensa nacional.
- g) Constituir factor de defensa de los recursos naturales y de obras de infraestructura de interés público.

De esta manera, en las zonas aledañas de Mindo se encuentra el Bosque Protector Mindo Nambillo, por lo que cualquier empresa turística que desee implementarse debe hacerlo en la zona destinada para ello (zona de uso especial) o fuera de la zonificación establecida, evitando impactos negativos en el medioambiente.

Análisis de factibilidad

Según Luna & Damaris (2001), “Factibilidad es el grado en que lograr algo es posible o las posibilidades que tiene de lograrse. Iniciar un proyecto de producción o fortalecerlo significa invertir recursos como tiempo, dinero, materia prima y equipos” (p. 1). En este sentido, el análisis de factibilidad es un método para comprobar si un proyecto va a ser viable o no, tomando en cuenta muchos aspectos técnicos, económicos, administrativos, entre otros.

Estudio de mercado

Según Salinas, Gándara, & Alonso (2012):

Con el estudio del mercado se trata de averiguar la respuesta del mercado ante un producto o servicio, con el fin de plantear la estrategia comercial más adecuada.

- Mercado meta: Está compuesto por el grupo de compradores potenciales que se intenta convertir en clientes. Para determinar el mercado meta de la empresa es necesario realizar de antemano una segmentación del mercado.
- Clientes: Para que sea más fácil vender un producto, conviene conocer bien algunas de las características de los posibles clientes: cómo son, dónde viven, cuánto ganan, qué gustos tienen, etc.
- Competencia: Se debe conocer muy bien quiénes son los competidores más cercanos y cómo desarrollan su actividad, cómo son los productos que ofrecen, a qué precio los comercializan, qué aceptación tienen en el mercado, etc. Se debe buscar un razón o ventaja respecto a la competencia. Esta ventaja competitiva puede residir en el precio, la calidad, las ventajas en el producto ampliado (servicio posventa, trato individualizado, servicios financieros, etc.) o en otras características.
- Fuentes de información: Para poder hacer un estudio de mercado es necesario recopilar toda la información que se pueda obtener en relación con el mismo. Las fuentes de datos las podemos clasificar de dos maneras: a) En función de su disponibilidad en internas y externas; b) En función del grado de elaboración en primarias y secundarias. (pp. 50-66)

De esta manera, el estudio de mercado es la base para determinar si el servicio o producto que se ofrece va a tener un grado de aceptación alto por el segmento de mercado

seleccionado, lo cual es la base para continuar con un proyecto, como es el caso de la implementación de un glamping en Mindo.

Marketing mix

Según Peñaloza (2005):

El objetivo de las operaciones de marketing es encontrar una oferta de productos y servicios que incremente el nivel de satisfacción del comprador y genere utilidades para la empresa. Esta oferta está conformada, desde el punto de vista mercadotécnico, por un conjunto de variables, denominadas comúnmente marketing mix, las cuales comprenden 4Ps:

- **Producto:** Es todo lo que pueda ser mercadeado. Está conformado por un conjunto de elementos tangibles e intangibles, como son el producto básico, la marca, el empaque, la etiqueta, la calidad y los servicios de apoyo que en un todo armónico contribuyen a satisfacer las necesidades y las expectativas del comprador.
- **Plaza:** También conocida como la distribución, hace referencia al conjunto de actividades, organizaciones y personas que hacen posible que el bien llegue al consumidor final, destacando el lugar.
- **Precio:** A través de las cantidades vendidas se proporcionan los ingresos necesarios para el funcionamiento y la consecución de los fines de rentabilidad de la empresa.
- **Promoción:** Comunicación pagada por la empresa para informar, persuadir y recordar sobre sus productos, estructura de precios, puntos de distribución o cualquier otro aspecto de interés para el mercado. (pp. 74-79)

Por lo tanto, el marketing mix es un proceso a seguir ideal dentro de un estudio de mercado, pues permite delimitar el producto o servicio a ofrecer, el precio de venta, la plaza o

lugar y las estrategias de promoción. En el caso de glamping, permite identificar de manera correcta el mercado y posicionar el alojamiento en lo más alto del entorno hotelero de Mindo.

Estudio técnico

Según UNAM (2017):

El estudio técnico conforma la segunda etapa de los proyectos de inversión, en el que se contemplan los aspectos técnicos operativos necesarios en el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción de un bien o servicio deseado. Los objetivos del estudio técnico son:

- Determinar la localización más adecuada en base a factores que condicionen su mejor ubicación.
- Enunciar las características con que cuenta la zona de influencia donde se ubicará el proyecto.
- Mostrar la distribución y diseño de las instalaciones.
- Especificar el presupuesto de inversión, dentro del cual queden comprendidos los recursos materiales y financieros necesarios para su operación. (p. 53)

En este sentido, el segundo paso para verificar si un proyecto es viable o no, depende de la ubicación y sus características, además de tomar en cuenta las instalaciones, los recursos y el presupuesto de inversión, ya que además de contar con la aceptación del segmento de mercado, también es importante saber si económicamente se puede llevar a cabo.

Estudio de impacto ambiental (Matriz de Leopold)

Según Nuñez (2021):

La matriz de Leopold es uno de los métodos sistemáticos para evaluar impactos ambientales más utilizados, ya que ha sido diseñada exclusivamente para la evaluación de

impactos asociados con cualquier proyecto de construcción. La base del método es una matriz, en la cual la división de las columnas será asignada para las acciones que el hombre pueda alterar en el medio y en la división de las filas se asignarán los factores ambientales que podrían alterarse. (p. 61)

En este sentido, la Matriz de Leopold es una herramienta útil que permite identificar los impactos ambientales que se generan en un proyecto que implica una construcción y debido a su elaboración, la misma es de fácil comprensión y sencilla de aplicar.

Estudio administrativo

Según López et al. (2012):

El estudio administrativo en un proyecto de inversión proporciona las herramientas que sirven de guía para los administradores de un proyecto. Los elementos que conforman el estudio administrativo para el desarrollo de un proyecto son: Misión, visión, valores, organigrama estructural/funcional y planificación de recursos humanos. (pp. 1-6)

De este modo, el estudio administrativo es ya la base final para alcanzar las metas empresariales, a través de una planeación estratégica que guíe a los administradores del proyecto que se quiere implementar.

Capítulo II

Metodología y Desarrollo del Proyecto

Diseño Metodológico

Esta investigación toma como base principal al enfoque cuantitativo, ya que se comprueba por medio de un análisis de factibilidad, si es viable o no la implementación de un glamping en Mindo, además, esta comprobación se basa en análisis estadísticos que se obtienen al usar la herramienta de la encuesta, permitiendo conocer el grado de aceptación de los turistas en relación a la implementación del glamping en la parroquia.

Según Hernández (2014), “El alcance de la investigación depende del conocimiento actual del tema de investigación que revele la revisión de la bibliografía y de la perspectiva que el investigador pretenda dar a su estudio” (p.98). La presente investigación es de alcance correlacional porque el objetivo es relacionar las dos variables, en este caso, el análisis de factibilidad y la creación de un glamping, para determinar si este proyecto es viable.

El diseño de la investigación es de tipo experimental, debido a que se manipulan intencionalmente las variables, en este caso para realizar el análisis de factibilidad se aplica una encuesta para conocer el grado de aceptación de los turistas, lo cual es primordial para conocer la demanda del proyecto. A su vez, es un diseño cuasiexperimental, porque se manipula la variable independiente, que es el análisis de factibilidad para observar su efecto en la variable dependiente, que es la creación de un glamping en Mindo. Además de que los sujetos de estudio ya están conformados, son grupos intactos, en este caso, los turistas que visitan Mindo.

Tipos de investigación

Para obtener la información necesaria se realizó una investigación bibliográfica. Según FENF (2020), “La investigación bibliográfica es la etapa de la investigación donde se explora la

producción de la comunidad académica sobre un tema determinado. Supone un conjunto de actividades encaminadas a localizar documentos relacionados con un tema o un autor concretos” (p.1). De este modo, se identificaron los aspectos legales para crear un alojamiento turístico, así como todos los datos que se necesitan para realizar el estudio de mercado, técnico, ambiental y administrativo.

Posterior, se procede a realizar una investigación de campo. Según López (2002), “La investigación de campo, o directa, es la se efectúa en el lugar y tiempo en que ocurren los fenómenos objeto de estudio” (p.23). En este caso, para continuar con la investigación se necesitó del traslado a Mindo para seleccionar la mejor ubicación para la implementación del glamping, además de conseguir la colaboración para que los turistas puedan completar la encuesta.

Variables y Definición Operacional

Tabla 1.

Variables

Variable	Definición	Objetivo	Resultado	Bibliografía
Análisis de factibilidad (Independiente)	El análisis de factibilidad es el análisis de una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo y en cuales condiciones se debe desarrollar para que sea exitoso, y si el negocio propuesto contribuye con la conservación, protección o restauración de los recursos naturales y el ambiente.	Identificar si la implementación de un glamping turístico en la parroquia rural de Mindo será viable o no.	Determinación de la viabilidad del proyecto con base a un estudio de mercado, técnico, ambiental y administrativo.	Luna, R. & Chaves, D. (2001). <i>Guía para elaborar estudios de factibilidad de proyectos ecoturísticos</i> . Guatemala: PROARCA.

<p>Creación de un glamping (Dependiente)</p>	<p>La creación de un glamping requiere del cumplimiento de los reglamentos de turismo del país, así como de varios estudios, entre ellos, el más importante, el estudio de mercado, con el fin de recolectar la mayor cantidad de información sobre la competencia existente en el mercado, la oferta y demanda. A partir de los resultados obtenidos se determina qué tan conveniente es entrar al mercado hotelero de naturaleza.</p>	<p>Determinar los reglamentos vigentes necesarios para la creación de un glamping en Mindo, así como de los proveedores, público objetivo y la competencia.</p>	<p>Comprobación de que la creación de un glamping en Mindo cumpla con la normativa turística, así como de la correcta aplicación del estudio de mercado, como parte del análisis de factibilidad.</p>	<p>Hernández, P. (2019). <i>Plan de negocio para la creación de un glamping ubicado en el municipio de Villa de Leyva</i>. Bogotá: Fundación Universidad de América.</p>
--	---	---	---	--

Nota. Detalle de las variables identificando su objetivo y resultado.

Variable independiente

Análisis de factibilidad.

Para la obtención de datos se utiliza el instrumento de la encuesta, de aquí se conoce el grado de aceptación que tienen los turistas que visitan Mindo con respecto a la creación de un glamping, esta información es relevante para el estudio de mercado, el cual es necesario para llevar a cabo el análisis de factibilidad.

Variable dependiente

Creación de un glamping.

Para la obtención de datos se utiliza la técnica de revisión bibliográfica, aquí se identificaron los reglamentos vigentes que rigen en el Ecuador sobre el turismo y los alojamientos turísticos, además se investigó sobre los aspectos legales para la creación y establecimiento de una empresa.

Diseño Muestral

La población de estudio son los turistas que visitan Mindo en enero de 2022. Debido a que la fuente oficial para obtener estos datos, el Geoportal de Viajes Internos Turísticos del Ecuador no dispone de información actualizada desde el 2018 y tampoco información específica del conteo de turistas que visitan la parroquia rural de Mindo, se desconoce la población exacta de estudio. Por tal motivo se procede a calcular el tamaño de muestra infinito.

Fórmula

$$n = \frac{z^2 * p * q}{d^2}$$

Datos

n = Tamaño de muestra buscado

z = 90% / 1.645 Nivel de confianza

$p = 5\% / 0.05$ Probabilidad de éxito o proporción esperada

$q = 0.95$ Probabilidad de fracaso (1-p)

$d = 5\% / 0.05$ Margen de error

$$n = \frac{(1.645)^2 * (0.05) * (0.95)}{(0.05)^2}$$

$$n = 51$$

A través del cálculo del tamaño de muestra infinito y con los datos de 90% nivel de confianza, 5% probabilidad de éxito, 0.95 probabilidad de fracaso y 5% de margen de error, se establece que se aplicará la encuesta a 51 turistas de Mindo.

Técnicas de Recolección de Datos

Durante el proceso de recolección de datos se utiliza como instrumento la encuesta. Según Hernández (2014), “Consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir. Debe ser congruente con el planteamiento del problema e hipótesis” (p.217). De esta manera, la encuesta es utilizada como instrumento para analizar el grado de aceptación que tienen los turistas con respecto a la creación del glamping, por lo que se aplicó una encuesta a 51 visitantes.

El modelo que se utilizó para la elaboración de la encuesta son preguntas cerradas y, a su vez, de selección múltiple. De este modo, en la presente investigación se elaboró una encuesta de 11 preguntas de selección múltiple, lo cual hace que el análisis estadístico sea más preciso que otros métodos de recolección de datos, obteniendo información sobre el perfil del turista que podría visitar el glamping en Mindo, además de conocer su grado de aceptación con respecto a la implementación del mismo.

Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información

Para procesar la información recolectada a través de la encuesta se hace uso de la gráfica circular, o también conocida como gráfica de pastel, dicha técnica permite organizar de mejor forma los datos recolectados, exponiendo dentro de un círculo, los porcentajes correspondientes a cada respuesta, demostrando de manera clara cuál de las respuestas predomina dentro de la gráfica y así analizar los resultados para el estudio de mercado del proyecto.

Análisis e interpretación de las encuestas

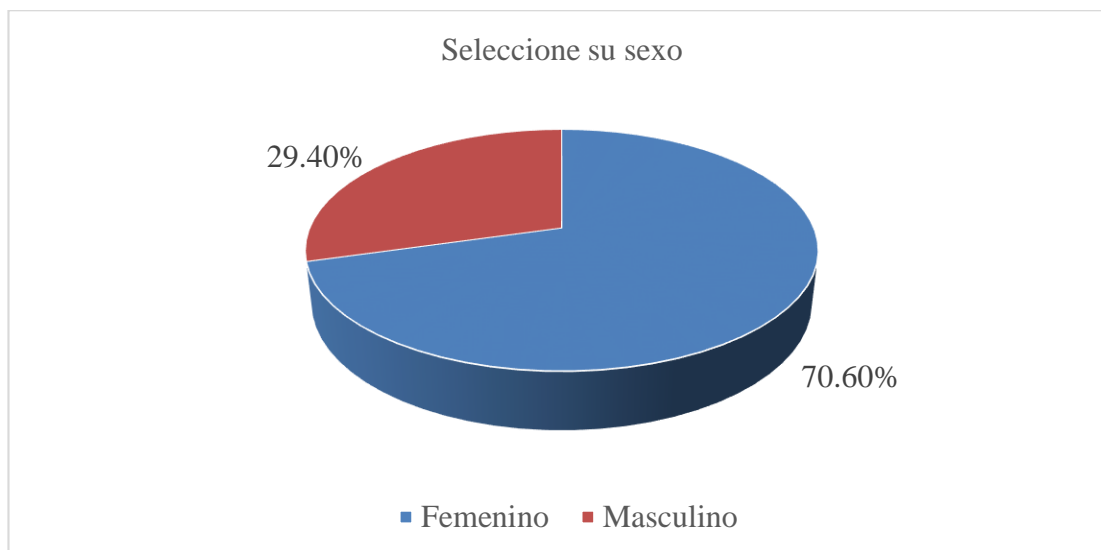
Pregunta 1: Seleccione su sexo.

Tabla 2.

Sexo del encuestado

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	36	70.6%
Masculino	15	29.4%
Total	51	100%

Nota. Detalle de la frecuencia y porcentaje del sexo del encuestado.

Gráfico 1.*Sexo del encuestado*

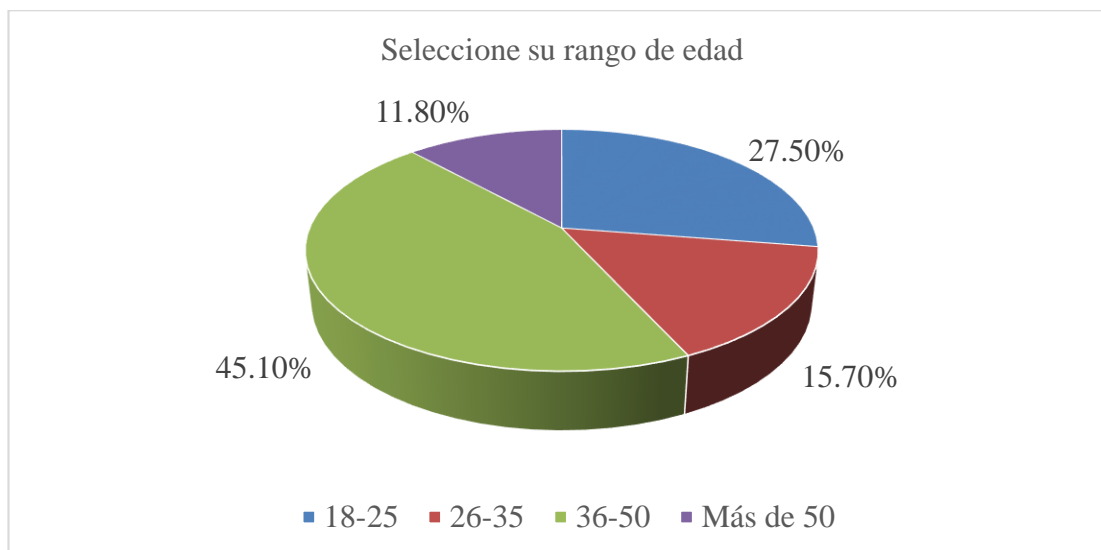
De acuerdo al diagrama estadístico, el 70.6% de los encuestados son de sexo femenino, esto quiere decir que la mayoría de turistas que visitaron Mindo, en este caso durante el mes de enero de 2022, fueron en su mayoría mujeres, mientras que el 29.4% de los encuestados son de sexo masculino.

Pregunta 2: Seleccione su rango de edad.

Tabla 3.*Edad del encuestado*

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
18 -25	14	27.5%
26 - 35	8	15.7%
36 - 50	23	45.1%
Más de 50	6	11.8%
Total	51	100%

Nota. Detalle de la frecuencia y porcentaje de la edad del encuestado.

Gráfico 2.*Edad del encuestado*

Conforme a lo descrito en el diagrama estadístico, el 45.1% de los encuestados tienen un rango de edad de 36 a 50 años, el 27.5% se encuentra en el rango de 18 a 25 años, el 11.8% tienen más de 50 años y el 15.7% de los encuestados tienen entre 26 a 35 años. Esto indica que los turistas que visitaron Mindo son adultos.

Pregunta 3: Seleccione su nacionalidad.

Tabla 4.*Nacionalidad del encuestado*

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Nacional	40	21.6%
Extranjero	11	78.4%
Total	51	100%

Nota. Detalle de la frecuencia y porcentaje de la nacionalidad del encuestado.

Gráfico 3.*Nacionalidad del encuestado*

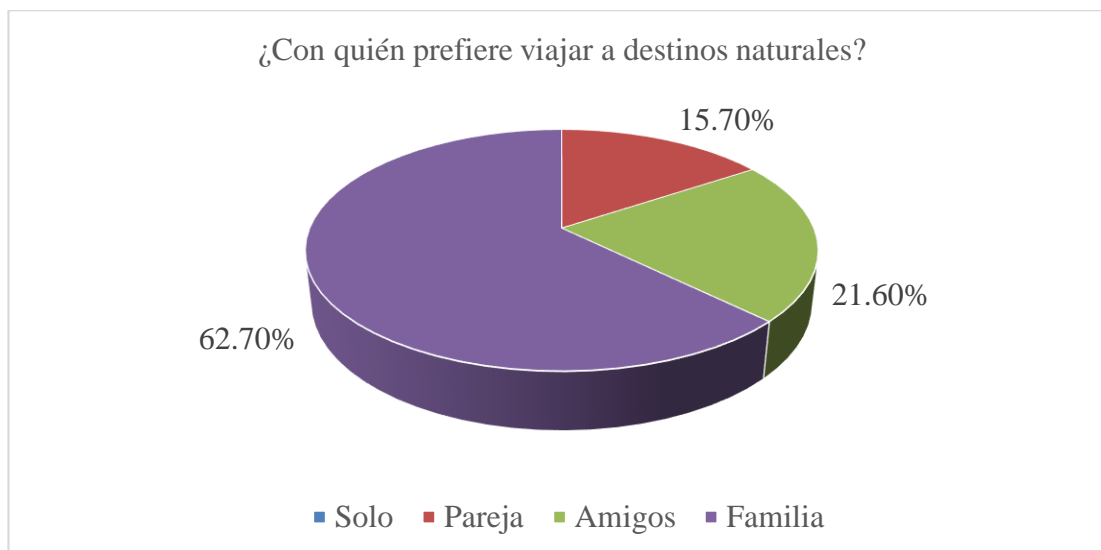
Los resultados del diagrama establecen que los turistas que visitaron Mindo en el mes de enero de 2022 son en su mayoría extranjeros, representando el 78.4% de los encuestados totales, mientras que los turistas nacionales representaron apenas el 21.6%.

Pregunta 4: ¿Con quién prefiere viajar a destinos naturales?

Tabla 5.*Acompañante de viaje a destinos naturales*

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Solo	0	0%
Pareja	8	15.7%
Amigos	11	21.6%
Familia	32	62.7%
Total	51	100%

Nota. Detalle de la frecuencia y porcentaje de la selección de los encuestados como acompañante para viajar a destinos naturales.

Gráfico 4.*Acompañante de viaje a destinos naturales*

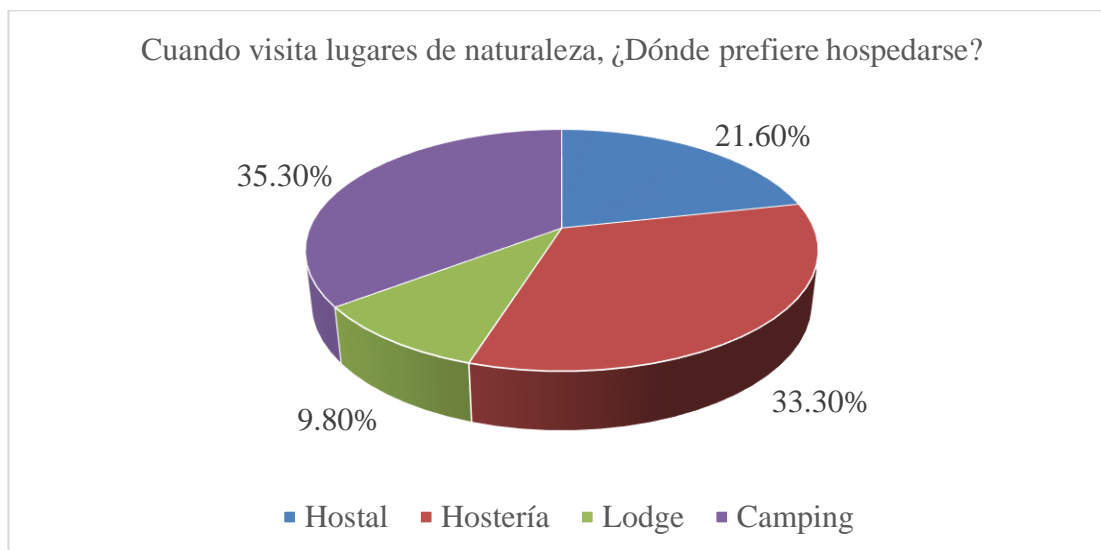
De acuerdo al diagrama estadístico, los turistas que visitaron Mindo prefieren viajar a destinos naturales en familia, representando al 62.7% de los encuestados, por otra parte, el 21.6% prefiere viajar con amigos, el 15.7% prefiere viajar en pareja y como punto importante, ninguno de los encuestados prefiere viajar solo a destinos naturales.

Pregunta 5: Cuando visita lugares de naturaleza, ¿Dónde prefiere hospedarse?

Tabla 6.*Alojamiento en lugares de naturaleza*

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Hostal	11	21.6%
Hostería	17	33.3%
Lodge	5	9.8%
Camping	18	35.3%
Total	51	100%

Nota. Detalle de la frecuencia y porcentaje del tipo de alojamiento en lugares de naturaleza seleccionado por los encuestados.

Gráfico 5.*Alojamiento en lugares de naturaleza*

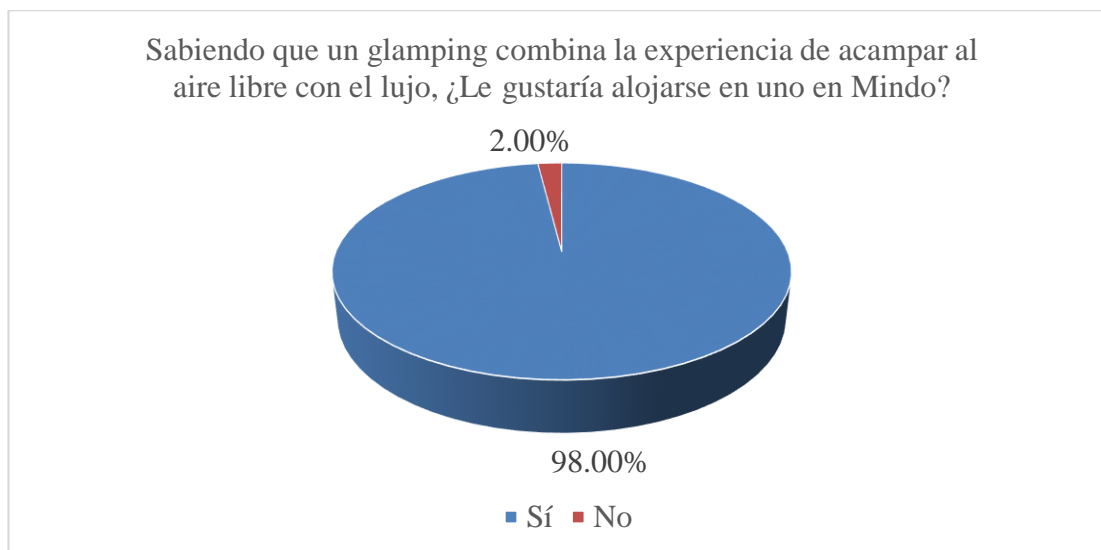
Conforma a lo que muestra el diagrama, los turistas que visitaron Mindo, cuando visitan lugares de naturaleza, prefieren hospedarse en un camping, representando al 35.3% de los encuestados, con poca diferencia, el 33.3% prefiere pernoctar en una hostería, el 21.6% en un hostel y el 9.8% prefiere hospedarse en un lodge.

