



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

**CARRERA DE TURISMO**

**TRABAJO DE TITULACIÓN, PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE INGENIERO/A EN TURISMO**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE *GLAMPING*  
EN *PONDO WASI*, PARROQUIA ANGOCHAGUA, IMBABURA, ECUADOR**

**AUTORES: MUÑOZ MATABANCHOY DARWING STIVEN  
NAULA PROAÑO SORAYA ESTEFANIA**

**DIRECTOR: RUIZ ERAZO VICTORIA GEOVANA. MSC.**

**IBARRA**

**2020**



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

### ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR

Yo, Ing. RUIZ ERAZO VICTORIA GEOVANA, MsC., en mi calidad de directora de trabajo de titulación denominado **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE GLAMPING EN PONDO WASI, PARROQUIA ANGOCHAGUA, IMBABURA, ECUADOR”**, de autoría de los estudiantes Muñoz Matabanchoy Darwing Stiven con número de cédula 176000548-6 y Naula Proaño Soraya Estefanía con número de cédula 100419130-8, tengo a bien manifestar que el documento contiene los requisitos académicos e investigativos pertinentes para que sea sometido a defensa pública, por lo que autorizo, que se realice los trámites consiguientes.

.....  
Ing. Ruiz Erazo Victoria Geovana, MsC.

C.I.: 0401393855

**DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO**



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

### AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

#### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100419130-8		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Naula Proaño Soraya Estefanía		
DIRECCIÓN:	Barrio Mariscal Sucre – San Pablo		
EMAIL:	senaulap@utn.edu.ec		
TELÉFONO FIJO:	(06) 2 918 063	TELÉFONO MÓVIL:	0967585825
DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	176000548 - 6		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Muñoz Matabanchoy Darwing Stiven		
DIRECCIÓN:	Barrio los Olivos.		
EMAIL:	dsmunozm@utn.edu.ec		
TELÉFONO FIJO:	-	TELÉFONO MÓVIL:	+573203974649

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	Estudio de factibilidad para la implementación de glamping en Pondo Wasi, parroquia Angochagua, Imbabura, Ecuador.
AUTORAS:	Muñoz Matabanchoy Darwing Stiven Naula Proaño Soraya Estefanía
FECHA: DD/MM/AAAA	23/03/2021
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTAN:	Ingeniería en Turismo
ASESOR /DIRECTOR:	Ing. Victoria Ruiz, MsC.

## 2. CONSTANCIAS

Las autoras manifiestan que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que son los titulares de los derechos patrimoniales, por lo que asumen la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrán en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 9 días del mes de abril de 2021

### LOS AUTORES:



Neufía Proaño Soraya Estefanía

100419130 - 8



Muñoz Matabanchoy Darwing Stiven

176000548 - 6

## DEDICATORIA

Deseo dedicar el presente proyecto a mi familia que ha sido el motor fundamental en el transcurso de mi vida, a mi madre Carmen Proaño por brindarme su apoyo y amor incondicional, a mis hermanas Janneth y Erika que son mi ejemplo a seguir, a mis sobrinos Alan y Alice, y a mis amistades que se mantuvieron a mi lado en el transcurso de este proceso brindándome su apoyo.

*Soraya Estefanía Naula Proaño*

## DEDICATORIA

Le dedico este trabajo principalmente a mis amados padres Segundo Muñoz y Carmen Matabanchoy quienes cada día me dieron su apoyo, y en los momentos más difíciles fueron una luz de esperanza para guiar mi camino, a mi familia en general que siempre me motivo a superarme, a mi maestro Jonathan Reinoso quien por medio de la capoeira forjo mi carácter y amplió mi visión del mundo. En fin todas las personas que me acompañaron en este camino y que por medio de las experiencias vividas entendí que el turismo es mi pasión.

*Darwing Stiven Muñoz Matabanchoy*

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar, agradecer a mi madre Carmen Proaño porque sin su esfuerzo no hubiese sido posible el cumplimiento de esta meta, a mis hermanas Janneth Naula y Erika Naula que con sus sabios consejos me motivaron a continuar todos los días, a mi tutor técnico Msc. Yoarnelys Vasallo por la dirección y paciencia que brindo para la culminación de este proyecto, a mi amiga incondicional que siempre está para mí, Shirley Valladares. Finalmente, a mi compañero de tesis Stiven Muñoz porque gracias a su constante apoyo, esfuerzo y dedicación fue posible la culminación de este proyecto.

*Soraya Estefanía Naula Proaño*

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por darme la sabiduría para cada día superarme en las metas que me eh propuesto, a mi madre Carmen Matabanchoy quien fue el pilar fundamental para el logro de esta meta, a mi Padre Segundo Muñoz quien nunca desconfió de mí y siempre me brindó su apoyo. Agradezco a los docentes por compartir su conocimiento y hacerme enfocar de mejor manera en mi formación profesional. A Darío Montenegro quien fue un amigo incondicional y me guio por un buen camino y me hizo entender lo simple que puede ser la vida si le vez el lado bueno a las cosas. Finalmente agradezco a Estefanía Naula quien ha sido la persona que ha estado desde el comienzo de la carrera y que hoy podemos culminar este trabajo de la mano.

*Darwing Stiven Muñoz Matabanchoy*



## ÍNDICE

<b>DEDICATORIA</b>	<b>V</b>
<b>AGRADECIMIENTO</b>	<b>VI</b>
<b>ÍNDICE</b>	<b>VI</b>
<b>RESUMEN EJECUTIVO</b>	<b>XII</b>
<b>ABSTRACT</b>	<b>XIII</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>XIV</b>
<b>CAPITULO I</b>	<b>1</b>
1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	1
1.1 Antecedentes	1
1.2 Planteamiento del problema	2
1.3 Descripción del área de estudio	3
1.4 Justificación	4
1.5 Objetivos	7
<b>CAPITULO II</b>	<b>8</b>
2. MARCO TEORIO	8
2.1 Referencias de la investigación	8
2.2 Bases teóricas	10
2.3 Fundamentación legal	23
2.3.5 NORMA Y REGLAMENTO DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO	26
2.3.5.1 REGLAMENTO DE CAMPAMENTO TURÍSTICO	27
2.5.3.4 REGISTRO DE ESTABLECIMIENTOS TURISTICOS	28
<b>CAPITULO III</b>	<b>29</b>
3. METODOLOGIA	29
3.1 Tipos de investigación	29
	VI

3.2 Métodos de investigación	29
3.4 Instrumentos de investigación	31
3.5 Estudio Técnico	37
3.6 Observación	40
3.7 Población y muestra.	43
<b>CAPÍTULO IV</b>	<b>44</b>
4. ESTUDIO DE MERCADO	44
4.1 Resultados y discusión	44
4.2 Segmentación de mercados	47
4.3 Diseño de la investigación de mercados	48
4.4 Análisis de la oferta	51
4.5 Proyección de la oferta	55
4.6 Análisis de la demanda	57
4.7 Demanda insatisfecha	58
4.8 Demanda objetiva proyectada	59
<b>CAPITULO V</b>	<b>60</b>
5. ESTUDIO DE TÉCNICO Y ORGANIZACIONAL	60
5.1 Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto	60
5.2 Identificación y descripción de los procesos	61
5.3 Ingeniería del proyecto	71
5.4 Inversiones y capital de trabajo	74
5.5 Estructura organizativa y administrativa	82
5.6 Constitución legal de la empresa y propiedad intelectual	93
<b>CAPITULO VI</b>	<b>94</b>
6. PLAN DE COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING	94

6.1 Nombre comercial de la empresa	94
6.2 Canales de distribución	102
6.3 Publicidad	106
<b>CAPÍTULO VII</b>	<b>120</b>
7. ESTUDIO AMBIENTAL	121
7.1 Descripción de acciones del emprendimiento.	121
7.2 Factores ambientales para interrelacionar en el Estudio de Impacto Ambiental.	122
<i>Elaboración propia</i>	122
7.3 Descripción del modelo a aplicar	122
7.4. Escalas o rangos de valoración ambiental para el EIA	123
7.5 Interrelación entre las acciones y factores ambientales para la implementación de <i>glamping</i> .	124
7.6 Determinación de la importancia según la matriz Conesa simplificada	125
7.7 Jerarquización de los impactos ambientales según la evaluación	128
7.8 Plan de manejo ambiental.	130
<b>CAPITULO VIII</b>	<b>135</b>
8. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO	135
8.1 Estado de situación inicial.	135
8.2 Flujo de efectivo primer año	136
8.3 Costo capital	140
8.4 Flujo a cinco años	140
8.5 Punto de equilibrio multiproducto	141
<b>CONCLUSIONES</b>	<b>142</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>144</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>147</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Perfil visitante nacional .....	45
Tabla 2 Perfil turista internacional .....	46
Tabla 3 Segmentación de mercado.....	47
Tabla 4 Análisis de la oferta .....	51
Tabla 5 Oferta hotelera en Angochagua.....	52
Tabla 6 Proveedores de Pondo Wasi.....	54
Tabla 7 Proyección de la oferta.....	55
Tabla 8 Oferta futura de <i>glamping</i> .....	56
Tabla 9 Demanda potencial.....	57
Tabla 10 Demanda insatisfecha .....	58
Tabla 11 Demanda proyectada objetiva <i>glamping</i> .....	59
Tabla 12 Paquete de alojamiento estándar .....	66
Tabla 13 Paquete de alojamiento platino .....	67
Tabla 14 Paquete de alojamiento diamante .....	68
Tabla 15 Paquete de alojamiento fin de semana .....	69
Tabla 16 Proceso productivo y prestación de servicio de <i>glamping</i> .....	70
Tabla 17 Ingeniería del proyecto <i>glamping</i> .....	71
Tabla 18 Requerimiento por áreas <i>glamping</i> .....	73
Tabla 19 Obra civil.....	74
Tabla 20 Maquinaria y equipos <i>glamping</i> .....	75
Tabla 21 Mobiliario <i>glamping</i> .....	76
Tabla 22 Capital de trabajo <i>glamping</i> .....	78
Tabla 23 Total Inversión para <i>glamping</i> .....	79
Tabla 24 Tabla de amortización <i>glamping</i> .....	80
Tabla 25 Manual de funciones <i>glamping</i> .....	87
Tabla 26 Actores según el proceso en <i>glamping</i> .....	90
Tabla 27 Procesos <i>glamping</i> .....	90
Tabla 28 Etapa de análisis de impacto ambiental <i>glamping</i> .....	121
Tabla 29 Factores ambientales <i>glamping</i> .....	122
Tabla 30 Rangos de calificar Conesa en <i>glamping</i> .....	123

Tabla 31 Tabla de interaccion <i>glamping</i> .....	124
Tabla 32 Resumen de importancia de impactos ambientales en <i>glamping</i> .....	127
Tabla 33 Plan de manejo agua.....	130
Tabla 34 Plan de manejo aire.....	131
Tabla 35 Plan de manejo suelo .....	132
Tabla 36 Plan de manejo paisaje .....	133
Tabla 37 Plan de manejo flora.....	134

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Tipos de glamping.....	16
Ilustración 2 Entrevista Samay Glamping.....	39
Ilustración 3 Ficha de Observación .....	41
Ilustración 4 Habitación matrimonial.....	72
Ilustración 5 Habitación triple .....	72
Ilustración 6 Logo tipo glamping .....	84
Ilustración 7 Organigrama Glamping.....	85
Ilustración 8 Organigrama glamping.....	86
Ilustración 9 Logo tipo glamping .....	95
Ilustración 10 Señalética bienvenida glamping.....	97
Ilustración 11 Pictogramas glamping.....	98
Ilustración 12 Pictogramas postes glamping .....	99
Ilustración 13 Pictogramas de apoyo glamping .....	100
Ilustración 14 Señalética Bioseguridad glamping .....	101
Ilustración 15 Logo latitud cero.....	103
Ilustración 16 Logo alpine tour .....	104
Ilustración 17 Logo impacto travel.....	104
Ilustración 18 Logo Im viajes .....	105
Ilustración 19 Logo infinity travel .....	105
Ilustración 20 Logo arcana .....	106
Ilustración 21 Paquetes glamping.....	106

Ilustración 22 Paquete estándar glamping .....	107
Ilustración 23 Itinerario paquete estándar .....	108
Ilustración 24 Paquete platino .....	109
Ilustración 25 Paquete diamante glamping.....	110
Ilustración 26 Paquete fin de semana glamping.....	111
Ilustración 27 Flyer glamping.....	112
Ilustración 28 Tarjetas de presentación glamping .....	113
Ilustración 29 Pagina web glamping .....	115
Ilustración 30 Facebook glamping .....	116
Ilustración 31 Instagram glamping.....	117
Ilustración 32 WhatsApp glamping .....	117
Ilustración 33 Balance de situación inicial glamping.....	135
Ilustración 34 Flujo de primer año glamping.....	138
Ilustración 35 Costo capital glamping .....	140
Ilustración 36 Flujo de cinco años glamping.....	140
Ilustración 37 Punto de equilibrio glamping.....	141

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto tiene como objetivo elaborar un estudio de factibilidad para la implementación de *glamping* en *Pondo Wasi*, parroquia Angochagua, lugar que cuenta con vastos recursos culturales y naturales los cuales no han sido aprovechados eficazmente, en el establecimiento se ofertará servicios tales como alojamiento, alimentación, actividades recreacionales como; masajes con piedras volcánicas, rituales de temazcal, ayahuasca, ceremonia con la planta San Pedro, senderismo, cabalgata, pesca deportiva, fogatas, juegos de mesa, el campamento estará dirigido para familias y amigos nacionales y extranjeros. Para la identificación del perfil del turista se elaboró un estudio de mercado en el cual se determinó sus gustos, necesidades y preferencias. Además, se realizó una estructura organizativa y administrativa donde se formó la misión, visión, políticas y valores, las cuales se alcanzarán con trabajo en equipo y un líder, se determinó un análisis de competencia que ayudó a identificar que el presente proyecto es único en su clase por conservar y dar a conocer la cosmovisión andina. Finalmente se plasmó el estudio financiero en el que se analizó y comprobó mediante instrumentos de evaluación financiera que la inversión del proyecto será de 58, 761,96 dólares americanos del cual el 39% es capital propio y 61% capital financiado, se pudo verificar que la idea del negocio es factible y rentable por que la recuperación de la inversión se la hace al quinto año de funcionamiento obteniendo una tasa de retorno de 16.97% en cinco años de proyección financiera, y un valor neto de 12,555,75 Dólares americanos.

Palabras clave:

*Alojamiento, Glamping, Turismo Rural, Recursos naturales, Angochagua, Cosmovisión andina*

## ABSTRACT

The present project aims to develop a feasibility study for the implementation of *glamping* in *Pondo Wasí*, Angochagua parish, a place that has vast cultural and natural resources which have not been effectively exploited, the establishment will offer services such as accommodation, food, recreational activities such as volcanic stone massage, rituals of temazcalli, ayahuasca, ceremony with the San Pedro plant, hiking, horseback riding, sport fishing, campfires, board games, the camp will be directed to families and friends both domestic and foreign. For the identification of the tourist's profile, a market study was elaborated in which their tastes, needs and preferences were determined. In addition, an organizational and administrative structure was created where the mission, vision, policies and values were formed, which will be achieved with teamwork and a leader. A competence analysis was determined that helped to identify that the present project is unique in its class for preserving and making known the Andean worldview. Finally, a financial study was carried out in which it was analyzed and proved by means of financial evaluation instruments that the investment of the project will be of 58,761.96 American dollars of which 39% is own capital and 61% is financed capital. It was possible to verify that the idea of the business is feasible and profitable because the recovery of the investment is made in the fifth year of operation obtaining a rate of return of 16.97% in five years of financial projection, and a net value of 12,555.75.

Key words:

Accommodation, *Glamping*, Rural Tourism, Natural Resources, Angochagua

Andean Cosmovision.



## INTRODUCCIÓN

Este proyecto tiene como finalidad establecer la factibilidad que tiene la implementación de *glamping* en *Pondo Wasi* ubicado en la parroquia de Angochagua, Ecuador.

Este estudio de factibilidad cuenta con ocho capítulos los cuales se dividen en:

Capítulo I: “Problema de investigación”, en este capítulo se encuentra los antecedentes, la justificación, descripción del área de estudio, formulación el problema y los objetivos con los cuales se fundamenta la investigación para la implementación de alojamiento tipo *glamping*.

Capítulo II: “MARCO TEORIO” este capítulo lo contiene las bases teóricas que se utilizaron para definir el tipo de producto a diseñar, en este se encuentran las principales características de la alternativa de alojamiento en *glamping*, además de la fundamentación legal y para la apertura de este producto.

Capítulo III: “METODOLOGIA” este capítulo contiene los métodos de investigación e instrumentos que se utilizaron para el estudio de mercado, tales como la entrevista, la encuesta y las fichas de observación, además de la población y muestra.

Capítulo IV: “ESTUDIO DE MERCADO” en el cual se realizó el estudio de mercado determinando el perfil del turista, el análisis y proyección de la oferta, análisis de la demanda, proyección de la demanda y la demanda objetiva proyectada.

Capítulo V: “ESTUDIO DE TÉCNICO Y ORGANIZACIONAL” este estudio se determinaron los paquetes a ofertar, el diseño del campamento de *glamping*, además de los recursos financieros, materiales y capital de trabajo que se necesitará para la implementación de *glamping*, en este también plantea el manual de funciones, el organigrama y la constitución legal de la empresa.

Capítulo VI: “PLAN DE COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING” este capítulo contiene el perfil del producto con el nombre comercial, logotipo, visión, misión,

políticas de la empresa y los diseños a utilizar en la señalética en la cual se incluyó letreros con referencia a las normas de bioseguridad, además de los canales de distribución y los canales de por los cuales se conectará con lo posibles consumidores del producto de *glamping*.

Capítulo VII: “ESTUDIO AMBIENTAL” este capítulo contiene los instrumentos utilizados para medir el impacto ambiental que se genera por la implementación de *glamping* en Pondo Wasi, tales como la tabla de interacción y la matriz de Conesa, con este resultado se generó una un plan de manejo por cada factor afectado creado programas, actividades y acciones que mitiguen o corrijan los impactos generados.

Capítulo VIII: “ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO” este estudio contiene el balance de situación inicial el cual muestra la inversión necesaria para poner en marcha el proyecto, el capital de trabajo contiene los recursos que se necesitan para el primer año del sueldo de los trabajadores, el flujo del primer año muestra los ingresos y egresos producidos por la venta de los servicios de *glamping* y alojamiento, costo de capital determina la equivalencia entre el capital propio y el financiado, flujo de cinco años se determina si la tasa interna de retorno supera al costo de capital dando muestra de la factibilidad del proyecto y el punto de equilibrio en el cual se muestra el punto en el cual se recupera la inversión.

## CAPITULO I

### 1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

#### 1.1 Antecedentes

El *glamping* es una actividad que tiene un inicio incierto, aunque existen algunos escritos que manifiesta su origen remontándose en “*primera instancia al siglo XII, época de la Edad Media, donde se describían aquellos campamentos móviles de la nobleza mismos que servían de refugio en sus viajes adaptando el nombre de “Imperial Camps”* (Sciosia, 2015)

Registros del siglo XI donde se encontró una tienda-Palacio rodeada de decenas de campamentos de menor tamaño, en el siglo XIX estas infraestructuras se utilizaron para las expediciones hacia África , en la actualidad estos campamentos son adecuados para la prestación del servicio de alojamiento turístico y de naturaleza, con lo cual a este estilo de alojamiento turístico se le denomina *glamping* donde se mezcla el glamour y el camping (Benavides, 2018).

Según el periódico argentino Infobae, (Infobae, 2018) “*El glamping se conoce como el campismo de los Millenians*”, actualmente la nueva generación de los *Millenians* es muy apegada a la aventura y a la naturaleza, y con su gran desenvolviendo con la tecnología, buscan estar en sitios en entornos naturales, pero con los mejores estándares de calidad, para lo cual existen variedad de alternativas para la realización de esta actividad.

Al presente existe una diversa oferta de alojamientos para realizar *glamping* tales como Autocaravanas, Casas de árbol, Domos, Iglús, tiendas de campaña entre otras (Benavides, 2018).

Ecuador cuenta con dos representantes de esta modalidad de turismo, estas son: *galápagos safari camp* situado en las islas galápagos, el cual ofrece los servicios de 5 estrellas y *manatee amazon explorer* que se encuentra situado en la amazonia ecuatoriana ofrecen hospedaje *glamping* en la amazonia ecuatoriana con todos los servicios de lujo.

En la capital del país se puede encontrar con la marca hotelera *Samay Glamping* que cuenta con un amplio repertorio de alojamientos, que varían en estilos y precios, además brinda un sin número de servicios al igual que actividades de naturaleza, desde celebración de eventos, festejos de fechas importante, hasta excursiones, ceremonias de ayahuasca, ritos con chamanes, entre otra variedad de actividades. Esta marca se ha impuesto en el mercado turístico dando lugar a franquicias en Vilcabamba y Santa Elena.

## **1.2 Planteamiento del problema**

El involucramiento de las personas con el entorno ecológico se ha convertido en una herramienta muy importante para el desarrollo de las comunidades, esto ha dado paso a que se convierta en una alternativa viable para el desarrollo del turismo rural, motivando a la preservación del medio ambiente y generando el contacto directo con la naturaleza.

Debido a la inadecuada utilización de los recursos naturales en la Parroquia de Angochagua se presentan deterioros en estos con el paso del tiempo puesto que no se ha conseguido el aprovechamiento adecuado por parte de las personas que ejercen actividades turísticas o le han dado otros usos.

La falta de atractivos turísticos ha traído como consecuencia la baja afluencia turística en la zona, esto ha generado que las personas no tengan muchas ofertas de empleo y carecen de participación en la actividad turística, teniendo escasos ingresos económicos que no sustentan la calidad de vida.

El *glamping* es una respuesta alternativa e innovadora que brinda un servicio de alta calidad y comodidad para los amantes de la naturaleza de la parroquia de Angochagua

#### 1.2.1 Formulación del problema

Limitada oferta de alojamiento alternativo en la Parroquia de Angochagua; Imbabura - Ecuador

#### 1.2.2 Objeto de estudio

Estudio de Factibilidad para la implementación de *glamping*.

### **1.3 Descripción del área de estudio**

Angochagua se encuentra entre los 2800 msnm y los 3800 msnm de altitud, cuenta con dos pisos climáticos (paramo y vegetación arbustiva) que determinan temperaturas y precipitaciones propias de cada ecosistema. La precipitación oscila entre los 700 mm y 1.500 mm, se observa la presencia de frecuentes neblinas y lluvias en la zona, los meses de mayor precipitación van de febrero a mayo, y de

menor precipitación de octubre a enero. La temperatura varía entre los 10°C y 16°C (Sandoval, 2015).

La población total de la parroquia Angochagua de acuerdo con el Censo 2010 fue de 3263 personas (1753 mujeres y 1510 hombres). La proyección poblacional a 2015 es de 3017 personas.

La principal actividad de ocupación para la población de la parroquia Angochagua constituye la agricultura, silvicultura, caza y pesca, con un porcentaje del 42,5%. El hecho de que la agricultura, silvicultura, caza y pesca represente cerca de la mitad del porcentaje de ocupación en la parroquia, representa un gran potencial para el desarrollo de iniciativas para el fomento de la economía popular y solidaria, toda vez que constituyen actividades de sustento y al mismo tiempo de ocupación sobre todo de las mujeres (Sandoval, 2015).

#### **1.4 Justificación**

El art.71 de la Constitución de la república del Ecuador del 2008, fomenta la protección de la naturaleza y promueve el respeto a los ecosistemas para así tener aprovechamiento de los recursos y beneficiarse de manera más sana de las áreas naturales.

Ecuador es uno de los países con más rica biodiversidad en el mundo, estando dividido en cuatro regiones conocidos como Costa, Sierra, Amazonia, Insular cada uno con diferentes ecosistemas, climas y tipos de recursos naturales y culturales por lo cual a Ecuador se lo conoce como el país de los cuatro mundos.

Los dos atractivos turísticos más visitados en Ecuador son las islas galápagos como principal destino del país y la ciudad de Quito patrimonio de la humanidad por la Unesco en 1978.

Los objetivos del Plan Nacional de Turismo están enfocados a la sostenibilidad del patrimonio natural, contribuyendo con la integridad física y visual del entorno, lograr una eficiencia en el uso de los recursos y minimizar la contaminación del agua, el aire y la tierra por parte de los turistas.

Imbabura situada en el norte del país, en la zona geográfica conocida como la región sierra se destaca por que dentro de esta se encuentran un número importante de lagos y lagunas, y también por las poblaciones indígenas que habitan este territorio.

El Geoparque Imbabura declarado en abril del 2019 por la UNECO es un referente del ecoturismo en el país ya que beneficia a la imagen turística del Ecuador en el mundo para garantizar la conservación del patrimonio ecológico, natural y cultural y desarrollar condiciones socioeconómicas para el desarrollo económico de las comunidades a través del turismo sostenible aprovechando los recursos naturales y las manifestaciones culturales tales como las fiestas de la cosmovisión andina, sitios arqueológicos, tradiciones ancestrales gastronomía entre otras manifestaciones de la provincia.

La implementación de nuevos productos innovadores, llamativos y ecológicos es una necesidad para el desarrollo ecoturístico de la provincia, por lo cual el *glamping*

es una nueva oferta que promueve un alojamiento ecológico brindando servicio de calidad y comodidad a los visitantes que son amantes de la naturaleza.

*Pondo Wasi* es una empresa turística con servicios encaminados al conocimiento de la cosmovisión andina, el cual oferta servicio de hospedaje, alimentación, recorridos, actividades con referencia a la cultura de la zona.

Con el estudio de factibilidad para la implementación del *glamping* se verá reflejada la viabilidad y la aceptación de esta nueva oferta de alojamiento por parte de los visitantes, si despierta o no el interés de los mismos, la optimización de los recursos y los espacios del lugar para generar ganancias económicas sin perjudicar el ecosistema, dando un servicio innovador apegado a una experiencia vivencial con la satisfacción de los clientes.



## 1.5 Objetivos

### 1.5.1 Objetivo general

- Realizar un estudio de factibilidad para la implementación de *glamping* en *Pondo Wasi*, parroquia Angochagua, provincia de Ecuador.

### 1.5.2 Objetivos específicos

- Realizar el estudio de mercado con la finalidad de identificar la posibilidad de creación y el nivel de aceptación de *glamping* en la parroquia Angochagua ante la demanda requerida.
- Establecer la estructura organizativa y funcional del proyecto de implementación de un servicio de alojamiento mediante un estudio técnico.
- Determinar la factibilidad financiera de la implementación de un servicio de hospedaje en *glamping* dentro de *Pondo Wasi*.
- Analizar los impactos sociales, ambientales y económicos que se generara por la creación del proyecto en la parroquia Angochagua.

## CAPITULO II

### 2. MARCO TEORIO

#### 2.1 Referencias de la investigación

Según. (*Glamping.com*, 2020) Ecuador cuenta con áreas verdes y zonas naturales en las cuales se ha implementado campamentos de lujo y establecimientos que prestan el servicio de *glamping*, en el cual se encuentran registrados al menos cuatro dentro del país.

- Selina Amazon tena (Napó, Ecuador):

Cerca del río Napó y el bosque lluvioso, *Selina Amazon Tena* es el lugar ideal para vivir la naturaleza ecuatoriana. Ubicada en la cuenca de la Amazonía, entre Tena y Misahualli, ofrece actividades al aire libre, como caminatas, *rafting*, recorridos en *kayak* y observación nocturna de animales. En el *spa* y centro de *wellness* hay clases de yoga *vinyasa*, masajes con aromaterapia y ceremonias relajantes, guiadas por maestros locales, especialistas en rituales tradicionales y sanación ancestral. Cuenta con habitaciones tales como suites de lujo y apartamentos para estadías prolongadas hasta carpas de *glamping* y habitaciones comunitarias (Amazon Tena , 2020)

- Galápagos safari camp (Puerto Ayora, Ecuador):

Con solo nueve tiendas de estilo safari, una suite familiar, alojamiento, piscina y mirador distribuidos en 55 hectáreas de tierra rodeada de tortugas gigantes salvajes y bordeando el Parque Nacional Galápagos, somos pequeños por diseño y exclusivos por definición. Nuestro tamaño nos permite ser flexibles, para personalizar su experiencia. (*galapagossafaricamp*, 2019)

- Mashpi lodge (Pichincha, Ecuador):

Un Área de confort urbano para solo 47 huéspedes ubicada en una reserva forestal privada de gran biodiversidad ubicada dentro del Distrito Metropolitano de Quito. Mashpi lodge esta galardonado por ser parte de *Unique Lodges Of The World* y ofrece impresionantes vistas del bosque desde casi todos los ángulos y combina los más altos estándares de confort, servicio, aventura guiada y cocina. (Mashpi Ecuador, 2020)
- Hacienda el porvenir en tierra del volcán (Latacunga, Ecuador):

La casa está ubicada en un lugar privilegiado desde el punto de vista paisajístico, a una altura de 3,600m y rodeada por cuatro volcanes, entre ellos el Cotopaxi. Los huéspedes pueden disfrutar de su estancia en un ambiente cómodo. Está construida con material local, manteniendo así el espíritu y la esencia de la construcción andina. (tierradelvolcan, 2020)
- Samay *glamping* (Pichincha, Ecuador)

Este ubicado al borde de un acantilado, sobre un río, y pretende satisfacer la necesidad del viajero actual que desea escapar del estrés de los grandes centros urbanos.

Hasta el momento cuenta con aproximadamente dieciséis habitaciones temáticas y enfocadas a la combinación de campamento y glamour. (Samayglamping, 2019)

## **2.2 Bases teóricas**

Para desarrollar el presente proyecto, se debe abordar el concepto de turismo, destacando dentro del mismo la importancia del ecoturismo para el desarrollo económico de las comunidades en Ecuador, recalcando la importancia de la innovación turística cuyo objetivo principal es mantener en constante cambio y florecimiento al producto turístico pues las personas con el transcurso del tiempo buscan tendencias.

### **2.2.1 Turismo**

La Organización Mundial del Turismo (OMT) define al turismo como: *“actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros”* (OMT, 2017).

Desde los primeros juegos olímpicos se llevó a cabo la coordinación de actividades como comida, hospedaje, recreación, las cuales facilitaron el desplazamiento de turistas a un evento: desde ese momento existieron distintos motivos por los que se realizaron viajes ya sea por caza, ocio, guerras, comercio, y otra relación con personas fuera de su residencia habitual, también por religión o salud. (Mejía, 2016)

La Organización Mundial de Turismo (1998) considera que los factores fundamentales en las actividades turísticas universales durante el tiempo 1995 – 2020:

- Factores económicos: El crecimiento de las tasas económicas mundiales que continuarán existiendo de moderadas a buenas, el incremento de la discrepancia entre países ricos y pobres, y la amplificación de la armonización monetaria.
- Factores tecnológicos: Los avances en cuanto a tecnología de la información, y progresos en tecnología del transporte.
- Factores políticos: Facilidad para viajes internacionales, y la reducción de medidas destinadas al transporte y de otro tipo.
- Factores demográficos: La decadencia y reducción de la población ágil de los países industrializados, y el desgaste del hogar tradicional europeo.
- Factores de globalización: El aumento de las fuerzas económicas y el mercado internacional, con el resultante control de los países industriales y empresas ubicadas en su nacionalidad.
- Factores de localización: presencia de problemas en los países en desarrollo, principalmente en aspectos de identidad y modernidad, y el interés por ser reconocidos por parte de grupos propios, identificados por características étnicas, religión y estructura social.
- Factores de entorno de vida y trabajo: En los países industrializados excesiva congestión urbana y principalmente en países en desarrollo.
- Factores de comercialización: Uso de tecnología electrónica para lograr la caracterización y comunicar sectores y nichos de mercado. (Leonardo, 2017)

Al encontrar una motivación para viajar se ha dividido a las personas en segmentos de mercado con características propias, para así poder conocer gustos y preferencias al momento de brindar el servicio.

De acuerdo a esto Mejía (2016) el turismo se divide en diferentes modalidades las cuales son: turismo cultural, de salud, de placer o recreo, de negocios, deportivo, sostenible, de aventura, libertino, alternativo y naturalista; dividiendo este último en tres: naturaleza suave (*softnature*), naturaleza fuerte (*hadnature*) y ecoturismo.

Analizando principalmente el:

## 2.2. 2 Ecoturismo

Según *World Wildlife Fund*, solo en algunos países el ecoturismo logró estímulos y beneficios, como Australia y Costa Rica por sus parques con productos y servicios desarrollados apropiadamente. Con el pasar del tiempo se incrementó el ecoturismo en Ecuador, Brasil y Venezuela. (WWF, 2003)

El turismo sostenible es sinónimo de menor impacto ambiental, mayor respecto a las culturas locales, incremento del beneficio económico para los participantes de actividades turísticas y acrecentamiento en la satisfacción para el turista, esto quiere decir que se generará la unión de la comunidad, conscientes de la preservación del ecosistema.

Según Gutiérrez (2015), el ecoturismo local tiene una intervención importante en todas las actividades turísticas que generan desarrollo. Gran parte de los beneficios de estas dinámicas se quedan en la comunidad.

De acuerdo al análisis del documento, esta actividad contribuye a la conservación de los recursos naturales y a la integridad de la cultura de estas comunidades, generando en las poblaciones y turistas el respeto por el patrimonio natural y cultura. De este modo se logra la sensibilización en cuanto a temas de política, economía y ambiental en cuanto a los beneficios y ventajas de la conversación, sustentabilidad y sostenibilidad de los recursos turísticos. Para esto se debe establecer una planificación y gestión económica, social y física que se realiza enfatizado para las comunidades locales.

### 2.2.3 Innovación turística

Al ser el turismo una de las actividades más significativas que genera fortuna y empleo en todo el mundo, conjuntamente incrementando el desarrollo social y económico que cambia el estilo de vida de las personas, se encuentra en constante crecimiento y transformación pues necesita innovar y adaptarse a nuevos mercados, exigidos por clientes que esperan un servicio de calidad que satisfaga sus necesidades del momento.

La innovación turística es la introducción de un elemento nuevo o perfeccionado que aporte ventajas materiales e inmateriales a los agentes del turismo y a la comunidad local, que mejore el valor de la experiencia turística y las competencias clave del sector turístico y que potencie, por lo tanto, la competitividad turística y/o la sostenibilidad. La innovación turística puede aplicarse, por ejemplo, a destinos turísticos, productos turísticos, tecnología, procesos, organizaciones y modelos de negocio, servicios, herramientas y/o prácticas de gestión, marketing, aseguramiento de la calidad y fijación de precios, etc. (UNWTO, 2019)

#### 2.2.4 Camping

La Real Academia Española define la palabra "camping como acampar al aire libre". (Real Academia Española, 2014)

De acuerdo con Guarín (2017) el camping es de carácter recreativo en medio de la naturaleza que hace parte de la actividad y del alojamiento. Ha ido evolucionando desde carpas básicas hasta vehículos recreativos, de los cuales se puede encontrar ofertas de lujo. Tiene una enorme popularidad en Europa y EE.UU. Esta tendencia ha tenido gran auge por factores como la presión y atracción que ha generado un incremento considerable de interés en turistas para decidirse a realizar este tipo de actividades nueva. Dichos factores de presión principalmente son los motivos internos como escapar del estrés de la ciudad, descansar, curiosidad, aventura e interacción con nuevas personas. El camping lo pueden realizar personas de todas las edades, que podrían tener campamentos de largo plazo y de corto plazo, con el único objetivo de buscar la oportunidad de descansar. Dentro de esta modalidad de descanso existe el *glamping*.

#### 2.2.5 Glamping

Según Montesdeoca (2018) afirma que actualmente la sociedad ha optado por preocuparse en mayor proporción por el medio ambiente y a escoger los servicios y bienes que van de la mano con la naturaleza. La comodidad, adherida al redescubrimiento del medio ambiente natural, como nuevos privilegios en cuanto a los requerimientos del turista moderno contiguo con la percepción de los espacios rurales. Esto ha sido notorio con la nueva tendencia *glamping*, como un nuevo tipo de turismo, en este contexto *glamping* es un producto híbrido que



combina camping y lujo, y que se considera la tendencia turística de la década de 2020. Cuando se trata de *glamping*, lo primero que se viene a la mente es una gama de alojamientos que continúa diversificándose, y un tipo de alojamiento, que puede variar de acuerdo con la situación geográfica, climática, condiciones culturales y comerciales.

#### 2.2.6 Tipos de *Glamping* a nivel mundial

Existen diferentes tipos de *glamping* que se diferencian por una variedad de aspectos al igual que sus estructuras especiales. Los principales son las casas de árbol, yurtas (infraestructura que tiene forma cilíndrica ancha), tiendas safari, auto caravana, tipis, torres, casas domo, pods ecológicos, entre otros.

La modalidad de cada uno de ellos se enfoca en la comodidad, glamour, manteniendo relación con la madre tierra, la protección ambiental y sobre todo el disfrute de una nueva experiencia cubriendo las expectativas del cliente y generando un valor agregado, variándolo en decoración, distribución del espacio, estilo y materiales. (Montesdeoca-Chávez, 2018)

---

TIPOS DE *GLAMPING*

---

NOMBRE	CARACTERISTICAS	IMAGEN
<b>Casas del árbol</b>	<p>Generalmente tienen estructuras de madera, el tronco del árbol y sus ramas son utilizados para la creación de espacios horizontales. Para el ingreso es necesario contar con escaleras. Pueden contar con agua y electricidad. Una vez en el lugar se puede disfrutar de aire fresco, paz y hermosos paisajes.</p>	
<b>Tiendas Safari</b>	<p>Son alojamientos de lujo para personas que organizan safaris en este tipo de alojamiento, al ser cotizadas han llegado a ser exportadas internacionalmente por personas que ofrecen este servicio. Estas tiendas son grandes estructuras, sostenidas por pilares, generalmente rectangulares, cuentan con una plataforma que sostiene las tiendas. Lonas ligeras pero a su vez resistentes forman parte de las paredes y de los picudos techos, su interior es espacioso por lo cual aparenta ser una</p>	

---

---

casa normal a la cual se le puede incorporar elementos de lujo.

