



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

**CARRERA DE TURISMO EN LÍNEA**

**TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR**

**TEMA:**

**“ANÁLISIS DE LOS PATRONES DE OCUPACIÓN EN EL GLAMPING  
URKUWAYKU EN LA PARROQUIA LA MERCED, CANTÓN QUITO,  
PROVINCIA DE PICHINCHA”**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciado en Turismo**

**Línea de investigación: Gestión, producción, productividad, innovación y desarrollo  
socioeconómico.**

**Autor:**

**Daniel Alejandro Romero Paredes**

**Directora:**

**MSc. Johanna Paulina Flores Ruano**

**Asesora:**

**MSc. Dennis Victoria Ortiz Cumbal**

**Ibarra - Ecuador – 2025**



# 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:

<b>DATOS DE CONTACTO</b>			
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	<b>DE</b>	0603815788	
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	<b>Y</b>	Romero Paredes Daniel Alejandro	
<b>DIRECCIÓN:</b>		La Merced, Quito.	
<b>EMAIL:</b>		daniel.romerop@hotmail.com	
<b>TELÉFONO FIJO:</b>		<b>TELÉFONO MÓVIL:</b>	0983036472

<b>DATOS DE LA OBRA</b>	
<b>TÍTULO:</b>	ANÁLISIS DE LOS PATRONES DE OCUPACIÓN EN EL GLAMPING URKUWAYKU EN LA PARROQUIA LA MERCED, CANTÓN QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA
<b>AUTOR (ES):</b>	Romero Paredes Daniel Alejandro
<b>FECHA: DD/MM/AAAA</b>	09-04-2025
<b>SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO</b>	
<b>PROGRAMA:</b>	X    PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
<b>TÍTULO POR EL QUE OPTA:</b>	Licenciado en Turismo
<b>ASESORA / DIRECTORA:</b>	MSc. Dennis Victoria Ortiz Cumbal MSc. Flores Ruano Johanna Paulina

## 2. CONSTANCIAS

El autor manifiesta 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 es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 9 días del mes de Abril de 2025

### EL AUTOR:

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Daniel Alejandro Romero Paredes', is written over a horizontal dotted line.

Daniel Alejandro Romero Paredes.

## CERTIFICACIÓN DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTERGRACIÓN CURRICULAR

Ibarra, 9 de Abril de 2025

MSc. Paulina Flores

DIRECTORA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

CERTIFICA:

Haber revisado el presente informe final del trabajo de Integración Curricular, el mismo que se ajusta a las normas vigentes de la Universidad Técnica del Norte; en consecuencia, autorizo su presentación para los fines legales pertinentes.



Firmado electrónicamente por:  
**JOHANNA PAULINA  
FLORES RUANO**

(f) .....

*MSc. Johanna Paulina Flores Ruano*

*C.C.: 1003156914*

## APROBACIÓN DEL COMITÉ CALIFICADOR

El Comité Calificado del trabajo de Integración Curricular “ANÁLISIS DE LOS PATRONES DE OCUPACIÓN EN EL GLAMPING URKUWAYKU EN LA PARROQUIA LA MERCED, CANTÓN QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA” elaborado por Daniel Alejandro Romero Paredes, previo a la obtención del título de Licenciado en Turismo, aprueba el presente informe de investigación en nombre de la Universidad Técnica del Norte:



Firmado electrónicamente por:  
**JOHANNA PAULINA  
FLORES RUANO**

(f):.....  
MSc. Johanna Paulina Flores Ruano  
C.C.:1003156914



Firmado electrónicamente por:  
**DENNIS VICTORIA  
ORTIZ CUMBAL**

(f):.....  
MSc. Dennis Victoria Ortiz Cumbal  
C.C.: 1721686713

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo a mi familia, cuyo constante apoyo, amor y comprensión han sido mi mayor fuente de fortaleza. Gracias por estar siempre a mi lado, alentándome y acompañándome en cada paso de este camino.

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero expresar mi más sincero y profundo agradecimiento a todos mis profesores, cuya dedicación y pasión por la enseñanza me inspiraron a seguir adelante en este camino. Agradezco a la institución por brindarme la oportunidad de continuar con mis planes de vida y por todo el apoyo recibido a lo largo de este proceso. También, extendiendo mi gratitud a todas las personas que generosamente me dedicaron su tiempo y conocimiento, permitiéndome completar este proyecto. Muchas gracias a todos.

## RESUMEN EJECUTIVO

El glamping Urkuwayku, ubicado en Quito, ofrece una experiencia única al combinar el lujo con la inmersión en la naturaleza, destacándose como un modelo de turismo innovador en Ecuador. Este estudio analiza los patrones de ocupación del establecimiento, considerando la influencia de factores socioeconómicos, las preferencias de los turistas y la estacionalidad en la demanda. Para ello, se utilizaron métodos cuantitativos que permitieron recopilar datos sobre el perfil de los visitantes, sus motivaciones y las tendencias de ocupación a lo largo del tiempo.

Los resultados muestran que Urkuwayku atrae principalmente a turistas nacionales interesados en experiencias sostenibles y exclusivas. Su ubicación estratégica y la calidad del servicio son factores clave en la elección de los visitantes. Además, se observa una marcada estacionalidad en la ocupación, con picos durante los períodos vacacionales, reflejando el impacto positivo de las campañas de promoción del turismo local en la visibilidad del glamping.

En conclusión, la demanda de Urkuwayku está fuertemente influenciada por las preferencias de los turistas por experiencias únicas y sostenibles, y por la estacionalidad de las vacaciones. Para optimizar la ocupación durante todo el año, se recomienda implementar estrategias de promoción digital dirigidas a Millennials y Gen Z, y desarrollar paquetes atractivos para días entre semana y estancias prolongadas. Estas iniciativas permitirán consolidar a Urkuwayku como un referente de turismo innovador y sostenible en Ecuador.

**Palabras clave:** Quito, glamping, patrones de ocupación, turismo, estacionalidad, plataformas digitales, experiencias.

## ABSTRACT

Urkuwayku glamping, located in Quito, offers a unique experience by combining luxury with immersion in nature, standing out as an innovative tourism model in Ecuador. This study analyzes the establishment's occupancy patterns, considering the influence of socioeconomic factors, tourists' preferences, and seasonality in demand. To do so, quantitative methods were used to collect data on the profile of visitors, their motivations, and occupancy trends over time.

The results show that Urkuwayku attracts mainly national tourists interested in sustainable and exclusive experiences. Its strategic location and quality of service are key factors in the choice of visitors. In addition, a marked seasonality in occupancy is observed, with peaks during holiday periods, reflecting the positive impact of local tourism promotion campaigns on the visibility of glamping.

In conclusion, the demand for Urkuwayku is strongly influenced by tourists' preferences for unique and sustainable experiences, and by the seasonality of holidays. To optimize occupancy throughout the year, it is recommended to implement digital promotion strategies aimed at Millennials and Gen Z and develop attractive packages for weekdays and extended stays. These initiatives will allow Urkuwayku to consolidate itself as a benchmark for innovative and sustainable tourism in Ecuador.

**Keywords:** Quito, glamping, occupancy patterns, tourism, seasonality, digital platforms, experiences.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

<i>INTRODUCCIÓN</i> .....	15
Problemática de investigación .....	17
Antecedentes.....	20
Justificación.....	22
Objetivos.....	24
General .....	24
Específicos .....	24
<i>CAPÍTULO I</i> .....	25
Marco teórico.....	25
Turismo .....	25
Turismo sostenible .....	27
Turismo basado en naturaleza .....	30
Glamping .....	31
Plataformas de hospedaje .....	35
Patrones de ocupación.....	37
Tasa de Ocupación Hotelera (TOH).....	38
Urkuwayku .....	38
<i>CAPÍTULO II</i> .....	40
Metodología.....	40
<i>CAPÍTULO III</i> .....	42
Resultados y discusión .....	42
Resultados de la tabulación de los datos de reserva en la aplicación AIRBNB en la carpa Cotopaxi en el año 2017 .....	42
Interpretación de resultados .....	43

Resultados de la tabulación de los datos de reserva en la aplicación AIRBNB en la carpa Cotopaxi en el año 2018 .....	44
Interpretación de resultados .....	46
Resultados de la tabulación de los datos de reserva en la aplicación AIRBNB en la carpa Cotopaxi en el año 2019 .....	47
Interpretación de resultados .....	49
Resultados de la tabulación de los datos de reserva en la aplicación AIRBNB en la carpa Cotopaxi en el año 2020 .....	49
Interpretación de resultados .....	51
Resultados de la tabulación de los datos de reserva en la aplicación AIRBNB en la carpa Cotopaxi en el año 2021 .....	52
Interpretación de resultados .....	54
Resultados de la tabulación de los datos de reserva en la aplicación AIRBNB en la carpa Cotopaxi y Pasochoa en el año 2022.....	54
Interpretación de resultados .....	56
Resultados de la tabulación de los datos de reserva en la aplicación AIRBNB en la carpa Cotopaxi y Pasochoa en el año 2023.....	56
Interpretación de resultados .....	58
Resultados de la encuesta realizada a 60 antiguos huéspedes del Glamping.....	58
Interpretación de resultados .....	63
<i>CAPITULO III</i> .....	69
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	69
Referencias bibliográficas .....	71
Anexos.....	75

## INDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> Anuncio del Glamping en la plataforma AIRBNB .....	17
<b>Figura 2</b> Anuncio del hospedaje en la página web de la finca.....	18
<b>Figura 3</b> Finca Urkuwayku en el año 1999 .....	38
<b>Figura 4</b> Canasta de legumbres y hortalizas que se entregan semanalmente.....	40
<b>Figura 5</b> Número de días reservadas por mes en el glamping Urkuwayku. ....	42
<b>Figura 6</b> Número de personas alojadas por mes en el glamping Urkuwayku.....	42
<b>Figura 7</b> Duración del hospedaje de acuerdo con el número de noches reservadas en el Glamping Urkuwayku.....	42
<b>Figura 8</b> Reservas vs cancelaciones en el glamping Uruwayku .....	43
<b>Figura 9</b> Número de personas alojadas por reserva en el Glamping Urkuwayku.....	43
<b>Figura 10</b> Número de días reservados por mes en el glamping Urkuwayku. ....	44
<b>Figura 11</b> Número de personas alojadas por mes en el glamping Urkuwayku.....	44
<b>Figura 12</b> Duración del hospedaje de acuerdo con el número de noches reservadas en el Glamping Urkuwayku.....	45
<b>Figura 13</b> Reservas vs cancelaciones en el glamping Uruwayku .....	45
<b>Figura 14</b> Número de personas alojadas por reserva en el Glamping Urkuwayku.....	45
<b>Figura 15</b> Número de días reservados por mes en el glamping Urkuwayku. ....	47
<b>Figura 16</b> Número de personas alojadas por mes en el glamping Urkuwayku.....	47
<b>Figura 17</b> Duración del hospedaje de acuerdo con el número de noches reservadas en el Glamping Urkuwayku.....	48
<b>Figura 18</b> Reservas vs cancelaciones en el glamping Uruwayku .....	48
<b>Figura 19</b> Número de personas alojadas por reserva en el Glamping Urkuwayku.....	48

<b>Figura 20</b> Número de días reservados por mes en el glamping Urkuwayku. ....	49
<b>Figura 21</b> Número de personas alojadas por mes en el glamping Urkuwayku.....	50
<b>Figura 22</b> Duración del hospedaje de acuerdo con el número de noches reservadas en el Glamping Urkuwayku.....	50
<b>Figura 23</b> Reservas vs cancelaciones en el glamping Urluwayku .....	51
<b>Figura 24</b> Número de personas alojadas por reserva en el Glamping Urkuwayku.....	51
<b>Figura 25</b> Número de días reservados por mes en el glamping Urkuwayku. ....	52
<b>Figura 26</b> Número de personas alojadas por mes en el glamping Urkuwayku.....	52
<b>Figura 27</b> Duración del hospedaje de acuerdo con el número de noches reservadas en el Glamping Urkuwayku.....	53
<b>Figura 28</b> Reservas vs cancelaciones en el glamping Urluwayku .....	53
<b>Figura 29</b> Número de personas alojadas por reserva en el Glamping Urkuwayku.....	53
<b>Figura 30</b> Número de días reservados por mes en el glamping Urkuwayku. ....	54
<b>Figura 31</b> Número de personas alojadas por mes en el glamping Urkuwayku.....	54
<b>Figura 32</b> Duración del hospedaje de acuerdo con el número de noches reservadas en el Glamping Urkuwayku.....	55
<b>Figura 33</b> Reservas vs cancelaciones en el glamping Urluwayku .....	55
<b>Figura 34</b> Número de personas alojadas por reserva en el Glamping Urkuwayku.....	55
<b>Figura 35</b> Número de días reservados por mes en el glamping Urkuwayku. ....	56
<b>Figura 36</b> Número de personas alojadas por mes en el glamping Urkuwayku.....	56
<b>Figura 37</b> Duración del hospedaje de acuerdo con el número de noches reservadas en el Glamping Urkuwayku.....	57
<b>Figura 38</b> Reservas vs cancelaciones en el glamping Urluwayku .....	57

<b>Figura 39</b> Número de personas alojadas por reserva en el Glamping Urkuwayku.....	57
<b>Figura 40</b> Pregunta 1. ¿Qué edad tienes?.....	58
<b>Figura 41</b> Pregunta 2. ¿Cómo se identifica? .....	58
<b>Figura 42</b> Pregunta 3. ¿De qué país eres? .....	59
<b>Figura 43</b> Pregunta 4. ¿Cómo conoció del glamping? .....	59
<b>Figura 44</b> Pregunta 5. ¿Es la primera vez que se hospeda en un glamping? .....	59
<b>Figura 45</b> Pregunta 6. ¿Cuál fue el motivo por el que eligió el Glamping Urkuwayku?.	60
<b>Figura 46</b> Pregunta 7. ¿Qué actividades realizó durante su estadía? .....	60
<b>Figura 47</b> Pregunta 8. ¿Cuántas noches se quedó en el Glamping?.....	60
<b>Figura 48</b> Pregunta 9. ¿Por qué decidió quedarse esa cantidad de noches? .....	61
<b>Figura 49</b> Pregunta 10. ¿Califique su nivel de satisfacción con servicio ofrecido? .....	61
<b>Figura 50</b> Pregunta 11. ¿Qué sugerencia tiene para mejorar el servicio ofrecido?.....	62
<b>Figura 51</b> Pregunta 12. ¿Ha vuelto a reservar en el glamping? .....	63
<b>Figura 52</b> Gráfica comparativa de la tasa de Ocupación Hotelera del Distrito Metropolitano de Quito y glamping Urkuwayku.....	64

## INDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> Pregunta 9. ¿Por qué decidió quedarse esa cantidad de noches? .....	61
<b>Tabla 2</b> Pregunta 11 ¿Qué sugerencia tiene para mejorar el servicio ofrecido? .....	62

## INTRODUCCIÓN

El turismo evoluciona para satisfacer las necesidades de viajeros que buscan experiencias más inmersivas y sostenibles, dando lugar a conceptos innovadores como el glamping. Esta modalidad, que combina el lujo de un alojamiento de alta calidad con el contacto directo con la naturaleza, ha capturado la atención de un público cada vez más exigente y consciente del impacto ambiental de sus actividades. En Ecuador, país con una biodiversidad única y paisajes privilegiados, el glamping representa una oportunidad significativa para diversificar la oferta turística, especialmente en zonas rurales que buscan dinamizar su economía a través de formas alternativas de hospedaje.