Pregunta 6: Sabiendo que un glamping combina la experiencia de acampar al aire libre con el lujo, ¿Le gustaría alojarse en uno en Mindo?

Tabla 7.*Glamping en Mindo*

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Sí	50	98%
No	1	2%
Total	51	100%

Nota. Detalle de la frecuencia y porcentaje de los encuestados que les gustaría alojarse en un glamping en Mindo.

Gráfico 6.*Glamping en Mindo*

Los resultados muestran que, tras conocer la definición de qué es un glamping, al 98% de los encuestados les gustaría alojarse en uno en Mindo, y un mínimo porcentaje que representa solo a una persona, menciona que no le gustaría hospedarse en un glamping en Mindo.

Pregunta 7: ¿Qué tipo de glamping escogería como hospedaje?

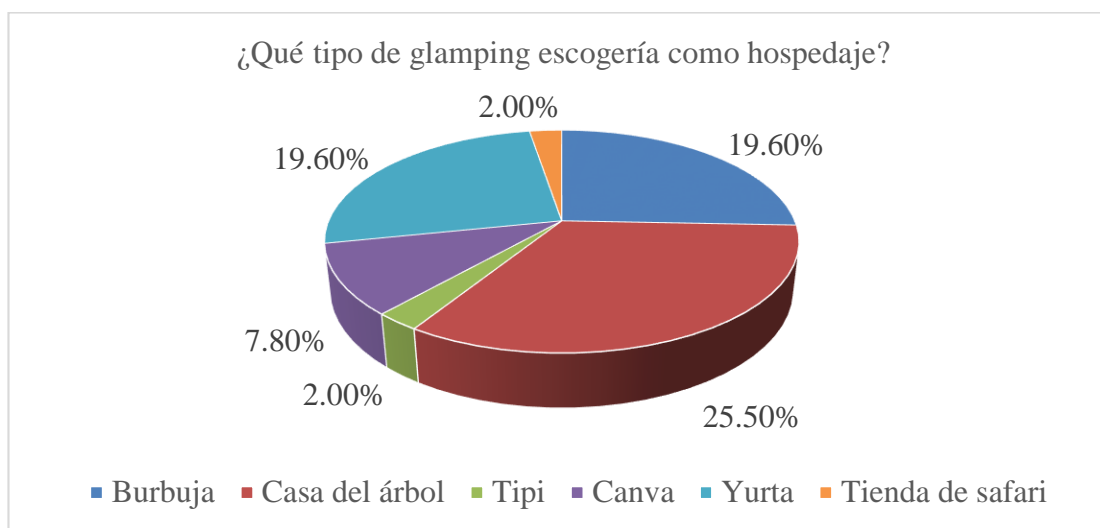
Tabla 8.*Tipo de glamping*

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Burbuja	10	19.6%
Casa del árbol	13	25.5%
Tipi	1	2%
Canva	4	7.8%
Yurta	10	19.6%
Tienda de safari	13	25.5%
Total	51	100%

Nota. Detalle de la frecuencia y porcentaje de la preferencia de los encuestados en el tipo de glamping para hospedarse.

Gráfico 7.

Tipo de glamping



De acuerdo al diagrama estadístico, entre las opciones de tipo de glamping, el 25.5% de los encuestados escogería como hospedaje la tienda de safari, otro 25.5% la casa del árbol, el 19.6% la yurta, otro 19.6% la burbuja, el 7.8% el canva y, finalmente, el 2% el tipi.

Pregunta 8: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una noche en un glamping que incluya hospedaje y alimentación? (Precio por persona)

Tabla 9.

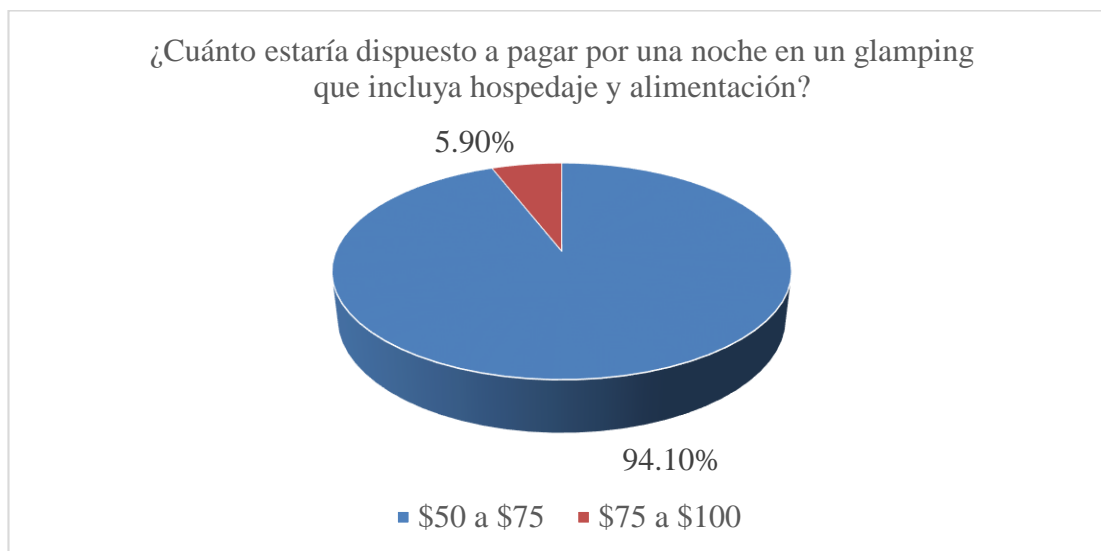
Presupuesto por una noche en un glamping

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
\$50 a \$75	48	94.1%
\$75 a 100\$	3	5.9%
Total	51	100%

Nota. Detalle de la frecuencia y porcentaje del presupuesto de los encuestados que estarían dispuestos a pagar durante un pernocte en un glamping.

Gráfico 8.

Presupuesto por una noche en un glamping



Los resultados muestran que los turistas de Mindo que fueron encuestados, específicamente el 94.1%, estarían dispuestos a pagar de \$50 a \$75 por persona, por una noche que incluya hospedaje y alimentación, mientras que el 5.9% estarían dispuestos a pagar de \$75 a \$100.

Pregunta 9: ¿Qué elementos le gustaría que ofrezca el glamping? Máximo seleccione dos.

Tabla 10.

Elementos de un glamping

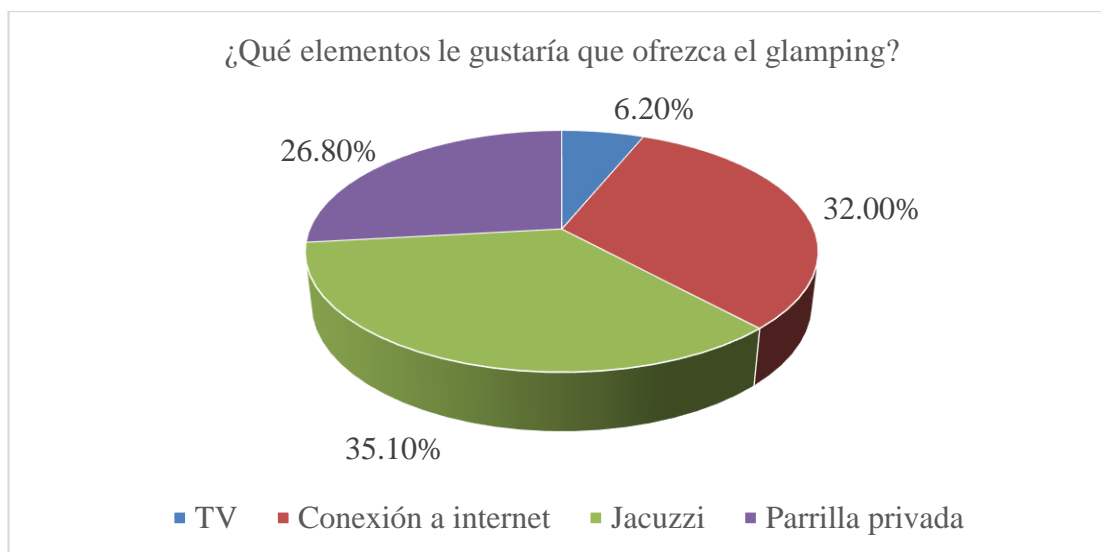
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
TV	6	6.2%
Conexión a internet	31	32%
Jacuzzi	34	35.1%
Parrilla privada	26	26.8%

Total	97	100%
-------	----	------

Nota. Detalle de la frecuencia y porcentaje de los elementos seleccionados por los encuestados durante su estancia en el glamping.

Gráfico 9.

Elementos de un glamping



Conforme muestra el diagrama estadístico, el elemento que la mayoría de los turistas que visitaron Mindo seleccionaron, porque les gustaría que formara parte de un glamping, sería un jacuzzi, con el 35.1% de los encuestados, por otra parte, el 32% seleccionó la conexión a internet, el 26.8% la parrilla privada y el 6.2% la TV.

Pregunta 10: ¿Le gustaría que el glamping incluya paquetes turísticos de Mindo? (Actividades de aventura y/o naturaleza)

Tabla 11.

Paquetes turísticos de Mindo

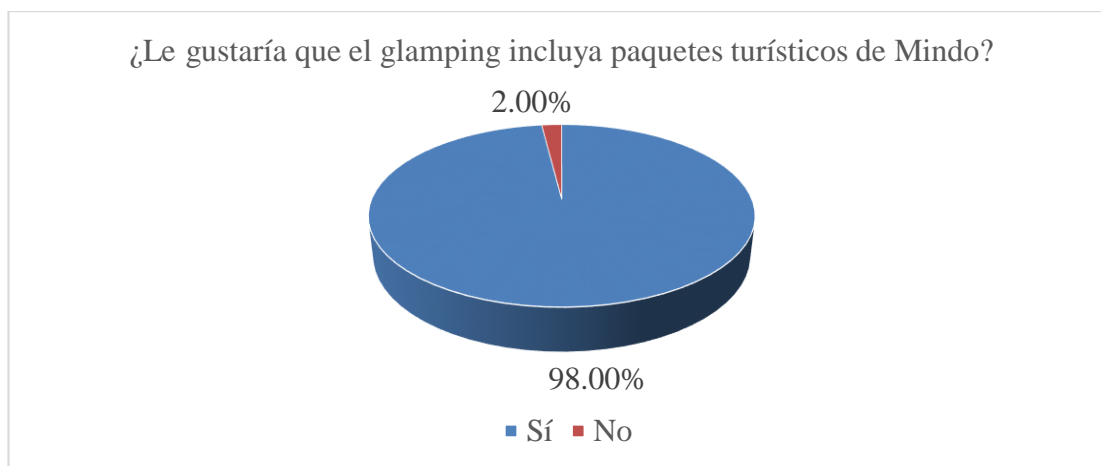
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Sí	50	98%
No	1	2%

Total	51	100%
-------	----	------

Nota. Detalle de la frecuencia y porcentaje de los encuestados que les gustaría que el glamping incluya entradas de actividades turísticas en Mindo.

Gráfico 10.

Paquetes turísticos de Mindo



Los resultados del diagrama muestran que el 98% de los encuestados les gustaría que la noche de glamping les incluya paquetes turísticos de Mindo en relación a las actividades de aventura y/o naturaleza, mientras que únicamente una persona optó porque no se incluya este servicio.

Pregunta 11: ¿A través de que medio le gustaría informarse sobre el glamping?

Tabla 12.