**Auto  
caravana**

Representa a una casa miniatura con ruedas, que cuenta con baño, cocina y habitaciones de lujo, puede ser una o varias, su estructura ayuda a ser cualquier cosa que desee el turista. Estos sitios de alojamiento se localizan en lugares únicos y disponibles para viajeros que desean vivir una experiencia única en una casa con ruedas.



**Yurtas**

La yurta tiene la capacidad de soportar climas adversos, su infraestructura tiene forma cilíndrica ancha, que se encuentra construida con secciones extensibles de persiana de madera, además el techo se encuentra elaborado de pilares cónicos conectados desde el esqueleto exterior a una rueda central sujeta por bases de suelo. Cuenta con una capa exterior que tiene varias capas de grosor que ayudan a soportar fuertes vientos y temperaturas muy bajas, por este motivo son ideales para alojamientos en todas las épocas del año.



---

**Tiendas  
de  
campaña**

Las tiendas de campaña están compuestas por una decoración interior excepcional, muebles de calidad y todo tipo de comodidades que una casa puede tener, con la ventaja de estar en medio de la naturaleza cubiertos por un cielo cubierto de estrellas, y contemplando hermosos paisajes. Existen variedad de tiendas de lujo desde tiendas de campaña safari hasta tiendas de campaña en forma de campana, que se adaptan a la necesidad de los turistas.



---

**Casas  
domo**

Estas casas domos tienen forma de cúpula, la ventaja es que son construcciones modernas elaboradas con materiales como poliéster de alta resistencia además incluyen madera, hierro y acero, o tecnologías de primera calidad.



---

**Iglús**

Los iglús tienen forma de cúpula, generalmente son contruidos en bosques de nieve. Este tipo de alojamiento ha evolucionado y en la actualidad se los construye en zonas donde ya no son casas de nieve originales.



---

**Tipis**

Es una recopilación material básicos, su esqueleto es una estructura de pilares de madera en forma triangular y atados con cuerdas por arriba. La tela utilizada para dar forma al tipi es duradera (la historia comenta que se utilizaba piel de animales). En la actualidad se usa lona o algodón duro que se envuelven en pilares. Actualmente son infraestructuras acogedoras y amplias siendo una nueva alternativa de *glamping*.



---

**Cabañas de lona**

Estas cabañas se encuentran elaboradas de madera y en parte de lona, a pesar de que su estructura sea similar a una cabaña es más una tienda de campaña.



---

**Casas de campo**

Generalmente estas casas de campo se localizan fuera de urbano o rural, apartadas

---

---

de la civilización, su estructura es elaborada a base de ladrillo y argamasa, o piedra.



### Eco lodge

---

Es elaborado de materiales orgánicos, generalmente de madera, estos lugares de descanso eran construidos como una casa temporal hasta que evolucionó a sitios turísticos. Se lo puede construir en diversos sitios destacando las montañas, selvas o la sabana.



---

**Fuente:** Sakáčová, K. L. (2013). *GLAMPING* - Naturaleza servido en bandeja de plata. Dinamarca: Universidad de Aalborg

#### 2.2.7 *Glamping* en Ecuador

El *glamping* en el Ecuador actualmente se encuentra en proceso de desarrollo. En Ecuador se puede encontrar doce infraestructuras similares, en el oriente ecuatoriano se puede localizar cabañas, chozas y casas de campo, en Galápagos existen tiendas de safari, en la Amazonia el servicio de *glamping* lo frecen *Anakonda* y *Manatee* y en la capital de Pichincha podemos encontrar a *Samay Glamping*. *GlampingHub* (2017)

En el Ministerio de Turismo actualmente no existe un registro de esta clase en el catastro de turismo, este tipo de alojamiento se encuentra dentro de la jerarquía de campamentos u hoteles según sea el caso.

- Galápagos

En la Isla Santa Cruz, ubicada en la provincia de Galápagos, se localiza Galápagos Safari Camp. En este establecimiento se ofrece infraestructura con las comodidades de un hogar que puede brindar un hotel de cinco estrellas. (*GlampingHub*, 2017).

- Amazonia

En esta parte de Ecuador se pueden encontrar dos cruceros que realizan un recorrido por el río Napo, estos son Anakonda y Manatee, que ofrecen opciones de *glamping* para el disfrute del bosque con alojamiento de cinco estrellas, en tiendas de campaña con las comodidades de su propio hogar. (Tandazo, 2014)

- Pichincha

*Samay Glamping* ofrece una manera diferente de alojarse, fomentando la inmersión cultural y la ampliación de horizontes. Compartiendo con sus visitantes el profundo respeto al medio ambiente y la maravillosa sensación de dormir bajo a las estrellas, cuentan con habitaciones y suites originales, con diseños únicos y originales. (*Samayglamping*, 2019)

### 2.2.8. Cosmovisión andina

Es fundamental entender los principios de la cosmovisión andina para concebir que se expresa a través de las tradiciones y sus manifestaciones culturales.

La sabiduría y memoria histórica de los pobladores que habitan en la cordillera de los Andes nos aproxima a los conocimientos de la concepción del mundo en la cultura andina,

Madrid (2013) expresa que "*La cosmovisión andina entiende una racionalidad complementaria entre el hombre y la mujer, el día y la noche, arriba y abajo, la luna y el sol*"; la racionalidad *Abhya Yala* es fundamentalmente relacional, vivencial y simbólica, y expresa un todo relacional de lógicas de relacionalidad, complementariedad, corresponsabilidad y reciprocidad. Prácticas que, a pesar del fuerte proceso colonizador de Europa, resisten como preceptos y prácticas de los pueblos y nacionalidades a nivel nacional, así como también continente. (Pág. 50)

Esta visión hace que el ser humano tenga una vida equilibrada y que se mantenga en paz con la tierra y el hombre, creando así un vínculo fuerte de respeto y amor con la Pachamama.

Según Madrid (2013) la Cosmovisión Andina tiene una visión clínica de "*pacha*" que se evidencia claramente en las tradiciones orales que contienen principios, creencias, y manifestaciones culturales sustentadas en desarrolladas construcciones culturales intelectuales. En el sentido andino es la orientación del *kapak ñan* o el origen de todos los caminos del universo, entendido dentro de una concepción espiral del tiempo, que nos lleva por la trayectoria del *Pachakitin* a



comparación del retorno siempre diferente y siempre creando los ciclos cósmicos.  
(Pág. 53)

La cosmovisión andina implica una serie de supuestos propios del vivir en relación colectiva, se trata de supuestos que constituyen la base de sus principios filosóficos para un "buen vivir", estos principios son el de la relacionalidad, corresponsabilidad, complementariedad y reciprocidad según (Esterman 1998, 60).

### **2.3 Fundamentación legal**

Este marco legal está elaborado con base a las leyes y mandatos que se han establecido en los últimos doce años en la República de Ecuador, dentro de los cuales se tomaron referencia a la **Constitución del año 2008** en el cual se encuentran los artículos más importantes del estado de los cuales tomamos en cuenta los que mencionan el aprovechamiento del tiempo libre y al esparcimiento, **el Plandetur 2020** que tiene como objetivos el desarrollo de actividades turísticas sostenibles, **la ley de turismo del 2014** es la que regula las obligaciones y derechos del sector turístico, **la ordenanza provincial de constitución de la comisión de turismo de Imbabura del 2016** tiene como objetivo el desarrollo de turismo sostenible dentro de la provincia, el **reglamento de alojamiento turístico** establece las normas para poder prestar servicio de hospedaje, el **reglamento de campamento turístico** establece los requisitos y adecuaciones que debe tener la infraestructura para poder brindar el servicio de camping turístico, y como punto final debe ser registrado el establecimiento según el reglamento como persona natural o jurídica para obtener el permiso de funcionamiento.

Dentro de estas leyes y mandatos fundamentamos el marco legal del estudio de factibilidad para la implementación de *glamping* en Pondo Wasi, parroquia Angochagua, Imbabura, Ecuador

### 2.3.1 CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DE ECUADOR

Art. 24.- El artículo se fundamenta en el aprovechamiento del tiempo libre, en actividades lúdicas o deportivas principalmente la utilización de las áreas verdes. (Asamblea Nacional Constituyente de Ecuador de 2007-2008, 2012).

Art. 25.- Este artículo respalda las actividades relacionadas con los saberes ancestrales los cuales son parte fundamental del producto que se oferta en Pondo Wasi (Asamblea Nacional Constituyente de Ecuador de 2007-2008, 2012).

Art. 52.- Este artículo ampara la calidad de servicios que se prestan en los establecimientos, dando normas para que se cumplan y brinden las garantías posibles si ocurre alguna situación no esperada. (Asamblea Nacional Constituyente de Ecuador de 2007-2008, 2012).

Art. 383.- Este artículo menciona el derecho que tienen las personas para consumir productos relacionados al esparcimiento y disfrute de entornos naturales, de relaciones sociales y mejorar las condiciones físicas. (Asamblea Nacional Constituyente de Ecuador de 2007-2008, 2012).

### 2.3.2 PLAN NACIONAL DE TURISMO

Los objetivos estratégicos del PLANDETUR 2020 están encaminados al desarrollo y crecimiento de la actividad turística dentro del país, asumiendo un papel importante economía ecuatoriana, aprovechando los recursos naturales, culturales y humanos, incentivando a realizar desplazamientos ejerciendo el derecho al ocio.

### 2.3.3 LEY DE TURISMO.

Art. 1.- El artículo aclara que la ley orgánica de turismo tiene como objetivo el desarrollo y la regulación de los derechos y obligaciones del sector turístico. (Ministerio de Turismo, 2014).

Art. 2.- Este artículo da un breve concepto de turismo haciendo referencia a las actividades de desplazamiento temporal (Ministerio de Turismo, 2014).

Art. 5- Este artículo aclara cuáles son las actividades que pertenecen a la rama del turismo dentro de este se encuentra la prestación del servicio de alojamiento. (Ministerio de Turismo, 2014).

Art. 25.- En este artículo se aclara el tipo de inversión que puede tener un proyecto turístico, siendo este nacional o extranjero gozan de los mismos derechos y obligaciones. (Ministerio de Turismo, 2014).

Art. 57.- Este artículo explica la obligación que tienen los prestadores de servicio turístico de dar datos que sirvan para dar una estadística y así poder analizar la oferta y la demanda. (Ministerio de Turismo, 2014).

### 2.3.4 ORDENANZAS DISTRITALES DE LA PROVINCIA DE IMBABURA.

Art. 4.- Objetivos: Son objetivos de la comisión de turismo de Imbabura, los siguientes:

- a) Proponer políticas de desarrollo turístico sostenible de acuerdo con la normativa a nivel nacional, provincial, cantonal y parroquial.
- b) Coordinar una visión compartida de desarrollo turístico en la provincia de Imbabura
- c) gestionar acuerdos entre los sectores público-privado-comunitario con la finalidad de promover un desarrollo turístico en Imbabura.

d) Fomentar y articular las acciones de los diferentes sectores en cumplimiento de la agenda de turismo de Imbabura, en concordancia con el plan de desarrollo y ordenamiento territorial provincial, cantonal y parroquial. (Consejo Provincial de Imbabura, 2016)

En el artículo 4 de la ordenanza provincial de la constitución de la comisión de turismo de Imbabura se encuentran los objetivos que pretenden seguir políticas, visión, gestión y acciones de desarrollo turístico sostenible y que estas tengan cumplimiento en Imbabura

### 2.3.5 NORMA Y REGLAMENTO DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO.

El reglamento estipulado por el ministerio de turismo para la obtención del permiso de funcionamiento para campamento.

Art. 12.- Clasificación de alojamiento turístico y nomenclatura.

Los establecimientos de alojamiento turístico se clasifican en:

- a) Hotel H
- b) Hostal HS
- c) Hostería HT
- d) Hacienda Turística HA
- e) Lodge L
- f) Resort RS
- g) Refugio RF
- h) Campamento Turístico CT
- i) Casa de Huéspedes CH

(Ministerio de Turismo, 2016)

Este artículo especifica la clasificación que existe dentro de la prestación del servicio de alojamiento dentro de este están el hotel, hostal, hostería, hacienda turística, lodge, resort, refugio, campamento turístico y casa de huéspedes.

Artículo 12.- especificación literal f.)

f) Campamento turístico. - el concepto de campamento turístico el cual menciona que el servicio de hospedaje se brinda en tiendas de campaña en zonas naturales y en un área abierta con el cubrimiento de las necesidades básicas. (Ministerio de Turismo, 2016).

#### 2.3.5.1 REGLAMENTO DE CAMPAMENTO TURÍSTICO

1. Área de estacionamiento, 60% de acuerdo con 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.
4. Sistema de drenaje de aguas lluvias.
5. Pozos sépticos para descargas de baños.
6. Sistema de recolección y disposición de desechos sólidos (AHOTEC, 2015).

Estas son especificaciones de las instalaciones generales con las cuales debe contar el área donde se va a realizar el sitio de camping.

#### 2.3.5.2 REQUISITOS PARA EL ÁREA DEL CLIENTE PARA CAMPAMENTO.

1. Área de recepción y administración.
2. Tomacorrientes.
3. Servicio de atención al cliente 12 horas.
4. Servicio de guardianía 24 horas.
5. Croquis o plano de ubicación del campamento turístico, sus instalaciones y sitios de visitas.
6. Casilleros de seguridad.
7. Bodega de implementos.
8. Utilería de limpieza y mantenimiento (AHOTEC, 2015).

Estas son especificaciones con las cuales debe contar el área donde se va a estar los clientes dentro del servicio de camping.

### 2.3.5.3 REQUISITOS DEL ÁREA DE CAMPAMENTO.

1. “Lavadero de ropa alrededor del campamento turístico.
2. Área de manipulación de alimentos.
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”(AHOTEC, 2015).

Estas son especificaciones de con las cuales debe contar el área de campamento donde se va a realizar el sitio de camping.

### 2.5.3.4 REGISTRO DE ESTABLECIMIENTOS TURISTICOS.

Para obtener el permiso de funcionamiento el Ministerio de Turismo, (2019) ha establecido unos reglamentos según el tipo de persona natural.

Requisitos: Personas Naturales

1. “Solicitud mediante oficio de recategorización al Ministerio de Turismo más cercana.
2. Certificado de Registro de Turismo
3. Inventario de los activos de la empresa
4. Declaración de activos fijos para la Contribución de Uno por Mil
5. Cumplimiento de requisitos específicos según la categoría a la que quiera postular” Ministerio de Turismo, (2019).

## CAPITULO III

### 3. METODOLOGIA

#### 3.1 Tipos de investigación

La metodología utilizada para la elaboración del proyecto fue cualitativa y cuantitativa, porque se estudia el concepto de experiencias y comportamientos a la interrelación y el cálculo de valores por la recolección de datos para la obtención de datos numéricos y estadísticos.

- Cualitativo: mediante entrevistas se determina las características de preferencia en servicios a consumir.
- Cuantitativo: mediante las encuestas se determina las características de del comportamiento estadístico de la gente y el nivel de aceptación del producto.

#### 3.2 Métodos de investigación

Hay diferentes tipos de métodos de investigación aplicables, se hará referencia en esta ocasión al modo analítico – sintético e Inductivo – Deductivo.

##### 3.2.1. Método analítico

El método analítico es aquel que diferencia las partes de un todo y procede a la revisión ordenada de cada uno de los elementos por separado.

Este método es ventajoso cuando se llevan a cabo trabajos de investigación documental, que consiste en revisar en forma separada toda la recolección del material necesario para la investigación. (Maya, 2014)

### 3.2.2. Método sintético

Es el que analiza y sintetiza la información seleccionada, lo que permite ir estructurando las ideas. Se trata de las características de la lógica deductiva e inductiva, que metodológicamente se definen como operaciones intelectuales en sentido opuesto. (Maya, 2014).

Este método es útil para obtener y ordenar toda la información acerca de tema de alojamiento y principalmente de campamentos de lujo, también obtener información sobre las diferentes actividades y servicios que ofrecen dentro de un *glamping*.

### 3.2.3. Método deductivo

Es una forma de razonamiento que parte de una verdad universal para obtener terminaciones particulares. En la exploración científica, este método tiene una reforzada función encubrir consecuencias desconocidos de principios destacados el método deductivo se contrapone a la inducción. (Maya, 2014)

### 3.2.4 Método inductivo

Es el razonamiento mediante el cual, a partir del análisis de hechos singulares, se pretende llegar a leyes. Es decir, se parte del análisis de ejemplos concretos que se descomponen en partes para posteriormente llegar a una conclusión. En ello se iguala al método analítico descrito con anterioridad. (Maya, 2014)

Este método sirve para realizar un análisis y por ende una interpretación de todos los datos e información recogida esto para crear una idea clara de a dónde se quiere llegar y cuáles de las características de los emprendimientos investigados sirve para la creación de un *glamping* en Pondo Wasi.



### 3.3 Técnicas de recolección de datos

Las técnicas son el conjunto de medios a través del cual se efectúa el método y solo se aplica a una ciencia, la diferencia entre método y técnica es que el método es el conjunto de pasos y etapas que debe cumplir una investigación y esta se aplica en varias ciencias mientras que la técnica es el conjunto de instrumentos en el cual se efectúa el método.

- La técnica de campo según (Ramos, 2016) permite la observación en contacto directo con el objeto de estudio y el acopio de testimonios que permitan confrontar la teoría con la práctica en la búsqueda de la verdad objetiva.

### **3.4 Instrumentos de investigación**

#### 3.4.1 Estudio de mercado

En un estudio técnico de (ESPE, 2020) se menciona que el estudio de mercado es un instrumento de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán desarrollados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto o servicio dentro del mercado.

##### 3.4.1.1 La encuesta

La encuesta es una técnica de recolección de información de interés sociológico mediante un cuestionario previamente elaborado, mediante el cual se puede conocer la opinión o valoración de la persona seleccionada en una muestra sobre un asunto dado.

En la encuesta al contrario de la entrevista, el encuestado lee previamente el cuestionario y lo responde por escrito. Las respuestas se exigen del modo especial y se determinan del mismo modo las posibles variables de respuestas estándares, lo que facilita la evaluación de los resultados por métodos estadísticos.

- **Cuestionario de la encuesta**

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS**

**CARRERA DE INGENIERA EN TURISMO ENCUESTA**

Objetivo: La presente encuesta tiene como fin recopilar información sobre el perfil del turista que podría visitar el atractivo turístico en la parroquia de Angochagua en la provincia de Imbabura.

**GLAMPING: Combinación de la experiencia de acampar al aire libre con el lujo y las condiciones propias de los mejores hoteles.**

✓ **Edad**

- De 18 a 25
- De 26 a 35
- De 36 a 50
- De 50 en adelante

✓ **Genero**

- Masculino
- Femenino
- LGBT

✓ **Lugar de procedencia**

Nacional \_ \_ \_ \_ \_

Internacional \_ \_ \_ \_ \_

✓ **Nivel de instrucción**

- Primaria
- Secundaria
- Superior
- Ninguno

✓ **Nivel de ingresos económicos**

Menos de 200 USD

De 200 a 400 USD

De 400 a 600 USD

Más de 600 USD

**1. ¿Cuál es el motivo de su último viaje?**

Turismo

Negocios

Estudios

**2. ¿Con que personas viaja habitualmente?**

Visita familia o amigos

Pareja

Familia

Amigos

Solo

**3. ¿Le gustaría realizar *glamping* al aire libre en la parroquia de Angochagua?**

- 1 día
- 1 – 3 días
- 4 – 6 días
- Más de 6 días

**4. ¿Estaría interesado en hospedarse en la parroquia de Angochagua, en un lugar que cuente con una infraestructura de lujo, con una alta calidad de servicios y principalmente que tenga contacto directo con la naturaleza?**

- Si
- No

**5. Califique de acuerdo al nivel de importancia, las siguientes características en un sitio de hospedaje.**

**Siendo 1 el menos importante y 6 el más importante.**

	1	2	3	4	5	6
Limpieza	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ubicación	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Variedad en el menú	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Atención al cliente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Precio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Comodidad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**6. ¿Conoce o ha escuchado hablar del centro turístico Pondo Wasi, ubicado en la parroquia Angochagua?**

- Si
- No

**7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio de alojamiento en *glamping* por día?**

- De 45 a 75 USD.
- De 75 a 125 USD.
- Más de 125 USD.

**8. ¿Cuánto tiempo de su viaje dedicaría a realizar actividades turísticas en la parroquia de Angochagua?**

- 1 días
- 2 días
- 3 días o más

**9. ¿Mediante qué medio de comunicación prefiere obtener información de la comunidad y el *Glamping*?**

- Web
- Redes sociales
- Revistas especializadas
- Operadoras turísticas

**10. ¿Qué servicios complementarios y actividades le gustaría que brinde el lugar?**

**\* Puede elegir máximo tres opciones\***

- Alimentación
- Transporte
- Artesanías
- Comunicación e internet
- Servicios de salud
- Caminatas
- Ascensos al Imbabura y Cubilche
- Actividades con la comunidad
- Guianza turística
- Cabalgata y ciclismo

**11. ¿Cuál sería el tipo de *glamping* de su preferencia?**



Bubblesky



Tiendas safari



Tiendas de campaña



Casas domo



Autocaravana



Yurtas



Tipis



Cabañas de lona

### **3.5 Estudio Técnico**

Según (Universidad Nacional Autónoma de México, 2018) el estudio técnico conforma la segunda etapa de los proyectos de inversión, en el que se contemplan los aspectos técnicos operativos necesarios en el uso eficiente de los recursos disponibles para la elaboración de un bien o servicio deseado y en el cual se examinan la determinación del tamaño óptimo del lugar de producción, localización, instalaciones y organización requeridos

#### **3.5.1 La entrevista**

Como procedimiento científico para la recolección de datos, la entrevista hace referencia al proceso de interacción donde la información fluye de forma asimétrica entre dos roles bien diferenciados, de los que uno interroga y el otro responde (González Río, 1997: 154).

Si la entrevista busca el objetivo de adquirir información acerca de las variables de estudio, el entrevistador debe tener clara la hipótesis de trabajo, las variables y relaciones que se quieren mostrar; de esta forma se puede elaborar un cuestionario oportuno con preguntas que tengan un fin concreto y que son impredecibles para esclarecer la investigación.

## Cuestionario de entrevista 1

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS**  
**CARRERA DE INGENIERA EN TURISMO**  
**ENTREVISTA PROPIETARIO DE PONDO WASI**

**Objetivo:** Determinar la situación actual interna de Pondo Wasi, con el fin de conocer la aceptación que tendría el *glamping* como nuevo servicio al turista.

“Estudio De Factibilidad Para La Implementación De *Glamping* En Pondo Wasi Angochagua Imbabura”

1. ¿En qué consiste Pondo Wasi y quien lidera este proyecto?
2. ¿Cómo interviene este proyecto al desarrollo de su comunidad?
3. ¿Estaría usted interesado en desarrollar nuevas estructuras para el alojamiento dentro de su establecimiento? ¿Qué estructuras implementaría?
4. ¿Qué actividades turísticas ofrece dentro de su establecimiento?
5. ¿Cuál es el principal medio por el cual dan a conocer sus servicios a los turistas?
6. ¿Conoce o ha escuchado hablar de *glamping*?
7. ¿Usted considera que el *glamping* pueda ajustarse a su proyecto de cabañas?
8. ¿Cree usted que el *glamping* ayudaría a popularizar su emprendimiento turístico?
9. ¿Su establecimiento cuenta con espacio para implementar el servicio de *glamping*?
10. ¿Está dispuesto a colaborar en la diversificación de servicios que oferta?
11. ¿Cuál es el precio de un paquete para dos personas de 1 noche, que incluye alimentación y convivencia con la comunidad indígena?



## Cuestionario de entrevista 2

### UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

### FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS

### CARRERA DE INGENIERA EN TURISMO

### ENTREVISTA A ADMINISTRADOR DE SAMAY GLAMPING

**Objetivo:** Determinar el proceso, manejo, y la situación actual de Samay *Glamping*, con el fin de recopilar información sobre la aceptación del *glamping* en el Ecuador.

1. ¿Cómo surgió la idea del emprendimiento?
2. ¿Con qué fin se creó Samay *Glamping*?
3. ¿Cuánto tiempo llevo la creación del emprendimiento?
4. ¿Cuál fue la inversión inicial para la creación de este proyecto?
5. En cuanto al espacio que ocupa el emprendimiento ¿Cuál es su área geográfica?
6. ¿Quién lidera este proyecto?
7. En cuanto al recurso humano de su empresa, me podría informar ¿Cómo está conformado el organigrama de su emprendimiento?
8. ¿Cuál es la formación académica de la persona que lidera este proyecto?
9. ¿Cuál es la oferta turística del emprendimiento?
10. En cuanto a los turistas. ¿Su emprendimiento es consumido por extranjeros o nacionales?
11. ¿Dispone de habitación para personas con capacidades diferentes?
12. En cuanto a la variedad de habitaciones con las que cuenta. ¿Qué habitación prefieren los turistas?
13. ¿Las habitaciones cuentan con estándares de calidad? ¿Cuáles son estos?
14. ¿Cuáles son los medios de difusión utilizados para llegar a sus clientes?
15. ¿Cómo interviene este proyecto al desarrollo de la comunidad?
16. ¿La infraestructura utilizada para la implementación de tipis o burbujas fueron importadas o adquiridas en nuestro el país?

17. En cuanto a los materiales de construcción ¿Fueron reutilizados? ¿Son amigables con el medio ambiente?
18. En cuanto a la estructura de alojamiento con la que cuenta ¿a usted le interesaría desarrollar nuevas estructuras? ¿Cuáles serían?
19. Hablando de la integridad del turista ¿Cuáles han sido las medidas de seguridad que han implementado en el emprendimiento? Ej. cámaras de seguridad.
20. En cuanto a la ubicación del emprendimiento ¿Genera malestar encontrarse cerca del aeropuerto?
21. ¿Antes de crear *Samay Glamping* se estableció un plan de manejo ambiental?
22. Posterior a este plan de manejo ambiental, ¿se estableció un plan de mitigación de impactos ambientales?
23. ¿Cómo se manejan la basura, aguas residuales y servidas?
24. Errores cometidos en el proceso de la creación
25. Medidas de seguridad que han implementado por la situación actual, consejos.

### **3.6 Observación**

Este consiste en un registro sistemático del comportamiento utilizando las técnicas de observación el investigador participa mirando, registrando y analizando los hechos de interés, sin interferir la conducta que se está observando. (Fernández, 2005)

#### **3.6.1 Ficha de Observación.**

Según Fernández (2005). La observación como método para recolectar datos toma mucho tiempo, tanto si el investigador participa, como si no lo hace, en los hechos o acontecimientos observados. Primero, hay que tomar en cuenta el tiempo dedicado a la observación propiamente dicha, y a éste sumarle el tiempo que llevará la interpretación y el análisis de los datos.

## FICHA DE OBSERVACIÓN

Ilustración 3 Ficha de Observación

FICHA DE CARACTERIZACIÓN DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS											
<b>1. DATOS GENERALES</b>			<b>FECHA:</b>				<b>FICHA N°</b>			<b>IMAGEN</b>	
Nombre del atractivo o recurso: Público: ( X )    Privado: ( )    Comunal: ( )    Otra: Categoría: I    Tipo:    Subtipo:											
<b>2. UBICACIÓN</b>			<b>LATITUD:</b>				<b>LONGITUD:</b>				
Provincia:	Cantón:		Localidad:								
Calle:	Número:		Transversal:								
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>											
Nombre del poblado:    Distancia (Km):											
<b>CALIDAD</b>	<b>VALOR INTRINSECO</b>	<b>4. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO</b>									
		Altura:			Temperatura:			Latitud:			Longitud:
<b>CALIDAD</b>	<b>VALOR ESTRINSECO</b>	<b>5. USOS (SIMBOLISMO)</b>				<b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN</b>					
						Alterado ( )    No alterado ( ) Deteriorado( )    Conservado(x)    En proceso de deterioro ( ) Causas:					
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO</b>											
<b>APOYO</b>	<b>TIPO</b>	<b>SUBTIPO</b>	<b>ESTADO DE LAS VIAS</b>			<b>TRANSPORTE</b>	<b>FRECUENCIAS</b>				<b>TEMPORADA DE ACCESO</b>
	<b>TERRESTRE</b>	Asfaltado				<b>Bus</b>	<b>DIARIA</b>	<b>SEMANAL</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>EVENTUAL</b>	<b>DIAS AL AÑO</b>
		Lastrado				<b>Automóvil</b>					
		Empedrado				<b>4 x 4</b>					
		Sendero				<b>Bus</b>					
	<b>ACUÁTICO</b>	Marítimo				<b>Barco</b>					<b>HORAS AL DIA</b>
		Fluvial				<b>Bote</b>					
						<b>Canoa</b>					
					<b>Otros</b>						

	<b>8. RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS</b> Nombre de la ruta: Desde:                    Hasta:                    Frecuencia:                    Distancia:		
<b>APOYO</b>	<b>8.1 INFRAESTRUCTURA BÁSICA EXISTENTE</b>		
	Servicios de agua potable		( )
	Electricidad		( )
	Comunicación (Telefonía, celular)		( )
	Servicios higiénicos		( )
	Servicios de guías locales		( )
	Botes		( )
	Tiendas		( )
	Oficinas de turismo		( )
	Cancha de fútbol		( )
Otro: Senderos		( )	
<b>9. PRECIO</b> SI ( )                    NO ( )                    ENTRADA LIBRE ( ) <b>OBSERVACIONES:</b>			
<b>10. CONDICIONES DE USO</b>			
<b>11. DIFUSION DEL ATRACTIVO</b> Local                    ( )                    Nacional                    ( ) Provincial                    ( )                    Internacional                    ( ) Otros: _____			
<b>12. POTENCIALIDAD DE USO DEL RECURSO</b>			
<b>ACTIVIDADES TURÍSTICAS</b>	<b>LUGAR DONDE SE REALIZA LA ACTIVIDAD</b>	<b>TEMPORABILIDAD</b>	
<b>13. ATRACTIVO.</b>			

Fuente: Ministerio de turismo

### **3.7 Población y muestra.**

La población seleccionada para este proyecto son los consumidores de los servicios turísticos en la parroquia de Angochagua, tomando como primer mercado consumidor a los pobladores de la ciudad de Ibarra, y como mercado potencial a los pobladores de las ciudades de Otavalo y Quito.

El tipo de muestra utilizada para este proyecto fue no probabilístico y a conveniencia ya que se tomó en consideración la presencia de turistas que ingresaron en el periodo de 60 días respondiendo a los meses de enero y febrero del año 2020 y se llevó a cabo mediante encuestas a los visitantes y observación directa en los atractivos más cercanos.

Se realizó el cálculo correspondiente y dio como resultado un total de 341 personas encuestado.

## CAPÍTULO IV

### 4. ESTUDIO DE MERCADO

#### 4.1 Resultados y discusión

Con la aplicación de los instrumentos de investigación se espera obtener información concreta con respecto a los intereses de la oferta y demanda, aplicando la encuesta se determinará el segmento de mercado y los clientes potenciales, a su vez generará ideas para el diseño del producto. La entrevista ayudará a determinar costos y requisitos para la complementación adecuada del *glamping* y con la ficha de observación se obtendrá información fundamental sobre los atractivos turísticos cercanos al establecimiento.

Según el Ministerio de turismo (2018) Angochagua es una de las parroquias menos visitas del Cantón Ibarra, cuya afluencia de turistas se observa principalmente en feriados de Carnaval y fiestas de Inti Raymi.

Los turistas que pernoctan parroquia son mayormente personas con procedencia de la ciudad de Quito y la ciudad de Ibarra.

La parroquia de Angochagua no ha contado con información verídica sobre el ingreso de turistas en los últimos cinco años por lo cual en el año 2019 Mejía. P, Cadena. Se realizaron una serie de entrevistas a diferentes autoridades y dueños de establecimientos turísticos. Con lo cual se determinó de forma cualitativa las características que tienen los viajeros nacionales y extranjeros que visitan esta parroquia con lo que se logró establecer cuál es el perfil del turista.

Tabla N°1 Perfil del visitante nacional que visita Angochagua

*Tabla 1 Perfil visitante nacional*

Perfil del visitante nacional de la parroquia de Angochagua	
Lugar de procedencia	Quito /Ibarra
Edad	30 años en adelante
Frecuencia de viaje	1 vez por año / vacaciones / salidas académicas
Motivo de visita	Conocimiento de cultura, naturaleza. Gastronomía
Actividades	Caminatas, observación de flora y fauna y convivencia
Motivación	Turismo natural y cultural
Permanencia en el lugar	Dos días
Medio de transporte	Medios propios
Gasto promedio	15 – 20 dólares
Conocimiento del lugar	Redes sociales
Satisfacción del visitante Costo – beneficio	Satisfactorio

*Elaborado por: Mejía. P, Cadena. S (2019) Pag: 66*

El perfil del turista nacional que visita la parroquia de Angochagua muestra que tiene una edad superior a los treinta años, tiene una procedencia de las ciudades de Quito e Ibarra, este turista visita al menos una vez al año la parroquia y se siente motivado en su viaje por temas de gastronomía, naturaleza y conocimiento cultural.

La pernoctación del turista nacional es de dos días aproximadamente y se dirige al sitio con un medio de transporte propio, el gasto promedio del turista nacional está entre los quince a veinte dólares, los cuales son invertidos en temas de alimentación y recreación que tuvieron conocimiento por medio de las redes sociales.

El turista que visita la parroquia de Angochagua se siente satisfecho con la inversión realizada en actividades turísticas, estado estable la balanza de costo – beneficio.

Tabla N°2 Perfil del visitante extranjero que visita Angochagua

Tabla 2 Perfil turista internacional

Perfil del visitante extranjero		
Lugar de procedencia	Francés	Británico
Edad	20 a 29 años	
Frecuencia de viaje	Una sola vez	
Motivo de visita	Vacaciones, recreo u ocio	
Actividades	Actividades culturales	Caminatas, deportes extremos
Motivación	Turismo cultural	Turismo de aventura-ecoturismo
Permanencia en el lugar	Dos a tres días	
Medio de transporte	Agencia de viajes-Tours	
Gasto promedio	Menos de 1000 dólares	
Conocimiento del lugar	Redes sociales	
Satisfacción del visitante costo-beneficio	Satisfactoria	

Elaborado por: Mejía. P, Cadena. S (2019) Pag: 67

El perfil del turista extranjero que visita la parroquia de Angochagua proviene principalmente de Francia y el Reino Unido, tiene una edad estimada de veinte y veintinueve años, visita una sola vez en su vida la parroquia de Angochagua con la su principal motivación el ocio, recreo y vacaciones, donde realiza convivencia en las comunidades con temas relacionados a la cosmovisión andina, actividades deportivas tales como caminatas y turismo de aventura las cuales se encuentran en la nominación de turismo cultural , turismo de aventura y ecoturismo.

El turista extranjero pernocta de dos a tres noches en la parroquia de Angochagua y realiza su acercamiento a la parroquia por intermedio de agencias de viajes o tours, el turista extranjero tiene una gran capacidad de gasto por lo cual el promedio de este mismo se estima que esta entre los mil dólares invertidos en temas de hospedaje, alimentación, recreación y transporte.



El turista extranjero que visita la parroquia de Angochagua tuvo conocimiento de este lugar por medio de las redes sociales y se siente complacido con la inversión en actividades turísticas realizadas en la parroquia.

## 4.2 Segmentación de mercados

Tabla 3 Segmentación de mercado

<b>SEGMENTACIÓN DE MERCADOS</b>			
<b>Producto turístico: Estudio de factibilidad para la implementación de <i>glamping</i> en Pondo Wasi. Imbabura/Ecuador</b>			
<b>Segmentación Geográfica</b>			
<b>Variable</b>		<b>Número</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>País:</b>	Ecuador	327	100%
<b>Región:</b>	Sierra	305	93%
<b>Provincia:</b>	Imbabura	149	46%
<b>Provincia:</b>	Pichincha	138	42%
<b>1er Resultado:</b>			
<b>149 personas de la provincia de Imbabura</b>			
<b>138 personas de la provincia de pichincha</b>			
<b>287 total</b>			
<b>Segmentación Demográfica</b>			
<b>Variable</b>		<b>Número</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Género:</b>	Femenino y Masculino	287	100%
<b>Edad:</b>	18 – 35	264	92%
<b>Instrucción:</b>	Superior	232	81%
<b>Ingresos:</b>	Menos de \$200 hasta \$400	172	60%

<b>2do Resultado:</b>			
<b>148 mujeres y 139 hombres que viven en la provincia de Imbabura y Pichincha, de 18 a 35 años de edad que son solteros, que trabajan y ganan entre 200 a 400Usd.</b>			
<b>Segmentación Psicográfica</b>			
<b>Variable</b>		<b>Número</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Nivel Socioeconómico</b>	Medio	114	40%
<b>3er Resultado: 59 Mujeres y 55 hombres que viven en las provincias de Imbabura y Pichincha de 18 a 35 años de edad que son solteras, que trabajan y ganan más de \$400 y que pertenecen a un nivel socioeconómico medio.</b>			
<b>Segmentación Conductual</b>			
<b>Variable</b>		<b>Número</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Motivación de viaje</b>	Turismo	163	57%

Elaboración propia.

### 4.3 Diseño de la investigación de mercados

La investigación descriptiva ayudará a recolectar información del tema de estudio Según Cesar Bernal (2016), consiste en el análisis de la información escrita sobre un tema en específico, con el propósito de establecer diferencias, etapas, posturas o el estado actual de conocimiento en base al tema de objeto de estudio. También ayudará a tener el valor correcto para calcular el porcentaje de unidades de la población, que en este caso es la visita de turistas a la parroquia Angochagua, para así poder determinar las características más relevantes para los turistas en el servicio de *glamping*.

#### 4.3.1 Tipo de muestreo y cálculo de la muestra.

Para este proyecto se ha tomado como referencia el muestreo no probabilístico, en el cual se escogió solamente un segmento de turistas, que son las personas que visitan la parroquia de Angochagua siendo en su mayoría nacionales con una pequeña presencia de turistas extranjeros.