En este contexto, el glamping, se posiciona como uno de los pioneros en esta tendencia en el país. Sin embargo, enfrenta desafíos significativos debido a la falta de datos sobre los patrones de ocupación de sus visitantes. La limitada visibilidad del glamping, restringida a la plataforma Airbnb, y la ausencia de estrategias de marketing eficaces dificultan su crecimiento y sostenibilidad.

El objetivo de este estudio es analizar los patrones de ocupación del Glamping Urkuwayku entre 2017 y 2023, identificando factores que influyen en su demanda y proponiendo estrategias para mejorar su competitividad. Se busca determinar cómo eventos externos, como la pandemia de COVID-19 y la crisis económica, afectan la ocupación, además de examinar las preferencias de los huéspedes en cuanto a duración de la estadía y perfil demográfico.

Para abordar estos objetivos, el trabajo se organiza en los siguientes capítulos:

Marco Teórico. – Se presentan los conceptos fundamentales relacionados con el turismo, el glamping, las plataformas de hospedaje y la ocupación hotelera.

Metodología. – Se describe el enfoque de investigación, el tipo de estudio, la población y las herramientas utilizadas para el análisis de datos.

Resultados y Discusión. – Se analizan los datos obtenidos, mostrando la evolución de la ocupación a lo largo de los años, identificando tendencias y factores determinantes.

Conclusiones y Recomendaciones. – Se presentan los hallazgos clave y se proponen estrategias para mejorar la ocupación del glamping, optimizando su posicionamiento en el sector turístico.

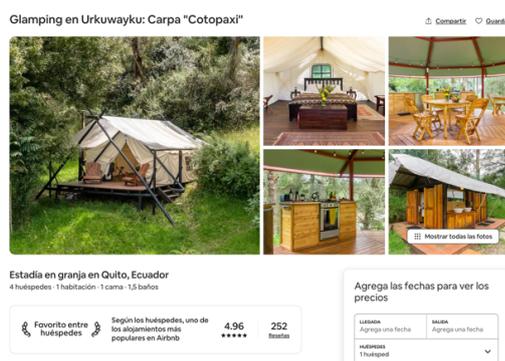
Con este estudio, se espera generar información valiosa para la gestión del Glamping Urkuwayku y contribuir al desarrollo del turismo sostenible en la región.

## Problemática de investigación

Desconocimiento de los patrones de ocupación de los huéspedes que llegan al glamping Urkuwayku, que dificulta la toma de decisiones gerenciales para la renovación de los servicios ofertados. El Glamping Urkuwayku fue creado en el año 2016 y se encuentra dentro la finca familiar del mismo nombre, ubicada a 2700 metros sobre el nivel del mar (msnm.), en las faldas del volcán Ilaló, en la parroquia rural de La Merced, del Distrito Metropolitano de Quito, en la provincia de Pichincha.

Una de las principales limitaciones identificadas en el contexto del glamping es su exclusiva presencia en la plataforma de Airbnb. Además, dentro de esta plataforma, solo los usuarios con "Identidad verificada" pueden realizar reservas, y la publicidad del glamping está solo en esta aplicación. No se realiza anuncios en otras plataformas de reservas de hospedaje y vacaciones. Esto resulta en un alcance condicionado hacia el público objetivo, excluyendo a aquellos que no utilizan este medio, reduciendo la visibilidad del glamping entre una parte significativa de la población.

**Figura 1**  
*Anuncio del Glamping en la plataforma AIRBNB*



*Nota.* Imagen tomada del anuncio del hospedaje en la plataforma de AIRBNB. Glamping Urkuwayku. ([https://www.airbnb.com.ec/rooms/17265370?\\_set\\_beve\\_on\\_new\\_domain=1707916974\\_OWQ3ODg3NjQ2ZmM4&source\\_impression\\_id=p3\\_1740445989\\_P3mfse8FWLk11AsV](https://www.airbnb.com.ec/rooms/17265370?_set_beve_on_new_domain=1707916974_OWQ3ODg3NjQ2ZmM4&source_impression_id=p3_1740445989_P3mfse8FWLk11AsV))

El glamping afronta problemas debido a la limitada afluencia de huéspedes. En consecuencia, se observa una escasa llegada de visitantes al hospedaje siendo necesario medir el interés del turista en este tipo de alojamiento. Esta situación afecta al glamping al generar una iliquidez de recursos económicos, lo que dificulta la innovación y la promoción de nuevas alianzas con los actores locales.

Debido al escaso interés en promocionar el glamping, este no cuenta con un plan de marketing. Aunque dispone ciertos datos, estos son insuficientes por la falta de estudios sobre los patrones de ocupación. Como resultado, no se realiza publicidad ni promoción tanto digital como convencional, esto genera con los usuarios que no utilizan la aplicación de Airbnb encuentren escasa información en redes sociales y motores de búsqueda, hallando únicamente detalles sobre la finca orgánica que es su principal actividad económica y no sobre el hospedaje que ofrece dentro de ella.

**Figura 2**  
*Anuncio del hospedaje en la página web de la finca*



*Nota.* Imagen tomada de la página web de la finca, sección Hospedaje en la granja. Urkuwayku (<https://urkuwayku.com/hospedaje-en-la-granja/>)

Si se realiza un estudio de los patrones de ocupación del glamping, se podrán obtener datos relevantes que faciliten la toma de decisiones para implementar diferentes estrategias de mejora. Esto permite reforzar los servicios ofertados y llegar a un público más amplio fuera de la

mencionada plataforma, además se podrá aplicar innovaciones de adaptación a los nuevos cambios sociales y tecnológicos.

A pesar del crecimiento del glamping como tendencia en el turismo sostenible, se desconoce en detalle cómo evoluciona la ocupación del Glamping Urkuwayku y qué factores influyen en la demanda. A partir de esta necesidad, surge la siguiente pregunta de investigación:

¿Cuáles son los factores que influyen en los patrones de ocupación del Glamping Urkuwayku en Quito entre 2017 y 2023, y cómo pueden optimizarse para mejorar la demanda y sostenibilidad del negocio?

## Antecedentes

El concepto de glamping, una fusión de las palabras "glamorous" (glamuroso) y "camping" (acampada), ha surgido como una tendencia global que combina el lujo de los hoteles con la experiencia de acampar al aire libre. Aunque el origen del glamping no está claramente definido, sus raíces se remontan a varios siglos atrás. Existen evidencias en pinturas que muestran a la nobleza europea viviendo en tiendas de campaña equipadas con todos los lujos de la época. Del mismo modo, en el continente africano, las tiendas de campaña usadas por los sultanes disponían de todos los lujos necesarios para satisfacer sus exigencias. En China y la India, era habitual que la nobleza utilizara tiendas de campaña equipadas con todas las comodidades posibles. (Jácome Arboleda, 2021)

El concepto de glamping resurge con fuerza en el siglo XIX en África, especialmente como parte de los safaris, donde se ofrecían estadias de lujo con varios servicios añadidos. En Suiza, se empieza a vincular con el turismo como una nueva manera de acercar al turista al campo, permitiendo hospedarse en lugares alejados del ruido, la contaminación y el bullicio de la ciudad, sin renunciar a los lujos y comodidades. (Boscoboinik, 2014)

En América, el concepto de glamping surge en Estados Unidos, donde se populariza como una forma de hospedaje en medio de bosques, combinando la comodidad de una buena cama con la experiencia de la naturaleza. Emprendimientos como Firelight Camps ejemplifican este modelo, ofreciendo caminatas extensas a través de bosques con la posibilidad de descansar en tiendas lujosas, proporcionando una combinación única de aventura y confort.

Ecuador, con su riqueza exuberante de flora y fauna, su clima privilegiado y sus cuatro regiones naturales, ofrece un escenario ideal para el desarrollo del glamping. La cercanía y facilidad de visitar más de una región en un solo día hacen del país un destino atractivo para los

turistas, especialmente para aquellos que buscan nuevas formas de hospedaje que les acerquen a la naturaleza y les brinden experiencias innovadoras.

En este entorno, nace el primer glamping del país, ubicado en las faldas del volcán Ilaló dentro de la granja agroecológica Urkuwayku. Este establecimiento ofrece a los turistas nacionales y extranjeros, la oportunidad de disfrutar de la belleza natural de Ecuador con todas las comodidades de un alojamiento de lujo. La elección de este lugar no es casual, ya que combina la experiencia de vivir en un entorno natural privilegiado con la posibilidad de participar en actividades agroecológicas, promoviendo un turismo responsable y sostenible.

La investigación "Análisis de los patrones de ocupación en el Glamping Urkuwayku en la parroquia La Merced, cantón Quito, provincia de Pichincha" es crucial para entender cómo esta modalidad de turismo se está desarrollando en Ecuador. Este estudio permite identificar las características de los visitantes, los períodos de mayor demanda y las preferencias de los turistas, proporcionando información valiosa para mejorar e incrementar la oferta de servicios hoteleros y de recreación, y a su vez desarrollar estrategias de marketing efectivas. Además, contribuye al fortalecimiento del turismo sostenible en la región, destacando el potencial de Ecuador como un destino turístico innovador y de alta calidad.

## **Justificación**

La creciente demanda de turistas que buscan nuevas opciones de alojamiento que le acerquen a la naturaleza, a los pueblos y comunidades, pero sin renunciar a la comodidad, convierte el glamping en un nicho de mercado altamente atractivo. Este tipo de turismo no solo se destaca como un generador de ingresos económicos, sino que también responde al deseo de un turismo sostenible enfocado a la conservación medioambiental, desarrollo social y económico del lugar, siendo estos los principales atractivos para hospedarse en un glamping.

El turismo está emergiendo como un motor significativo de la economía en Ecuador, integrando aspectos socioambientales y económicos. Este estudio proporciona el conocimiento necesario para entender el turismo alternativo del glamping y las experiencias que este brinda en diversas regiones del país. Este tipo de hospedaje promueve el desarrollo económico local, especialmente en las zonas rurales, al generar ingresos y dinamizar la economía mediante la creación de empleos directos e indirectos, así como fomentar el consumo de productos locales.

Analizar los patrones de ocupación del establecimiento facilita la identificación de las características demográficas y psicográficas de sus visitantes, los períodos de mayor demanda y las preferencias de los turistas. Esta información es sustancial para desarrollar estrategias de marketing más efectivas y para mejorar la oferta de servicios, adaptando a las necesidades y expectativas del público objetivo.

Desde una perspectiva medioambiental, el glamping promueve una interacción más sostenible y responsable con el entorno natural. Según Karen Retana (2021) en su publicación afirma que los estudios demuestran que los usuarios de glamping suelen tener una mayor conciencia ecológica y están dispuestos a participar en actividades que minimicen su impacto

ambiental. Evaluar cómo el Glamping Urkuwayku aborda estos aspectos puede ofrecer insights valiosos para otras iniciativas de turismo sostenible en la región.

Asimismo, la parroquia La Merced y sus alrededores poseen una rica biodiversidad y recursos naturales que pueden ser potenciados a través de un turismo responsable. Un análisis exhaustivo de los patrones de ocupación podría revelar oportunidades para desarrollar programas de conservación y educación ambiental dirigidos tanto a turistas como a la comunidad local.

Esta investigación tiene implicaciones importantes para la planificación y gestión del turismo en el cantón Quito. Entender los patrones de ocupación en el Glamping Urkuwayku puede servir como modelo para otros proyectos de turismo alternativo, facilitando la implementación de políticas que promuevan un desarrollo turístico equilibrado y sostenible. Además, contribuye al fortalecimiento de la identidad turística de la parroquia La Merced, destacando su potencial como destino turístico innovador y de calidad.

En definitiva, en esta línea de investigación de los patrones de ocupación en el Glamping Urkuwayku es fundamental para comprender esta forma de turismo en Ecuador. Los resultados de este proyecto de investigación no solo trae beneficios económicos y de marketing para el establecimiento, sino que también contribuye a la conservación ambiental y al desarrollo sostenible de la región. Por lo tanto, este estudio es esencial para avanzar en la diversificación y mejora del sector turístico en el país.

## **Objetivos**

### ***General***

Analizar los patrones de ocupación en el glamping Urkuwayku en la parroquia La Merced, del cantón Quito, en la provincia de Pichincha.

### ***Específicos***

- Recopilar la información de los motores de reserva a los que está suscrito el Glamping Urkuwayku.
- Realizar la sistematización de la información recopilada.
- Determinar los índices asociados al comportamiento de consumo y ocupación de los huéspedes en el establecimiento.

## CAPÍTULO I

### **Marco teórico**

#### *Turismo*

El turismo como materia de investigación universitaria empieza entre las dos guerras mundiales, y esto permite que varios investigadores relacionen al turismo con diversas perspectivas como la economía, sociología, y muchas otras más disciplinas. Es así como dos profesores de la Universidad de Berna en 1942 definen al turismo como: “la suma de fenómenos y de relaciones que surgen de los viajes y de las estancias de los no residentes, en tanto en cuanto no están ligados a una residencia permanente ni a una actividad remunerada” (Hunziker & Krapf, 1942).

El concepto de Turismo ha ido evolucionando de acuerdo a quién lo estudia, dando varias definiciones o perspectivas de su investigador, como por ejemplo el turismo según la economía, psicología, corrientes de pensamientos, movimientos ambientalistas y hasta la propia Iglesia Católica, la misma que en el Concilio del Vaticano II define al turismo como: “factor válido en la formación cultural moderna, vínculo de simpatía entre los pueblos y de paz internacional, experiencia humana capaz de conducir el espíritu a sus más elevadas ascensiones, digna de la bendita mirada de Dios” (Acerenza, 2006, pp 21-22).

Pero turismo no se lo puede definir sin antes conocer que los viajes son los desplazamientos de una persona que se llama viajero y este desplazamiento debe ser fuera de lugar de residencia habitual y que incluya su regreso, es decir: un viaje de ida y vuelta; y un viaje puede ser interno, emisor y receptor. El viaje interno es aquel que se realiza dentro del mismo país de residencia del viajero. Viaje emisor es el desplazamiento del lugar de residencia habitual hacia otra nación. Y viaje receptor es el desplazamiento del lugar de residencia, pero desde el

punto de vista del que recibe. El que realiza el viaje se denomina viajero y estos toman las mismas características de los viajes, dando como resultado al viajero interno, emisor y receptor. (Naciones Unidas, 2008, pp 9-10)

El turismo se define como las actividades que realiza una persona por medio de un viaje a un determinado lugar que no es su residencia habitual, su duración debe ser menor a un año, y este puede ser por diferentes motivos como ocio, negocios, salud, religión, etc., dando paso a tres modalidades de turismo similar a los viajes, y estos son: turismo interno, turismo emisor y turismo receptor. (ONU Turismo, 2008)

El turismo es uno de los motores económicos más importantes del mundo y muchas localidades su principal fuente de ingresos es el turismo, la mala gestión de los recursos no solo turísticos sino naturales puede llevar a generar grandes crisis.

