



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**Estudio de factibilidad para la creación de un campamento
para fomentar el turismo Glamping en el cantón Gualaceo,
Azuay**

Autor:

Mejía Calozzuma, Jean Carlo

**Trabajo de Titulación previo a la obtención del Título de:
Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y
Hoteleras**

Tutora:

Vera Salas, Laura Guadalupe

Guayaquil, Ecuador

2016



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

Certificación

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por Jean Carlo Mejía Calozzuma, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**.

TUTOR

CPA Laura Guadalupe Vera Salas, MGS

DIRECTORA DE LA CARRERA

Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.

Guayaquil, a los 11 días del mes de marzo del año 2016



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

Declaración de Responsabilidad

Yo, Jean Carlo Mejía Calozzuma

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación **Estudio de factibilidad para la creación de un campamento para fomentar el turismo Glamping en el cantón Gualaceo, Azuay**, previa a la obtención del Título **de Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 11 días del mes de marzo del año 2016

EL AUTOR

(Firma)

Jean Carlo Mejía Calozzuma



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS

Autorización

Yo, Jean Carlo Mejía Calozzuma

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: Titulación **Estudio de factibilidad para la creación de un campamento para fomentar el turismo Glamping en el cantón Gualaceo, Azuay**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 11 días del mes de marzo del año 2016

EL AUTOR

Jean Carlo Mejía Calozzuma

Agradecimiento

Agradezco a Dios que en este largo camino de la vida me cuida y me protege para que pueda cumplir mis metas, a toda mi familia que estuvieron a mi lado apoyándome siempre, me brindaron su fortaleza y cariño para seguir adelante, a mis profesores que aportaron sus conocimientos en toda mi etapa universitaria y a mis amigos, gracias a todos ustedes que contribuyeron para la culminación de este proyecto.

JEAN CARLO MEJÍA CALOZZUMA

Dedicatoria

Dedico esta tesis a mi mamá María Fernanda que ha sido un apoyo fundamental, es el pilar más importante de mi vida, me brindó su amor y sus consejos para ser una persona de bien, todo esto que he logrado con mucho esfuerzo y dedicación es gracias a ti y para ti. También a mis hermanos, mi abuelo Orlando y a mi tío Xavier que fueron mis ejemplos a seguir y que desde el cielo me cuidan día a día guiando mis pasos.

JEAN CARLO MEJÍA CALOZZUMA



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

Calificación

APELLIDOS Y NOMBRES	NOTA FINAL DEL TUTOR
Jean Carlo Mejía Calozzuma	

**Laura Guadalupe Vera Salas
PROFESOR GUÍA Ó TUTOR**

Índice General

Lista de Tablas	x
Lista de Figuras	xi
Introducción	1
Antecedentes.....	2
Planteamiento del problema	3
Pregunta de investigación	3
Justificación	4
Objetivos	5
Objetivo General	5
Objetivos Específicos	5
Capítulo I	6
Fundamentación teórica	6
1.1. Marco Teórico.....	6
1.1.1. Turismo	6
1.1.2. Turismo de naturaleza	7
1.1.3. Ecoturismo	8
1.1.4. Camping	9
1.1.5. Glamour en turismo	9
1.1.6. Innovación en turismo.....	10
1.1.7. Estudio de mercado.....	11
1.1.8. Factibilidad	12
1.1.9. Teoría del Desarrollo Sostenible.....	13
1.2. Marco Referencial.....	14
1.3. Marco Conceptual.....	17
1.3.1. Campamento	17

1.3.2.Ecología	17
1.3.3.Factibilidad	17
1.3.4.Glamour	17
1.3.5.Glamping	17
1.3.6.Innovación	17
1.3.7.Materiales Ecológicos	17
1.3.8.Naturaleza	18
1.3.9.Rentabilidad	18
1.3.10.Tendencia.....	18
1.3.11.Turismo sostenible.....	18
1.4.Marco Legal	19
Capítulo II	24
Diagnóstico Situacional	24
2.1 El Cantón Gualaceo.....	24
2.1.1. Análisis Situacional del Cantón Gualaceo.....	24
2.1.2. Atractivos Naturales.....	25
2.1.3.Atractivos Culturales.....	28
2.1.4.Facilidades Turísticas	30
2.1.5.Infraestructura Turística.....	32
2.2.Análisis del macro entorno.....	33
2.2.1.Político	33
2.2.2.Económico.....	33
2.2.3.Sociocultural	36
2.2.4.Demográfico	37
2.2.5.Tecnológico	38
2.2.6.Ambiental	39
2.3.Análisis del micro entorno	40

2.3.1.Amenaza de entrada de nuevos competidores	40
2.3.2.Poder de negociación de los proveedores	40
2.3.3.Poder de negociación de los compradores	40
2.3.4.Amenaza de ingresos de productos sustitutos	41
2.3.5.Rivalidad en la industria.....	41
2.3.6.Conclusión del análisis de micro entorno	41
Capítulo III	43
Metodología de la investigación	43
3.1.Tipología de la Investigación.....	43
3.1.1.Enfoque de la investigación	43
3.1.2.Tipo de investigación	43
3.1.3.Técnicas de recolección de información	44
3.2.Investigación de mercado	44
3.2.1.Diseño de la investigación	44
3.2.1.1.Universo o población de estudio	44
3.2.1.2.Tamaño de la muestra	45
3.2.1.3.Tipo de Muestra.....	45
3.2.1.4.Presentación de los resultados	45
Capítulo IV	53
Propuesta de emprendimiento	53
4.1.Estudio organizacional	53
4.2.Estudio técnico operacional	56
4.2.1.Productos/servicios a ofrecer	56
4.2.2.Horario de actividades	62
4.2.3.Localización del proyecto	62
4.2.4. Distribución física del espacio	63
4.2.5. Plan de marketing	64

4.2.5.1.Mercado objetivo	64
4.2.5.2.Estrategia de posicionamiento	64
4.2.6.Impactos de la propuesta	66
4.3.Estudio Financiero	67
4.3.1.Detalle de la inversión requerida	67
4.3.2.Balance inicial.....	70
4.3.3.Tabla de amortización	71
4.3.4.Detalle de ingresos	71
4.3.5.Detalle de gastos	73
4.3.6.Proyección de estado de resultados	74
4.3.7.Proyección de flujo de caja	75
4.3.8.Proyección de Balance General	76
4.3.9.Evaluación Financiera	76
4.3.10.Razones financieras	77
4.3.11.Punto de equilibrio	77
Conclusiones	78
Recomendaciones	80
Referencias	1

Lista de Tablas

Tabla 1. Horario de actividades	62
Tabla 2. Precio de actividades	65
Tabla 3. Inversión inicial de Tangaras Camp	68
Tabla 4. Balance inicial de Tangaras Camp	70
Tabla 5. Datos/ Proyección anual de Tangaras Camp	71
Tabla 6. Proyección de ingresos del primer año de funcionamiento	72
Tabla 7. Proyección anual de ingresos de Tangaras Camp	73
Tabla 8. Proyección anual de gastos de Tangaras Camp	74
Tabla 9. Proyección anual de costos de Tangaras Camp	74
Tabla 10. Proyección de estado de resultados de Tangaras Camp	75
Tabla 11. Proyección de flujo de caja de Tangaras Camp	75
Tabla 12. Proyección de balance general de Tangaras Camp	76
Tabla 13. Evaluación financiera de Tangaras Camp	77
Tabla 14. Razones financieras de Tangaras Camp	77
Tabla 15. Punto de equilibrio de Tangaras Camp	77

Listade Figuras

Figura 1. Nuevas modalidades de alojamiento	11
Figura 2. Suite de hotel viVood	14
Figura 3. Terraza de Pool Suite	15
Figura 4. Interior de las tiendas.....	16
Figura 5. Duchas del Anakonda Amazon expeditions	16
Figura 6. Mapa de la provincia de Azuay	24
Figura 7. Parque Central 10 de Agosto.....	25
Figura 8. Centro de Orquídeas Ecuagenera	26
Figura 9. Bosque protector Aguarongo	26
Figura 10. Lagunas de Maylas.....	27
Figura 11. Río Santa Bárbara	27
Figura 12. Mirador Cancay	28
Figura 13. Técnica de tejido Ikat.....	28
Figura 14. Mapanaguas Don Eloy.....	29
Figura 15. Iglesia Matriz Santiago de Gualaceo.....	29
Figura 16. I-tur de Gualaceo	30
Figura 17. Terminal Terrestre de Gualaceo	30
Figura 18. Hospital Moreno Vásquez	31
Figura 19. Población ocupada por rama de actividad	31
Figura 20. Adrenalina Kart Racing	32
Figura 21. Oferta y utilización de bienes y servicios tercer trimestre del 2015	34
Figura 22. Inflación del índice de precios al consumidor 2015	34
Figura 23. Incidencia en la inflación de las divisiones de productos.....	35
Figura 24. Riesgo País EMBI Ecuador.....	35
Figura 25. Población total y tasa de crecimiento	37
Figura 26. Autoidentificación de la población 2001-2010	37
Figura 27. Hogares que tienen acceso a internet a nivel nacional	38
Figura 28. Porcentaje de personas que tienen acceso al internet por provincia en el 2013.....	39
Figura 29. Sexo de encuestados	46
Figura 30. Rango de edades	47

Figura 31. Visitar lugares diferentes al habitual	47
Figura 32. Aceptación por hacer turismo	48
Figura 33. Frecuencia de hacer turismo.....	48
Figura 34. Compañía al hacer turismo	49
Figura 35. Gusto por el turismo de naturaleza	49
Figura 36. Preferencia de actividades.....	50
Figura 37. Camping al aire libre	50
Figura 38. Gusta realizar camping	51
Figura 39. Costo por estadía	51
Figura 40. Servicios a ofrecer	52
Figura 41. Organigrama propuesto	54
Figura 42. Fogata	56
Figura 43. Juegos de mesa	57
Figura 44. Senderismo	57
Figura 45. Ciclismo	58
Figura 46. Pesca deportiva	58
Figura 47. Kayak	59
Figura 48. Canopy	59
Figura 49. Salón de spa.....	60
Figura 50. Spa	60
Figura 51. Habitación.....	61
Figura 52. Restaurante	61
Figura 53. Área de descanso	61
Figura 54. Ubicación Tangaras Camp.....	62
Figura 55. Zonificación de Tangaras Camp	63
Figura 56. Distribución de las tiendas de campaña.....	63

Resumen

El principal objetivo del presente proyecto es realizar un análisis para conocer si es factible implementar un campamento de lujo para fomentar el turismo glamping en el cantón Gualaceo, ofreciendo servicios de alojamiento, alimentación, spa, actividades recreacionales tales como: kayak, pesca deportiva, senderismo y canopy, el cual estará dirigido para familias y amigos nacionales y extranjeros.

Se realizó un estudio financiero del proyecto donde se pudo verificar que la idea de negocio es factible y rentable porque la recuperación de lo invertido se lo hace en dos años seis meses, obteniendo una Tasa Interna de Retorno de 64% en cinco años de proyección financiera. Se genera una utilidad de \$2,22 para cada dólar invertido. Además en el estudio de mercado el 100% de los encuestados tuvieron aceptación hacia los servicios y precios que se ofrecerán.

Palabras Claves: Glamping, lujo, naturaleza, Gualaceo, factibilidad

Abstract

The main objective of the current project is to perform an analysis to know if it is reasonable to implement a luxury camp to promote glamping tourism in the canton of Gualaceo, offering services such as, accommodation, food, spa, recreational activities like: Kayak, competitive fishing, trekking and canopy, which will be directed by families, local friends, and foreigners.

A financial study was performed for the project where it was verified that the idea of the business is reasonable and rentable since the recovery of the investment could be done in 2 years 6 months 23 days with an IRR of 64% obtaining \$2.22 for each dollar invested. Also in the study the 100% of the respondents accepted the services and prices offered.

Key Words: Glamping, luxury, nature, Gualaceo, feasibility

Introducción

Hace más de un siglo con la llegada de los occidentales a África se originó el turismo glamping el cual consiste en disfrutar de una estancia cálida y acogedora en un campamento lujoso, de esta manera se puede tener contacto directo con la naturaleza sin necesidad de perder la comodidad y el confort que ofrecen otros hoteles. Este tipo de turismo también ha llegado a otros continentes tales como América y Europa.

Debido a esta nueva tendencia se ha pensado en implementar un campamento lujoso que ofrezca los servicios de hospedaje, alimentación, spa, recreación con actividades como pesca deportiva, senderismo, kayak, canopy y ciclismo basándose en el respeto y cuidado a la naturaleza aplicando materiales ecológicos en la construcción de todo el campamento el cual estará dirigido para todo tipo de personas y familias, tanto nacionales como extranjeros.

Este proyecto estará ubicado en el cantón Gualaceo provincia del Azuay ya que cuenta con gran afluencia de personas por el comercio, turismo gastronómico, de aventura y cultural. Por lo tanto al implementar esta idea de negocio aportaría económicamente al lugar y aumentaría la afluencia de turistas.

La aprobación del mismo por parte del mercado objetivo se la conocerá mediante encuestas, entrevista al encargado del departamento de turismo del cantón Gualaceo y operadores turísticos que den su opinión sobre el campamento glamping, donde además se obtendrá información relevante que ayudará en el desarrollo del proyecto.

Este tomará el nombre de “Tangaras Camp” debido a la especie de pájaro llamado Tangara que se puede observar en los espacios naturales de Gualaceo y “Camp” por la palabra campamento traducido al inglés.

Se analizará cada uno de los puntos importantes del negocio tanto teórico como financiero para probar la rentabilidad y factibilidad del mismo.

Antecedentes

El turismo glamping tuvo sus inicios en el siglo XX cuando los europeos y americanos llegaron a los safaris de África, los mismos que se rehusaban a dejar sus comodidades en sus largos días de estancia, por lo que exigían dentro del campamento todo lo necesario para su confort y descanso que obtenían de hoteles de lujo (Casarbol, 2014).

Este turismo está basado en el lujo sin perder el contacto con la naturaleza reduciendo al máximo los impactos ambientales. Con los años ha tenido una buena acogida para el público teniendo una ocupación media del 60% y un incremento anual del 20%, aumentando esta modalidad en distintos lugares variando sus diseños como en España con casas de árbol, en Estados Unidos trailers de lujo y en América los containers y tiendas de campaña (Turismo, 2013).

Vidal en su blog “Marketing turístico: Glamping” (2014), define al Turismo Glamping en cuatro aspectos: entorno privilegiado, confort, diseño y valores, y experiencial, los cuales son los más tomados en cuenta por el mercado. Además habla de viVood, un nuevo proyecto de alojamiento glamping, al que define como “propuesta diferencial y ganadora”, nombrando diferencias entre los competidores directos.

viVood presenta un modelo de proyecto innovador, cero impacto medioambiental, calidad, precio reducido y fácil montaje/desmontaje en cualquier espacio pero con acabados de lujo que satisfaga a usuarios exigentes. Un ejemplo de este tipo de alojamiento es “Landscape Hotels” en España, una mezcla de arquitectura, cuidados a la naturaleza y vida sana (viVood, 2015).

De la misma manera en Ecuador existen dos representantes de este tipo de turismo, ambas son promocionadas por una empresa de turismo extranjero llamada Surtrek, estas son: Galápagos Safari Camp ubicado en las islas Galápagos, el cual ofrece los servicios de alojamiento con baño privado, mesa y otras comodidades de un hotel cinco estrellas y Manatee Amazon Explorer que se encuentra ubicado en la Amazonía ecuatoriana. Es una empresa de cruceros que realizan recorridos por el río Napo de igual

manera ofrecen hospedaje glamping en la selva amazónica con todos los servicios de lujo.

Planteamiento del problema

Los desafíos que plantea la vida moderna hacen necesario que las personas tomen contacto con la naturaleza para salir de su rutina, disminuir el estrés y conocer nuevos lugares alejados del ruido de la ciudad, en tanto que son pocas o nulas las opciones de alojamiento innovadoras que generen interés por nuevas experiencias de turismo.

Para tomar contacto con la naturaleza, actualmente, un viajero debe conformarse con las opciones disponibles como caminatas, senderismo, visitas guiadas a zonas protegidas, observación de atributos naturales, sin que exista la infraestructura de alojamiento que permita continuar con la experiencia natural más allá de las actividades citadas. La mayor parte de la oferta de servicios de alojamiento se concentra en establecimientos con infraestructura y servicios clásicos, observándose que la falta de conocimiento de proyectos innovadores hace que inversionistas no apuesten por ideas nuevas en alojamiento que permitan al turista complementar su actividad.

Otro de los principales problemas es la poca infraestructura que cuentan estas zonas, a pesar de tener actividades para la distracción no cuenta con lugares de hospedaje novedosos que brinden un buen confort y glamour respetando el entorno con la naturaleza que es lo que buscan los turistas, así podrán disfrutar los paisajes, flora y fauna del lugar.

Pregunta de investigación

Un campamento que fomente el turismo glamping en la ciudad de Gualaceo ¿es un negocio rentable?

Justificación

La Constitución del Ecuador, que es la norma máxima que precautela los derechos de los ciudadanos establece que todas las personas tienen derecho a la recreación y al esparcimiento, así como la práctica del deporte y al tiempo libre; de esta manera, el Estado garantiza la promoción de actividades para el descanso que fomentan el desarrollo de la personalidad. El ejercicio de este derecho forma parte de una vida digna. Por otro lado, el Artículo 71 de esta misma Constitución contempla los derechos de la naturaleza los cuales se basan en proteger la naturaleza y promover el respeto de todos los elementos que forman un ecosistema. El presente trabajo plantea la conservación del medio ambiente y causar el menor impacto posible en la construcción del mismo.

El Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017 es la expresión de los objetivos constitucionales, menciona entre uno de estos objetivos, el numeral cuatro que se enfoca en garantizar los derechos de la naturaleza y promover un ambiente sano y sustentable, lo cual está directamente relacionado con los objetivos del proyecto ya que se satisfará la necesidad de turistas aventureros, familias que desean experimentar otra clase de alojamiento y grupo de personas que se inclinan por el contacto con la naturaleza.

El Plan de Turismo 2020, señala los objetivos del turismo sostenible como la satisfacción del visitante, eficiencia en el uso de los recursos, viabilidad económica y calidad de empleo lo que ayudará a aumentar la afluencia de turistas logrando un crecimiento económico para el sector.

El cantón Gualaceo ubicado cerca de ciudades turísticas como Cuenca y Chordeleg es conocido principalmente por su turismo gastronómico y cultural, además cuenta con diversas actividades que los turistas pueden realizar como: cayoning, kayak, canopies por esto que se ha pensado en la creación de un campamento de lujo que estará construido con materiales ecológicos para fomentar el Turismo Glamping, nueva tendencia en alojamiento.

En base a todo lo que se ha mencionado anteriormente el proyecto pretende atraer a turistas nacionales e internacionales en la zona, aumentar la afluencia de los mismos, generar nuevas fuentes de empleo y lograr un crecimiento económico para el cantón, de esta manera se cumple con el artículo 3 literal a de la Ley de Turismo.

Objetivos

Objetivo General

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de un campamento de lujo que fomente el turismo Glamping en Gualaceo provincia del Azuay.

Objetivos Específicos

1. Realizar un análisis de la oferta actual y demanda probable de servicios de campamento ecológico en la provincia del Azuay.
2. Analizar los gustos y preferencias de los turistas hacia los servicios de hospedaje en campamentos para determinar su posible aceptación a la propuesta a través de un estudio de mercado.
3. Determinar la factibilidad financiera de la implementación de un servicio de hospedaje en campamentos ecológicos para fomentar el turismo glamping en la provincia del Azuay.

Capítulo I

Fundamentación teórica

1.1. Marco Teórico

1.1.1. Turismo

La Organización Mundial del Turismo define al turismo como: “actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros”

Desde los primeros juegos olímpicos se llevó a cabo la coordinación de actividades como comida, hospedaje y esparcimiento, las cuales facilitaron el desplazamiento de turistas al evento; desde ese momento existieron distintos motivos por los que se realizaron viajes ya sea por caza, ocio, guerras, comercio, religión o salud(Sampaio, 2004).