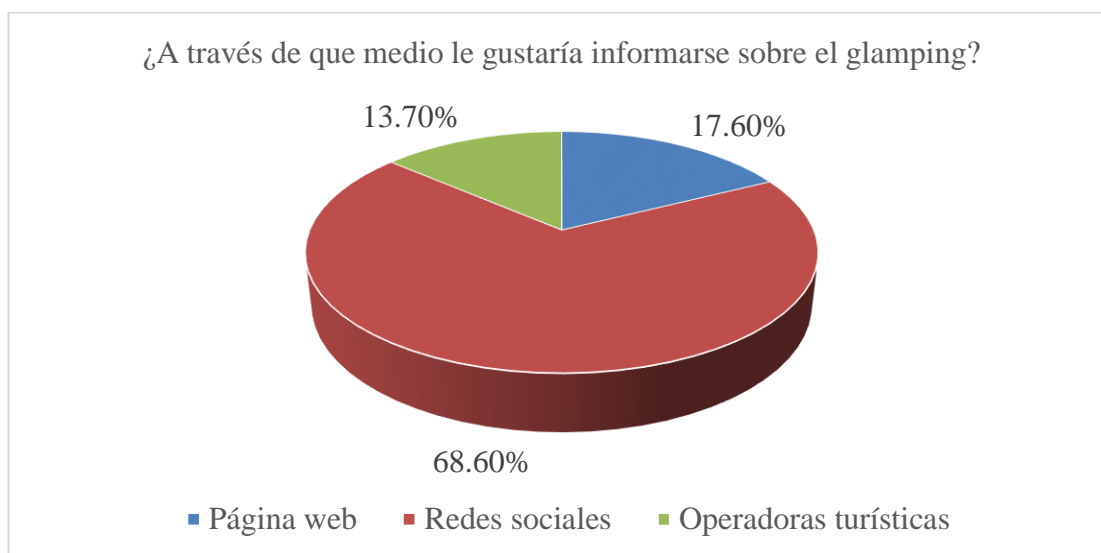
Medio de promoción

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Página web	9	17.6%
Redes sociales	35	68.6%
Operadoras turísticas	7	13.7%
Total	51	100%

Nota. Detalle de la frecuencia y porcentaje del medio a través de cual les gustaría informarse del glamping a los encuestados.

Gráfico 11.

Medio de promoción



Conforme a lo que se muestra en el diagrama, al 68.6% de los turistas encuestados les gustaría informarse sobre el glamping por medio de redes sociales, al 17.6% por una página web y al 13.7% por medio de operadoras turísticas.

Capítulo III

Propuesta

Estudio de mercado

Mercado meta

La identificación del mercado meta para la implementación de un glamping en Mindo, requiere de una previa segmentación de mercado. En el presente proyecto, la segmentación se realizó con base a un criterio geográfico, demográfico, personal y psicológico, los cuales se pueden ver reflejados en las preguntas de la encuesta aplicada. Específicamente, se muestran a continuación:

Tabla 13.

Segmentación de mercado

Criterios	Ítems
Geográfico	<ul style="list-style-type: none"> • Seleccione su nacionalidad.
Demográfico	<ul style="list-style-type: none"> • Seleccione su sexo. • Seleccione su rango de edad. • ¿Con quién prefiere viajar a destinos naturales?
Personal	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una noche en un glamping que incluya hospedaje y alimentación? • Cuando visita lugares de naturaleza, ¿Dónde prefiere hospedarse?
Psicológico	<ul style="list-style-type: none"> • Sabiendo que un glamping combina la experiencia de acampar al aire libre con el

lujo, ¿Le gustaría alojarse en uno en Mindo?

- ¿Qué tipo de glamping escogería como hospedaje?
- ¿Qué elementos le gustaría que ofrezca el glamping?
- ¿Le gustaría que el glamping incluya paquetes turísticos de Mindo?
- ¿A través de que medio le gustaría informarse sobre el glamping?

Entonces, existen cuatro tipos de segmentación, por lo que la estrategia de segmentación más adecuada para la implementación de un glamping es la “concentrada”, se analizan los resultados de los ítems psicológicos y se diseña el glamping con base a lo seleccionado por los encuestados. Además, esta estrategia es la más utilizada al disponer de pocos recursos para iniciar el proyecto.

Clientes potenciales

Para que la factibilidad de la implementación de un glamping en Mindo sea positiva, es necesario conocer a fondo las características de los clientes potenciales. Esta información se obtuvo por medio de la encuesta realizada. Los criterios de segmentación permitieron conocer el los intereses y el comportamiento de los consumidores. Los resultados generales reflejaron lo siguiente:

- Los turistas que más visitan Mindo son extranjeros.
- En su mayoría, las mujeres de entre 36 a 50 años son quienes más realizan turismo en Mindo.
- Los turistas de naturaleza optan por viajar en familia.

- En destinos de naturaleza, los turistas prefieren hospedarse en un camping.
- A la mayoría de turistas que han visitado Mindo les gustaría alojarse en un glamping.
- El tipo de glamping que los turistas escogerían sería la casa del árbol, la tienda de safari, la burbuja y la yurta.
- El presupuesto de los turistas para hospedarse en un glamping con alimentación sería de \$50 a \$75.
- A los turistas les gustaría que el glamping tenga jacuzzi y conexión a internet.
- Al alojarse en un glamping en Mindo, a los turistas les gustaría que este incluya un paquete turístico de actividades de aventura y/o naturaleza.
- A los clientes potenciales les gustaría informarse del glamping por medio de redes sociales.

Tras el análisis de la encuesta aplicada a los visitantes que llegaron a Mindo en enero de 2022, el público objetivo al que se quiere llegar con la implementación del glamping son turistas extranjeros, pues son personas que aman la naturaleza, razón principal por la que visitan la parroquia, además están acostumbrados a la comodidad de sus ciudades, por lo que una forma de pernoctar en plena naturaleza y de forma cómoda, los atraerá a adquirir los servicios de la empresa. Además, tras la encuesta, la edad ideal del público objetivo comprende la etapa adulta.

Competencia

Para tener probabilidades de éxito con la implementación de un glamping en Mindo, es importante conocer a los competidores más cercanos, es decir, el entorno hotelero del sector. A continuación, se muestran a detalle los tipos de alojamiento que se encuentran en la parroquia y cuentan con página web, así como un registro en páginas de reserva de alojamiento, por ejemplo: Booking o Tripadvisor.

Tabla 14.*Entorno hotelero en Mindo*

Nombre	Alojamiento	Servicios	Precio
Casa de Cecilia	Albergue	Tiene capacidad para 30 huéspedes y ofrecen opciones de voluntariado.	Descuentos especiales para grupos.
		Cuentan con cocina compartida, mostrador de información turística, wifi gratuito, restaurante de cocina latinoamericana, aparcamiento privado gratuito, servicio de lavandería, actividades y tours, jardín y terraza. Algunas habitaciones tienen cocina con lavavajillas y nevera.	Habitación doble con baño privado: \$36. Habitación familiar: \$50. Habitación doble estándar con 2 camas grandes: \$56. Casa unifamiliar de 2 dormitorios: \$80 - \$100. Cama individual en dormitorio mixto: \$11.
La posada de Mindo	Hostería	Los huéspedes tienen acceso a recepción abierta 24 horas, servicio de habitaciones, piscina, desayuno incluido, parking gratuito, wifi gratis. Cuentan con un restaurante de comida francesa.	Tarifa por persona y noche. Fin de semana (viernes, sábado y domingo): Tarifa adulto: \$39.20. Tarifa niño (5 a 10 años): \$28.00. Entre semana (lunes, martes, miércoles y jueves): Tarifa adulto: \$35,00. Tarifa niño (5 a 10 años): \$24.00. Feriados: Tarifa adulto: \$45.00.

			Tarifa niño (5 a 10 años): \$ 33.80.
		Cuentan con servicios para turistas naturalistas, mapas de senderos forestales señalizados y guías de aves de habla inglesa.	\$25 por persona, por noche, incluye: alojamiento, desayuno, senderos forestales.
		Ofrecen jugo de fruta fresca de la granja y el desayuno incluido es orgánico, preparado de su finca y fincas cercanas.	\$20 por persona, por noche, incluye: cama, senderos forestales.
Yellow house	Lodge	Además, incluyen el café de sus plantaciones detrás de la casa amarilla.	\$6 por persona, incluye: senderos forestales Cabañas en alquiler: Por semana \$125 por persona. Por mes \$390 por persona.
		Cuentan con cocina, comedor, porches, salas de estar, servicio de limpieza, agua caliente y wifi gratis.	Descuentos a grupos de 2 o más en alquileres mensuales o huéspedes de estadías prolongadas.
		Ofrecen tours, spa, piscina al aire libre, solárium, wifi y estacionamiento gratuito.	King Suite con Jacuzzi: \$130 Suite Deluxe con Balcón: \$131.
Toucan Platinum	Hotel	Los departamentos están equipados con una cocina completa, sala de estar, baño, balcón, televisión vía satélite, secador de pelo, ropa de cama y agua caliente.	Suite Familiar con Balcón: \$161 - \$194. Habitación de Luna de Miel con tina hidromasaje: \$148.
Casa cultural	Hostal	Cuentan con aparcamiento gratuito y depósito de equipajes.	Suite familiar: \$51 - \$60. Habitación Deluxe con cama King: \$35.

		Los cuartos incluyen TV con múltiples canales, una mesa de trabajo, un equipo de alta fidelidad, un lavaplatos, una nevera y cristalería.	Habitación triple: \$45. Habitación con doble Deluxe: \$24 - \$30. Habitación doble: \$20 - \$30.
			Cabañas con baño privado: 1 persona \$37,50 (Incluye uso de instalaciones, desayuno continental) 1 persona \$47,50 (Incluye uso de instalaciones, desayuno continental-almuerzo-merienda) 2 personas \$99,00 (Incluye uso de instalaciones, desayuno continental-almuerzo-merienda y coctel bambú de bienvenida)
Bambú	Cabañas	Ofrecen duchas de agua caliente, piscina, jacuzzi, colchones ortopédicos, hamacas, cancha de voleibol y fútbol, mesa de billar, mesa de ping pong, senderos, restaurante/bar y tours.	Cabañas con baño compartido: 1 persona \$25,00 (Incluye uso de instalaciones y desayuno continental) 1 persona \$37,00 (Incluye uso de instalaciones, desayuno continental-almuerzo-merienda) -2 personas \$74,00 (Incluye uso de instalaciones, desayuno continental-

			almuerzo-merienda y coctel bambú de bienvenida)
			Cabaña Familiar:
			-3 personas \$136,00 (Incluye uso de instalaciones, desayuno continental-almuerzo-merienda)
			4 personas \$173,00 (Incluye uso de instalaciones, desayuno continental-almuerzo-merienda)
			5 personas \$205,00 (Incluye uso de instalaciones, desayuno continental-almuerzo-merienda)
			Cabaña Familiar Grande:
			-16 personas \$592,00 (Incluye uso de instalaciones, desayuno continental-almuerzo-merienda)
Mindo real	Camping	Ofrecen un gran espacio cerca del río Cinto con todas las comodidades: sendero, baños, agua y área de BBQ.	Precio por persona, por noche: \$5. (No alquilan, prestan o venden cualquier equipo destinado al camping.
		Bubble Glamping de lujo, incluye cama full size, baño privado en el exterior de la burbuja, área de fogata y decoración de la burbuja según la ocasión. Dependiendo del paquete, incluye desayuno	Tarifa estándar: \$129. Paquete romántico con cena especial: \$169. Paquete alojamiento y masajes incluidos: \$179. Paquete romántico con cena y masaje frente al río: \$199.

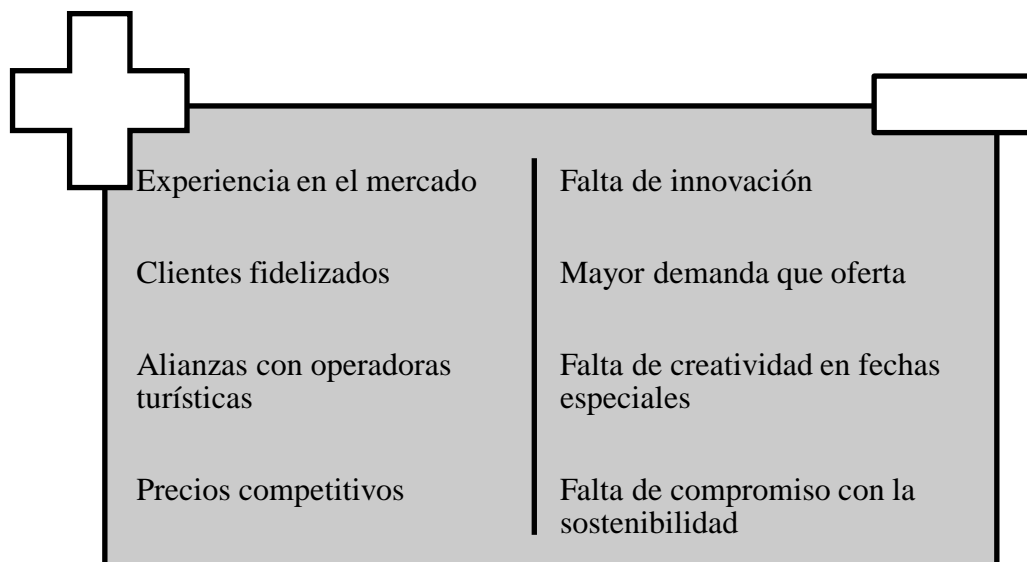
típico, cena romántica con botella de vino, masaje y senderos.