#### 4.3.2 Instrumentos de recolección de datos.

Los instrumentos utilizados para la recolección de datos fueron las encuestas: para saber a qué segmento de mercado dirigirse, y las entrevistas que se realizaron con el fin de incorporar información sobre el funcionamiento de los prestadores de servicios hoteleros.

#### 4.3.3 Diseño de la encuesta

Se elaboró una encuesta dirigida a los turistas que visitan la parroquia de Angochagua, a través de la cual se llegó a conocer y determinar el mercado objetivo que podría consumir el servicio de *glamping*.

#### 4.3.4 Resultado de la encuesta

La encuesta tuvo como resultado la determinación del posible perfil de consumidor del producto de *glamping* en Pondo Wasi. El 80% de los encuetados son personas que ya conocen los servicios ofrecidos por esta empresa, con esto el nivel de aceptación para el alojamiento en un domo geodésico al estilo de *glamping* tuvo el 94% de aceptación.

Las personas que consumirían este producto tienen una edad entre los 20 a 35 años y pertenecen a una clase social media alta, el mayor número de personas viven en las ciudades de Quito e Ibarra y estarían dispuestos a pagar por este servicio de \$75 a \$125 dólares por el servicio de alojamiento en *glamping*.

#### 4.3.5 Diseño de la entrevista

La entrevista se estructuró para dos prestadores de servicio hotelero, el administrador de *Samay Glamping* y de *Pondo Wasi*, con el fin de adquirir información concreta y enriquecedora sobre el funcionamiento y desarrollo de sus emprendimientos.

#### 4.3.6 Resultado de la entrevista

La entrevista demostró el interés que tiene el propietario de *Pondo Wasi* por desarrollar la idea. Aprovechando el entorno paisajístico se puede tener éxito al implementar el *glamping* ya que en actualidad con las nuevas normas de bioseguridad tras la aparición del virus del Covid las personas buscan destinos que no tenga aglomeración de personas los cuales se encuentran en zonas rurales y naturales. El *glamping* es una iniciativa para la reactivación del turismo seguro ya que cada domo estaría ubicado en un lugar estratégico en un entorno natural y alejado de la zona urbana.

#### 4.4 Análisis de la oferta

Para el análisis de la oferta se ha tenido en cuenta el inventario de atractivos turísticos, la infraestructura turística y los servicios que se ofertan a la demanda.

Tabla. 1 análisis de la oferta en Angochagua

##### *Resumen de atractivos turísticos*

*Tabla 4 Análisis de la oferta*

<b>Nombre</b>	<b>Categoría</b>	<b>Tipo</b>	<b>Subtipo</b>
Volcán Imbabura	Sitio natural	Montañas	Volcán
Cerro Cubilche	Sitio natural	Montañas	Colinas
Cerro Cunro	Sitio natural	Montañas	Colinas
Lago Cubilche	Sitio natural	Lago	Ambientes lacustres
Cascada Ucu Faccha	Sitio natural	Cascadas	Ríos
Bordados de Zuleta	Manifestaciones Culturales	Etnografía	Bordados
Feria de bordados en Zuleta	Manifestaciones Culturales	Etnografía	Ferias y mercados

*Elaboración propia*

*Pondo Wasi* está ubicado en un lugar estratégico cerca a atractivos naturales como lo son Volcán Imbabura, Cerro Cubilche, Cerro Cunro, Lago Cubilche, Cascada Ucu Faccha, Algunos de estos atractivos cuenta con sitios panorámicos que ofrecen vista directa a la Laguna de Yahuarcocha, a las comunidades de Angochagua y a la ciudad de Ibarra.

Los Bordados de Zuleta y Feria de Bordados de Zuleta son atractivos turísticos culturales enfocados a las artesanías realizadas por manos de mujeres zuleteñas donde se ofertan productos con técnicas ancestrales además de charlas de cosmovisión andina.

#### 4.4.1 Oferta hotelera

Para determinar la cantidad de turistas que visitaron estos establecimientos, se tomó como referencia los indicadores turísticos en tema de alojamientos del año 2019 publicada por el Ministerio de turismo, la cual determinó los hoteles de 5 estrellas tienen una tasa de ocupación del 61,3% y los hoteles de 4 estrellas una tasa de ocupación del 48,6%. (Ministerio de turismo, 2019) con este dato se realizó el cálculo en el cual se le multiplica la tasa de ocupación al número de capacidad hotelera anual que tiene cada uno de los establecimientos.

Fórmula:

Capacidad Hotelera anual = capacidad diaria \* 365 días(año 2019)

Cantidad de turistas anual = Capacidad hotelera anual \* 61,3% (hoteles 5 estrellas)

Capacidad hotelera anual \* 48,6% (hoteles 4 estrellas)

Tabla. 2 oferta hotelera en Angochagua

Tabla 5 Oferta hotelera en Angochagua

Nombre	Tipo	Ubicación	Cant. de Hab	Cap. Hotelera anual * Tasa de Ocup anual	Cant. de Turistas anual	Estrellas	Url Info
"Hacienda Zuleta"	Hotel	0.205866,- 78.070738	21	(60*365)*61,3%	13424	5	<a href="https://n9.cl/zuleta">https://n9.cl/zuleta</a>
"Quinta San Clemente"	Hostería	0.297580,- 78.118455	12	(34*365)*48,6%	6031	4	<a href="https://cutt.ly/ifgNxRf">https://cutt.ly/ifgNxRf</a>
"Hostal Casa Aida"	Hostal	0.285574,- 78.109665	8	(21*365)*48,6%	3725	3	<a href="https://n9.cl/haida">https://n9.cl/haida</a>
"Hacienda la Merced baja"	Hostería	0.195421,- 78.091700	6	(14*365)*48,6%	2483	4	<a href="https://n9.cl/hmercedb">https://n9.cl/hmercedb</a>
"Casa Suaya"	Hotel Boutique	0.293006,- 78.121792	5	(12*365)*48,6%	2128	3	<a href="https://n9.cl/csuaya">https://n9.cl/csuaya</a>
"Sisary Wasi"	Casa rural	0.309093,- 78.103295	3	(15*365)*48,6%	2660	3	<a href="https://n9.cl/sisaryw">https://n9.cl/sisaryw</a>

*Elaboración propia*

En cuanto a la competencia se puede encontrar en un radio de 5Km al menos seis establecimientos que ofertan el servicio de alojamiento dentro de los cuales se

puede resaltar la "*Hacienda Zuleta*" ya que es el hotel más representativo en la provincia y aporta a la llegada de turistas internacionales y nacionales a la zona. Seguidamente, hosterías tales como "*Hacienda La Merced Baja*" en la cual se ofertan servicios basados en la identidad histórica y cultural en actividades como la ganadería y agricultura; La "*Quinta San Clemente*" es una hostería que cuenta con diversos servicios entre los principales el salón de eventos, la piscina cubierta, parque infantil y un restaurante. También se encuentran establecimientos que ofertan alojamiento que cuentan con infraestructuras llamativas las cuales las hace más accesible a una experiencia al entorno natural, como "*Casa Suaya*" que oferta servicios de cocina al horno tradicional, senderismo, ciclismo y cuenta con piscina. "*Sisary Was*" es una casa rural ubicada en un entorno natural cuenta con instalaciones accesibles que permiten disfrutar del recurso paisajístico de la zona. Por último, se encuentra "*Hostal Casa Aida*", en este se ofrece el servicio de hospedaje a bajo costo cumpliendo con los estándares de calidad básicos.

Los precios del servicio de alojamiento que ofertan estos establecimientos van desde \$20 dólares en el caso más económico Hostal Casa Aida, \$100 dólares a nivel intermedio Hacienda la Merced, y \$500 dólares en el caso más costoso Hacienda Zuleta.

Se puede concluir a partir del análisis de la oferta que los potenciales competidores son la "Hacienda Zuleta" por contar con el reconocimiento de varios años en la industria hotelera, al igual que se ha caracterizado por ofrecer la mejor atención y la más amplia gama de servicios, por lo cual cuenta con 5 estrellas en el área de la

hotelería, “Casa Suaya” es la competencia principal porque oferta servicios similares a *Pondo Wasi* y es la que geográficamente está más cerca.

Tabla. 3 proveedores turísticos de Pondo Wasi

### Proveedores

*Tabla 6 Proveedores de Pondo Wasi*

<b>Nombre</b>	<b>Tipo de producto</b>	<b>Ubicación</b>	<b>Observaciones</b>
<b>Latitud 0</b>	Agencia operadoras de viajes	Mallorca N24- 500 y Francisco Salazar Quito	Empresa privada, mantiene acuerdos de palabra.
<b>Alpine tour</b>	Agencia operadoras de viajes	Pakistán	Empresa privada, mantiene acuerdos de palabra.
<b>Valpolice tour</b>	Agencia de viajes	Suiza	Empresa privada, mantiene acuerdos de palabra.
<b>Impacto travel</b>	Agencia operadoras de viajes	Paris N40-13 y Gaspar de Villarreal Edif. Vireri Piso 2 Quito	Empresa privada, mantiene acuerdos de palabra.
<b>La mayorista de viajes</b>	Agencia de viajes	Psj. Carlos Tamayo E10 05 y Av. 6 de diciembre Quito, Ecuador.	Empresa privada, mantiene acuerdos de palabra.
<b>Infinite travel</b>	Agencia de viajes	Obelisco, Av. Mariano costa y Chica Narváez	Empresa privada.

*Elaboración propia*

Las agencias de viajes operadoras que difunden a *Pondo Wasi* son Latitud 0, Impacto Travel, y la Mayorista, dichas empresas son ecuatorianas, mientras que *Alpine Tour* y *Valpolice Tour* son agencias de viajes extranjeras, todas estas empresas privadas han generado un acuerdo de palabra, incluyendo beneficios mutuos, mientras que la agencia de viajes dual *Infinite Travel* se encuentra



asociada directamente con *Pondo Wasi* ya que su dueño Alexis Criollo cuenta con acciones en dicha institución.

#### 4.5 Proyección de la oferta

La proyección de la oferta se realiza a partir de la cantidad promedio de turistas anuales que utilizan los servicios de las empresas de competencia.

*Tabla 7 Proyección de la oferta*

<b>Nombre del establecimiento</b>	<b>Cant. de turistas 2019</b>	<b>Promedio anual</b>
"Hacienda Zuleta"	13424	
"Quinta San Clemente"	6031	
"Hostal Casa Aida"	3725	
"Hacienda la Merced baja"	2483	
"Casa Suaya"	2128	
"Sisary Wasi"	2660	
<b>Total</b>	<b>30451</b>	<b>5075</b>

*Elaboración propia*

A continuación se procede a proyectar la oferta futura para los próximos 5 años que es la vida del proyecto, utilizando la fórmula de Muñoz (2014, p.14):

$$C_n = C_o(1 + i)^n$$

Dónde:

C<sub>n</sub>= Oferta futura

C<sub>o</sub>= Oferta actual

i= Tasa de crecimiento

n= Año proyectado

*Tabla 8 Oferta futura de glamping*

<b>Años</b>	<b>Oferta C<sub>n</sub>= (5075+11%) ^1</b>
<b>0</b>	5075
<b>1</b>	5633
<b>2</b>	6252
<b>3</b>	6940
<b>4</b>	7704
<b>5</b>	8551

*Elaboración propia*

Para el analizar la proyección de la oferta para cinco años se tomó la tasa de crecimiento del turismo en Ecuador la cual fue de un 11% en el año 2018 (Ministerio de turismo, 2019). Por lo cual se determinó que la oferta futura será en el primer

año de 5633 turistas, el segundo año 6252, el tercer año 6940, el cuarto año 7704 y para finalizar en el quinto año 8551 turistas.

#### 4.6 Análisis de la demanda

(ETZEL,2019) "Demanda es la expresión de la forma en la cual la comunidad desea sus recursos. Con el objetivo de satisfacer sus necesidades, buscando maximizar su utilidad, bienestar y satisfacción"

Para determinar la demanda potencial se han tomado en cuenta dos aspectos importantes: el mercado meta resultante de la segmentación de mercados y el porcentaje de consumidores que muestran preferencia por el producto

Tabla

Demanda potencial del estudio de factibilidad para la implementación de *glamping* en Pondo Wasi, parroquia Angochagua

*Tabla 9 Demanda potencial*

Población mercado objetivo de la parroquia de Angochagua	30451
% de intención de compra de producto	94%
<b>DEMANDA POTENCIA</b>	<b>28623</b>

*Elaboración propia*

Los turistas que realizan turismo en Angochagua están representados en su gran mayoría por personas de ciudades aledañas, principalmente de Otavalo, Ibarra y Quito, que prefieren hacer turismo interno. La potencial demanda de *glamping* es de 30451 aproximadamente, con un nivel de aceptación con un porcentaje del 94%.

## 4.7 Demanda insatisfecha

### Proyección de la demanda insatisfecha

Tabla.

*Proyección de la demanda insatisfecha del estudio de factibilidad para la implementación de glamping en Pondo Wasi, parroquia Angochagua*

*Tabla 10 Demanda insatisfecha*

<b>Año</b>	<b>Demanda potencial</b> <b>30451*1.11=</b>	<b>Competencia</b>	<b>Demanda insatisfecha</b>
Año1	33800	5633	28167
Año 2	37518	6252	31266
Año 3	41645	6940	34705
Año 4	46226	7704	38522
Año 5	51310	8551	42759

*Elaboración propia*

Posterior al análisis se ha llegado a la conclusión que la demanda insatisfecha proyectada a cinco años tiene como resultado en el primer año 28167, el segundo año 31266, el tercer año 34705, el cuarto año 38522 y para finalizar en el quinto año 42759 personas posiblemente estarán insatisfechas.

#### 4.8 Demanda objetiva proyectada

La recomendación es semejante a la anterior.

Tabla.

*Proyección de la demanda objetiva*

*Tabla 11 Demanda proyectada objetiva glamping*

<b>Año</b>	<b>Demanda insatisfecha</b>	<b>Demanda objetiva</b>
Año 1	28167	2253
Año 2	31266	2501
Año 3	34705	2776
Año 4	38522	3081
Año 5	42759	3420

*Elaboración propia*

Para la demanda objetiva proyectada se toma el 8% de demanda a captar ya que la capacidad de carga máxima anual para la implementación de *glamping* es de 3650 personas (10 pax \* 365 días del año) por año. Generando como resultado que en el primer año existan 2253 personas, en el segundo 2501 y en el tercero 2776. Para el cuarto y quinto año se prevee un aumento más notorio hasta 3081 y 3420 respectivamente.

## CAPITULO V

### 5. ESTUDIO DE TÉCNICO Y ORGANIZACIONAL

#### 5.1 Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto

##### 5.1.1 Macro localización

Este proyecto estará ubicado geográficamente en Ecuador dentro cantón de Ibarra.

El Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Ibarra (2020) menciona que San Miguel de Ibarra, capital de la provincia de Imbabura. Del noreste de Quito tiene 115km de distancia y de la ciudad de Tulcán tiene una altitud de 2.225 m.s.n.m. Esta ciudad tiene un clima agradable, seco templado, la temperatura varía generalmente de 13°C a 24°C y esporádicamente baja a menos de 11°C o se eleva a 26°C. (Pág.25).

##### 5.1.2 Micro localización

El proyecto se encontrará ubicado geográficamente en la parroquia de Angochagua

Según el Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la parroquia de Angochagua (2015) Se encuentra limitada al norte con la cabecera cantonal Ibarra y la parroquia La Esperanza; al sur con la parroquia de Olmedo, el cantón Cayambe y la provincia de Imbabura; al este con las parroquias San Pablo, Gonzales Suarez y el Cantón Otavalo; al oeste parroquia Mariano Acosta, Cantón Pimampiro (Pág.5)

La implementación de *glamping* se realizará en Pondo Wasi un establecimiento ubicado a 10 minutos de la parroquia La Esperanza y a 15 minutos de Zuleta, exactamente en las siguientes coordenadas 0.252477, -78.096316.

## 5.2 Identificación y descripción de los procesos

Para la implementación de *glamping* en *Pondo Wasi* (*wasi* en lengua quechua significa casa) se han tomado en cuenta los resultados obtenidos de la encuesta, de la cual se determinó que el domo geodésico es el tipo de infraestructura que prefiere el turista. En estas instalaciones se camas matrimoniales, combinando el lujo con lo ancestral. La base de la cama estará elaborada de totora y su colchón será ortopédico. También se innovará en la decoración utilizando productos de la zona y además se mantendrá la temática ya establecida por *Pondo Wasi*, que emplea pundos de decoración, y los reconocidos bordados de Zuleta. En los baños se implementarán todos los amenities necesarios para la comodidad del cliente, con decoración en paredes de bambú ducha con puertas de vidrio y en el piso se colocará piedra de río. Toda la habitación estará alumbrada por luces led de piso.

Teniendo en cuenta que cada detalle en el área de hospedaje es importante, en cada habitación como bienvenida se colocará un detalle floral y frutal, y para parejas se obsequiará una botella de vino, además se ambientará con velas y decoración floral para crear un ambiente romántico.

Este campamento estará dirigido a parejas y grupos de amigos. Se ofertarán diferentes actividades de su preferencia, como senderismo, en el que el huésped se mantendrá en contacto directo con la naturaleza, pesca deportiva en la comunidad La Rinconada y cabalgatas en la comunidad La Magdalena. Para estas actividades se requerirá de una reserva previa, ya que son servicios que se ofertan en las comunidades, ajenas a *Pondo Wasi*.

Con el consumo de estos servicios se generarán aportes económicos a los emprendimientos comunitarios. También existirán actividades enfocadas a la salud, como medicina ancestral y alternativa y rituales de temascal, ayahuasca y bebida ancestral San Pedro, dirigidos todos por el Taita. Se trata de una persona con más de 30 años de conocimiento en el tema. La esta actividad se la llevará a cabo con un número de 8 a 15 personas. Además, habrá oferta de masajes con piedras volcánicas realizado por una masajista profesional en la propia habitación que utilizan los huéspedes.

En cuanto a la alimentación se ofertará un menú de comida tradicional ya existente en la localidad, el conocido asado de borrego, de mucha aceptación en la zona por su alto contenido de proteínas, hierro, vitamina B, B1, B6 y B12. Es además un alimento bajo en grasas, que se complementa perfectamente con la chicha de jora. También se ofertará el plato típico de los Andes, importante en la cosmovisión andina, la pachamanca, que será ofertada para grupos a partir de 6 pax, con previa reservación y en fechas especiales como el *Pawkar Raymi*, *Inti Raymi*, *el Koya*, y *Kayak Raymi*, festividades importantes en conmemoración de la Pachamama o madre tierra. Además, en el menú existirá una variedad de alimentos al gusto de los clientes, siempre con la utilización de productos 100% naturales.



### 5.2.1 Caracterización y diseño del producto/servicio

*Pondo Wasi* ha estado funcionando desde los inicios del año 2017, ofertando el servicio de alimentación, hospedaje y experiencias culturales; sin embargo, al innovar con el servicio de *glamping* se añadirán propuestas nuevas en actividades para el disfrute y esparcimiento del huésped.

- **Hospedaje (*Glamping*)**

El campamento contará con 4 domos cada una con capacidad para 2 y 3 personas, con camas de dos y media plazas. Cada tienda de campaña estará hecha de material PVC / TPU, y para el marco de entrada de lona de PVC / TPU. Dispondrá de algunos detalles para la comodidad del huésped entre ellos baño privado, mini cafetera, sandwichera, dispensador de agua, mini nevera y asador.

Medicina ancestral ofertada en Pondo Wasi

Estas actividades son dirigidas y supervisadas por un *Shaman* denominado Taita, de origen boliviano, con 30 años de experiencia en llevar acabo estos rituales.

- **Ritual de Temazcal**

El ritual de temascal es una actividad ofertada con previa reserva en paquetes para 8 a 12 personas máximo. Se trata de un baño de vapor con fines terapéuticos, higiénicos y rituales, el cual tiene grandes beneficios como el relajamiento del sistema muscular, corrige problemas de circulatorios, úlceras varicosas, adormecimientos de manos y pies, presión alta o baja, facilita la desintoxicación del cuerpo, estimula la regeneración de la piel, limpia y descongestiona los canales y paranasales, alivia el estrés, el insomnio y la tensión

nerviosa. El insumo principal para esta actividad son 8 rocas minuciosamente seleccionadas de la zona, y eucalipto en rama y aceite.

- **Ritual con Ayahuasca**

El ritual con ayahuasca es ofertado en un paquete para 12 pax, consumido en su mayoría por turistas extranjeros por ser empleada para tratar la depresión y las adicciones. Esta bebida lisérgica es parte de la medicina tradicional amazónica, se prepara con la mezcla de plantas, la enredadera de ayahuasca, una especie de liana, un arbusto con hojas verdes denominado chacruna que contiene un potente alucinógeno.

- **Ceremonia con la planta San Pedro**

Ceremonia con la planta San Pedro, es ofertada en las instalaciones, consumida por sus reconocidos beneficios como purga, limpieza física y psicológica, adicciones y toxicomanías, autoconocimiento, autoevaluación, autoanálisis, antiestrés relajante, puede curar el insomnio y ayuda a la regresión o introspección, hecha a partir de un cactus del mismo nombre. Posee la particularidad de tener facultades psicoactivas y generar efectos enteógenos en las personas debido a la cantidad de mezcalina que posee.

### **En actividades de recreación deportiva ofertadas:**

- **Senderismo**

En la actividad de senderismo se podrán recorrer diferentes senderos que llevan atractivos naturales entre ellos, cerro Cunrro, Cubilche, sus lagunas, cascadas,

entre otros atractivos, avistamiento de aves andinas, flora endémica de los montes de la sierra ecuatoriana. Esta actividad tendrá la supervisión de un guía local especializado.

- **Cabalgata**

Para la práctica de cabalgata se alquilarán caballos en la comunidad la Magdalena, esto dará paso a la generación de recursos económicos en la comunidad. Se contará con un guía local o guía bilingüe, se ofrecerán senderos creados a la medida, de acuerdo a sus intereses y experiencia. También existirán paseos de día completo que incluirán un picnic. Todas las cabalgatas tendrán un bocadillo saludable acompañado de un jugo natural de frutas. El turista tendrá la oportunidad de explorar la belleza del campo andino en diferentes senderos.

- **Pesca deportiva**

Con la implementación del servicio de *glamping* se abrirán puertas para la práctica de actividades alternativas en la comunidad la Rinconada. Los huéspedes podrán realizar pesca deportiva en el centro cultural *Malta Huasi*, en sus instalaciones al aire libre, en convivencia con la naturaleza y su paisaje.

- **Masajes con piedras volcánicas**

Enfocados en la innovación y creación de productos, se implementará el servicio de masaje con piedras volcánicas que estará abierto al huésped durante los siete días de la semana con previa reserva. Estos masajes tienen beneficios medicinales en molestias musculares y relajación en general del cuerpo.

- **Fogatas**

El servicio de fogatas estará disponible los fines de semana. Esta actividad incluye presentación de grupo musical tradicional de la zona y canelazo, momento adecuado para que los huéspedes puedan compartir entre ellos al ritmo de la música tradicional.

- **Juegos de mesa**

En el campamento se contará con juegos de mesa, jenga, parques, monopolio, naipes entre otros, los cuales estarán a disposición del huésped para su disfrute en momentos libres.

### 5.2.2 Estructura de paquetes turísticos

Para *Pondo Wasi Glamping* se han consolidado tres paquetes turísticos, de uno a tres días, se tomó en cuenta el perfil del turista para establecer las actividades complementarias de su preferencia, capacidad para parejas y parejas con niños. Un total de diez pax por todo el alojamiento.

#### a. PAQUETE 1: Estándar

Tabla 12 Paquete de alojamiento estándar

<b>PAQUETE ESTÁNDAR</b>	
<b>Duración:</b> 1 día	<b>Carácter:</b> Recreativo
<b>Lugar:</b> <i>Pondo Wasi</i>	
<b>ITINERARIO TÉCNICO</b>	
<b>ACTIVIDADES</b>	<b>OBSERVACIÓN</b>
Alojamiento	Domos geodésicos para dos o tres pax.
Desayuno	Desayuno americano.
Masaje con piedras volcánicas	Servicio en la habitación
Picnic	Canasta de mimbre que incluye snacks para picar
Juegos de mesa	Jenga, parques, monopolio, naipes.
Fogata	Presentación de grupo musical.
<b>Incluye</b>	<b>No incluye</b>

✓ En el caso de parejas botella de vino	✓ Valores de otras actividades fuera del paquete
✓ Guía	
<b>Requisitos</b>	✓ No contaminar el área de <i>glamping</i> ✓ Cuidar domos
<b>Más opciones</b>	✓ Senderismo ✓ Pesca deportiva ✓ Cabalgata ✓ Parrillada ✓ Pachamanca ✓ Ritual de temazcal, San Pedro, Ayahuasca
<b>PRECIO</b>	
<b>Precio 2 pax:</b>	\$ 75 dólares
<b>Precio 3 pax:</b>	\$ 100 dólares

## b. PAQUETE 2: Platino

Tabla 13 Paquete de alojamiento platino

<b>PAQUETE PLATINO</b>	
<b>Duración:</b> 2 días, 1 noche	<b>Carácter:</b> Recreativo
<b>Lugar:</b> <i>Pondo Wasi</i>	
<b>ITINERARIO TÉCNICO</b>	
<b>ACTIVIDADES</b>	<b>Observación</b>
Alojamiento	Domos geodésicos para dos o tres pax.
Desayuno	Desayuno americano, almuerzo y cena tradicional.
Masaje con piedras volcánicas	Servicio en la habitación
Picnic	Canasta de mimbre, incluye snacks para picar
Parrillada	Parrillada para dos o tres personas.
Juegos de mesa	Jenga, parqués, monopolio, naipes.
Fogata	Presentación de grupo musical.
<b>Incluye</b>	<b>No incluye</b>
✓ En el caso de parejas botella de vino.	✓ Valores de otras actividades fuera del paquete
✓ Guía	
<b>Requisitos</b>	✓ Reservación previa ✓ No contaminar el área de <i>glamping</i> ✓ Cuidar domos
<b>Más opciones</b>	✓ Senderismo ✓ Pesca deportiva ✓ Cabalgata ✓ Pachamanca ✓ Ritual de temazcal, San Pedro, Ayahuasca
<b>PRECIO</b>	
<b>Precio 2 pax:</b>	\$100 dólares
<b>Precio 3 pax:</b>	\$130 dólares

### c. PAQUETE 3: DIAMANTE

Tabla 14 Paquete de alojamiento diamante

<b>PAQUETE DIAMANTE</b>			
<b>Duración:</b> 2 día, 1 noche	<b>Carácter:</b> Recreativo	<b>Lugar:</b> Pondo Wasi	
<b>ITINERARIO TÉCNICO</b>			
<b>ACTIVIDADES</b>		<b>Observación</b>	
<b>Alojamiento</b>		Domos geodésicos para dos o tres pax.	
Desayuno, almuerzo, cena		Desayuno americano, almuerzo y cena tradicional.	
Masaje con piedras volcánicas		Servicio en la habitación	
Picnic		Canasta de mimbre, incluye snacks para picar	
Cabalgata o pesca deportiva		Actividad a libre elección	
Juegos de mesa		Jenga, parkés, monopolio, naipes.	
<b>Fogata</b>		Presentación de grupo musical.	
<b>Incluye</b>		<b>No incluye</b>	
✓ En el caso de parejas botella de vino		✓ Valores de otras actividades fuera del paquete	
✓ Guía			
<b>Requisitos</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Reservación previa</li> <li>✓ No contaminar el área de <i>glamping</i></li> <li>✓ Cuidar domos</li> </ul>	
<b>Más opciones</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Senderismo</li> <li>✓ Parrillada</li> <li>✓ Pachamanca</li> <li>✓ Ritual de temazcal, San Pedro, Ayahuasca</li> </ul>	
<b>PRECIO</b>			
<b>Precio 2 pax:</b>	\$150 dólares	<b>Precio 3 pax:</b>	\$175 dólares

#### d. PAQUETE 4: ESCAPADA DE FIN DE SEMANA.

Tabla 15 Paquete de alojamiento fin de semana

<b>PAQUETE ESCAPADA DE FIN DE SEMANA</b>			
<b>Duración:</b> 3 días, 2 noches	<b>Carácter:</b> Recreativo	<b>Lugar:</b> Pondo Wasi	
<b>ITINERARIO TÉCNICO</b>			
<b>ACTIVIDADES</b>		<b>Observación</b>	
Alojamiento		Domos geodésicos para dos o tres pax.	
Desayuno, almuerzo, cena		Desayuno americano, almuerzo tradicional, cena pachamanca	
Masaje con piedras volcánicas		Servicio en la habitación	
Picnic		Canasta de mimbre, incluye snacks para picar	
Cabalgata o pesca deportiva		Actividad a libre elección	
Pachamanca		Participación en la preparación, cena.	
Juegos de mesa		Jenga, parques, monopolio, naipes.	
Fogata		Presentación de grupo musical.	
<b>Incluye</b>		<b>No incluye</b>	
✓ En el caso de parejas botella de vino		✓ Valores de otras actividades fuera del paquete	
✓ Guía			
<b>Requisitos</b>		✓ Reservación previa	
		✓ No contaminar el área de <i>glamping</i>	
		✓ Cuidar domos	
<b>Más opciones</b>		✓ Senderismo	
		✓ Pesca deportiva	
		✓ Ritual de temazcal, San Pedro, Ayahuasca	
<b>PRECIO</b>			
<b>Precio 2 pax:</b>	\$175 dólares	<b>Precio 3 pax:</b>	\$200 dólares

## 5.2.2 Descripción del proceso productivo o prestación del servicio

Tabla 16 Proceso productivo y prestación de servicio de glamping

Estado inicial	Proceso transformador	Producto final	Suministros
<b>Insumos</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Recurso paisajístico</li> <li>• Oferta de servicios de pesca deportiva</li> <li>• Oferta de servicios de cabalgata</li> <li>• Oferta de rituales de temascal, Ayahuasca, San Pedro.</li> <li>• Piedras volcánicas</li> <li>• Manifestación cultural</li> <li>• Atractivos naturales</li> <li>• Juegos de mesa</li> </ul>	<b>Procesos</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Construcción de la Infraestructura</li> <li>• Contrato de servicios complementarios</li> <li>• Contrato de alquiler de caballos y contrato de guía</li> <li>• Contrato con Chaman y obtención de materia prima</li> <li>• Contrato de masajista</li> <li>• Adquisición de materia prima (madera), contrato de grupo musical</li> <li>• Contratación de guías locales</li> <li>• Compra de juegos de mesa</li> </ul>	<b>Productos</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Domos Geodésicos</li> <li>• Pesca deportiva</li> <li>• Cabalgatas guiadas</li> <li>• Rituales de medicina ancestral</li> <li>• Masajes con piedras volcánicas</li> <li>• Fogatas y presentación de grupo musical</li> <li>• Senderismo</li> <li>• Recreación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Domos geodésicos</li> <li>• Senderos</li> <li>• Laguna artificial, y peces</li> <li>• Caballos</li> <li>• Plantas medicinales y aceite de eucalipto, área de temascalita</li> <li>• Piedras de basalto, camilla de masajes</li> <li>• Juegos de mesa</li> </ul>

Elaboración propia



### 5.3 Ingeniería del proyecto

#### 5.3.1 Distribución de la planta

La implementación de *glamping* en *Pondo Wasi* contará con cuatro habitaciones dos dobles y dos triples en un área de 1km<sup>2</sup>, cada habitación tendrá 12 metros cuadrados de infraestructura y 200 metros cuadrados de privacidad.

#### Características de las habitaciones

Tabla 17 Ingeniería del proyecto *glamping*

Habitaciones	Características
Habitaciones dobles	<ul style="list-style-type: none"><li>• 1 domo geodésico de 6 metros cuadrados por 3 metros de alto.</li><li>• 1 baño de 1 metro y medio por 2 de alto.</li><li>• Cada habitación tendrá una sala de estar de 4 metros con la adecuación de una malla catamarán de 2 metros cuadrados.</li><li>• Una zona de asado y comedor de 2 metros cuadrados.</li><li>• 1 cama Queen.</li></ul>
Habitaciones triples	<ul style="list-style-type: none"><li>• 1 domo geodésico de 6 metros cuadrados por 3 metros de alto.</li><li>• 1 baño de 1 metro y medio por 2 de alto</li><li>• Cada habitación tendrá una sala de estar de 4 metros con la adecuación de una malla catamarán de 2 metros cuadrados</li><li>• Una zona de asado y comedor de 2 metros cuadrados</li><li>• 1 cama Queen y 1 cama de una plaza</li></ul>

Elaboración propia

### 5.3.2 Diseño planimétrico de la planta

#### Diseño para habitación matrimonial

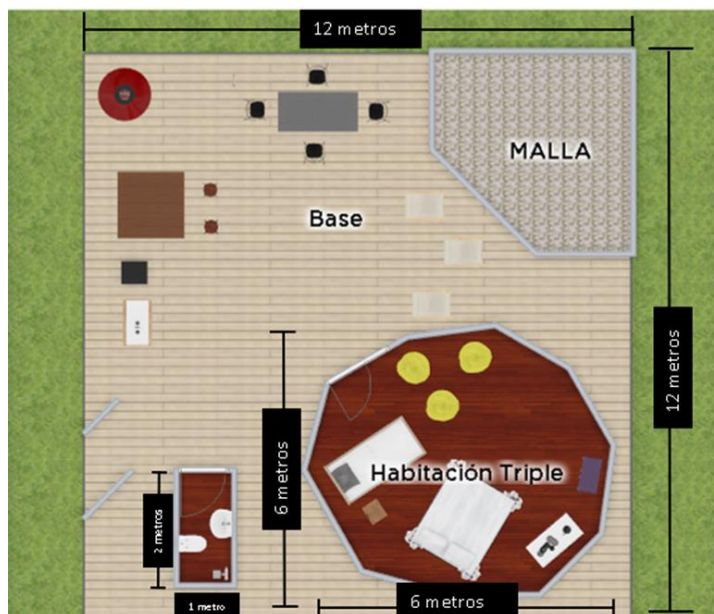
*Ilustración 4 Habitación matrimonial*



Elaboración propia

#### Diseño habitación triple

*Ilustración 5 Habitación triple*



Elaboración propia

### 5.3.3 Requerimientos por áreas

Cada habitación tendrá a disposición del turista objetos para su comodidad y el disfrute de su alojamiento, las áreas dentro de la habitación se dividen en, áreas de domo geodésico, baño, sala de estar, comedor y área de descanso.

*Tabla 18 Requerimiento por áreas glamping*

<b>Áreas</b>	<b>Características</b>
Área de domo geodésico	Termo ventilador, máquina de sanitización, sandwichera, cafetera, velador, dispensador de agua, juegos de mesa, basurero, puff mueble, luces led.
Área de baño	Sanitario, lavamanos, ducha, muebles de baño, accesorios, espejo, amenities (productos de acogida para los huéspedes), toallas.
Área sala de estar	Tres sillas reclinables (perezosa), muebles para exteriores, macetas, flores, pondos.
Área del comedor	Asador eléctrico, utensilios para el asado, comedor para cuatro personas, parasol, vajilla.
Área de descanso	Malla de catamarán de 2 metros cuadrados, tres cojines.

Elaboración propia

## 5.4 Inversiones y capital de trabajo

### 5.4.1 Obra civil necesaria

Para la implementación de *glamping* en Pondo Wasi se requerirá de la siguiente obra civil:

Tabla 19 Obra civil

Obra civil		
Detalle	Valor total \$	Descripción
Materiales de Construcción	\$ 3.350	Los materiales para la construcción de la base de los domos están compuestos principalmente de madera con detalles en cemento, piedra de río para el piso de los baños, y ladrillo para las columnas.
Mano de Obra	\$ 2.000	En la mano de obra está estipulada la contratación de 5 personas para la elaboración de las 4 bases donde irán los domos, instalaciones eléctricas, tuberías.
Detalles, decoración y acabados	\$ 650	Los detalles, decoración y acabados serán floreros, pundos, bordados entre otros elementos que colaboren a la ambientación con la temática Andina en la habitación.
<b>Total</b>	<b>\$6.000</b>	Total de inversión para la obra civil necesaria.

Elaboración propia

#### 5.4.2 Maquinaria, equipos y mobiliario.

La maquinaria, equipos y mobiliario que se requerirán para la implementación del *glamping* son las que se describen a continuación:

Tabla 20 Maquinaria y equipos *glamping*

<b>Maquinaria y equipos</b>			
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario \$</b>	<b>Valor total \$</b>
Domos geodésicos 6 m de diámetro, 3,51 m de altura central, 28,3 m <sup>2</sup>	4	\$ 2.000	\$ 8.000
Aspiradora	2	\$ 100	\$ 200
Máquina de sanitización	4	\$ 50	\$ 200
Termo ventilador silencioso	4	\$ 60	\$ 240
Cafeteras Oster de 2.83 Lts	4	\$ 30	\$ 120
Sanducheras Oster 2 panes	4	\$ 25	\$ 100
Dispensadores de agua de 5 Litros	4	\$ 30	\$ 120
Asador eléctrico Glorius	4	\$ 120	\$ 480
Hielera	4	\$ 30	\$ 120
Canasta de Picnic 30x20cm	6	\$ 15	\$ 90
<b>Total</b>			<b>\$ 9.670</b>

Tabla 21 Mobiliario glamping

<b>Mobiliario</b>			
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Base de estera para camas	2	\$ 50	\$ 100
Cama Queen (incluidos colchones)	4	\$ 500	\$ 2.000
Cama individual (incluidos colchones)	3	\$ 350	\$ 1.050
Veladores (1 por cama)	6	\$ 50	\$ 300
Sábanas matrimoniales (incluido fundas de almohadas)	8	\$ 45	\$ 360
Sábanas cama individual (incluido fundas de almohada)	4	\$ 15	\$ 60
Manta cobija térmica (eléctricas) matrimonial	6	\$ 170	\$ 1.020
Manta cobija térmica (eléctricas) individual	4	\$ 85	\$ 340
Edredones (2 matrimoniales )	8	\$ 40	\$ 320
Edredones ( 1 individual)	4	\$ 35	\$ 140
Juegos de almohadas para cama Queen	8	\$ 25	\$ 200
Juegos de almohadas para cama individual	4	\$ 25	\$ 100
Antorchas con panel recargable	12	\$ 30	\$ 360
Cobija de decoración (sobre pies)	8	\$ 20	\$ 160
Alfombra x metro	50	\$ 15	\$ 750
Juegos de toallas blancas	10	\$ 25	\$ 250

---

Juego de cortinas para alrededor de la cama Queen (2 m. de largo x 1,2 de ancho)	6	\$ 15	\$ 90
Luces let para abajo de las camas y alrededor del domo (1 rollo tiene 5 m.)	20	\$ 20	\$ 400
Puff (1 por persona)	12	\$ 45	\$ 540
Pondo de florero (pequeños)	10	\$ 10	\$ 100
Pondo de florero (grande)	6	\$ 25	\$ 150
Juegos de cubiertos 1 por persona	12	\$ 13	\$ 156
Platos tendidos	12	\$ 3	\$ 45
Tazas	12	\$ 1	\$ 12
Utensilios de asado	4	\$ 25	\$ 100
Sanitario	4	\$ 70	\$ 280
Ducha	4	\$ 25	\$ 100
Lavamanos	4	\$ 40	\$ 160
Accesorios de baño, para toalla	6	\$ 15	\$ 90
Espejos grandes	6	\$ 30	\$ 180
Cortinas de baño	4	\$ 30	\$ 120
Roda pies	5	\$ 10	\$ 50
Juegos de mesa por habitación (3 x habitación)	12	\$ 10	\$ 120
Comedor de 4 personas	4	\$ 170	\$ 680
Parasol	5	\$ 100	\$ 500
Sillas perezosas	10	\$ 50	\$ 500
Juegos vajilla para parrillada (1 por persona)	12	\$ 20	\$ 240

---

Basureros	6	\$ 7	\$ 42
Mallas de catamarán	4	\$ 150	\$ 600
Mesas de madera	4	\$ 50	\$ 200
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 12.965</b>

Elaboración propia

### 5.4.3 Capital de trabajo

A continuación, se establecerá en la tabla el personal necesario para la implementación del *glamping*, este capital de trabajo estará proyectado para el primer año laboral de la empresa.