En el siglo XX, las mejoras en la salud e higiene, el nivel de alfabetización en las mujeres, la tecnología, las expectativas de conocer nuevos lugares, y la lectura de libros y relatos sobre países ya visitados por los autores fueron hechos que colaboraron en el desarrollo del turismo de masas (Gordon, 2002).

En la actualidad quienes trabajan en el crecimiento del turismo enfrentan un gran desafío por el flujo intenso de personas que exigen un servicio de calidad y satisfactorio, en consecuencia de no recibir lo esperado puede afectar al servicio y la pérdida del mismo captado por el mercado competitivo(Cabeza, 2000).

La motivación de las personas al viajar las divide en segmentos de mercadolo que proporciona características propias al turista, entonces se podrá conocer los gustos y preferencias al momento de brindar el servicio. De acuerdo a esto Quesada (2010) clasifica al turismo en varios tipos: turismo cultural, de salud, de placer o recreo, de negocios, deportivo, sostenible, de aventura, libertino, alternativo y naturalista; dividiendo este

último en tres tipos: naturaleza suave (softnature), naturaleza fuerte (hardnature) y ecoturismo.

Por esta razón, a este trabajo se lo relaciona con el turismo de naturaleza suave (softnature) el cual es practicado por personas que desean conocer sitios naturales poco intervenidos por el ser humano y disfrutar de atributos escénicos.

1.1.2. Turismo de naturaleza

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

Robles (2014) en su artículo “Turismo de Naturaleza”, divide a los turistas que practican el turismo de naturaleza en dos grupos: el primero es el grupo de mediana edad de 30-40 años y el segundo grupo de más jóvenes a partir de 20 años, en los cuales se caracteriza su nivel de estudio y sus ingresos medio-altos; su motivo principal para realizar este tipo de viajes es el descanso y la diversión, incluyendo conocer la naturaleza y practicar algún deporte. Este tipo de turistas suelen alojarse en campings, residencias, casa de familiares o casas rurales, su tiempo de estadía corta pero frecuente es de 2 a 3 días y largas de una semana a 15 días, acostumbran a viajar en parejas, familia o amigos.

Las principales motivaciones para realizar este tipo de turismo son las actividades de esparcimiento, recreación, conocimiento y estudio de la naturaleza y práctica de actividades deportivas que estén ligadas a los recursos naturales sin degradarlos (Robles, 2014).

1.1.3. Ecoturismo

Desde los años 80 se empieza a utilizar el término ecoturismo, ya que antes a este sector se lo conocía como turismo rural o turismo verde pero debido a la crisis del mundo rural el término fue evolucionando y llegó a llamarse ecoturismo, en 1990 aparece la primera definición dada por la Sociedad Internacional de Turismo, la cual la definió como: “El viaje responsable a zonas naturales que conserva el medio ambiente y mejora el bienestar de las poblaciones locales” (Cavalieri, 2012, p.1).

La definición de esta palabra se resume a cuatro líneas fundamentales: mínimo impacto ambiental, máximo respeto por las culturas locales, máximo beneficio económico para el país y máxima satisfacción para el turista, es decir que pretende unir a la comunidad, la conservación y el turismo sostenible (Perez de las Heras, 2003).

Según Quesada (2010) el ecoturismo se lo realiza básicamente en áreas protegidas tanto públicas como privadas, es por esto que Ecuador está entre los países que tiene una gran oportunidad para desarrollar este sector por su gran biodiversidad. Este tipo de turismo irá creciendo conforme pasan los años debido a la sobrepoblación y desarrollo de las sociedades, donde su principal objetivo será el descanso y la búsqueda de lugares naturales para el disfrute y relajación. Es importante la correcta planificación teniendo en cuenta la capacidad de carga del lugar, los recursos para así provocar el menor impacto posible y mantener la conservación del mismo.

Los ecoturistas tienen un perfil similar a los turistas de naturaleza, ambos prefieren un ambiente natural para realizar ciertas actividades de su preferencia, así mismo conocer la comunidad que reside en el sector. Los ecoturistas son divididos en dos grupos: los especializados, son un segmento pequeño, estos tienen más conciencia del daño que puede causar por lo que no piensan en comodidad y su objetivo es no dañar el medio ambiente; por otro lado están los ecoturistas suaves, son un grupo más grande que el especializado, no tienen mucho conocimiento sobre el ecoturismo pero siguen las órdenes del operador turístico, les importa mucho la experiencia (CBI, 2014).

1.1.4. Camping

Según la Real Academia Española(2014) define la palabra “camping” como acampar al aire libre.

Trapazzo(2009)en su publicación de revista llamada “El Camping, una forma de vida” cita a Santilli y su libro “Camping” donde explica que los orígenes del camping fueron en el siglo XX en Inglaterra por una Asociación de ciclistas, un poco después influenciados por la asociación los chicos comenzaron a llamarlo “scoutismo”, lo que vincula al camping directamente con la educación y el deporte, después se crea la Federación Internacional de “Camping” clubes en Holanda, al año siguiente se creó el primer campamento internacional en Inglaterra, donde el camping empezó a surgir y expandirse por todos los países.

El autor antes mencionado hace referencia a distintos ámbitos del camping: los que acampan en la montaña, son grupos de jóvenes que escalan cerros, realizan actividades saludables, visitan diferentes montañas; los que acampan en la orilla del mar, esta es la forma más utilizada en la actualidad pero se debe tener una gran provisión de agua; y los que acampan en el bosque, estos son más colectivos, se debe tener ciertas precauciones al momento de montar la carpa, teniendo en cuenta el viento, la lluvia y los árboles puntiagudos de copa cónica (citado por Ortiz & Linares, 2009, p. 13).

1.1.5. Glamour en turismo

El turismo con Glamour comenzó desde siglos pasados con la aparición del Titanic, donde se encontraba una parte de la sociedad de la época, desde personas que tenían una gran posición económica hasta inmigrantes pobres, después de las guerras mundiales este tipo de turismo se terminó. Hasta que en los años 70's y 80's, Japón fue la industria de lujo, ya que se abrieron almacenes de marcas como: Gucci, Channel y Prada, donde turistas japoneses hacían cola en las puertas de los locales y así nació nuevamente el turismo de lujo (Dachar, 2016).

Dachary (2016) ubica a un grupo de viajeros VIP jóvenes en el turismo de lujo, estos buscan nuevas experiencias auténticas en sus destinos, un servicio inmediato y eficiente, donde la comodidad o el precio no es un factor importante en relación a la experiencia y dejar de lado lo tradicional.

1.1.6. Innovación en turismo

El turismo siendo una de las actividades más importantes que genera riqueza y empleo en todo el mundo, además de incrementar el desarrollo social y económico cambiando el estilo de vida de las personas, está en constante crecimiento y transformación ya que necesita innovar y adaptarse a nuevos mercados, exigidos por clientes que esperan un servicio de calidad que satisfaga sus necesidades del momento.

Algunas de las tendencias que se han estudiado y que el turismo debe tener en cuenta para los distintos cambios en las empresas son que en un futuro existirán más personas de tercera edad, las cuales necesitarán de más servicios y cuidados adecuados en lo que se les ofrece, incluyendo que cada día las personas cuidan más de su salud y prefieren destinos más saludables y relajantes. Debido al nivel de estudio que hoy tienen la mayor parte de los turistas, estos buscan lugares culturales e históricos donde pueden aumentar sus conocimientos incluso realizar estudios, este nivel de estudio antes nombrado y sus ocupaciones en la vida cotidiana también conlleva a que el tiempo de ocio sea más corto. Los grandes avances tecnológicos también forman parte de estas tendencias, ya que gracias al internet en el negocio turístico se permite nuevas formas de contacto con el turista, marketing y fuentes de información, también existe un mayor cuidado por el medio ambiente y destinos, lo que ha generado que empresarios busquen nuevas técnicas sostenibles (COTEC, 2007).

Joseph Schumpeter citado por el Gobierno Vasco Euskadi (2015) en el “Catálogo de iniciativas innovadoras en el sector turístico”, define a la innovación como la creación de nuevos productos, materias primas,

procesos y mercados lo que genera cambios en los emprendedores, los cuales buscan satisfacer al consumidor final de sus productos.

Jacob (2004) menciona algunos motivos por los que las empresas turísticas deben innovar los cuales son: incrementar la rentabilidad, mejorar la imagen de la empresa, calidad de servicio, la competitividad, satisfacer las necesidades de la clientela y aumentar la productividad, sin embargo habrán dificultades que las empresas deberán enfrentar tales como: el alto coste de la innovación, falta de financiación y de personal cualificado, tamaño de la empresa y el tiempo para adaptarse a las innovaciones; es necesario seguir nuevas tendencias que se encontraran en ferias, congresos, clientela, universidades, empresas proveedoras, competencia y plantillas.

Como anteriormente se nombró, existen cambios constantes y tendencias en los distintos sectores del turismo para esto se han creado nuevas modalidades de alojamiento en las que el turista planea disfrutar de diferentes experiencias.

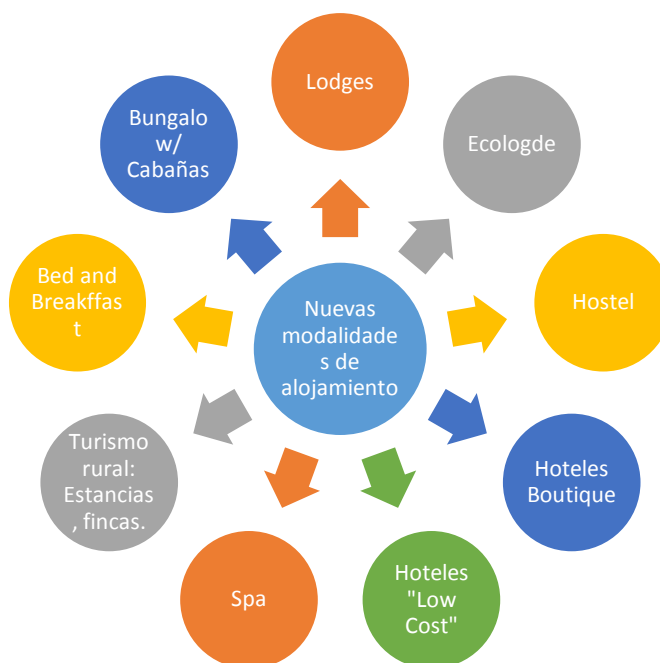


Figura 1. Nuevas modalidades de alojamiento
Fuente: (Boto Álvarez et al., 2008)

1.1.7. Estudio de mercado

El estudio de mercado es una técnica importante al momento de empezar una idea de negocio ya que con esta se conoce más acerca de los

consumidores, sus preferencias y expectativas de acuerdo al producto o servicio a ofrecer; en ella se recopila información y datos relevantes para ayudar a los responsables del marketing.

Los principales objetivos de realizar un estudio de mercado son: conocer a los consumidores, competencia, demanda y oferta actual, establecer precios y medios de publicidad, al hacer un análisis de cada uno de estos aspectos se puede determinar cuál será el mercado objetivo, el futuro de la oferta y demanda, y la fijación del precio de acuerdo al análisis de la competencia (Ramírez, Vidal, & Dominguez, 2009).

Gil y De la Fuente (2013) proponen pensar en los objetivos de la investigación para conocer exactamente que se va a buscar, además se debe planear que información se va a recoger y cómo se hará para obtenerla, ya sea por internet en publicaciones de estudios académicos, sobre negocios o comercios parecidos al que se pretende ofrecer, y la manera más importante es encuestar a los futuros clientes o realizar un focusgroup, en donde se darán datos puntuales a la investigación, al momento de tener todos los resultados se los debe analizar y tomar decisiones en todos los aspectos, y como último punto, observar y examinar a la competencia para implementar estrategias que beneficien a la empresa.

1.1.8. Factibilidad

Es un estudio en el que se determina si un proyecto se puede realizar o no, que estrategias se utilizarían para que sea exitoso, si aporta con la conservación del medio ambiente y protección de los recursos naturales.

Para conocer si un proyecto es factible debe evaluarse en cuatro estudios los cuales son: factibilidad del mercado, factibilidad técnica, factibilidad medio ambiental y factibilidad económica financiera; si es que al analizar cada uno de estos estudios uno no es viable, el proyecto no será factible y no se podrá llevar a cabo, pero si cada uno de los estudios son viables se podrá reducir costos, errores y conocer si existirán los recursos suficientes para la implementación del proyecto.

El estudio de factibilidad que se hace a un proyecto es con el objetivo de saber si se podrá producir algo, promocionarlo, venderlo, si es que se tendrá ganancias o pérdidas, conocer si se protegerá el medio ambiente cuidando los recursos naturales debidamente, conocer las debilidades, fortalezas, amenazas oportunidades que tendrá la empresa, obtener el mínimo de riesgos y obtener el máximo de beneficios (Ramírez, Vidal & Domínguez, 2009).

1.1.9. Teoría del Desarrollo Sostenible

La principal teoría en la que se basa este proyecto es la del desarrollo sostenible, la cual tiene mucho que ver con el crecimiento económico que se puede generar en el cantón Gualaceo y el cuidado al medio ambiente.

Díaz (2009) en su tesis “La gestión compartida universidad-empresa en la formación del capital humano. Su relación con la competitividad y el desarrollo sostenible”, expone que esta teoría hace relación a la economía con la protección del medio ambiente porque al mejorar el capital humano e incorporar nuevas tecnologías, las próximas generaciones gozarán de un crecimiento económico en un ambiente seguro y con calidad de vida.

Existen tres tipos de sostenibilidad en los que se centra esta teoría los cuales son: económico, se refiere a las estabilidad económica en los hogares y empresas; ambiental, comprenden las actividades humanas que mantienen a los ecosistemas, la innovación tecnológica reduciendo el consumo de recursos; y el social, donde se respetan los derechos humanos, la igualdad social, se mejora la educación y salud.

Esta teoría tiene relación con el proyecto que se plantea porque al hablar del glamping es un turismo sostenible, donde se busca proteger el medio ambiente empleando materiales reciclados y utilizar los recursos sin desgastarlos, además que generará un crecimiento económico en el turismo de la ciudad donde se localizará, habrá un acercamiento entre los habitantes de Gualaceo y los turistas nacionales o extranjeros que se hospedarán en el campamento, cumpliendo con el tipo social de sostenibilidad.

1.2. Marco Referencial

La unión de la naturaleza y las comodidades de un hotel convencional ha hecho que miles de turistas opten por el turismo glamping y que esta sea una tendencia a nivel mundial. La temática de cada uno de los campamentos es diferente, ya sea por el país en el que se encuentra, el lugar donde está ubicado o el clima. Debido a que este tipo de hospedaje es novedoso y relativamente nuevo, los referentes conceptuales se encuentran mayormente en blogs de opinión o páginas web de tipo comercial.

viVoodLandscapeHotels (España)

Se encuentra ubicado en un valle entre las Sierras de Aitana y la Serella. Es un hotel sólo para adultos que cuenta con 25 alojamientos eco-friendly prefabricados y con un diseño único, donde la naturaleza es el principal atractivo. Uno de sus valores es el respeto a la naturaleza sin abandonar las comodidades, es por esto que emplean energías renovables.



Figura 2. Suite de hotel viVood
Fuente: (alicanteactualidad.com, 2015)

Cuenta con tres tipos de suite: suite estándar, en el que se encuentra wifi, teléfono, televisión, baño privado con ducha panorámica; pool suite, reproductor de música DVD, cafetera, jacuzzi privado climatizado; y premium pool suite, además de los servicios antes nombrados también cuenta con dos terrazas con opción de cena privada (viVood, 2015).



Figura 3. Terraza de Pool Suite
Fuente: (vivood.com, 2015)

En Ecuador existen dos opciones de turismo Glamping, uno ubicado en las tierras altas de la isla Santa Cruz, Galápagos y otro en la Amazonía.

Galápagos Safari Camp (Islas Galápagos)

Este campamento está ubicado en las alturas de la Isla Santa Cruz en una finca de 55 hectáreas rodeada de naturaleza pura, donde ofrece tres suites familiar y nueve tiendas con cama doble, baño con agua caliente, mesa de noche, balcón con hamacas. En el centro de las tiendas está ubicado un lodge donde pueden degustar de distintos platos y bebidas que ofrecen, además de una piscina infinita y una terraza desde donde se puede observar las otras islas. Como servicio adicional está el “kids club”, el cual está abierto cuando hay vacaciones escolares.

Al estar completamente comprometido con la protección del medio ambiente, existe un proyecto de reforestación de plantas y árboles endémicos en 10 hectáreas de la finca, además de una granja la cual provee todos los alimentos orgánicos necesarios para el chef (Tandazo, 2014).



Figura 4. Interior de las tiendas
Fuente: (Surtrek.org, 2014)

Cruceros Anakonda y Manatee Amazon Explorer (Amazonía)

Estos dos cruceros navegan por el río Napo, explorando la Amazonía, mostrando la flora y fauna del lugar, además ofrecen un alojamiento de lujo en medio del bosque en tiendas elegantes con todas las comodidades, duchas con agua caliente, champán y buena comida.



Figura 5. Duchas del Anakonda Amazon expeditions
Fuente: (anakondaamazonexpeditions.com, 2013)

1.3. Marco Conceptual

1.3.1. Campamento

Lugar al aire libre, especialmente dispuesto para albergar viajeros, turistas, personas en vacaciones, etc. (Real Academia Española, 2016).

1.3.2. Ecología

Estudia la relación entre los seres vivos y el lugar donde habitan. Además de preocuparse por la protección de la naturaleza (Real Academia Española, 2016).

1.3.3. Factibilidad

Cualidad o condición de factible (Real Academia Española, 2016).

1.3.4. Glamour

Atractivo o encanto especial que posee una persona o una cosa (Diccionario manual de la Lengua Española, 2007).

1.3.5. Glamping

Es una nueva forma de alojamiento en la que se combina el glamour y camping, dirigido hacia turistas de clase media y alta que gusten de entornos naturales pero con todas las comodidades que un hotel convencional puede ofrecer (Casarbol, 2014).

1.3.6. Innovación

Es la creación o mejora de un producto o servicio, siguiendo las tendencias del mercado, factores internos y externos (Real Academia Española, 2016).

1.3.7. Materiales Ecológicos

Son materiales rentables que permiten obtener un ahorro energético y construir viviendas que respetan el medio ambiente, de mejor calidad, renovables y duraderas, estos materiales pueden ser: barro, madera, mármol o corcho (Consumer, 2005).

1.3.8. Naturaleza

Burgos(2006)la define como “el conjunto de cosas naturales, es decir, al cosmos, las plantas y los animales, o, dicho de otro modo, a todo aquello que no es humano”.

1.3.9. Rentabilidad

Es el beneficio que se obtiene del dinero invertido, este se lo puede expresar en términos relativos o porcentuales (Fernández, 2016).

1.3.10. Tendencia

Es la inclinación o fuerza hacia un determinado objeto o fin (Real Academia Española, 2016).

1.3.11. Turismo sostenible

El turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas(Organización Mundial Turismo, s.f.).

1.4. Marco Legal

Este proyecto se fundamenta en la Ley de Turismo Capítulo II: De las actividades turísticas y de quienes las ejercen, en la cual se nombra los artículos que se deben cumplir para la actividad turística de alojamiento.

Artículo 5.- Se consideran actividades turísticas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a) Alojamiento
- b) Servicio de alimentos y bebidas
- c) Transportación cuando se dedica principalmente al turismo
- d) Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte
- e) La de intermediación, agencias de servicios turísticos y organizaciones de eventos, congresos y convenciones

Artículo 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.

Artículo 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.

Los permisos obligatorios que esta actividad turística debe cumplir son: el registro de turismo, la licencia única anual de funcionamiento, sin los cuales no podrá operar. Según el Ministerio de Turismo (s.f.) los requisitos para la obtención del registro turístico para alojamientos son:

1. Copia certificada de la Escritura de Constitución, aumento de Capital o Reforma de Estatutos, tratándose de personas jurídicas.

