

ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN ALOJAMIENTO TIPO  
“GLAMPING” MEDIANTE LA METODOLOGÍA ONUDI, EN LA LOCALIDAD BAJO  
PALACÉ UBICADA EN EL MUNICIPIO DE POPAYÁN-CAUCA.

ANGIE DANIELA MUÑOZ PERAFAN  
JUAN CAMILO TORRES ARTEAGA

CORPORACION UNIVERSITARIA COMFACAUCA  
FACULTAD DE INGENIERÍAS  
INGENIERÍA INDUSTRIAL  
POPAYÁN  
2023

ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN ALOJAMIENTO TIPO  
“GLAMPING” MEDIANTE LA METODOLOGÍA ONUDI, EN LA LOCALIDAD BAJO  
PALACÉ UBICADA EN EL MUNICIPIO DE POPAYÁN-CAUCA.

ANGIE DANIELA MUÑOZ PERAFAN  
JUAN CAMILO TORRES ARTEAGA

TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR EL TÍTULO DE INGENIERO INDUSTRIAL

DIRECTOR:

MSc. JHONATAN JOSE BETANCOURT ARENAS

CORPORACION UNIVERSITARIA COMFACAUCA

FACULTAD DE INGENIERÍAS

INGENIERÍA INDUSTRIAL

POPAYÁN

2023

## NOTA DE ACEPTACIÓN

---

---

---

---

---

---

Director de proyecto de grado

---

Jurado 1

---

Jurado 2

Popayán, febrero de 2024

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradezco primeramente a Dios por las capacidades y la sabiduría obtenida a lo largo de mi carrera y en el proceso de la realización de este proyecto.

A mis padres Arles Muñoz y Claudia Patricia Perafan ya que sin su esfuerzo y apoyo el culminar mi carrera no hubiese sido posible, también por siempre escucharme, apoyarme, guiarme y sobre todo inculcarme valores que me ayudaron hacer la persona que soy hoy en día.

A mi abuela Ayda Camayo y mi familia por siempre estar ahí para apoyarme, aconsejarme y ayudarme a levantar cada que dudaba en lograr este sueño.

Agradezco a mi novio José Alejandro Rodríguez Acosta por el apoyo brindado y siempre brindarme palabras de aliento para que nunca me rindiera y luchara por culminar una meta más de las que tengo para mi vida.

Agradezco a nuestro director del proyecto, el ingeniero Jhonnathan Jose Betancourt Arenas que gracias a sus conocimientos y supervisión pudimos realizar y culminar de la mejor manera este proyecto.

A mi compañero y amigo Juan Camilo Torres Arteaga por aportar con sus increíbles ideas, su apoyo, su paciencia y sobre todo su acompañamiento en el transcurso de la carrera y el desarrollo del proyecto.

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradezco plenamente a Dios, por haberme sujetado y guiado durante todo el transcurrir de toda mi carrera, como en el presente proyecto, ya que hoy por hoy, puedo decir que estoy y estamos donde estamos gracias a él.

De igual manera a mis padres Emma Ruth Arteaga y Diego Torres, por toda la ayuda y dirección, como a mi padrino Luis Humberto Arteaga, por todo el apoyo para cumplir este objetivo, a mis abuelos, hermanos y resto de familia presente en mi proceso.

Agradezco a mi compañera de vida, Natalia Real, como a sus padres por todo el apoyo brindado durante todo este proceso, por sus palabras, e impulso para poder llegar a cumplir este objetivo.

Como también a mi compañera y amiga Angie Daniela Muñoz, por todo el apoyo y constancia durante ciclos de la carrera como para la culminación del proyecto, por su paciencia, apoyo y entendimiento, durante lo transcurrido.

Finalmente, nuestro docente y director de proyecto el ingeniero Jhonnathan Jose Betancourt, ya que, por su disposición, conocimientos y ayuda logramos terminar el presente proyecto.

## RESUMEN

Alrededor del mundo en los últimos años se han establecido diversos tipos de alojamientos en los cuales se ha evidenciado el desarrollo de los denominados "Glamping", los cuales buscan que exista un máximo aprovechamiento del mercado turístico de la naturaleza y a su vez exista un mayor contacto con la misma, brindando así al visitante una experiencia al aire libre, armonía, tranquilidad y diversidad de áreas verdes. Este tipo de atractivos turísticos no solo son bienvenidos por turistas locales, sino también por turistas internacionales que visitan el país o lugares donde prevalece el reconocimiento de las tradiciones, la cultura, la gastronomía, entre otros.

El presente tiene como objetivo realizar un estudio de factibilidad para la creación de un "Glamping" en la localidad de Bajo Palacé, con el fin de que los habitantes de la ciudad de Popayán, sus alrededores y turistas tengan la posibilidad de conocer este tipo de alojamiento a través de publicidad por medio de las redes sociales y así acceder a un espacio que les brinde a las personas comodidad y glamour en un solo destino; la investigación permite determinar si el proyecto presenta una viabilidad de manera positiva o negativa en relación a los objetivos planteados, donde se hace un análisis del recurso humano necesario a emplear ya sea tangible o intangible para llevar a cabo la operación e implementación del alojamiento sin dejar de lado la normatividad vigente, la cual se enfoca en el cuidado del medio ambiente, finalmente es de gran relevancia el estudio financiero en el cual define la inversión previa para llevar a cabo la implementación del proyecto planteado.

**PALABRAS CLAVES:** Alojamiento, Glamping, Naturaleza, Turistas, Viabilidad, Estudio Financiero.

## **ABSTRACT**

Around the world in recent years have been established various types of accommodation in which there has been evidence of the development of the so-called "Glamping", which seek to make the most of the tourism market of nature and in turn there is greater contact with it, thus providing the visitor an outdoor experience, harmony, tranquility and diversity of green areas. This type of tourist attractions are not only welcomed by local tourists, but also by international tourists visiting the country or places where the recognition of traditions, culture, gastronomy, among others, prevails.

The present study aims to conduct a feasibility study for the creation of a "Glamping" in the town of Bajo Palacé, so that the inhabitants of the city of Popayán, its surroundings and tourists have the opportunity to learn about this type of accommodation through advertising through social networks and thus access a space that provides people with comfort and glamor in a single destination; the research allows to determine if the project presents a feasibility in a positive or negative way in relation to the proposed objectives, where an analysis is made of the necessary human resources to be employed either tangible or intangible to carry out the operation and implementation of the lodging without neglecting the current regulations, which focuses on the care of the environment, finally it is of great relevance the financial study in which defines the previous investment to carry out the implementation of the proposed project.