Permite uso de las instalaciones, piscina temperada e hidromasaje.

Nota. Detalle del tipo de alojamiento, servicios y precios que ofrece la competencia hotelera en Mindo.

Gráfico 12.

Puntos fuertes y débiles de la competencia



Marketing mix

Producto.

Tras una comparación de precios, el tipo de glamping seleccionado es la burbuja. Siendo la tercera opción de los turistas encuestados. No se descarta que en el futuro se pueda extender el terreno e implementar más tipos de glamping. En el caso de la burbuja, durante la búsqueda de

precios se visualizaron dos opciones de domo. Principalmente varían en las dimensiones y en el precio, por lo que esto permitiría convertirlas en matrimoniales y familiares.

Imagen 2.

Glamping tipo burbuja



Nota. Reproducida de Domos. Tomado de Andes Estructuras (2022).

Los servicios que se ofrecerán son principalmente alojamiento y alimentación. En adición, por medio de convenios, se espera poder ofrecer paquetes turísticos que incluyan entradas a las actividades de naturaleza y aventura que hay en Mindo. Entre ellas, canyoning, mariposario, orquideario, cabalga, tubing, tarabita, telesillas, paseos nocturnos, canopy, tarzan

swing y tours de chocolate y café. Se buscará contar con personal bilingüe para ofrecer un servicio al cliente apto para todos los turistas.

Plaza.

El canal de distribución del servicio ofrecido por medio del glamping será la parroquia rural de Mindo. Cabe destacar que, en los últimos años, la principal fuente económica en Mindo es el Turismo. La población mindeña ve al turismo como una oportunidad laboral. En especial, los jóvenes, pues en Mindo se desarrollan una gran cantidad de capacitaciones en conjunto con instituciones de educación superior, además del apoyo del Ministerio de Turismo. Muchos de los adolescentes optan por seguir una carrera enfocada al Turismo para posterior ejercerla en su parroquia.

Las empresas turísticas en Mindo han crecido con el paso de los años, por ello, en la actualidad se registran una gran cantidad de operadoras turísticas, alojamiento, restauración, ocio, transporte, entre otros. Esto hace que la oferta laboral crezca para la población de este sector, lo suficiente para cumplir con la demanda de turistas que llega diariamente, sobre todo, en días festivos.

Para los residentes de la parroquia, los ingresos obtenidos del Turismo son el sustento de las familias, por consiguiente, con los años se han desarrollado remodelaciones en los hogares para ofrecer servicios turísticos, así como extensión del terreno de empresas de alojamiento. Los servicios básicos han mejorado para desarrollar correctamente esta actividad y la conciencia por el cuidado del medio ambiente y los recursos del sector han incrementado.

Precio.**Tabla 15.***Tarifas*

Alojamiento	
Descripción	Precio
Burbuja matrimonial:	
Desayuno incluido	\$100 (Valor por las dos personas)
Jacuzzi	
Zona privada	
Burbuja familiar:	
Desayuno incluido	\$150 (Valor por las cuatro personas)
Jacuzzi	
Zona privada	
Alimentación	
Picaditas:	
Salchipapa	\$2
Papipollo	\$3
Alitas bbq (6 alitas, papas fritas y ensalada)	\$6
Hamburguesa simple con papas fritas	\$5
Almuerzo (sopa, plato fuerte, postre y bebida)	\$4
Platos fuertes:	
Trucha entera con papas fritas y ensalada	\$9
Filete de pechuga de pollo con papas salteadas y vegetales.	\$7
Churrasco	\$7
Lomo de cerdo en salsa de maracuyá con papas salteadas y vegetales.	\$8
Ceviche de camarón	\$7
Spaguetti salteado con verduras	\$7
Bebidas frías:	

Jugos naturales	Vaso \$1.50 / Jarra \$5
Agua sin gas	\$0.80
Agua con gas	\$0.80
Gaseosas (personal)	\$1.25
Cerveza	\$3
Bebidas calientes:	
Café pasado	\$1.50
Cappuccino	\$3
Chocolate caliente	\$2.50
Té de hierbas	\$1.25

Nota. Valores referenciales obtenidos con base a la competencia para el estudio de factibilidad.

Promoción.

La implementación de un glamping en Mindo requiere del planteamiento de estrategias de promoción y venta, enfocadas al marketing, que permitan dar a conocer la empresa e incrementar la demanda. Con el estudio de mercado realizado y la aplicación de la encuesta, se establecen las siguientes estrategias:

- Crear redes sociales oficiales de la empresa, como Facebook, Instagram, tik tok y compartir la inauguración de la misma.
- Diseñar una página web del glamping en donde consten los paquetes turísticos disponibles, especificando los servicios y precios.
- Invitar a los propietarios, gerentes y/o empleados de las empresas turísticas de Mindo, para concretar futuros convenios y entregar tarjetas de presentación.
- Realizar un sorteo de inauguración que consista en una noche en el alojamiento con alimentación incluida, para el incremento de seguidores.
- Registrar el glamping en plataformas de reservas de alojamiento, con el fin de obtener feedback y que el resto de las personas puedan conocer los comentarios.

- Acordar con operadoras turísticas la recomendación del alojamiento, en el caso de que un turista necesite de uno, ya sea de manera verbal y/o por medio de flyers.
- Colocar señalética del glamping en la vía hacia el hospedaje.
- Ofrecer precios especiales y cortesías por inauguración.
- Realizar convenios con instituciones de educación superior para la elaboración de programas de prácticas preprofesionales destinados a estudiantes de carreras de Turismo.
- Entregar obsequios como camisetas, tazas, gorras, botellas y/o bolsos a clientes habituales. Asimismo, ofrecerles promociones.
- Implementar la oportunidad de voluntariado por medio de páginas como Worldpackers o Workaway.
- Crear programas de integración para empresas e instituciones educativas.

Imagen 3.

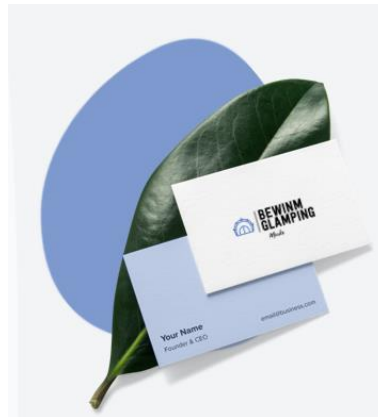
Sitio web



Nota. Marketing de la empresa realizado por medio de Tailor Brands (2022).

Imagen 4.

Tarjetas de presentación



Nota. Marketing de la empresa realizado por medio de Tailor Brands (2022).

Imagen 5.

Productos



Nota. Marketing de la empresa realizado por medio de Tailor Brands (2022).

Imagen 6.

Flyer



Nota. Marketing de la empresa realizado por medio de Canva (2022).

Ventaja competitiva

Con el fin de que la implementación de un glamping en Mindo tenga un lugar en el mercado, se debe establecer una ventaja competitiva que se utilizará para introducir el emprendimiento al mercado y lograr un servicio superior al de la competencia. La ventaja competitiva conlleva:

- Ofrecer un servicio de calidad, reflejado en la implementación de un sistema de gestión de calidad bajo ISO 9001:2015 y que tenga proporción con el precio.

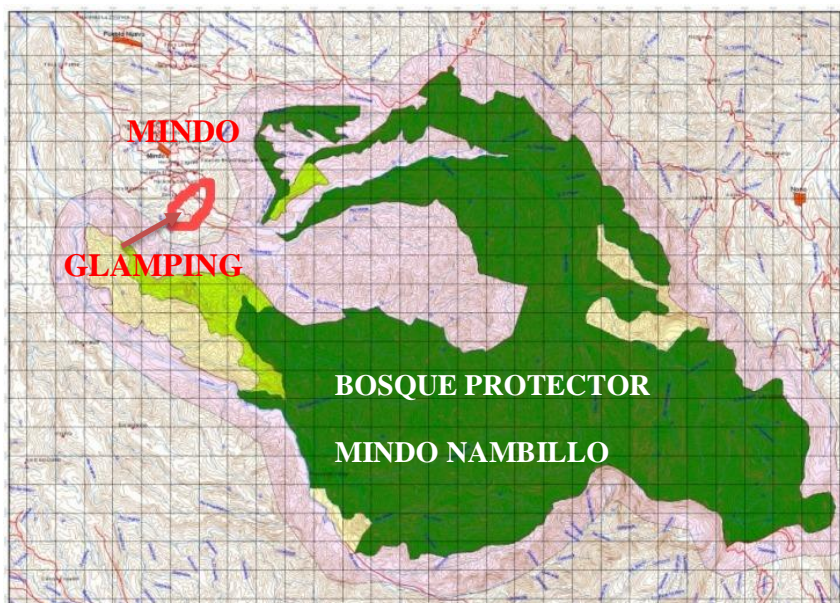
- Cumplir legalmente con parámetros hoteleros basados en la Ley de Turismo y el Reglamento de Alojamiento Turístico.
- Desempeñar actividades sostenibles, desde la construcción hasta la aplicación de los servicios.
- Disponer ventajas en el producto ampliado como el servicio postventa basado en el feedback en páginas web y ofrecer un trato personalizado.

Estudio técnico

Localización

La macro localización del glamping comprende la parroquia de Mindo, en el cantón San Miguel de los Bancos. Se encuentra ubicado al noroccidente de la provincia de Pichincha. La parroquia se encuentra dentro de la zona asignada al Bosque Protector Mindo – Nambillo. Al norte limita con las parroquias de Gualea y Nanegalito, al sur con la parroquia de Lloa, al este con la parroquia Nono y al oeste con la parroquia San Miguel de los bancos.

La micro localización del glamping determina la mejor zona de implementación, en donde exista terreno suficiente para los servicios que se van a ofrecer y altere lo menos posible al entorno, encontrándose fuera de la delimitación del Bosque Protector Mindo Nambillo. Además, que esté cerca de los atractivos turísticos. De acuerdo a este análisis, se cuenta con un terreno de 2000 m² en la vía a las cascadas, situado específicamente 400m aproximadamente antes de llegar a las empresas de Turismo: Mindo Canopy Adventures y Mindo Ziplines.

Imagen 7.*Localización*

Nota. Adaptada de Restoration. Tomado de Rehabilitation and Reallocation of a Cloud Forest Landscape in the Forest Reserve of Mindo-Nambillo (2015).

*Características del glamping***Tabla 16.***Domos*

Domo matrimonial	Domo familiar
Altura máxima 2,8m	Altura máxima 3,8m
Diámetro 4m	Diámetro 6m
Área 12,6m ²	Área 28,2m ²
Estructura: acero galvanizado Q235	Estructura: acero galvanizado Q235
Cubierta: PVC 850g/m ²	Cubierta: PVC 850g/m ²
Interior: cubierta interna de algodón 10mm	Interior: cubierta interna de algodón 10mm
Incluye:	Incluye:
- Aislamiento térmico algodón 10mm	- Aislamiento térmico algodón 10mm
- Puerta tela de PVC con cierre	- Puerta 0,90 x 2,10 aluminio y vidrio

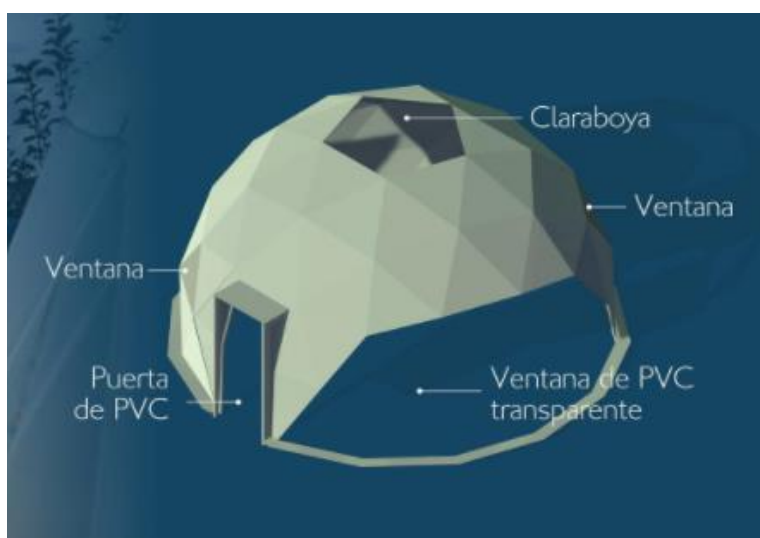
- Techo Panorámico
 - 2 ventanas triangulares
 - Manual de instalación
- Techo Panorámico
 - 2 ventanas triangulares
 - Manual de instalación

Con una vida útil prevista de 15 años de la cubierta exterior (única parte que debe reemplazarse con el tiempo) y hasta 2 años de garantía en todos los componentes de la estructura.