Tabla 22 Capital de trabajo *glamping*

<b>Capital de trabajo</b>			
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo anual</b>
Coordinador de Marketing y ventas	1	\$ 300	\$ 3.600
Personal de aseo	1	\$ 200	\$ 2.400
Personal de mantenimiento	1	\$ 200	\$ 2.400
Guardia de seguridad	1	\$ 400	\$ 4.800
Permiso de funcionamiento anual	1	\$ 250	\$ 250
Materia Prima Hab 2 pax	2	\$ 162	\$ 2.190
Materia prima Hab 3 pax	2	\$ 122	\$ 1.643
Servicios básicos agua, alcantarillado, etc..		\$ 70	\$ 840
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 18.123</b>

Elaboración propia



#### 5.5.4 Total de inversión

El total de inversión que se necesitaría para la implementación de *glamping* se presenta en la tabla donde se suma todos los valores anteriormente mencionados.

Tabla 23 Total Inversión para *glamping*

<b>Total de inversión</b>	
<b>Detalle</b>	<b>Total</b>
Obra civil necesaria.	\$ 6.000
Maquinaria, equipos y mobiliario.	\$ 22.635
Capital de trabajo	\$ 18.123
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 46.758</b>

Elaboración propia

#### 5.5.5 Plan de financiación

El plan de financiamiento va a estar compuesto por un préstamo que se realizará al banco Pichincha de cuarenta mil dólares americanos a tasa fija y con 60 meses de plazo. Los socios inversores aportaran con capital propio de seis mil setecientos cincuenta y ocho dólares americanos.

A continuación, se detalla la tabla de amortización para la implementación de *glamping* en Pondo Wasi.

## Tabla de amortización.

Tabla 24 Tabla de amortización glamping

		<b>Plazo</b>	<b>Saldo insoluto</b>	<b>Pago mensual total</b>	<b>Capital</b>	<b>Intereses</b>
<b>Plazo</b>	<b>60</b>	1	\$35.314,97	\$781,66	\$446,99	334,67
<b>Monto</b>	<b>35.762</b>	2	\$34.863,80	\$781,66	\$451,17	330,49
<b>Tasa anual</b>	<b>11,23%</b>	3	\$34.408,41	\$781,66	\$455,39	326,27
		4	\$33.948,75	\$781,66	\$459,65	322,01
		5	\$33.484,80	\$781,66	\$463,96	317,70
<b>Tasa mensual</b>	<b>0,94%</b>	6	\$33.016,50	\$781,66	\$468,30	313,36
<b>Pago mensual</b>	<b>\$781,66</b>	7	\$32.543,82	\$781,66	\$472,68	308,98
		8	\$32.066,72	\$781,66	\$477,10	304,56
		9	\$31.585,15	\$781,66	\$481,57	300,09
		10	\$31.099,07	\$781,66	\$486,08	295,58
		11	\$30.608,45	\$781,66	\$490,62	291,04
		12	\$30.113,23	\$781,66	\$495,22	286,44
		13	\$29.613,38	\$781,66	\$499,85	281,81
		14	\$29.108,85	\$781,66	\$504,53	277,13
		15	\$28.599,60	\$781,66	\$509,25	272,41
		16	\$28.085,59	\$781,66	\$514,02	267,64
		17	\$27.566,76	\$781,66	\$518,83	262,83
		18	\$27.043,08	\$781,66	\$523,68	257,98
		19	\$26.514,50	\$781,66	\$528,58	253,08
		20	\$25.980,97	\$781,66	\$533,53	248,13
		21	\$25.442,45	\$781,66	\$538,52	243,14
		22	\$24.898,89	\$781,66	\$543,56	238,10
		23	\$24.350,24	\$781,66	\$548,65	233,01
		24	\$23.796,46	\$781,66	\$553,78	227,88
		25	\$23.237,49	\$781,66	\$558,96	222,70
		26	\$22.673,30	\$781,66	\$564,20	217,46
		27	\$22.103,82	\$781,66	\$569,48	212,18
		28	\$21.529,02	\$781,66	\$574,81	206,85
		29	\$20.948,83	\$781,66	\$580,18	201,48

30	\$20.363,22	\$781,66	\$585,61	196,05
31	\$19.772,12	\$781,66	\$591,09	190,57
32	\$19.175,50	\$781,66	\$596,63	185,03
33	\$18.573,29	\$781,66	\$602,21	179,45
34	\$17.965,44	\$781,66	\$607,84	173,82
35	\$17.351,91	\$781,66	\$613,53	168,13
36	\$16.732,64	\$781,66	\$619,27	162,38
37	\$16.107,57	\$781,66	\$625,07	156,59
38	\$15.476,65	\$781,66	\$630,92	150,74
39	\$14.839,82	\$781,66	\$636,82	144,84
40	\$14.197,04	\$781,66	\$642,78	138,88
41	\$13.548,24	\$781,66	\$648,80	132,86
42	\$12.893,37	\$781,66	\$654,87	126,79
43	\$12.232,37	\$781,66	\$661,00	120,66
44	\$11.565,18	\$781,66	\$667,19	114,47
45	\$10.891,75	\$781,66	\$673,43	108,23
46	\$10.212,02	\$781,66	\$679,73	101,93
47	\$9.525,93	\$781,66	\$686,09	95,57
48	\$8.833,42	\$781,66	\$692,51	89,15
49	\$8.134,42	\$781,66	\$698,99	82,67
50	\$7.428,89	\$781,66	\$705,54	76,12
51	\$6.716,75	\$781,66	\$712,14	69,52
52	\$5.997,95	\$781,66	\$718,80	62,86
53	\$5.272,42	\$781,66	\$725,53	56,13
54	\$4.540,10	\$781,66	\$732,32	49,34
55	\$3.800,93	\$781,66	\$739,17	42,49
56	\$3.054,84	\$781,66	\$746,09	35,57
57	\$2.301,76	\$781,66	\$753,07	28,59
58	\$1.541,65	\$781,66	\$760,12	21,54
59	\$774,41	\$781,66	\$767,23	14,43
60	-\$0,00	\$781,66	\$774,41	7,25

Elaboración propia

## 5.5 Estructura organizativa y administrativa

### 5.5.1 Misión

Ser una empresa que aporte a la comunidad la Magdalena y la parroquia Angochagua al progreso turístico trabajando en la conservación de la cultura, ofertando servicios de alta calidad que garanticen la complacencia de nuestros clientes implementando los conocimientos ancestrales.

### 5.5.2 Visión

Para el 2025, consolidarse como empresa prestadora de servicios de calidad enfocados alojamiento en *glamping* dentro de la parroquia Angochagua involucrando en la actividad a las comunidades y comuneros, ser líder en la provincia de Imbabura con un reconocido prestigio a nivel nacional e internacional, comprometida con la sustentabilidad y sostenibilidad de los comuneros involucrados.

### 5.5.3 Políticas

El establecimiento de políticas para el alojamiento de *glamping* Pondo Wasi será:

Reservas:

- Todas las reservas se realizarán 24 horas previas a la llegada de los huéspedes.
- Para la reserva previa se cancelará al menos el 20% del total del paquete adquirido por el cliente.
- Para las reservaciones es posible por medio de transferencias bancarias, tarjetas de crédito, depósitos o pago en efectivo.

Niños y mascotas:

- Los menores de 2 años no pagaran el precio del hospedaje ni de actividades a realizar.
- Las mascotas que son aceptadas en las instalaciones tendrán que ser de raza pequeña y tendrán que cumplir con todos los protocolos como su canasta de viaje.

Bioseguridad:

- Utilización obligatoria del tapabocas al check in y check out de las habitaciones.
- Sanitización al ingreso y salida de los huéspedes.
- Manejo adecuado de los residuos producidos por los huéspedes.

#### 5.5.4 Valores

Los valores que con los que se identificara el servicio de glamping en *Pondo Wasi* son los siguientes.

- Lealtad: Confidencialidad y fidelidad con nuestros clientes, trabajadores y colaboradores.
- Respeto: Con los clientes, trabajadores proveedores y todas las personas que se involucren con la empresa además de respeto a la naturaleza y a la vida de los ecosistemas existentes.

- Responsabilidad social: contribuir en beneficio al progreso del estándar de vida de las personas de la comunidad.
- Puntualidad: en el cumplimiento de horarios establecidos por la empresa.
- Trabajo en equipo: creando un excelente ambiente laboral y mejor desempeño de los trabajadores

### 5.5.5 Imagen corporativa

La imagen corporativa diseñada por Alexis Criollo propietario de Pondo Wasi, es una olla de barro, y cuchara de palo utensilios utilizados para la preparación de alimentos en la cultura Caranqui. Las hojas verdes representan la naturaleza en la que se ubicado el emprendimiento y la casa el hospedaje.

Slogan: *Vive experiencias nuevas*

*Ilustración 6 Logo tipo glamping*

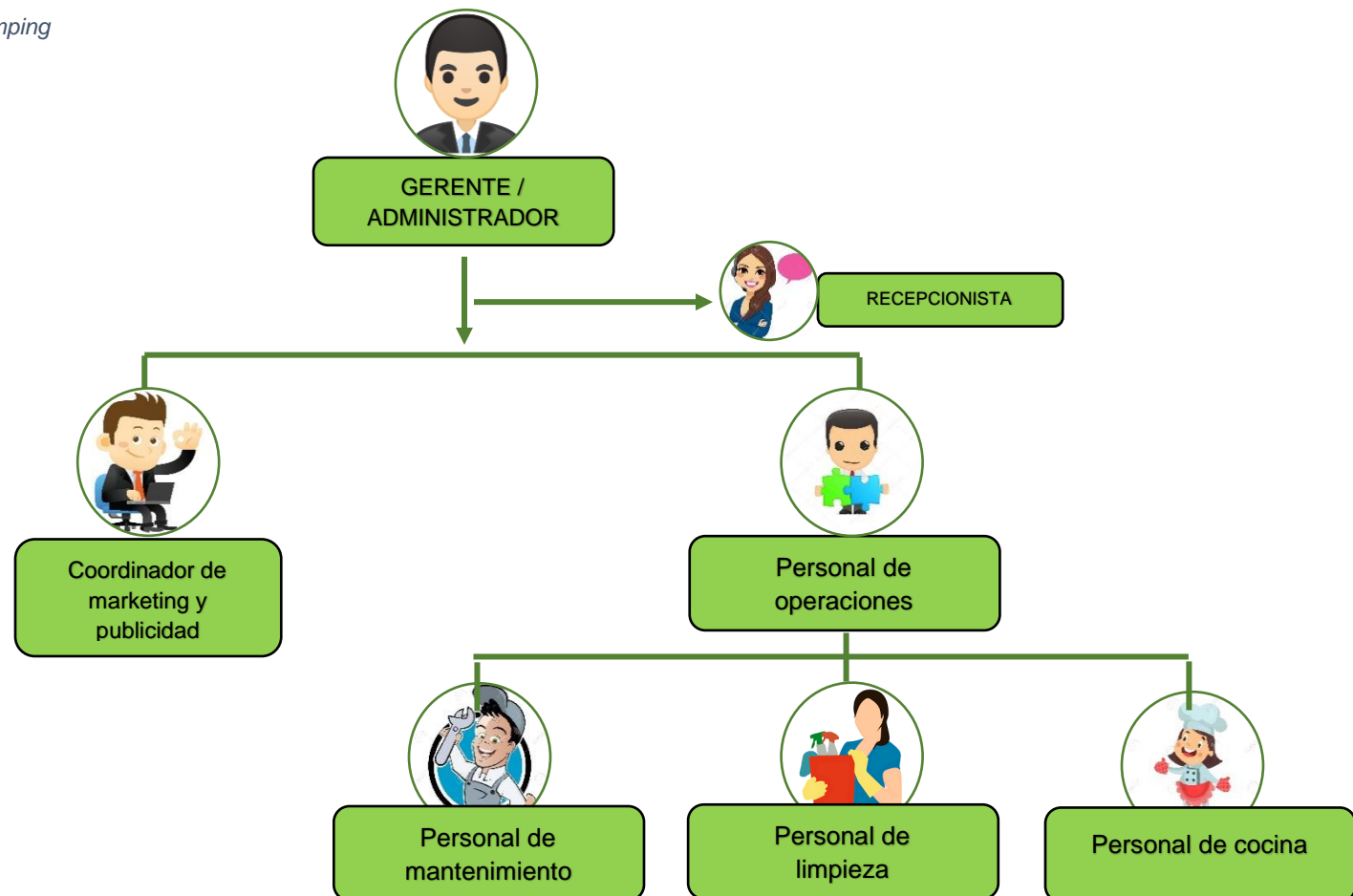


## 5.5.6 Organigrama

### Organigrama Pondo Wasi

El organigrama de Pondo Wasi se ha mantenido estable desde sus inicios en 2017 por ser un emprendimiento familiar, la gerencia y administración la lleva Alexis Criollo, el trabajo de recepción es desempeñado por su hermana Silvana Criollo, marketing y publicidad se encuentra a cargo de la empresa Arcana, el mantenimiento lo realiza su padre Marcelo Criollo, el rol de ama de llaves lo cumple su madre María Ortencia Molina, y en la cocina Marco Montalvo.

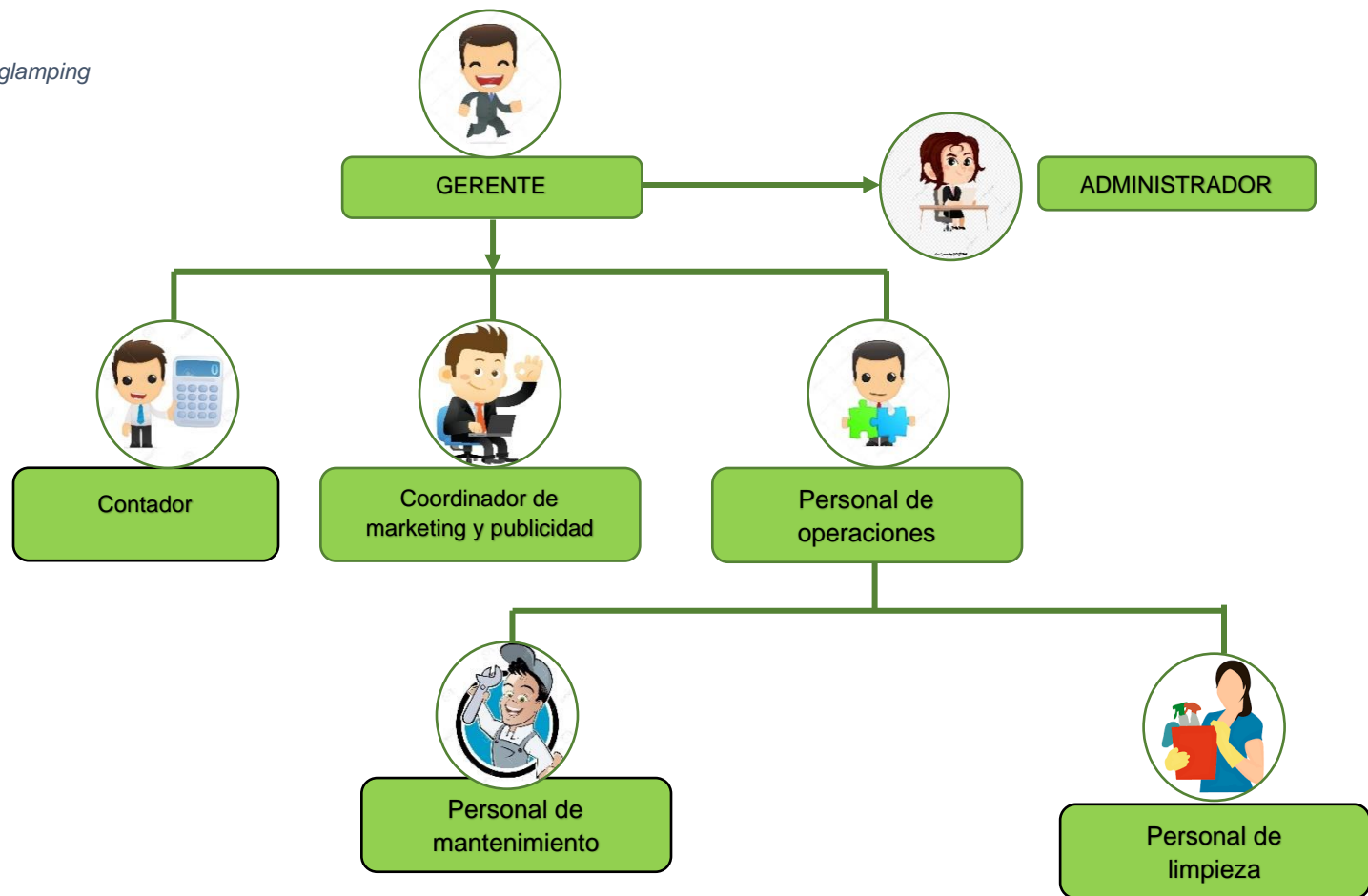
*Ilustración 7 Organigrama Glamping*



### 5.5.7 Organigrama *Glamping Pondo Wasi*

Para el trabajo que se desempeñará, es necesario la contratación de personal que colabore con las diversas actividades que se presentarán en el transcurso del manejo y difusión del emprendimiento, también en la atención a grupos de turistas.

Ilustración 8 Organigrama *glamping*





## 1.5.6 Manual de funciones

Tabla 25 Manual de funciones glamping

Departamento	Procesos
<b>Gerente</b>	<p>Gerente es la persona responsable de planear y dirigir el trabajo de un grupo de individuos, de monitorear su desempeño y tomar acción correctiva cuando es necesario, supervisando y coordinando el trabajo diario del hotel, supervisión del personal y establecimiento de tareas, brinda la mejor asistencia al cliente y satisface las necesidades del huésped mejorando su experiencia en general.</p>
<b>Administrador</b>	<p>Es la persona con experiencia y capacidad para controlar y orientar sobre el tema de hospedaje o servicios de gastronomía con relación a las áreas turísticas.</p> <p>Su jornada de trabajo comienza temprano por la mañana, inicia visitando cada una de las áreas de trabajo, con el fin de verificar que todo se encuentre en orden y óptimas condiciones para el primer servicio de desayuno y check-outs en la recepción, al igual que saluda y despide a los clientes del día.</p> <p>Una vez que se termina la primera etapa de su trabajo, continúa realizando reuniones con los jefes de cada área tocando temas fundamentales como la llegada de nuevos clientes, esta reunión no debe sobrepasar de los 30 minutos,</p> <p>Posteriormente tiene un tiempo para la revisión de correo, y comunicarse con responsables de ventas, marketing, analizar la situación del hotel, las ventas futuras en los próximos días o meses, dedica tiempo para reunirse con jefes de recursos humanos para tratar temas de relevancia.</p>

---

El administrador realiza seguimiento con gobernanta, maitre o jefe de cocina para el cumplimiento de los trabajos.

Luego del almuerzo realiza actualizaciones de informes, planes de acción, etc. Posteriormente debe realizar un recorrido por todo el hotel para comprobar que todo marche correctamente, controlando la persona, antes de terminar su jornada laboral revisa planes e informes del día y la previsión de trabajos del día siguiente para completar con su agenda de trabajo.

---

### **Contabilidad**

El trabajo fundamental del área de contabilidad es controlar la parte económica de la empresa, perspectiva de nuevos productos, supervisa las operaciones económicas que procesa la empresa, como; ingresos y egresos, movimientos bancarios y movimiento de efectivo.

Para el análisis de movimientos de ingresos y egresos se recopila documentos contables mediante un proceso de elaboración de asientos contables que corresponde por cada documento, en el fin de que el saldo concuerde con todas las cuentas y saldos para verificar que no existan duplicados o errores en los apuntes.

---

### **Marketing y ventas**

El departamento de marketing y ventas se encarga de la renovación y creación de productos, y también se encomienda a la logística de los productos vendidos, es decir reservaciones y designación de equipos a los guías.

El proceso que lleva el departamento de marketing y ventas es un arduo estudio de mercado potencial, con la implementado metas y objetivos que pueden ser a corto y largo plazo, generando propuestas originales de ventas para la captación de posibles

---

---

compradores de los servicios, mediante la utilización de redes sociales y publicidad por medio de *Google AdWords* y *Facebook Ads*.

---

### **Mantenimiento**

El personal de mantenimiento se encarga de las áreas programadas en las instalaciones (lectura de consumo de servicios básicos, revisión del estado de las máquinas, etc.), limpieza y mantenimiento programada de la maquinaria e instalaciones.

El proceso que se debe llevar es el control de equipos mecánicos y eléctricos, ficha de mantenimiento preventivo, revisión y mantenimiento de todos los servicios de habitaciones y zonas comunes del hotel, y restaurante y finalmente la plantilla para controlar el mantenimiento correctivo

---

### **Aseo**

El trabajo de esta área es principalmente la limpieza continua y programada de cada centro o zona determinadas a cada trabajador

El proceso que lleva una ama de llave es, inicialmente es tocar la puerta antes de entrar, dejarla abierta, colocar en la puerta el aviso de "LIMPIEZA", abrir ventanas para la ventilación, desempolvar la habitación, limpiar el baño, tender la cama, limpiar las mesas de noche, el closet, ventanas y cristales, el piso, verificar las luces, regar las plantas, sacar la basura, y verificar la puerta del exterior.

---

### **Seguridad**

El trabajo principal del guardia de seguridad es velar por la integridad de los huéspedes que se encuentran dentro del establecimiento.

Una de las actividades primordiales es la supervisión de la central de monitoreo, fundamentalmente notificar y registrar la llegada de

---

visitantes al establecimiento, mediante un patrón de horarios realizar patrullaje de seguridad en todas las instalaciones, y diariamente debe dar información a la empresa sobre cualquier tipo de irregularidad.

*Elaboración propia*

### 5.5.8 Flujoograma de actividades

Actores según el proceso.

*Tabla 26 Actores según el proceso en glamping*

PROCESO	PERSONAL
Clave	Administrador.
Soporte	Administrador, personal de contabilidad, marketing y ventas, mantenimiento, aseo, y seguridad
Estratégicos	Gerente.

*Elaboración propia*

*Tabla 27 Procesos glamping*



*Elaboración propia*

### 5.5.9 Descripción del diagrama de flujo

- **Gerente**

El gerente es la persona encargada de mantener en orden los sistemas de contabilidad, los libros ordenados por la ley a la sociedad.

El establecimiento y mantenimiento de una estructura de control interno diseñada para proveer una seguridad a los activos de la sociedad estén protegidos contra el uso no autorizado y que todas las operaciones sean efectuadas con autorización establecidos y son registradas debidamente.

- **Administrador**

El personal de administración se encarga de administrar la operación de la empresa desde el punto de vista de planeación, organización y funcionamiento, administrar el área financiera del establecimiento con el fin maximizar los beneficios y la rentabilidad de la empresa, promover políticas de gestión de calidad en todas las áreas del establecimiento y especialmente en servicio al cliente y huéspedes que permitan el fortalecimiento de la imagen empresarial.

- **Contabilidad**

El personal del área de contabilidad se encarga de la actualización continua de los registros de presupuestos guiados en las normas de contabilidad, presentando mensualmente un informe contable a la dirección de finanzas de la institución, organiza y ejecuta el sistema de contabilidad de acuerdo a normas y procedimientos contables de la institución.

- **Marketing y ventas**

La función principal es obtener ganancias al mismo tiempo de satisfacer los requerimientos y necesidades del cliente. El objetivo del departamento de mercadotecnia es ubicar y conseguir un posicionamiento para la empresa en el mercado para de esta forma incrementar las ventas y los ingresos.

- **Mantenimiento**

El departamento de mantenimiento se encarga de mantener en buenas condiciones todas las áreas externas e internas del hotel, verificando el buen uso de la energía y el agua, para de este modo garantizar la seguridad de los huéspedes

- **Aseo**

El trabajo fundamental de las gobernantas es la programación de las actividades de aseo y orden de las habitaciones, áreas públicas del hotel y vigilancia del desempeño eficiente del personal a su cargo, realizar el proceso de selección del nuevo personal de esta área y su capacitación, cumplir con juntas diarias de trabajo, y elaboración de inventarios de los suministros, materiales y equipos de trabajo.

- **Seguridad**

El área de seguridad tiene como objetivo primordial la integridad del huésped y del personal que trabaja en el hotel, se asegura que los objetos personales se encuentren seguros y brinda asesoría sobre la seguridad en las instalaciones.

## 5.6 Constitución legal de la empresa y propiedad intelectual

Pondo Wasi (2020)” actualmente esta empresa se constituye tributariamente como persona natural, manejando el RICE, y dentro de la categorización turística y de alojamiento se encuentra como LODGE y laboratorio gastronómico desde el año 2017”.

La implementación de *glamping* en *Pondo Wasi* estaría clasificada campamentos turísticos la cual tiene la siguiente reglamentación para su ejecución según el ministerio de turismo, (2019)

Requisitos: Personas Naturales

- Solicitud mediante oficio de recategorización a la Coordinación Zonal u Oficina Técnica del Ministerio de Turismo más cercana.
- Certificado de Registro de Turismo
- Inventario Valorado de los activos de la empresa
- Declaración de activos fijos para la Contribución de Uno por Mil
- Cumplimiento de requisitos específicos según la categoría a la que quiera postular

(MINTUR, 2019)

## CAPITULO VI

### 6. PLAN DE COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING

#### 6.1 Nombre comercial de la empresa

El nombre comercial hace referencia a cómo será presentado el establecimiento al público consumidor, siendo un signo distintivo que individualiza la empresa de las demás que se encuentran en el mercado competidor.

A partir de este análisis se ha tomado en cuenta que el proyecto se adjuntará a la empresa turística Pondo Wasi, es por ello que el nombre comercial se mantendrá, pero se realizará modificaciones en el logotipo, creando uno a partir del existente, manteniendo los dos gráficos principales, pondo, hojas, y el mismo tipo de letra en color negro.

En el logotipo se añadió la silueta del domo geodésico al fondo, en tonalidad marrón que según la psicología del color hace referencia a la tierra, naturaleza, rustico, a la simplicidad, y desde otras perspectivas también genera seguridad y protección.

El pondo es el símbolo icónico en la historia de Pondo Wasi por haberse encontrado varios en el proceso de construcción del establecimiento y otros han sido heredados, este recipiente antiguamente era utilizado para la preparación de alimentos en la cultura Caranqui, actualmente existen más de 30 en exhibición. Las hojas verdes representan el aire de libertad y la convivencia con la naturaleza.



En cuanto al slogan, se estableció la frase "Las estrellas más cerca de ti" haciendo referencia a la convivencia directa con las estrellas y constelaciones, lema que será fácil de recordar por los huéspedes. La fuente utilizada es Miama en tamaño 12 y color negro.

Ilustración 9 Logo tipo glamping



## 6.2 Señalética

Según el Ministerio de Turismo (2017) la señalética es parte de la ciencia de la comunicación visual que estudia las relaciones funcionales entre los signos de orientación en el espacio y comportamientos de los individuos.

El lenguaje visual utiliza un sistema de comunicación mediante símbolos icónicos, lingüísticos, cromáticos y códigos de lectura fáciles de identificar por los usuarios con diseños previamente establecidos, estos pueden ser adaptados según las necesidades.

La implementación de señalética en el proyecto ayudará a que el huésped se desplace con facilidad y confianza por las instalaciones del *glamping*, informará a los usuarios sobre la ubicación de servicios y puntos de interés turístico con elementos gráficos, en color café por pertenecer a una zona rural con atractivos naturales, culturales y ambientales, el tipo de letra arial bold en color blanco, hechos en madera.

### 6.2.1 Señalética para el exterior del establecimiento.

#### Panel informativo de atractivos, (2000 x 1000m.)

La señalética al encontrarse en un área natural y cercana a atractivos turísticos será de madera reciclada. Se encontrará en la entrada del campamento informando al huésped en la comunidad que se encuentra y el nombre del sitio turístico.

*Ilustración 10 Señalética bienvenida glamping*



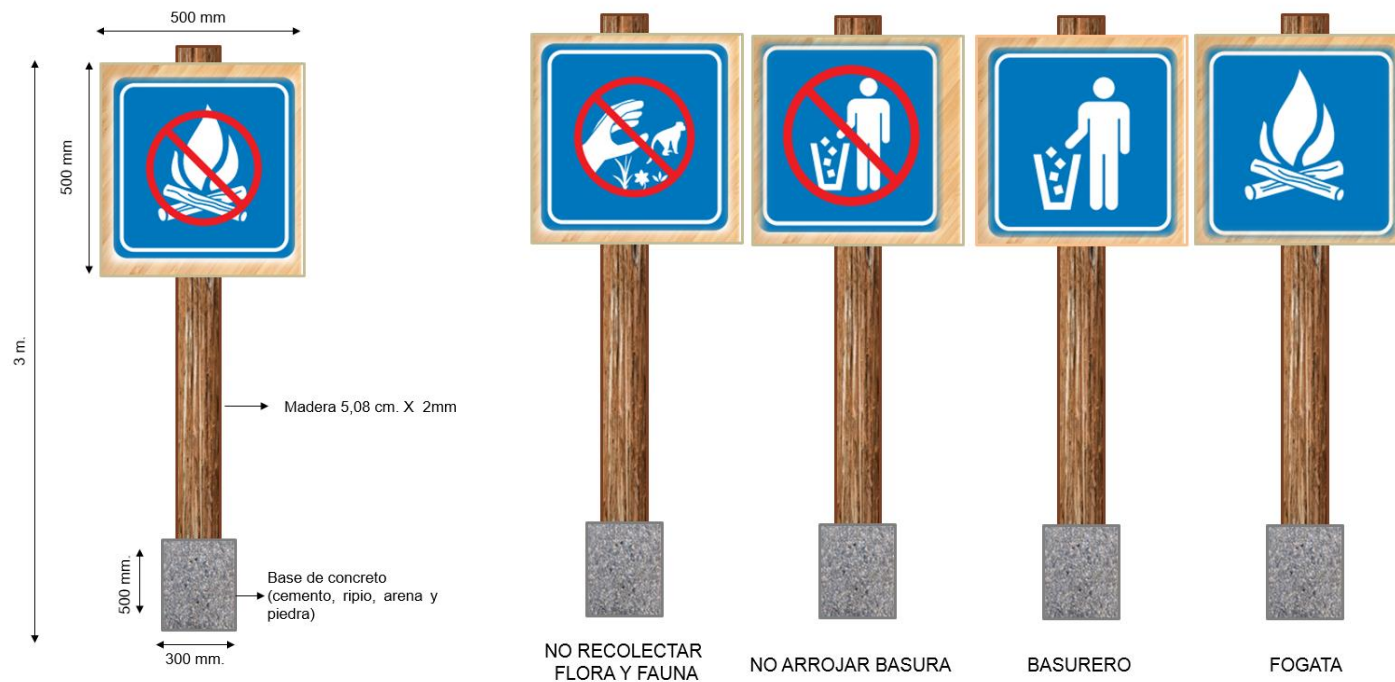
Gráfico 1. Diseño de panel informativo de atractivo.  
Fuente: (Manual de señalética turística 2017)

## 6.2.2 Señalética para el interior del establecimiento

### Pictograma con poste.

Esta señalética informa al turista por medio de signos que representan un símbolo, objeto real, figura o servicio, con medidas aproximadas de (500 x 500 mm.) o (500 x 700 mm.). Esta señalética estará dispersa en todo el campamento según sea conveniente.

Ilustración 11 Pictogramas glamping



### Pictograma con postes

Esta señalética contiene los nombres de los cuatro elementos de la tierra a *pachamama*, fuego, agua, tierra, y aire, se han escogido estos nombres por la cosmovisión andina, estos cuatro pictogramas se encuentran diseñados en español y quechua, se encontrarán ubicadas en la entrada del área de los domos.

*Ilustración 12 Pictogramas postes glamping*



*Gráfico 3. Diseño de pictograma con postes de atractivo.*  
Fuente: (Manual de señalética turística 2017)

### 1.2.3 Señalética informativa

#### Pictogramas de servicio de apoyo

Esta señalética informa al cliente sobre servicios extras como primeros auxilios, punto de concentración, ruta de evacuación en el caso de desastres naturales, y área de estacionamiento o parking.

*Ilustración 13 Pictogramas de apoyo glamping*



*Gráfico 4. Diseño de pictogramas de servicios de apoyo.  
Fuente: (Manual de señalética turística 2017)*

Esta señalética ha sido diseñada por la actual situación de la pandemia por el virus COVID-19 en Ecuador, indica al turista todas las medidas necesarias a tomar en cuenta por el tiempo de estancia en el establecimiento.

*Ilustración 14 Señalética Bioseguridad glamping*



*Gráfico 5. Diseño de pictograma informativo.*

Fuente: (Manual de señalética turística 2017)

## **6.2 Canales de distribución**

Es un conjunto de individuos y organizaciones involucradas en el proceso de dirigir los productos desde el productor hasta el uso del cliente. (Torres, 2014, pág.:70.)

Un canal de distribución es una ruta comercial por la cual el productor llega al consumidor final, en este canal existen intermediarios que participan en la entrega del servicio o producto, estos intermediarios pueden ser empresas y/o personas que ayudan a la difusión del producto.

Existen diferentes tipos de canales de distribución, de los cuales se trabajará con:

### **6.2.1 Canal directo**

Kotler (2014) expresa que "El productor o fabricante vende el producto o servicio directamente al consumidor sin intermediarios. Siendo el caso de muchos prestadores de servicios; también es frecuente en las ventas industriales porque la demanda está concentrada, pero no es tan corriente en productos de consumo." (Pág. 238)

*Glamping Pondo Wasi* al ser fabricante venderá el producto directamente a la demanda, sin la existencia de intermediarios, desempeñando funciones primordiales como mercadotecnia, comercialización, logística, transporte y almacenamiento, siendo una venta cara a cara, pudiendo ser también venta online o venta por catálogos.



## 6.2.2 Canal Indirecto

En este tipo de canal existe la intervención de proveedores y consumidor final. Mientras mayor sea el número de intermediarios más grande será considerado el canal de distribución.

Los intermediarios escogidos para la difusión del producto son principalmente las agencias de viajes operadoras que ya tienen experiencia ofertando los servicios de Pondo Wasi en las cuales se encuentran, *Latitud 0*, *Alpine tour*, *Valpolice tour*, *In pacto travel*, La mayorista de viajes, *Infinite travel* y la empresa de marketing y publicidad Arcana, establecimientos con los que se ha trabajado desde los inicios de *Pondo Wasi*.

Latitud cero es una agencia de viajes ubicada en la capital del Ecuador, Quito, fundada en el año de 1991 con enfoque al turismo de naturaleza y aventura, reconocida a nivel nacional e internacional.

Ilustración 15 Logo latitud cero



Gráfico 6. Logo de agencia de viajes.

Fuente: Latitud 0. (2018). Recuperado de [http:// www.latitud0.com](http://www.latitud0.com)

*Alpine Tours* es una agencia de viajes internacional, fundada en 1998 en Hungría, su objetivo, brindar viajes de primera categoría enfocados al turismo emisor y emisores de turismo.

Ilustración 16 Logo alpine tour



Gráfico 7. Logo de agencia de viajes.

Fuente: Alpine tour (2010). Recuperado de [http:// www.facebook.com/alpine.tours](http://www.facebook.com/alpine.tours)

*In Pacto Travel* es una agencia de viajes ubicada en la ciudad de Quito, que tiene como fin promover el turismo nacional con enfoque en la excelencia.

Ilustración 17 Logo impacto travel



Gráfico 8. Logo de agencia de viajes.

Fuente: In Pacto Travel (2020). Recuperado de [http:// www.facebook.com/inpactotravelecuador](http://www.facebook.com/inpactotravelecuador)

Agencia de viajes ubicada en la ciudad de Quito, fundada en 2017, enfocada en brindar asesoría y servicios de excelente calidad con constante innovación en los diferentes destinos que ofrecen.

Ilustración 18 Logo Im viajes



Gráfico 9. Logo de agencia de viajes.

Fuente: La Mayorista de Viajes (2020). Recuperado de <http://www.facebook.com/LaMayoristadeViajes>

*Infinity Travel* es una agencia de viajes internacional dedicada al turismo vacacional y corporativo ubicada en Argentina.