En el caso del Mediterráneo, concretamente en Almería, la sobreexplotación de los recursos hídricos subterráneos debido al crecimiento de la demanda turística, la sobrepesca, la erosión del suelo, el crecimiento desproporcionado de las fronteras agrícolas, el aumento de invernaderos que ha requerido más de 700 mil  $m^3$  de arena, y el aumento del uso de suelo residencial e industrial que genera más de 8 millones de toneladas de basura al año, con su respectiva contaminación de las aguas de baño y agua dulce, así como la consecuente degradación natural del entorno por el acelerado crecimiento poblacional generado por el turismo de masas en verano. (Rodríguez, 1994)

En las islas Galápagos se llevan a cabo varias estrategias de conservación debido a la intervención del hombre en este delicado ecosistema que puso en peligro la existencia de varias especies de flora y fauna, y muchas de ellas siguen estando en peligro de extinción. Fue necesario el involucramiento no solo del gobierno sino de entes internacionales para evitar

declaratorias y planes de manejo que permita la conservación de los ecosistemas que se ven afectados por actividades humanas como el turismo, agricultura y crecimiento demográfico por la gran demanda que genera el turismo. (Robles, 2022)

El manejo de desechos humanos, tanto de los poblados como de las naves marítimas que desechan sus residuos directamente al mar generan varios problemas ecológicos en la biodiversidad marítima y terrestre, poniendo en peligro las especies endémicas. Estas malas prácticas y las soluciones que se han adoptado para suplir y remediar la acción del hombre en los distintos ecosistemas es importante hablar de un turismo sostenible.

### ***Turismo sostenible***

La sostenibilidad siempre ha estado en nuestra convivencia desde hace cientos de años atrás, aunque esta no fue definida hace poco, su práctica ya lo hacían nuestros ancestros, quienes solo cosechaban lo que necesitaban, mataban sólo cuando era estrictamente necesario y vivían en armonía con la naturaleza aprovechando sus recursos sin llegar a saturar ni agotar. Práctica que fue cambiando a medida que el ser humano empezó a crear comunidades mucho más grandes y a su vez el llamado “progreso” se extendió y la población se multiplicó.

En este mundo globalizado, que empieza a requerir materia prima de los más alejados sitios del planeta para la industrialización y producción de las grandes potencias, la explotación de recursos no solo naturales, sino culturales ha dejado huella y no siempre buena llegando a agotar y extinguir estos recursos dejando una huella imborrable, razón por la cual se empieza a hablar de la sostenibilidad en el Primer Informe del Club de Roma, en el año 1971 que trata sobre la inviabilidad del crecimiento económico continuo y propone un equilibrio entre la economía y la conservación medioambiental. Y en el año de 1974 se reúne una comisión de las Naciones Unidas en México, y se realiza un acercamiento al término de sostenibilidad que fue

plasmada en el informe Coyocot, y que fue asumida en la publicación Estrategia Mundial de la Conservación de la Unión Internacional de la Conservación de la Naturaleza en el año de 1980. (Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza y de los Recursos Naturales (UICN), 1980)

Tras varios años de reuniones y comisiones creadas por expertos bajo el mando de la ONU, se dedican a recopilar información con diversos programas y proyectos en los cinco continentes con el fin redactar el documento Nuestro Futuro Común conocido como el Reporte Brundtland, publicado en el año de 1987, en el mismo se define al desarrollo sostenible como: “es el desarrollo que satisface la necesidad del presente, sin comprometer la capacidad para que las futuras generaciones puedan satisfacer sus propias necesidades” (Acerenza, 2006, p. 47).

Para llegar a una sustentabilidad se deben incluir tres aspectos: el social, económico y naturaleza. En Vancouver, Canadá se lleva a cabo la conferencia que da inicio para que un año más tarde en el Congreso de la International Association of Scientific Experts in Tourism Aiest de 1991 se defina turismo sostenible: “es aquel que mantiene un equilibrio entre los intereses sociales, económicos y ecológicos, integrando las actividades económicas y recreativas con el objeto de buscar la conservación de los valores naturales y culturales” (Cardoso, 2006, p. 8).

Al ser el turismo una de las principales fuentes de desarrollo e ingresos económicos en muchas regiones del mundo, y con tendencia a crecer es primordial mantener y conservar los atractivos que son la razón de la visita de los turistas, para esto es necesario mantener políticas que ayuden a su conservación y que los impactos que se generan sean positivos y en menor medida o muy escasos los impactos negativos. La intervención del hombre genera impactos relevantes que es necesario mitigar:

En el aspecto ambiental como por ejemplo en la naturaleza se debe generar el menor impacto posible en la biodiversidad, la no intervención de lugares sensibles a cambios y la conservación de los recursos naturales, son uno de los pasos que tiene el turismo sostenible, de manera que se asegure el disfrute de este recurso para las generaciones futuras.

El aspecto social debe asegurar el intercambio cultural sea enriquecido entre la población local y los visitantes y no se ponga en peligro la preservación de las tradiciones locales, será necesario la revitalización y preservación de la cultura local.

Y finalmente el aspecto económico de la actividad turística deber ser rentable y genere beneficios para la población local como es el aumento de infraestructura y servicios añadidos, así como mantener buenas prácticas empresariales para crear un equilibrio de bienestar entre el empresario, el empleado y el cliente de manera que sea sostenible en el tiempo. (Barrera & Bahamondes, 2012, pp 50-56)

La OMT menciona en el párrafo 130 del documento final de la Conferencia Río 20:

“El futuro que queremos”, se define el turismo sostenible como una contribución importante “a las tres dimensiones del desarrollo sostenible” gracias a sus vínculos estrechos con otros sectores y su capacidad de crear empleo decente y generar oportunidades comerciales. Por lo tanto, los Estados Miembros reconocen “la necesidad de apoyar las actividades de turismo sostenible y la creación de capacidad conexas que permitan crear conciencia ambiental, conservar y proteger el medio ambiente, respetar la fauna y la flora silvestres, la diversidad biológica, los ecosistemas y la diversidad cultural, y aumentar el bienestar y mejorar los medios de vida de las comunidades locales apoyando las economías locales y el medio humano y natural en su conjunto”. En el párrafo 130, los Estados Miembros piden que se preste “más apoyo a las actividades de

turismo sostenible y de creación de capacidad en esa esfera en los países en desarrollo a fin de contribuir al logro del desarrollo sostenible”. (Naciones Unidas, 2022)

### ***Turismo basado en naturaleza***

La naturaleza toma un papel relevante en el turismo, siendo una parte fundamental y en muchos casos el principal atractivo para el turista que tiene predilección por la naturaleza, sobre todo aquella que ha permanecido intacta a lo largo del tiempo. El compromiso de los gobiernos por declarar zonas protegidas con el afán de mantener intacta la flora y fauna del lugar para el uso y disfrute de quien lo visita. Es así que Estados Unidos fue el primer país del mundo en crear el Parque Nacional de Yellowstone en el año de 1872. A partir de esta declaración muchos países se fueron sumando a esta tendencia de declarar zonas en parques nacionales con el afán de preservar estas tierras y evitar que las personas se adueñen de estas tierras. En 1887 se crea el Parque Nacional de Tongariro en Nueva Zelanda, y en 1934 Argentina crea el Parque Nacional del Iguazú, dando protagonismo a los gobiernos permitiendo apropiarse de estos sitios con el propósito de conservación y mantener una presencia y control como estado. (Ferrero, 2015)

En el año de 1832 las islas Galápagos fueron incorporadas como parte del territorio ecuatoriano por parte del presidente Juan José Flores quién fue el primer presidente de la república recién creada, para posteriormente en el año de 1959 se declara la primera área protegida del país con el nombre de Parque Nacional Galápagos. En el año de 1973 el archipiélago pasa a ser la 20ava provincia del Ecuador y un año más tarde en el Plan de Plan de Manejo Terrestre recomiendan la creación de una franja de 2 millas náuticas como zona de protección, Ecuador formó parte de varios tratados internacionales para la conservación y protección de la flora y fauna silvestres de las islas. En 1978 La UNESCO declara a las islas

como “Patrimonio Natural de la Humanidad” y pasado unos años son declaradas como “Reserva de la Biosfera” por la misma entidad en el año de 1985.

Cabe recalcar que el Ecuador forma parte de varios tratados que buscan la protección de las islas y del mar al ser una región rica en fauna marítima y poseer varias especies que se encuentran en peligro de extinción es necesario que se adopten más normativas que permitan salvaguardar estos espacios y se involucren a las naciones vecinas para crear zonas más amplias de protección como el acuerdo para crear la “Reserva Marina Hermandad” que busca fortalecer el “Corredor Marino del Pacífico Este Tropical” que forman parte Ecuador, Colombia, Panamá y Costa Rica. (Vásquez, 2024, pp 69-76)

Como parte de la conservación de las islas Galápagos y de lo frágil de su entorno es necesario plantear nuevas formas de turismo que tengan un impacto reducido o mínimo en el entorno, con tendencias enfocadas a la sostenibilidad y sustentabilidad sin dejar de lado la comodidad, como por ejemplo el glamping que será un tema necesario para tratar a continuación.

### ***Glamping***

El concepto de glamping no es nuevo, desde siglos atrás cuando los reyes y emperadores emprendían sus viajes para conquistar nuevos territorios o simplemente se desplazaban por su reino en visitas para afianzar sus dominios, estos viajaban con todo su corte y por lo general con todos sus lujos, es así como usaban a los animales además de sus súbditos para cargar todo lo necesario para que el soberano se sienta como en casa. Había varios trabajadores destinados para la labor de armar y equipar la tienda del rey y de su corte, esta estaba adornada con trofeos de guerra, telas delicadas como la seda y otras tantas con bordados, suelos cubiertos de alfombras y todos los muebles necesarios que hagan sentir al sultán de lo más cómodo posible, al igual que las tiendas de los reyes y emperadores estas tiendas se desmontaban para continuar con el viaje y

se armaban en el transcurso de la tarde para que pueda descansar el sultán. Esta tendencia continua a lo largo de siglos, tenemos a los Otomanos en el 20 a.C., China en el siglo XI con la emperatriz Song de la cual existen pinturas que demuestran la utilización de carpas lujosas, en Asia Central aparecieron en el siglo XII y XIII con los llamados palacios móviles que no eran más que carpas decoradas con todos los lujos y comodidades, dependía mucho su diseño, tamaño y adornos del capital de cada dueño.

Si nos acercamos al siglo XIX y XX, el glamping aparece con los primeros safaris en África, donde los exploradores estadounidenses y europeos impulsan el turismo, para visitar la sabana africana y observar la flora y fauna del lugar, dando como resultado después el turismo para cazar animales exóticos para los visitantes, como los leones, tigres, elefantes, etc. Estos turistas no quieren privarse de sus lujos y ostentidades con las que acostumbran a vivir, y empiezan a llevar sus tiendas de campaña llenas de adornos, muebles, camas, y todo lo necesario para que su dueño se sienta cómodo. (Urtúa, 2023)

En el siglo XXI el glamping toma un nuevo concepto que es el alojamiento de turistas en las zonas más recónditas y/o rurales con la alternativa de ser sostenibles, glamping combina el concepto de acampar al aire libre, pero sin descuidar los lujos y la comodidad, de ahí que glamping sea “Campamento glamuroso”. El glamping no es solo la tienda de campaña o carpa como la conocemos, sino que abarca varios tipos de infraestructuras un poco más estables dejando a un lado el concepto de desmontar y moverse, sino que éstas están fijas y a su alrededor están todos los servicios necesarios para que la estancia sea de lo más placentera, por ejemplo tenemos los cuartos de baño con tinas de baño, hidromasajes, agua caliente, cocinas equipadas y en muchos casos restaurantes, transporte (vehículos o animales como caballos), y actividades de

los más diversas, depende mucho del lugar y el tipo de servicio que ofrece el alojamiento de glamping.

Podemos hacer un breve repaso de las distintas modalidades de alojamientos de glamping:

### **Yurtas**

La yurta es una vivienda utilizada por distintos pueblos nómadas de Asia Central. En la Edad Media, la vida nómada de los turcos obligó a que tuvieran una vivienda para sus constantes desplazamientos. Esta tienda de campaña estaba protegida por una gruesa cubierta, era fácil de transportar y óptima para soportar los intensos cambios climáticos de Mongolia y Siberia.

La Yurta mongola es un alojamiento original y romántico, ideal para parejas que buscan una experiencia especial, así como familias. Las hay de varios tamaños, pero en su interior suelen caber cómodamente una cama de matrimonio y dos camas individuales. Su aislamiento de capas de lana sintética permite disfrutar de un ambiente acogedor en cualquier estación del año. (Descalza, 2022)

### **Tipis**

El concepto de tienda tipi (o teepee en inglés) se refiere a las tiendas que fabricaban los indios indígenas mediante un cruce de palos o mástiles y pieles de animales envueltas a su alrededor.

Las tiendas tipi se utilizan mucho hoy en día para Glamping, y se confunden a menudo con las tiendas Bell (tipo campana). La principal diferencia es que el techo de las tiendas tipi baja directamente hasta el suelo, mientras que las tiendas bell tienen una pequeña pared vertical que le da esa forma de campana (de ahí su nombre). (Descalza, 2022)

### **Carpas o tiendas**

Están son las que dan el nombre al glamping, son tiendas sumamente grandes a diferencia de una carpa convencional, alta que permite al usuario estar de pie todo el rato. Su tamaño permite amoblar con los más variados diseños y simular las comodidades de un hotel cinco estrellas, este modelo fue usado por los reyes y emperadores en sus viajes. Estas tiendas son de materiales de algodón ignífugos e impermeables, por lo general su forma es rectangular y de diferente tamaño, dependiendo de las necesidades de usuario, por ejemplo, las carpa 4x6 metros que permite simular a una habitación de un hotel. (Solis, s.f.)

### **Domos**

Son estructuras geodésicas de forma semi-esférica, su material puede ser diverso desde madera, vidrio, cemento, etc., su tamaño difiere de las necesidades de quien lo construye y que elementos desea incorporar, una ventaja de esta estructura es que se puede manejar grandes vitrales que permitan observar el paisaje sin la necesidad de salir sobre todo cuando el tiempo no acompaña (viento, lluvia, frío). (Solis, s.f.)