**KEY WORDS:** Lodging, Glamping, Nature, Tourists, Feasibility, Financial Study.

## CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN .....	15
2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	17
2.1 Pregunta de Investigación.....	18
3. JUSTIFICACIÓN .....	19
4. OBJETIVOS .....	21
4.1. Objetivo general.....	21
4.2. Objetivos específicos .....	21
5. MARCO DE REFERENCIA.....	23
5.1. Marco teórico.....	23
5.2 Estado de arte .....	26
6. METODOLOGÍA .....	29
7. RESULTADOS ESPERADOS .....	31
8. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS ESTUDIOS.....	32
8.1. ANÁLISIS ESTRATÉGICO .....	32
8.2. ANÁLISIS SECTORIAL .....	34
8.2.1 Ámbito geográfico .....	34
8.2.2. Ámbito Sociocultural .....	35
8.2.3. Ámbito económico.....	38
8.2.4. Ámbito Normativo.....	41
8.2.5. Ámbito financiero.....	44
8.2.6. Ámbito medioambiental.....	44
8.3. ESTUDIO DE MERCADO DEL PROYECTO .....	45
8.3.1. Producto .....	47
8.3.2. Mercado de materias primas.....	57
8.3.3. Demanda .....	62
8.3.4. Oferta .....	67
8.3.5. Precio .....	74
8.3.6. Comercialización .....	75
8.3.7. Diseño de la investigación .....	79
8.4. ESTUDIO TÉCNICO DEL PROYECTO.....	99

8.4.1. Análisis del tamaño o capacidad de producción .....	100
8.4.2. Análisis de la localización óptima .....	107
8.5. ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL .....	114
8.5.1. Legislación ambiental .....	117
8.6. INGENIERÍA DEL PROYECTO .....	120
8.6.2 Maquinaria y equipos.....	123
8.6.4 Requerimientos de materias prima e insumos .....	129
8.6.5 Edificios e instalaciones .....	131
8.7 ESTUDIO ORGANIZACIONAL .....	132
8.8. ASPECTOS LEGALES.....	140
8.9. ESTUDIO FINANCIERO .....	146
8.9.1. Costos y gastos del proyecto .....	146
8.9.2. Construcción flujo de caja.....	152
8.9.2.1. INVERSIONISTA .....	152
8.9.2.2. PROYECTO.....	157
8.9.3. Análisis Flujo de Caja .....	162
9.CONCLUSIONES .....	164
BIBLIOGRAFIA.....	167
ANEXOS.....	174

## LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Estado del arte .....	26
Tabla 2. Matriz DOFA .....	32
Tabla 3. Análisis Matriz DOFA .....	33
Tabla 4. Características en función del mercado .....	49
Tabla 5. Características del glamping .....	51
Tabla 6. Tipo de vida del producto .....	54
Tabla 7. Productos similares .....	55
Tabla 8. Segmentación del mercado .....	63
Tabla 9. Competencia local .....	72
Tabla 10. Parámetros para el cálculo de la muestra .....	81
Tabla 11. Definición de la unidad muestral .....	82
Tabla 12. Barrios seleccionados para aplicar la encuesta .....	82
Tabla 13. Frecuencias observadas .....	97
Tabla 14. Frecuencias esperadas .....	97
Tabla 15. Chi calculado – Chi teórico .....	98
Tabla 16. Frecuencias observadas .....	98
Tabla 17. Frecuencias esperadas .....	98
Tabla 18. Chi calculado – Chi teórico .....	99
Tabla 19. Frecuencia de consumo de alojamientos tipo “Glamping” de los encuestados .....	100
Tabla 20. Ingresos por alojamientos tipo “Glamping”, desde 2018 a 2022 .....	104
Tabla 21. Procedimiento de la ecuación .....	104
Tabla 22. Cálculo con respecto a los ingresos por alojamientos tipo “Glamping”, con una proyección de 10 años en Colombia .....	105
Tabla 23. Materias primas Domo geodésico .....	106
Tabla 24. Nomina personal .....	109
Tabla 25. Tablas de calificación según sus características .....	115
Tabla 26. Activos fijos para la operación .....	124
Tabla 27. Activos fijos para la recepción .....	125
Tabla 28. Activos fijos para restaurante y cocina .....	125
Tabla 29. Capacidad según la distinción de Domos .....	126
Tabla 30. Programa de servicio Glamping Wonder Green .....	127
Tabla 31. Estrategia organizacional .....	127
Tabla 32. Requerimientos materias prima e insumos .....	129
Tabla 33. Cargos y descripción de cargos .....	133
Tabla 34. Personal necesario para realizar trabajo directo en el servicio .....	138
Tabla 35. Personal necesario para realizar trabajo indirecto en el servicio .....	138
Tabla 36. Personal necesario para realizar trabajos Administrativos .....	139
Tabla 37. Normatividad para establecer el Glamping en la vereda Bajo Palacé .....	140

Tabla 38. Normatividad para el funcionamiento del Glamping en la vereda Bajo Palacé.....	141
Tabla 39 Impuestos y permisos anuales.....	145
Tabla 40. Inversiones fijas .....	146
Tabla 41. Inversiones diferidas .....	147
Tabla 42. Inversiones fijas .....	147
Tabla 43. Servicios Básicos .....	148
Tabla 44. Mantenimiento .....	148
Tabla 45. Costos fijos totales .....	148
Tabla 46. Pólizas e impuestos .....	148
Tabla 47. Suministros de papelería .....	149
Tabla 48. Gastos de telecomunicaciones .....	149
Tabla 49. Gastos totales de administración .....	149
Tabla 50. Costos de publicidad.....	150
Tabla 51. Costos de depreciación.....	150
Tabla 52. Ingresos operativos.....	151
Tabla 53. Flujo de caja del inversionista .....	152
Tabla 54. Indicadores de rentabilidad para el flujo de caja del inversionista .....	155
Tabla 55. Flujo de caja del proyecto .....	157
Tabla 56. Indicadores de rentabilidad para el flujo de caja del proyecto.....	159
Tabla 57. Análisis Flujo de Caja.....	162