2. Nombramiento del Representante Legal, debidamente inscrito en la Oficina del registro Mercantil.
3. Copia del registro único de contribuyentes (R.U.C.)
4. Copia de la cédula de identidad
5. Copia de la última papeleta de votación
6. Copia del Contrato de compra venta del establecimiento, en caso de cambio de propietario con la autorización de utilizar el nombre comercial.
7. Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la razón social o denominación social o nombre comercial del establecimiento en las ciudades de: Quito: Av. República 396 y Diego de Almagro Edif. Fórum Guayaquil: Av. Francisco de Orellana y Justino Cornejo Edif. Gobierno del Litoral Cuenca: Av. José Peralta y Av. 12 de Abril Edif. Acrópolis
8. Fotocopia de escrituras de propiedad, pago predial o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.
9. Lista de Precios de los servicios ofertados, (original y copia)
10. Declaración de activos fijos para cancelación del 1 por mil, debidamente suscrita por el Representante Legal o apoderado de la empresa. (Formulario del Ministerio de Turismo)
11. Inventario valorado de la empresa firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados
12. Permiso de uso del suelo (para bares y discotecas)

En el Reglamento de Alojamiento Turístico Art. 7 (Registro Oficial, 2015) los requisitos para el registro del establecimiento de alojamiento turístico son:

- 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 Único 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;
- 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.

El proyecto glamping a realizar se ubica en la clasificación de Campamento Turístico según el Reglamento de alojamiento turístico (2015), en el cual se lo define como un establecimiento en el que se ofrece el servicio de hospedaje en tiendas de campaña y como mínimo con cuartos de baño y aseo compartido cerca del área del campamento, además de dar facilidades para la preparación de comida en exteriores, seguridad y señalética.

Para que el campamento obtenga los permisos pertinentes debe cumplir con algunos requerimientos según el reglamento los cuales son:

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 dos 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

1. Área de recepción y administración.
2. Tomacorrientes con indicación de voltaje en área de recepción.
3. Servicio de atención al cliente 12 horas.
4. Servicio de guardianía 24 horas.
5. Registro de ingreso, salida e información de disponibilidad de servicios de los huéspedes y campistas.
6. Croquis o plano de ubicación del campamento turístico, sus instalaciones y sitios de visitas.
7. Información sobre medidas a adoptar en caso de siniestro, indicando las vías de escape.
8. Casilleros de seguridad.
9. Bodega de implementos.
10. Utilería de limpieza y mantenimiento.

Área de campamento

1. Lavadero de ropa independiente dentro del área del campamento turístico.
2. 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).
3. Basureros en las áreas de mayor actividad.
4. Cuartos de baño y aseo completos en áreas comunes, dos por cada módulo identificados por género.

Otros servicios

1. Contar con un plan de seguridad que incluya mecanismos de contingencia y atención de emergencias, según lo establecido por la Autoridad competente.
2. Sistema de comunicación para atención de emergencias.
3. Sistema de señalética interna a los servicios y recintos de uso común de las instalaciones del campamento.
4. 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.
5. Botiquín con contenido básico según lo establecido en el presente Reglamento.

Capítulo II

Diagnóstico Situacional

2.1 El Cantón Gualaceo

2.1.1. Análisis Situacional del Cantón Gualaceo

El cantón Gualaceo o también llamado El Jardín azuayo se encuentra ubicado en la zona centro-oriental de la provincia del Azuay a 30 minutos de Cuenca, fue decretado cantón el 25 de junio de 1824. Al norte de Gualaceo se encuentran los cantones Paute y el Pan, al sur Chordeleg y SigSig, al este la provincia de Morona Santiago y al oeste Cuenca (Municipalidad de Gualaceo, 2015).



Figura 6. Mapa de la provincia de Azuay
Fuente: (Gualaceo.Gob, 2015)

Este cantón tiene un total de 42.7 mil habitantes, el 54.4% son mujeres y el 45,6% son hombres según el censo del 2010, además cuenta con un clima templado en días soleados con una temperatura de 25° y en días fríos la temperatura va desde 6° a 17° centígrados. Los meses de lluvias son desde abril, mayo, junio y julio, mientras que los de sequía son agosto, septiembre, octubre y noviembre.

Gualaceo es Patrimonio Cultural del Ecuador, declarada así el 30 de diciembre del 2002 por el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural debido al valor histórico y conservación del mismo, este centro tiene un total de 46.4 hectáreas. Las edificaciones que forman parte del centro histórico son 208 en total contando con los detalles estéticos como son los adoquines en las

calles principales. Dentro de estas edificaciones están las viviendas que se encuentran en el sector de la plaza Manuel Cruz Orellana, las casas alrededor del parque central, el hospital Moreno Vásquez y donde funcionó la primera notaría, todas tienen una ordenanza de conservación y preservación dado por el Concejo Cantonal, el cual consiste en que los propietarios no pueden realizar ningún cambio sin la aprobación del municipio (Municipalidad de Gualaceo, 2014).



Figura 7. Parque Central 10 de Agosto
Fuente: (Gualaceo.Gob, 2015)

2.1.2. Atractivos Naturales

Centro de Orquídeas Ecuagenera

Es un área de investigación, producción y venta de orquídeas. Se muestran 2800 especies de origen ecuatoriano y 1500 especies híbridas. Para poder observar los distintos procesos por los que pasan las orquídeas desde la fecundación hasta la siembra, además de recorrer las instalaciones, los turistas deben pagar una cuota de \$3, podrán encontrar especies como Tulipán, Góngora y Drácula.



Figura 8. Centro de Orquídeas Ecuagenera
Fuente: (gualaceo.gob, 2015)

Bosque protector Aguarongo

Es un bosque de fácil acceso ya que cuenta con la señalización y vías necesarias. Es perfecto para estar en contacto con la naturaleza realizando senderismo, en donde se pueden observar diferentes especies de flora como: capulí, cabuya, guaba, aliso y quinua, además de fauna como: cuy de monte, venado, cervicabra y conejo.



Figura 9. Bosque protector Aguarongo
Fuente: (visitagualaceo.com, 2015)

Lagunas de Maylas

Para acceder a estas lagunas se debe realizar una caminata de 15 minutos desde la carretera principal; se pueden realizar actividades como senderismo, pesca deportiva, observación de aves y ascenso de montañas.

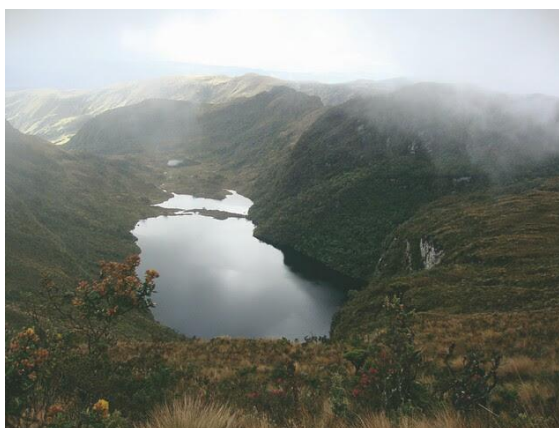


Figura 10. Lagunas de Maylas
Fuente: (transport.ec, 2015)

Río Santa Bárbara

Es el principal río de Gualaceo y el más grande con varios atractivos a sus alrededores. A un lado de la orilla se encuentra el parque lineal con una longitud de 2.3 kilómetros en el que se localizan juegos infantiles, puentes, monumentos y cabañas. Para los habitantes este río es muy importante y es parte de su historia ya que en la época de la colonia fue un centro en donde lavaban oro.



Figura 11. Río Santa Bárbara
Fuente: (gualaceo.gob, 2015)

Mirador Cancay

Está ubicado a seis km del centro de Gualaceo, en este lugar se puede ver una panorámica de todo el cantón y existen ciertas variedades de flora y fauna. Además se encuentra “La Cueva de la Huaca”, caverna de una leyenda del poblado.



Figura 12. Mirador Cancay
Fuente: (visitagualaceo.com, 2015)

2.13. Atractivos Culturales

Taller de artesanías Ikat

Este taller se encuentra seis kilómetros antes de llegar a Gualaceo, donde se puede observar la técnica de tejido en telar llamada Ikat, la cual ha pasado de generación en generación durante décadas; con ella se pueden fabricar macanas o paños de lana con finos acabados, estos son típicos en la vestimenta de la chola gualaceña.



Figura 13. Técnica de tejido Ikat
Fuente: (elmercurio.com, 2015)

Mapanaguas Don Eloy

En este lugar se puede observar la elaboración y beber del guarapo o mapanagua que es la mezcla del aguardiente de caña con el guarapo, así mismo fabrican arados y yugos utilizados para arar la tierra en la agricultura.



Figura 14. Mapanaguas Don Eloy
Fuente: (visitagualaceo.com, 2015)

Iglesia Matriz Santiago de Gualaceo

Se encuentra ubicada en el centro del cantón frente al parque 10 de agosto. Fue inaugurada en 1962, ya que fue construida en el mismo lugar de la antigua iglesia, tiene un estilo romano construida de ladrillos con grandes puertas de madera, altares de mármol y piso de baldosa.

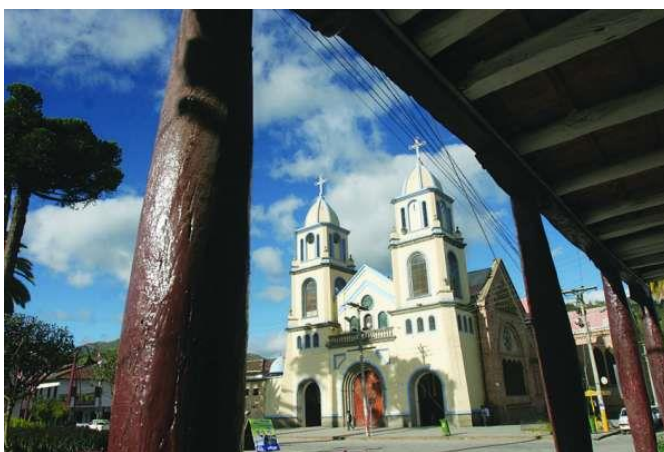


Figura 15. Iglesia Matriz Santiago de Gualaceo
Fuente: (gualaceo.gob, 2015)

2.1.4. Facilidades Turísticas

Para los turistas que requieren de información turística sobre Gualaceo, actividades que se pueden realizar, atractivos, entre otras interrogantes, el municipio del cantón cuenta con dos centros de información turística i-tur, uno está ubicado en el Municipio de Gualaceo frente al parque central y el otro cerca del puente colgante del río Santa Bárbara en el parque lineal.



Figura 16. I-tur de Gualaceo
Fuente: (elmercurio.com, 2015)

El terminal terrestre de Gualaceo se encuentra ubicado en la avenida principal Jaime Roldós, es una gran explanada utilizada desde hace más de 30 años en la que trabajan nueve cooperativas de buses intercantonales como la Santa Bárbara y Santiago de Gualaceo, interparroquial: rutas San Juanenses y camionetas de alquiler. La tarifa aproximada de la ruta Gualaceo- Cuenca es de dos dólares.



Figura 17. Terminal Terrestre de Gualaceo
Fuente: (eltiempo.com, 2015)

Gualaceo cuenta con dos centros de salud: el hospital Moreno Vásquez, la clínica Santa Bárbara y un policlínico ubicados en zonas céntricas del cantón.



Figura 18. Hospital Moreno Vásquez
Fuente: (Instituciones.msp.gob, 2015)

Según el censo del INEC, los habitantes de Gualaceo principalmente se dedican a la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca; seguido de industrias manufactureras y el comercio al por mayor y menor de las artesanías que elaboran como bordados, ebanistería, tejidos, calzado de cuero; además estos últimos años han comenzado a apostar por el turismo, esto también comprende la gastronomía que se puede degustar en el antiguo mercado municipal, donde existe una gran variedad de platos como el hornado de chanco, tortillas de maíz, el morocho y las dulcerías que se encuentran en el centro del cantón (SENPLADES, 2014).



Figura 19. Población ocupada por rama de actividad
Fuente: (SENPLADES, 2014)

2.1.5. Infraestructura Turística

Gualaceo cuenta con todos los servicios básicos obligatorios para suplir las necesidades de los habitantes del cantón y visitantes. El servicio de alcantarillado cubre el 87.72%, el de agua potable el 93.71% y el eléctrico el 98.48% de la ciudad, la mayor parte de esta cobertura está en el centro y la menor en zonas periféricas (Idrovo, 2011).

La infraestructura de servicio que ofrece este cantón es amplia, existen aproximadamente 500 lugares de alojamiento entre hoteles y hosterías de primera, segunda y tercera clase; un total de 100 restaurantes; dos mercados, bancos, terminal terrestre, parques lineales en las orillas del río Santa Bárbara y centros turísticos (Idrovo, 2011).

Las actividades que comúnmente realizan los lugareños es la visita al río Santa Bárbara los fines de semana porque en este existen juegos infantiles lo que llama mucho la atención de los niños, además es una zona ideal para hacer deportes, caminar, andar en lancha, kayak u observar el río.

Otra actividad es la de vivir la experiencia de visitar el parque acuático Planeta Azul, tiene una capacidad para 500 personas y cuenta con piscinas, toboganes, río lento y torbellinos, además de ofrecer un amplio patio de comidas y parqueadero. Al momento de buscar un poco más de adrenalina muchas personas visitan el Adrenalina Kart Racing, un centro que ofrece una pista con pequeños o grandes coches según el tamaño del conductor, se ajusta para niños o adultos (VisitaGualaceo, 2015).



Figura 20. Adrenalina Kart Racing
Fuente: (visitagualaceo.com, 2015)

2.2. Análisis del macro entorno

2.2.1. Político

El estado ecuatoriano es social, independiente, democrático, intercultural, representativo, multiétnico y laico, donde la soberanía recae en el pueblo.

Desde el 2007 hasta la actualidad, se posesionó como Presidente de la República del Ecuador al Economista Rafael Correa Delgado, mostrándose con una forma de socialismo del siglo XXI que ha llevado a los opositores a criticarlo constantemente. Ese mismo año se creó la Asamblea Constituyente, la cual promulgó la actual constitución en el 2008 (Presidencia República del Ecuador, 2016).

Dentro de este gobierno se creó el Plan Nacional del Buen vivir, el cual pretende crear un estado plurinacional e intercultural por lo que se han creado leyes que ayudan a cada uno de los objetivos del mismo como: erradicar la pobreza, eliminar las desigualdades dentro de la sociedad, mejorar la salud y educación, inclusión de personas discapacitadas en empresas públicas y privadas, disminución de la deuda externa y mejorar la calidad de vida de la población (Plan nacional del buen vivir, 2013).

El apoyo que ha tenido el turismo por parte del gobierno ha sido conveniente porque se creó una campaña llamada “Allyouneedis Ecuador” la cual pretende posicionar al Ecuador como destino turístico de referencia mundial, además de aumentar los arribos de turistas extranjeros.

2.2.2. Económico

Debido a la caída del precio del barril de petróleo, Ecuador está enfrentando una difícil situación económica, además de los problemas que causa el no tener una moneda propia, ya que el país necesita del ingreso de dólares para una estabilidad monetaria (Orozco, 2016).

En el tercer trimestre del 2015, el Producto Interno Bruto aumentó el 1.1% comparado con igual periodo del 2014, este incremento se dio por las exportaciones mientras que el resto de variables presentaron valores negativos.



Figura 21. Oferta y utilización de bienes y servicios tercer trimestre del 2015
Fuente: (El Telégrafo, 2016)

A pesar de que las exportaciones incrementaron el PIB, estas presentaron un decrecimiento en el precio de las exportaciones ecuatorianas de -9.1% comparado con el segundo trimestre del 2015.

Las tasas de interés activa y pasiva que presenta el Banco Central del Ecuador para enero 2016 son de 9.15% y 5.62%, respectivamente, mostrando un aumento comparado con la tasa de diciembre 2015 que fue 9.12% y 5.14% (INEC, 2015).

Según el último reporte de índice de precios al consumidor que presenta la INEC (2015), la inflación en diciembre 2015 fue de 0.09% que comparado con el mes anterior y el año 2014 en el mismo periodo obtuvo un decrecimiento del 0.02%.

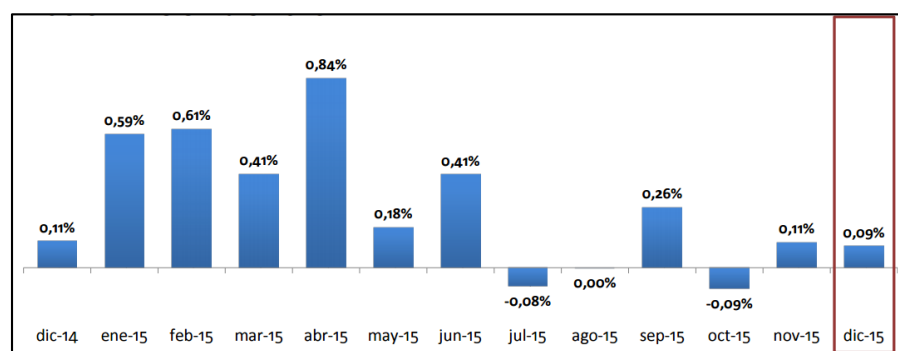


Figura 22. Inflación del índice de precios al consumidor 2015
Fuente: (INEC, 2015)

Los sectores que obtuvieron mayor incidencia en la inflación de diciembre 2015 fueron alimentos y bebidas no alcohólicas, alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles, además de restaurantes y hoteles.

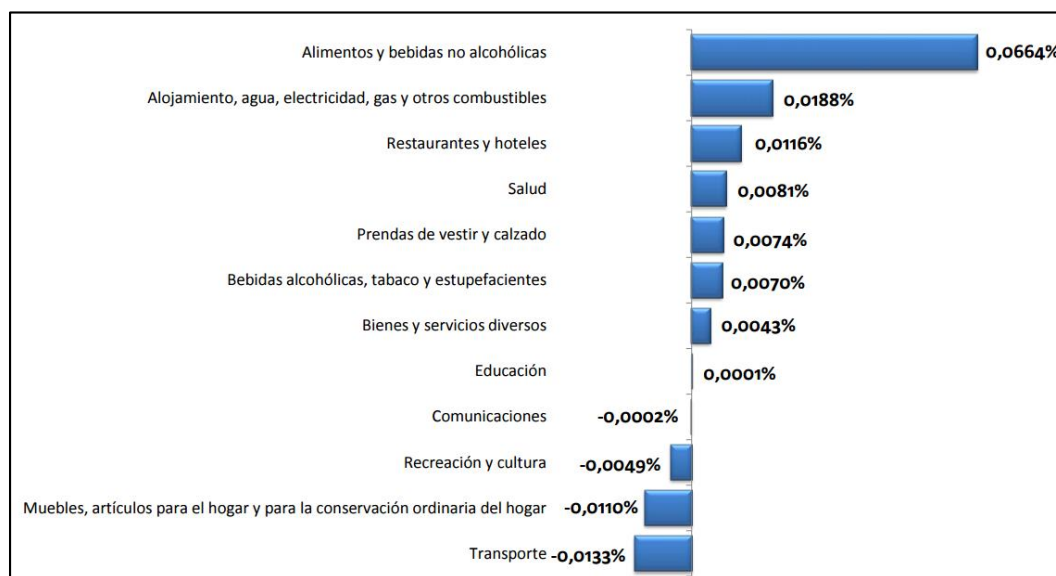


Figura 23. Incidencia en la inflación de las divisiones de productos.
Fuente: (INEC, 2015)

La tasa de desempleo en Ecuador hasta septiembre 2015 fue de 5.48%, aumentó en comparación del mismo mes del año anterior que fue de 3.90%. Las ciudades con mayor desempleo son Quito 5.21% y Guayaquil 4,93%, mientras las que menos desempleo presentan son Cuenca 2.65% y Machala 4.07% (INEC, 2015).

El riesgo país que presenta el Ecuador en el mes de enero 2016 es de 1388 comparado con el anterior tiene una variación de 10 puntos (Ámbito financiero, 2016).