### **Cabañas**

Una cabaña es una estructura rústica, generalmente construida con materiales naturales como madera, piedra o troncos. Las cabañas suelen evocar una sensación de aislamiento y contacto directo con la naturaleza. A menudo se encuentran en entornos naturales como montañas, bosques o zonas rurales. (Chekin, 2023)

### **Otros**

Aquí podemos incluir a las distintas variaciones de alojamiento que empiezan a surgir como una opción de innovación, la creatividad y las necesidades y recursos de cada sitio permite que estas estructuras formen parte del llamado glamping, por ejemplo, los contenedores

modificados permiten crear ambientes sumamente confortables y con maravillosas vistas del exterior. Las cuevas, de acuerdo con la estructura y composición del suelo permiten realizar excavaciones dentro de la tierra para equipar a una cueva con las comodidades y recursos de un hotel de lujo. Pods y Aframes son estructuras de madera, pero con formas de semicírculo o en forma de A respectivamente. Las autocaravanas, buses y camiones adaptados para el alojamiento, al incorporar los lujos y comodidades de un hotel entran en esta categorización de glamping, a pesar de que fueron creadas con el fin de movilizarse a través de las carreteras, la gran mayoría están fijas y carecen de movilidad.

Un salto del alojamiento convencional (hoteles, hostales, etc.) al glamping tiene mucho que ver con la tecnología y el papel que juegan en nuestras vidas, la globalización y la llegada de las plataformas de hospedaje permitieron abrir este nuevo mercado en el Ecuador, ahora mismo el glamping depende mucho de estas plataformas por lo que es necesario una discusión sobre ellas.

### ***Plataformas de hospedaje***

Los avances tecnológicos y el mejor acceso a la información han impulsado la expansión acelerada de la economía colaborativa, gracias a la creación de redes de colaboración internacionales como forma de organización entre individuos, empresas y entidades sociales. En estas redes se comparten no solo bienes y servicios, sino también información y conocimientos, lo que fomenta una mayor eficiencia colectiva, creatividad social y una participación democrática más activa. Además, se reducen los costos de transacción y la necesidad de intermediarios. Por ello, este modelo económico se integra dentro de las innovaciones socio-digitales apoyadas en la tecnología, ya que son las plataformas en línea las que facilitan la participación de los usuarios en estructuras económicas bajo demanda (peer-to-peer o p2p) a una

escala sin precedentes. Estas plataformas, que han crecido al ritmo del desarrollo de la economía colaborativa, han encontrado su lugar en diversos sectores económicos y sociales, destacándose especialmente en el alojamiento colaborativo y el transporte compartido, como los taxis y vehículos. En este contexto, se ha sugerido utilizar la expresión "prestación de servicios a través de plataformas virtuales" como una alternativa más precisa y neutral para describir este modelo de negocio emergente. (Encarnación, 2016, pp 30-55)

La introducción de este canal de intermediación a escala global, junto con las facilidades brindadas por las plataformas digitales, impulsó significativamente el arriendo de propiedades completas y de espacios infrautilizados. Estos, que anteriormente se limitaban a un mercado de alcance local y menor escala, enfrentaban elevados costos de transacción tanto para los oferentes como para los demandantes. Este cambio generó un incremento notable en la cantidad y diversidad de alojamientos disponibles. Además, las plataformas implementaron sistemas de valoración que permitieron a los usuarios evaluar su experiencia, lo que ayudó a reducir la asimetría de información y la incertidumbre sobre la calidad del servicio. Estas herramientas de calificación, basadas en puntuaciones de hasta cinco estrellas, emulan sistemas tradicionales, pero con la particularidad de que son los propios huéspedes quienes las definen según su experiencia directa.

La aparición de las plataformas de alojamiento ha transformado profundamente el mercado del arriendo de inmuebles, optimizando cada etapa del proceso: desde la búsqueda y selección hasta la reserva y el pago. Estas plataformas no poseen propiedades propias, sino que funcionan como intermediarias, ofreciendo a los anfitriones un espacio para anunciarse, junto con servicios de apoyo como la gestión de transacciones, sistemas de evaluación y seguros contra daños. Además, facilitan el acceso a información tanto sobre las propiedades

(proporcionada por los arrendadores, los comentarios de usuarios y, en ocasiones, la validación de la plataforma) como sobre los huéspedes (basada en las opiniones de anfitriones previos).

Por otro lado, los alojamientos turísticos comerciales también aprovechan ampliamente el internet mediante sistemas de reservas electrónicas, ya sean propios o gestionados por terceros, que permiten realizar todo el proceso en línea. Aquellos negocios que carecen de software propio recurren a estas plataformas digitales, aceptando las reglas que imponen, incluyendo regulaciones sobre precios, tarifas y otras restricciones operativas. es así como a través de estas plataformas será posible estudiar los patrones de ocupación. (Comisión Nacional de Evaluación y Productividad, 2018)

### ***Patrones de ocupación***

Un patrón de ocupación en alojamientos turísticos describe las tendencias y comportamientos repetitivos en la forma en que los viajeros utilizan los servicios de hospedaje, influenciados por factores como la temporalidad, el tipo de cliente y las características del destino. La temporalidad incluye la estacionalidad, la duración promedio de las estadías y los picos de demanda, como los fines de semana o temporadas altas. (Gómez, 1998)

El tipo de cliente puede variar entre turistas de ocio, viajeros de negocios y grupos especiales, lo que afecta las necesidades y preferencias de alojamiento. (Instituto de Turismo de España, 2021)

Adicionalmente la transformación digital ha modificado estos patrones al introducir plataformas como Airbnb, que descentralizan la oferta turística, permitiendo a destinos menos tradicionales captar demanda. (Salinas Fernández, 2018, pp 45-62)

### ***Tasa de Ocupación Hotelera (TOH)***

Según el boletín emitido por la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico (2021) define que: “es la relación entre el número mensual de habitaciones ocupadas y el número total de habitaciones disponibles durante el mismo mes.”

$$TOH = \frac{\text{Habitaciones ocupadas}}{\text{habitaciones disponibles}}$$

### ***Urkuwayku***

Para conocer de donde surge el glamping es necesario remontarnos a los inicios de la finca. Myriam y Steve son sus actuales dueños, ellos se conocieron en Centro América mientras apoyaban a los movimientos campesinos en asuntos de agroecología como las Escuelas de Campo ECA´s. Decidieron volver al Ecuador en el año de 1998, debido a que Myriam es oriunda de Riobamba, después de un año compra la propiedad a la que bautizan con el nombre de Urkuwayku por la quebrada que limita con la propiedad.

#### **Figura 3**

*Finca Urkuwayku en el año 1999*



*Nota.* Imagen tomada el día de la compra de la finca y compartida por Stephen Sherwood.

Según Stephen Sherwood (2021) afirma que:

En 1999, compramos cinco hectáreas altamente degradadas en las faldas del sureste de Ilaló. Comenzamos con la cosecha masiva de agua de las lluvias, tanto como agua potable para la familia, como para el riego de nuestras plantas. Con agua, pudimos sembrar pastos para alimentar una población creciente de cuyes y con cuyes tuvimos una fuente de ingreso continuo y algo mucho más importante: una fuente continua de abono de alta calidad. Con obras de conservación de suelo y la incorporación de toneladas de enmiendas orgánicas cada mes por más de 15 años, junto con la reforestación con árboles que proveen sombra y que fijan nitrógeno, poco a poco logramos transformar un desierto a un oasis, que se pone más y más verde con el tiempo.

La finca orgánica produce más de 90 productos que abarcan los cultivos andinos como: choclo, quinua, papas, mashua, mellocos, jícamas, fréjol, habas, chochos pero también hortalizas europeas. Han diversificado los productos y ahora ofrecen cuyes, huevos, miel, yogurt, encurtidos, leña y muchos productos más de acuerdo con la época del año. Los principales clientes son considerados socios pues buscan productos de calidad y tienen la premisa del “buen comer” ellos “sueñan con el cuidado de la salud de su familia, sino que también aspiran a utilizar la necesidad diaria de comer como una oportunidad de generar otras utilidades, como economías locales y paisajes fértiles y sostenibles”. (Sherwood, 2021)

**Figura 4**

*Canasta de legumbres y hortalizas que se entregan semanalmente*



*Nota.* Imagen tomada de la página web sección: la granja <https://urkuwayku.com/la-granja/>

Ahora mismo la finca forma parte de varias redes de agricultura regenerativa y apoyan a los agricultores con varios proyectos enfocados en la conservación y regeneración de suelos en cangahua, recuperación de cultivos ancestrales andinos, y la agricultura familiar.

## CAPÍTULO II

### Metodología

#### Enfoque y tipo de investigación

La siguiente investigación es de carácter cuantitativo, según Hernández (2014) define que:

La investigación cuantitativa ofrece la posibilidad de generalizar los resultados más ampliamente, otorga control sobre los fenómenos, así como un punto de vista basado en conteos y magnitudes. También, brinda una gran posibilidad de repetición y se centra en puntos específicos de tales fenómenos, además de que facilita la comparación entre estudios similares. (p.15)

### **Alcance descriptivo**

El alcance es de tipo descriptivo, el mismo busca especificar las propiedades, características y perfiles de los huéspedes alojados en el glamping de manera que se pueda someter a un análisis. Como lo afirma Hernández (2014) “Con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis.” (p.92)

La temporalidad es Longitudinal, pues se utiliza un enfoque mixto, combinando la recolección de datos históricos de ocupación desde su apertura en 2017 hasta diciembre de 2023, obtenidos de la plataforma Airbnb, estos datos han sido proporcionados gracias a Stephen Sherwood quién nos ayudo a descargar los archivos que reposan en la plataforma de AIRBNB.

Mediante mensajes internos dentro de la plataforma se envió una encuesta digital para que contesten todos los 703 exhuéspedes. De esta encuesta digital se obtuvo 60 respuestas.

Los registros de ocupación obtenidos incluyen la duración de la estancia, fechas, precios, número de acompañantes. Para la encuesta digital se realizó un cuestionario con once preguntas.

Para el análisis de datos, primero se realizó la separación de los datos por meses y años; luego se realizó la separación de las tres distintas carpas que existen, y para este estudio se usaron las dos principales carpas (Cotopaxi y Pasochoa), la tercera (Sincholagua) se descartó debido a su muy poca actividad registrada (menos de diez reservaciones en los dos años).

El tratamiento de los datos obtenidos son analizados usando gráficos de frecuencias en barras y pasteles por años usando las variables de número de reservas por mes, número de personas alojadas por mes, reservas confirmadas y reservas canceladas, tipo de reserva: pareja, más de tres personas o una sola persona, cantidad de días reservados (una noche, dos noches, tres o más).

### CAPITULO III

#### Resultados y discusión

#### *Resultados de la tabulación de los datos de reserva en la aplicación AIRBNB en la carpa Cotopaxi en el año 2017*

**Figura 5**

*Número de días reservadas por mes en el glamping Urkuwayku.*



*Nota.* Datos tomados de la plataforma AIRBNB del glamping Urkuwayku 2017

**Figura 6**

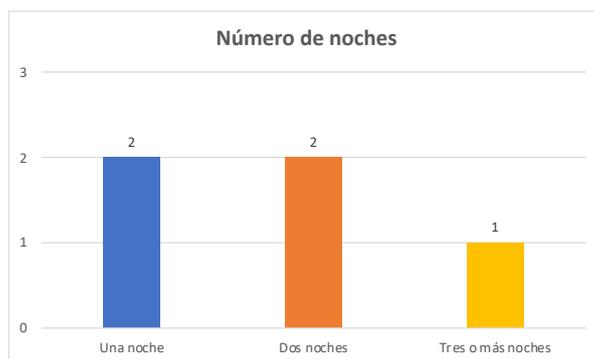
*Número de personas alojadas por mes en el glamping Urkuwayku.*



*Nota.* Datos tomados de la plataforma AIRBNB del glamping Urkuwayku 2017

**Figura 7**

*Duración del hospedaje de acuerdo con el número de noches reservadas en el Glamping Urkuwayku*



*Nota.* Datos tomados de la plataforma AIRBNB del glamping Urkuwayku 2017

### Figura 8

*Reservas vs cancelaciones en el glamping Urluwayku*



*Nota.* Datos tomados de la plataforma AIRBNB del glamping Urkuwayku 2017

### Figura 9

*Número de personas alojadas por reserva en el Glamping Urkuwayku*



*Nota.* Datos tomados de la plataforma AIRBNB del glamping Urkuwayku 2017

### *Interpretación de resultados*

Se puede evidenciar que el arranque del alquiler en el glamping no tuvo la acogida esperada, al ser el primer glamping del país se esperaba captar más la atención del huésped que

busca un hospedaje con un concepto distinto al tradicional. Un factor para tener en cuenta es el poco conocimiento de los huéspedes en el uso de plataformas de alojamiento en la web o apps, a diferencia de los países más desarrollados en estos conceptos y usos de estas aplicaciones, esto se puede ver en las reservas que fueron hechas solo por personas extranjeras no residentes en el Ecuador.

***Resultados de la tabulación de los datos de reserva en la aplicación AIRBNB en la carpa Cotopaxi en el año 2018***

**Figura 10**

*Número de días reservados por mes en el glamping Urkuwayku.*



*Nota.* Datos tomados de la plataforma AIRBNB del glamping Urkuwayku 2018

**Figura 11**

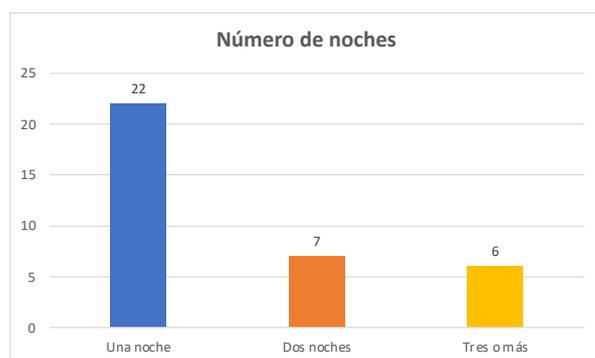
*Número de personas alojadas por mes en el glamping Urkuwayku.*



Nota. Datos tomados de la plataforma AIRBNB del glamping Urkuwayku 2018

**Figura 12**

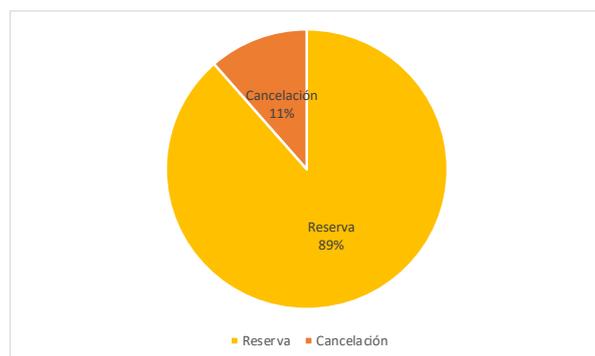
*Duración del hospedaje de acuerdo con el número de noches reservadas en el Glamping Urkuwayku*



Nota. Datos tomados de la plataforma AIRBNB del glamping Urkuwayku 2018

**Figura 13**

*Reservas vs cancelaciones en el glamping Urkuwayku*



Nota. Datos tomados de la plataforma AIRBNB del glamping Urkuwayku 2018

**Figura 14**

*Número de personas alojadas por reserva en el Glamping Urkuwayku*



*Nota.* Datos tomados de la plataforma AIRBNB del glamping Urkuwayku 2018

### ***Interpretación de resultados***

En el año 2018 se puede comprobar que sube el número de reservas con 46 al año y 60 huéspedes alojados durante el año, el mes de julio tiene el más alto número de reservas y de personas alojadas, siguiendo con esta tendencia tenemos a noviembre, pero cabe recalcar que no son necesariamente estos meses con números de ocupantes pues abril, octubre y diciembre casi igualan a número de huéspedes de julio, la diferencia es de un huésped. Tanto en 2017 y 2018 se evidencia que el sitio es elegido más por parejas que desean disfrutar de este alojamiento.