## LISTA DE GRÁFICAS

Gráfica 1. Género .....	86
Gráfica 2. Porcentaje de participación de los estratos de interés en la encuesta. .	86
Gráfica 3. Grupo de edades.....	87
Gráfica 4. Gusto a viajar. ....	87
Gráfica 5. ¿Porque no le gusta viajar?.....	88
Gráfica 6. ¿Incluye en sus viajes el ecoturismo? .....	88
Gráfica 7. Conocimiento sobre que es ecoturismo .....	89
Gráfica 8. ¿Ha vivido experiencias con relación al ecoturismo? .....	89
Gráfica 9. Temporada en la que viaja. ....	90
Gráfica 10. Lugares que acostumbra a utilizar cuando viaja. ....	90
Gráfica 11. Gasto promedio que dispone para una noche de alojamiento .....	91
Gráfica 12. Conocimiento acerca de los alojamientos tipo Glamping. ....	91
Gráfica 13. Ha vivido la experiencia de alojamiento en un glamping .....	92
Gráfica 14. Le gustaría vivir la experiencia en este tipo de alojamientos.....	92
Gráfica 15. Frecuencia de visita al mes. ....	93
Gráfica 16. De los glamping que conoce cuál es el primero que se le viene a la mente.....	93
Gráfica 17. Otro lugar que recuerde .....	94
Gráfica 18. Con quien acostumbra usted a vivir este tipo de experiencias.....	94
Gráfica 19. Precio que está dispuesto a pagar por noche en un hospedaje campestre conocido como “glamping” .....	95
Gráfica 20. Le gustaría que el servicio, cuente con paquetes, ¿es decir dos días o más? .....	95
Gráfica 21. Interés en nuestro servicio. ....	96
Gráfica 22. Medios de distribución por el cual gusta recibir información. ....	96
Gráfica 23. Proyección de ingresos por alojamientos tipo “Glamping” a 10 años. .....	105

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Tipos de Glamping.....	23
Figura 2. Metodología de la investigación.....	31
Figura 3. Ubicación departamento del Cauca en Colombia.....	34
Figura 4. Tasa de desempleo en Colombia .....	36
Figura 5. Visitantes extranjeros y nacionales a la ciudad de Popayán .....	37
Figura 6. Turismo en Popayán.....	38
Figura 7. Economía del Cauca enero 2019 - diciembre 2022.....	39
Figura 8. Indicador de la agroindustria, la minería y el turismo 2020 - 2.....	39
Figura 9. Crecimiento % del PIB del Cauca y Colombia .....	40
Figura 10. Paisaje y vista desde el terreno. ....	48
Figura 11. Propuesta logo Glamping “Wonder Green”.....	48
Figura 12. Domo Geodésico .....	50
Figura 13. Ciclo de vida subproducto turismo de naturaleza en el mercado mundial. ....	53
Figura 14. Volumen del mercado.....	53
Figura 15. Domo Geodésico plano .....	58
Figura 16. Canal de distribución materias primas .....	59
Figura 17. Distancia desde el Parque Caldas hasta “Glamping Wonder Green” ....	59
Figura 18. Vía a la vereda.....	60
Figura 19. Turismo.....	64
Figura 20. TGP(tasa global de participación), TO (tasa de ocupación) y desempleo .....	65
Figura 21. Turismo interno .....	67
Figura 22. Residencia de extranjeros no residentes en Colombia .....	68
Figura 23. Glamping Colombia .....	70
Figura 24. Glamping Puracé .....	71
Figura 25. Hostal El Molino Francisco José de Caldas.....	72
Figura 26. Cantidad de viviendas, manzanas, barrios, personas por comunas que pertenecen a los estratos 2,3,4 y 5 de Popayán. ....	81
Figura 27. Barrios seleccionados para aplicar la encuesta en la comuna 1. ....	83
Figura 28. Barrios seleccionados para aplicar la encuesta en la comuna 2. ....	83
Figura 29. Barrios seleccionados para aplicar la encuesta en la comuna 3. ....	83
Figura 30. Barrios seleccionados para aplicar la encuesta en la comuna 5. ....	84
Figura 31. Barrios seleccionados para aplicar la encuesta en la comuna 8. ....	84
Figura 32. Barrios seleccionados para aplicar la encuesta en la comuna 9. ....	85
Figura 33. Mapa de localización. ....	107
Figura 34. Proximidad del mercado objetivo. ....	108
Figura 35. Mundo lácteo Santa lucía. ....	110
Figura 36. Pizza al carbón .....	110
Figura 37. Restaurante Nogal y Cerezo.....	111

Figura 38. Entrada para acceder a Glamping “Wonder Green”. .....	112
Figura 39. Ubicación “Glamping Wonder Green” .....	112
Figura 40. Plano gran angular del lugar donde estará ubicado el glamping “Wonder Green” .....	113
Figura 41. Matriz de impacto ambiental .....	116
Figura 42. Flujo operacional y de servicio.....	122
Figura 43. Distribución de áreas .....	123
Figura 44. Diseño infraestructura externa e interna de Glamping.....	131
Figura 45. Organigrama Wonder Green .....	133
Figura 46. VPN Acumulado en el tiempo .....	156
Figura 47. VPN Acumulado en el tiempo .....	161

## 1. INTRODUCCIÓN

El turismo hace referencia, al desplazamiento de las personas por fuera de sus lugares de residencia habituales hacia otros sitios, ya sea por motivos de ocio, diversión, negocios, u otros, en un lapso inferior a un año; las actividades desarrolladas durante estos desplazamientos generan dinámicas que impulsan la economía, a través del consumo de distintos bienes y servicios, que se demandan en dichas actividades.

En la actualidad la sociedad ha sufrido efectos inesperados, estos han revolucionado la forma de hacer las cosas y también han agregado valor a la naturaleza misma, en consecuencia de la pandemia se ha cobrado interés por compartir en espacios con exclusividad y fuera de lo cotidiano, ya sea en familia, amigos o pareja, es por ello que esta nueva tendencia a nivel mundial, los *Glamping*, brindan a turistas una alternativa de hospedaje moderna, que presenta un gran aprovechamiento de los recursos naturales sin generar un impacto negativo al ambiente ya que esta se acopla al entorno y los residuos son tratables , no es necesario excavaciones o deforestación alguna, brindando un espacio acogedor y novedoso del estilo de camping tradicional [1]. Colombia ya ha entrado al mercado competitivo con la nueva tendencia de hospedaje en distintas regiones donde se ha incorporado este modelo de negocio en lugares como el eje cafetero, Cundinamarca, Valle del Cauca y Antioquia.