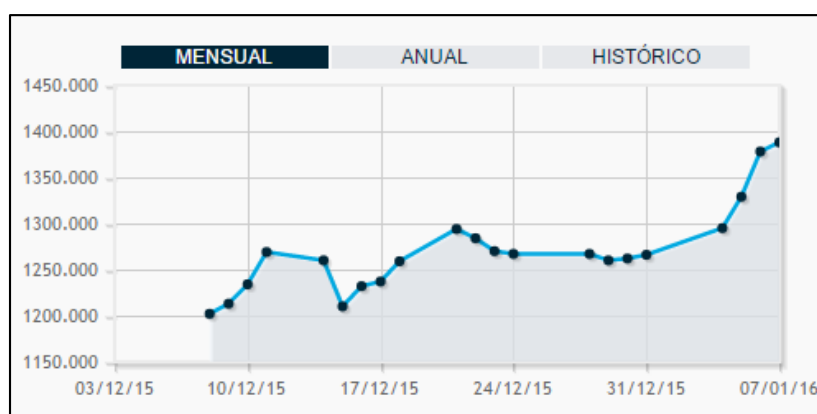


Figura 24. Riesgo País EMBI Ecuador
Fuente: (www.ambito.com, 2016)

Por último, es necesario mencionar al turismo como dinamizador de la economía del Ecuador, ya que este planea ser la primera actividad económica no petrolera del país en el 2018. El estimado por ingresos turísticos 2015 es de 1691.2 millones de dólares, lo que representa un aumento promedio anual del 13%. Así mismo los turistas extranjeros que más visitaron el Ecuador en el 2015 fueron colombianos 23.64%, estadounidenses 16,66% y peruanos 11.27%, en donde se estima que el gasto promedio de un turista extranjero es de \$1200 (Ministerio de turismo, 2015).

2.2.3. Sociocultural

Ecuador se divide en 4 regiones diferentes, cada una con costumbres, tradiciones, cultura, música, gastronomía y etnias distintas, además de tener influencia de los españoles conquistadores.

El castellano es el idioma oficial de Ecuador, aunque existen otras lenguas usadas por pueblos indígenas como el kichwa y shuar idiomas oficiales para relaciones interculturales.

Dentro de las fiestas populares que se celebran en el Ecuador las más importantes son: fiesta del Inti Raymi, la mama negra, la chonta de la Amazonía, rodeo montubio costeño, el carnaval de Guaranda, fiesta de las flores y las frutas, la diablada de Píllaro, paseo procesional del Chagra y el Yamor, así mismo en algunas festividades se preparan distintos tipos de comida como: la colada morada y guagua de pan en el día de los difuntos, fanesca en semana santa, chicha, entre otros (Carrozzini, 2014).

A pesar de que muchas etnias siguen utilizando sus trajes típicos, debido a la migración de muchos ecuatorianos a países modernos o de primer mundo, se ha visto cambios en estas personas ya que adoptan modas o se acostumbran a usar otro tipo de vestimenta. Lo mismo ocurre con la música y la gastronomía, poco a poco se van adoptando costumbres de otros países.

Según el INEC (2012) el 91.95% de la población de Ecuador cree en una religión, donde la más predominante es la católica con un 80.4%,

seguido por la evangélica 11.3%, testigos de Jehová 1.29% y una minoría otras religiones.

2.2.4. Demográfico

Según datos proyectados por el INEC en su portal web, la población del Ecuador en el 2016 sería de 16528,730, en donde 8184,970 son hombres y 8343,760 son mujeres. Tomando de referencia el último censo realizado al Ecuador 2001-2010, la tasa de crecimiento poblacional fue de 1.95%, valor menor al 2001.

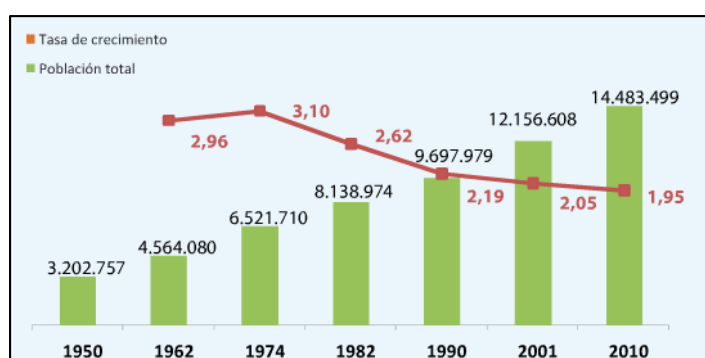


Figura 25. Población total y tasa de crecimiento
Fuente: (INEC, 2010)

La mayor parte de la población del Ecuador reside en las regiones sierra y costa entre el 40% y 50% respectivamente, con una minoría en la región insular y amazónica. Así mismo la edad media de los ecuatorianos es de 28 y de 75 años la esperanza de vida. El Ecuador está conformado por varias etnias entre esas están mestizo 71.9%, montubio 7.4%, afroecuatoriano 7.2%, afrodescendiente 5.0%, indígena 7.0%, blanco 6.8%, Otro 0.4% y 0.3% (INEC, 2010).

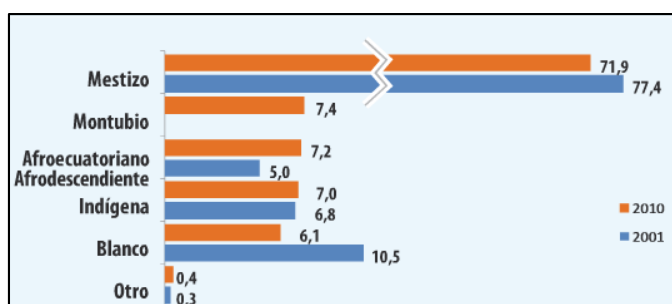


Figura 26. Autoidentificación de la población 2001-2010
Fuente: (INEC, 2010)

2.2.5. Tecnológico

Los cambios tecnológicos que se han dado estos últimos años han ayudado en todos los aspectos a las personas, ya sea por trabajo, educación, vida social, información y negocios, es por esta razón que la sociedad cada vez siente más la necesidad de conectarse con el mundo por medio de aparatos electrónicos los cuales son fácilmente comercializados.

En Ecuador el 27.5% de hogares cuenta con una computadora de escritorio, mientras el 18.1% con una computadora portátil, así mismo el 86.4% posee un teléfono celular. Los hogares que tienen acceso a internet a nivel nacional son un 45.1%, de los cuales una mayoría se conecta por medio de modem o teléfono, comparado con el 2012 bajó esta forma de acceder a internet, ya que en la actualidad existe la conexión inalámbrica o wifi (INEC, 2013).

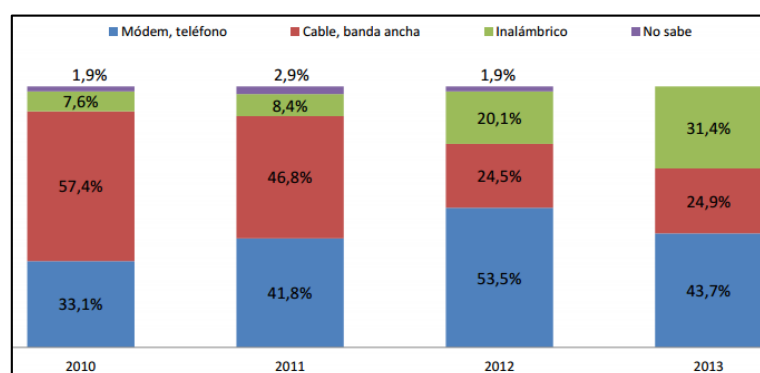


Figura 27. Hogares que tienen acceso a internet a nivel nacional
Fuente: (INEC, 2013)

Las provincias de Pichincha y Azuay son las que mayor acceso a internet tienen con el 53.1% y el 52.1% respectivamente, mientras que la provincia de Los Ríos con un 25.0% es la que menor acceso tiene. Quienes mayormente utilizan internet ya sea en computadoras o smartphones son jóvenes entre 16 y 24 años un total de 64.9% de internautas (INEC, 2014).

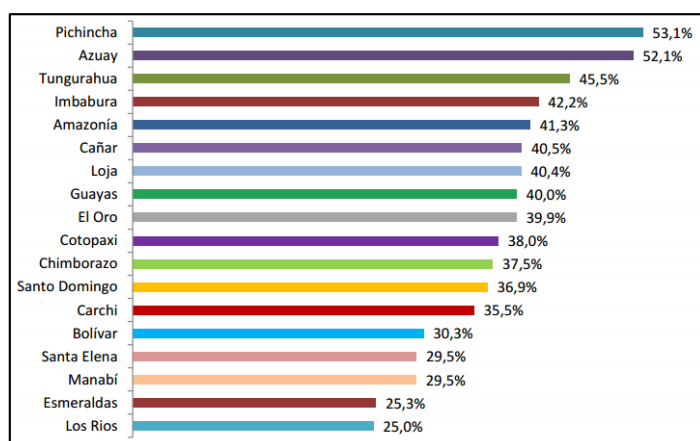


Figura 28. Porcentaje de personas que tienen acceso al internet por provincia
Fuente: (INEC, 2013)

2.2.6. Ambiental

Ecuador es uno de los 17 países megadiversos del planeta en donde se puede encontrar una gran variedad de flora, fauna, paisajes, bosques, páramos, archipiélagos, cráteres, volcanes y más. Fue galardonado por WorldTravelAwards como “Mejor destino verde líder del mundo 2015” por tercer año consecutivo, de igual manera en abril 2015 recibió un reconocimiento por ser el primer país de Latinoamérica en acoger criterios globales de sostenibilidad. Para garantizar la conservación de las áreas protegidas y especies se han creado normas, una de ellas se encuentra en la Constitución del Ecuador 2008.

La campaña turística en la que se presentaba un turismo consciente y respetuoso para el medio ambiente, además de haber sido la que mayormente se promocionó por algunos países del mundo fue “Allyouneedis Ecuador”, esta marco un hito en la historia turística del país, incluso en la actualidad se encuentra en su segunda fase de campaña “Feelagain” (Ministerio de Turismo, 2015).

Campañas como “Protejamos nuestros bosques de los incendios” y “Protege Ecuador, la responsabilidad es de todos” son promocionadas por el Ministerio del Ambiente en donde su objetivo es que todos los ecuatorianos se comprometan a cuidar las áreas verdes y las especies, ya que muchas de ellas están en peligro de extinción y son únicas en el mundo (Ministerio del Ambiente, 2015).

2.3. Análisis del micro entorno

2.3.1. Amenaza de entrada de nuevos competidores

Los nuevos competidores que amenacen al proyecto pueden ser hoteles, hostales o campamentos que se edifiquen en Gualaceo o lugares cercanos y ofrezcan servicios similares a los que se dará.

El ingreso al mercado dependerá de varias barreras, las cuales condicionan si la entrada será fácil o difícil. El ingreso en el mercado de Gualaceo será fácil si se cuenta con el capital de inversión necesario para comenzar el proyecto, para esto también es necesario que se ofrezca servicios de mejor calidad que la competencia existente, mostrar una campaña publicitaria novedosa, aumentar los canales de venta, además de reducir precios para llamar más la atención del público, ya que al enfrentarse a empresas ya posicionadas estas conocen al mercado objetivo y mejoran sus servicios constantemente.

En conclusión, la amenaza de entrada de nuevos competidores es baja porque existen varias barreras que harán que las nuevas empresas tengan problemas en su entrada a Gualaceo.

2.3.2. Poder de negociación de los proveedores

El poder de negociación con los proveedores es relativamente baja porque existen muchos lugares en donde se pueden encontrar los productos que se requieren para la constitución del proyecto, pero es importante tener en cuenta la calidad y precios de lo que se necesita, escogiendo así el que mayor beneficio brinde en el momento de la compra.

2.3.3. Poder de negociación de los compradores

El poder de negociación de los consumidores es baja porque la idea de negocio que se plantea no tiene muchos competidores directos, por lo que los compradores escogerán fácilmente el proyecto donde ofrezca satisfacer sus necesidades en el contacto con la naturaleza, pasear, acampar en tiendas de campaña, realizar actividades recreativas que no hacen normalmente pero protegiendo el medio ambiente.

El mercado puede escoger productos sustitutos pero ellos conocen el producto, precio y servicio que los distintos vendedores les ofrece, donde escogerán según su necesidad a satisfacción y poder adquisitivo.

2.3.4. Amenaza de ingresos de productos sustitutos

La amenaza de ingreso de productos sustitutos es baja porque no se encuentra en planes un proyecto que ofrezca servicios parecidos a los que se brindará en el campamento.

Para sobresalir entre los productos sustitutos es necesario analizar la amenaza y tomar estrategias como superar la calidad del servicio, aumentar la publicidad del campamento y los canales de venta.

2.3.5. Rivalidad en la industria

La rivalidad en la industria es un análisis de la competencia, sus productos, precios y servicios, así se toman técnicas precisas para competir en el mercado.

En Gualaceo existen varios lugares que ofrecen alojamiento, es decir que existe una rivalidad amplia y alta para el proyecto, sin embargo no hay otra empresa que tenga las mismas características que el campamento, es decir que no se tiene un competidor directo en el mercado, esto ayudaría a que el proyecto sea uno de los primeros implementados en la ciudad y conocido por los turistas.

2.3.6. Conclusión del análisis de micro entorno

La rentabilidad de la empresa puede estar valorada según el análisis ya realizado de las 5 fuerzas de Porter, en la amenaza de nuevos competidores será baja porque existen muchas barreras de ingreso que condicionan la entrada de otras empresas, de igual manera en la negociación de los proveedores, ya que existen distintos lugares donde obtener los productos necesarios para la creación del proyecto.

La satisfacción del turista será lo principal en la negociación de los compradores porque de esta manera se crea confianza y lealtad entre la

empresa y el consumidor para que al momento de que exista amenaza de productos sustitutos en el mercado, los turistas escojan plenamente al campamento ya que conocen la calidad del producto, aunque existen varios hoteles y hostales en la industria de turismo en Gualaceo lo que hace que la rivalidad de esta sea alta.

Capítulo III

Metodología de la investigación

3.1. Tipología de la Investigación

3.1.1. Enfoque de la investigación

Existen 3 tipos de enfoques que se pueden emplear en este proyecto, están: cuantitativo, cualitativo y mixto, este último es la unión de los dos enfoques anteriores por lo que es el indicado para realizar la investigación que se requiere.

El enfoque mixto recolecta y analiza datos cualitativos y cuantitativos lo que permite un mejor resultado para la investigación. Al observar y evaluar los distintos detalles del fenómeno de estudio se genera más información y diferentes tipos de datos, con los cuales se pueden fundamentar ideas y crear otras (Giráldez, 2010).

3.1.2. Tipo de investigación

Para este proyecto, los tipos de investigación que se planean son descriptivos y exploratorios.

Descriptivo porque con esta investigación se establecen comportamientos, conductas y características concretas demográficas para continuar con el estudio, además que así se conoce los gustos de los consumidores y nichos de mercado para el ingreso de un nuevo producto mediante la recolección de información.

Exploratorio porque busca la familiarización con un tema poco conocido o poco novedoso. En este proyecto se lo realiza debido a que el Glamping es un nuevo término en el turismo y existe poca información sobre el tema. Para la recolección de datos existen varias técnicas como entrevistas, revisión de bibliografía y cuestionarios (Hurtado & Toro, 2005).

3.1.3. Técnicas de recolección de información

Las técnicas utilizadas en la recolección de información son la encuesta y la entrevista, donde se conoce la aceptación del proyecto y preferencias por parte del mercado objetivo, además de personas que aportan información relevante al tema por medio de las entrevistas.

La recolección de datos bibliográficos será por medio de fuentes de información primarias, estas son las encuestas y entrevistas que se harán donde la información es nueva y esencial para el proyecto; y secundarias, estos son datos organizados y publicados posterior a documentos primarios, ya sea de enciclopedias, libros, artículo de revistas científicas o estudios.

3.2. Investigación de mercado

Con la investigación de mercado se pretende conocer datos precisos para el desarrollo de la idea de un campamento que fomente el turismo glamping, así mismo el nivel de aceptación y preferencias que el mercado objetivo presente.

3.2.1. Diseño de la investigación

Parte de la viabilidad del proyecto será conocida por el análisis cuantitativo que se realizará, el cual será por medio de las encuestas a los consumidores clave mostrando su interés hacia los servicios que se ofrece; y el análisis cualitativo, que son la observación y entrevistas a personas que aportarán sus conocimientos sobre Gualaceo, su percepción de la idea de negocio y el turismo glamping.

3.2.1.1. Universo o población de estudio

La población de estudio que se tomará para realizar la encuesta son personas de entre 20 a 40 años tanto nacionales y extranjeros que se encuentren en las ciudades de Guayaquil y Cuenca, que gusten y puedan realizar las diferentes actividades que se ofrezcan. Según los datos del INEC sobre el último censo 2011, la población total de estudio es de

1673300 personas.

3.2.1.2. Tamaño de la muestra

Para calcular el tamaño de la muestra se utilizó el 95% de confianza de los datos, un margen de error del 5% y la probabilidad de que ocurra o no del 50%, se hizo el cálculo correspondiente y dio como resultado un total de 385 personas a encuestar.

3.2.1.3. Tipo de Muestra

El tipo de muestreo escogido es el probabilístico aleatorio simple ya que todos los individuos tienen igual probabilidad de ser escogidos para formar parte de la muestra para este proyecto.

3.2.1.4. Presentación de los resultados

Entrevista

La entrevista se le realizó al Ing. Eduardo Andrade encargado del Departamento de Turismo del Municipio de Gualaceo, en la cual se tuvo una conversación de aproximadamente 30 minutos. Se realizaron preguntas acerca de cómo va el avance del turismo en Gualaceo, sus atractivos, aportes de los habitantes y si algún gobierno autónomo descentralizado apoya al turismo en Gualaceo, las preguntas de las entrevistas con respuestas se las encuentra en Anexos # 1.

Lo que el ingeniero Andrade pudo acotar es que existen aproximadamente 18 atractivos turísticos en Gualaceo desde el orquideario hasta talleres donde se realiza el tejido tradicional de macanas gualaceñas. El municipio recibe ayuda por parte del Ministerio de turismo para su promoción en ferias a nivel nacional e internacional, además crean planes para el desarrollo turístico del cantón. Gualaceo tiene una campaña constante para recibir turistas, esta cuenta con 500 plazas de infraestructura hotelera para cubrir su llegada, a pesar de esto, los habitantes aun necesitan de capacitación para servicio al cliente, hotelería y gastronomía.

Focusgroup con operadores turísticos

Después de mantener una conversación con operadores turísticos sobre las preferencias de los turistas con respecto al turismo de naturaleza y su opinión sobre el turismo glamping, se puede concluir que al implementar este tipo de campamento varias personas estarán interesadas en el mismo, buscarán la aventura y el cuidado del medio ambiente al mismo tiempo, realizando actividades con conciencia, además los operadores estarían dispuestos a promocionar esta modalidad de alojamiento a los turistas innovadores y que gusten por estar en contacto con la naturaleza.

Encuesta

La encuesta fue realizada a 385 personas de la ciudad de Guayaquil y Cuenca, la cual contenía 10 preguntas de opción múltiple. De esta forma se conoce datos relevantes del mercado objetivo del proyecto, acerca de los servicios, costo y actividades que desean realizar en un campamento como el que se propone. El diseño de la encuesta se encuentra en el Anexo # 2 al final del proyecto.

Sexo de encuestados

Tal como indica el gráfico, el 54% de los encuestados fueron del sexo femenino mientras que el 46% fueron masculino.

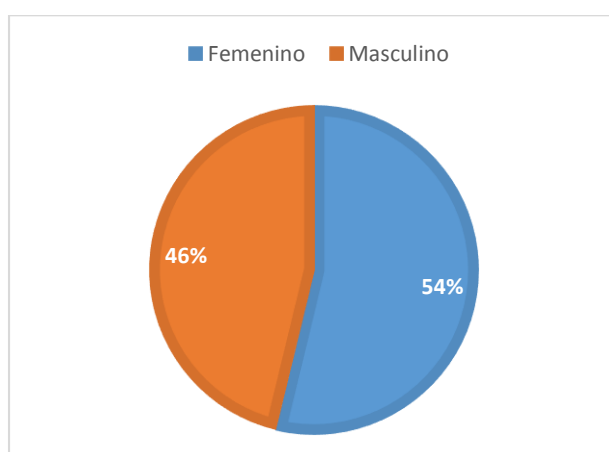


Figura 29. Sexo de encuestados
Fuente. Estudio de mercado

Edad de encuestados

Para llevar un mayor orden al mostrar las edades, se las agrupó en 3 rangos: 20-26 años, la mayoría con un 51%; de 27-33 años representan el 29%; y por último de 34-40 años representan el 20% de los encuestados.