**Resultados de la tabulación de los datos de reserva en la aplicación AIRBNB en la carpa  
Cotopaxi en el año 2019**

**Figura 15**

*Número de días reservados por mes en el glamping Urkuwayku.*



*Nota.* Datos tomados de la plataforma AIRBNB del glamping Urkuwayku 2019

**Figura 16**

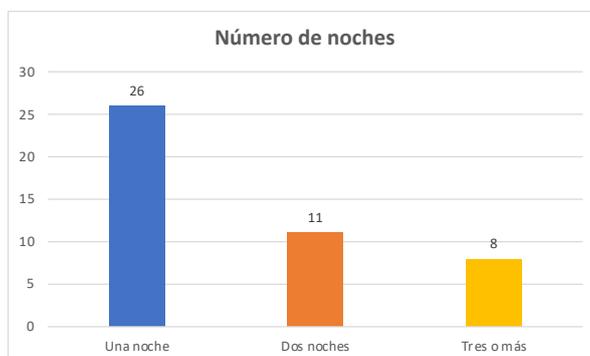
*Número de personas alojadas por mes en el glamping Urkuwayku.*



*Nota.* Datos tomados de la plataforma AIRBNB del glamping Urkuwayku 2019

**Figura 17**

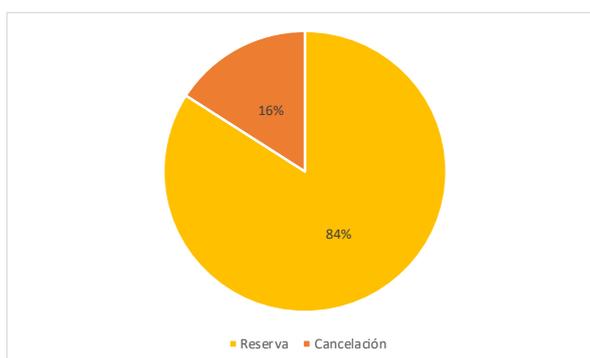
*Duración del hospedaje de acuerdo con el número de noches reservadas en el Glamping Urkuwayku*



*Nota.* Datos tomados de la plataforma AIRBNB del glamping Urkuwayku 2019

**Figura 18**

*Reservas vs cancelaciones en el glamping Uruwayku*



*Nota.* Datos tomados de la plataforma AIRBNB del glamping Urkuwayku 2019

**Figura 19**

*Número de personas alojadas por reserva en el Glamping Urkuwayku*



*Nota.* Datos tomados de la plataforma AIRBNB del glamping Urkuwayku 2019

### ***Interpretación de resultados***

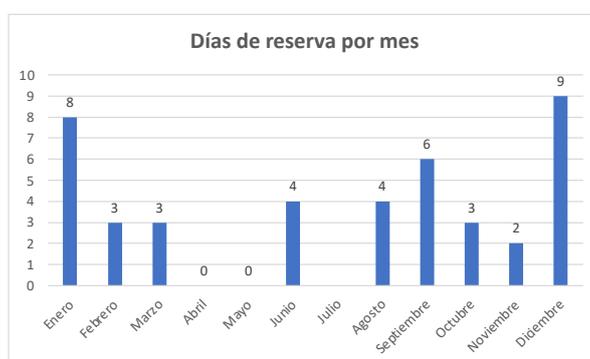
El año 2019 cierra con 65 días de reservas, recibiendo 67 huéspedes manteniendo la tendencia al alta, este año suma 7 huéspedes más a diferencia del año pasado. Sigue la tendencia de reservas para parejas y las cancelaciones disminuyen a diferencia de los años anteriores.

En este año se evidencia un descenso en el mes de septiembre y octubre, se puede especular que fue producto de la inestabilidad política en el país y el paro nacional convocado por los sectores sociales en contra del gobierno por las políticas arancelarias y el consecuente aumento de precio en los combustibles (gasolina y diesel).

### ***Resultados de la tabulación de los datos de reserva en la aplicación AIRBNB en la carpa Cotopaxi en el año 2020***

#### **Figura 20**

*Número de días reservados por mes en el glamping Urkuwayku.*



*Nota.* Datos tomados de la plataforma AIRBNB del glamping Urkuwayku 2020

**Figura 21**

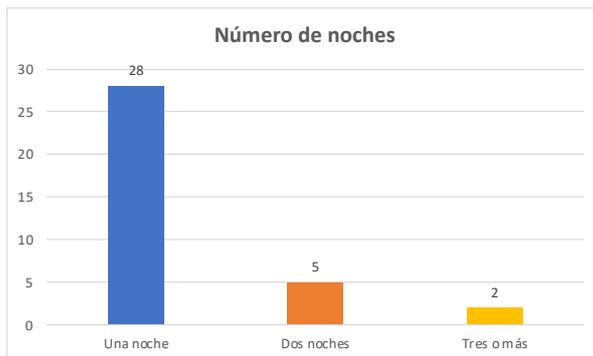
*Número de personas alojadas por mes en el glamping Urkuwayku.*



*Nota.* Datos tomados de la plataforma AIRBNB del glamping Urkuwayku 2020

**Figura 22**

*Duración del hospedaje de acuerdo con el número de noches reservadas en el Glamping Urkuwayku*



*Nota.* Datos tomados de la plataforma AIRBNB del glamping Urkuwayku 2020

**Figura 23***Reservas vs cancelaciones en el glamping Urluwayku*

*Nota.* Datos tomados de la plataforma AIRBNB del glamping Urluwayku 2020

**Figura 24***Número de personas alojadas por reserva en el Glamping Urluwayku*

*Nota.* Datos tomados de la plataforma AIRBNB del glamping Urluwayku 2020

### ***Interpretación de resultados***

El año 2020 tuvo muchos imprevistos y las reservas no fueron como se esperaba debido a la llegada del COVID-19 al Ecuador, y las restricciones de movilidad no permitieron alojar huéspedes, como se puede evidenciar en los meses de abril, mayo y julio que no hubo reservas. Este año solo se reservaron 42 días y 65 personas se hospedaron en el glamping este último casi iguala al número de huéspedes del 2019 que fueron 67 personas. Sigue la tendencia de reservas para parejas y casi sin ninguna cancelación. La gran mayoría mantienen la tendencia de reservar solo para una noche.

**Resultados de la tabulación de los datos de reserva en la aplicación AIRBNB en la carpa**

**Cotopaxi en el año 2021**

**Figura 25**

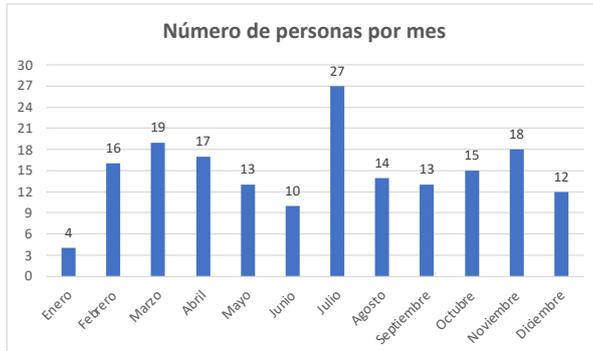
*Número de días reservados por mes en el glamping Urkuwayku.*



*Nota.* Datos tomados de la plataforma AIRBNB del glamping Urkuwayku 2021

**Figura 26**

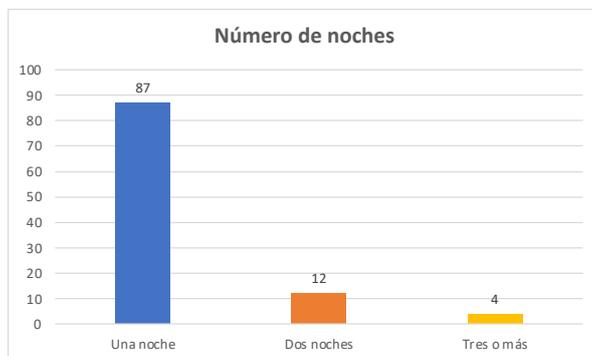
*Número de personas alojadas por mes en el glamping Urkuwayku.*



*Nota.* Datos tomados de la plataforma AIRBNB del glamping Urkuwayku 2021

**Figura 27**

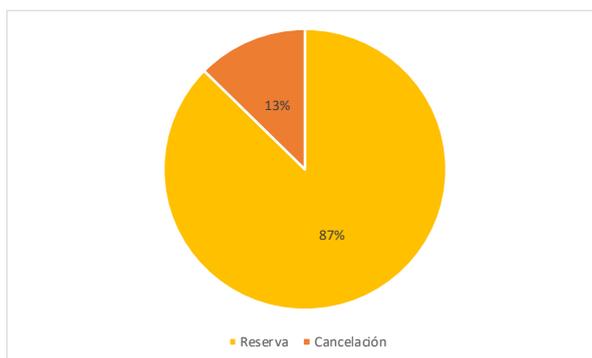
*Duración del hospedaje de acuerdo con el número de noches reservadas en el Glamping Urkuwayku*



*Nota.* Datos tomados de la plataforma AIRBNB del glamping Urkuwayku 2021

**Figura 28**

*Reservas vs cancelaciones en el glamping Urkuwayku*



*Nota.* Datos tomados de la plataforma AIRBNB del glamping Urkuwayku 2021

**Figura 29**

*Número de personas alojadas por reserva en el Glamping Urkuwayku*



*Nota.* Datos tomados de la plataforma AIRBNB del glamping Urkuwayku 2021

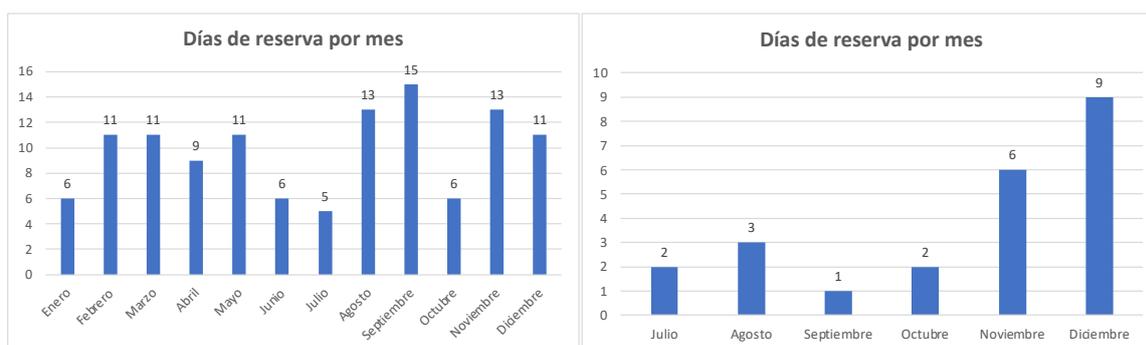
### ***Interpretación de resultados***

Después de las restricciones de movilidad a causa del COVID-19 se empiezan a recibir reservas aumentando a 106 días de reservas evidenciando un crecimiento notable con la llegada de 178 huéspedes que prefirieron hospedarse una noche y en parejas. El porcentaje de cancelaciones sigue siendo bajo.

### ***Resultados de la tabulación de los datos de reserva en la aplicación AIRBNB en la carpa Cotopaxi y Paschoa en el año 2022***

**Figura 30**

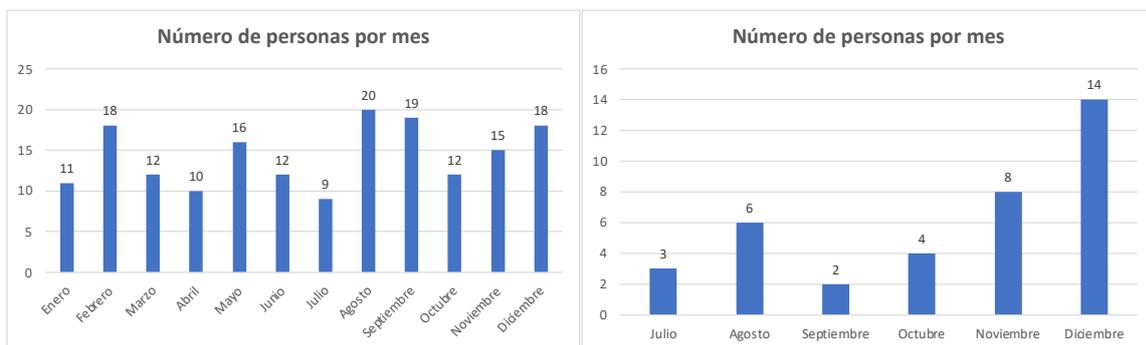
*Número de días reservados por mes en el glamping Urkuwayku.*



*Nota.* Datos tomados de la plataforma AIRBNB del glamping Urkuwayku 2022

**Figura 31**

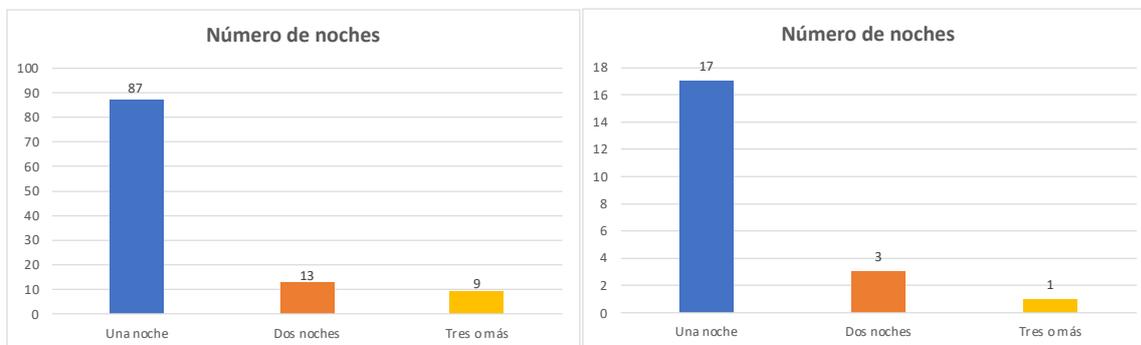
*Número de personas alojadas por mes en el glamping Urkuwayku.*



*Nota.* Datos tomados de la plataforma AIRBNB del glamping Urkuwayku 2022

**Figura 32**

*Duración del hospedaje de acuerdo con el número de noches reservadas en el Glamping Urkuwayku*



Nota. Datos tomados de la plataforma AIRBNB del glamping Urkuwayku 2022

**Figura 33**

*Reservas vs cancelaciones en el glamping Urkuwayku*



Nota. Datos tomados de la plataforma AIRBNB del glamping Urkuwayku 2022

**Figura 34**

*Número de personas alojadas por reserva en el Glamping Urkuwayku*



Nota. Datos tomados de la plataforma AIRBNB del glamping Urkuwayku 2022

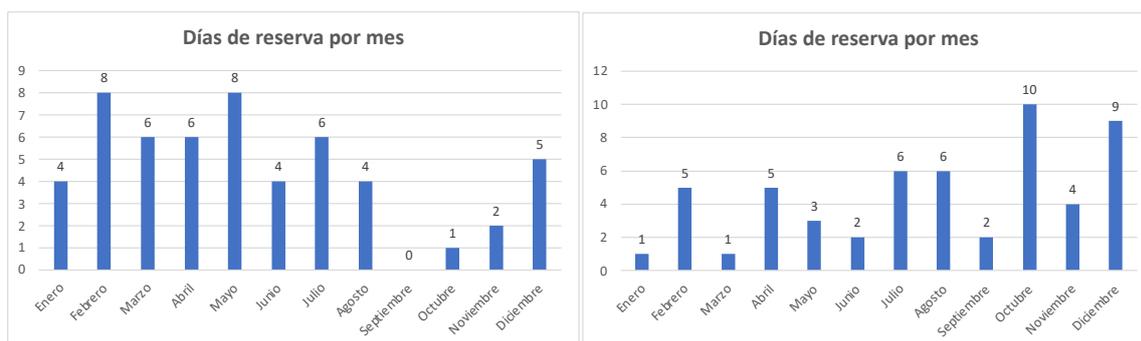
### ***Interpretación de resultados***

Para el año 2022 se dinamiza la economía del país, junto con esto se implementan dos nuevas carpas en el glamping (Pasochoa y Sincholagua), con estas dos nuevas carpas crecen las reservas con 140 días de reservas con un aumento de 36 días respecto al año 2021 y recibiendo a 209 huéspedes con un crecimiento de 31 huéspedes respecto al año anterior, mantiene la tendencia de ser un alojamiento ideal para parejas de una sola noche. Las cancelaciones siguen siendo muy bajas.