Realizando una panorámica situacional, se encuentra que, según las estadísticas departamentales de hospedaje y alojamiento de naturaleza, en el departamento del Cauca se registran únicamente 249 establecimientos de alojamiento de los cuales, la mayoría se encuentran en Popayán (88); Genera un total de 677 trabajos directos (2021). Estos datos posicionan al departamento como número 20 a nivel nacional con un 4.57% de uso hotelero y naturaleza [2].

Según Axis Corporate, empresa que analiza los nuevos retos del sector de lujo, el objetivo para los siguientes años consiste en evolucionar en la segmentación del mercado para conocer al cliente como individuo, atendiendo a las necesidades de

cada uno de ellos. Las mismas conclusiones saca Amadeus en su informe “El viajero experto, Tres tendencias importantes en el sector de los viajes que se están acelerando con la recesión”, donde apunta que las expectativas del viajero han aumentado significativamente, espera una experiencia totalmente online al reservar su viaje, y un servicio altamente personalizado con impacto positivo en el medio ambiente [3].

En el presente trabajo se propone un estudio de factibilidad para la creación de un Glamping en la vereda bajo Palacé, con el propósito de dar respuesta a las oportunidades de hospitalidad y alojamiento que ofrece el turismo de naturaleza dada la gran variedad de ecosistemas existentes en la región. Además, se quiere aportar de manera significativa a la diversificación estructural ofrecida por las organizaciones que prestan los servicios de Glamping, siendo esta nueva idea de negocio una alternativa innovadora, atractiva y moderna para los turistas que cada vez amplían más su exigencia.

## 2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

El Cauca, no es un departamento en el que la actividad turística tenga en el presente una importancia relevante, en el año 2022, el número de visitantes registrados a nivel nacional está representado en un 81%, de los cuales sobresalen los departamentos de; Valle del Cauca, Cundinamarca, Nariño, Huila y Risaralda, mediante las encuestas de comportamiento y de satisfacción que fueron realizadas en el mes de abril del año 2022 por la Cámara y Comercio del Cauca, en alianza con la Policía Metropolitana de Popayán – Policía de Turismo y el programa de Guardianes del Patrimonio, se determina que el 12% de visitantes fueron del exterior donde se destacan con mayor relevancia los países de Italia, Francia, Estados Unidos y finalmente Ecuador, cabe resaltar que el 38% de los visitantes que llegan a la ciudad lo hacen por primera vez, el 40% de los turistas se quedan con familiares o amigos seguido a ello los hoteles con un 38 %, los hostales representados en un 11%, fincas con un 2%, residencias 3% y finalmente otros tipos de establecimientos con un 2%, donde es importante resaltar que la mayoría de los visitantes tienen previsto hospedarse en la ciudad de Popayán cinco o más días, ya sea por motivos de vacaciones, turismo, negocio/trabajo recreo y ocio [4].

Como lo es dado conocer por el plan de desarrollo turístico de la Gobernación del Cauca, la mayor parte del turismo es representada por la conocida semana santa de la ciudad blanca, la cual según [5], alcanzó el título de patrimonio cultural e inmaterial de la humanidad por su belleza y el esfuerzo que realizan los encargados para mantener esta majestuosa tradición año tras año; es un departamento que cuenta con mayor número de bienes reconocidos a nivel mundial como Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, como las procesiones de la Semana Santa de Popayán, la reserva de Biosfera del Macizo colombiano, el Parque Arqueológico Tierradentro, la música de marimba y cantos del Pacífico y otros naturales como el Parque Nacional Natural Puracé, Nevado del Huila.

El Cauca por sus tradiciones, culturas, los diferentes atractivos naturales, ecológicos y su gran relevancia en la gastronomía, no solo teniendo a favor la diversidad de zonas verdes que se pueden encontrar en la ciudad, sino también en sus municipios aledaños, los cuales se encuentran a tan solo unos minutos de distancia, comunicándose los unos con los otros.

La vereda bajo Palacé es catalogada como una zona rural de fácil acceso en el municipio de Popayán, donde es posible desarrollar diferentes alternativas que hoy en día son vistas como aquella evolución del turismo, algo denotado como Ecoturismo, actividad que al no estar debidamente consolidada, no es posible proporcionar diferentes actividades para las personas que visitan y habitan la ciudad blanca; Es por ello, que se crean maneras novedosas las cuales permitan mejorar la experiencia de viaje y así mismo expandir las vivencias de los viajeros y paralelamente contribuir al desarrollo económico de la región, mejorando así la calidad de vida de los visitantes, sin embargo entre las opciones se encuentra un concepto novedoso que propone servicios turísticos, especialmente en el ámbito del alojamiento y recreación. Como lo son aquellos alojamientos, que hoy en día son conocidos como Glamping, los cuales actualmente ofrecen una temática diferenciada y exclusiva que a su vez va a brindar a los diferentes clientes un servicio de muy alta calidad para que así el mismo pueda tener una experiencia única y sea posible cumplir con las expectativas requeridas.

Por lo tanto, se estudia la viabilidad para la implementación de un alojamiento tipo Glamping a la zona norte de la ciudad de Popayán en la vereda bajo Palacé, ya que es un área que permitirá a los turistas estar en contacto constante con la naturaleza, teniendo momentos amenos y llenos de tranquilidad, siendo estos uno de las características más relevantes de la finca en la cual se llevará a cabo el desarrollo del proyecto.

## **2.1 Pregunta de Investigación**

¿Al definir la viabilidad para la creación de un alojamiento tipo Glamping bajo la metodología ONUDI, permitirá incrementar los índices de turismo y/o ecoturismo en el Departamento del Cauca?