Nota. Adaptada de Domos. Tomado de Andes Estructuras (2022).

Imagen 8.

Domo



Nota. Reproducida de Domos. Tomado de Andes Estructuras (2022).

Capacidad

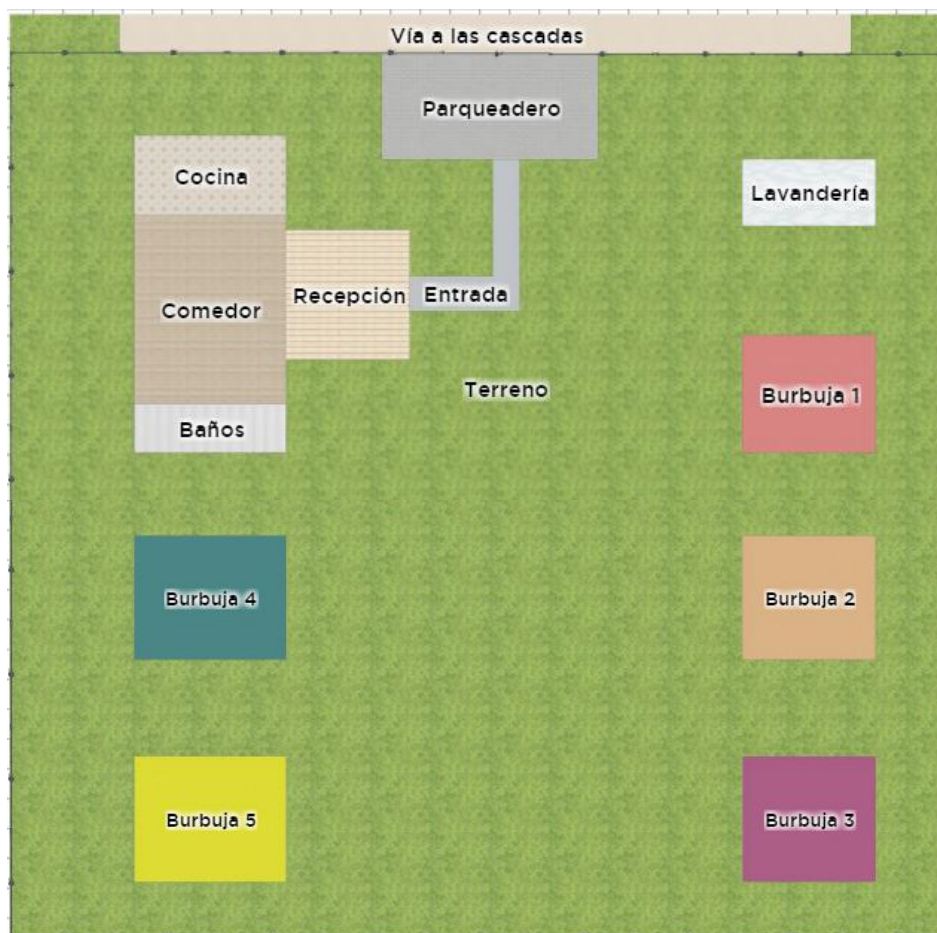
La construcción del glamping comenzará con la implementación de 5 burbujas, de las cuales, 3 serán matrimoniales y 2 serán familiares. Esto quiere decir que en cada burbuja matrimonial habrá capacidad para 2 personas, mientras que en las familiares serán para 4 personas máximo, por lo que la capacidad total de esta zona será de 14 personas. En cuanto a la

zona y servicio de alimentación, el glamping dispondrá de un restaurante con una capacidad para 20 personas, de uso exclusivo para los hospedados.

Diseño de las instalaciones

Imagen 9.

Boceto general



Inversión inicial

Tabla 17.

Obras físicas

Descripción	m ²	Valor por m ²	Valor total
Terreno	2000	\$ 25	\$ 50.000
Mano de obra	-	-	\$ 7.000

Materia prima	-	-	\$ 3.000
Total			\$ 60.000

En el terreno de 2000 m^2 , se planea estructurar una zona de parqueadero, senderos, recepción, restaurante, cocina, lavandería y la zona de los 5 glampings, que requerirá de la instalación de los mismos. En las primeras zonas mencionadas, la mano de obra incluye el diseño de las distintas áreas. Además, en el terreno total se requiere de la instalación eléctrica, las correspondientes cañerías, los postes y los medidores. El valor total es un estimado, considerando que los materiales de construcción deben ser ecológicos, como bases de madera, caminos de piedra y bambú para las instalaciones. La mano de obra será de zonas parciales del terreno, las cuales deberán ser preparadas para la infraestructura.

Tabla 18.

Equipamiento

Zona de glamping			
Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Burbuja (matrimonial)	3	3.000	9.000
Burbuja (familiar)	2	5.000	10.000
Jacuzzi	5	900	4.500
Hamacas	5	20	100
Sala para exterior (3 piezas con cojines)	5	330	1.650
Cama 2 plazas	5	100	500
Cama 1 plaza	2	90	180
Mesilla de noche	8	50	400
Alfombras pie de cama	3	15	45

Almohadas	12	5	60
Sábanas	9	20	180
Cobertores	9	30	270
Inodoro	5	65	325
Combo lavamanos + mueble	5	245	1.225
Ducha	5	20	100
Mampara	5	200	1.000
Espejos de baño	5	80	400
Toalla grande	14	10	140
Toalla de tocador	5	5	25
Toalla pie de baño	5	5	25
Basureros	10	5	50
<hr/>			
Zona restaurante y cocina			
<hr/>			
Cocina a gas	2	400	800
Refrigeradora	1	450	450
Combo fregadero + grifo	1	65	65
Utensilios de cocina (cubiertos, cristalería, vajilla, ollas, sartenes...)	-	-	500
Comedor con 4 sillas	5	100	500
Manteles	5	8	40
Basureros	4	5	20
<hr/>			
Zona lavandería y baños			
<hr/>			
Lavadora	1	350	350
Secadora	1	500	500
Inodoro	2	65	130
Lavamanos	2	30	60
Espejo de baño	2	80	160

Basurero	2	5	10
Artículos de limpieza	-	-	150
Zona recepción			
Mostrador	1	80	80
Set de repisas	2	35	70
Set de 3 sillas	1	60	60
Computadora	1	530	530
Impresora	1	200	200
Artículos de oficina	-	-	80
Total			34.930

Nota. Valores estipulados en dólares, al mes de agosto de 2022.

Tabla 19.

Resumen inversión inicial

Inversión	Total
Obras físicas	\$ 60.000
Equipamiento	\$ 34.930
Gastos de constitución	\$ 1.000
Gastos de publicidad	\$ 1.000
Total activos fijos	\$ 96.930

La inversión inicial conlleva el cálculo de los recursos necesarios para poner en marcha el glamping, en este caso, se evaluó el costo de dos parámetros clave: obras físicas y equipamiento. En adición se establecieron los gastos aproximados de la constitución de la empresa, lo cual incluye las licencias, permisos y patentes, así como los gastos de publicidad que conllevan la creación de páginas web, redes sociales, material publicitario y regalos con el logo del glamping. El plan de inversión inicial es calculado hasta el final de la construcción, cuando ya pueda desarrollarse la actividad turística, pero previamente a la misma. Es decir, sin tomar en cuenta los

gastos del primer mes que ya conllevarían los servicios básicos, el pago de los empleados y la compra de materia prima para la alimentación.

Financiamiento

Tabla 20.

Fuentes de financiamiento

Descripción	Porcentaje	Valor total
Propio	70%	\$ 67.851
Préstamo	30%	\$ 29.079
Total inversión	100%	\$ 96.930

El financiamiento del proyecto para cubrir con el presupuesto de inversión inicial se obtendrá de dos maneras: cuenta propia, abarcando el 70% de la inversión, que sería \$67.851 y, por otra parte, por medio de un préstamo, requiriendo el 30% de la inversión, por lo que se solicitaría \$29.079.

Amortización de la deuda

La amortización de la deuda se realizará por medio de un microcrédito de acumulación ampliada en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Jardín Azuayo. La cooperativa posee un simulador, en el cual se establecen los siguientes datos:

- Tipo de crédito: Crédito con Ahorro 12.77%.
- Monto: \$ 29.079.
- Tiempo: 84 meses.
- Sistema de amortización: Francés (cuota fija).

Imagen 10.*Detalle de la carga financiera*

Segmento de Crédito	Microcrédito de acumulación ampliada
Tipo de Crédito	Crédito con Ahorro 12.77%
Tabla de Amortización	FIJA
Monto Solicitado/Financiado	29,079.00
Monto Liquidado	29,079.00
Plazo	84
Tasa referencial del BCE	22.05%
Tasa Nominal Anual	13.54%
Tasa Efectiva Anual	13.54%
Tasa Anual del Costo del Crédito	14.19%
Seguro Desgravamen	671.88
Aporte en Reservas	436.19
Contribución Estado y SOLCA	145.40
Interés Generado	15,052.48
Total de Carga Financiera	16,305.95
Suma Total	45,384.95

Nota. Simulador con base al préstamo solicitado. Reproducida de Cooperativa de Ahorro y Crédito Jardín Azuayo (2022).

Imagen 11.*Detalle de las cuotas*

No. de Cuota	Saldo	Capital	Interés	Cuota
1	28,863.07	215.93	309.45	525.37
2	28,644.85	218.22	307.15	525.37
3	28,424.30	220.55	304.83	525.37
4	28,201.41	222.89	302.48	525.37
5	27,976.15	225.26	300.11	525.37
6	27,748.49	227.66	297.71	525.37
7	27,518.40	230.08	295.29	525.37
8	27,285.87	232.53	292.84	525.37
9	27,050.86	235.01	290.37	525.37
10	26,813.35	237.51	287.87	525.37
11	26,573.32	240.04	285.34	525.37
12	26,330.72	242.59	282.78	525.37
13	26,085.55	245.17	280.20	525.37
14	25,837.77	247.78	277.59	525.37
15	25,587.35	250.42	274.96	525.37
16	25,334.27	253.08	272.29	525.37
17	25,078.50	255.78	269.60	525.37
18	24,820.00	258.50	266.88	525.37
19	24,558.75	261.25	264.13	525.37
20	24,294.72	264.03	261.35	525.37
21	24,027.88	266.84	258.54	525.37
22	23,758.20	269.68	255.70	525.37
23	23,485.66	272.55	252.83	525.37

24	23,210.21	275.45	249.93	525.37
25	22,931.83	278.38	247.00	525.37
26	22,650.49	281.34	244.03	525.37
27	22,366.15	284.34	241.04	525.37
28	22,078.79	287.36	238.01	525.37
29	21,788.37	290.42	234.96	525.37
30	21,494.86	293.51	231.86	525.37
31	21,198.22	296.63	228.74	525.37
32	20,898.43	299.79	225.58	525.37
33	20,595.45	302.98	222.39	525.37
34	20,289.25	306.20	219.17	525.37
35	19,979.78	309.46	215.91	525.37
36	19,667.03	312.76	212.62	525.37
37	19,350.94	316.08	209.29	525.37
38	19,031.50	319.45	205.93	525.37
39	18,708.65	322.85	202.53	525.37
40	18,382.36	326.28	199.09	525.37
41	18,052.61	329.76	195.62	525.37
42	17,719.34	333.26	192.11	525.37
43	17,382.53	336.81	188.56	525.37
44	17,042.14	340.40	184.98	525.37
45	16,698.12	344.02	181.36	525.37
46	16,350.44	347.68	177.70	525.37
47	15,999.06	351.38	174.00	525.37
48	15,643.94	355.12	170.26	525.37
49	15,285.04	358.90	166.48	525.37
50	14,922.33	362.72	162.66	525.37
51	14,555.75	366.58	158.80	525.37
52	14,185.27	370.48	154.90	525.37

53	13,810.85	374.42	150.95	525.37
54	13,432.45	378.40	146.97	525.37
55	13,050.02	382.43	142.94	525.37
56	12,663.52	386.50	138.87	525.37
57	12,272.90	390.61	134.76	525.37
58	11,878.13	394.77	130.60	525.37
59	11,479.16	398.97	126.40	525.37
60	11,075.94	403.22	122.16	525.37
61	10,668.44	407.51	117.87	525.37
62	10,256.59	411.84	113.53	525.37
63	9,840.36	416.23	109.15	525.37
64	9,419.71	420.66	104.72	525.37
65	8,994.57	425.13	100.24	525.37
66	8,564.92	429.66	95.72	525.37
66	8,564.92	429.66	95.72	525.37
67	8,130.69	434.23	91.14	525.37
68	7,691.83	438.85	86.52	525.37
69	7,248.31	443.52	81.85	525.37
70	6,800.07	448.24	77.13	525.37
71	6,347.06	453.01	72.36	525.37
72	5,889.23	457.83	67.54	525.37
73	5,426.53	462.70	62.67	525.37
74	4,958.90	467.63	57.75	525.37
75	4,486.30	472.60	52.77	525.37
76	4,008.66	477.63	47.74	525.37
77	3,525.95	482.72	42.66	525.37
78	3,038.09	487.85	37.52	525.37
79	2,545.05	493.04	32.33	525.37
80	2,046.76	498.29	27.08	525.37
81	1,543.16	503.59	21.78	525.37
82	1,034.21	508.95	16.42	525.37

83	519.84	514.37	11.01	525.37
84	0.00	519.84	5.53	525.37

Nota. Simulador con base al préstamo solicitado. Reproducida de Cooperativa de Ahorro y Crédito Jardín Azuayo (2022).