Ilustración 19 Logo infinity travel



Gráfico 9. Logo de agencia de viajes.

Fuente: La Mayorista de Viajes (2017). Recuperado de <http://www.LaMayoristadeViajes.com>

Arcana es una empresa que ofrece servicios de producción, audiovisual, fotografía y publicidad.

Ilustración 20 Logo arcana



Gráfico 10. Logo de agencia de viajes.

Fuente: Arcana Ecuador (2020). Recuperado de <http://www.facebook.com/arcanaecuador>

## 6.3 Publicidad

### 6.3.1 Paquetes de productos en oferta

En las ofertas establecidas para el turista se han creado cuatro paquetes con diversas actividades y costos.

Ilustración 21 Paquetes glamping



Gráfico 10. Diseño de publicidad, paquetes turísticos glamping Pondo Wasi.

Fuente: Canva (2020). Recuperado de <http://www.canva.com>

Ilustración 22 Paquete estándar glamping



Gráfico 11. Diseño de publicidad, paquetes turísticos glamping *Pondo Wasi*.  
Fuente: Canva (2020). Recuperado de <http://www.canva.com>

## PAQUETE ESTÁNDAR

<b>DURACIÓN:</b> 1 DIA	<b>CARÁCTER:</b> RECREATIVO	<b>LUGAR:</b> PONDO WASI
<b>Itinerario técnico</b>		
<b>Actividades</b>	Observación	
<b>Alojamiento</b>	Domos geodésicos para dos o tres pax	
<b>Desayuno</b>	Desayuno americano	
<b>Masaje con piedras volcánicas</b>	Servicio en la habitación	
<b>Picnic</b>	Canasta de mimbre con snacks para picar	
<b>Juegos de mesa</b>	Jenga, parques, monopolio, naipes.	
<b>Fogata</b>	Presentación de grupo musical y canelazo	
<b>Requisitos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No contaminar el área de glamping</li> <li>• Cuidado de domos</li> <li>• Uso de mascarilla obligatorio</li> <li>• No saludar con mano ni con beso</li> <li>• Lávese las manos constantemente</li> <li>• Uso contante de gel antibacterial o alcohol antiséptico</li> </ul>	
<b>Paquete incluye</b>		<b>No incluye</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Transporte en carrito de golf</li> <li>• En el caso de parejas botella de vino</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Almuerzo y cena</li> <li>• Nada especificado en el itinerario</li> </ul>



 Esperanza, comunidad la Magdalena  
 0967585820 / 062918060  
 WIX <https://glampingpondowasi.com>



Gráfico 12. Diseño de publicidad, paquetes turísticos *glamping* Pondo Wasi.  
 Fuente: Canva (2020). Recuperado de <http://www.canva.com>

**GLAMPING**  
**Paquete Platino**

\$100 USD  
\$130 USD

**Pondo Wasi**

0967585825  
062918063

Aceptamos:

**ZONA SEGURA COVID-19 FREE**

## PAQUETE PLATINO

DURACIÓN: 2 DIAS, 1 NOCHE	CARÁCTER: RECREATIVO	LUGAR: PONDO WASI
Itinerario técnico		
<b>Actividades</b>	Observación	
<b>Alojamiento</b>	Domos geodésicos para dos o tres pax	
<b>Desayuno</b>	Desayuno americano	
<b>Masaje con piedras volcánicas</b>	Servicio en la habitación	
<b>Picnic</b>	Canasta de mimbre con snacks para picar	
<b>Parrillada</b>	Para dos o tres personas	
<b>Juegos de mesa</b>	Jenga, parques, monopolio, naipes.	
<b>Fogata</b>	Presentación de grupo musical y canelazo	
<b>Requisitos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reserva previa</li> <li>No contaminar el área de glamping</li> <li>Cuidado de domos</li> <li>Uso de mascarilla obligatorio</li> <li>No saludar con mano ni con beso</li> <li>Lávese las manos constantemente</li> <li>Uso contante de gel antibacterial</li> </ul>	
<b>Paquete incluye</b>	<b>No incluye</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Transporte en carrito de golf</li> <li>En el caso de parejas botella de vino</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Almuerzo y cena</li> <li>Nada especificado en el itinerario</li> </ul>	

Esperanza, comunidad la Magdalena  
0967585820 / 062918060  
WiX <https://glampingpondowasi.com>

Gráfico 13 -14. Diseño de publicidad, paquetes turísticos *glamping* Pondo Wasi.  
Fuente: Canva (2020). Recuperado de <http://www.canva.com>

**GLAMPING**  
**Paquete Diamante**

\$150 USD  
\$175 USD

**ZONA SEGURA**  
COVID-19  
**FREE**  
**ZONA SEGURA**

0967585825  
062918063

Aceptamos:

## PAQUETE DIAMANTE

<b>DURACIÓN:</b> 2 DIAS, 1 NOCHE	<b>CARÁCTER:</b> RECREATIVO	<b>LUGAR:</b> PONDO WASI
Itinerario técnico		
Actividades	Observación	
<b>Alojamiento</b>	Domos geodésicos para dos o tres pax	
<b>Desayuno</b>	Desayuno americano	
<b>Masaje con piedras volcánicas</b>	Servicio en la habitación	
<b>Picnic</b>	Canasta de mimbre con snacks para picar	
<b>Parrillada</b>	Para dos o tres personas	
<b>Cabalgata o pesca deportiva</b>	Actividad a libre elección	
<b>Fogata</b>	Presentación de grupo musical y canelazo	
<b>Requisitos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reserva previa</li> <li>• No contaminar el área de glamping</li> <li>• Cuidado de domos</li> <li>• Uso de mascarilla obligatorio</li> <li>• No saludar con mano ni con beso</li> <li>• Lávese las manos constantemente</li> <li>• Uso contante de gel antibacterial</li> </ul>	
<b>Paquete incluye</b>	<b>No incluye</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Transporte en carrito de golf</li> <li>• En el caso de parejas botella de vino</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Almuerzo y cena</li> <li>• Nada especificado en el itinerario</li> </ul>	



Esperanza, comunidad la Magdalena  
 0967585820 / 062918060  
<https://glampingpondowasi.com>



Gráfico 15 -16. Diseño de publicidad, paquetes turísticos *glamping* Pondo Wasi.  
Fuente: Canva (2020). Recuperado de <http://www.canva.com>





**GLAMPING**  
Escapada de fin de semana



\$175 USD  
\$200 USD





0967585825  
062918063

Aceptamos:   



## PAQUETE ESCAPADA DE FIN DE SEMANA

DURACIÓN: 3 DIAS, 2 NOCHES	CARÁCTER: RECREATIVO	LUGAR: PONDO WASI
Itinerario técnico		
Actividades	Observación	
Alojamiento	Domos geodésicos para dos o tres pax	
Desayuno, almuerzo, cena.	Desayuno, almuerzo tradicional, cena.	
Masaje con piedras volcánicas	Servicio en la habitación	
Picnic	Canasta de mimbre con snacks para picar	
Parrillada	Para dos o tres personas	
Cabalgata o pesca deportiva	Actividad a libre elección	
Pachamanca	Participación en la preparación, cena.	
<b>Requisitos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reserva previa</li> <li>No contaminar el área de glamping</li> <li>Cuidado de domos</li> <li>Uso de mascarilla obligatorio</li> <li>No saludar con mano ni con beso</li> <li>Lávese las manos constantemente</li> <li>Uso contante de gel antibacterial</li> </ul>	
<b>Paquete incluye</b>	<b>No incluye</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Transporte en carrito de golf</li> <li>En el caso de parejas botella de vino</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nada especificado en el itinerario</li> </ul>	



Esperanza, comunidad la Magdalena

0967585820 / 062918060

WIX <https://glampingpondowasi.com>



Gráfico 17 -18. Diseño de publicidad, paquetes turísticos *glamping* Pondo Wasi.  
Fuente: Canva (2020). Recuperado de <http://www.canva.com>

En el flyer se puede encontrar más actividades no incluidas en los paquetes para el turista

Ilustración 27 Flyer glamping

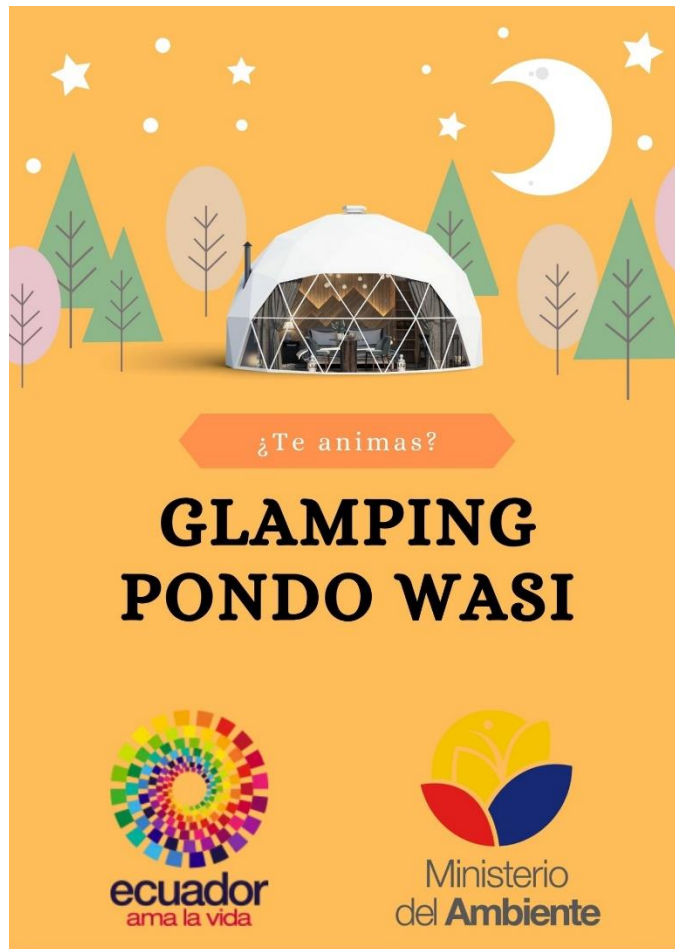


Gráfico 19 -20. Diseño de publicidad, paquetes turísticos *glamping Pondo Wasi*.  
Fuente: Canva (2020). Recuperado de <http://www.canva.com>

## Tarjetas de presentación de *glamping Pondo Wasi*

Ilustración 28 Tarjetas de presentación *glamping*



Gráfico 21. Diseño de publicidad, paquetes turísticos *glamping Pondo Wasi*.  
Fuente: Canva (2020). Recuperado de <http://www.canva.com>

### 6.3.2 Marketing Digital

Actualmente las empresas necesitan tener el apoyo de alguna herramienta digital para la expansión de la marca o producto que está ofertando por lo cual el modelo de negocio tiene que estar fundamentado en estrategias digitales

(Kotler y Armstrong, 2007, citado por Pedroni y Moral, 2017)

Según (Pedroni & Moral, 2017) “la presencia del internet ha hecho que los conceptos de comodidad, rapidez, precio, la información de productos y servicios cambien”. Por lo cual ha hecho que las empresas prestadoras de servicio implanten nuevas estrategias de marketing basadas en la captación de personas por medio electrónico.

La evolución del comportamiento de las personas es influenciada por tres factores a criterio de

1) Participación: la intervención que está teniendo el usuario en Internet moldea un perfil de consumidor que comienza a desarrollar un rol activo como fuente de información. Se trata de un consumidor más cooperante y que participa en el intercambio con mayor facilidad que antes.

2) Competencias digitales: la evolución de las competencias digitales que la sociedad en su conjunto desarrolla también impacta fuertemente en el nuevo ecosistema cultural mediático.

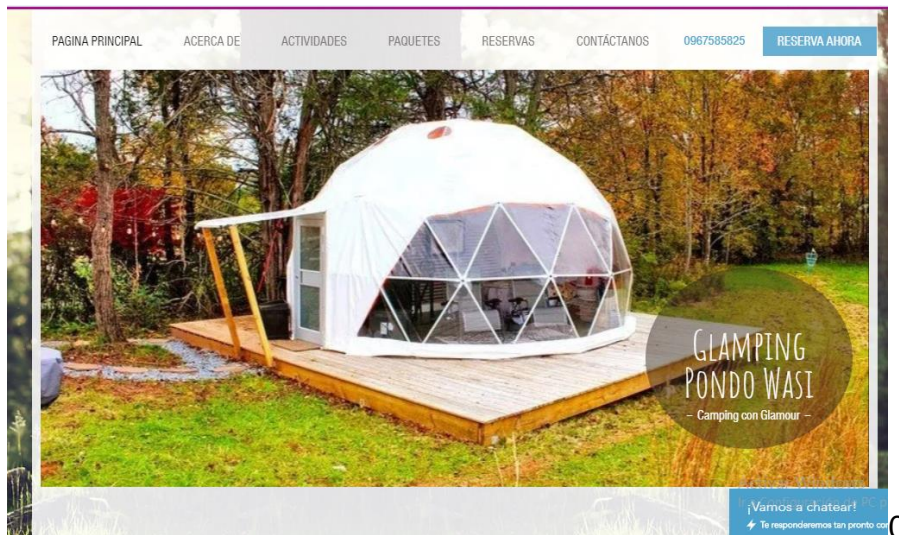
3) Movilidad: las competencias crecen porque crece simultáneamente la penetración de dispositivos computacionales en los hogares y mejoran las tecnologías a las que acceden las personas en sus puestos de trabajo (Lgarza, 2011 citado por Pedroni y Moral, 2017).

La participación de los clientes es fundamental en la actualidad ya que gracias a la comunicación con estos se podrá reforzar y mejorar servicios para la comodidad y satisfacción, para tener una mayor captación de clientes se ofertarán los servicios a diferentes plataformas de hospedaje tales como, *Trivago*, *Booking*, *Trip Advisor* entre otros. La movilidad electrónica permite que los clientes estén conectados desde sus hogares y puedan recibir noticias o contenidos sobre el producto ofertado, y hasta tener una asesoría de forma virtual para planificar la visita del cliente con anticipación si es el caso.

En base a estos tres aspectos se han diseñado una serie de herramientas con el objetivo de la captación de clientes consumidores de *glamping*. Para lo cual se ha creado una página web en Wix en la cual los clientes tendrán la facilidad de explorar los paquetes que se ofertan, imágenes sobre el establecimiento e información sobre los prestadores de servicio, en esta plataforma también se podrán hacer reservas, consultas o quejas para lo cual tendrá una caja de comentarios.

La plataforma virtual será la matriz de las herramientas digitales tales como Facebook, Instagram, WhatsApp, E-mail, YouTube, se vincularán a la página, la cual contará con seis pestañas se podrá encontrar: Página principal, Acerca de, Actividades, Paquetes, Reservas, Contacto.

*Ilustración 29 Pagina web glamping*



*Gráfico 22. Página web, glamping Pondo Wasi*

Fuente: Wix (2020). Recuperado de <http://www.wixsite.com/glampingpondowasi>

Las redes sociales serán parte fundamental de la promoción diaria, que por medio de Facebook se harán publicaciones con temáticas que motiven a las personas a desplazarse a áreas naturales, además se difundirá noticias relevantes del producto o servicio ofrecido, esta herramienta tendrá programado la mensajería para que las preguntas de los clientes sean contestadas en el menor tiempo posible.

Ilustración 30 Facebook glamping



Gráfico 23. Página de facebook, glamping *Pondo Wasi*

Fuente: *PONDO WASI EC* (2020). Recuperado de <http://www.facebook.com/PONDOWASIEC>

Instagram es la herramienta visual que vamos a utilizar para la difusión de las habitaciones, con fotos y cortos videos donde se observen las instalaciones y el entorno natural en el que se encuentra, esta herramienta también tendrá la función de repositorio ya que recibirá las etiquetas de las imágenes de los huéspedes que suban su experiencia en el establecimiento, esta herramienta también facilitara a la interacción de los clientes con sorteos o premios en esta misma.

Ilustración 31 Instagram glamping



Gráfico 24. Página de Instagram, glamping Pondo Wasi

Fuente: PONDO WASI EC (2020). Recuperado de [http://www.instagram.com/pondo\\_wasi\\_ec](http://www.instagram.com/pondo_wasi_ec)

WhatsApp siendo la red de mensajería instantánea es indispensable para el contacto rápido con las personas que quieran adquirir nuestros servicios o las personas que se están desplazando al establecimiento, esta herramienta será utilizada para que los clientes tengan más facilidad de comunicarse con nosotros.

Ilustración 32 WhatsApp glamping



Gráfico 25. Aplicación de video llamadas y mensajería, glamping Pondo Wasi

Fuente: WhatsApp (2020).

En base a estas herramientas estará formado el marketing digital que vamos a utilizar para potencializar la captación de turistas que puedan consumir los servicios de hospedaje.

El internet ayuda que los servicios que se ofrezcan en las plataformas digitales y redes sociales puedan ser captadas por personas que se encuentren ajenas al área geográfica del emprendimiento por lo cual crea la oportunidad de ampliarse hasta un pequeño mercado internacional que estaría interesado por consumir los productos y servicios.

En la actualidad la captación de personas en estas redes sociales es una necesidad fundamental porque de este dependerá el prestigio internáutico de la empresa, por lo cual nuestra prioridad será potencializar las redes sociales con ayuda de profesionales en la rama digital.

6.4 Investigación y análisis de las estrategias y métodos de mercadeo más apropiadas a utilizar.

Como respuesta a la investigación y desarrollo de una segmentación de mercado adecuada, se establecen las siguientes acciones estratégicas a seguir:

#### **Marca y producto**

Posicionar en la mente del grupo objetivo la marca, el producto mediante calidad, dando ofertas, descuentos.



## **Precio**

El precio debe fijarse de acuerdo a parámetros competitivos y a las características de los productos y servicios a ofertar, sin perjudicar a la competencia y tomando en cuenta los objetivos propuestos en la empresa.

## **Estrategias**

- ✓ Publicidad dirigida al mercado específico.
- ✓ Realizar auspicios para hacerse conocer como empresa.
- ✓ Descuentos a grupos numerosos.
- ✓ Ofertas en fechas especiales.
- ✓ Seguimiento de clientes.
- ✓ Buzón de quejas y reclamos.
- ✓ Manejar precios estándares con la competencia.
- ✓ Ferias turísticas
- ✓ Promoción oportuna en TV, RADIO.

## CAPÍTULO VII

### OBJETIVOS

#### Objetivo general

Realizar el Estudio de Impactos Ambientales (EIA), producidos por la construcción de *glamping* en *Pondo Wasi*, Angochagua, Ecuador, para mitigar el deterioro del ecosistema.

#### Objetivos específicos

- Caracterizar los impactos ambientales producidos por las excavaciones y limpieza del área de *glamping*.
- Evaluar los impactos positivos y negativos generados por la implementación de *glamping*.
- Proponer un plan de manejo ambiental para mitigar los efectos de la construcción con el presupuesto referencial.

## 7. ESTUDIO AMBIENTAL

### 7.1 Descripción de acciones del emprendimiento.

A continuación, se presenta la descripción de las acciones que conlleva la implementación de *glamping*, en la cual se contemplan tres etapas las cuales son la planificación, la construcción y la operación, con el fin de realizar la identificación y evaluación de los impactos ambientales generados por la implementación de *glamping* en Pondo Wasi, elaborando así un plan de mitigación que contenga medidas y acciones que contrarresten los impactos ambientales generados por el proyecto.

Tabla 28 Etapa de análisis de impacto ambiental *glamping*

ETAPAS		
Planificación	Construcción	Operación
A. Planificación de la propuesta.	A. Delimitación del área de construcción.	A. Ingreso y salida de Huéspedes.
B. Reconocimiento del área.	B. Aplanamiento de la zona de implementación de <i>glamping</i> .	B. Desechos generados por los huéspedes.
C. Estudio de mercado /técnico/ financiero/ambiental.	C. Implementación de las bases e instalación de los domos geodésicos.	C. Mantenimiento de Infraestructura.
D. Permisos de funcionamiento.	D. Instalación de acueducto y alcantarillado.	D. Servicio de alojamiento.

E. Creación de senderos conectores entre domos eh instalaciones.	E. Soporte administrativo.
--	----------------------------

Elaboración propia.

## 7.2 Factores ambientales para interrelacionar en el Estudio de Impacto Ambiental.

Tabla 29 Factores ambientales glamping

Factor Ambiental	Recurso Ambiental	
<b>Físico</b>	Agua	Uso
	Aire	Partículas en el medio
	Suelo	Calidad
Uso		
<b>Paisaje</b>	Paisaje	Vistas puntuales
<b>Biótico</b>	Flora	Cobertura vegetal
	Fauna	Animales
<b>Social</b>	Socio económico	Empleo

Elaboración propia

## 7.3 Descripción del modelo a aplicar.

El impacto ambiental según lo menciona Conesa (2010), comienza cuando “una acción o actividad produce una alteración, favorable o desfavorable, en el medio o en alguno de los componentes del medio”. Estos impactos se identificarán a través de la matriz de interacción y se evalúan en la matriz de Conesa los factores que se vean afectados en la implementación de *glamping* en *Pondo Wasi* en las fases de planificación, construcción y operación.

## 7.4. Escalas o rangos de valoración ambiental para el EIA

Tabla 30 Rangos de calificar Conesa en glamping

<b>NATURALEZA</b>		<b>INTENSIDAD (IN) (GRADO DE DESTRUCCIÓN)</b>	
Impacto beneficioso +		Baja o mínima	1
Impacto perjudicial -		Media	2
		Alta	3
		Muy alta	4
		Total	12
<b>EXTENSIÓN (EX) (ÁREA DE INFLUENCIA)</b>		<b>MOMENTO (MO) (PLAZO DE MANIFESTACIÓN)</b>	
Puntual	1	Largo plazo	1
Parcial	2	Mediano plazo	2
Amplio o extenso	4	Corto plazo	3
Total	8	Inmediato	4
Crítico	+4	Crítico	+4
<b>PERSISTENCIA (PE) (PERMANENCIA DE EFECTO)</b>		<b>REVERSIBILIDAD (RV) (RECONSTRUCCIÓN POR MEDIOS NATURALES)</b>	
Fugaz o efímero	1	Corto plazo	1
Momentáneo	1	Mediano plazo	2
Temporal o transitorio	2	Largo plazo	3
Pertinaz o persistente	3	Irreversible	4
Permanente o constante	4		
<b>SINERGIA (SI) (POTENCIACIÓN DE LA MANIFESTACIÓN)</b>		<b>ACUMULACIÓN (AC) (INCREMENTO PROGRESIVO)</b>	
Sin sinergismo o simple	1	Simple	1
Sinergismo moderado	2	Acumulativo	4
Muy sinérgico	4		

<b>EFFECT (EF) (RELACIÓN CAUSA- EFECTO)</b>	<b>PRIORIDAD (PR) (REGULARIDAD DE LA MANIFESTACIÓN)</b>
Indirecto secundario 1 Directo primario 4	Irregular (aperiódico o esporádico) 1 Periódico o de regularidad intermitente 2 Continuo 4
<b>RECUPERABILIDAD (MC) (RECONSTRUCCIÓN POR MEDIOS HUMANOS)</b>	<b>IMPRTANCIA (I) (GRADO DE MANIFESTACIÓN CUALITATIVA DEL EFECTO)</b>
Recuperable de manera inmediata 1 Recuperable a corto plazo 2 Recuperable a mediano plazo 3 Recuperable a largo plazo 4 Mitigable, sustituible y compensable 4 Irrecuperable 8	I= $\pm(3IN+2EX+MO+PE+RV+SI+AC+EF+PR+MC)$  <i>. Ítems de calificación Matriz Conesa. Conesa (2009)</i>

Elaboración propia.

Fuente: Ítems de calificación. Conesa, (2009).

### 7.5 Interrelación entre las acciones y factores ambientales para la implementación de *glamping*.

- **X** Las actividades que puedan afectar al medio ambiente según la fase en la que se encuentre.
- ° En las actividades que no tengan afectación al medio ambiente

Tabla 31 Tabla de interacción *glamping*

Factor Ambiental	Recurso Ambiental	Fase de Planificación				Fase de Construcción					Fase de Operación					Total	
		A	B	C	D	A	B	C	D	E	A	B	C	D	E		
Físico	Agua	uso	°	°	°	°	°	X	X	X	X	°	X	X	°	°	6
	Aire	Partículas en el medio	°	X	°	°	°	°	X	X	°	°	X	°	°	°	4
	Suelo	Calidad	°	°	°	°	X	X	X	X	X	°	°	°	°	°	5
Uso		°	X	°	°	X	X	X	X	X	X	°	°	X	°	8	
Paisaje	Paisaje	Vistas puntuales	°	°	°	°	°	X	X	X	X	°	°	X	°	6	
Biótico	Flora	Animales	°	°	°	°	°	°	X	°	X	X	°	°	X	°	4

	Fauna	Cobertura vegetal	o	X	o	o	o	X	X	X	X	o	o	o	o	o	5
Social	Económico	Empleo	IMPACTO POSITIVO														
Total			0	3	0	0	2	5	7	6	6	3	2	1	3	0	38/98

Elaboración propia

En esta matriz se identificaron 38 de 98 posibles interacciones entre la acción a realizar con el factor ambiental a ser afectado.

## 7.6 Determinación de la importancia según la matriz Conesa simplificada.

MATRIZ DE VALORACION DE IMPACTOS AMBIENTALES GLAMPING PONDO WASI																
Fase de Planificación																
ACTIVIDAD																
MEDIO	ELEMENTOS A SER ALTERADOS	Reconocimiento del área.										NATURALEZA	IMPORTANCIA			
		3IN	2EX	MO	PE	RV	SI	AC	EF	PR	MC					
Agua	uso	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	-1	-13
Aire	Partículas en el medio	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	-1	-15
Suelo	Calidad	1	2	2	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	-1	-18
	Uso	2	4	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	-1	-24
Paisaje	Vistas puntuales	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2	2	-1	-24
Flora	Cobertura vegetal	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	-1	-13
Fauna	Animales	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	-1	-16
Económico	Empleo	IMPACTO POSITIVO														
Fase de Construcción																
ACTIVIDAD																
MEDIO	ELEMENTOS A SER ALTERADOS	Delimitación del área de construcción.										NATURALEZA	IMPORTANCIA			
		3IN	2EX	MO	PE	RV	SI	AC	EF	PR	MC					
Agua	uso	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	-1	-15
Aire	Partículas en el medio	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	-1	-14
Suelo	Calidad	2	2	2	1	1	2	1	2	1	1	2	1	2	-1	-21
	Uso	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	-1	-16
Paisaje	Vistas puntuales	2	2	2	1	4	2	1	1	1	1	1	1	1	-1	-23
Flora	Animales	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	-1	-16
Fauna	Cobertura vegetal	1	2	1	4	1	1	1	1	4	1	1	1	1	-1	-21
Económico	Empleo	IMPACTO POSITIVO														
ACTIVIDAD																
MEDIO	ELEMENTOS A SER ALTERADOS	Aplanamiento de la zona										NATURALEZA	IMPORTANCIA			
		3IN	2EX	MO	PE	RV	SI	AC	EF	PR	MC					
Agua	uso	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	-1	-18
Aire	Partículas en el medio	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	-1	-19
Suelo	Calidad	3	2	2	1	4	2	1	4	1	2	1	1	2	-1	-30
	Uso	3	2	1	1	4	2	1	4	1	1	1	1	1	-1	-28
Paisaje	Vistas puntuales	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	-1	-19
Flora	Cobertura vegetal	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	-1	-14
Fauna	Animales	1	2	1	4	1	1	1	1	4	1	1	1	1	-1	-21
Económico	Empleo	IMPACTO POSITIVO														
ACTIVIDAD																
MEDIO	ELEMENTOS A SER ALTERADOS	Instalación de los domos geodésicos.										NATURALEZA	IMPORTANCIA			
		3IN	2EX	MO	PE	RV	SI	AC	EF	PR	MC					
Agua	uso	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	3	1	1	-1	-23
Aire	Partículas en el medio	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	-1	-15
Suelo	Calidad	2	2	4	3	3	1	1	4	2	3	1	1	4	-1	-31
	Uso	2	2	1	3	3	2	4	4	2	4	4	4	4	-1	-33
Paisaje	Vistas puntuales	1	4	1	3	1	1	4	2	4	1	1	1	1	-1	-28
Flora	Cobertura vegetal	1	4	4	3	2	4	4	1	4	3	1	1	1	-1	-36
Fauna	Animales	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	3	1	1	-1	-18
ACTIVIDAD																
MEDIO	ELEMENTOS A SER ALTERADOS	Instalación de acueducto y alcantarillado.										NATURALEZA	IMPORTANCIA			
		3IN	2EX	MO	PE	RV	SI	AC	EF	PR	MC					
Agua	uso	3	4	4	3	3	2	4	4	2	4	1	1	1	-1	-43
Aire	Partículas en el medio	3	4	4	2	1	2	4	4	2	2	1	1	1	-1	-38
Suelo	Calidad	3	2	3	2	2	2	4	4	4	3	1	1	1	-1	-37
	Uso	3	2	2	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	-1	-39
Paisaje	Vistas puntuales	3	4	4	3	3	2	4	2	2	2	1	1	1	-1	-39
Flora	Cobertura vegetal	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	-1	-19
Fauna	Animales	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	-1	-18
Económico	Empleo	IMPACTO POSITIVO														

ACTIVIDAD														
MEDIO	ELEMENTOS A SER ALTERADOS	Creación de senderos										NATURALEZA	IMPORTANCIA	
		3I	2EX	MO	PE	RV	SI	AC	EF	PR	MC			
Agua	uso	2	2	2	2	1	2	1	1	1	1	2	-1	-22
Aire	Partículas en el medio	2	2	2	1	2	2	1	1	1	1	2	-1	-22
Suelo	Calidad	4	4	1	1	3	2	4	4	4	3		-1	-42
	Uso	4	4	1	4	3	2	4	4	4	4		-1	-46
Paisaje	Vistas puntuales	3	2	2	3	2	2	1	1	2	3		-1	-29
Flora	Cobertura vegetal	4	4	1	3	3	4	4	4	4	4		-1	-47
Fauna	Animales	2	2	1	1	1	2	1	1	2	2		-1	-21
Económico	Empleo	IMPACTO POSITIVO												
Fase de Operación														
ACTIVIDAD														
MEDIO	ELEMENTOS A SER ALTERADOS	Ingreso y Salida de turistas										NATURALEZA	IMPORTANCIA	
		3I	2EX	MO	PE	RV	SI	AC	EF	PR	MC			
Agua	uso	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	-1	-13
Aire	Partículas en el medio	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	-1	-13
Suelo	Calidad	3	2	3	2	1	1	1	4	1	1		-1	-27
	Uso	3	2	2	2	2	1	4	4	1	3		-1	-32
Paisaje	Vistas puntuales	3	2	3	1	1	2	4	4	4	1		-1	-33
Flora	Cobertura vegetal	3	2	2	1	2	4	4	1	3			-1	-32
Fauna	Animales	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1		-1	-18
Económico	Empleo	IMPACTO POSITIVO												
ACTIVIDAD														
MEDIO	ELEMENTOS A SER ALTERADOS	Alojamiento										NATURALEZA	IMPORTANCIA	
		3I	2EX	MO	PE	RV	SI	AC	EF	PR	MC			
Agua	uso	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	-1	-15
Aire	Partículas en el medio	1	2	1	4	1	1	1	1	4	1		-1	-21
Suelo	Calidad	4	2	2	1	1	1	2	1	1	2		-1	-27
	Uso	4	2	4	4	4	2	4	4	2	4		-1	-44
Paisaje	Vistas puntuales	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2		-1	-15
Flora	Cobertura vegetal	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		-1	-13
Fauna	Animales	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		-1	-13
Económico	Empleo	IMPACTO POSITIVO												
ACTIVIDAD														
MEDIO	ELEMENTOS A SER ALTERADOS	Mantenimiento										NATURALEZA	IMPORTANCIA	
		3I	2EX	MO	PE	RV	SI	AC	EF	PR	MC			
Agua	uso	4	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	-1	-26
Aire	Partículas en el medio	1	2	1	4	1	1	1	1	4	1		-1	-21
Suelo	Calidad	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1		-1	-14
	Uso	4	2	2	2	1	1	1	1	1	1		-1	-26
Paisaje	Vistas puntuales	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		-1	-13
Flora	Cobertura vegetal	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1		-1	-14
Fauna	Animales	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		-1	-13
Económico	Empleo	IMPACTO POSITIVO												
ACTIVIDAD														
MEDIO	ELEMENTOS A SER ALTERADOS	Desechos generados										NATURALEZA	IMPORTANCIA	
		3I	2EX	MO	PE	RV	SI	AC	EF	PR	MC			
Agua	uso	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2		-1	-15
Aire	Partículas en el medio	1	2	1	4	1	1	1	1	4	1		-1	-21
Suelo	Calidad	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2		-1	-15
	Uso	4	2	1	2	2	2	1	1	2	2		-1	-29
Paisaje	Vistas puntuales	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		-1	-13
Flora	Cobertura vegetal	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1		-1	-15
Fauna	Animales	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1		-1	-15
Económico	Empleo	IMPACTO POSITIVO												
ALGORITMO														
$NA (3 IN + 2EX + MO + PE + RV + SI + AC + EF + PR + MC)$														
Cada impacto negativo podrá clasificarse de acuerdo a su importancia I considerando:														
Irrelevante o compatible												0-25		
Moderado												25-50		
Severo												50-75		
Crítico												Mayor a 75		
Impacto positivo														

Elaboración propia



### 7.6.1. Resumen de Matriz de Importancia de Impactos ambientales

Tabla 32 Resumen de importancia de impactos ambientales en glamping

RESUMEN MATRIZ DE IMPORTANCIA DE IMPACTOS AMBIENTALES												
MATRIZ DE IDENTIFICACIÓN		ACTIVIDADES										
		Planificación		Construcción				Operación				
MEDIO AFECTADO	FACTOR AMBIENTAL	Reconocimiento del área.	Delimitación del área de construcción.	Aplanamiento de la zona	Instalación de los domos geodésicos.	Instalación de acueducto y alcantarillado.	Creación de senderos	Ingreso y Salida de turistas	Alojamiento	Mantenimiento	Desechos generados	
Agua	uso	-13	-15	-18	-23	-43	-22	-13	-15	-26	-15	
Aire	Partículas en el medio	-15	-14	-19	-15	-38	-22	-13	-21	-21	-21	
Suelo	Calidad	-18	-21	-30	-31	-37	-42	-27	-27	-14	-15	
	Uso	-24	-16	-28	-33	-39	-46	-32	-44	-26	-29	
Paisaje	Vistas puntuales	-24	-23	-19	-28	-39	-29	-33	-15	-13	-13	
Flora	Cobertura vegetal	-13	-16	-14	-36	-19	-47	-32	-13	-14	-15	
Fauna	Animales	-16	-21	-21	-18	-18	-21	-18	-13	-13	-15	
Económico	Empleo	<b>FACTOR POSITIVO</b>										
		Irrelevante o compatible		0-25								
		Moderado		25-50								
		Severo		50-75								
		Crítico		Mayor a 75								
		Impacto positivo										

Elaboración propia

## 7.7 Jerarquización de los impactos ambientales según la evaluación.

### 7.7.1 Etapa de Construcción.

Actividad: Aplanamiento de la zona.

<b>Económico</b>	Empleo	<b>IMPACTO POSITIVO</b>
<b>Suelo</b>	Calidad	<b>-30</b>
	Uso	<b>-28</b>

Esta acción genera dos impactos moderados generados en la calidad y uso del suelo.

Actividad: Construcción de las bases e Instalación de los domos geodésicos.

<b>Económico</b>	Empleo	<b>IMPACTO POSITIVO</b>
<b>Suelo</b>	Calidad	<b>-31</b>
	Uso	<b>-33</b>
<b>Paisaje</b>	Vistas puntuales	<b>-28</b>
<b>Flora</b>	Cobertura vegetal	<b>-36</b>

Esta acción genera cuatro impactos afectado de forma moderada el suelo, paisaje y la flora.

Actividad: Instalación de acueducto y alcantarillado.

<b>Económico</b>	Empleo	<b>IMPACTO POSITIVO</b>
<b>Agua</b>	uso	<b>-43</b>
<b>Aire</b>	Partículas en el medio	<b>-38</b>
<b>Suelo</b>	Calidad	<b>-37</b>
	Uso	<b>-39</b>
<b>Paisaje</b>	Vistas puntuales	<b>-39</b>

Esta acción genera cinco impactos moderados afectando los medios ambientales como agua, aire, suelo y paisaje.

Actividad: Creación de senderos.

<b>Económico</b>	Empleo	<b>IMPACTO POSITIVO</b>
<b>Suelo</b>	Calidad	<b>-42</b>
	Uso	<b>-46</b>
<b>Paisaje</b>	Vistas puntuales	<b>-29</b>
<b>Flora</b>	Cobertura vegetal	<b>-47</b>

Esta acción genera cuatro impactos en los medios ambientales de suelo paisaje y flora.

### 7.7.2 Fase de operación.

Actividad: Ingreso y salida de turistas.

<b>Económico</b>	Empleo	<b>IMPACTO POSITIVO</b>
<b>Suelo</b>	Calidad	<b>-27</b>
	Uso	<b>-32</b>
<b>Paisaje</b>	Vistas puntuales	<b>-33</b>
<b>Flora</b>	Cobertura vegetal	<b>-32</b>

Esta actividad genera cuatro impactos moderados afectando los medios suelo, paisaje y flora.

Actividad: Alojamiento.

<b>Económico</b>	Empleo	<b>IMPACTO POSITIVO</b>
<b>Suelo</b>	Calidad	<b>-27</b>
	Uso	<b>-44</b>

Esta actividad genera dos impactos moderados afectando el suelo en la calidad y el uso.

Actividad: Desechos generados.

<b>Económico</b>	Empleo	<b>IMPACTO POSITIVO</b>
<b>Suelo</b>	Uso	<b>-29</b>

Esta actividad genera un impacto ambiental moderado en el uso del suelo.