### 3. JUSTIFICACIÓN

El presente proyecto se realiza con la finalidad de proponer un plan de negocio para la creación de un Glamping, basándose en el aprovechamiento de las oportunidades como alternativa de una nueva fuente de ingresos dentro del sector turístico. Por tanto, se hace necesario realizar el estudio sobre esta nueva tendencia para conocer el impacto que tiene en nuestro país y así establecer los elementos necesarios en pro de la viabilidad de inversión en el diseño y comercialización dentro del mercado turístico. Según el Departamento Nacional de Estadística DANE ,en el año 2021 “Las cifras de llegada de turistas extranjeros a nuestro país, presentaron un crecimiento del 63,8% al pasar de 992 mil personas en 2020 a 1,6 millones de personas en 2021”. De esta misma manera, el turismo de naturaleza se proyecta como uno de los tipos de turismo con más rápido crecimiento en el mundo, con tasas entre el 25% y 30% anual [6]. Según la OMT, desde 2017, ocho de cada diez turistas prefieren alojamientos que incluyen prácticas ecológicas. Y la misma OMT ha dicho que Colombia es uno de los destinos con el mayor potencial en el sector turístico para los próximos años.

Si bien, el departamento ha sido vulnerado por la participación de grupos subversivos y bandas criminales que dominan la zona, además de ser uno de los departamentos que presenta mayores cultivos ilícitos de hoja de coca, materia prima para la producción de cocaína, lo que ha convertido a este departamento en uno de los más golpeados por el conflicto armado colombiano entre la fuerza pública, según la ONU; la administración del Cauca y diferentes entidades e instituciones se encuentran trabajando de manera conjunta para diseñar estrategias que mejoren la calidad de vida en la región. Un ejemplo de ello lo da el sector turismo, que reporta un aumento del número de empresas nuevas de alojamiento y comida, de +58,2% y +2,7% en septiembre y octubre de 2021 respectivamente y en relación con los mismos meses del año anterior, según el reporte de [7]. Esta recuperación es importante ya que forma parte del ecosistema cultural y permite una aceleración del consumo y el comercio departamental. De ello radica la toma de medidas y estrategias para la reactivación de este sector [8]

El programa presentado por el presidente de la República, Gustavo Petro, reiteró su intención de convertir la industria turística en uno de los motores principales de la economía colombiana. “El turismo debe ser un nuevo petróleo para Colombia en términos de ingreso, en términos de inversión, en términos de movilización, de

divisas, es decir, democratizar un turismo que esté plenamente comprometido con el ambiente y la cultura local, impulsando la cohesión de la sociedad colombiana en toda su diversidad y fomentando el diálogo intercultural, reduciendo el impacto negativo y contribuyendo a la generación de ingresos y empleo para la población local, declaró el mandatario en su programa de gobierno.

Integrando las anteriores variables, se configuran oportunidades evidentes que sumadas al aumento con tasas superiores al 30% en llegadas de turistas extranjeros al país 2018- 2019 y el crecimiento del turismo de naturaleza como negocio a nivel mundial, apalancan las iniciativas empresariales que con políticas y estrategias claras en sostenibilidad, aprovechen la destinación de recursos de inversión para el departamento, en el desarrollo de sus atractivos naturales y sean la base para constituir verdaderas ventajas competitivas en proyectos empresariales que brinden una oferta de valor diferenciada a las organizaciones jurídicas en alojamiento y hospedaje de la región. El aporte más significativo de este estudio a nivel social y productivo radica en brindar una posible solución a la necesidad del turista actual haciendo posible que más clientes gocen de vivir la experiencia que ofrece el Glamping, disfrutando de la naturaleza sin perder la comodidad y el lujo. Particularmente, se realiza también con el fin de proponerlo como nuevo enfoque de negocio amigable con el medio ambiente. Desde el ámbito laboral, se fomenta la generación de empleo en la comunidad y el reclutamiento de capital intelectual que impactará en la competitividad del sector turístico. A nivel personal, el desarrollo de este proyecto ayudará a incrementar y aplicar los conocimientos adquiridos durante las respectivas asignaturas trabajando de manera interdisciplinaria, creando lazos de comunicación que mejoren los resultados en todos los proyectos académicos. Así mismo, la satisfacción de contribuir con esfuerzo propio y coadyuvar en la correcta toma de decisiones de una posible inversión dentro del sector del turismo de naturaleza en el departamento del Cauca.

## **4. OBJETIVOS**

### **4.1. Objetivo general**

Determinar la viabilidad de la creación de un hospedaje tipo Glamping mediante la metodología ONUDI en la vereda Bajo Palacé, municipio de Popayán-Cauca.

### **4.2. Objetivos específicos**

- Analizar las características del entorno que permita definir la estrategia óptima a utilizar en el proyecto.
- Determinar el tamaño del mercado y analizar las características de la demanda y la oferta.
- Definir la ingeniería del proyecto para contemplar los aspectos operativos necesarios para el uso eficiente de los recursos disponibles.
- Analizar la estructura organizacional del proyecto.
- Determinar la viabilidad económica, financiera.

### **4.3. Organización del documento**

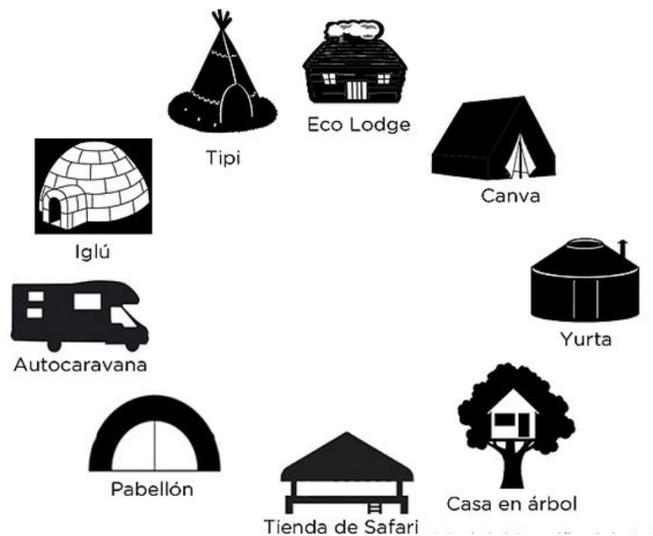
Este proyecto fue desarrollado en tres capítulos, en el primer capítulo se denota principalmente aquellas fuentes como conceptos necesarios para llevar a cabo la realización del proyecto como la metodología implementada para cumplir con cada uno de los objetivos planteados y el análisis del sector del turismo específicamente en los alojamientos. En el segundo capítulo se lleva a cabo la fase de investigación y análisis como estructuración de toda la parte competente al mercado del servicio, desde la definición del mismo, hasta el cálculo de dicho tamaño de mercado futuro, como también el transcurrir de cada uno de los estudios competentes a la metodología implementada, para la realización del proyecto. Y en el tercer capítulo se presenta de la fase final de la metodología implementada como lo es el estudio financiero dado a que este es aquel que en conjunto de los anteriores estudios permite demostrar la viabilidad financiera y económica del proyecto realizado, elaborando todos los costos y gastos inmersos dentro del el proyecto, para con ello llegar a obtener aquellos flujos de caja y de tal manera los indicadores financieros que permiten analizar y tomar decisiones con respecto a la viabilidad del presente.