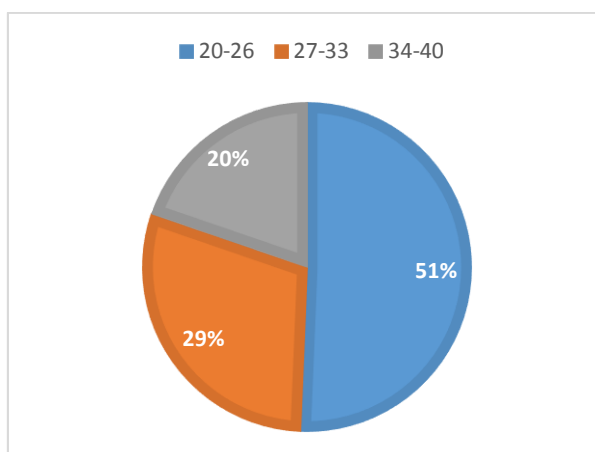


Figura 30. Rango de edades
Fuente. Estudio de mercado

1. ¿Le gustaría visitar lugares diferentes a su ciudad habitual?

Al 100% de los encuestados les gustaría visitar lugares diferentes a su ciudad habitual.

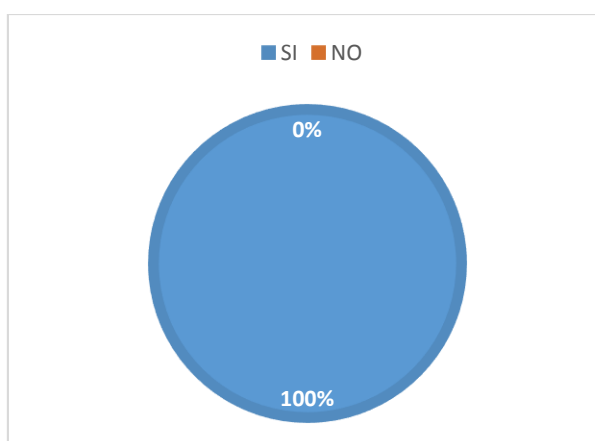


Figura 31. Visitar lugares diferentes al habitual
Fuente. Estudio de mercado

2. ¿Le gusta hacer turismo en general?

Todos los encuestados respondieron positivamente a la pregunta.

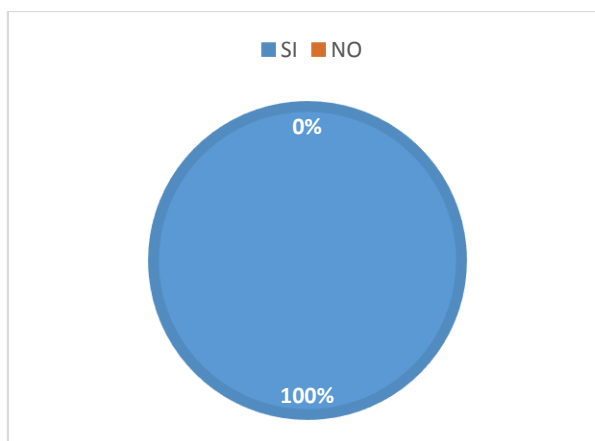


Figura 32. Aceptación por hacer turismo
Fuente. Estudio de mercado

3. ¿Con que frecuencia hace turismo?

El 60% de las personas contestaron que hacen turismo cada 6 meses, mientras el 24% una vez al mes y una minoría del 16% una vez al año.

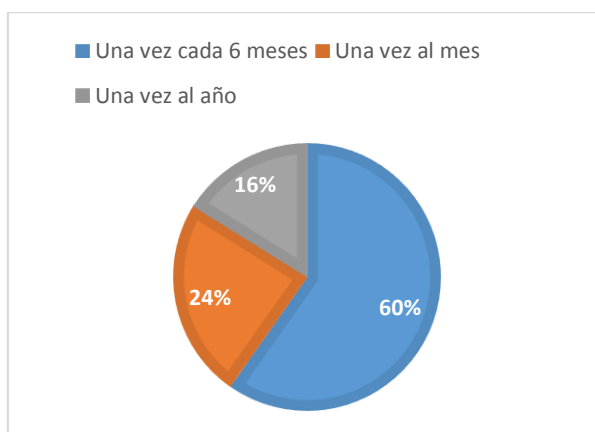


Figura 33. Frecuencia de hacer turismo
Fuente. Estudio de mercado

4. ¿Con quienes viaja o hace turismo mayormente?

La mayoría de los encuestados viaja en pareja, es decir el 46%, un 28% con amigos, un 24% en familia y el 2% solo.

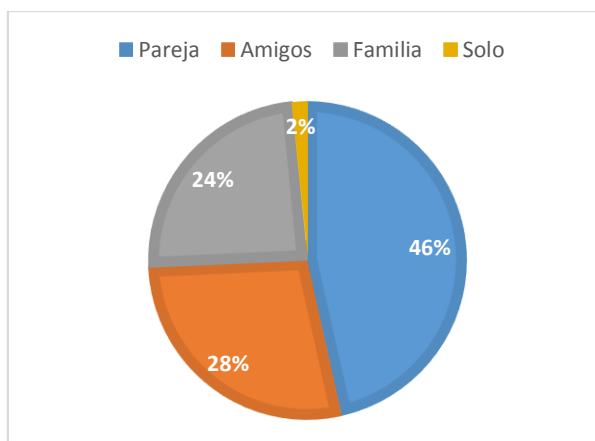


Figura 34. Compañía al hacer turismo
Fuente. Estudio de mercado

5. ¿Le gusta el turismo de naturaleza?

El 100% de los encuestados gustan del turismo de naturaleza.

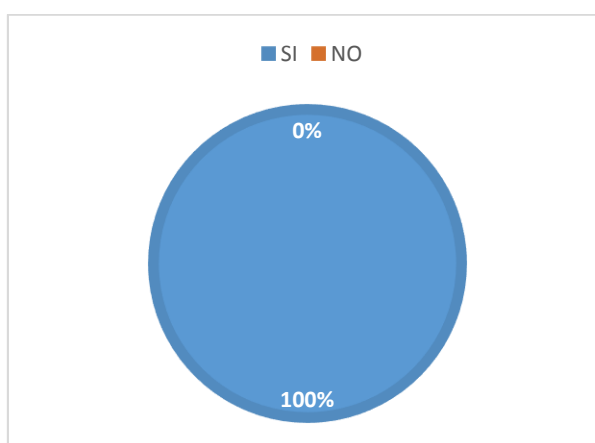


Figura 35. Gusto por el turismo de naturaleza
Fuente. Estudio de mercado

6. ¿Qué actividades de turismo de naturaleza le gustaría realizar?

Entre las opciones presentadas a los encuestados ellos respondieron: el 34% prefieren realizar senderismo, seguido del 28% con ciclismo, 20% de kayak, 17% de pesca y una minoría del 1% otras actividades de turismo de naturaleza.

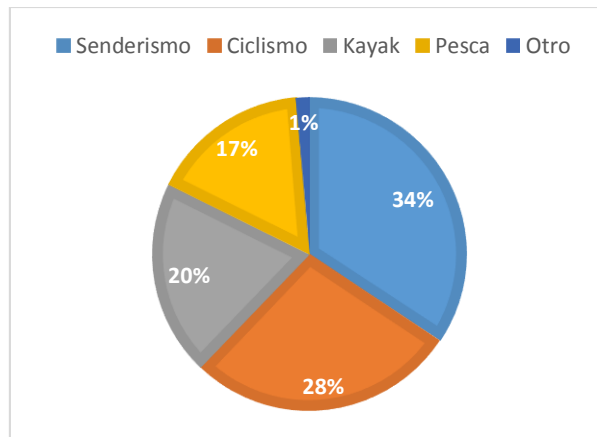


Figura 36. Preferencia de actividades
Fuente. Estudio de mercado

7. ¿Ha realizado camping al aire libre?

En esta pregunta, la mayoría de los encuestados respondieron NO, este fue un total del 70%, mientras que el SI fue del 30%.

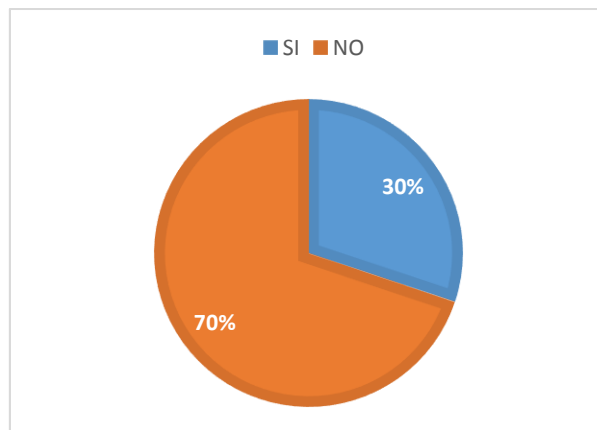


Figura 37. Camping al aire libre
Fuente. Estudio de mercado

8. ¿Le gustaría realizar camping?

A las 385 personas encuestadas les gustaría realizar camping, con este resultado se puede deducir que les gustaría visitar un proyecto como el que se presenta.

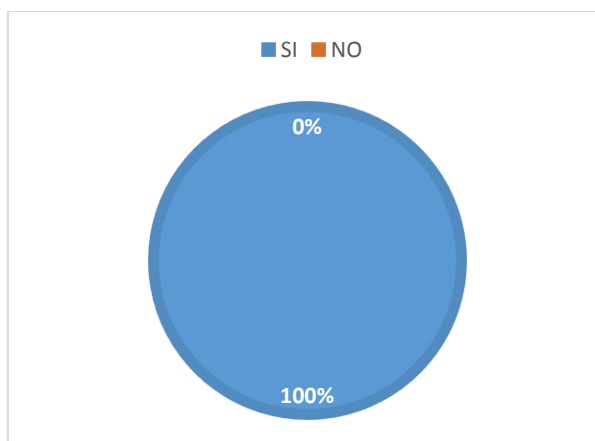


Figura 38. Gusta realizar camping
Fuente. Estudio de mercado

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la estadía de dos días una noche por persona en un campamento de lujo que además incluya el desayuno y actividades de turismo de naturaleza en Gualaceo?

Para conocer el valor que están dispuestos a pagar las personas del mercado objetivo se formaron rangos de \$50-\$70, con la mayoría de encuestados a favor con un 80%; el segundo rango es de \$71-\$90 con el 16%, y el último rango de \$91-\$110 con el 4%.

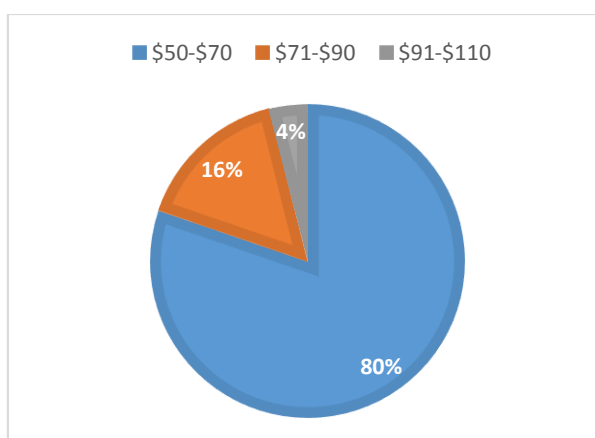


Figura 39. Costo por estadía
Fuente. Estudio de mercado

10. ¿Qué le gustaría encontrar en un campamento de lujo?

En esta pregunta los encuestados pudieron escoger más de una opción de las presentadas, donde la más elegida fue el área para fogata con el 26%, los juegos de mesa el 21%, Spa 16%, WIFI 15%, estufa eléctrica 12%, Snack bar 9% y una minoría en otros con el 1%.

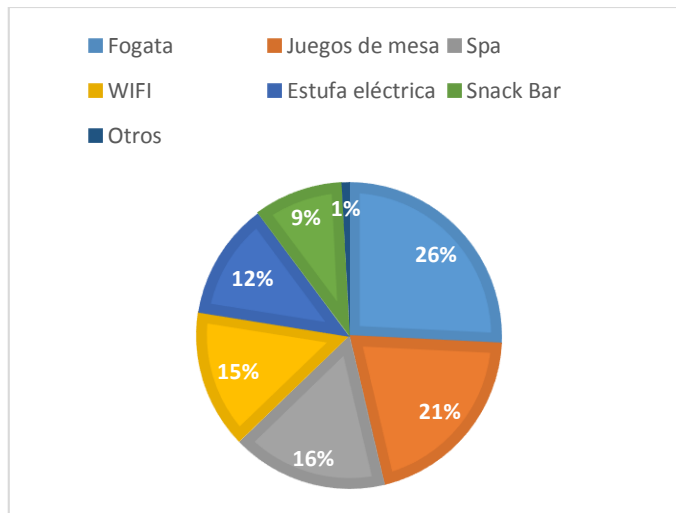


Figura 40. Servicios a ofrecer
Fuente. Estudio de mercado

Después de conocer los resultados de la encuesta realizada al mercado objetivo se pueden concluir que se cumple con los principales objetivos de esta investigación que son: conocer el nivel de aceptación, las actividades que los turistas prefieren y el precio que están dispuestos a pagar por los servicios que se ofrecerán. Cada pregunta fue diseñada para que aporte información relevante para el desarrollo de la idea presentada.

Capítulo IV

Propuesta de emprendimiento

4.1. Estudio organizacional

Razón social: Alojamientos S.A

Nombre del proyecto: “Tangaras Camp”

Logo



Slogan: “Siente, respira y disfruta la naturaleza”

Misión

Tangaras Camp fomenta el turismo glamping a través de actividades amigables con el medio ambiente, es decir, causando el menor impacto posible, brindando campamentos de lujo con todas las comodidades para cumplir con las expectativas del cliente.

Visión

En cinco años ser los líderes del alojamiento Glamping en el Ecuador logrando que más turistas nacionales y extranjeros practiquen esta modalidad, además de ayudar con la proyección turística y económica del cantón Gualaceo.

Valores

Los valores que rigen esta empresa principalmente son: responsabilidad con la protección al medio ambiente, innovación en los servicios, calidad en la atención al cliente, respeto y unión entre colaboradores y clientes.

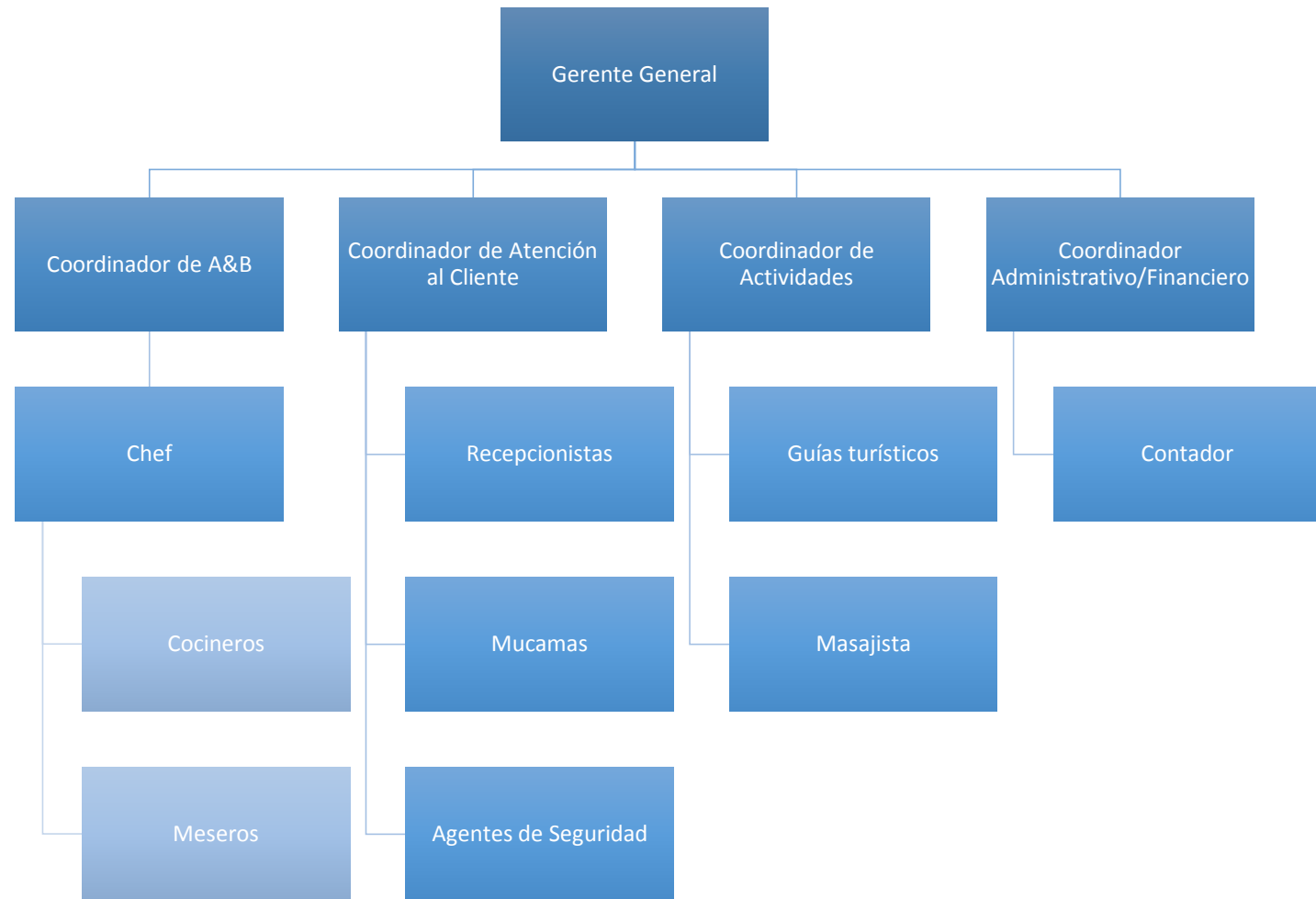


Figura 41. Organigrama propuesto

Análisis F.O.D.A

Fortalezas

- Ubicación del terreno a 10 minutos del centro de Gualaceo con acceso al paisaje de todo el lugar.
- Infraestructura de lujo para el campamento.
- Ser pioneros con el turismo Glamping en el Ecuador.
- Actividades para realizar tanto en el campamento como en el cantón Gualaceo.
- Fácil promoción mediante redes sociales.

Oportunidades

- Cantón poco explotado y en crecimiento económico.
- Cercanía con la ciudad de Cuenca.
- Reconocimiento por nacionales y extranjeros.

Debilidades

- Poco interés por los pobladores del sector.
- Precios elevados para turistas nacionales.
- Nueva modalidad de turismo poco conocida por los turistas.

Amenazas

- Crisis económica actual del país.
- Nuevos inversionistas apuesten por una idea similar a este proyecto.
- Deslizamiento de las tierras.
- Nuevos reglamentos y leyes que impidan el correcto funcionamiento del campamento.

4.2. Estudio técnico operacional

4.2.1. Productos/servicios a ofrecer

El campamento está dirigido a familias y grupos de amigos, ofrecerá distintas actividades en las que se pueda tener contacto con la naturaleza, conocer lo gastronómico y cultural que posee este cantón a través de city tours en la cual se brindará guías especializados para este servicio; también se podrán realizar actividades deportivas para la recreación de los huéspedes.

Fogatas

Se realizarán fogatas programadas diariamente en la noche con un coctel de bienvenida, en la cual se podrá compartir con los demás usuarios que quieran participar en esta actividad contando historias, esto se lo realizará en un lugar determinado de las instalaciones.



Figura 42. Fogata
Fuente: (happyhillhostel.com., 2015)

Juegos de mesa

El campamento contará con distintos juegos de mesa para que los clientes puedan usarlo a su disposición para la recreación en sus ratos libres e interactuar fomentando la unión en familia y amigos.



Figura 43. Juegos de mesa
Fuente: (skiportillo.com, 2015)

Recreación deportiva

Senderismo

Se realizará el senderismo para avistamiento de aves y las distintas plantas originarias del cantón todo esto en compañía de un guía especializado para mejor desarrollo de la actividad, también se recorrerá un huerto que estará en las instalaciones con alimentos propios de la zona.