## 7.8 Plan de manejo ambiental.

Tabla 33 Plan de manejo agua

PROYECTO	IMPLEMENTACIÓN DE <i>GLAMPING</i> EN <i>PONDO WASI</i> , ANGOCHAGUA-ECUADOR				
ACTIVIDAD	MONITOREO USO DE AGUA				
MEDIDAS	PREVENIR	MITIGAR	CORREGIR	CONTROLAR	COMPENSAR
	X	X	X	X	-
OBJETIVO	Controlar los impactos ambientales al agua generados en la etapa de construcción del proyecto				
AFECTACIÓN A MEJORAR	Instalación de acueducto y alcantarillado.				
FACTORES AMBIENTALES	USO				
LUGAR DE APLICACIÓN	<i>Pondo Wasi</i> , Angochagua, Imbabura Ecuador.				
ACCIONES A REALIZAR	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Utilizar el agua a partir de una cisterna destinada para uso único de la construcción del domo</li> <li>- Reutilizar el agua lluvia en las diferentes actividades en la etapa de la operación</li> <li>- Realizar talleres de buenas prácticas ambientales</li> </ul>				
RESPONSABLE	Gerencia, Administración, Mantenimiento.				
COSTO	\$500,00 USD APROX				

### 7.8.1 Prevención y Mitigación de impactos en el medio Agua.

*Elaboración propia*

## 7.8.2 Prevención y mitigación de impactos al medio Aire.

<b>PROYECTO</b>	<b>IMPLEMENTACIÓN DE GLAMPING EN PONDO WASI, ANGOCHAGUA-ECUADOR</b>				
<b>ACTIVIDAD</b>	MONITOREO DE CALIDAD DEL AIRE				
<b>MEDIDAS</b>	<b>PREVENIR</b>	<b>MITIGAR</b>	<b>CORREGIR</b>	<b>CONTROLAR</b>	<b>COMPENSAR</b>
	X	X	X	X	-
<b>OBJETIVO</b>	Controlar los impactos ambientales al aire Generados en la etapa de construcción del proyecto.				
<b>AFECTACIÓN A MEJORAR</b>	Instalación de acueducto y alcantarillado				
<b>FACTORES AMBIENTALES</b>	PARTICULAS EN EL MEDIO				
<b>LUGAR DE APLICACIÓN</b>	<i>Pondo Wasí, Angochagua, Imbabura Ecuador.</i>				
<b>ACCIONES A REALIZAR</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Utilizar maquinaria con energía eléctrica y no a motor</li> <li>- Hacer uso de materiales sostenibles en el ambiente (madera local, energía local)</li> <li>- No usar bioquímicos o líquidos que al altere el hábitat in situ</li> </ul>				
<b>RESPONSABLE</b>	Gerencia, técnico especializado.				
<b>COSTO</b>	\$4500.00				

*Tabla 34 Plan de manejo aire*

*Elaboración propia*

<b>PROYECTO</b>	<b>IMPLEMENTACIÓN DE GLAMPING EN PONDO WASI, ANGOCHAGUA-ECUADOR</b>				
<b>ACTIVIDAD</b>	<b>MONITOREO DE CALIDAD DE SUELO</b>				
<b>MEDIDAS</b>	<b>PREVENIR</b>	<b>MITIGAR</b>	<b>CORREGIR</b>	<b>CONTROLAR</b>	<b>COMPENSAR</b>
	X	X	X	X	-
<b>OBJETIVO</b>	Controlar los impactos ambientales al suelo generados en la etapa de construcción y operación del proyecto.				
<b>AFECTACIÓN A MEJORAR</b>	APLANAMIENTO DE LAZONA. CONSTRUCCION DE BASES E INSTALACION DE LOS DOMOS GEODESICOS. INSTALACION DE ACUEDUCTO Y ALCANTARILLADO. CREACION DE SENDEROS INGRESO Y SALIDA DE TURISTAS ALOJAMIENTO DESECHOS GENERADOS.				
<b>FACTORES AMBIENTALES</b>	CALIDAD USO				
<b>LUGAR DE APLICACIÓN</b>	<i>Pondo Wasí, Angochagua, Imbabura Ecuador.</i>				
<b>ACCIONES A REALIZAR</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recompensar el área afectada con la inserción de siembra de plantas nativas</li> <li>- Reforestación en los senderos</li> <li>- Ubicación de basureros</li> <li>- Evitar el uso de cemento u otros componentes que alteren el suelo</li> <li>- Calcular la capacidad de carga</li> </ul>				
<b>RESPONSABLE</b>	Gerencia, Técnicos especializados.				
<b>COSTO</b>	\$7000,00 USD APROX				

### 7.8.3 Prevención y mitigación de Impactos en el medio Suelo.

*Tabla 35 Plan de mejo suelo*

*Elaboración propia*

PROYECTO	IMPLEMENTACIÓN DE <i>GLAMPING</i> EN <i>PONDO WASI</i> , ANGOCHAGUA-ECUADOR				
ACTIVIDAD	MONITOREO DE CALIDAD DE PAISAJE				
MEDIDAS	PREVENIR	MITIGAR	CORREGIR	CONTROLAR	COMPENSAR
		X	X	X	X
OBJETIVO	Controlar los impactos ambientales al paisaje generados en la etapa de construcción y operación del proyecto.				
AFECTACIÓN A MEJORAR	CONSTRUCCION DE BASES E INSTALACION DE LOS DOMOS GEODESICOS INSTALACION DE ACUEDUCTO Y ALCANTARILLADO CREACION DE SENDEROS INGRESO Y SALIDA DE TURISTAS				
FACTORES AMBIENTALES	VISTAS PUNTUALES				
LUGAR DE APLICACIÓN	<i>Pondo Wasi</i> , Angochagua, Imbabura Ecuador.				
ACCIONES A REALIZAR	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Usar materiales acordes a la temática del domo y paisaje</li> <li>- Implementar estructura que permita apreciar paisajes naturales (miradores, zonas de picnic)</li> </ul>				
RESPONSABLE	Administración.				
COSTO	\$5000,00 USD APROX				

#### 7.8.4 Prevención y mitigación de impactos en el Paisaje

*Tabla 36 Plan de manejo paisaje*

*Elaboración propia*

PROYECTO	IMPLEMENTACIÓN DE <i>GLAMPING</i> EN <i>PONDO WASI</i> , ANGOCHAGUA- ECUADOR				
ACTIVIDAD	MONITOREO DE CALIDAD DE FLORA				
MEDIDAS	PREVENIR	MITIGAR	CORREGIR	CONTROLAR	COMPENSAR
		X	X	X	X
OBJETIVO	Controlar los impactos ambientales a la flora generados en la fase de Construcción y operación del proyecto.				
AFECTACIÓN A MEJORAR	CONSTRUCCION DE BASES E INSTALACION DE DOMOS GEODESICOS. CREACION DE SENDEROS INGRESO DE TURISTAS				
FACTORES AMBIENTALES	COVERTURA VEGETAL				
LUGAR DE APLICACIÓN	<i>Pondo Wasi</i> , Angochagua, Imbabura Ecuador.				
ACCIONES A REALIZAR	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Implementar jardines nativos</li> <li>- Reforestar zonas aledañas con árboles forestales, frutales etc.</li> <li>- Reconocer plantas con importancia medicinal, científica y cultural</li> <li>- Realizar talleres de conservación ambientales</li> </ul>				
RESPONSABLE	Administración, Mantenimiento				
COSTO	\$3000,00 USD APROX				

### 7.8.5 Prevención y mitigación de impactos en la flora

*Tabla 37 Plan de manejo flora*

*Elaboración propia*




## CAPITULO VIII

### 8. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

#### 8.1 Estado de situación inicial.

*Ilustración 33 Balance de situación inicial glamping*

			PONDO WASI "GLAMPING"		
			BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL AL 1 DE ENERO DE 202X		
<b>ACTIVO</b>			<b>PASIVO</b>		
<b>Activo Circulante</b>			<b>Pasivo Circulante</b>		
Caja		\$ 1.000,00	Proveedores		
BANCOS		\$ 17.123,00	Prestamo al Banco del Pichincha		\$35.762
Inventarios			Intereses por pagar		
			ISR por pagar		
			Anticipo de clientes		
<b>Total Activo Circulante</b>		<b>\$18.123,00</b>	<b>Total Pasivo Circulante</b>		<b>\$35.762</b>
<b>Activo Fijo</b>			<b>Pasivo a Largo Plazo</b>		
CONSTRUCCIONES		\$6.000	Documentos por pagar a largo plazo		
Terrenos		\$12.000	<b>Total Pasivo Circulante</b>		<b>\$0</b>
Mobiliario		\$12.965,00			
MAQUINARIA		\$8.400,00			
Equipo		\$1.274			
<b>Total Activo Fijo</b>		<b>\$40.639</b>			
<b>Activo diferido</b>			<b>PATRIMONIO</b>		
Rentas pagadas por anticipado			BIENES INMUEBLES		\$18.000
Otros activos diferidos			Reservas		\$5.000
<b>Total Activo Diferido</b>		<b>\$0</b>			
			<b>Total Capital contable</b>		<b>\$23.000</b>
<b>SUMA DEL ACTIVO</b>		<b>\$58.762</b>	<b>SUMA DEL CAPITAL CONTABLE</b>		<b>\$23.000</b>
			<b>SUMA DEL PASIVO + PATRIMONIO</b>		<b>\$58.762</b>

*Elaboración propia*

En la plantilla de balance de situación inicial se identificaron los valores del activo, pasivo y patrimonio para obtener como resultado la total inversión requerida para la implementación de *glamping*. De lo cual *cincuenta y ocho mil setecientos sesenta y dos* dólares americanos corresponden a la suma del activo, *treinta y cinco mil setecientos sesenta y dos* dólares americanos correspondientes al total del pasivo y *veintitrés mil setecientos sesenta y dos* dólares americanos como patrimonio.

## 8.2 Flujo de efectivo primer año

La plantilla del flujo del primer año refleja los movimientos de dinero que probablemente habrá en la primera etapa de operación del proyecto.

En este se muestra los ingresos producidos por la venta cuatro productos. El alojamiento de 2 y 3 pax tienen 60 unidades, la alimentación 300 unidades de ventas y la actividad de la pachamanca 150 unidades de venta. La temporalidad se calculó según el calendario de feriados teniendo como un 45% en los meses de temporada alta y un 30% con en los meses de temporada baja; el servicio de alojamiento tendría 27 posibles ventas en temporada alta y 18 posibles ventas en temporada baja, la alimentación 135 unidades vendidas en temporada alta y 90 unidades en temporada baja, la pachamanca 67 unidades en temporada alta y en temporada baja 45 unidades vendidas. Este cálculo tuvo como resultado que al final del año el monto de ingresos por la venta de los 4 productos es de *setenta y un mil ciento veinte y dos dólares con cinco centavos* de dólar americano.

Los egresos son producidos por el costo de los productos, el alojamiento tiene un costo del 30%, la alimentación un costo del 35% y la actividad de la pachamanca un costo del 45% del precio total de venta. El mantenimiento es un costo que se generara bimensualmente el cual tiene un monto fijo de *cien* dólares americanos, Los suelos y salarios suman un monto de *mil cien* dólares americanos y de estos los décimos con el mismo monto en el mes de agosto y diciembre estos rubos son destinados al capital de trabajo.

El permiso anual de funcionamiento tiene un precio de *doscientos cincuenta* dólares americanos que será un egreso anual.

Los impuestos a pagar mensualmente son el total de ingresos por el 12% del IVA.

El egreso de los servicios básicos suma un total de *setenta* dólares mensuales.

El pago del préstamo será mensual y tiene un monto de *setecientos ochenta y un* dólares con *sesenta y seis* centavos americanos.

Estos egresos tienen una suma total de *cincuenta y cuatro mil doscientos cincuenta y nueve* dólares americanos. Dejando un fujo favorable de dieciséis *mil ochocientos sesenta y dos* dólares americanos.

Ilustración 34 Flujo de primer año glamping

CUANTIFICACIÓN DE FLUJO AÑO 1

INGRESOS	Precio	unidad a la venta	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 ANUAL
Paquete alojamiento			45%	45%	30%	30%	30%	45%	45%	30%	30%	30%	30%	45%	
Habitaciones doble (2)	\$75	60	\$2.025	\$2.025	\$1.350	\$1.350	\$1.350	\$2.025	\$2.025	\$1.350	\$1.350	\$1.350	\$1.350	\$2.025	19575
Habitaciones triple (3)	\$100	60	\$2.700	\$2.700	\$1.800	\$1.800	\$1.800	\$2.700	\$2.700	\$1.800	\$1.800	\$1.800	\$1.800	\$2.700	26100
Alimentacion	\$12	300	\$1.620	\$1.620	\$1.080	\$1.080	\$1.080	\$1.620	\$1.620	\$1.080	\$1.080	\$1.080	\$1.080	\$1.620	15660
Actividad Pachamanca	\$15	150	\$1.013	\$1.013	\$675	\$675	\$675	\$1.013	\$1.013	\$675	\$675	\$675	\$675	\$1.013	9787,5
<b>TOTAL INGRESOS</b>			\$7.358	\$7.358	\$4.905	\$4.905	\$4.905	\$7.358	\$7.358	\$4.905	\$4.905	\$4.905	\$4.905	\$7.358	71122,5
<b>EGRESOS</b>															
Costo Habitación doble			708,75	708,75	472,5	472,5	472,5	708,75	708,75	472,5	472,5	472,5	472,5	708,75	6851,25
Costo Habitación triple			945	945	630	630	630	945	945	630	630	630	630	945	9135
Costo Alimentacion			567	486	378	378	378	567	486	378	378	378	378	567	5319
Costo Pachamanca			455,625	455,625	303,75	303,75	303,75	455,625	455,625	303,75	303,75	303,75	303,75	455,625	4404,375
Mantenimiento				100		100		100		100		100		100	600
Sueldos y salarios			1100	1100	1100	1100	1100	1100	1100	1100	1100	1100	1100	1100	13200
Decimos									1100					1100	2200
Permisos							250								250
Impuestos			224,87	224,87	136,58	136,58	136,58	224,87	224,87	136,58	136,58	136,58	136,58	224,87	2080,41
Servicios Básicos			70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	840
PAG DE PRESTAMO			\$781,66	\$781,66	\$781,66	\$781,66	\$781,66	\$781,66	\$781,66	\$781,66	\$781,66	\$781,66	\$781,66	\$781,66	9379,91944
<b>TOTAL EGRESOS</b>			4852,90	4871,90	3872,49	3972,49	3872,49	5202,90	4771,90	5072,49	3872,49	3972,49	3872,49	6052,90	54259,95
<b>FLUJO DE CAJA</b>			2504,60	2485,60	1032,51	932,51	1032,51	2154,60	2585,60	-167,49	1032,51	932,51	1032,51	1304,60	
<b>FLUJO ACUMULADO</b>			2504,60	4990,19	6022,70	6955,21	7987,72	10142,32	12727,91	12560,42	13592,93	14525,44	15557,95	16862,55	16862,55

Elaboración propia



### 8.3 Costo capital

Ilustración 35 Costo capital glamping

CÁLCULO DEL COSTO DE CAPITAL						
	VALORES	PARTICIPACIÓN	INTERÉS	EQUIVALENCIA		COSTO DE CAPITAL DE LA INVERSIÓN
INVERSIÓN	58761,96	100%		9,29%		9,29%
IMPUESTO A LA RENTA				0%		
CAPITAL PROPIO	23000	39%	6,28%	2,46%		
FINANCIAMIENTO	35761,96	61%	11,23%	6,83%		

Elaboración propia

El costo de la capital de inversión es igual al 9,29% resultante a que el financiamiento equivale al 61% de la inversión total teniendo un 6,83% de equivalencia y el capital propio es equivalente al 2,46% resultante del 39% de su participación en el proyecto.

### 8.4 Flujo a cinco años

Ilustración 36 Flujo de cinco años glamping

Incremento anual						5%
Costo de capital						9,29%
Inversión						58761,96
VAN						12555,75
TIR						16,97%
Detalle	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5	
Ingresos	71122,5	74678,625	78412,5563	82333,1841	86449,8433	
Egresos	54259,95	56972,95216	59821,5998	62812,6798	65953,3137	
Flujo de caja	16862,5456	17705,67284	18590,9565	19520,5043	20496,5295	
DATOS PARA LA TIR	-58761,96	16862,5456	17705,67284	18590,9565	19520,5043	20496,5295
Suma de Ingresos		34568,2184	53159,1749	72679,6792	93176,2087	

Elaboración propia

En esta plantilla se aprecia el cálculo para obtener la tasa interna de retorno que se proyecta según el flujo de los 5 primeros años de la fase de operación del proyecto. Se obtuvo que con una inversión de *cincuenta y ocho mil setecientos sesenta y un dólares con noventa y seis centavos americanos* con costo de capital del 9,29% y un incremento anual de 5% se obtiene un TIR de 16,97%, dando viabilidad al proyecto ya que es una cifra mayor al costo de capital.

En esta plantilla también se puede apreciar que en el 4to año la suma de ingresos es mayor al total de la inversión requerida para la implementación de *glamping*.

### 8.5 Punto de equilibrio multiproducto

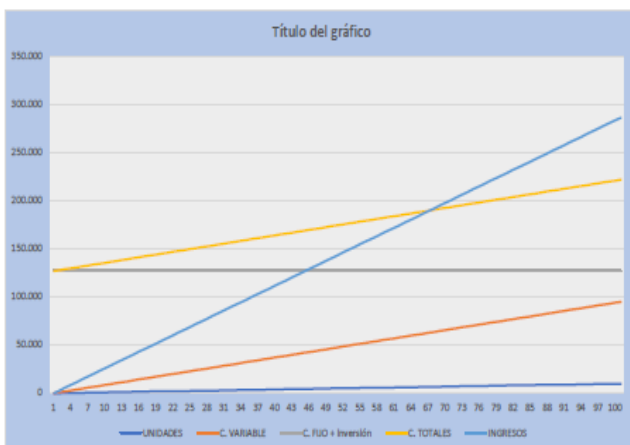
En la plantilla multiproducto se encuentra la interacción entre los cuatro productos teniendo en cuenta el porcentaje de participación según las unidades vendidas el punto de equilibrio. El precio y costo de estos productos ya anteriormente analizados, el margen de contribución que deja cada producto ubicándolos según la importancia de contribución se encuentra primero la Hab de 3 pax, Hab de 2 pax, Pachamanca y alimentación como menor contribuyente.

Con lo cual el punto de equilibrio de los productos a 4 años estipulados se puede encontrar en 698 unidades vendidas en la Hab de 2 y 3 pax, en 1745 unidades vendidas de Pachamanca y 3490 unidades vendidas de alimentación.

Ilustración 37 Punto de equilibrio glamping

<b>AÑO ESTIMADO PUNTO EQUILIBRIO</b>	<b>4</b>
--------------------------------------	----------

	Hab 2Pax	Hab 3Pax	Alimentación	Pachamanca	Producto 5	Producto 6
UNIDADES VENDIDAS EN EL PERÍODO	261	261	1.305	653		
<b>TOTAL UNIDADES</b>	<b>2.480</b>					
% PARTICIPACIÓN	10,53%	10,53%	52,63%	26,32%		
PRECIO VENTA UNITARIO	\$75	\$100	\$12	\$15		
COSTO VENTA UNITARIO	\$23	\$30,00	\$4	\$7		
<b>PRECIO PROMEDIO PONDERADO</b>		<b>\$28,68</b>				
<b>COSTO PROMEDIO PONDERADO</b>		<b>\$9,51</b>				
<b>COSTO FIJO DEL PERÍODO</b>		<b>\$68.360</b>				
INVERSIÓN		\$58.762				
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	\$52,50	\$70,00	\$7,80	\$8,25		
<b>MARGEN CONTRIBUCIÓN PONDERADO</b>		<b>\$19,17</b>				
PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES		6.631				
PUNTO EQUILIBRIO POR INGRESOS		\$190.203				
PUNTO EQUILIBRIO POR PRODUCTO	698	698	3.490	1.745		



Elaboración propia

LÍNEA	UNIDADES	C. VARIABLE	C. FIJO + inversión	C. TOTALES
1	0	0,00	\$127.121,96	127121,96
2	100	951,32	\$127.121,96	128073,28
3	200	1902,63	\$127.121,96	129024,59
4	300	2853,95	\$127.121,96	129975,91
5	400	3805,26	\$127.121,96	130927,22
6	500	4756,58	\$127.121,96	131878,54
7	600	5707,89	\$127.121,96	132829,85
8	700	6659,21	\$127.121,96	133781,17
9	800	7610,53	\$127.121,96	134732,49
10	900	8561,84	\$127.121,96	135683,80
11	1000	9513,16	\$127.121,96	136635,12
12	1100	10464,47	\$127.121,96	137586,43
13	1200	11415,79	\$127.121,96	138537,75
14	1300	12367,11	\$127.121,96	139489,07
15	1400	13318,42	\$127.121,96	140440,38
16	1500	14269,74	\$127.121,96	141391,70
17	1600	15221,05	\$127.121,96	142343,01
18	1700	16172,37	\$127.121,96	143294,33
19	1800	17123,68	\$127.121,96	144245,64
20	1900	18075,00	\$127.121,96	145196,96
21	2000	19026,32	\$127.121,96	146148,28
22	2100	19977,63	\$127.121,96	147099,59
23	2200	20928,95	\$127.121,96	148050,91
24	2300	21880,26	\$127.121,96	149002,22
25	2400	22831,58	\$127.121,96	149953,54
26	2500	23782,89	\$127.121,96	150904,85
27	2600	24734,21	\$127.121,96	151856,17
28	2700	25685,53	\$127.121,96	152807,49
29	2800	26636,84	\$127.121,96	153758,80
30	2900	27588,16	\$127.121,96	154710,12
31	3000	28539,47	\$127.121,96	155661,43
32	3100	29490,79	\$127.121,96	156612,75
33	3200	30442,11	\$127.121,96	157564,07
34	3300	31393,42	\$127.121,96	158515,38
35	3400	32344,74	\$127.121,96	159466,70
36	3500	33296,05	\$127.121,96	160418,01
37	3600	34247,37	\$127.121,96	161369,33
38	3700	35198,68	\$127.121,96	162320,64
39	3800	36150,00	\$127.121,96	163271,96
40	3900	37101,32	\$127.121,96	164223,28
41	4000	38052,63	\$127.121,96	165174,59
42	4100	39003,95	\$127.121,96	166125,91
43	4200	39955,26	\$127.121,96	167077,22
44	4300	40906,58	\$127.121,96	168028,54
45	4400	41857,89	\$127.121,96	168979,85
46	4500	42809,21	\$127.121,96	169931,17
47	4600	43760,53	\$127.121,96	170882,49

## CONCLUSIONES

- A través del estudio de mercado se identificó el perfil del consumidor de *glamping* en la parroquia de Angochagua el cual se caracteriza por vivir en las provincias de Imbabura o Pichincha, su edad oscila entre los 18 y 35 años, tienen un ingreso del salario mínimo y su motivación de viaje es el turismo, estos estarían dispuestos a pagar entre \$75 dólares mínimo y \$200 dólares máximo por el alojamiento en *glamping*.
- Para establecer la estructura funcional y organizativa del proyecto de implementación del servicio de alojamiento se proyectó la creación de 4 construcciones de domos geodésicos para el alojamiento de 2 y 3 pax, de igual forma 4 paquetes de alojamiento con la prestación de diferentes servicios y actividades con precios que varían desde los \$75 dólares hasta \$200 dólares.

La estructura organizativa se vincula a la ya existente en Pondo Wasi agregando las plazas laborales que se necesita para la prestación del servicio de alojamiento, difusión, mantenimiento y seguridad.

- La factibilidad financiera de la implementación de hospedaje en *glamping* dentro de Pondo Wasi es positiva ya que el TIR(tasa interna de retorno) es igual a 16,97% es más alto que el costo de capital que es igual a 9,29%, en un cálculo a cinco años, además que la inversión se recuperaría en un plazo a años.



- El impacto económico que generara la implementación del proyecto es positivo ya que en cada fase o etapa del proyecto se va a necesitar la mano de obra local, lo cual generará un ingreso económico a la población.

El estudio ambiental da a conocer los factores ambientales que se verán afectados de manera moderada por la implementación del glamping, principalmente el uso del suelo y la cobertura vegetal. Para lo cual también se han determinado una serie de programas de prevención para el agua, como la creación de cisternas, programas de mitigación al impacto del suelo reforestando las áreas afectadas con la creación de jardines alrededor de las construcciones y corregir las afectaciones producidas por la implementación de *glamping* en *Pondo Wasi*.

## BIBLIOGRAFÍA

- Amazon Tena . (Enero de 2020). *Amazon Tena* . Obtenido de Selina LTD:  
[https://www.selina.com/es/ecuador/amazon-tena/?gclid=CjwKCAiA-P7xBRAvEiwAow-VaYblGykUiYIfZK-kuVPZfyXFGeiFsAALSAErYcSLLlh6FAcexDwmHxoCv1cQAvD\\_BwE](https://www.selina.com/es/ecuador/amazon-tena/?gclid=CjwKCAiA-P7xBRAvEiwAow-VaYblGykUiYIfZK-kuVPZfyXFGeiFsAALSAErYcSLLlh6FAcexDwmHxoCv1cQAvD_BwE)
- Asamblea Nacional Constituyente de Ecuador de 2007-2008. (Agosto de 2012). *Ministerio de educacion*. Recuperado el Enero de 2020, de Constitucion del Ecuador: <https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/Constitucion.pdf>
- ESPE. (2020). *Estudio de mercado*. Obtenido de <https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/1163/1/T-ESPE-026684.pdf>
- galapagossafaricamp. (Enero de 2019). *galapagossafaricamp*. Obtenido de galapagossafaricamp: <https://www.galapagossafaricamp.com/>
- Glamping.com. (2020). *Glamping en Ecuador*. Recuperado el Enero de 2020, de Glamping.com: <https://www.glamping.com/destinations/south-america/ecuador/>
- GlampingHub. (2017). *Explore wildly*. Obtenido de Reservas: <https://glampinghub.com/es/>
- Leonardo, B. M. (2017). *Universidad Blas Pascal*. Obtenido de Propuesta de actualización de Ley de Alojamientos Turísticos de la Provincia de Cordoba. Incorporacion de nuevas tipologias de alojamiento. : <http://repotur.yvera.gob.ar/bitstream/handle/123456789/10543/TFC.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Mashpi Ecuador. (Enero de 2020). *Mashpi Ecuador*. Obtenido de <https://www.mashpilodge.com/es/>
- Maya, E. (2014). *Metodos y Tecnicas de Investigacion* . Obtenido de [https://arquitectura.unam.mx/uploads/8/1/1/0/8110907/metodos\\_y\\_tecnicas.pdf](https://arquitectura.unam.mx/uploads/8/1/1/0/8110907/metodos_y_tecnicas.pdf)


- Mejía. (2016). *Universidad Católica de Santiago de Guayaquil*. Obtenido de Estudio de factibilidad para la creación de un campamento para fomentar el turismo Glamping en el cantón Gualaceo, Azuay: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/5057>
- Mejia Pablo, C. S. (2019). *Propuesta para la creación de un producto de turismo CAVE para la parroquia de Angochagua, cantón Ibarra, provincia de Imbabura*. Obtenido de <http://repositorio.ute.edu.ec/handle/123456789/184>
- Ministerio de turismo. (4 de Febrero de 2019). *El turismo ecuatoriano creció un 11% en 2018*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/el-turismo-ecuatoriano-crecio-un-11-en-2018/>
- Ministerio de turismo. (Diciembre de 2019). *Indicadores Turísticos Ecuador*. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/Publicaciones/BoletinesMensualesTurismo/2019/MUESTRA-INDICADORES-DICIEMBRE-2019.pdf>
- MINTUR. (2019). *misión de Certificado de Registro de Turismo por Recategorización para Alojamiento Persona Natural*. Obtenido de Solicitud mediante oficio de recategorización a la Coordinación Zonal u Oficina Técnica del Ministerio de Turismo más cercana.
- Pablo, M. J. (2019). *Propuesta para la creación de un producto de turismo CAVE para la parroquia*. Obtenido de [http://192.188.51.77/bitstream/123456789/20708/1/72611\\_1.pdf](http://192.188.51.77/bitstream/123456789/20708/1/72611_1.pdf)
- Pedroni, F., & Moral, M. d. (2017). *ESTRATEGIA DE MARKETING EN LA ERA*. Obtenido de <http://repositoriodigital.uns.edu.ar/bitstream/123456789/4498/3/Estrategia%20de%20marketing%20en%20la%20era%20digital%20explorando%20el%20fen%c3%b3meno%20de%20las%20redes%20sociales.pdf>

- Ramos, E. (2016). *Metodos y tecnicas de investigacion*. Obtenido de academia.edu:  
[https://www.academia.edu/27845971/M%C3%A9todos\\_y\\_t%C3%A9cnicas\\_de\\_investigaci%C3%B3n?auto=download](https://www.academia.edu/27845971/M%C3%A9todos_y_t%C3%A9cnicas_de_investigaci%C3%B3n?auto=download)
- Samayglamping. (2019). *Samayglamping*. Obtenido de Samayglamping:  
<https://samayglamping.com/>
- Sandoval, D. (2015). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento territorial ANgochagua*. Obtenido de <http://www.imbabura.gob.ec/phocadownloadpap/K-Planes-programas/PDOT/Parroquial/PDOT%20ANGOCHAGUA.pdf>
- tierradelvolcan. (2020). *hacienda-el-porvenir*. Obtenido de <http://www.tierradelvolcan.com/es/hacienda-el-porvenir/>
- Universidad Nacional Autonoma de Mexico. (2018). *Estudio Tecnico*. Obtenido de <http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap2a.pdf>
- UNWTO. (Abril de 2019). *UNWTO Tourism Definitions*. Obtenido de World Tourism Organization: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420858?fbclid=IwAR1-JLk-174KTEqjsRMsYnN-YjJJOfe2IzF1mam0ud0oUOu8k6RjsunLqk>

# ANEXOS

## ANEXO












### ANEXO 1: CERTIFICADO URKUND.



#### Document Information

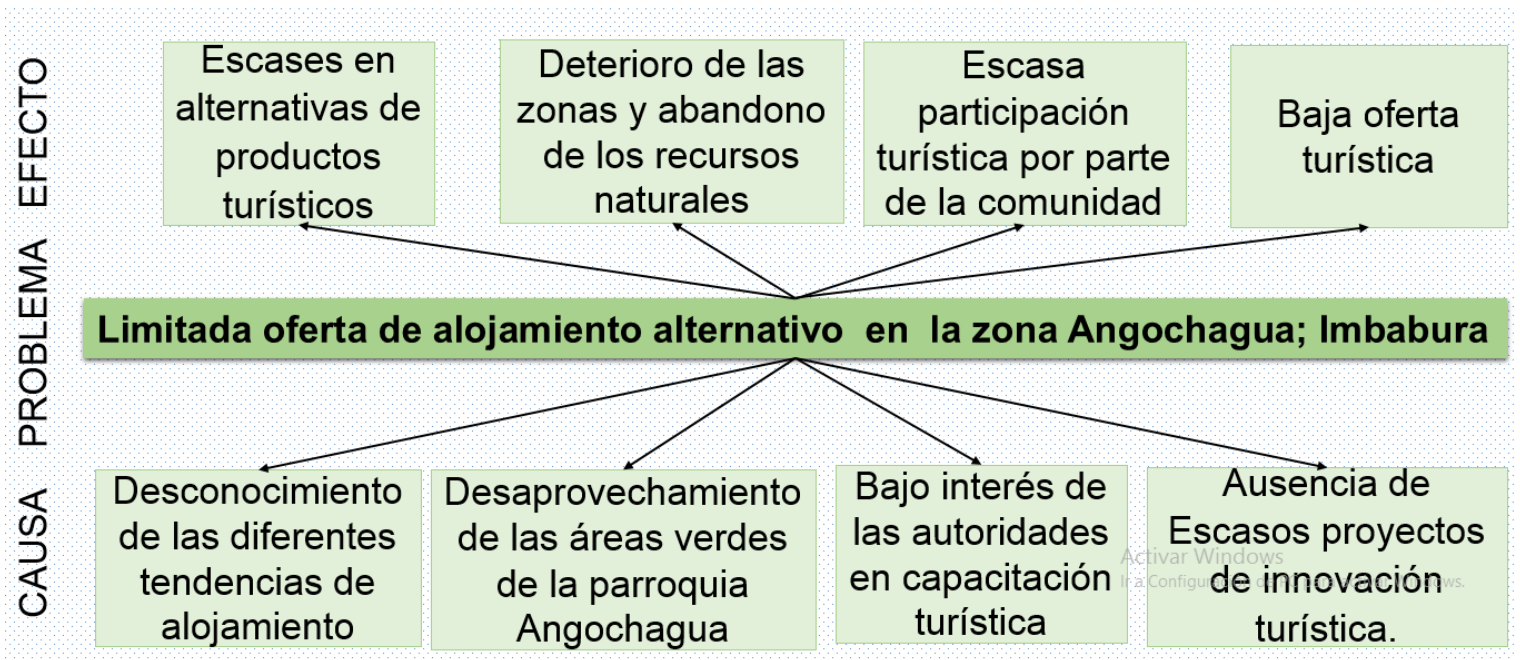
Analyzed document	TRABAJO DE GRADO IMPLEMENTACION DE GLAMPING FINAL.pdf (D82617887)
Submitted	10/24/2020 3:16:00 PM
Submitted by	
Submitter email	dsmuncozm@utn.edu.ec
Similarity	6%
Analysis address	vgruiz.utn@analysis.orkund.com

#### Sources included in the report

<b>W</b>	URL: <a href="http://www.imbabura.gob.ec/phocadownload/pap/%-Planes-programas/PDOOT/Parroquia/PDO...">http://www.imbabura.gob.ec/phocadownload/pap/%-Planes-programas/PDOOT/Parroquia/PDO...</a> Fetched: 10/24/2020 3:17:00 PM	 5
<b>SA</b>	<b>UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE / Tesis Simbaña, Tituaña.pdf</b> Document Tesis Simbaña, Tituaña.pdf (D82341537) Submitted by: djsimbaña@utn.edu.ec Receiver: vgruiz.utn@analysis.orkund.com	 5
<b>W</b>	URL: <a href="https://www.mashpilodge.com/tes/">https://www.mashpilodge.com/tes/</a> Fetched: 10/24/2020 3:17:00 PM	 1
<b>SA</b>	<b>GUERRÓN CHAMORRO CARLA MARICELA.docx</b> Document GUERRÓN CHAMORRO CARLA MARICELA.docx (D74214115)	 2
<b>W</b>	URL: <a href="https://docplayer.es/153286213-Universidad-tecnica-del-norte.html">https://docplayer.es/153286213-Universidad-tecnica-del-norte.html</a> Fetched: 6/7/2020 6:54:34 AM	 1
<b>SA</b>	<b>UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE / EMPRENDIMIENTO-RESORT.docx</b> Document EMPRENDIMIENTO-RESORT.docx (D65137458) Submitted by: vane_felix94@hotmail.es Receiver: iacamargo.utn@analysis.orkund.com	 1
<b>SA</b>	<b>UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE / Tesis Flores, Salazar.docx</b> Document Tesis Flores, Salazar.docx (D65351034) Submitted by: goecheverria@utn.edu.ec Receiver: goecheverria.utn@analysis.orkund.com	 2
<b>W</b>	URL: <a href="http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap2a.pdf">http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap2a.pdf</a> Fetched: 10/24/2020 3:17:00 PM	 1
<b>W</b>	URL: <a href="https://docplayer.es/amp/56093019-Universidad-central-del-ecuador-facultad-de-cien...">https://docplayer.es/amp/56093019-Universidad-central-del-ecuador-facultad-de-cien...</a> Fetched: 2/3/2020 7:11:29 AM	 15
<b>SA</b>	<b>TESIS - JUNIO (2).docx</b> Document TESIS - JUNIO (2).docx (D54381843)	 1
<b>SA</b>	<b>UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE / Tesis Franklin Tulcan.docx</b> Document Tesis Franklin Tulcan.docx (D65115456)	 1

1/81

## ANEXO 2: Árbol de problemas

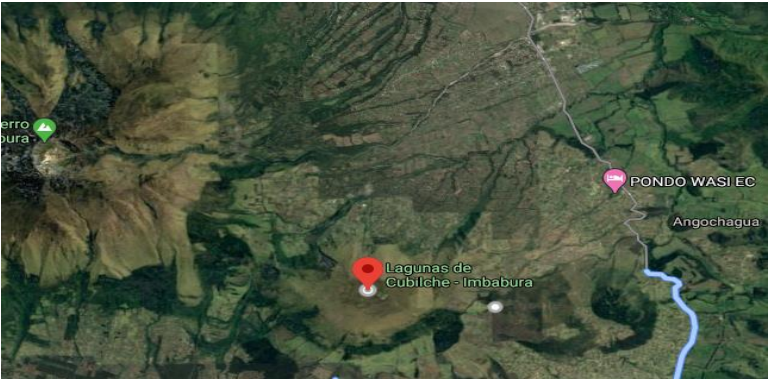



## ANEXO 1: Ficha de diagnóstico turístico del Ministerio de Turismo

### ANEXO 3: Fichas de identificación de atractivos turístico

FICHA DE CARACTERIZACIÓN DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS											
<b>1. DATOS GENERALES</b>			<b>FECHA:</b>			<b>FICHA N° 1</b>			Imagen		
Nombre del atractivo o recurso: Laguna de Cubilche			Público: ( X ) Privado: ( ) Comunal: ( )			Otra:					
Categoría: Sitio natural Tipo: Laguna						Subtipo: Laguna					
<b>2. UBICACIÓN</b>			<b>LATITUD: 10025709</b>			<b>LONGITUD: -819033</b>					
Provincia: Imbabura Cantón: Ibarra Localidad: La Esperanza			Calle: Única vía Número: Transversal: Única vía								
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>											
Nombre del poblado: La Esperanza Distancia (Km): 4.5Km											
<b>CALIDAD</b>	<b>VALOR INTRINSECO</b>	<b>4. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO</b>									
		Altura: 2900 m.s.n.m Latitud: 10025709 g.d			Temperatura: 10°C a 24°C Longitud: -819033 g.d.						
<b>CALIDAD</b>	<b>VALOR ESTRINSECO</b>	<b>5. USOS (SIMBOLISMO)</b>				<b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN</b>					
		Está ubicada en la meseta del Cubilche en la comunidad de la Esperanza, tiene una forma circular y es de origen volcánico. Usted puede llegar a la cima y encontrarse con un cráter donde hay 2 lagunas, sitio adecuado para realizar caminatas.				Alterado ( ) No alterado ( x ) Deteriorado ( ) Conservado ( x ) En proceso de deterioro ( ) Causas: Conciencia por presencia de las personas de la población, guías de turistas, y visitantes • <b>ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</b> Alterado ( ) No alterado ( x ) Deteriorado ( ) Conservado ( x ) En proceso de deterioro ( ) Causas: Conciencia por presencia de las personas de la población, guías de turistas, y visitantes,					
<b>APOYO</b>	<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO</b>										
	<b>TIPO</b>	<b>SUBTIPO</b>	<b>ESTADO DE LAS VIAS</b> B R M			<b>TRANSPORTE</b>	<b>FRECUENCIAS</b>				<b>TEMPORADA DE ACCESO</b>
	<b>TERRESTRE</b>	Asfaltado	x			<b>Bus</b>	DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	<b>DÍAS AL AÑO</b>  <b>365 días</b>
		Lastrado	x			<b>Automóvil</b>	x	x	x	x	
		Empedrado				<b>4 x 4</b>	x	x	x	x	
		Sendero	x			<b>Bus</b>	x	x	x		
	<b>ACUÁTICO</b>	Marítimo				<b>Barco</b>					<b>HORAS AL DÍA</b>
Fluvial					<b>Bote</b>					<b>8 horas</b>	
					<b>Canoa</b>						
				<b>Otros</b>							