## 5. MARCO DE REFERENCIA

### 5.1. Marco teórico

- Glamping: Es un término compuesto por las palabras en inglés “glamorous” y “camping” que significa “acampar con estilo o elegancia”. El Glamping brinda un espacio lleno de una gran experiencia debido a que se encuentran al aire libre y a sus alrededores cuenta con una gran diversidad de naturaleza haciendo que este lugar resulte tranquilo, relajante y cómodo para las personas que lo visitan. Actualmente se cuenta con diferentes diseños de Glamping como lo son:

Figura 1. Tipos de Glamping



Fuente. Extraído de entorno turístico [9].

- Oportunidades de negocio: Hace referencia a la oportunidad de poner en marcha una idea de negocio, ya sea entrar al sector laboral con algún producto existente que tenga algo diferenciador a los demás o un nuevo producto en el mercado, es importante evaluar la necesidad del consumidor, satisfacer una demanda y prestar un servicio de calidad.
- Turismo: El turismo es un conjunto de actividades que realizan las personas durante algún viaje o estadía que tengan planeado a diferentes destinos al de su residencia actual por un periodo de tiempo largo ya sea con fines

vacacionales, de negocios o en su defecto turísticos.

- Ecoturismo: Según la Sociedad Internacional de Ecoturismo, este se refiere a un viaje responsable a diferentes áreas naturales las cuales mantienen un ambiente agradable y mejoran el bienestar de la población local.

Principales características del ecoturismo:

- Turismo basado en la naturaleza: Se refiere a que cada turista aprenda a observar el ecosistema que visita.
- Educación ambiental: No solo se trata de visitar un entorno natural, sino de hacerlo de forma que no se perjudique a ese entorno y a la flora y la fauna que lo habitan.
- Respeto e impulso de las comunidades locales: El ecoturismo también significa respetar a las comunidades locales y a sus culturas y fomentar el comercio local.
- Estudio de mercado: Un análisis de mercado es un grupo de actividades que una compañía usa a grado comercial para obtener información actualizada sobre las necesidades de sus clientes.
- Estudio de factibilidad: Es aquel permite conocer si el negocio o proyecto se puede hacer o no se puede hacer, cuáles son las condiciones ideales para realizarlo y cómo podría solucionar las dificultades que se puedan presentar.
- Sostenibilidad: Satisface las necesidades del presente sin comprometer las necesidades de las generaciones futuras, mientras se equilibra el crecimiento económico, respetando el medio ambiente y el bienestar humano [10].
- Sostenibilidad ambiental: Hace referencia a la relación generada entre el ser humano y la naturaleza de la cual hace parte, se busca que se minimice el mayor grado posible respecto al efecto o impacto que las actividades humanas generan en él alguna de ellas es: El cuidado del agua, consumo de energía, consumo de combustible, reciclaje [11].

- Sostenibilidad económica: Es la encargada de las diferentes actividades que son generadas sosteniblemente en el ámbito ambiental y social permitiendo que se genere una rentabilidad la cual permita que este en el mercado a través del tiempo.
- Sostenibilidad social: En cualquier lugar en el cual se desarrolle una actividad económica se encuentran tres formas de sostenibilidad relacionadas: la ambiental, económica y social, esta última se enfatiza en fortalecer la cohesión y estabilidad de los grupos sociales.
- Medio ambiente: Conjunto de componentes físicos, químicos y biológicos tanto de las personas como de la sociedad en conjunto, reúne los valores naturales, sociales y culturales que se encuentran en un lugar y en un momento determinado los cuales influyen en la vida del ser humano y en las generaciones futuras.
- Gestión ambiental: Manejo de todas las actividades humanas en las que se incluye el medio ambiente, teniendo en cuentas pautas, técnicas y mecanismos en las que se asegure la puesta en práctica de una política ambiental racional y sostenida.

## 5.2 Estado de arte

Tabla 1. Estado del arte

TÍTULO	AÑO	OBJETIVO	MÉTODO	RESULTADOS	CONCLUSIONES
Propuesta para la creación de un hospedaje tipo Glamping en la finca el Mangón en la vereda Florencia - Municipio de Totoró – Cauca [12].	2020	Identificar la viabilidad de la creación de un hospedaje tipo Glamping como una nueva alternativa de alojamiento y recreación en la finca el Mangón ubicada en la vereda Florencia, municipio de Totoró - Cauca.	Basado en 6 fases las cuales se manejan temas como: recopilación de información, estudio de mercado, estudio técnico, legal y administrativo, estudio ambiental y financiero, bases fundamentales para la investigación.	Con respecto al estudio de mercado, se presenta una alta acogida del servicio ofertado, además se conoce que hay una demanda insatisfecha en cuanto a servicios alternativos de hospedaje, es por esto se acondicionar 5 domos que el proyecto propone implementar garantizando así altas expectativas de lujo y confort; por otro lado las proyecciones financieras indican que este negocio es capaz de generar suficiente dinero siendo capaz de recuperar lo invertido inicialmente y aun así seguir generando buenas utilidades.	Después de realizar las proyecciones financieras se obtuvo un VPN positivo de \$375.790.503, quiere decir que el proyecto es capaz de generar suficiente dinero para que recuperemos lo que invertimos en él y además genera ganancias.
Estudio de viabilidad para la creación de un Glamping temático en Duitama, Boyacá [13].	2019	Realizar un estudio de viabilidad para la creación de un Glamping temático en la ciudad de Duitama.	Investigación de tipo descriptiva, dado a la revisión literaria realizada donde se establece el estado del conocimiento de la problemática de estudio, y por medio de la información obtenida por parte del equipo de trabajo sea	Abarcan que el mercado objetivo son personas de entre los 21 y 49 años, de estratos socioeconómicos 4 o superior a las cuales les gusta realizar actividades ecoturísticas; por otro lado, hacen referencia que con los estudios lograron evidenciar que este presenta viabilidad positiva para los estudios comercial y técnico, y viabilidad negativa para el estudio financiero ya que se debe de contar con una inversión inicial de capital de	Las estructuras tipo Domo, Teepee y burbuja, son las más el mercado objetivo por es, además, como factor diferenciador de otros establecimientos se encuentra la inclusión de un área agro, asociada a la sostenibilidad de los sistemas productivos en relación con los factores socioculturales de