Figura 44. Senderismo
Fuente: (disfruta-ecuador.com, 2015)

Ciclismo

Para personas que les gusta más actividad física el campamento cuenta con bicicletas y los implementos de seguridad para que puedan realizar ciclismo en Gualaceo, así podrán conocer varios de sus atractivos y respirar el aire puro del cantón alejándose de las grandes ciudades buscando tranquilidad al aire libre.



Figura 45. Ciclismo
Fuente: (semanarioelpueblo.com, 2015)

Pesca deportiva

En las instalaciones se contará con un lago artificial para que los clientes puedan realizar pesca deportiva disfrutando de la naturaleza, el paisaje y sentir la brisa que recorre por el campamento en compañía de familia, amigos o en pareja.



Figura 46. Pesca deportiva
Fuente: (semanarioelpueblo.com, 2015)

Kayak

Para las personas más aventureras y que deseen experimentar este deporte extremo pueden realizar esta actividad en el rio Santa Bárbara que se encuentra a solo 5 minutos del campamento.



Figura 47. Kayak
Fuente: (eldiariopanguipulli.cl, 2015)

Canopy

Otras de las actividades que pueden realizar es el canopy para las personas en busca de adrenalina y puedan convivir con la naturaleza, así disfrutar del paisaje, la flora y fauna de Gualaceo.



Figura 48. Canopy
Fuente: (ecuadorextreme.com.ec, 2015)

Salón de Spa

Una de las principales novedades en el campamento es que contará con un salón de spa la cual tendrá dos camas y podrán usarlo con cita previa de acuerdo a la disponibilidad, se darán masajes para la mejor circulación y relajación que ayudará en el bienestar del cuerpo y mente. Los beneficios que cuenta este spa es que podrá aislarse del exterior en un clima natural, en lo físico desaparecerán dolores musculares para que se pueda sentir más tranquilo, relajado y rejuvenecido.



Figura 49. Salón de spa
Fuente: (glamping.com 2015)



Figura 50. Spa
Fuente: (tabacon.com, 2015)

Hospedaje

Se ofrecerá alojamiento con un total de 10 tiendas de campaña de 35 m2 con camas de 2½ plazas, cada tienda de campaña será de madera con acabados finos, también contará con baño privado, una mini cafetera en cada cabaña y en la parte de recepción se encontrará el restaurante y un mini bar a disposición de los huéspedes.



Figura 51. Habitación
Fuente: (vivood.com, 2015)



Figura 52. Restaurante
Fuente: (vivood.com, 2015)



Figura 53. Área de descanso
Fuente: (vivood.com, 2015)

4.2.2. Horario de actividades

Las actividades y servicios que se ofrecerán en el campamento tendrán un horario establecido para una mayor organización. El check in será de 12:00 a 13:00 y el checkout de 15:00 a 16:00.

Tabla 1. Horario de actividades

Hora	Lunes	Martes	Miercoles	Jueves	Viernes
7:30 - 8:30		D E S A Y U N O			
9:00 - 10:30	S E N D E R I S M O				
11:00 - 12:00	C A N O P Y / K A Y A C				
12:00 - 13:00	P E S C A D E P O R T I V A				
13:30 - 14:30	A L M U E R Z O				
15:00 - 16:00	C I C L I S M O				
17:00 - 18:00	S P A / J U E G O S D E M E S A				
18:00 - 20:00	C O C T E L D E B I E N V E N I D A Y F O G A T A				

La mayoría de las actividades tienen un costo adicional al de hospedaje, el cual será cobrado en recepción y reservado para el huésped.

4.2.3. Localización del proyecto

Tangaras Camp estará ubicado en la ciudad de Gualaceo, provincia del Azuay a 30 minutos de Cuenca. Es una ciudad muy visitada por comerciantes y turistas que gustan de la gastronomía gualaceña.

El campamento se localizará a 10 minutos del centro de Gualaceo en la calle Remigio Toral Crespo, la vía es de fácil acceso.



Figura 54. Ubicación Tangaras Camp
Fuente: Google Earth

4.2.4. Distribución física del espacio

Terreno

El campamento comprenderá un terreno de 5904 m² y la distribución de las áreas será de la siguiente forma:



Figura 55. Zonificación de Tangaras Camp

“Tangaras Camp” tendrá una capacidad máxima de 30 personas por noche hospedados en 10 tiendas de campaña de 35 m² cada una, las cuales cuentan con una cama pero con la opción de adicionar otra, baño privado y una mesa.



Figura 56. Distribución de las tiendas de campaña

4.2.5. Plan de marketing

4.2.5.1. Mercado objetivo

Como mercado objetivo para este proyecto se han seleccionado dos ciudades importantes del país, Guayaquil y Cuenca, donde se realizó la investigación de mercado. Al momento de segmentar por edades los posibles turistas se escogieron a personas de 20 a 40 años nacionales y extranjeros, quienes son relativamente jóvenes para realizar las distintas actividades que se ofrecerán.

4.2.5.2. Estrategia de posicionamiento

Para posicionar la empresa en el mercado será necesario resaltar los servicios que se ofrecerán, se lo hará mediante la promoción del campamento en las redes sociales ya que son los principales medios de promoción, además se visitará agencias de viajes, mayoristas de turismo y operadores turísticos para informales de esta nueva opción de alojamiento para ofrecer a los extranjeros. De igual manera se participará en las distintas ferias de turismo que se realicen en el país y si es posible en el extranjero para mayor conocimiento de ese mercado.

A medida que se obtiene la fidelidad del cliente se innovará los servicios a ofrecer y se realizará promociones ya que eso llama la atención del turista y el querer visitar nuevamente el campamento.

Estrategias de marketing mix

Se debe analizar los distintos aspectos del marketing como: producto, precio, plaza y promoción para poder cumplir con los objetivos del proyecto a corto y largo plazo, ser reconocidos por el mercado, incrementar la visita de turista, además de superar la satisfacción y expectativas del cliente brindando el servicio que esperan.

- **Producto**

Tangaras Camp brindará hospedaje en tiendas de campaña de madera de 35m², será un campamento lujoso en el que los clientes podrán

descansar, disfrutar y respirar la naturaleza. Contará con un spa para el uso de los turistas, también tendrá a disposición juegos de mesa y en la noche se realizará fogatas al aire libre. Otro de los servicios que se ofrecerán son actividades deportivas y de riesgo como el ciclismo, senderismo, pesca deportiva, kayak y canopy.

- **Precio**

El hospedaje tendrá un costo de \$70 por persona por noche en la que incluye el desayuno y coctel de bienvenida, este valor ha sido seleccionado en base a los resultados del estudio de mercado presentado anteriormente, en el que tuvo mayor acogida por los encuestados ya que es un valor que están dispuesto a pagar por el producto y servicio que van a recibir.

Las demás actividades tendrán un costo adicional al de hospedaje, los cuales se presentarán en la siguiente tabla:

Tabla 2. Precio de actividades

Hospedaje	\$ 70
Alimentación adicional	\$ 8
Spa	\$ 15
Alquiler de bicicletas	\$ 10
Utilidad por Kayak	\$ 7
Utilidad por Canopy	\$ 7
Alquiler cañas de pescar	\$ 15
Senderismo	\$ 5

- **Plaza**

Como principal canal de distribución estará “Tangaras Camp” ubicado en Gualaceo, calle Remigio Crespo Toral a 10 minutos del centro de Gualaceo, también se tendrá convenios con agencias de viajes minoristas y mayoristas en las ciudades de Guayaquil y Cuenca para atraer turistas nacionales y extranjeros.

- **Promoción**

La promoción principal será por medio de las redes sociales ya que el mercado objetivo son personas que usan mayormente estos medios en la cual tendrá una gran promoción de los servicios.

Otras medidas de promoción será por medios de difusión escrita y volantes en centros comerciales y aeropuertos. Cada 8 meses se promocionarán por revistas de turismo, además en anuncios de aplicaciones.

4.2.6. Impactos de la propuesta

Al analizar una idea de negocio es para determinar los impactos que puede ocasionar el mismo, en este caso el proyecto tiene impactos positivos y negativos, lo cuales serán descritos a continuación:

Impactos positivos

- Incremento en los turistas que visitan Gualaceo.
- Ahorro de energía eléctrica debido a que el campamento funcionará con paneles solares.
- Se concientizará a los turistas y público en general del correcto uso del agua y sobre el reciclaje, instalado recipientes para desechos orgánicos, vidrio, papel y plástico.
- Los gualaceños mejorarán los servicios complementarios que ofrecen al ver la presencia de más turistas.
- Se generarán 18 plazas de trabajo para los habitantes.
- Gualaceo seguirá aportando para ser reconocido como potencia turística.
- Nuevas ideas de negocio se desarrollarán en la ciudad o en los alrededores.

Impactos negativos

- Al crear más negocios en los alrededores se disminuirá los espacios naturales.

- El aumento de turistas causará contaminación del medio ambiente debido a los desechos que se pueden generar.
- Gualaceños podrían perder su identidad cultural por relacionarse con turistas extranjeros.

4.3. Estudio Financiero

4.3.1. Detalle de la inversión requerida

Luego de realizar los cálculos correspondientes, la inversión requerida para iniciar el funcionamiento de Tangaras Camp es de \$230 173,20.

Tabla 3. Inversión inicial de Tangaras Camp

Cuentas CAJA - BANCO	ACTIVO CORRIENTE DETALLE	Cant.	P.UNI		P.TOTAL
			\$	10.000,00	\$
					\$ 10.000,00
SUMINISTROS DE OFICINA	Resmas de papel	3	\$	3,00	\$ 6,00
	Caja de Bolígrafos	2	\$	2,00	\$ 4,00
	Perforadora	1	\$	2,20	\$ 3,20
	SUBTOTAL DE SUMINISTRO DE OFICINA				\$ 13,20
MENAJE DE HABITACIÓN	Juegos sabanas	30	\$	10,00	\$ 300,00
	Edredón	30	\$	22,00	\$ 660,00
	Almohadas	40	\$	4,00	\$ 160,00
	Toallas de mano	30	\$	2,20	\$ 66,00
	Toallas grandes	30	\$	4,00	\$ 120,00
	SUBTOTAL DE MENAJE DE HABITACIÓN				\$ 1.306,00
MENAJE DE COCINA	Juego de ollas	1	\$	200,00	\$ 200,00
	Olla arrocera	2	\$	100,00	\$ 200,00
	Sartén de teflón	2	\$	28,00	\$ 56,00
	Cucharas	50	\$	1,20	\$ 60,00
	Tenedores	50	\$	2,40	\$ 120,00
	Cuchillos de mesa	50	\$	2,60	\$ 130,00
	Plato bajo u hondo	40	\$	3,25	\$ 130,00
	Plato tendido	40	\$	3,05	\$ 122,00
	Plato soperó	40	\$	1,50	\$ 60,00
	Vasos	50	\$	0,60	\$ 30,00
	Copas	40	\$	2,00	\$ 80,00
	Cucharetas de acero inoxidable	3	\$	8,00	\$ 24,00
	Cuchillos	4	\$	9,00	\$ 36,00
	SUBTOTAL DE MENAJE DE COCINA				\$ 1.248,00
<u>ACTIVOS DE PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO (ACTIVOS FIJOS)</u>					
TERRENO	Terreno 5904m2	5904	\$	17,00	\$ 100.368,00
	SUBTOTAL DE TERRENO				\$ 100.368,00
INFRAESTRUCTURA	Cabañas	10	\$	5.000,00	\$ 50.000,00
	Recepción y parqueos	1	\$	20.000,00	\$ 20.000,00
	Lago	1	\$	2.000,00	\$ 2.000,00
	SUBTOTAL DE INFRAESTRUCTURA				\$ 72.000,00

EQUIPOS DE OFICINA	Teléfono	1	\$	21,00	\$	21,00
	Escritorio	1	\$	200,00	\$	200,00
	Archivador	1	\$	70,00	\$	70,00
	Mostrador de recepción	1	\$	150,00	\$	150,00
	SUBTOTAL DE EQUIPOS DE OFICINA				\$	441,00
MUEBLES Y ENSERES	HABITACIONES				\$	5.140,00
	Base de cama de dos plazas y media	15	\$	60,00	\$	900,00
	Veladores de madera	20	\$	25,00	\$	500,00
	Lámpara	15	\$	12,00	\$	180,00
	Silla habitación	20	\$	8,00	\$	160,00
	Mesa	10	\$	40,00	\$	400,00
	Cortinas Romanas	15	\$	200,00	\$	3.000,00
	RECEPCIÓN				\$	610,00
	Juego de muebles (lobby)	1	\$	600,00	\$	600,00
	Botiquin de Primeros Auxilios	2	\$	5,00	\$	10,00
	RESTAURANTE				\$	9.300,00
	Mesas de restaurante	30	\$	150,00	\$	4.500,00
	Sillas de restaurante	120	\$	40,00	\$	4.800,00
	SPA				\$	330,00
	Camas de masaje	3	\$	110,00	\$	330,00
	ADMINISTRACIÓN				\$	150,00
	Silla presidencial	1	\$	150,00	\$	150,00
	SUBTOTAL DE MUEBLES Y ENSERES				\$	15.530,00
EQUIPOS ELECTRÓNICOS	Televisor 32'	13	\$	530,00	\$	6.890,00
	Mini componente	1	\$	213,00	\$	213,00
	SUBTOTAL DE EQUIPOS ELECTRÓNICOS				\$	7.103,00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	Computadora de escritorio	1	\$	620,00	\$	620,00
	Impresora	1	\$	50,00	\$	50,00
	SUBTOTAL DE EQUIPOS DE COMPUTACIÓN				\$	670,00
EQUIPOS DE PRODUCCIÓN	HABITACIONES				\$	10.660,00
	Calefactor eléctrico	13	\$	70,00	\$	910,00
	Juego de Paneles Solares	7	\$	1.000,00	\$	7.000,00
	Colchón de dos plazas y media	15	\$	160,00	\$	2.400,00
	Kit de Cámaras de seguridad	1	\$	350,00	\$	350,00
	EQUIPO PARA ACTIVIDADES				\$	1.710,00
	Juegos de mesa	4	\$	30,00	\$	120,00
	Bicicletas	8	\$	150,00	\$	1.200,00
	Cañas de pescar	8	\$	30,00	\$	240,00
	Linternas	15	\$	10,00	\$	150,00
	COCINA				\$	8.394,00
	Cocina Industrial	1	\$	3.000,00	\$	3.000,00
	Extractor de olores	1	\$	500,00	\$	500,00
	Refrigeradora	1	\$	3.500,00	\$	3.500,00
	Licuatoras	2	\$	500,00	\$	1.000,00
	Cafetera Profesional	1	\$	224,00	\$	224,00
	Microondas	1	\$	170,00	\$	170,00
	SUBTOTAL DE EQUIPOS DE PRODUCCIÓN				\$	20.764,00
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	Consultoría técnica	1	\$	350,00	\$	350,00
	Tasas y permisos	1	\$	380,00	\$	380,00
	SUBTOTAL DE GASTOS DE CONSTITUCIÓN				\$	730,00
TOTAL					\$	230.173,20

4.3.2. Balance inicial

En el balance inicial se realizó un análisis de los activos y pasivos del proyecto, donde la cuenta caja tiene un valor de \$10 000, el cual servirá para cubrir algún gasto adicional los primeros meses de funcionamiento. La inversión inicial será financiada el 70% en una entidad bancaria y el 30% será por capital propio.

Tabla 4. Balance inicial de Tangaras Camp

<u>BALANCE INICIAL</u>		
ACTIVOS		
Activo Corriente		12.567,20
Caja	10.000,00	
Suministro de oficina	13,20	
Menaje de habitación	1.306,00	
Menaje de cocina	1.248,00	
Activo Fijo		216.876,00
Terreno	100.368,00	
Infraestructura	72.000,00	
Equipos de Oficina	441,00	
Muebles y Enseres	15.530,00	
Equipos electrónicos	7.103,00	
Equipos de computación	670,00	
Equipos de Producción	20.764,00	
Activo Diferido		730,00
Gastos de Constitución	730,00	
TOTAL ACTIVOS		230.173,20
PASIVOS		
Pasivo Corriente		
Documentos por pagar	161.121,24	
TOTAL PASIVOS		161.121,24
PATRIMONIO		
Capital Propio	69.051,96	
TOTAL PATRIMONIO		69.051,96
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		230.173,20

4.3.3. Tabla de amortización

El 70% de la inversión inicial se la financiará a través de la Corporación Financiera Nacional a 5 años con una tasa de interés anual del 10%, donde la cuota mensual a pagar es de \$3 423.35. En la siguiente tabla se mostrarán los datos del crédito y la proyección anual.

Tabla 5. Datos/ Proyección anual de Tangaras Camp

Monto del Crédito	\$	161.121,24	
Tasa Interés Anual		10,00%	
Tasa de Interés Mens		0,83%	
Plazo		5	
Dividendo		60	
Cuota Mensual		\$ 3.423,35	
PERÍODO	PAGO CAPITAL	INTERÉS	CUOTA ANUAL
1	\$ 26.144,84	\$ 14.935,36	\$ 41.080,20
2	\$ 28.882,55	\$ 12.197,66	\$ 41.080,20
3	\$ 31.906,93	\$ 9.173,28	\$ 41.080,20
4	\$ 35.248,00	\$ 5.832,20	\$ 41.080,20
5	\$ 38.938,93	\$ 2.141,28	\$ 41.080,20
Total	\$ 161.121,24	\$ 44.279,77	\$ 205.401,01

4.3.4. Detalle de ingresos

La tabla #6 muestra el detalle de la proyección de ingresos para el primer año de operaciones, en el cual se observa que en los meses de enero (1), febrero (2) y marzo (3), la demanda es más alta por tratarse de vacaciones escolares del régimen costa, y en los meses de Julio (7), Agosto (8) y Septiembre (9) del régimen sierra.

Tabla 6. Proyección de ingresos del primer año de funcionamiento

HABITACIONES													
Rubros	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
% Ocupación promedio	30%	40%	40%	20%	30%	40%	40%	50%	45%	30%	40%	40%	
Cantidad (personas)*	270	360	360	180	270	360	360	450	405	270	360	360	4005
Precio Unitario (Consumo pp)	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00
Total de ingresos	\$ 18.900,00	\$ 25.200,00	\$ 25.200,00	\$ 12.600,00	\$ 18.900,00	\$ 25.200,00	\$ 25.200,00	\$ 31.500,00	\$ 28.350,00	\$ 18.900,00	\$ 25.200,00	\$ 25.200,00	\$ 280.350,00
SPA													
Rubros	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Cantidad (personas)	43	58	58	29	43	58	58	72	65	43	58	58	641
Precio Unitario (Consumo prom x persona)	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00
Total	\$ 648,00	\$ 864,00	\$ 864,00	\$ 432,00	\$ 648,00	\$ 864,00	\$ 864,00	\$ 1.080,00	\$ 972,00	\$ 648,00	\$ 864,00	\$ 864,00	\$ 9.612,00
RESTAURANTE													
Rubros	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Cantidad (personas)	54	72	72	36	54	72	72	90	81	54	72	72	801
Precio Unitario (Consumo prom x persona)	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00
Total	\$ 432,00	\$ 576,00	\$ 576,00	\$ 288,00	\$ 432,00	\$ 576,00	\$ 576,00	\$ 720,00	\$ 648,00	\$ 432,00	\$ 576,00	\$ 576,00	\$ 6.408,00
ALQUILER DE BICICLETAS													
Rubros	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Cantidad (personas)	76	101	101	50	76	101	101	126	113	76	101	101	1121
Precio Unitario (Consumo prom x persona)	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00
Total	\$ 756,00	\$ 1.008,00	\$ 1.008,00	\$ 504,00	\$ 756,00	\$ 1.008,00	\$ 1.008,00	\$ 1.260,00	\$ 1.134,00	\$ 756,00	\$ 1.008,00	\$ 1.008,00	\$ 11.214,00
UTILIDAD POR KAYAK													
Rubros	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Cantidad (personas)	54	72	72	36	54	72	72	90	81	54	72	72	801
Precio Unitario (Consumo prom x persona)	\$ 7,00	\$ 7,00	\$ 7,00	\$ 7,00	\$ 7,00	\$ 7,00	\$ 7,00	\$ 7,00	\$ 7,00	\$ 7,00	\$ 7,00	\$ 7,00	\$ 7,00
Total	\$ 378,00	\$ 504,00	\$ 504,00	\$ 252,00	\$ 378,00	\$ 504,00	\$ 504,00	\$ 630,00	\$ 567,00	\$ 378,00	\$ 504,00	\$ 504,00	\$ 5.607,00
UTILIDAD POR CANOPY													
Rubros	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Cantidad (personas)	41	54	54	27	41	54	54	68	61	41	54	54	601
Precio Unitario (Consumo prom x persona)	\$ 7,00	\$ 7,00	\$ 7,00	\$ 7,00	\$ 7,00	\$ 7,00	\$ 7,00	\$ 7,00	\$ 7,00	\$ 7,00	\$ 7,00	\$ 7,00	\$ 7,00
Total	\$ 283,50	\$ 378,00	\$ 378,00	\$ 189,00	\$ 283,50	\$ 378,00	\$ 378,00	\$ 472,50	\$ 425,25	\$ 283,50	\$ 378,00	\$ 378,00	\$ 4.205,25
ALQUILER CAÑAS DE PESCAR													
Rubros	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Cantidad (personas)	46	61	61	31	46	61	61	77	69	46	61	61	681
Precio Unitario (Consumo prom x persona)	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00
Total	\$ 688,50	\$ 918,00	\$ 918,00	\$ 459,00	\$ 688,50	\$ 918,00	\$ 918,00	\$ 1.147,50	\$ 1.032,75	\$ 688,50	\$ 918,00	\$ 918,00	\$ 10.212,75
SENDERISMO													
Rubros	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Cantidad (personas)	92	122	122	61	92	122	122	153	138	92	122	122	1362
Precio Unitario (Consumo prom x persona)	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00
Total	\$ 459,00	\$ 612,00	\$ 612,00	\$ 306,00	\$ 459,00	\$ 612,00	\$ 612,00	\$ 765,00	\$ 688,50	\$ 459,00	\$ 612,00	\$ 612,00	\$ 6.808,50
TOTAL INGRESOS	\$ 22.545,00	\$ 30.060,00	\$ 30.060,00	\$ 15.030,00	\$ 22.545,00	\$ 30.060,00	\$ 30.060,00	\$ 37.575,00	\$ 33.817,50	\$ 22.545,00	\$ 30.060,00	\$ 30.060,00	\$ 334.417,50

En la siguiente tabla se mostrarán los ingresos anuales de cada actividad a ofrecer según la cantidad de personas y el precio unitario, donde a partir del segundo año se obtiene un incremento en las ventas del 10% y un incremento en los precios del 3.09%.