<b>APOYO</b>	<b>8. RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS</b> Nombre de la ruta: Ibarra - Zuleta Desde: Ibarra      Hasta: Zuleta      Frecuencia: Cada 15 Min      Distancia: 19 Km		
	<b>8.1 INFRAESTRUCTURA BÁSICA EXISTENTE</b> Servicios de agua potable      ( ) Electricidad      ( ) Comunicación (Telefonía, celular)      (x) Servicios higiénicos      ( ) Servicios de guías locales      (x) Botes      ( ) Tiendas      ( ) Oficinas de turismo      ( ) Cancha de fútbol      ( ) Otro:		
<b>9. PRECIO</b> SI ( )      NO ( )      ENTRADA LIBRE ( x )		<b>OBSERVACIONES:</b>	
<b>10. CONDICIONES DE USO</b> Equipo necesario para la visita de lugares naturales, como ropa cómoda, zapatos adecuados ropa térmica entre otros.			
<b>11. DIFUSION DEL ATRACTIVO</b> Local      ( x )      Nacional      ( x ) Provincial      ( x )      Internacional      ( ) Otros: _____			
<b>12. POTENCIALIDAD DE USO DEL RECURSO</b>			
<b>ACTIVIDADES TURÍSTICAS</b>	<b>LUGAR DONDE SE REALIZA LA ACTIVIDAD</b>	<b>TEMPORABILIDAD</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• TURISMO COMUNITARIO</li> <li>• TURISMO DE AVENTURA</li> <li>• TURISMO RELIGIOSO</li> </ul>	Zuleta La Rinconada Angochagua Pondo Wasi Magdalena	365 días del año.	
<b>13. ATRACTIVO.</b>			
			

FICHA DE CARACTERIZACIÓN DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS											
<b>1. DATOS GENERALES</b>			<b>FECHA:</b>			<b>FICHA N° 2</b>			Imagen		
Nombre del atractivo o recurso: Volcán Imbabura Público: ( X ) Privado: ( ) Comunal: ( ) Categoría: Sitio natural Tipo: Montaña			Otra: Subtipo: Volcanes								
<b>2. UBICACIÓN</b>			<b>LATITUD:</b> 10.35171			<b>LONGITUD:</b> -78.12233					
Provincia: Imbabura Cantón: Ibarra Localidad: Angochagua Calle: Única vía Número: Transversal: Única vía											
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>											
Nombre del poblado: La Esperanza Distancia (Km): 4.5Km											
<b>CALIDAD</b>	<b>VALOR INTRINSECO</b>	<b>4. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO</b>									
		Altura: 4621 m.s.n.m Latitud: 10.35171 g.d			Temperatura: 8°C a 16°C Longitud: -78.12233g.d.						
<b>CALIDAD</b>	<b>VALOR ESTRINSECO</b>	<b>5. USOS (SIMBOLISMO)</b>				<b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN</b>					
		El Imbabura es un volcán apagado, el ascenso es recomendado como parte de la aclimatación y preparación si desea ascender otros volcanes o montañas del Ecuador. La flora y fauna de los bosques que rodean al Imbabura es bastante diversa permitiéndole descubrir un poco más acerca de la diversidad natural de la zona.				Alterado ( ) No alterado ( x ) Deteriorado( ) Conservado(x) En proceso de deterioro ( ) Causas: Conciencia por presencia de las personas de la población, guías de turistas, y visitantes					
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO</b>											
<b>APOYO</b>	<b>TERRESTRE</b>	Asfaltado	<b>ESTADO DE LAS VIAS</b>			TRANSPORTE	<b>FRECUENCIAS</b>				TEMPORADA DE ACCESO
			B	R	M		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	
		Lastrado	x			Bus					DÍAS AL AÑO
						Automóvil	x	x	x	x	
	Empedrado				4 x 4	x	x	x	x	365 días	
					Bus						
	<b>ACUÁTICO</b>	Marítimo				Barco					HORAS AL DÍA
Fluvial					Bote					24 horas	
					Canoa						
				Otros							

<b>APOYO</b>	<b>8. RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS</b> Nombre de la ruta: Ibarra – Esperanza Desde: Ibarra                      Hasta: Esperanza                      Frecuencia: Cada 15 Min                      Distancia: 9 Km		
	<b>8.1 INFRAESTRUCTURA BÁSICA EXISTENTE</b>  Servicios de agua potable                      ( ) Electricidad                      ( ) Comunicación (Telefonía, celular)                      (x) Servicios higiénicos                      ( ) Servicios de guías locales                      (x) Botes                      ( ) Tiendas                      ( ) Oficinas de turismo                      ( ) Cancha de fútbol                      ( ) Otro:		
<b>9. PRECIO</b> SI ( )                      NO ( )                      ENTRADA LIBRE ( x )			
<b>OBSERVACIONES:</b>			
<b>10. CONDICIONES DE USO</b> Equipo necesario para la visita de lugares naturales, como ropa cómoda, zapatos adecuados ropa térmica entre otros.			
<b>11. DIFUSION DEL ATRACTIVO</b> Local                      ( x )                      Nacional                      ( x ) Provincial                      ( x )                      Internacional                      ( ) Otros: _____			
<b>12. POTENCIALIDAD DE USO DEL RECURSO</b>			
<b>ACTIVIDADES TURÍSTICAS</b>	<b>LUGAR DONDE SE REALIZA LA ACTIVIDAD</b>	<b>TEMPORABILIDAD</b>	
1. TURISMO COMUNITARIO  2. TURISMO DE AVENTURA	a) Zuleta b) La Rinconada c) Angochagua Pondo Wasi d) Magdalena	365 días del año.	
<b>13. ATRACTIVO.</b>			



### FICHA DE CARACTERIZACIÓN DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS

<b>1. DATOS GENERALES</b>		<b>FECHA:</b>	<b>FICHA N° 3</b>	<b>Imagen</b>
Nombre del atractivo o recurso: Cerro Cubilche Público: ( X ) Privado: ( ) Comunal: ( ) Categoría: Sitio natural Tipo: Laguna			Otra: Subtipo: Laguna	
<b>2. UBICACIÓN</b>		<b>LATITUD:</b> 0.232941	<b>LONGITUD:</b> -78.135441	
Provincia: Imbabura Cantón: Ibarra Localidad: Esperanza Calle: Única vía Número: Transversal: Única vía				
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>				
Nombre del poblado: La Esperanza Distancia (Km): 4.5Km				
<b>CALIDAD</b>	<b>VALOR INTRINSECO</b>	<b>4. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO</b>		
		Altura: 3826 m.s.n.m Latitud: 0.232941 g.d	Temperatura: 10°C a 24°C Longitud: -78.135441 g.d.	
<b>CALIDAD</b>	<b>VALOR ESTRINSECO</b>	<b>5. USOS (SIMBOLISMO)</b>	<b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN</b>	
		Destaca por que guarda varios atributos geológicos, desde cráteres diferenciados con lagunas en su interior hasta una gran falla en su ladera occidental.	Alterado ( ) No alterado ( x ) Deteriorado( ) Conservado(x) En proceso de deterioro ( ) Causas: Conciencia por presencia de las personas de la población, guías de turistas, y visitantes	
			<b>• ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</b> Alterado ( ) No alterado ( x ) Deteriorado( ) Conservado(x) En proceso de deterioro ( ) Causas: Conciencia por presencia de las personas de la población, guías de turistas, y visitantes,	

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO												
APOYO	TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORADA DE ACCESO	
			B	R	M		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	DIAS AL AÑO	
	TERRESTRE	Asfaltado		x			Bus					365 días
		Lastrado		x			Automóvil	x	x	x	x	
		Empedrado					4 x 4	x	x	x	x	
		Sendero		x			Bus					
	ACUÁTICO	Marítimo					Barco					HORAS AL DIA
		Fluvial					Bote					24 horas
							Canoa					
							Otros					

APOYO	<b>8. RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS</b>									
	Nombre de la ruta: Ibarra – Esperanza									
	Desde: Ibarra                      Hasta: Esperanza                      Frecuencia: Cada 15 Min                      Distancia: 9 Km									
	<b>8.1. INFRAESTRUCTURA BÁSICA EXISTENTE</b>									
	Servicios de agua potable                      ( )									
	Electricidad                      ( )									
	Comunicación (Telefonía, celular)                      (x)									
	Servicios higiénicos                      ( )									
	Servicios de guías locales                      (x)									
	Botes                      ( )									
Tiendas                      ( )										
Oficinas de turismo                      ( )										
Cancha de fútbol                      ( )										
Otro: _____										
<b>9. PRECIO</b> SI ( )                      NO ( )                      ENTRADA LIBRE ( x )										
<b>OBSERVACIONES:</b>										
<b>10. CONDICIONES DE USO</b>										
Equipo necesario para la visita de lugares naturales, como ropa cómoda, zapatos adecuados ropa térmica entre otros.										
<b>11. DIFUSION DEL ATRACTIVO</b>										
Local                      ( x )                      Nacional                      ( x )										
Provincial                      ( x )                      Internacional                      ( )										
Otros: _____										
<b>12. POTENCIALIDAD DE USO DEL RECURSO</b>										
<b>ACTIVIDADES TURÍSTICAS</b>										
<b>LUGAR DONDE SE REALIZA LA ACTIVIDAD</b>										
<b>TEMPORABILIDAD</b>										
<ul style="list-style-type: none"> <li>•TURISMO COMUNITARIO</li> <li>•TURISMO DE AVENTURA</li> </ul>										
Zuleta La Rinconada Angochagua Pondo Wasi Magdalena										
365 días del año.										

**13. ATRACTIVO.**



**FICHA DE CARACTERIZACIÓN DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS**

<b>1. DATOS GENERALES</b>		<b>FECHA:</b>	<b>FICHA N° 4</b>	Imagen
Nombre del atractivo o recurso: Cerro Cunro				
Público: ( X ) Privado: ( ) Comunal: ( )			Otra:	
Categoría: Sitio natural Tipo: Montaña			Subtipo: Cerro	
<b>2. UBICACIÓN</b>		<b>LATITUD:</b> 0.231111	<b>LONGITUD:</b> -78.099572	
Provincia: Imbabura Cantón: Ibarra Localidad: Angochagua				
Calle: Única vía Número: Transversal: Unica vía				
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>				
Nombre del poblado: La Esperanza Distancia (Km): 4.5Km				
<b>CALIDAD</b>	<b>VALOR INTRINSECO</b>	<b>4. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO</b>		
		Altura: 2900 m.s.n.m Latitud: 0.231111 g.d	Temperatura: 10°C a 24°C Longitud: -78.099572g.d.	

<b>CALIDAD</b>	<b>VALOR ESTRINSECO</b>	<b>5. USOS (SIMBOLISMO)</b> En la cima se encuentra una laguna pequeña de origen glaciar. El cerro El Cunro es un mirador natural desde donde se pueden apreciar paisajes maravillosos y encantadores.			<b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN</b> Alterado ( ) No alterado ( x ) Deteriorado( ) Conservado(x) En proceso de deterioro ( ) Causas: Conciencia por presencia de las personas de la población, guías de turistas, y visitantes						
					<ul style="list-style-type: none"> <li><b>ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</b> Alterado ( ) No alterado ( x ) Deteriorado( ) Conservado(x) En proceso de deterioro ( ) Causas: Conciencia por presencia de las personas de la población, guías de turistas, y visitantes,</li> </ul>						
<b>APOYO</b>	<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO</b>										
	<b>TIPO</b>	<b>SUBTIPO</b>	<b>ESTADO DE LAS VIAS</b> B R M			<b>TRANSPORTE</b>	<b>FRECUENCIAS</b>				<b>TEMPORADA DE ACCESO</b>
	<b>TERRESTRE</b>	Asfaltado	x			<b>Bus</b>	DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	<b>DÍAS AL AÑO</b>
		Lastrado	x			<b>Automóvil</b>	x	x	x	x	<b>365 días</b>
		Empedrado				<b>4 x 4</b>	x	x	x	x	
		Sendero	x			<b>Bus</b>	x	x	x		
	<b>ACUÁTICO</b>	Marítimo				<b>Barco</b>					<b>HORAS AL DÍA</b>
		Fluvial				<b>Bote</b>					<b>8 horas</b>
						<b>Canoa</b>					
						<b>Otros</b>					
<b>APOYO</b>	<b>8. RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS</b> Nombre de la ruta: Ibarra – Zuleta Desde: Ibarra Hasta: Zuleta Frecuencia: Cada 15 Min Distancia: 19 Km										
	<b>8.1. INFRAESTRUCTURA BÁSICA EXISTENTE</b>										
	Servicios de agua potable					()					
	Electricidad					()					
	Comunicación (Telefonía, celular)					(x)					
	Servicios higiénicos					()					
	Servicios de guías locales					(x)					
	Botes					()					
	Tiendas					()					
	Oficinas de turismo					()					
Cancha de fútbol					()						
Otro:											
<b>9. PRECIO</b> SI ( ) NO ( ) ENTRADA LIBRE ( x )											
<b>OBSERVACIONES:</b>											
<b>10. CONDICIONES DE USO</b> Equipo necesario para la visita de lugares naturales, como ropa cómoda, zapatos adecuados ropa térmica entre otros.											

**11. DIFUSION DEL ATRACTIVO**

Local ( x ) Nacional ( x )  
 Provincial ( x ) Internacional ( )  
 Otros: \_\_\_\_\_

**12. POTENCIALIDAD DE USO DEL RECURSO**

ACTIVIDADES TURÍSTICAS	LUGAR DONDE SE REALIZA LA ACTIVIDAD	TEMPORABILIDAD
<ul style="list-style-type: none"> <li>• TURISMO COMUNITARIO</li> <li>• TURISMO DE AVENTURA</li> </ul>	Zuleta La Rinconada Angochagua Pondo Wasi Magdalena	365 días del año.

**13. ATRACTIVO.**




**FICHA DE CARACTERIZACIÓN DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS**

1. DATOS GENERALES	FECHA:	FICHA N° 5	Imagen
Nombre del atractivo o recurso: Cascada Ucu Faccha Público: ( X ) Privado: ( ) Comunal: ( ) Categoría: Sitio natural Tipo: Caídas de agua		Otra: Subtipo: Cascada	



<b>2. UBICACIÓN</b>		<b>LATITUD:</b> 0.249987				<b>LONGITUD:</b> -78.066503						
Provincia: Imbabura		Cantón: Ibarra		Localidad: La Rinconada								
Calle: Única vía		Número:		Transversal: Única vía								
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>												
Nombre del poblado: La Rinconada      Distancia (Km): 3 Km												
<b>CALIDAD</b>	<b>VALOR INTRINSECO</b>	<b>4. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO</b>										
		Altura: 2300 m.s.n.m Latitud: 0.249987 g.d					Temperatura: 10°C a 24°C Longitud: -78.066503g.d.					
<b>CALIDAD</b>	<b>VALOR ESTRINSECO</b>	<b>5. USOS (SIMBOLISMO)</b>					<b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN</b>					
		Es un lugar sagrado donde se realizan baños rituales los cuales se llevan a cabo en las fiestas como Inti Raymi que se celebra en el mes de junio de cada año, donde hay bosques protectores con biodiversidad que no hay en otros lugares, incluso hay especies de ranas que científicos aún no las identifican.					Alterado ( )      No alterado ( x ) Deteriorado( )    Conservado(x)    En proceso de deterioro ( ) Causas: Conciencia por presencia de las personas de la población, guías de turistas, y visitantes					
<b>• ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</b> Alterado ( )      No alterado ( x ) Deteriorado( )    Conservado(x)    En proceso de deterioro ( ) Causas: Conciencia por presencia de las personas de la población, guías de turistas, y visitantes,												
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO</b>												
<b>APOYO</b>	<b>TERRESTRE</b>	<b>TIPO</b>	<b>SUBTIPO</b>	<b>ESTADO DE LAS VIAS</b>			<b>TRANSPORTE</b>	<b>FRECUENCIAS</b>				<b>TEMPORADA DE ACCESO</b>
				<b>B</b>	<b>R</b>	<b>M</b>		<b>DIARIA</b>	<b>SEMANAL</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>EVENTUAL</b>	<b>DIAS AL AÑO</b>
		Asfaltado		x			<b>Bus</b>					<b>365 días</b>
		Lastrado		x			<b>Automóvil</b>	x	x	x	x	
	Empedrado					<b>4 x 4</b>	x	x	x	x		
	Sendero		x			<b>Bus</b>	x	x	x			
	<b>ACUÁTICO</b>	Marítimo					<b>Barco</b>					<b>HORAS AL DIA</b>
		Fluvial					<b>Bote</b>					<b>24 horas</b>
							<b>Canoa</b>					
							<b>Otros</b>					
<b>8. RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS</b>												
Nombre de la ruta: Ibarra – Zuleta												
Desde: Ibarra		Hasta: Zuleta		Frecuencia: Cada 15 Min				Distancia: 19 Km				
<b>8.1 INFRAESTRUCTURA BÁSICA EXISTENTE</b>												
<b>APOYO</b>	Servicios de agua potable      ( )											
	Electricidad      ( )											
	Comunicación (Telefonía, celular)      (x)											
	Servicios higiénicos      ( )											
	Servicios de guías locales      (x)											
	Botes      ( )											
	Tiendas      ( )											
	Oficinas de turismo      ( )											

	Cancha de fútbol ( ) Otro: Senderos	
<b>9. PRECIO</b> SI ( ) NO ( ) ENTRADA LIBRE ( x ) <b>OBSERVACIONES:</b>		
<b>10. CONDICIONES DE USO</b> Equipo necesario para la visita de lugares naturales, como ropa cómoda, zapatos adecuados ropa térmica entre otros.		
<b>11. DIFUSION DEL ATRACTIVO</b> Local ( x ) Nacional ( ) Provincial ( ) Internacional ( ) Otros: _____		
<b>12. POTENCIALIDAD DE USO DEL RECURSO</b>		
<b>ACTIVIDADES TURÍSTICAS</b>	<b>LUGAR DONDE SE REALIZA LA ACTIVIDAD</b>	<b>TEMPORABILIDAD</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• TURISMO COMUNITARIO</li> <li>• TURISMO DE AVENTURA</li> </ul>	Zuleta La Rinconada Angochagua Pondo Wasi Magdalena	365 días del año.
<b>13. ATRACTIVO.</b> <div style="text-align: center;">  </div>		

<b>1. DATOS GENERALES</b>		<b>FECHA:</b>		<b>FICHA N° 6</b>		Imagen					
Nombre del atractivo o recurso: Bordados de zuleta		Público: ( X ) Privado: ( ) Comunal: ( )		Otra:							
Categoría: Manifestaciones Culturales		Tipo: Folklore		Subtipo: Artesanías y arte.							
<b>2. UBICACIÓN</b>		<b>LATITUD:</b> 0.230822		<b>LONGITUD:</b> -78.084924							
Provincia: Imbabura		Cantón: Ibarra		Localidad: Zuleta							
Calle: Única vía		Número:		Transversal: Única vía							
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>											
Nombre del poblado: La Esperanza		Distancia (Km): 8.2 Km									
<b>CALIDAD</b>	<b>VALOR INTRINSECO</b>	<b>4. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO</b>									
		Altura: 2200 m.s.n.m		Temperatura: 10°C a 24°C							
		Latitud: 0.230822 g.d		Longitud: -78.084924 g.d.							
<b>CALIDAD</b>	<b>VALOR ESTRINSECO</b>	<b>5. USOS (SIMBOLISMO)</b>			<b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN</b>						
		Sitios reconocidos por sus bellas y únicas artesanías con magníficos bordados que cuentan la cosmovisión andina con técnicas de bordado ancestral.			Alterado ( ) No alterado ( x ) Deteriorado ( ) Conservado ( x ) En proceso de deterioro ( ) Causas: Prevalencia en el tiempo de las técnicas para la elaboración de bordados						
					<ul style="list-style-type: none"> <li><b>ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</b></li> </ul> Alterado ( ) No alterado ( x ) Deteriorado ( ) Conservado ( x ) En proceso de deterioro ( ) Causas: Prevalencia en el tiempo de las técnicas para la elaboración de bordados y manifestaciones culturales.						
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO</b>											
<b>APOYO</b>	<b>TIPO</b>	<b>SUBTIPO</b>	<b>ESTADO DE LAS VIAS</b> B R M			<b>TRANSPORTE</b>	<b>FRECUENCIAS</b>			<b>TEMPORADA DE ACCESO</b>	
	<b>TERRESTRE</b>	Asfaltado	x			<b>Bus</b>	DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	<b>DÍAS AL AÑO</b>
		Lastrado	x			<b>Automóvil</b>	x	x	x	x	
		Empedrado				<b>4 x 4</b>					
		Sendero	x			<b>Bus</b>	x	x	x		
	<b>ACUÁTICO</b>	Marítimo				<b>Barco</b>					<b>HORAS AL DÍA</b>
		Fluvial				<b>Bote</b>					<b>8 horas</b>
					<b>Canoa</b>						
				<b>Otros</b>							

<b>APOYO</b>	<b>8. RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS</b> Nombre de la ruta: Ibarra – Zuleta Desde: Ibarra                      Hasta: Zuleta                      Frecuencia: Cada 15 Min                      Distancia: 19 Km		
	<b>8.1 INFRAESTRUCTURA BÁSICA EXISTENTE</b>  Servicios de agua potable                      ( ) Electricidad                      ( ) Comunicación (Telefonía, celular)                      (x) Servicios higiénicos                      ( ) Servicios de guías locales                      (x) Botes                      ( ) Tiendas                      ( ) Oficinas de turismo                      ( ) Cancha de fútbol                      ( ) Otro: Senderos		
<b>9. PRECIO</b> SI ( x )                      NO ( )                      ENTRADA LIBRE ( ) <b>OBSERVACIONES:</b> Precio incluido paquetes emitidos por operadoras turísticas.			
<b>10. CONDICIONES DE USO</b> Ropa cómoda, disponibilidad de tiempo, ganas de relacionarse con la comunidad.			
<b>11. DIFUSION DEL ATRACTIVO</b> Local                      ( x )                      Nacional                      ( x ) Provincial                      ( x )                      Internacional                      ( ) Otros: _____			
<b>12. POTENCIALIDAD DE USO DEL RECURSO</b>			
<b>ACTIVIDADES TURÍSTICAS</b>	<b>LUGAR DONDE SE REALIZA LA ACTIVIDAD</b>	<b>TEMPORABILIDAD</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• TURISMO COMUNITARIO</li> <li>• TURISMO DE AVENTURA</li> <li>• TURISMO RELIGIOSO</li> </ul>	Zuleta La Rinconada Angochagua Pondo Wasi Magdalena	365 días del año.	
<b>13. ATRACTIVO.</b>			



#### ANEXO 4. ANÁLISIS DE ENTREVISTAS

Datos generales			
Nombre	Cargo	Profesión	Entrevistador
<b>Carlos Sarango</b>	Propietario <i>Samay Glamping</i>	Turismólogo	Naula Estefanía, Muñoz Stiven

El señor Carlos Sarango, propietario administrador relata que creó este emprendimiento turístico con el fin de ofrecer un nuevo e innovador producto a las personas que les apasiona el turismo en el Ecuador, inspirado en los lugares que visitó durante sus estudios en Tailandia obteniendo una maestría en manejo de empresas turísticas, y viajes a Europa, Asia y Sudamérica, la construcción de este proyecto le tomó un tiempo estimado de aproximadamente un año y medio, ocupando un espacio geográfico de 1,5 hectáreas.

Para el correcto funcionamiento y manejo de Samay Glamping los recursos humanos con los que cuenta la empresa son; cuatro personas en la recepción,

dos en marketing y publicidad, cuatro en cocina y limpieza, dos en mantenimiento, dos en lavandería y un guarda de seguridad, personal que vela por un servicio de calidad.

En cuanto a la oferta turística, su producto principal es el glamping, adicional cuentan con senderos al río, que es opcional y gratis, para este servicio ellos no cuentan con guías ya que es un camino corto y de fácil acceso, que puede recorrer el turista con las indicaciones necesarias sin inconveniente, además también cuentan con áreas de juegos como pin pon, columpio al vacío, ciclismo, y minicine.

A este emprendimiento los turistas que los visitan mayormente son nacionales en un porcentaje de 70% locales siendo estas, personas más de Quito, y un 30% internacional.

En su establecimiento actualmente no cuentan con habitaciones para personas con capacidades especiales, pero se encuentran proyectándose al futuro con nuevas instalaciones.

Entre las habitaciones más consumidas se encuentran aquellas que están al aire libre y también las que cuentan con jacuzzi, exactamente las que tienen un valor de 150 dólares, cabe resaltar que cuentan con servicio a la habitación, así como también un restaurante específicamente para los huéspedes.

El medio de difusión principal que considera el señor Carlos Sarango cuenta actualmente es la boca boca, un 50%, Booking, redes sociales, entre otros servicios de intermediación.

El proyecto tiene un compromiso social, el cual contribuye con la comunidad cuando necesitan su apoyo a cualquier actividad, al igual que brindan trabajo a la comunidad.

Con respecto a la adquisición de los tipis y burbujas, comenta que fueron adquiridas por medio de Amazon en Estados Unidos y otros modelos como la casa del árbol fueron construidos y diseñados en la misma ciudad de Quito, en estas construcciones se tomó en cuenta que el material sea amigable con el ambiente, siendo ese el bambú, adquirido en Pedro Vicente Maldonado, algunas

construcciones también tienen vidrio, entre su diversidad de habitaciones también se puede encontrar campers, una propuesta diferente de habitación los cuales fueron adaptados, convirtiéndolos en una reconfortante pieza, incluyendo un baño externo para la comodidad del cliente.

Para garantizar la seguridad del cliente cuenta con cámaras de seguridad, aparte también cuentan con guardia, y también cuenta con un cerco alrededor de todo el emprendimiento turístico.

En cuanto a las molestias por bulla de los aviones, comenta que no genera inconvenientes o molestias el encontrarse cerca del aeropuerto, especula que quizás haya molestias en el 10% de sus visitantes, y que en las noches a partir de las 12 no existe circulación de aviones.

Comenta también que al inicio de su proyecto no generaron un plan de manejo ambiental, pero actualmente se encuentra desarrollando uno al igual que un plan de mitigación de impactos, a su consideración comenta que si se ha generado impactos ambientales, en cuanto al consumo de varios recursos como el agua, también en la generación de basura y residuos pero que piensan remediarlos desde el próximo año 2021.

En cuanto a la basura, como los desechos orgánicos, son reciclados y utilizados en las plantas que se encuentran dentro de las instalaciones, el agua la reciclan de igual manera para la temporada de verano para regar las plantas y áreas verdes. En cambio las aguas hervidas son recogidas en la red general de desechos, él espera que para el año que viene se pueda adquirir un biodigestor que ayude a reciclar el agua para poder reutilizarla.

Sobre la pandemia comenta que ha afectado en la apertura, durante dos meses se encontraban cerradas las instalaciones. El emprendimiento cuenta las medidas de bioseguridad que el gobierno ha decretado, cuentan con un termómetro que mide la temperatura, desinfectantes, y existe un procedimiento de desafección en las habitaciones con amonio, tanto el personal y turistas se mantienen con mascarillas y guantes durante su estancia en Samay Glamping.

Falencias en el proceso de construcción, contratación de personal inadecuado, permisos de funcionamiento equivocados, construcción de habitaciones equivocadas, malas inversiones.

<b>Datos generales</b>			
<b>Nombre</b>	<b>Cargo</b>	<b>Profesión</b>	<b>Entrevistador</b>
<b>Alexis Criollo</b>	Propietario <i>Pondo Wasi</i>	Turismólogo	Naula Estefanía, Muñoz Stiven

El señor Alexis Criollo propietario-administrador de Pondo Wasi comenta que el emprendimiento turístico se ha consolidado como lodge por la nueva implementación de varios servicios como es el temazcal, huerto orgánico de plantas medicinales y productos de primera necesidad, este proyecto interviene en el rescate y revalorización cultural. El proyecto aporta a la comunidad generando trabajo a las personas que viven en sus alrededores, aproximadamente 32 familias han sido beneficiadas, también ha realizado alianzas con emprendimientos que tiene la misma temática que Pondo Wasi.

El menciona que siempre ha deseado mantenerse en constante innovación y a la vanguardia, y que glamping es un servicio llamativo para los turistas a los cuales les gusta estar en convivencia con la naturaleza, entre las actividades que se puede encontrar en el establecimiento son, laboratorio gastronómico temático, hospedaje en cabañas rusticas con concepto andino, medicina alternativa temazcal, huerto orgánico, cooking class, turismo rural, turismo rural comunitario, turismo vivencia, cabalgatas, senderismo de media montaña, eventos sociales y tours organizados.

Sus canales de difusión son las principales redes sociales como Facebook, Instagram y actualmente cuentan con una página web en el cual se puede encontrar todos los servicios que brinda el establecimiento.



El menciona que cuenta con terrenos y espacios en los cuales le gustaría implementar el servicio de glamping ya que este se encuentra en tendencia y por el confinamiento las personas buscan lugares naturales y de poca afluencia, comenta también que es un servicio que se acopla perfectamente a su espacio y emprendimiento. Él se encuentra totalmente predispuesto a la diversificación de servicios.

El paquete básico estimado para estudiantes es de 56 dólares que incluye hospedaje, alimentación y varias actividades con el fin de que los chicos se entretengan y disfruten en la convivencia con la naturaleza.

## ANEXO 5. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA

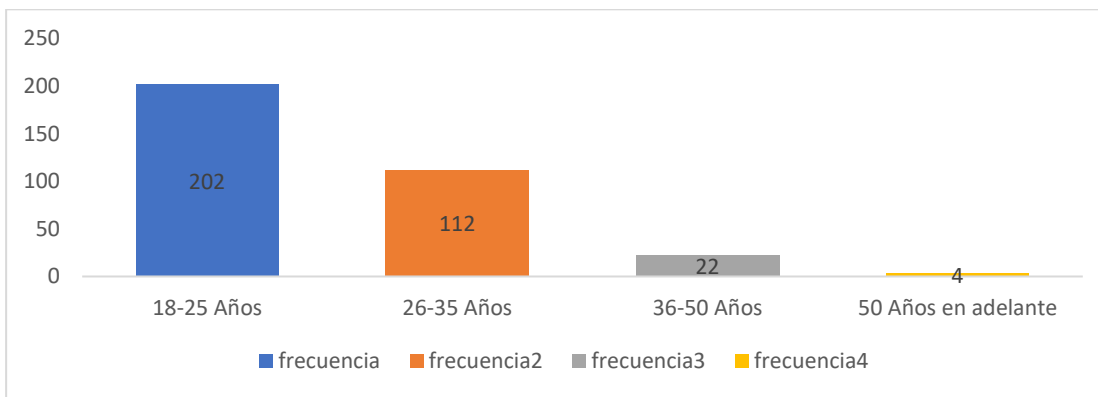
### 1. Pregunta N°1: Edad

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
18-25	202	59.2%
26-35	113	33.1%
36-50	22	6.5%
50 en adelante	4	1.2%
TOTAL	341	100%

*Fuente: Encuesta investigación de mercado*

*Elaborado por: Los Autores.*

Gráfico N°1: Pregunta: Edad



Fuente: Encuesta investigación de mercado

Elaborado por: Los Autores

Las personas que visitan la parroquia de Angochagua en mayoría son jóvenes de una edad entre los 18 y 25 años que representa 59.2%, les siguen con un 33.1% personas que quizás no tienen tanto tiempo disponible pero cuentan con mas posibilidades de gasto con una edad entre los 26 a 35 años de edad, con un bajo porcentaje se encuentran las personas de 36 a 50 años con un 6% y por ultimo las personas mayores de 50 años que representan el 1.2% del 100% total de turistas que visitan la parroquia de Angochagua.

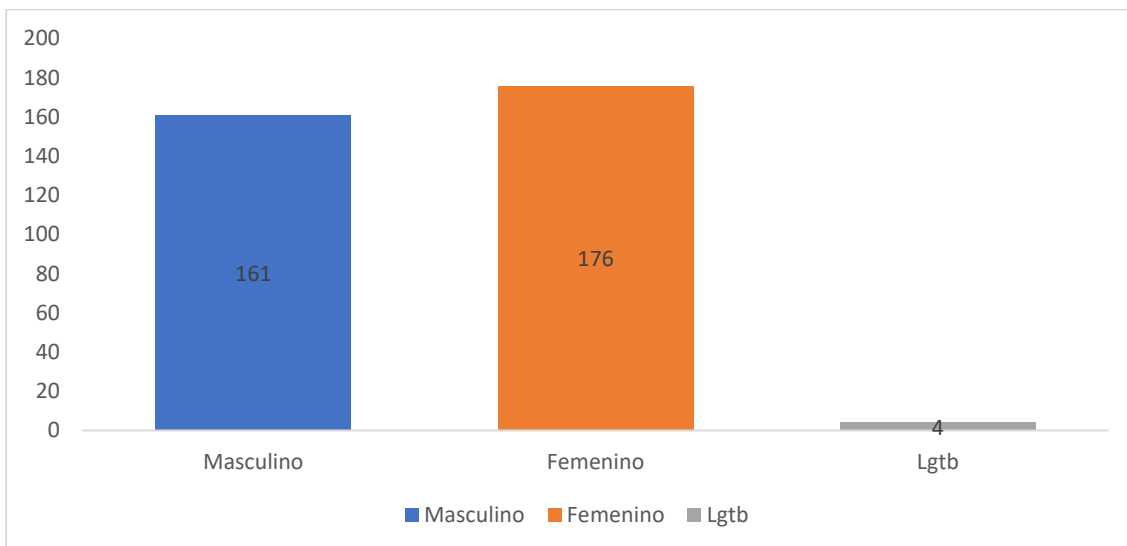
## 2. Pregunta N°2: Genero

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	161	47.2%
Femenino	176	51.6%
Lgtb	4	1.2%
TOTAL	341	100%

Fuente: Encuesta investigación de mercado

Elaborado por: Los Autores.

Gráfico N°2: Pregunta: Genero



*Fuente: Encuesta investigación de mercado*

*Elaborado por: Los Autores.*

El género femenino tiene el mayor porcentaje de participación en la encuesta representado con el 51.6% y el género masculino representa 47.2% y con el 1.2% se identifican con RGB. reflejando el 100% de los encuestados que están interesados por visitar la parroquia de Angochagua.

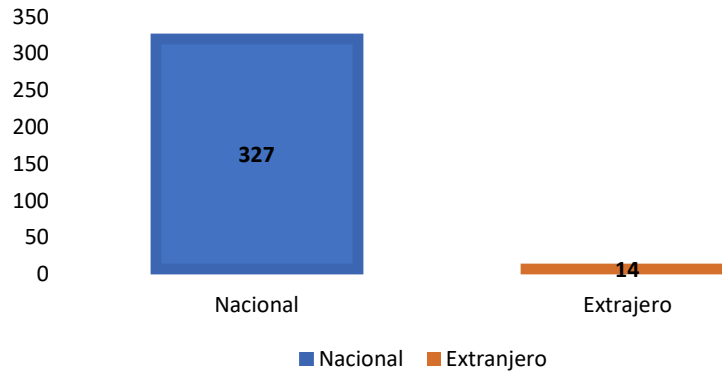
### 3. Pregunta N°3: Lugar de procedencia/Residencia

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Nacional	327	96%
Extranjero	14	4%
<b>TOTAL</b>	<b>341</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta investigación de mercado*

*Elaborado por: Los Autores.*

Gráfico N°3: Pregunta: Lugar de procedencia/Residencia



*Fuente: Encuesta investigación de mercado*

*Elaborado por: Los Autores.*

El número de encuestados nacionales abarca el 96%, siendo estos nuestro principal mercado objetivo.