### ***Resultados de la tabulación de los datos de reserva en la aplicación AIRBNB en la carpa Cotopaxi y Pasochoa en el año 2023***

**Figura 35**

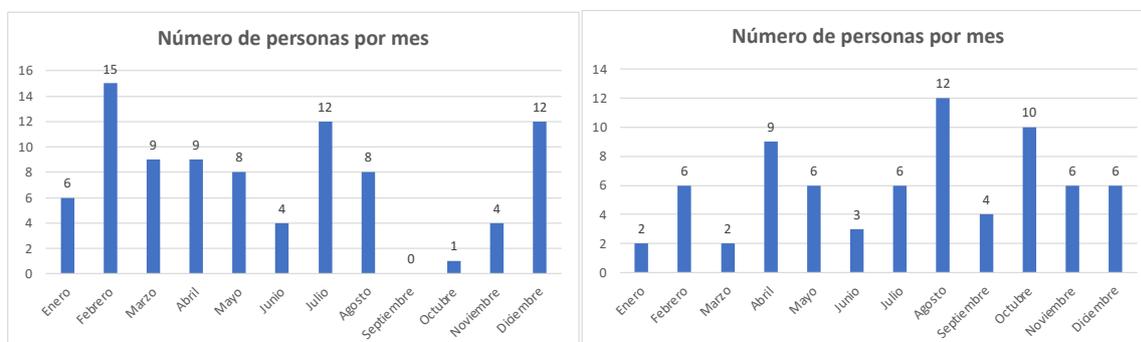
*Número de días reservados por mes en el glamping Urkuwayku.*



*Nota.* Datos tomados de la plataforma AIRBNB del glamping Urkuwayku 2023

**Figura 36**

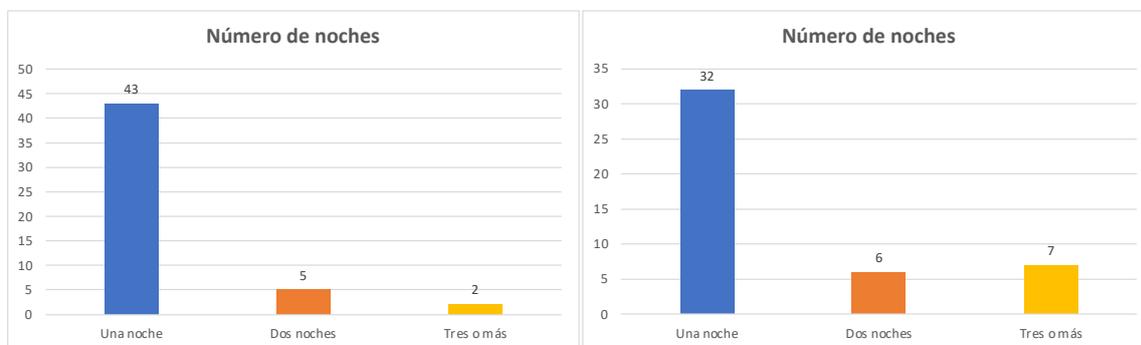
*Número de personas alojadas por mes en el glamping Urkuwayku.*



*Nota.* Datos tomados de la plataforma AIRBNB del glamping Urkuwayku 2023

**Figura 37**

*Duración del hospedaje de acuerdo con el número de noches reservadas en el Glamping Urkuwayku*



*Nota.* Datos tomados de la plataforma AIRBNB del glamping Urkuwayku 2023

**Figura 38**

*Reservas vs cancelaciones en el glamping Urkuwayku*



*Nota.* Datos tomados de la plataforma AIRBNB del glamping Urkuwayku 2023

**Figura 39**

*Número de personas alojadas por reserva en el Glamping Urkuwayku*



*Nota.* Datos tomados de la plataforma AIRBNB del glamping Urkuwayku 2023

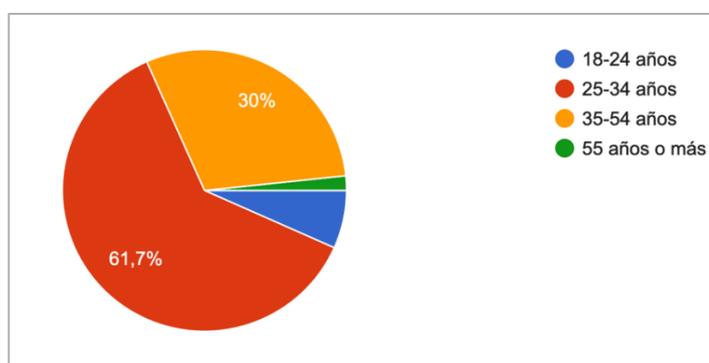
### ***Interpretación de resultados***

El 2023 tiene notables reducciones en las reservas, la economía cada vez más delicada y la delicada situación política del país sumado la inseguridad impacta en las reservas para este año con 108 reservas presentando una disminución de 32 días de reserva respecto al año anterior y tan solo 160 huéspedes visitando el glamping, 49 huéspedes menos que el año anterior.

### ***Resultados de la encuesta realizada a 60 antiguos huéspedes del Glamping***

**Figura 40**

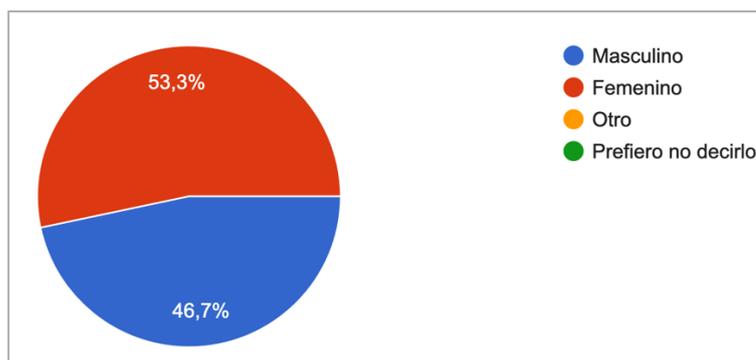
*Pregunta 1. ¿Qué edad tienes?*



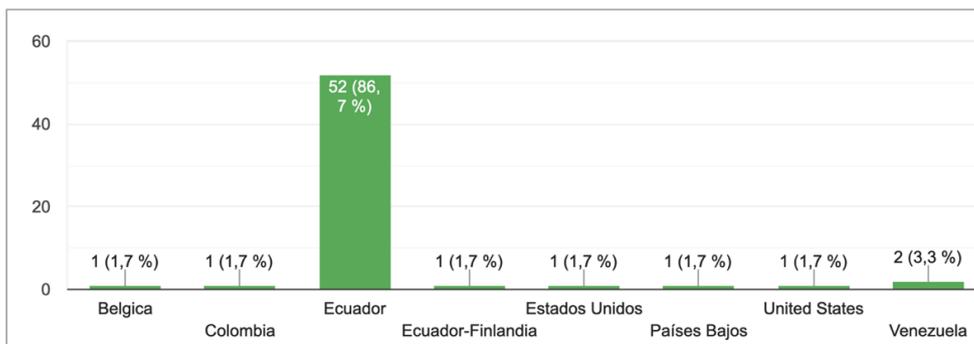
*Nota.* Datos tomados de la encuesta realizada a los antiguos huéspedes en diciembre 2024

**Figura 41**

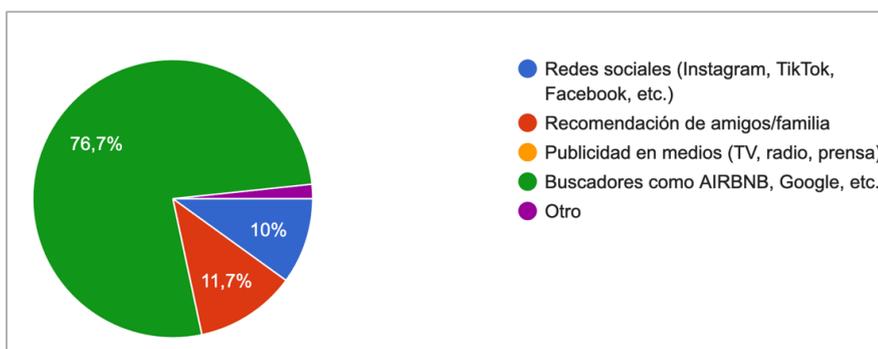
*Pregunta 2. ¿Cómo se identifica?*



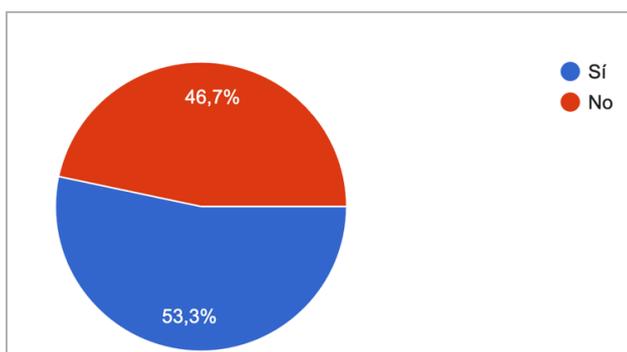
*Nota.* Datos tomados de la encuesta realizada a los antiguos huéspedes en diciembre 2024

**Figura 42***Pregunta 3. ¿De qué país eres?*

*Nota.* Datos tomados de la encuesta realizada a los antiguos huéspedes en diciembre 2024

**Figura 43***Pregunta 4. ¿Cómo conoció del glamping?*

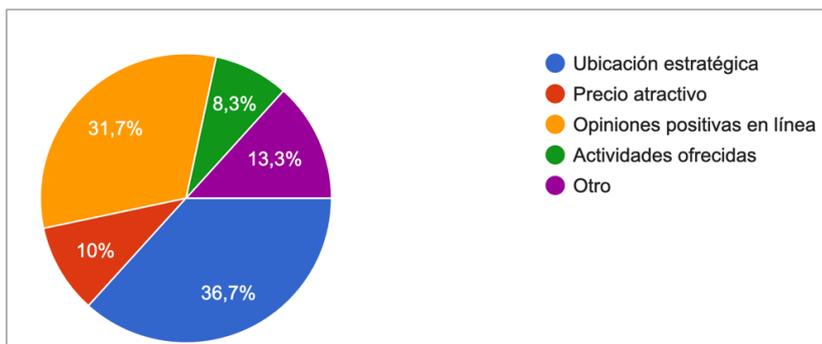
*Nota.* Datos tomados de la encuesta realizada a los antiguos huéspedes en diciembre 2024

**Figura 44***Pregunta 5. ¿Es la primera vez que se hospeda en un glamping?*

*Nota.* Datos tomados de la encuesta realizada a los antiguos huéspedes en diciembre 2024

**Figura 45**

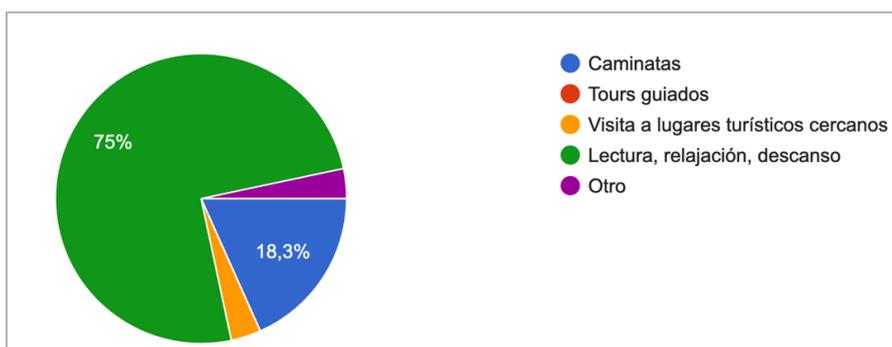
*Pregunta 6. ¿Cuál fue el motivo por el que eligió el Glamping Urkuwayku?*



*Nota.* Datos tomados de la encuesta realizada a los antiguos huéspedes en diciembre 2024

**Figura 46**

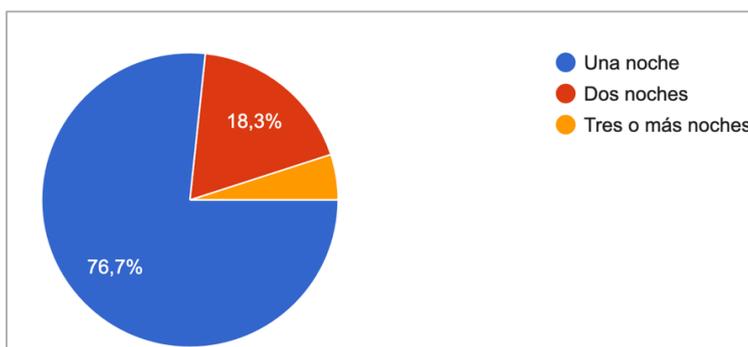
*Pregunta 7. ¿Qué actividades realizó durante su estadía?*



*Nota.* Datos tomados de la encuesta realizada a los antiguos huéspedes en diciembre 2024

**Figura 47**

*Pregunta 8. ¿Cuántas noches se quedó en el Glamping?*



*Nota.* Datos tomados de la encuesta realizada a los antiguos huéspedes en diciembre 2024

**Tabla 1**

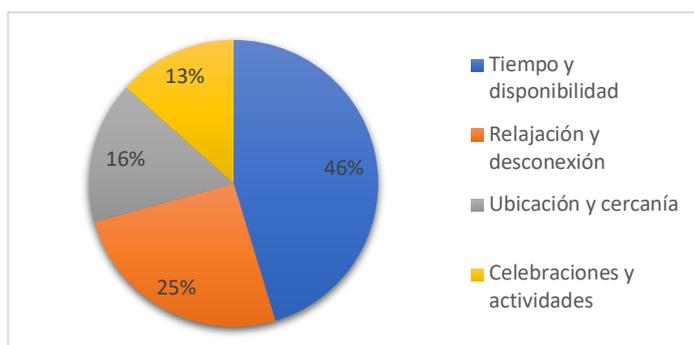
*Pregunta 9. ¿Por qué decidió quedarse esa cantidad de noches?*

Categoría	Frecuencia	Descripción/Interpretación
<b>Tiempo y disponibilidad</b>	34	La mayoría menciona limitaciones de tiempo como motivo principal, destacando la popularidad de escapadas cortas, generalmente de fin de semana.
<b>Relajación y desconexión</b>	19	Los visitantes buscan principalmente descansar, relajarse y desconectarse del estrés diario y del ruido de la ciudad.
<b>Ubicación y cercanía</b>	12	La proximidad a Quito y la conexión con la naturaleza son factores clave en la decisión de hospedarse en este lugar.
<b>Celebraciones y actividades</b>	10	Los motivos incluyen celebraciones especiales (cumpleaños, aniversarios) o actividades cercanas relacionadas al viaje.