			<p>posible realizar su descripción para poder establecer la viabilidad para la creación de un Glamping, mediante el análisis independiente de las variables de estudio comercial, técnica y financiera del proyecto en estudio.</p>	<p>\$230.135.745, donde los demás resultados fueron evaluados en diagramas Ishikawa, en matriz de los 5 porqués y ciclogramas</p>	<p>la región; en el sector turístico hotelero, las plataformas comerciales como Airbnb y TripAdvisor son plataformas tecnológicas que cuentan con un alto número de clientes interesados en buscar alojamiento, siendo estas plataformas canales clave, complementarios y alternativos, para el proyecto y con este mecanismo alcanzar a llegar a más personas interesadas en este tipo de servicios</p>
<p>Estudio de factibilidad para la creación de un Eco-Hotel tipo Glamping en el municipio de San Carlos, Antioquia. [14]</p>	2020	<p>Diseñar un modelo de negocio para validar la factibilidad de la creación de una empresa que comercialice planes turísticos y estadía en la vereda Vallejuelo del municipio de San Carlos Antioquia.</p>	<p>Enmarcada en un estudio cuantitativo de tipo descriptivo no experimental, buscando como fin primordial en el proyecto la promoción del ecoturismo para que las comunidades tengan una diversificación productiva del área rural ligada al desarrollo económico y social. La conclusión presentada de indicadores y</p>	<p>Es un proyecto atractivo por el cual es necesario fortalecer su estructura donde se caracterice por un valor diferenciador, brindando así un portafolio de servicios o ampliándolo, ya que se ha comprobado que los ingresos por las ventas de los productos establecidos son mayores que los costos de implementarlos.</p>	<p>La fuente de financiamiento depende altamente de las ventas de los productos y esta a su vez, dependen mucho de la diferenciación y las ventajas que se tengan con respecto a la competencia.</p>

			análisis generales son favorables, pero da la observación de que es necesario fortalecer su estructura diversificando su portafolio de servicios o ampliándolo		
Estudio de viabilidad para la creación del Glamping como alternativa de alojamiento o lujoso en el municipio de Neira año 2019. [15]	2018	Realizar un estudio de factibilidad para implementar un modelo Glamping en la vereda Guacaica, a orillas del río que lleva el mismo nombre en el Municipio de Neira (departamento de Caldas), ubicada a 14 km de Manizales.	Comparativo en el cual se identifican los tipos de glamping que se enfrentarán como mercado, y realizar las fases como lo son los estudios competentes y determinar la viabilidad general del proyecto.	El proyecto es factible, a mediano plazo, ya que el Glamping es un fenómeno que cada día se está poniendo de moda en nuestro país, los precios que ofrecen estos sitios son asequibles y se encuentran en el rango de precios que cualquier hotel de lujo en Colombia, adicionalmente las actividades propuestas	El plan de negocios es de gran importancia ya que permite estudiar y analizar todas las barreras y condiciones del departamento y el país, de esta manera establecer los parámetros a seguir en la implementación de estrategias para la incursión del mercado.
Estudio de viabilidad de Glamping en el municipio de Sopó, Cundinamarca [16].	2019	Estudiar la viabilidad del Glamping como alojamiento en el municipio de Sopó, Cundinamarca.	Se maneja un enfoque cualitativo en el cual se ve encargado de la recolección y al análisis de datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso	El análisis e investigación del estudio de mercado se pueden obtener varios resultados a partir de las encuestas aplicadas, uno de los resultados más relevantes es que este proyecto tiene una aceptación del 97,5%, es decir que es un producto que la gente consumirá.	El proyecto del Glamping logrará el éxito por medio de una buena promoción y mercadeo, a través de medios como redes sociales que como indican los resultados del estudio de mercado, las personas prefieren recibir información

			de interpretación, con el que se plantean las preguntas e hipótesis antes, durante y después de la recolección y análisis de datos. De manera que la recolección de datos cualitativos es la forma que aplica de manera más específica.		por este medio ya que se les facilita y es un medio interactivo de acuerdo con los indicadores financieros se cuenta con una tasa interna de retorno del del 26,64 % la cual se verá retribuida en un aproximado de 4 años y con el cálculo de la tasa mínima de los inversionistas.
--	--	--	---	--	--

Fuente. Elaboración propia.

## 6. METODOLOGÍA

Esta nueva tendencia a nivel mundial, los Glamping, brindan a turistas una alternativa de hospedaje moderna, que presenta un gran aprovechamiento de los recursos naturales sin generar un impacto negativo al ambiente ya que se ajusta al entorno y los residuos son tratables, no es necesario excavaciones o deforestación alguna, brindando un espacio acogedor y novedoso del estilo de camping tradicional. Colombia ya ha entrado al mercado competitivo con la nueva tendencia de hospedaje [17], distintas regiones post pandemia han incorporado este modelo de negocio.

La metodología a utilizar en los procesos que se llevarán a cabo en el documento, es con base a la ONUDI, donde se plantean distintos espacios investigativos a nivel histórico y actual, a fin de hacer énfasis en la planeación del proyecto, que abarca inicialmente la etapa de pre inversión, con el propósito de poder analizar los aspectos más importantes y de una interacción directa con el entorno geográfico, legal, económico, social y ambiental, seguidamente, la fase de inversión o ejecución: comprende toda la etapa física y demás actividades necesarias para poner el proyecto en marcha; por último, la fase operacional: al colocar en marcha el proyecto se ve reflejada la fase tres, en esta se inician las operaciones

comerciales generando los beneficios previstos inicialmente, también, se obtienen datos precisos sobre los supuestos planteados y estrategias en la operación [18].