Tabla 7. Proyección anual de ingresos de Tangaras Camp

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
HABITACIONES					
Cantidad personas	4005	4406	4846	5331	5864
Precio Unitario	\$ 70,00	\$ 72,16	\$ 74,39	\$ 76,69	\$ 79,06
Total habitaciones	\$ 280.350,00	\$ 317.914,10	\$ 360.511,41	\$ 408.816,33	\$ 463.593,63
SPA					
Cantidad personas	641	705	775	853	938
Precio Unitario	\$ 15,00	\$ 15,46	\$ 15,94	\$ 16,43	\$ 16,94
Total restaurante	\$ 9.612,00	\$ 10.899,91	\$ 12.360,39	\$ 14.016,56	\$ 15.894,64
RESTAURANTE					
Cantidad personas	801	881	969	1066	1173
Precio Unitario	\$ 8,00	\$ 8,25	\$ 8,50	\$ 8,76	\$ 9,04
Total spa	\$ 6.408,00	\$ 7.266,61	\$ 8.240,26	\$ 9.344,37	\$ 10.596,43
ALQUILER DE BICICLETAS					
Cantidad personas	1121	1234	1357	1493	1642
Precio Unitario	\$ 10,00	\$ 10,31	\$ 10,63	\$ 10,96	\$ 11,29
Total bicicletas	\$ 11.214,00	\$ 12.716,56	\$ 14.420,46	\$ 16.352,65	\$ 18.543,75
UTILIDAD POR KAYAK					
Cantidad personas	801	881	969	1066	1173
Precio Unitario	\$ 7,00	\$ 7,22	\$ 7,44	\$ 7,67	\$ 7,91
Total kayak	\$ 5.607,00	\$ 6.358,28	\$ 7.210,23	\$ 8.176,33	\$ 9.271,87
UTILIDAD POR CANOPY					
Cantidad personas	601	661	727	800	880
Precio Unitario	\$ 7,00	\$ 7,22	\$ 7,44	\$ 7,67	\$ 7,91
Total canopy	\$ 4.205,25	\$ 4.768,71	\$ 5.407,67	\$ 6.132,24	\$ 6.953,90
ALQUILER CAÑAS DE PESCAR					
Cantidad personas	681	749	824	906	997
Precio Unitario	\$ 15,00	\$ 15,46	\$ 15,94	\$ 16,43	\$ 16,94
Total cañas de pescar	\$ 10.212,75	\$ 11.581,16	\$ 13.132,92	\$ 14.892,59	\$ 16.888,05
SENDERISMO					
Cantidad personas	1362	1498	1648	1812	1994
Precio Unitario	\$ 5,00	\$ 5,15	\$ 5,31	\$ 5,48	\$ 5,65
Total senderismo	\$ 6.808,50	\$ 7.720,77	\$ 8.755,28	\$ 9.928,40	\$ 11.258,70
TOTAL DE INGRESOS ANUALES	\$ 334.417,50	\$ 379.226,10	\$ 430.038,61	\$ 487.659,48	\$ 553.000,97

4.3.5. Detalle de gastos

Se mostrarán las proyecciones anuales de gastos y costos del proyecto con un incremento anual del 3.09%.

Tabla 8. Proyección anual de gastos de Tangaras Camp

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GASTOS ADMINISTRACIÓN	\$ 56.767,39	\$ 60.230,61	\$ 61.759,66	\$ 61.004,05	\$ 62.629,06
Gerente General	\$ 9.340,80	\$ 10.247,97	\$ 10.564,63	\$ 10.891,08	\$ 11.227,61
Coordinador Administrativo/Financiero	\$ 7.097,10	\$ 7.780,31	\$ 8.020,72	\$ 8.268,56	\$ 8.524,06
Coordinador de Atención al Cliente	\$ 7.097,10	\$ 7.780,31	\$ 8.020,72	\$ 8.268,56	\$ 8.524,06
Agentes de seguridad	\$ 12.698,40	\$ 13.915,50	\$ 14.345,49	\$ 14.788,77	\$ 15.245,74
Contador	\$ 6.498,78	\$ 7.122,26	\$ 7.342,34	\$ 7.569,22	\$ 7.803,11
Internet	\$ 600,00	\$ 618,54	\$ 637,65	\$ 657,36	\$ 677,67
Servicios básicos	\$ 1.800,00	\$ 1.855,62	\$ 1.912,96	\$ 1.972,07	\$ 2.033,01
Suministros de oficina	\$ 158,40	\$ 163,29	\$ 168,34	\$ 173,54	\$ 178,90
Depreciación de Edificios	\$ 3.240,00	\$ 3.240,00	\$ 3.240,00	\$ 3.240,00	\$ 3.240,00
Depreciación de Equipos de oficina	\$ 39,69	\$ 39,69	\$ 39,69	\$ 39,69	\$ 39,69
Depreciación de Muebles y enseres	\$ 1.397,70	\$ 1.397,70	\$ 1.397,70	\$ 1.397,70	\$ 1.397,70
Depreciación de Equipos electrónicos	\$ 2.130,90	\$ 2.130,90	\$ 2.130,90	\$ -	\$ -
Depreciación de Equipos de Computación	\$ 201,00	\$ 201,00	\$ 201,00	\$ -	\$ -
Depreciación de Equipo de producción	\$ 3.737,52	\$ 3.737,52	\$ 3.737,52	\$ 3.737,52	\$ 3.737,52
Amortizaciones	\$ 730,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
GASTO DE VENTA	\$ 1.600,00	\$ 1.649,44	\$ 1.700,41	\$ 1.752,95	\$ 1.807,12
Publicidad	\$ 1.600,00	\$ 1.649,44	\$ 1.700,41	\$ 1.752,95	\$ 1.807,12
GASTO FINANCIERO	\$ 14.935,36	\$ 12.197,66	\$ 9.173,28	\$ 5.832,20	\$ 2.141,28
Interés préstamo bancario	\$ 14.935,36	\$ 12.197,66	\$ 9.173,28	\$ 5.832,20	\$ 2.141,28
TOTAL	\$ 73.302,75	\$ 74.077,70	\$ 72.633,34	\$ 68.589,21	\$ 66.577,45

Tabla 9. Proyección anual de costos de Tangaras Camp

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MATERIA PRIMA					
Costos variables alimentos	\$ 839,40	\$ 865,34	\$ 892,08	\$ 919,64	\$ 948,06
Mantenimiento de jardines	\$ 800,00	\$ 824,72	\$ 850,20	\$ 876,48	\$ 903,56
Insumos jardinería	\$ 240,00	\$ 247,42	\$ 255,06	\$ 262,94	\$ 271,07
Amenities	\$ 8.010,00	\$ 8.257,51	\$ 8.512,67	\$ 8.775,71	\$ 9.046,88
Insumo spa	\$ 1.922,40	\$ 1.981,80	\$ 2.043,04	\$ 2.106,17	\$ 2.171,25
Mantenimiento otros	\$ 720,00	\$ 742,25	\$ 765,18	\$ 788,83	\$ 813,20
MANO DE OBRA DIRECTA					
Coordinador de actividades	\$ 7.097,10	\$ 7.780,31	\$ 8.020,72	\$ 8.268,56	\$ 8.524,06
Coordinador de A&B	\$ 7.097,10	\$ 7.780,31	\$ 8.020,72	\$ 8.268,56	\$ 8.524,06
Chef	\$ 6.797,94	\$ 7.451,28	\$ 7.681,53	\$ 7.918,89	\$ 8.163,58
Cocinero	\$ 6.498,78	\$ 7.122,26	\$ 7.342,34	\$ 7.569,22	\$ 7.803,11
Mesero	\$ 6.349,20	\$ 6.957,75	\$ 7.172,74	\$ 7.394,38	\$ 7.622,87
Recepcionistas	\$ 12.997,56	\$ 14.244,52	\$ 14.684,68	\$ 15.138,43	\$ 15.606,21
Mucamas	\$ 12.399,24	\$ 13.586,48	\$ 14.006,30	\$ 14.439,10	\$ 14.885,26
Guías turísticos	\$ 12.399,24	\$ 13.586,48	\$ 14.006,30	\$ 14.439,10	\$ 14.885,26
Masajista	\$ 6.199,62	\$ 6.793,24	\$ 7.003,15	\$ 7.219,55	\$ 7.442,63
TOTAL	\$ 90.367,58	\$ 98.221,66	\$ 101.256,71	\$ 104.385,54	\$ 107.611,05

4.3.6. Proyección de estado de resultados

El estado de resultados presenta la utilidad neta del ejercicio luego de calcular el 15% de la participación de trabajadores y el 22% de impuesto a la renta con relación a los ingresos totales con los gastos y costos de los 5 años.

Tabla 10. Proyección de estado de resultados de Tangaras Camp

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas Totales	\$ 334.417,50	\$ 379.226,10	\$ 430.038,61	\$ 487.659,48	\$ 553.000,97
(-) Costos de Operación	\$ 90.367,58	\$ 98.221,66	\$ 101.256,71	\$ 104.385,54	\$ 107.611,05
(=) Utilidad Bruta en Ventas	\$ 244.049,92	\$ 281.004,44	\$ 328.781,90	\$ 383.273,94	\$ 445.389,92
(-) Gastos en Administración	\$ 56.767,39	\$ 60.230,61	\$ 61.759,66	\$ 61.004,05	\$ 62.629,06
(-) Gastos de Ventas	\$ 1.600,00	\$ 1.649,44	\$ 1.700,41	\$ 1.752,95	\$ 1.807,12
(=) Utilidad antes de impuestos	\$ 185.682,53	\$ 219.124,40	\$ 265.321,83	\$ 320.516,94	\$ 380.953,75
(-) Gastos Financieros	\$ 14.935,36	\$ 12.197,66	\$ 9.173,28	\$ 5.832,20	\$ 2.141,28
(=) Utilidad antes de participación a trabaja	\$ 170.747,17	\$ 206.926,74	\$ 256.148,56	\$ 314.684,73	\$ 378.812,47
(-) 15% Participación a trabajadores	\$ 25.612,08	\$ 31.039,01	\$ 38.422,28	\$ 47.202,71	\$ 56.821,87
(=) Utilidad antes de impuesto a la renta	\$ 145.135,09	\$ 175.887,73	\$ 217.726,28	\$ 267.482,02	\$ 321.990,60
(-) 22% Impuesto a la renta	\$ 31.929,72	\$ 38.695,30	\$ 47.899,78	\$ 58.846,05	\$ 70.837,93
(=) UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	\$ 113.205,37	\$ 137.192,43	\$ 169.826,50	\$ 208.635,98	\$ 251.152,67

4.3.7. Proyección de flujo de caja

Muestra el flujo neto operacional y de caja, lo necesario para que el proyecto funcione correctamente.

Tabla 11. Proyección de flujo de caja de Tangaras Camp

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO OPERACIONAL					
Ingresos por ventas	\$ 334.417,50	\$ 379.226,10	\$ 430.038,61	\$ 487.659,48	\$ 553.000,97
(-) Egresos de efectivo					
Costos de operación	\$ 90.367,58	\$ 98.221,66	\$ 101.256,71	\$ 104.385,54	\$ 107.611,05
Gastos de administración	\$ 45.290,58	\$ 49.483,80	\$ 51.012,85	\$ 52.589,14	\$ 54.214,15
Gastos de ventas	\$ 1.600,00	\$ 1.649,44	\$ 1.700,41	\$ 1.752,95	\$ 1.807,12
Participación de trabajadores	\$ 25.612,08	\$ 31.039,01	\$ 38.422,28	\$ 47.202,71	\$ 56.821,87
Impuesto a la renta	\$ 31.929,72	\$ 38.695,30	\$ 47.899,78	\$ 58.846,05	\$ 70.837,93
(=) FLUJO NETO OPERACIONAL	\$ 197.159,34	\$ 172.329,41	\$ 206.334,33	\$ 242.609,78	\$ 283.319,90
FLUJO DE INVERSIÓN					
Ingresos de efectivo					
Ventas de activos fijos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Egresos de efectivo					
Compras de activos fijos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) FLUJO NETO DE INVERSIÓN	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
FLUJO DE FINANCIAMIENTO					
Ingresos de efectivo					
PRESTAMOS RECIBIDOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Egresos de efectivo					
Pagos de préstamos o principal	\$ 26.144,84	\$ 28.882,55	\$ 31.906,93	\$ 35.248,00	\$ 38.938,93
Pago de intereses	\$ 14.935,36	\$ 12.197,66	\$ 9.173,28	\$ 5.832,20	\$ 2.141,28
(=) FLUJO NETO DE FINANCIAMIENTO	\$ (41.080,20)	\$ (41.080,20)	\$ (41.080,20)	\$ (41.080,20)	\$ (41.080,20)
FLUJO NETO DE CAJA	\$ 156.079,14	\$ 131.249,21	\$ 165.254,13	\$ 201.529,58	\$ 242.239,70

4.3.8. Proyección de Balance General

Tabla 12. Proyección de balance general de Tangaras Camp

ACTIVOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activos Corrientes					
Caja	\$ 166.079,14	\$ 297.328,35	\$ 462.582,48	\$ 664.112,06	\$ 906.351,75
Suministros de Oficina	\$ 13,20	\$ 13,20	\$ 13,20	\$ 13,20	\$ 13,20
Menaje de habitación	\$ 1.306,00	\$ 1.306,00	\$ 1.306,00	\$ 1.306,00	\$ 1.306,00
Menaje de cocina	\$ 1.248,00	\$ 1.248,00	\$ 1.248,00	\$ 1.248,00	\$ 1.248,00
Total Activos Corrientes	\$ 168.646,34	\$ 299.895,55	\$ 465.149,68	\$ 666.679,26	\$ 908.918,95
Activos Fijos					
Terreno	\$ 100.368,00	\$ 100.368,00	\$ 100.368,00	\$ 100.368,00	\$ 100.368,00
Infraestructura	\$ 72.000,00	\$ 72.000,00	\$ 72.000,00	\$ 72.000,00	\$ 72.000,00
Equipos de Oficina	\$ 441,00	\$ 441,00	\$ 441,00	\$ 441,00	\$ 441,00
Muebles y Enseres	\$ 15.530,00	\$ 15.530,00	\$ 15.530,00	\$ 15.530,00	\$ 15.530,00
Equipos de Computación	\$ 670,00	\$ 670,00	\$ 670,00	\$ 670,00	\$ 670,00
Equipos Electrónicos	\$ 7.103,00	\$ 7.103,00	\$ 7.103,00	\$ 7.103,00	\$ 7.103,00
Equipos de Producción	\$ 20.764,00	\$ 20.764,00	\$ 20.764,00	\$ 20.764,00	\$ 20.764,00
(-) Depreciación Acumulada	\$ (10.746,81)	\$ (21.493,62)	\$ (32.240,43)	\$ (40.655,34)	\$ (49.070,25)
Total Activos Fijos	\$ 206.129,19	\$ 195.382,38	\$ 184.635,57	\$ 176.220,66	\$ 167.805,75
Activos Diferidos					
Gastos de Constitución	\$ 730,00				
(-) Amortización Acumulada	\$ (730,00)				
Total Activos Diferidos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL ACTIVOS	\$ 374.775,53	\$ 495.277,93	\$ 649.785,25	\$ 842.899,92	\$ 1.076.724,70
PASIVOS					
Pasivos Corrientes					
Cuentas por Pagar					
Participación a Trabajadores por P.	\$ 25.612,08	\$ 31.039,01	\$ 38.422,28	\$ 47.202,71	\$ 56.821,87
Impuesto a la Renta por Pagar	\$ 31.929,72	\$ 38.695,30	\$ 47.899,78	\$ 58.846,05	\$ 70.837,93
Total Pasivos Corrientes	\$ 57.541,80	\$ 69.734,31	\$ 86.322,06	\$ 106.048,75	\$ 127.659,80
Pasivo de Largo Plazo					
Préstamo Bancario	\$ 134.976,40	\$ 106.093,85	\$ 74.186,93	\$ 38.938,93	\$ -
Total Pasivos de Largo Plazo	\$ 134.976,40	\$ 106.093,85	\$ 74.186,93	\$ 38.938,93	\$ -
TOTAL PASIVOS	\$ 192.518,20	\$ 175.828,16	\$ 160.508,99	\$ 144.987,68	\$ 127.659,80
PATRIMONIO					
Capital Social	\$ 69.051,96	\$ 69.051,96	\$ 69.051,96	\$ 69.051,96	\$ 69.051,96
Utilidad Neta del Ejercicio (cada periodo)	\$ 113.205,37	\$ 137.192,43	\$ 169.826,50	\$ 208.635,98	\$ 251.152,67
Utilidades Retenidas (acum de periodos anter	\$ -	\$ 113.205,37	\$ 250.397,80	\$ 420.224,30	\$ 628.860,27
TOTAL PATRIMONIO	\$ 182.257,33	\$ 319.449,76	\$ 489.276,26	\$ 697.912,23	\$ 949.064,90
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 374.775,53	\$ 495.277,93	\$ 649.785,25	\$ 842.899,92	\$ 1.076.724,70

4.3.9. Evaluación Financiera

El siguiente análisis financiero es para conocer el periodo de recuperación de la inversión inicial del proyecto, para eso se utilizó el 12% del costo de oportunidad, lo que dio como resultado un VAN>0 de \$510.528,16, una tasa interna de retorno del 49% y por cada dólar invertido se recuperará \$2.22. Por último, el periodo de recuperación es de 2 años 6 mes 23 días, se concluye que el proyecto es rentable y factible.