*Nota.* Datos tomados de la encuesta realizada a los antiguos huéspedes en diciembre 2024

**Figura 48**

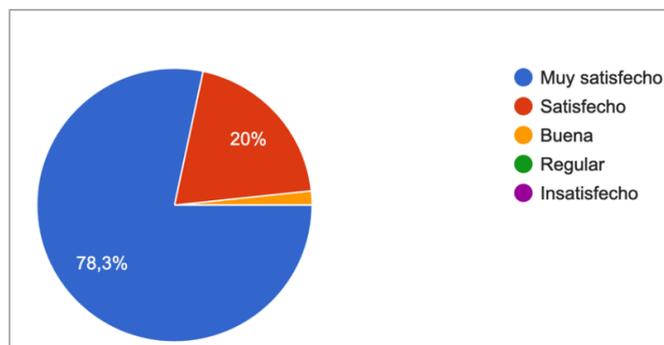
*Pregunta 9. ¿Por qué decidió quedarse esa cantidad de noches?*



*Nota.* Datos tomados de la encuesta realizada a los antiguos huéspedes en diciembre 2024

**Figura 49**

*Pregunta 10. ¿Califique su nivel de satisfacción con servicio ofrecido?*



*Nota.* Datos tomados de la encuesta realizada a los antiguos huéspedes en diciembre 2024

**Tabla 2**

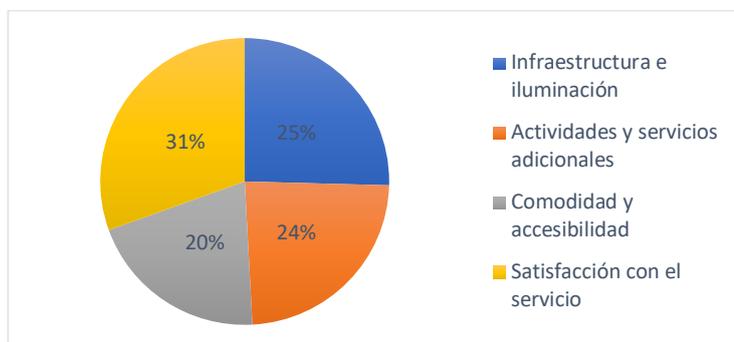
*Pregunta 11 ¿Qué sugerencia tiene para mejorar el servicio ofrecido?*

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Descripción/Interpretación</b>
<b>Infraestructura e iluminación</b>	15	Muchas sugerencias se enfocan en mejorar la iluminación en caminos y accesos, especialmente durante la noche.
<b>Actividades y servicios adicionales</b>	14	Se mencionan propuestas como incluir actividades nocturnas (fogatas, caminatas guiadas), turismo vivencial y servicios de restaurante.
<b>Comodidad y accesibilidad</b>	12	Mejoras en los baños (proximidad, calefacción) y senderos hacia las carpas son sugerencias frecuentes.
<b>Satisfacción con el servicio</b>	18	Una gran parte de los comentarios destaca satisfacción total con el servicio y las instalaciones ofrecidas.

*Nota.* Datos tomados de la encuesta realizada a los antiguos huéspedes en diciembre 2024

**Figura 50**

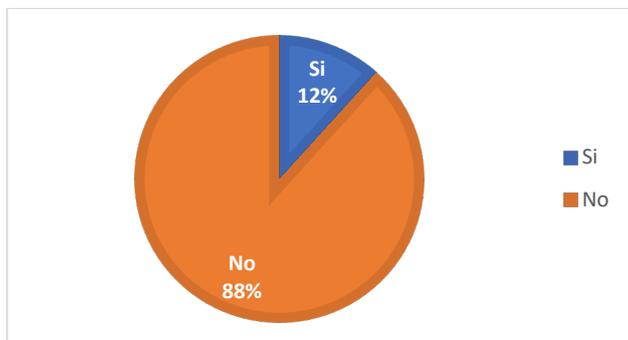
*Pregunta 11. ¿Qué sugerencia tiene para mejorar el servicio ofrecido?*



*Nota.* Datos tomados de la encuesta realizada a los antiguos huéspedes en diciembre 2024

**Figura 51**

*Pregunta 12. ¿Ha vuelto a reservar en el glamping?*



*Nota.* Datos tomados de la encuesta realizada a los antiguos huéspedes en diciembre 2024

### ***Interpretación de resultados***

La encuesta realizada a 60 huéspedes mediante un formulario web nos evidencia que el público favorito del glamping oscila entre los 25 a 54 años de edad, este rango corresponde a casi el total de reservas desde que entró en funcionamiento el alojamiento, siendo indistintamente quién realiza la reserva, apenas hay una diferencia de 3 puntos porcentuales entre ambos sexos. En la encuesta el 86,7% de las respuestas corresponde a huéspedes ecuatorianos que han localizado el anuncio a través de la página de AIRBNB siendo la primera vez que se alojan en un glamping el 53%. Una de las razones por la que eligieron este alojamiento se debe a la ubicación cercana con su lugar de residencia y debido a los buenos comentarios que tiene este alojamiento en la página web, mantiene su estatus de Super Host debido a sus buenas calificaciones realizadas por sus visitantes.

El espacio fue alquilado especialmente para el descanso, relajación y desconexión de la ciudad, su relativa cercanía a la ciudad y el poco tiempo del que disponen los huéspedes influye para que el 76.7% alquilen solo una noche, sobre todo los fines de semana.

La atención, infraestructura y servicios ofrecidos en el glamping han sido muy satisfactorios, calificación brindada por el 78.3% de los huéspedes, dejando prever que el

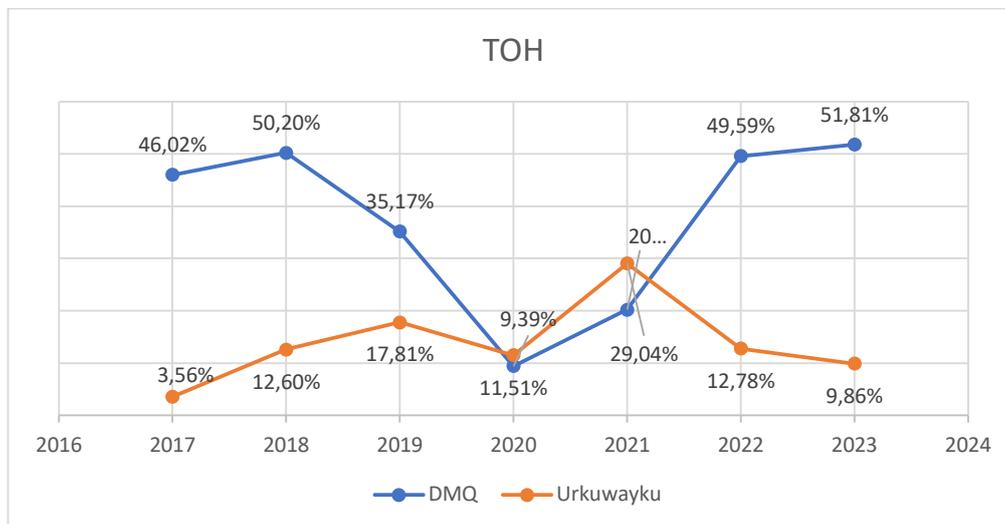
esapcio sigue manteniendo el estatus de una atención y servicios óptimos que les permita seguir manteniendo sus insignias en la plataforma de AIRBNB.

Las sugerencias de los huéspedes es la iluminación de los caminos entre las carpas y los baños, la implementación del turismo vivencial y el servicio de restaurante o preparación de comidas. Solicitan caminatas guiadas, a pesar de ya contar con este servicio el hospedaje, es casi nula la ocupación de este servicio. Añadir que estas sugerencias equivalen al 25% cada una y el 30% indican que tienen satisfacción total de los servicios ofrecidos durante su estancia. A pesar de las buenas referencias y experiencias vividas en el glamping el 88% no ha vuelto a reservar en un glamping.

## Discusión

### Figura 52

Gráfica comparativa de la tasa de Ocupación Hotelera del Distrito Metropolitano de Quito y glamping Urkuwayku.



Nota. Datos recolectados de los boletines mensuales estadísticos del portal web Quito Turismo sección Estadísticas. <https://www.quito-turismo.gob.ec/estadisticas/> y de los datos recopilados de la plataforma AIRBNB del glamping Urkuwayku.

En el gráfico arriba presentado podemos observar la tasa de ocupación en el Distrito Metropolitano de Quito y el glamping en los mismos años, esto nos ayuda a tener una visión sobre la evolución de las reservas del glamping frente a los establecimientos tradicionales de hospedaje de 5, 4 y 3 estrellas. Según la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, Quito Turismo usa el cálculo de la tasa de ocupación hotelera para evaluar el turismo en la ciudad de Quito, esto permite evidenciar el número de turistas que pernoctaron cada mes en la ciudad. Para el glamping que inicia su actividad en el año 2017, en este año ya va tomando fuerza la plataforma en el país, debido al turismo experiencial. Para el 2018 después toma madurez la plataforma y los ecuatorianos empiezan a confiar más en la plataforma. Un año después surge el debate de la regulación de las plataformas de hospedaje y el impacto que está generando al hospedaje tradicional y el crecimiento de número de alojamientos. Es así que se evidencia el crecimiento del 5% anuales en las reservas hasta el año 2019, este año fue particularmente inestable, la toma de decisiones del gobierno declinó la economía y estalló en el mes de octubre con un paro nacional debido a la eliminación de los subsidios al combustible, a pesar de estos inconvenientes el glamping llega al 17,81% de ocupación mientras que el hospedaje convencional en Quito cae un 15% aproximadamente. En el año 2020 el glamping empieza con varias reservas haciendo preveer un buen año y un crecimiento después de una desaceleración en la economía por el paro nacional, pero esto se ve opacado por la entrada del coronavirus COVID-19, que baja las reservas para los meses de febrero y marzo. El país y el mundo entero sufre una pandemia que obliga al gobierno a tomar la decisión de una cuarentena obligatoria y la completa paralización de actividades en mucho sectores de la economía ecuatoriana. Este año baja un 6,3% las reservas en el glamping mientras que la ciudad de Quito, cae un 25,78% y ubicándose la ocupación hotelera en tan solo el 9,39%. A partir de agosto

vuelven las reservas, con medidas restrictivas la población empieza a salir y ve al campo como una opción de turismo, buscando evitar las grandes aglomeraciones que la ciudad ofrece. La reactivación de reservas y la flexibilización de las políticas de alquiler permiten a las personas elegir lugares alejados de las ciudades y que sean más íntimos. Para el año 2021, la economía empieza a dinamizarse tras el COVID-19, las campañas para que se vacune toda la población empieza a recuperar la normalidad en la ciudadanía, a pesar que el turismo internacional no llega al país como se pretendía, surge con fuerza el turismo nacional como se evidencia en la ciudad de Quito que sube la ocupación hotelera a un 20%, las nuevas tendencias y la búsqueda de lugares aislados y con poca afluencia de turistas permite que la ocupación en el glamping suba hasta un 29% confirmando la recuperación y la elección del turismo rural. Para el año 2022 se nota una bajada en lo que la ocupación en el glamping y esto se debe a que se aumentan dos carpas por lo que el cálculo de la tasa de ocupación desciende al tener más “habitaciones” disponibles, pero si mantuvieramos el cálculo de una sola carpa la ocupación subiría a un 38,36% igualando la tendencia de la ocupación hotelera en la ciudad de Quito y su evidente recuperación que iguala la tasa del año 2018. Las reservas en el glamping son de las más altas en comparación a sus inicios si solo tomamos en cuenta la tasa de ocupación de una sola carpa, pero al disponer de tres carpas la tasa real es de 12,78%. Finalmente para el año 2023 la plataforma de AIRBNB toma fuerza y su presencia es cada vez más significativa en el mercado turístico y ahora son considerados una verdadera competencia de la hotelería convencional quienes presionan al gobierno para se regularice este tipo de alojamiento y gestionen los permisos necesarios para su funcionamiento. Galápagos son de los más severos en controlar este tipo de alojamiento seguido de Quito. La crisis política del país no afecta al turismo nacional que sigue creciendo la ocupación hotelera en Quito, pero si baja unos cuantos puntos en el glamping, para

ser precisos bajo de 12,78% a 9,86%. Siendo septiembre el mes más bajo respecto a reservas, si mantuvieramos el mismo cálculo de una carpa respecto la ocupación veríamos que este año iguala a la del año 2021 denotando una pérdida de casi 10 puntos porcentuales respecto al año anterior. Cabe recalcar que desde su apertura en el año 2017 hasta el 2023 la tendencia de alquiler de las carpas tiene un promedio de 73,88% de parejas que se alojaron evidenciando que es un lugar preferido por este segmento; logrando en cada reserva calificaciones 5 estrellas (puntuación máxima) posicionando a Stephen Sherwood como Super Host. Respecto a las cancelaciones tiene una media 12%, demostrando que las personas que elijen el glamping no se arrepienten de su decisión. Respecto a la duración de la estadía es de una noche con el 71,44%, el restante se reparte entre dos o más noches, es decir que los huéspedes que llegan a las instalaciones en su mayoría son parejas que se hospedan una noche.