*Estado de resultados anual proyectado***Tabla 21.***Estado de resultados anual*

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7
Ventas							
(Alojamiento y alimentación)	\$ 80.000	\$ 82.800	\$ 86.000	\$ 90.000	\$ 93.000	\$ 94.000	\$ 95.000
Descuento promociones (5%)	\$ 4.000	\$ 4.140	\$ 4.300	\$ 4.500	\$ 4.650	\$ 4.700	\$ 4.750
Ventas netas	\$ 76.000	\$ 78.660	\$ 81.700	\$ 85.500	\$ 88.350	\$ 89.300	\$ 90.250
Mano de obra	\$ 24.000	\$ 25.500	\$ 26.000	\$ 28.000	\$ 28.300	\$ 28.500	\$ 29.000
Materia prima	\$ 6.000	\$ 6.200	\$ 6.800	\$ 7.000	\$ 7.500	\$ 7.800	\$ 8.000
Costo de ventas	\$ 30.000	\$ 31.700	\$ 32.800	\$ 35.000	\$ 35.800	\$ 36.300	\$ 37.000
Utilidad bruta	\$ 46.000	\$ 46.960	\$ 48.900	\$ 50.500	\$ 52.550	\$ 53.000	\$ 53.250
Gastos administrativos	\$ 8.000	\$ 8.640	\$ 9.000	\$ 9.550	\$ 10.000	\$ 10.500	\$ 11.000
Gastos de venta	\$ 1.000	\$ 1.160	\$ 1.300	\$ 1.540	\$ 1.700	\$ 1.800	\$ 1.950

Total de gastos	\$ 9.000	\$ 9.800	\$ 10.300	\$11.090	\$ 11.700	\$ 12.300	\$ 12.950
Utilidad antes de impuestos	\$ 37.000	\$ 37.160	\$ 38.600	\$ 39.410	\$ 40.850	\$ 40.700	\$ 40.300
Impuesto a la renta (22%)	\$ 8.140	\$ 8.175,2	\$ 8.492	\$ 8.670,2	\$ 9.053	\$ 8.954	\$ 8.866
Utilidad neta	\$ 28.860	\$ 28.984,8	\$ 30.108	\$ 30.739,8	\$ 31.797	\$ 31.746	\$ 31.434

Nota. Detalle de los valores de ventas, gastos e impuestos aproximados para el cálculo de la utilidad neta durante 7 años de operación de Bewinm Glamping.

*Flujo de caja proyectado***Tabla 22.***Flujo de caja proyectado*

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7
Ingresos								
Utilidad neta		\$ 28.860	\$ 28.984,8	\$ 30.108	\$ 30.739,8	\$ 31.797	\$ 31.746	\$ 31.434
Egresos								
Inversión inicial	\$ 67.851							
Préstamo	\$ 29.079							
Pago préstamo		\$ 6.304.44	\$ 6.304.44	\$ 6.304.44	\$ 6.304.44	\$ 6.304.44	\$ 6.304.44	\$ 6.304.44
Certificación ISO 9001:2015		\$ 8.071,43	\$ 8.071,43	\$ 8.071,43	\$ 8.071,43	\$ 8.071,43	\$ 8.071,43	\$ 8.071,43
Flujo de caja	- \$ 67.851	\$ 14.484,13	\$ 14.608,93	\$ 15.732,13	\$ 16.363,93	\$ 17.421,13	\$ 17.370,13	\$ 17.058,13

Nota. Detalle de los ingresos y egresos de Bewinm Glamping durante 7 años para el cálculo del flujo de caja proyectado.

Periodo de recuperación**Tabla 23.****Periodo de recuperación**

Año	Flujo de caja	Saldo
Inversión inicial	- \$ 67.851	- \$ 67.851
1	\$ 14.484,13	- \$ 53.366,87
2	\$ 14.608,93	- \$ 38.757,94
3	\$ 15.732,13	- \$ 23.025,81
4	\$ 16.363,93	- \$ 6.661,88
5	\$ 17.421,13	\$ 10.759,25
6	\$ 17.370,13	\$ 28.129,38
7	\$ 17.058,13	\$ 45.187,51
Periodo de recuperación		≈ 5

Nota. Detalle del flujo de caja y el saldo para el cálculo del periodo de recuperación.

El proyecto de implementación de un glamping turístico en Mindo resulta rentable y viable, debido a que el cálculo del valor actual neto (VAN), arroja un resultado positivo, con un valor de \$45.187,51 y un periodo de recuperación de 5 años aproximadamente. Además, la tasa interna de retorno (TIR) es del 14%.

Estudio ambiental**Matriz de Leopold**

La implementación de un glamping en Mindo, una zona natural que se encuentra en las cercanías del Bosque Protector Mindo Nambillo, requiere de un previo análisis de los impactos ambientales que serán causados en el sector durante su levantamiento. Es importante evaluarlos por medio de una matriz. En este caso, la matriz seleccionada es la de Leopold, pues permite evaluar el impacto de las acciones a los factores ambientales, específicamente de construcciones

de infraestructura, como es el caso del glamping. Para realizar la matriz es necesario mencionar que los valores son obtenidos de las siguientes tablas, dependiendo de si los impactos se consideran positivos o negativos:

Tabla 24.

Magnitud e importancia de los impactos positivos y negativos

Magnitud				Importancia		
		Positivo	Negativo	Positivo y negativo		
Intensidad	Afectación	Calificación		Intensidad	Afectación	Calificación
Baja	Baja	+1	-1	Temporal	Puntual	+1
Baja	Media	+2	-2	Media	Puntual	+2
Baja	Alta	+3	-3	Permanente	Puntual	+3
Media	Baja	+4	-4	Temporal	Local	+4
Media	Media	+5	-5	Media	Local	+5
Media	Alta	+6	-6	Permanente	Local	+6
Alta	Baja	+7	-7	Temporal	Regional	+7
Alta	Media	+8	-8	Media	Regional	+8
Alta	Alta	+9	-9	Permanente	Regional	+9
Muy alta	Alta	+10	-10	Permanente	Nacional	+10

Nota. Adaptada de Guía para la elaboración e interpretación de la Matriz de Leopold (2018).

Tabla 25.

Matriz de Leopold

Acciones																			
Factores ambientales		Alteración de la cubierta terrestre (tala)		Reacondicionamiento de superficies (senderos)		Construcción de infraestructura (restaurante, cocina, recepción, lavandería, burbujas)		Generación de energía (postes, medidores..)		Alteración del drenaje (cañerías)		Promedios positivos		Promedios negativos		Promedios aritméticos		Impacto por componente	Impacto total del proyecto
Aire	Calidad	-5	+1	-1	+2	-2	+3	-1	+3	-1	+3	5	5	-19					
	Ruido	-5	+1	-1	+1	-5	+3	-2	+3	-2	+2	5	5	-33					-55
Agua	Calidad	-2	+3	-1	+2	-2	+3	-1	+1	+5	+3	6	4	0					
	Cantidad	-6	+3	-1	+1	-1	+3	-1	+1	+8	+3	6	4	1					1
Suelo	Erosión	-5	+3	-4	+3	-5	+3	-2	+3	-2	+2	5	5	-52					-52
Flora	Exuberancia	-7	+2	-3	+2	-6	+3	-3	+2	-5	+3	5	5	-59					-59
Fauna	Abundancia	-5	+2	-1	+2	-6	+2	-2	+2	-3	+2	5	5	-34					-34
Paisaje	Belleza	-1	+2	+1	+3	+5	+6	-1	+3	-5	+6	7	3	-2					-2
Población	Empleo	+6	+4	+5	+4	+8	+4	+2	+1	+5	+4	10	0	98					
	Condición de vida	-1	+2	+3	+2	+8	+3	+6	+4	+9	+6	8	2	106					204

Tras la aplicación de la matriz de Leopold para la implementación de un glamping turístico en Mindo, el resultado es de +3, por lo que, en términos generales, las actividades de construcción no generarían un impacto negativo sobre los factores: aire, agua, suelo, flora, fauna, paisaje y población. La matriz permite calificar los impactos de manera subjetiva, por lo que, debido a que el resultado es muy cercano a un valor negativo, se prevé aplicar mayores prácticas sostenibles para el levantamiento del alojamiento como la selección de los materiales de construcción y otras prácticas que serán aplicadas durante la operación de los servicios.

Prácticas sostenibles

A pesar de que el análisis de factibilidad se centra en todos los procesos necesarios previos al funcionamiento del glamping y no comprende el ejercicio de las actividades turísticas, es importante mencionar que cuando se ejecuten, la empresa buscará aplicar prácticas sostenibles que beneficien a varios de los ODS, como:

- Objetivo 4, Educación de calidad: A través de convenios con instituciones de educación superior, para ofrecer capacitaciones a estudiantes de carreras de Turismo y Hotelería.
- Objetivo 5, Igualdad de género y Objetivo 8, Trabajo decente y crecimiento económico: Poner a disposición de la población, empleo tanto para hombres como mujeres, recibiendo un trato justo e igualitario, para que no existan discrepancias en los salarios. De la misma forma, la implementación del glamping permitirá que el turismo y la economía de Mindo crezca.
- Objetivo 6, Agua limpia y saneamiento: A través de la colocación de señalética en los servicios higiénicos, para hacer un uso correcto del agua y evitar desperdiciar el recurso.

- Objetivo 9, Industria, innovación e infraestructura: Por medio de la construcción de una empresa turística de alojamiento innovadora en el sector, de manera que impacte lo menos posible en el entorno, aplicando prácticas sostenibles.
- Objetivo 12: Producción y consumo responsables: Aplicación de un modelo que comprenda las 3rs: reciclar, reutilizar y reducir, por medio de la recolección de botellas de plástico, contenedores que separen los tipos de desechos y señalética informativa.

Estudio administrativo

Nombre y logo

Imagen 12.

Logo



Nota. Marketing de la empresa realizado por medio de Tailor Brands (2022).

El logo fue diseñado con base al nombre seleccionado y la parroquia. El color escogido para las letras es el negro, porque según el marketing del color, este representa elegancia. El término va de la mano con el significado de glamping, pues se asocia con el glamour. En el caso del ícono, se eligió un diseño de burbuja, el tipo de glamping que será construido y el color por el que se optó es el azul, asimismo, según el marketing de color, este expresa tranquilidad y libertad, el complemento adecuado del significado de glamping, pues implica pernoctar en medio de la naturaleza.

Filosofía empresarial

Misión.

Brindar un servicio de alojamiento innovador tipo glamping para que nuestros huéspedes descubran las maravillas naturales de Mindo, superando sus expectativas, a través de personal debidamente capacitado.

Visión.

Liderar los establecimientos hoteleros de Mindo en 5 años, caracterizándonos por la relación calidad-precio y la innovación en el alojamiento tipo glamping, promoviendo el turismo de la parroquia y creando alianzas estratégicas.

Valores.

Excelencia

Responsabilidad

Honestidad

Respeto

Seguridad

Análisis FODA

Tabla 26.

FODA

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Alojamiento innovador. • Construcción de mínimo impacto ambiental. 	<ul style="list-style-type: none"> • Generador de empleo local. • Crecimiento del Turismo en Mindo.