#### Lugar de residencia nacionales

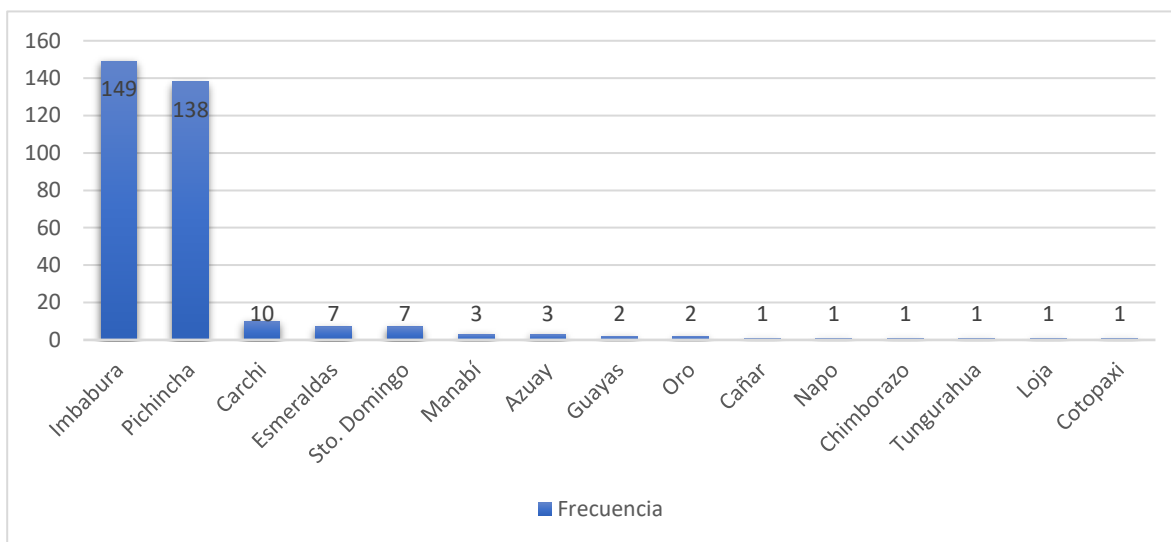
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Imbabura	149	46%
Pichincha	138	42%
Carchi	10	3.1%
Esmeraldas	7	2.1%
Sto. Domingo	7	2.1%
Manabí	3	0.9%
Azuay	3	0.9%
Guayas	2	0.6%
Oro	2	0.6%
Cañar	1	0.3%
Napo	1	0.3%
Chimborazo	1	0.3%

Tungurahua	1	0.3%
Loja	1	0.3%
Cotopaxi	1	0.3%
<b>TOTAL</b>	<b>327</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta investigación de mercado

Elaborado por: Los Autores.

Gráfico N°3.1: Pregunta: Residencia Nacionales



Fuente: Encuesta investigación de mercado

Elaborado por: Los Autores.

La encuesta refleja que la mayoría de los encuestados viven en la región sierra del país teniendo como la mayor participación de las personas de Imbabura con 46% seguidamente de las personas de Pichincha con un 42% dando como resultado a un 88% de participación delimitando este como nuestro principal mercado receptor.

#### Lugar de residencia Extranjeros

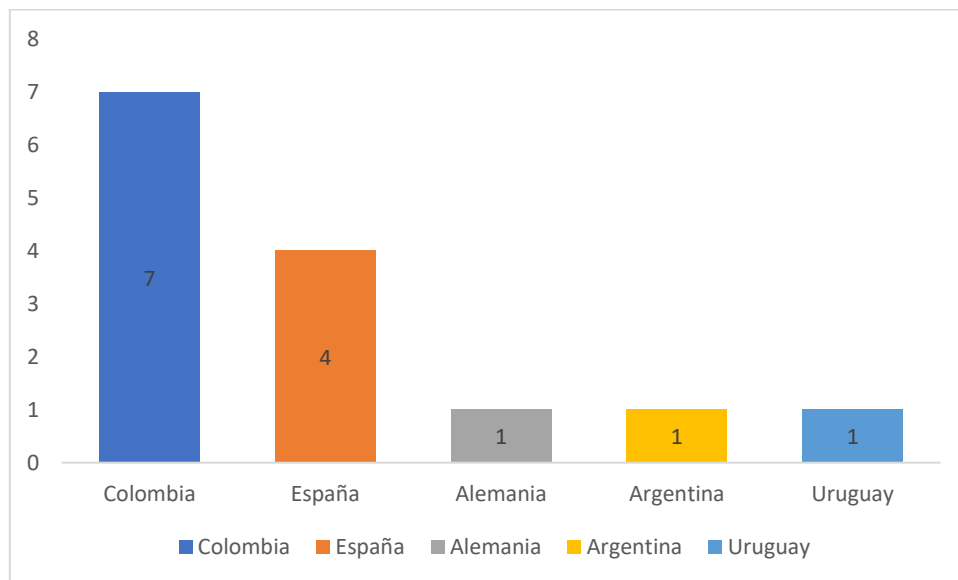
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Colombia	7	50%
España	4	29%

Alemania	1	7%
Argentina	1	7%
Uruguay	1	7%
TOTAL	14	100%

Fuente: Encuesta investigación de mercado

Elaborado por: Los Autores.

Gráfico N°3.2: Pregunta: Residencia Extranjeros



Fuente: Encuesta investigación de mercado

Elaborado por: Los Autores.

El 4% de los encuestados fueron extranjeros, representando los lugares con más posibilidades de consumo como Colombia con un 50% de participación seguido de España con un 29% y con un porcentaje del 7% representado por Alemania, Argentina y Uruguay.

#### 4. Pregunta N°4: Nivel de Instrucción

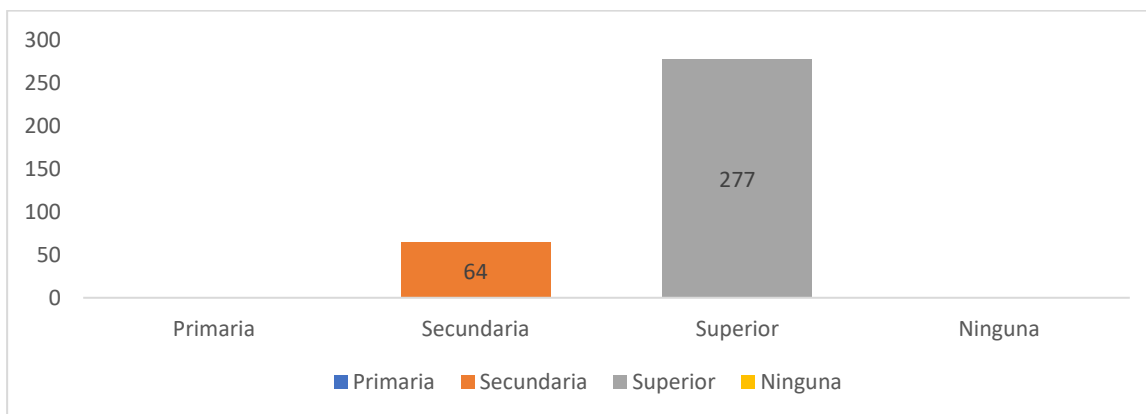
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
-------------	------------	------------

Primaria	/	0%
Secundaria	64	18.8%
Superior	277	81.2%
Ninguna	/	0%
<b>TOTAL</b>	<b>341</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta investigación de mercado*

*Elaborado por: Los Autores*

**Gráfico N°4: Pregunta: Nivel de Instrucción**



*Fuente: Encuesta investigación de mercado*

*Elaborado por: Los Autores.*

La encuesta refleja que el 100% tienen una educación mayor a la básica; el 81% de los participantes con educación superior o terminando la misma, seguido de un 18% que representan a las personas que acabaron sus estudios secundarios. Esto refleja que estas personas tienen mayor posibilidad de tener trabajos bien remunerados.

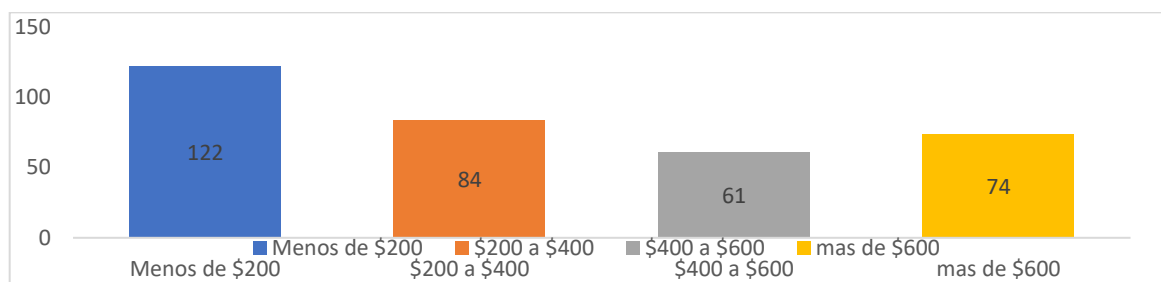
## 5. Pregunta N°5: Nivel de ingresos económicos

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 200\$	122	35.8%
200\$ a 400\$	84	24.6%
400\$ a 600\$	61	17.9%
Mas de 600\$	74	21.7%
<b>TOTAL</b>	<b>341</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta investigación de mercado

Elaborado por: Los Autores.

Gráfico N°5: Pregunta: Nivel de ingresos económicos



Fuente: Encuesta investigación de mercado

Elaborado por: Los Autores

La para obtener una información más ordenada sobre la diversidad de ingresos que tienen las personas encuestadas se procedió a dividirlos en cuatro grupos en los cuales se refleja que el 35% tienen ingresos menores a \$200 estas personas posiblemente están terminando sus estudios o labora medio tiempo, el 24% tienen ingresos entre los \$200 a \$400 refleja a las personas que posiblemente ganen un sueldo básico, el 21% tienen ingresos de \$400 a \$600 representa las personas con trabajos con una remuneración media y por ultimo las personas con ingresos mayores a \$600 que responden al 18% del total de encuestados.



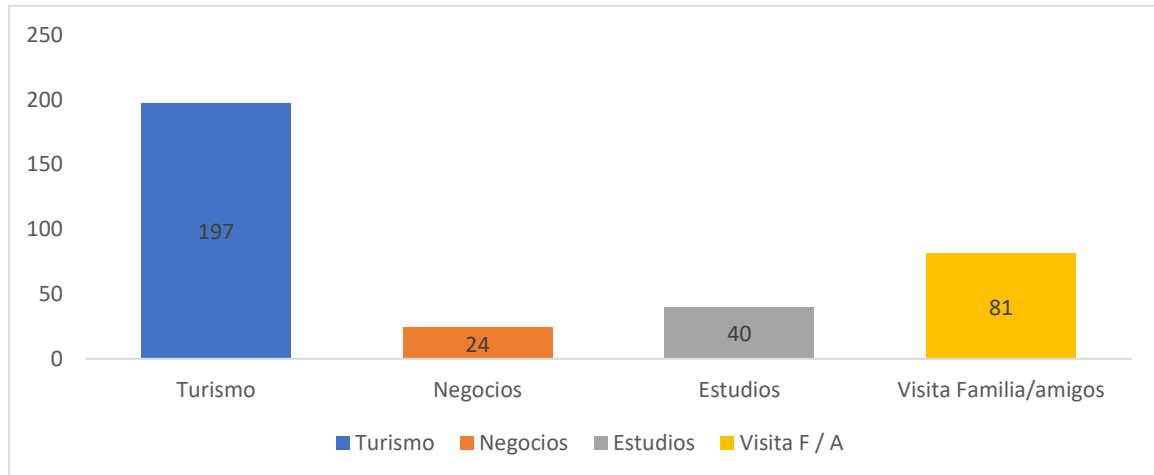
## 6. Pregunta N°6: ¿Cuál fue el motivo de su último viaje?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Turismo	197	57.6%
Negocios	24	7%
Estudios	40	11.7%
Visita Familia/Amigos	81	23.7%
<b>TOTAL</b>	<b>341</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta investigación de mercado

Elaborado por: Los Autores.

Gráfico N°6: Pregunta: ¿Cuál fue el motivo de su último viaje?



Fuente: Encuesta investigación de mercado

Elaborado por: Los Autores

Los resultados de la encuesta reflejan que más de la mitad de los encuestados viajan por la motivación de hacer actividades turísticas esto reflejado en el 57% de los encuestados seguido por las personas que se trasladan a otros lugares con motivos de visita de familiares y amigos representado en el 23% de los

encuestados seguido por los motivados por estudios con el 11% y con un 7% las personas que viajan por motivos laborales o de negocios.

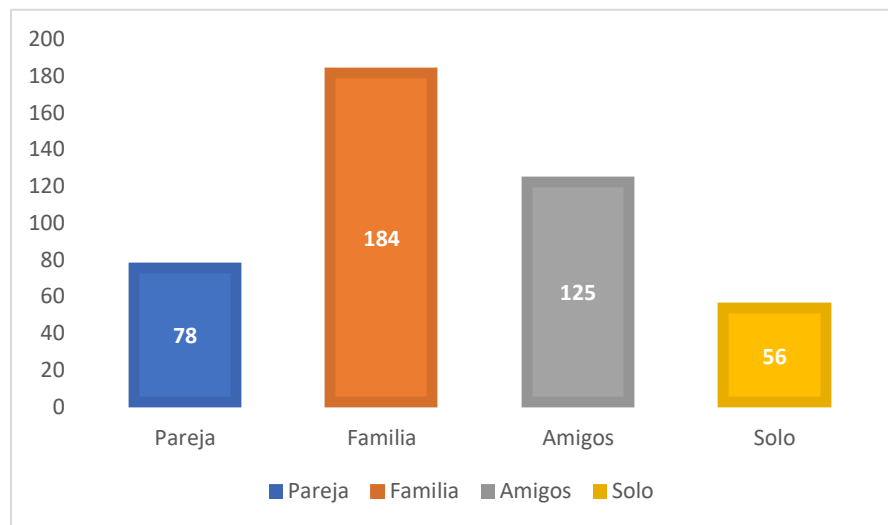
### 7. Pregunta N°7: ¿Con que personas viaja habitualmente?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Pareja	78	22.9%
Familia	184	54%
Amigos	125	36.7%
Solo	56	16.4%
<b>TOTAL</b>	<b>341</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta investigación de mercado

Elaborado por: Los Autores.

Gráfico N°7: Pregunta: ¿Con que personas viaja habitualmente?



Fuente: Encuesta investigación de mercado

Elaborado por: Los Autores.

El 41% de los encuestados recurrentemente viajan con acompañados de la familia, el 28% se siente motivado a viajar en compañía de amigos, el 18% viaja con su pareja y el 13% de personas encuestadas prefieren viajar sin ninguna compañía.

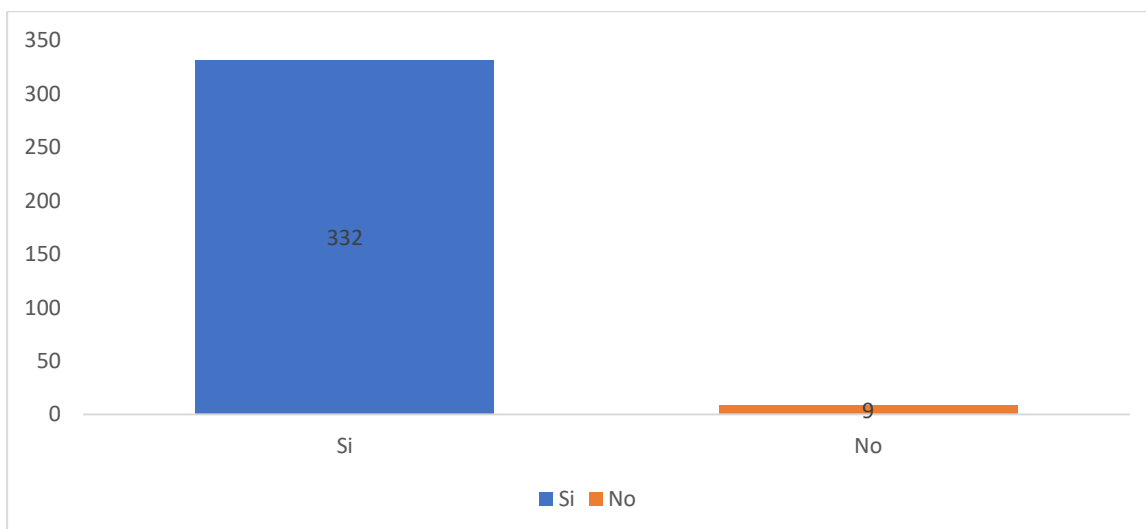
**8. Pregunta N°8: ¿Le gustaría realizar glamping al aire libre en la parroquia de Angochagua?**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	332	97.4%
No	9	2.6%
TOTAL	341	100%

*Fuente: Encuesta investigación de mercado*

*Elaborado por: Los Autores.*

Gráfico N°8: Pregunta: ¿Le gustaría realizar glamping al aire libre en la parroquia de Angochagua?



*Fuente: Encuesta investigación de mercado*

*Elaborado por: Los Autores.*

La idea de realizar glamping al aire libre en la parroquia de Angochagua tuvo gran aceptación con un 97% que se sentiría motivado por realizar esta actividad seguido de un minúsculo 3% que refleja a las personas que no tendrían motivación por realizar esta actividad.

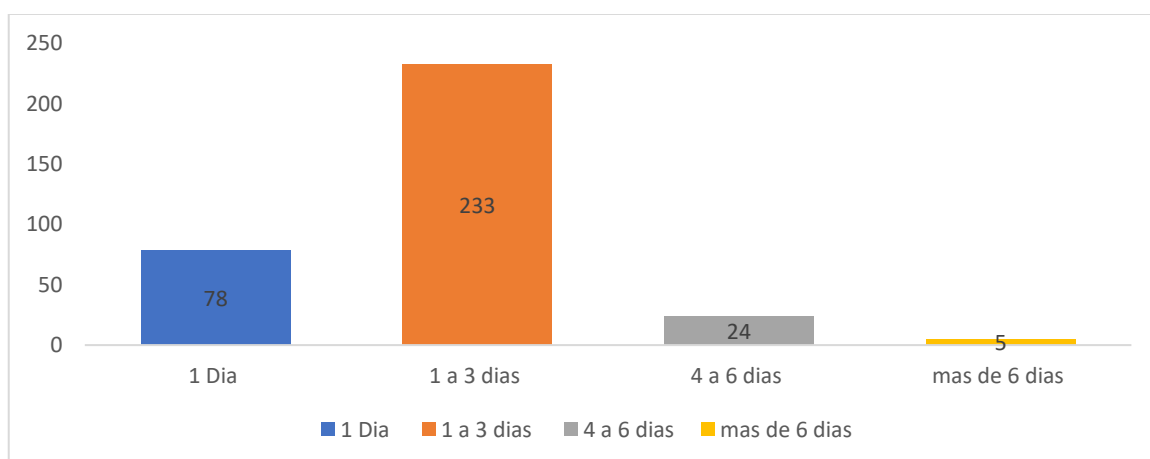
**9. Pregunta N°9: ¿Cuál sería su período de permanencia en la parroquia de Angochagua?**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
1 día	78	22.9%
1 a 3 días	233	68.5%
4 a 6 días	24	7.1%
Mas de 6 días	5	1.5%
<b>TOTAL</b>	<b>341</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta investigación de mercado*

*Elaborado por: Los Autores.*

Gráfico N°9: Pregunta: ¿Cuál sería su período de permanencia en la parroquia de Angochagua?



Fuente: Encuesta investigación de mercado

Elaborado por: Los Autores.

Más de la mitad de los encuestados respondió a que optaría por permanecer de 1 a 3 días dentro de la parroquia de Angochagua representado con un 68% seguido del 23% que los encuestados que con un día de visita se sienten satisfechos, el 7% de los encuestados estaría dispuesto a estar de 4 a 6 días realizando actividades dentro de la parroquia y finalmente pero muy importante 2% se sentiría motivado en permanecer más de 6 días.

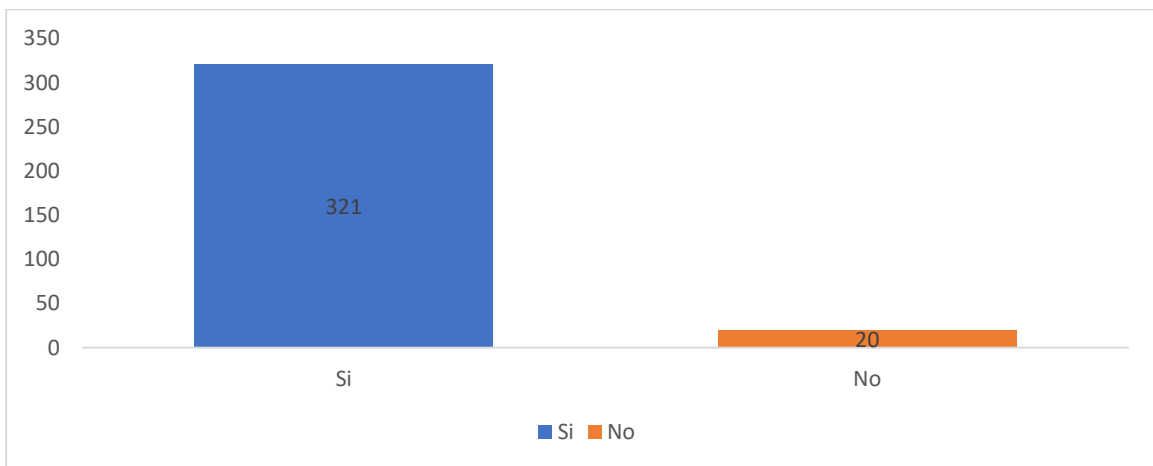
**10. Pregunta N°10: ¿Estaría interesado en hospedarse en la parroquia de Angochagua, en un lugar que cuente con una infraestructura de lujo, con una alta calidad de servicios y principalmente que tenga contacto directo con la naturaleza?**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	321	94.1%
No	20	5.9%
TOTAL	341	100%

Fuente: Encuesta investigación de mercado

Elaborado por: Los Autores.

Gráfico N°10: Pregunta: ¿Estaría interesado en hospedarse en la parroquia de Angochagua, en un lugar que cuente con una infraestructura de lujo, con una alta calidad



*Fuente: Encuesta investigación de mercado*

*Elaborado por: Los Autores.*

La gran aceptación del 94% de las personas encuestadas que se sentiría motivado por pernotar en la parroquia en un hospedaje de alta calidad seguido de un 6% que refleja a las personas que no tendrían motivación de hospedarse.

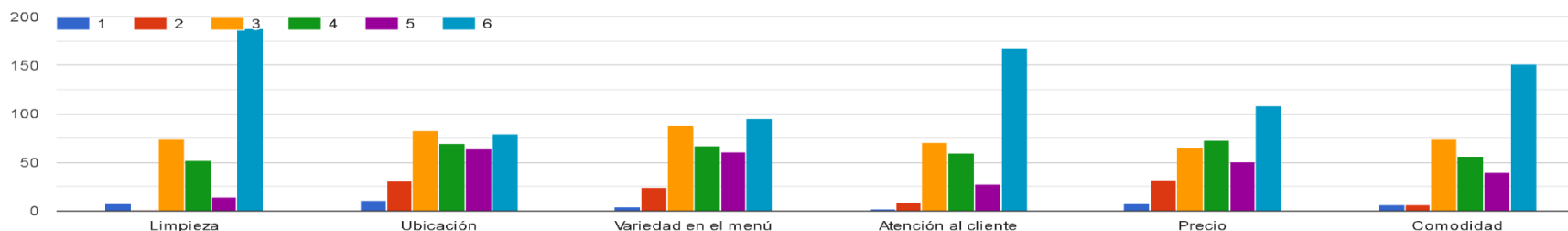
**11. Pregunta N°11: Califique de acuerdo al nivel de importancia, las siguientes características en un sitio de hospedaje.**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Limpieza	188	26.4%
Atención	168	23.6%
Comodidad	152	21.4%
Precio	109	15.3%
Variedad	95	13.3%
<b>TOTAL</b>	<b>710 puntos</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta investigación de mercado

Elaborado por: Los Autores.

Gráfico N°11: Pregunta: Califique de acuerdo al nivel de importancia, las siguientes características en un sitio de hospedaje.



Fuente: Encuesta investigación de mercado

Elaborado por: Los Autores.

Para un mejor análisis se tomaron variables para calificar el nivel de importancia de los clientes en aspectos de hospedaje siendo 1 menos importante y 6 muy importante; teniendo como resultado que el elemento con mayor importancia es la limpieza y la atención con la que se recibe a los clientes, aspectos como la comodidad y la variedad

del menú tienen un nivel de importancia media y por último la ubicación y el precio son los factores con menos importancia para los encuestados.



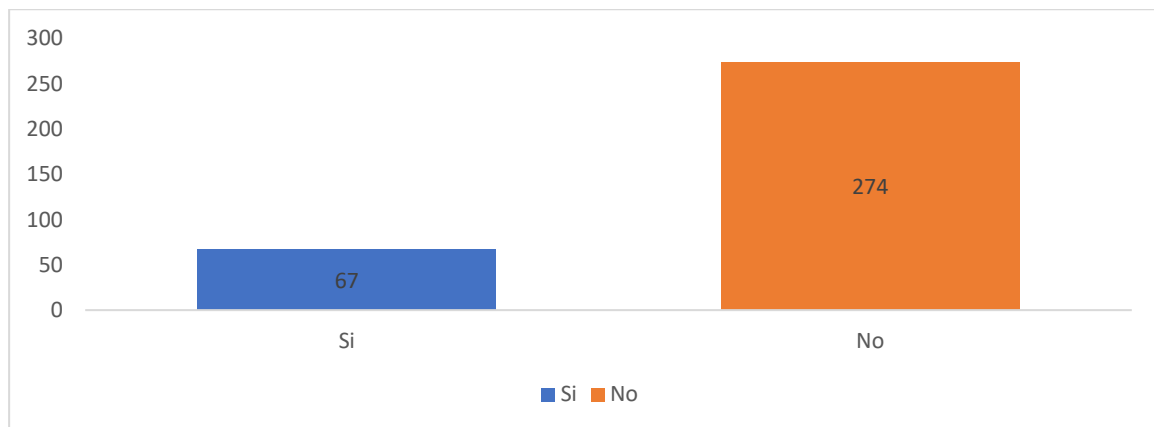
**12.Pregunta N°12: ¿Conoce o ha escuchado hablar del centro turístico Pondo Wasi, ubicado en la parroquia Angochagua?**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	67	19.6%
No	274	80.4%
TOTAL	341	100%

*Fuente: Encuesta investigación de mercado*

*Elaborado por: Los Autores.*

Gráfico N°12: Pregunta: ¿Conoce o ha escuchado hablar del centro turístico Pondo Wasi, ubicado en la parroquia Angochagua?



*Fuente: Encuesta investigación de mercado*

*Elaborado por: Los Autores.*

El 80% de los encuestados respondieron positivamente al saber si conocía de la existencia de Pondo wasi, seguidamente casi un 20% desconoce o no ha escuchado de los servicios que ofrece Pondo Wasi

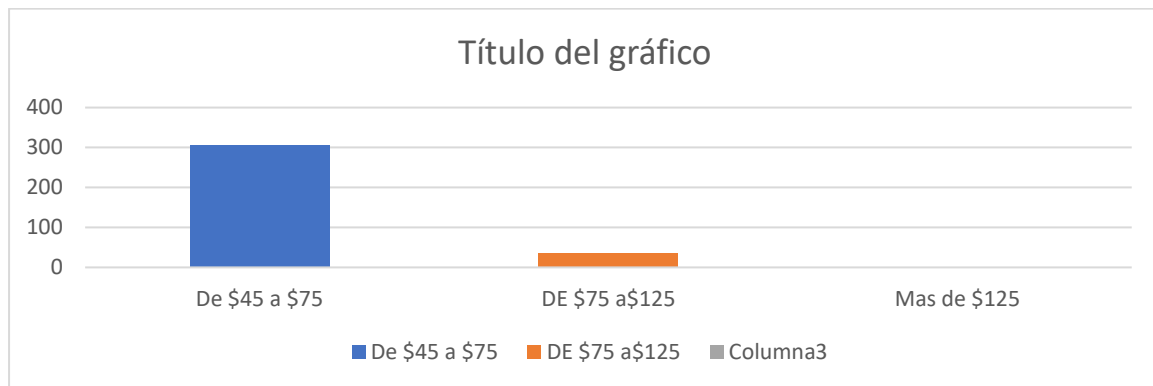
**13. Pregunta N°13: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio de alojamiento en glamping por día?**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
De \$45 a \$75	306	89.7%
De \$75 a \$125	35	10.3%
Mas de \$125	/	0%
<b>TOTAL</b>	<b>341</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta investigación de mercado*

*Elaborado por: Los Autores.*

Gráfico N°13: Pregunta: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio de alojamiento en glamping por día?



*Fuente: Encuesta investigación de mercado*

*Elaborado por: Los Autores.*

Para obtener los datos de consumo estos se di vieron en tres de los cuales casi el 90% de los encuestados pagarían el rango de \$45 a \$75 diarios por el servicio de glamping, el 10% de los encuestados estaría dispuesto a pagar entre \$75 a \$125 diarios por el servicio de glamping y ninguno de los encuestados estaría dispuesto a pagar más de \$125 diarios por el servicio de glamping

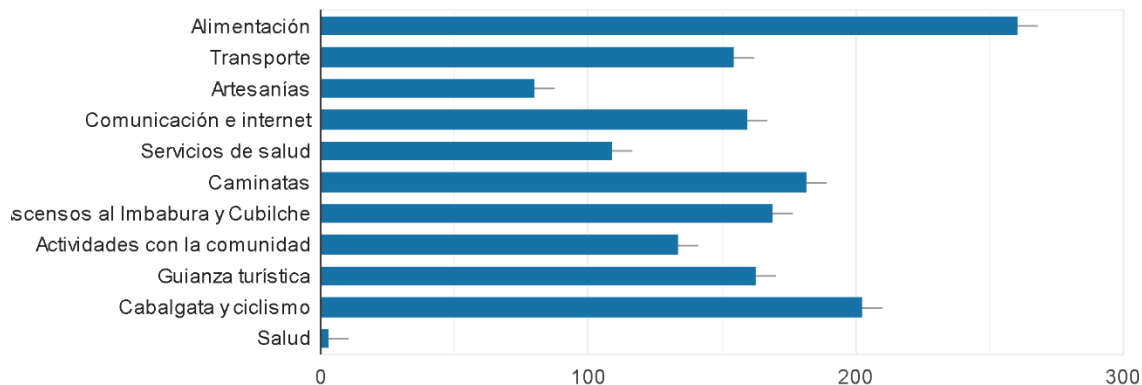
**14. Pregunta N°14: ¿Qué servicios complementarios y actividades le gustaría que brinde el lugar?**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Alimentación	261	76.5%
Cabalgata y ciclismo	203	59.5%
Caminatas	182	53.4%
Ascenso al Imbabura o Cubilche	169	49.6%
Guianza turística	163	47.8%
Comunicación Internet	160	46.9%
Transporte	155	45.5%
Actividades con la comunidad	134	39.3%
Servicios de salud	109	32%
Artesanías	80	23.5%
Turismo de salud	3	0.9%
<b>TOTAL</b>	<b>341</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta investigación de mercado

Elaborado por: Los Autores.

Gráfico N°14: Pregunta: ¿Qué servicios complementarios y actividades le gustaría que brinde el lugar?



Fuente: Encuesta investigación de mercado

Elaborado por: Los Autores.

Para saber principales las actividades que le gustaría recibir en el servicio de glamping, los encuestados podían elegir más de una opción según la actividades que despiertan su interés teniendo como resultado que las tres principales actividades optada por los encuestados son la alimentación las caminatas y el ciclismo, actividades con menos interés en realizar son los relacionados con servicio de salud, artesanías y turismo de salud; intermedio tenemos actividades como ascensos, guianza, transporte, conectividad y actividades con la munidad de son actividades o servicios que posiblemente se ofrezcan.

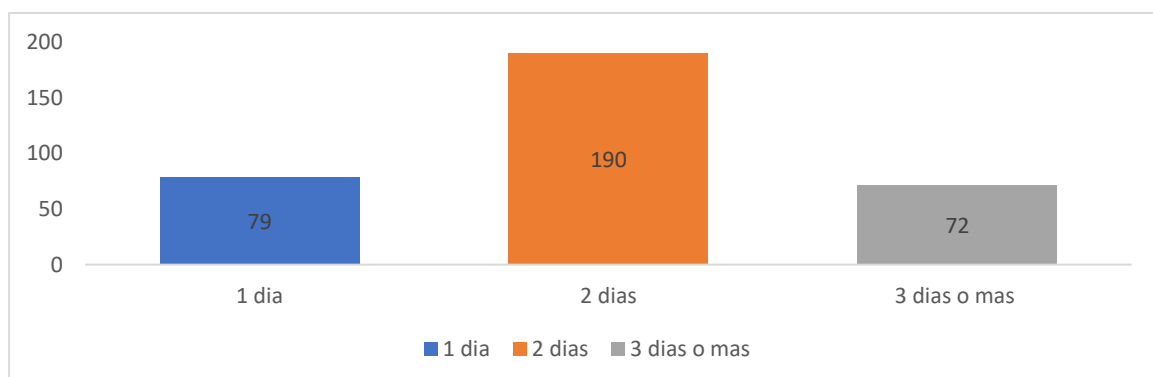
**15. Pregunta N°15: ¿Cuánto tiempo de su viaje dedicaría a realizar actividades turísticas en la parroquia de Angochagua?**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
1 día	79	23.2%
2 días	190	55.7%
3 días o mas	72	21.1%
<b>TOTAL</b>	<b>341</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta investigación de mercado*

*Elaborado por: Los Autores.*

Gráfico N°15: Pregunta: ¿Cuánto tiempo de su viaje dedicaría a realizar actividades turísticas en la parroquia de Angochagua?



Fuente: Encuesta investigación de mercado

Elaborado por: Los Autores.

Más de la mitad de los encuestados respondió a que con permanecer 1 día de visita se sienten satisfechos representado con un 55% seguido del 23% que los encuestados que 2 días dedicados a realizar actividades dentro de la parroquia y finalmente, un 21% que representan a las personas que pernotarían más de 3 días realizando actividades turísticas en la parroquia de Angochagua.

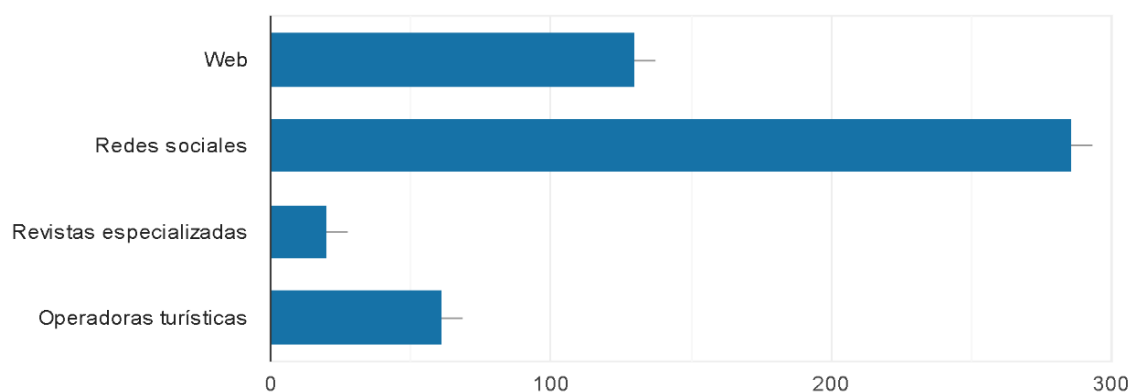
**16. Pregunta N°16: ¿Mediante qué medio de comunicación preferiría obtener información de glamping en la parroquia Angochagua?**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Redes sociales	286	83.9%
Web	130	38.1%
Operadoras turísticas	61	17.9%
Revistas especializadas	20	5.9%
TOTAL	341	100%

Fuente: Encuesta investigación de mercado

Elaborado por: Los Autores.

Gráfico N°16: Pregunta: ¿Mediante qué medio de comunicación preferiría obtener información de glamping en la parroquia Angochagua?



Fuente: Encuesta investigación de mercado

Elaborado por: Los Autores.

Esta pregunta refleja que más del 80% de los encuestados manejan redes sociales y se enteran de productos o servicios mediante esta herramienta, seguidamente por los portales o páginas web y con casi un 20% de los encuestados que visitan operadores turísticos para tener información de productos y servicios y finalmente un 5% opta por las revistas especializadas.

**17.Pregunta N°17: ¿Cuál sería el tipo de glamping de su preferencia?**

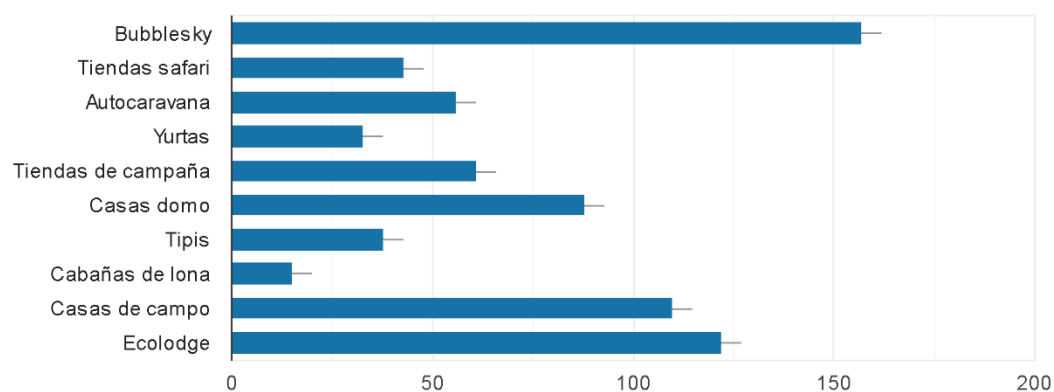
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Bubble Sky	165	48.3%
Ecolodge	122	36.6%
Casas de campo	110	33%

Casas domo	88	26.4%
Tiendas de campaña	61	18.3%
Autocaravana	56	16.8%
Tienda safari	43	12.9%
Tipis	38	11.4%
Yurtas	33	9.9%
Cabañas de lona	15	4.5%
<b>TOTAL</b>	<b>341</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta investigación de mercado

Elaborado por: Los Autores.

Gráfico N°17: Pregunta: ¿Cuál sería el tipo de glamping de su preferencia?



Fuente: Encuesta investigación de mercado

Elaborado por: Los Autores.

Para la detectar la mejor infraestructura para implementar el glamping se tomaron varias opciones para que los encuestados elijan el de su mayor agrado teniendo como resultado que infraestructura más llamativa fue la “BubbleSky” con casi el 50%

de todos encuestados, seguido del Ecolodge y las casas de campo que oscilan con el 30% de los encuestados

Del 10 al 20% de interés están las casas domo, tiendas de campaña, autocaravana, tienda de safari, tipis y con menos del 10% de interés se encuentran las yurtas y las cabañas de lona.

## ANEXO 6. FOTOGRAFÍAS