Tabla 13. Evaluación financiera de Tangaras Camp

INVERSIÓN INICIAL	\$ 230.173,20
Tasa de costo de oportunidad	12%
VAN	\$ 510.528,16
TIR	64%
Relación Beneficio/costo (B/C)	\$ 2,22
PERÍODO DE RECUPERACIÓN	2 AÑOS 6 MES 23 DIAS

4.3.10. Razones financieras

Tabla 14. Razones financieras de Tangaras Camp

INDICADOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MARGEN BRUTO	72,98%	74,10%	76,45%	78,59%	80,54%
MARGEN NETO	\$ 0,34	\$ 0,36	\$ 0,39	\$ 0,43	\$ 0,45
RETORNO SOBRE ACTIVOS	\$ 1,99	\$ 2,28	\$ 2,75	\$ 3,42	\$ 4,01
RETORNO SOBRE CAPITAL	\$ 0,62	\$ 0,43	\$ 0,35	\$ 0,30	\$ 0,26

4.3.11. Punto de equilibrio

Este análisis presenta las ventas mínimas que se deben obtener para que el proyecto se mantenga, no gane ni pierda.

Tabla 15. Punto de equilibrio de Tangaras Camp

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS FIJOS TOTALES	\$ 73.302,75	\$ 74.077,70	\$ 72.633,34	\$ 68.589,21	\$ 66.577,45
COSTOS VARIABLES	\$ 90.367,58	\$ 98.221,66	\$ 101.256,71	\$ 104.385,54	\$ 107.611,05
% COSTOS VARIABLES	\$ 0,27	\$ 0,26	\$ 0,24	\$ 0,21	\$ 0,19
Punto de Equilibrio	= \$ 100.445,53	\$ 99.970,66	\$ 95.002,62	\$ 87.269,64	\$ 82.663,29

Conclusiones

La ciudad de Gualaceo cuenta con aproximadamente 500 lugares de alojamiento entre hoteles, hostales y hosterías de primera, segunda y tercera clase, quienes se encargan de prestar servicios a los turistas, sin embargo no existe un campamento ecológico que brinde servicio de hospedaje y actividades, aunque son varias las personas que quisieran experimentar esta modalidad de alojamiento.

La idea de negocio de un campamento de lujo para fomentar el turismo glamping ha sido aceptada por el 100% de los encuestados del mercado objetivo de acuerdo al estudio de mercado realizado, esto quiere decir que si el proyecto se culmina muchas son las personas interesadas en hospedarse en el campamento y realizar actividades tales como kayak, pesca deportiva, spa, ciclismo y canopy.

Aunque Tangaras Camp no es el primer campamento glamping en el Ecuador, son muchos los turistas que aún no conocen esta modalidad de hospedaje; si se realiza una correcta campaña publicitaria y una máxima difusión en las redes sociales, llamaría la atención y sería uno de los primeros campamentos de lujo en la sierra ecuatoriana, ganaría posicionamiento y sería reconocido por turistas nacionales y extranjeros.

El empleo de técnicas amigables con el ambiente genera menos gastos al momento de implementar el campamento, así mismo el objetivo principal es la protección de la naturaleza ya que esa es la razón de ser del proyecto, para esto se usará paneles solares, técnicas para minimizar el consumo de agua e incorporar contenedores para la clasificación de desechos.

Luego de haber realizado un análisis teórico y financiero de la idea de negocio se puede contestar la pregunta: *Un campamento que fomente el turismo glamping en la ciudad de Gualaceo ¿es un negocio rentable?* La respuesta a esta pregunta es: sí es rentable el proyecto porque para su implementación se necesita una inversión inicial de \$230 173.20, la cual será recuperada a los 2 años 6 mes 23 días de estar funcionando el proyecto,

además de tener una TIR del 64% donde por cada dólar invertido se gana \$2.22, concluyendo que el proyecto es financieramente rentable.

Adicionalmente, se generarán varias plazas de trabajo en la ciudad lo cual ayudará a que mejore la calidad de vida de los mismos y la calidad de servicio hacia los turistas.

Recomendaciones

La principal recomendación es que al momento de implementar el proyecto se debe tener en cuenta la respectiva protección y cuidados a la naturaleza, es decir no dañar la flora y fauna del lugar.

Tomar en cuenta los temas tratados en este proyecto de titulación porque de esta forma se analizó tanto técnica como financieramente la idea de negocio.

A medida que pase el tiempo de funcionamiento del proyecto se debe crear nuevas estrategias de marketing que llamen la atención de los turistas y las ventas no disminuyan.

Referencias

- Alicante actualidad. (3 de Julio de 2015). Vivood, el proyecto turístico del emprendedor Daniel Mayo, inaugura el primer hotel paisaje de España. Obtenido de <http://www.alicanteactualidad.com/quehacer/vivood-el-proyecto-turistico-del-emprendedor-daniel-mayo-inaugura-el-primer-hotel-paisaje-de-espana/>
- Ámbito Financiero. (2016) Ecuador-Riesgo país. Obtenido de <http://www.ambito.com/economia/mercados/riesgo-pais/info/?id=5>
- Anakonda amazon expeditions. (2014) *Glamping*. Obtenido de <http://www.anakondaamazonexpeditions.com/glamping.html>
- Boto, L. (2008). *Nuevas modalidades de alojamiento*. Argentina: Secretaría de turismo de la nación.
- Burgos, J. (2005). Sobre el concepto de naturaleza en el personalismo. *Espíritu*, 54, 132.
- Cabeza, M. (2000). La industria turística busca nuevos horizontes. *Revista Economía*, 35-47.
- Carrozzini, S. (2014). Las 10 fiestas populares que buscabas en Ecuador. Ecuador Travel. Obtenido de: <http://ecuador.travel/blog/10-fiestas-populares-del-ecuador/>
- Casarbol (2014). Ecoturismo, Un Poco de Historia. (2012). Areadeturismorural.wordpress.com. Retrieved 17 March 2016, from <https://areadeturismorural.wordpress.com/2012/10/05/ecoturismo-un->
- Centre for the Promotion of Imports from developing countries (2014). *Turismo de naturaleza y ecoturismo en Latinoamérica para los mercados de Alemania, los Países Bajos, España y el Reino Unido*. Ministry of Foreign affairs.

Consumer, E. (18 de Septiembre de 2005). *Eroski*. Obtenido de http://www.consumer.es/web/es/medio_ambiente/energia_y_ciencia/2005/09/18/145349.php

COTEC. (2007). *Innovación en el sector hotelero*. Madrid: Instituto tecnológico hotelero.

Dachary (2016). Turismo y glamour: los nuevos tiempos. Turismodeg. Retrieved from <http://turismodeg.com/articulos/Turismo%20y%20glamour.pdf>

Díaz de Iparraguirre, A. M. (2009). La Gestión compartida Universidad-Empresa en la formación del Capital Humano. Su relación con la competitividad y el desarrollo sostenible. *Edición electrónica gratuita. Texto completo en www.eumed.net/tesis/2009/amdi*.

Diccionario Manual de la Lengua Española Vox. 2007 Larousse Editorial, S.L.

Ecuador extreme. (2015) 10 aventuras que no puedes perderte en esta temporada de playa. Obtenido de <http://www.ecuadorextreme.com.ec/tag/canopy/>

El mercurio. (2015) El tejido con técnica Ikat de Gualaceo ya es patrimonial. Obtenido de http://www.elmercurio.com.ec/485042-el-tejido-con-tecnica-ikat-de-gualaceo-ya-es-patrimonial/#.VusG7_nhDIU

El pueblo. (2015) Ciclo aventura lista para los pedalistas. Obtenido de <http://www.semanarioelpueblo.com.ec/?p=681>

El telégrafo. (2016) Entre enero y septiembre de 2015, el PIB acumulado llegó a \$52 662. Obtenido de <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/entre-enero-y-septiembre-de-2015-el-pib-acumulado-llego-a-52-662-millones>

El tiempo. (2015) Gualaceo espera por un terminal terrestre. Obtenido de <http://www.eltiempo.com.ec/noticias-cuenca/169915-gualaceo-espera-por-una-terminal-terrestre/>

Equateur Voyages Passion. (2015) Caminatas y senderismo. Obtenido de <http://www.disfruta-ecuador.com/actividades/caminata-trekking.html>

- Fernández, J. (2016). *Diccionario Económico de Expansión*. (2015). Expansion. Retrieved 17 March 2016, from <http://www.expansion.com/diccionario-economico.html>
- Gil, M y De la Fuente, F (2013). *Cómo crear y hacer funcionar una empresa*. Esic Editorial.
- Gobierno Vasco. Obtenido de: http://www.industria.ejgv.euskadi.eus/contenidos/recurso_tecnico/comun/es_comun/adjuntos/Guia_innovacion_es.pdf
- Giráldez, A. (2010). *Música. Investigación, innovación y buenas prácticas*. Barcelona: GRAÓ.
- Glamping. (2016). *Glamping.camp*. Retrieved 17 March 2016, from <http://www.glamping.camp/Glamping/index.html>
- Gordon, B. (2002). El turismo de masas: un concepto problemático en la historia del siglo XX . *Historia contemporánea*, 125-156.
- Hurtado, I., & Toro, J. (2005). *Paradigmas y métodos de investigación*. Valencia: Episteme.
- Idrovo, D. (2011). *Estudio de Impacto ambiental*. Gualaceo.
- INEC. (2012). *INEC presenta por primera vez estadísticas sobre religión*.
- INEC. (2013). *Tecnologías de la infomación y comunicaciones*.
- INEC. (2015). *Índice de precios al consumidor*.
- Jacob, M. (2004). *Pautas de innovación en el sector turístico balear*. Madrid: Cotec.
- Ministerio del Ambiente. (12 de Diciembre de 2015). *Ministerio de turismo*. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/ecuador-destino-verde-lider-del-mundo/>
- Ministerio de Turismo. (2015). *Reglamento de Alojamiento Turístico*. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/03/RO.-465-Reglamento-de-Alojamiento-Tur%C3%ADstico-con-anexos.pdf>

- Ministerio de Turismo. (s.f.). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/31-registro-de-establecimientos-turisticos/110-registro-de-alojamiento-alimentos-y-bebidas>
- Municipalidad de Gualaceo. (2015) Datos Geográficos. Obtenido de <http://www.gualaceo.gob.ec/Datos-Geogr%C3%A1ficos>
- Organización Mundial del Turismo. (s.f.). *UNWTO*. Obtenido de <http://sdt.unwto.org/es/content/definicion>
- Orozco, M. (2016). Ecuador decrecerá 2% en el 2016, según Banco Mundial. *Diario el Comercio*. Obtenido de: <http://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador-decrecera-economia-crisis-dolarizacion.html>
- Ortiz, R., & Linares, G. (2009). Un sistema de camping para el turismo juvenil y estudiantil de Venezuela. *Gesttur*, 9-40.
- Perez de las Heras, M. (2003). *La guía del ecoturismo*. Madrid: Ediciones Mundi-Prensa.
- Presidencia de la república del Ecuador. (2015). El Presidente. Obtenido de: <http://www.presidencia.gob.ec/el-presidente>
- Quesada, R. (2010). *Elementos de Turismo*. Costa Rica: Editorial Universidad estatal a distancia.
- Ramírez, A., Vidal, M., & Dominguez. (2009). Etapas del análisis de factibilidad. Compendio bibliográfico. *Contribuciones a la economía*.
- Real Academia Española. (2014). *DLe*. Obtenido de <http://dle.rae.es/?id=70iZNTk>
- Real Academia Española (2016). *DLe*. Obtenido de <http://dle.rae.es/?id=6z8Re07>
- Real Academia Española. (2016). *DLe*. Obtenido de <http://dle.rae.es/?id=EKzKpe8>
- Real Academia Española (2016). *DLe*. Obtenido de <http://dle.rae.es/?id=Lgx0cfV>

- Real Academia Española (2016). *DLe*. Obtenido de <http://dle.rae.es/?id=ZSZtERx>
- Redacción sociedad. (2014). El Comercio. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/tendencias/ecuador-internet-datos-tecnologia-usuarios.htm>
- Robles, J. (25 de Noviembre de 2014). *Cidecot*. Obtenido de <http://www.cidecot.net/turismo-de-naturaleza/>
- Sampaio, C. (2004). El turismo como fenómeno histórico. *Estudios y perspectivas en turismo*, 290-302.
- Sancho, A. (1998). *Introducción al turismo*. Valencia.
- SENPLADES (2013). *Plan nacional del buen vivir 2013-2017* . Obtenido de <http://documentos.senplades.gob.ec/Plan%20Nacional%20Buen%20Vivir%202013-2017.pdf>
- SENPLADES. (2014). *Ficha de cifras generales cantón Gualaceo*. Dirección de métodos, análisis e investigación.
- Skiportillo. (2015) Instalaciones y actividades. Obtenido de <http://www.skiportillo.com/vida-en-portillo/instalaciones-y-actividades/?lang=es>
- Tabacon. (2015) Spa. Obtenido de <http://www.tabacon.com/costa-rica-resort-the-grand-spa-5.html>
- Tandazo, A. (2014). *Surtrek*. Obtenido de <http://www.surtrek.org/blog/glamping-en-ecuador/>
- Transport. (2015) Lagunas de Maylas. Obtenido de <http://transport.ec/>
- Trapazzo, C. (2009). *Info AICACYP*. Obtenido de http://www.infoaicacyp.com.ar/revista_34/34.Nota_Camping.pdf
- Turismo. (2013). *Perfil.com*. Obtenido de <http://turismo.perfil.com/20833-glamping-en-argentina-camping-con-glamour/>
- Visita Gualaceo. (2015). *VisitaGualaceo*. Obtenido de <https://sites.google.com/site/visitagualaceo/>

viVood. (2015). *viVood Landscape Hotels*. Obtenido de
<http://www.vivood.com/>

Anexo # 1

Entrevista

1. ¿Usted cree que Gualaceo tiene algún atractivo turístico?

El cantón Gualaceo tiene alrededor de 18 atractivos turísticos, en orden de jerarquía elorquideario que es uno de los principales a nivel de América por la cantidad de especies que existen en el lugar y también talleres de macana gualaceña en la que se realizan tejidos tradicionales con una variedad de bordados que se elaboran a mano y posteriormente para su comercialización.

2. ¿Usted cree que Gualaceo está preparado para recibir a los turistas?

Si se cuenta con infraestructura hotelera, aproximadamente 500 plazas, además se cuenta con tres hosterías de primera categoría entonces yo creo que se está en pro de constituirse como un aporte en la región.

3. ¿De qué forma el Gobierno Autónomo Descentralizado apoya al turismo?

En el municipio se tiene competencias descentralizadas que aportan al Ministerio de Turismo, esas competencias son de controlar el territorio, regular el territorio para que se desarrolle de mejor manera el turismo, además de un plan de turismo recién hecho que está actualizado y promoviendo la difusión de los atractivos a través ferias nacionales e internacionales de turismo, difusión en medios de comunicación, vallas publicitarias que todo esto ayuda a la promoción de Gualaceo.

4. ¿Qué competencias deben tener los habitantes para que sirvan de apoyo al turismo?

Bueno aquí se tiene complicaciones porque hace falta en el tema de preparación, se cuenta con colegios que brindan lo que es gastronomía pero hace falta formación de mandos medios, todo lo que es hotelería, ayudantes de cocina ese tipo de cosas, entonces ahí en la formación hace falta un poco y capacitarlos en ese proceso.

Focusgroup con operadores turísticos

Después de mantener una conversación con operadores turísticos se puede concluir con las siguientes respuestas a cada pregunta realizada.

1. ¿Cuál es su experiencia con respecto al turismo de naturaleza?

La primera experiencia que se lleva es el cuidado que se debe tener con el medio ambiente, ya que al estar en un espacio lleno de distintas especies tanto de flora y fauna el cuidado es especial y cualquier actividad sin conciencia que se realice puede afectar al entorno.

2. ¿Qué buscan los turistas en la naturaleza?

Principalmente buscan la aventura, el entrarse en zonas que normalmente no visitan, disfrutar del aire puro y realizar actividades con conciencia.

3. ¿Los turistas aceptarían el turismo glamping?

Los turistas si lo aceptarían porque es una nueva forma de alojamiento, además que muchas personas no realizan camping por lo incómodo que puede llegar a ser, pero al presentarle esta nueva modalidad de "hotel" comenzarán a interesarse por la idea.

4. ¿Estarían dispuestos a promocionar a sus turistas la iniciativa propuesta?

Por supuesto, satisfará las necesidades de cierto tipo de turistas que normalmente prefieren innovar y que cuidan el medio ambiente en todos los aspectos, ya que por las distintas ideas conscientes del proyecto gustará a más de uno.

Anexo # 2



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA

Encuesta para obtener información sobre la aceptación de un campamento que fomente el turismo Glamping en el cantón Gualaceo

Sexo: Masculino ☐ Femenino ☐ **Edad:** ☐

Lugar de procedencia: _____

1. ¿Le gustaría visitar lugares diferentes a su ciudad habitual?

SI ☐ NO ☐

2. ¿Le gusta hacer turismo en general?

SI ☐ NO ☐

3. ¿Con que frecuencia hace turismo?

Una vez al mes ☐

Una vez cada semestre ☐

Una vez al año ☐

4. ¿Con quienes viaja o hace turismo mayormente?

Solo/a ☐ Familia ☐

Con amigos ☐ En pareja ☐

5. ¿Le gusta el turismo de naturaleza?

SI ☐

NO ☐

6. ¿Qué actividades de turismo de naturaleza le gustaría realizar?

Pesca deportiva ☐ Kayak ☐

Senderismo ☐ Ciclismo ☐

Otros: _____

7. ¿Ha realizado camping al aire libre?

SI ☐

NO ☐

8. ¿Le gustaría realizar camping?

SI ☐

NO ☐

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la estadía de dos días una noche por persona en un campamento de lujo que además incluya el desayuno y actividades de turismo de naturaleza en Gualaceo?

\$50-\$70 ☐ \$71-\$90 ☐ \$91-110 ☐

10. ¿Qué le gustaría encontrar en un campamento de lujo?

Wifi ☐

Spa ☐

Área para fogata ☐

Estufa eléctrica ☐

Snack bar ☐

Otros: _____

Juegos de mesa ☐



**Presidencia
de la República
del Ecuador**



**Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes**



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Mejía Calozzuma, Jean Carlo, con C.C: # 0925461733 autor del trabajo de titulación: Estudio de factibilidad para la creación de un campamento para fomentar el turismo Glamping en el cantón Gualaceo, Azuay, previo a la obtención del título de **INGENIERO/A EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 11 de marzo del 2016

f. _____

Nombre: Mejía Calozzuma Jean Carlo

C.C: 0925461733



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Estudio de factibilidad para la creación de un campamento para fomentar el turismo Glamping en el cantón Gualaceo, Azuay.	
AUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Mejia Calozzuma, Jean Carlo	
REVISOR(ES)/TUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Laura Guadalupe Vera Salas	
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil	
FACULTAD:	Facultad de Especialidades Empresariales	
CARRERA:	Escuela de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras	
TÍTULO OBTENIDO:	Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras	
FECHA DE PUBLICACIÓN:		No. DE PÁGINAS: 77
AREAS TEMATICAS:	Turismo consciente y sostenible.	
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Glamping, Naturaleza, lujo.	
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras): El principal objetivo del presente proyecto es realizar un análisis para conocer si es factible implementar un campamento de lujo para fomentar el turismo glamping en el cantón Gualaceo, el cual se trata de campamentos lujosos con tiendas de campaña de madera de 35m² y baño privado con todas las comodidades cuidando el respeto a la naturaleza. El campamento ofrece servicios de alojamiento, alimentación, spa, actividades recreacionales tales como: kayak, pesca deportiva, senderismo y canopy, el cual estará dirigido para familias y amigos nacionales y extranjeros. Se realizó un estudio financiero del proyecto donde se pudo verificar que la idea de negocio es factible y rentable porque la recuperación de lo invertido se lo hace en 2 años 6 meses 23 días con una TIR de 64% ganando \$2,22 para cada dólar invertido. Además en el estudio de mercado el 100% de los encuestados tuvieron aceptación hacia los servicios y precios que se ofrecerán.		
ADJUNTO PDF:	☒ SI	☐ NO
CONTACTO CON AUTORES:	Teléfono: 0959675054	E-mail: / jeancar19@hotmail.com
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre: Guzmán Barquet Eduardo Andrés	
	Teléfono: +593-4-2206950 ext 5027; 0997202912	
	E-mail: eduardo.guzman01@cu.ucsg.edu.ec	