Respecto a la encuesta realizada podemos ver que los resultados obtenidos concuerdan con las tendencias evidenciadas en el análisis de los datos recopilados de la plataforma. Para el análisis de los patrones de ocupación podemos empezar revisando la edad de los huéspedes, quienes comprenden de 25 a 34 años, lo que ubica a la generación Z (nacidos entre 1997 a 2012) y generación millennial (nacidos entre 1981 a 1996) esto afirma que el segundo segmento con más visitas a son los de 35 a 54 años, este rango concuerda con las características de las dos generaciones, y su tendencia a elegir los lugares naturales, sostenibles y su afán de buscar la información en internet de las características del lugar donde se van a alojar por medio del uso de redes sociales, y plataformas de hospedaje, esto concuerda con las respuestas dadas por los encuestados que encontraron al hospedaje en internet (AIRBNB y Google). El crecimiento del turismo interno a raíz del COVID-19 permitió conocer lugares nuevos para estas dos generaciones que buscan alternativas al turismo convencional y de masas,

pues la gran mayoría de encuestados son ecuatorianos, y de estos está repartido casi al 50% de aquellos que es su primera vez en un glamping de los que ya habían visitado hospedajes similares. Gracias a las plataformas de hospedaje los usuarios tienen de primera mano la información del sitio, fotos y todo lo referente a su estancia, reglas, etc., esto permite a los visitantes indagar antes de realizar la reserva, para los encuestados la cercanía con la capital es una buena razón para realizar escapadas a la naturaleza y desconectar de la ciudad, y otro gran porcentaje que elige hospedarse es gracias a las reseñas que mantiene el sitio, el cual brinda fiabilidad y confianza de lo que están reservando. Las carpas no tienen medios electrónicos como televisiones, altavoces ni acceso a electricidad siendo propicio para la desconexión, descanso y relajación de los huéspedes como se evidencia en las encuestas, pueden disfrutar de la naturaleza y las vistas que esta les brinda desde las carpas o en los senderos que son usados para caminatas dentro y fuera de la propiedad, debido a la economía que atraviesa el país y un mundo cada vez más competitivo queda menos tiempo para el ocio y disfrute, esto hace que los fines de semana sean usados para estas actividades, en muchos casos los huéspedes disponen de poco tiempo y solo reservan una noche, que a consideración de ellos según las encuestas es suficiente para relajarse y recobrar energía. Finalmente los huéspedes encuestados coinciden con las calificaciones dejadas en la plataforma de hospedaje, manteniendo muy alta satisfacción del servicio ofrecido durante su estancia.

## CAPITULO III

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### Conclusiones

La presente investigación tiene el objetivo de analizar los patrones de ocupación en el glamping Urkuwayku por medio de la recopilación de los datos en la plataforma de AIRBNB desde su apertura en el año 2017 hasta el año 2023, y una encuesta enviada a todos los antiguos huéspedes que realizaron la reserva sumando un total de 703 personas, de las mismas se obtuvo 60 respuestas, por tanto se pudo construir una base de datos para su posterior análisis y comparación de datos entre los dos instrumentos.

Durante la sistematización de la información se optó por la construcción de gráficos pastel y barras para la visualización y fluctuación de los datos durante los meses de cada año evaluado, esto nos permite ver la estacionalidad en la ocupación y picos elevados durante los feriados y período vacacional de la región sierra, y mostrando una relación entre los diversos eventos económicos y sociales que ha sufrido el país, por ejemplo, la crisis política y paro nacional de 2019, la pandemia de COVID-19 y la reactivación del turismo en posteriores años.

En conclusión, este estudio permite comprender los índices de ocupación que en comparación con la ciudad de Quito son bajos, la alta tasa de satisfacción del servicio ofrecido sugiere que no es un problema pues el sitio tiene buena aceptación en la generación millennial y Z siendo un nicho de mercado bastante amplio y acorde a sus preferencias, teniendo una alta tendencia a ser elegido por parejas, es así que los hallazgos sugieren que estrategias de promoción digital y paquetes especiales para días entre semana y estancias largas podrían mejorar la ocupación.

## **Recomendaciones**

Con base en los resultados obtenidos en esta investigación, se presentan las siguientes recomendaciones para optimizar la ocupación y mejorar la experiencia en el Glamping Urkuwayku:

Se sugiere ampliar y diversificar las estrategias de recopilación de datos, incorporando modelos económicos que permitan analizar las ganancias y pérdidas del glamping, optimizando así su gestión operativa. Además, es fundamental evaluar las necesidades y expectativas de los turistas, identificando mejoras en la oferta de servicios y experiencias sostenibles. Para fortalecer la sostenibilidad del negocio, se recomienda implementar encuestas y herramientas digitales que faciliten la recopilación de información en tiempo real, permitiendo una toma de decisiones más eficiente y orientada a la optimización de recursos y la minimización del impacto ambiental.

Se aconseja realizar un análisis más profundo de los eventos socioeconómicos que afectan al país, utilizando herramientas predictivas y de análisis inteligente para identificar posibles escenarios futuros. Esto permitirá desarrollar estrategias de resiliencia ante estos factores, así como diversificar las fuentes de ingreso, con el fin de fortalecer la estabilidad y sostenibilidad del negocio a largo plazo.

Se recomienda diseñar e implementar estrategias de promoción digital personalizadas, dirigidas específicamente a las generaciones Millennial y Z, resaltando los atractivos del glamping para parejas y el turismo de escapada, como la exclusividad, la conexión con la naturaleza y la facilidad de acceso. Adicionalmente, se sugiere crear paquetes atractivos para días entre semana y estancias prolongadas, incorporando incentivos como descuentos o experiencias personalizadas, con el objetivo de optimizar los índices de ocupación y capitalizar las preferencias de consumo de este segmento. Estas iniciativas no solo incrementarán la

visibilidad del destino, sino que también posicionarán al glamping como una opción innovadora y accesible, atrayendo a turistas en busca de experiencias únicas y flexibles durante todo el año

### **Referencias bibliográficas**

- Acerenza, M. (2006). Conceptualización, origen y evolución del turismo. México: Trillas.
- Barrera, C., & Bahamondes, R. (2012). Turismo Sostenible: Importancia en el cuidado del medio ambiente. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*, Vol 8, 50-56.
- Benavides, D., Merchán, A., Torres, J. (2018). Global Glamping. [Trabajo de pregrado, Universidad Santo Tomás] Bogotá, Colombia. <http://hdl.handle.net/11634/12950>
- Boscoboinik, A. E. (2014). GLAMPING: UN NUEVO CONCEPTO DE TURISMO RURAL. PERIFERIAS, FRONTERAS Y DIÁLOGOS *Actas del XIII Congreso de Antropología de la Federación de Asociaciones de Antropología del Estado Español*. 54-59. Tarragona: Universitat Rovira i Virgili.
- Cardoso, J. (2006). Turismo Sostenible: una revisión conceptual aplicada. *El Periplo Sustentable*. Vol 11, 5-21.
- Castañeda, M. (2021). Proyecto de emprendimiento Supernova Glamping. [Proyecto de emprendimiento, Institución Universitaria Tecnológico de Antioquia] Itagui, Colombia.
- Chávez, M & Montesdeoca, A. (2018). El glamping como alternativa de alojamiento comunitario en Pukyu Pamba, cantón Ibarra. [Trabajo de pregrado, Universidad de las Fuerzas Armadas] Sangolqui, Ecuador.
- Chekin. (30 de 11 de 2023). *Consejos para anfitriones Diferencias entre Bungalows y Cabañas*. <https://chekin.com/blog/diferencias-entre-bungalows-y-cabanas/>

- Coba, T. (2022). Análisis de desarrollo ecoturístico para la ejecución de proyectos hoteleros-glamping en el barrio Ticatilin. [Trabajo de pregrado, Instituto Superior Tecnológico Vida Nueva] Quito, Ecuador. <http://dspace.istvidanueva.edu.ec/xmlui/handle/123456789/197>
- Comisión Nacional de Evaluación y Productividad. (04 de 2018). *Capítulo 4: Plataformas de Alojamiento*. <https://www.cnep.cl/wp-content/uploads/2018/04/CAPITULO-4.pdf>
- Descalza, H. (27 de 06 de 2022). *Camping Sport*. ¿Qué es el Glamping y qué tipos hay?: <https://campingsport.es/the-blog/post/88-que-es-glamping-tipos.html>
- Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, Quito Turismo. (Septiembre de 2021). *Quito en cifras*. Estadísticas de Turismo. [https://www.quito-turismo.gob.ec/descargas/LOTAIP%202021/WEB%202021/UIO\\_EOH\\_Bolet%C3%ADn\\_SEP%202021.pdf](https://www.quito-turismo.gob.ec/descargas/LOTAIP%202021/WEB%202021/UIO_EOH_Bolet%C3%ADn_SEP%202021.pdf)
- Encarnación, A. M. (2016). El alojamiento colaborativo: viviendas de uso turístico y plataformas virtuales. *REALA, Nueva Época*, 30-55.
- Ferrero, B. &. (2015). *Naturaleza y Frontera*. El Parque Nacional Iguazú y el proceso de consolidación del Estado argentino en la frontera argentino- brasileña (1880-1934). Dinamarca.
- Gómez, B. (1998). *Economía del Turismo*. *Turismo*. Ed. Trillas.
- Hernández-Sampieri, R. F.-C.-L. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Hernández, P. (2019). *Plan de negocio para la creación de un glamping ubicado en el municipio de Villa de Leyva (Boyacá)*. [Trabajo de grado, Fundación Universidad de América] Bogota, Colombia.

<https://repository.uamerica.edu.co/server/api/core/bitstreams/3f341a06-e6b9-45ca-b4b8-c893f9a5e977/content>

- Hortúa, R. (2023). Glamping nuevo nicho en mercado de alojamiento turístico: Análisis de su instalación en Cieza. [Trabajo de fin de master, Universidad Politécnica de Cartagena] Cartagena, Colombia. <http://hdl.handle.net/10317/12650>
- Infante, A. & Rocha, L. (2019). Estudio de viabilidad para la creación de un Glamping temático en Duitama Boyacá. [Trabajo de pregrado, Universidad El Bosque] Bogota, Colombia. <https://hdl.handle.net/20.500.12495/2512>
- Instituto de Turismo de España. (2021). Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. *Informe anual sobre el comportamiento turístico en España*. <https://www.tourspain.es>
- Jácome Arboleda, J. (2021). El glamping, como tendencia del turismo en Ecuador en tiempos de COVID-19. *Revista Científica de FAREM-Esteli. Medio Ambiente, tecnología y desarrollo humano*, 22.
- Luffiego, M., & Rabadán, J. M. (2000). Historia y Epistemología de las Ciencias. *La Evolución del concepto de sostenibilidad y su introducción a la enseñanza*. Santander.
- Naciones Unidas. (2008). Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo 2008. Madrid-Nueva York.
- Naciones Unidas. (Diciembre de 2022). Departamento de Asuntos Económicos y Sociales Desarrollo Sostenible. <https://sdgs.un.org/es/topics/sustainable-tourism>
- ONU Turismo. (2008). Glosario de términos de turismo. Madrid.
- Retana, K. (27 de Agosto de 2021). Glamping, una experiencia de hospedaje de lujo con bajo impacto ambiental. *Revista Viajes Digital*. <https://www.revistaviajesdigital.com/turismo->

y-negocios/2489-glamping-una-experiencia-de-hospedaje-de-lujo-con-bajo-impacto-ambiental

Robles, J. (2022). El caso Islas galápagos desde el año 2008. *Políticas públicas con relación a la protección de la biodiversidad*. Quito.

Rodríguez, F. (1994). El impacto ambiental del turismo. *Desarrollo regional y crisis del turismo en Andalucía. Actas del Simposio hispano-francés*. Granada. 331-338

Salinas Fernández, J. A. (2018). El impacto de Airbnb en el mercado de alojamiento turístico. *Revista de estudios turísticos*, 45-62.

Sherwood, S. (2021). Urkuwayku. La granja. <https://urkuwayku.com/la-granja/>

Solis, M. C. (s.f.). Glamping; ¿Una nueva modalidad turística o solamente un alojamiento? *Academia*.

[https://www.academia.edu/11643078/Glamping\\_Una\\_nueva\\_modalidad\\_turistica\\_o\\_solamente\\_un\\_alojamiento?auto=download&email\\_work\\_card=download-paper](https://www.academia.edu/11643078/Glamping_Una_nueva_modalidad_turistica_o_solamente_un_alojamiento?auto=download&email_work_card=download-paper)

Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza y de los Recursos Naturales (UICN). (1980). Estrategia Mundial para la Conservación la conservación de los recursos vivos para el logro del desarrollo sostenido.

Urtúa, R. (2023). Glamping, nuevo nicho de mercado del alojamiento turístico: Análisis de su instalación en Cieza. [Trabajo de fin de master, Universidad Politécnica de Cartagena] Cartagena, Colombia. <http://hdl.handle.net/10317/12650>

Vásquez, B. (2024). Reserva Marina Galápagos. *Revista de Ordenación del Sector Marítimo*, 69-76.

Walter, H. &. (1942). Fundamentos de la Teoría General del Turismo. Suiza.

## **Anexos**

### **Encuesta**

La encuesta tiene como objetivo recopilar información para analizar y desarrollar planes de mejora e innovación de los servicios ofrecidos por el Glamping Urkuwayku. Todos los datos proporcionados serán tratados de manera confidencial y utilizados únicamente para los fines descritos.

#### **¿Qué edad tienes?**

- 18-24 años
- 25-34 años
- 35-54 años
- 55 años o más.

#### **¿Cómo se identifica?**

- Masculino
- Femenino
- Prefiero no decirlo

#### **¿De qué país eres?**

#### **¿Cómo conoció del glamping?**

- Redes sociales (Instagram, TikTok, Facebook, etc.)
- Recomendación de amigos/familia
- Publicidad en medios (TV, radio, prensa)
- Buscadores como AIRBNB, Google, etc.
- Otro:

#### **¿Es la primera vez que se hospeda en un glamping?**

- Si
- no

#### **¿Cuál fue el motivo por el que eligió el Glamping Urkuwayku?**

- Ubicación estratégica
- Precio atractivo
- Opiniones positivas en línea
- Actividades ofrecidas
- Otro:

#### **¿Qué actividades realizó durante su estadía?**

- Caminatas
- Tours guiados

- Visita a lugares turísticos cercanos
- Lectura, relajación
- Otro

**¿Cuántas noches se quedó en el Glamping?**

- Una noche
- Dos noches
- Tres o más noches

**¿Por qué decidió quedarse esa cantidad de noches?**

**¿Califique su nivel de satisfacción con servicio ofrecido?**

- Muy satisfecho
- Satisfecho
- Buena
- Regular
- Insatisfecho

**¿Qué sugerencia tiene para mejorar el servicio ofrecido?**

**¿Ha vuelto a reservar en el glamping?**

- No
- Si, ¿por qué decidió volver?