-
- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Exuberante flora, fauna y paisajes. • Ubicación cercana a atractivos turísticos de Mindo. • Servicios para el huésped que incluyen: parqueadero, restaurante, servicio de lavandería, jacuzzi y personal bilingüe. | <ul style="list-style-type: none"> • Captación de turistas que buscan experiencias nuevas. • Creación de convenios con los representantes de las actividades turísticas. • Adaptación a las nuevas tendencias del sector turístico hotelero. |
|--|---|
-

Debilidades

Amenazas

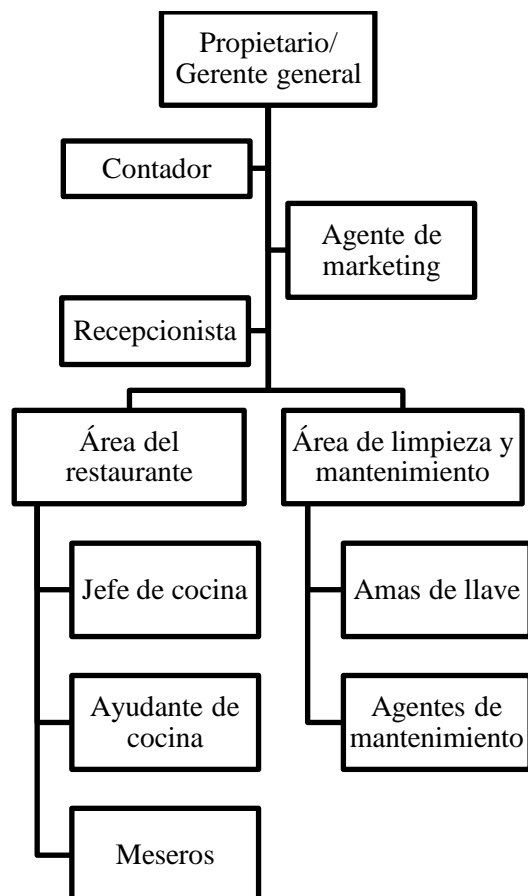
-
- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Inversión inicial alta. • Escasa información legal sobre la construcción de un glamping en Ecuador. • Poca experiencia en la industria hotelera. • Precios del glamping elevados para turistas nacionales. • Falta de universalidad de servicios. | <ul style="list-style-type: none"> • Posicionamiento en el mercado de los alojamientos actuales. • Clima cálido húmedo que puede provocar daños en la infraestructura a largo plazo. • Rebrotos de nuevas variantes de covid-19. • Incremento de la competencia hotelera. <ul style="list-style-type: none"> • Ingresos dependientes de la estacionalidad turística. |
|---|--|
-

Nota. Detalle de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas con respecto a la implementación de un glamping turístico en Mindo.

Estructura administrativa

Gráfico 13.

Organigrama estructural



Nota. Detalle del talento humano seleccionado para la operación del glamping.

Funciones.

Propietario/Gerente general:

- Desarrollar actividades para ofrecer el mejor servicio al cliente.
- Crear alianzas estratégicas.
- Supervisar y evaluar las áreas del glamping.
- Seleccionar y contratar al personal adecuado.

- Realizar pedidos a los proveedores.

Contador:

- Ofrecer asesoría financiera.
- Analizar los ingresos y los egresos mensuales.
- Desarrollar el balance general mensual.
- Realizar libro contable.
- Elaborar informes financieros.

Agente de marketing:

- Desarrollar y aplicar estrategias de marketing.
- Diseñar la página web.
- Elaborar las publicaciones de las redes sociales.
- Buscar eventos turísticos y de emprendimiento para la promoción del glamping.
- Encargarse de las relaciones comerciales.

Recepcionista:

- Revisar diariamente las reservas de las páginas de metabuscadores de alojamiento.
- Interactuar con los clientes para resolver dudas o concretar reservas en redes sociales.
- Recibir a los turistas y registrar su check in y check out.
- Proporcionar la información que soliciten los clientes
- Realizar el cuadro de caja diariamente del servicio de alojamiento y de alimentación.

Jefe de cocina:

- Preparar los platos seleccionados por los clientes.
- Planificar y evaluar las tareas del personal de cocina.
- Revisar el stock de los alimentos y bebidas.

- Controlar la salubridad e higiene de la cocina.

Ayudante de cocina:

- Colaborar en la preparación de los alimentos.
- Cumplir con las tareas asignadas por el jefe de cocina.
- Transmitir los pedidos del mesero al jefe de cocina.
- Revisar los platos antes de ser despachados.

Mesero:

- Repartir el menú y tomar los pedidos.
- Repartir cubiertos y servilletas a los clientes de las mesas
- Servir los alimentos y bebidas a los turistas.
- Encargarse de la limpieza del restaurante.

Ama de llaves:

- Inspeccionar el buen estado de las habitaciones y áreas públicas.
- Limpiar y cambiar la ropa de cama tras el check out de los clientes.
- Facilitar los productos adicionales que pidan los huéspedes.
- Realizar el inventario de la ropa de cama y equipamiento de los glampings, así como de los suministros de limpieza.

Agente de mantenimiento:

- Limpiar y mantener adecuadamente los espacios verdes.
- Reparar los equipos del glamping, en el caso de que fuera necesario.
- Realizar mantenimientos trimestrales de las instalaciones eléctricas y sistema de tuberías.

Planificación de recursos humanos

El gerente general se hará cargo de la planificación de recursos humanos, por lo que se deberá seguir un proceso para ello:

- **Reclutamiento:** Se publicarán en las redes sociales oficiales del glamping y en portales de búsqueda de empleo, los puestos de trabajo a ofrecer, tal como se muestra en el organigrama estructural, se buscará contratar a personal que pertenezca a la población local.
- **Selección:** Se solicitará a los candidatos que manden al correo del glamping las hojas de vida, para posterior hacer una selección que será llamada a realizar una entrevista de manera personal. Tras la elección de los candidatos para los diferentes puestos de empleo, se realizarán las contrataciones.
- **Capacitación:** Los empleados serán llamados a una capacitación general para mejorar sus competencias laborales. Sin embargo, se buscará coordinar capacitaciones relacionadas al servicio al cliente y al turismo en coordinación con otras instituciones.

Conclusiones

- La creación de un glamping en Mindo requiere de la previa investigación de los reglamentos necesarios, tanto para la construcción del mismo como para el inicio de la actividad económica, de esta manera, los principales artículos se encuentran establecidos en la Ley de Turismo y en el Reglamento de Alojamiento Turístico, destacándose el Registro de Turismo y la Licencia Única Anual de Funcionamiento, los cuales a su vez requieren de la entrega de anteriores requisitos.
- El entorno hotelero que rige en Mindo comprende una gran variedad de tipos de alojamiento: albergue, hostería, lodge, hotel, hostel, cabañas y camping; son empresas turísticas establecidas desde hace ya varios años, por lo que ya están posicionadas en el mercado, ofrecen servicios estándares, de los cuales deriva el precio de sus productos, sin embargo, buscan mejorar su competitividad.
- Bewinm glamping supondría un tipo de alojamiento innovador en Mindo, ya que tras el análisis de factibilidad que comprendió un estudio de mercado, técnico, ambiental y administrativo, y el cual fue realizado a comienzos del 2022, se evidenciaron resultados positivos para su implementación, pues en el estudio técnico se estableció un presupuesto de inversión inicial de \$96.930, con un periodo de recuperación de aproximadamente 5 años; en el estudio ambiental los resultados mostraron un mínimo impacto ambiental y, finalmente, el estudio de mercado y administrativo permitieron identificar a los clientes potenciales y establecer las características de la empresa para su correcto posicionamiento en el mercado.

Recomendaciones

- Cumplir con los requisitos necesarios para ejercer la actividad turística de manera legal, así como revisar que la documentación siga vigente anualmente, para brindar un excelente servicio de calidad a los clientes.
- Realizar convenios con operadoras turísticas de Mindo para conseguir a largo o mediano plazo la implementación de paquetes turísticos con alojamiento, alimentación y actividades de naturaleza y/o aventura.
- Obtener la certificación de la normativa ISO 9001:2015, con el fin de asegurar un sistema de gestión de calidad para la empresa.

Referencias Bibliográficas

- Alvarado, M. (2015). *Estudio de factibilidad de un hospedaje tipo glamping en Puerto Cayo*. Guayaquil: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
- Astudillo, S., & Prada, J. (2018). *Análisis de los factores que motivan a ciudadanos guayaquileños a visitar*. Guayaquil: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
- Cortés, H., & Peña, J. (2015). De la sostenibilidad a la sustentabilidad. Modelo de desarrollo sustentable para su implementación en políticas y proyectos. *Escuela de Administración de Negocios*(78), 43 - 44.
- De la Luz, Y. (30 de agosto de 2016). *Glamping: Una nueva forma de hacer Turismo*. Obtenido de Entorno Turístico: <https://www.entornoturistico.com/glamping-una-nueva-forma-de-hacer-turismo-de-naturaleza/>
- FENF. (14 de diciembre de 2020). *Etapas de la investigación bibliográfica*. Obtenido de <https://www.fenf.edu.uy/wp-content/uploads/2020/12/14dediciembrede2020Etapasde-la-investigacionbibliografica-1.pdf>
- Hernández, P. (2019). *Plan de negocio para la creación de un glamping ubicado en el municipio de Villa de Leyva*. Bogotá: Fundación Universidad de América.
- Hernández, R. (2014). *Metodología de la investigación*. México DF: MC Graw Hill.
- Imbaquingo, H. (2015). *Análisis de la capacidad de acogida de visitantes para la conservación ambiental del recurso atractivo natural de la parroquia de Mindo, pichincha*. Quito: Universidad Central del Ecuador.
- Jácome, J. (2021). El glamping, como tendencia del turismo en Ecuador en tiempos de COVID-19. *Revista Científica de FAREM-Estelí*(40), 23.
- López, A. (2002). *Metodología de la investigación contable*. Madrid: Paraninfo.

- López, M., Aceves, J., Pellat, A., & Puerta, C. (2012). *Estudio administrativo, un apoyo en la estructura organizacional del proyecto de inversión*. Obtenido de <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/documents/no56/estudioadmtivo.pdf>
- Luna, R., & Chaves, D. (2001). *Guía para elaborar estudios de factibilidad de proyectos ecoturísticos*. Guatemala: PROARCA.
- Luna, R., & Damaris, C. (2001). *Guía para elaborar estudios de factibilidad de proyectos ecoturísticos*. Guatemala: Proarca.
- MAE. (10 de septiembre de 2004). *Ley Forestal y de Conservación de Areas Naturales y Vida Silvestre*. Obtenido de <https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/ley-forestal.pdf>
- MINTUR. (29 de diciembre de 2014). *Ley de Turismo*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- MINTUR. (18 de febrero de 2016). *Reglamento de alojamiento turístico*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>
- Núñez, L. (2021). *Análisis del impacto ambiental de proyectos hidroeléctricos. Evaluación de los efectos ambientales por el Método de Leopold*. Guayaquil: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
- ONU. (septiembre de 2015). *La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible*. Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40155/24/S1801141_es.pdf
- Peña, M. (2016). Computación con palabras para el análisis de factibilidad de proyectos de software. *Tecnura*, 20(50), 70.

Peñaloza, M. (2005). El Mix de Marketing: Una herramienta para servir al cliente. *Actualidad Contable Faces*, 8(10), 74-79.

Salinas, J., Gándara, J., & Alonso, A. (2012). *Empresa e iniciativa emprendedora*. Nueva York: Mc Graw Hill.

UNAM. (2017). *Estudio técnico*. Obtenido de

<http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap2a.pdf>


UNWTO. (2022). *Glosario de términos de turismo*. Obtenido de

<https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>

Anexos

Anexo 1.

Encuesta



Análisis de factibilidad para la creación de un glamping turístico en la parroquia rural de Mindo

Objetivo: Identificar el perfil del turista que podría alojarse en un glamping y conocer su grado de aceptación con respecto a la implementación de uno en la parroquia de Mindo.

[Acceder a Google](#) para guardar el progreso. [Más información](#)

***Obligatorio**

1. Seleccione su sexo *

Femenino

Masculino

2. Seleccione su rango de edad *

18 - 25

26 - 35

36 - 50

Más de 50

3. Seleccione su nacionalidad *

- Nacional
- Extranjero

4. ¿Con quién prefiere viajar a destinos naturales? *

- Solo
- Pareja
- Amigos
- Familia

5. Cuando visita lugares de naturaleza, ¿Dónde prefiere hospedarse? *

- Hostal
- Hostería
- Lodge
- Camping

6. Sabiendo que un glamping combina la experiencia de acampar al aire libre con el lujo, ¿Le gustaría alojarse en uno en Mindó? *

- Sí
- No

7. ¿Qué tipo de glamping escogería como hospedaje? *



Burbuja



Casa del árbol



Tipi



Canva



Yurta



Tienda de safari

8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una noche en un glamping que incluya hospedaje y alimentación? (Precio por persona) *

- De \$50 a \$75
- De \$75 a \$100
- Más de \$100

9. ¿Qué elementos le gustaría que ofrezca el glamping? Máximo seleccione dos. *

- TV
- Conexión a internet
- Jacuzzi
- Parrilla privada

10. ¿Le gustaría que el glamping incluya paquetes turísticos de Mindo? (Actividades de aventura y/o naturaleza) *

- Sí
- No

11. ¿A través de que medio le gustaría informarse sobre el glamping? *

- Página web
- Redes sociales
- Operadoras turísticas

Enviar

Borrar formulario

Anexo 2.

Terreno



Anexo 3.

Mindo