La serie de estudios de los que se compone la primera fase de la metodología corresponden al estudio del entorno y análisis sectorial, donde revela el análisis del entorno global del proyecto teniendo en cuenta aspectos como: variables que conllevan también a un estudio del sector, en el cual se especifiquen los factores y actores asociados de la cadena de valor, empresas, competidores, entre otros, posteriormente se indagan en los siguientes estudios:

**Estudio de mercado**, hace referencia a los gremios empresariales y comunidad en general que tiene relación con proveedores, compradores, producto que se va a ofrecer al mercado, evaluando así un nivel de aceptabilidad de producto o servicio.

**Estudio técnico**, en el cual plantea analizar conceptos involucrados como la demanda, con base a esto, el estudio técnico provee información para cuantificar el monto de las inversiones y el costo de las operaciones, con la implicación de estudios derivados como lo son el balance de equipos, obras físicas, personal, insumos, tamaño del proyecto (capacidad real), localización y cronograma de actividades.

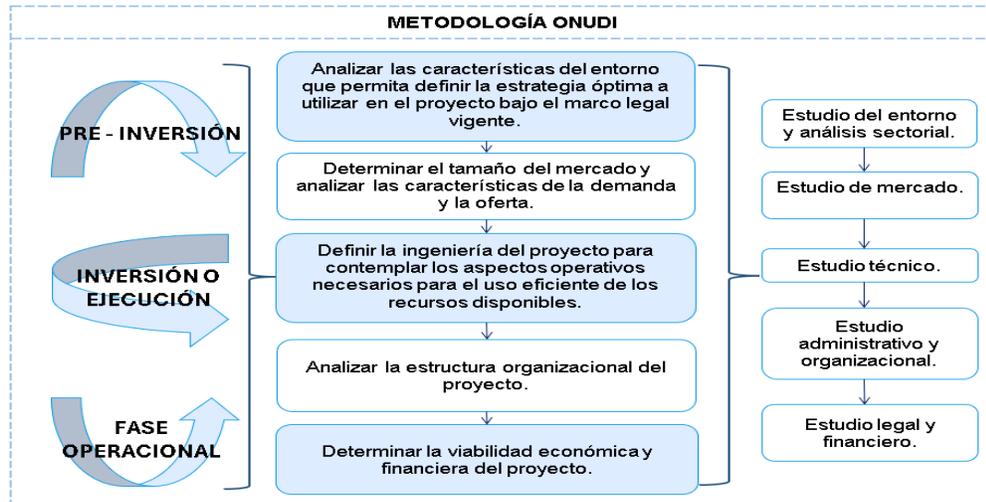
**Estudio administrativo y organizacional**, determina la mano de obra requerida para lograr los objetivos del proyecto y la estructura organizacional del proyecto, las responsabilidades y funciones de las personas a cargo del proyecto; perfiles, experticia y competencia intelectual de las personas que asistirán la implementación que se pretende realizar en la empresa.

**Estudio Legal**, comprende todos los asuntos relativos a permisos, autorizaciones, licencias, contratos u otros, que requiera el proyecto, un análisis de la normatividad del país y de la organización, en relación con la propiedad intelectual, los derechos de autor.

Teniendo en cuenta los estudios obtenidos, se procede a realizar la evaluación socioeconómica; ésta analiza el impacto social derivado de la implementación del proyecto de GC en el medio o entorno inmediato. Seguidamente es pertinente llevar a cabo el estudio económico o financiero, donde se efectúa un estimado de las inversiones en que se requiere incurrir para realizar la implementación y evaluación financiera, de modo que se analice la viabilidad de realizar la inversión, las fuentes

de financiación por último una valoración de intangibles, la generación de valor y los productos o entregables del proyecto.

Figura 2. Metodología de la investigación



Fuente. Elaboración propia.

## 7. RESULTADOS ESPERADOS

A fin de generar un espacio que comunique a la sociedad con el campo, con un ambiente libre y pacífico, capaz de generar confort a los clientes y oportunidades laborales a los locales, se presenta la propuesta para la creación del Glamping, un gran aporte turístico para el Cauca y en general para el municipio de Popayán.

Con base en los objetivos planteados, implementando la metodología ONUDI, se espera abarcar un estudio sectorial y estratégico de la ciudad de Popayán, Cauca, teniendo en cuenta la gran diversidad cultural, ambiental y agrícola, se procura que al implementar el estudio de mercado donde se identifique si existe una competencia respecto a hospedajes estilo Glamping en el comercio payanés y como se han demandado estos servicios en la era de innovación y emprendimiento en pro a el cuidado del medio ambiente, el estudio técnico se centra en incorporar los aspectos operativos necesarios para el uso eficiente de los recursos disponibles, además el estudio organizacional permita la identificación del personal asociado a la operación del Glamping. Respecto al estudio legal se pretende caracterizar las leyes y normas que rigen la creación de un hostel tipo Glamping en Colombia. Finalmente, por medio del estudio económico y financiero del proyecto se determina la viabilidad del proyecto.

## 8. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS ESTUDIOS

### 8.1. ANÁLISIS ESTRATÉGICO

Mediante un análisis FODA con el fin de evaluar la situación actual de una organización. Evaluar las oportunidades y amenazas potenciales que pueden afectar al emprendimiento y establecer objetivos estratégicos, para identificar áreas en las que la organización necesita mejorar.

Tabla 2. Matriz DOFA

<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>*Aprovechamiento del espacio al aire libre, donde se puedan realizar actividades.</li> <li>*Adecuación innovadora en la infraestructura del establecimiento.</li> <li>*Cercanía a la ciudad de Popayán lo que facilita la llegada de visitantes al lugar.</li> <li>*Buen lugar para la captura de fotografías.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Nuevo emprendimiento</li> <li>*Capital escaso</li> <li>*Poca experiencia en el mercado</li> <li>*Falta de actividades extras al alojamiento</li> <li>*Dependencia de los servicios públicos (acueducto y energía)</li> </ul>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>*Baja competencia</li> <li>*Estrategias de marketing gratuitas</li> <li>*Fondos de financiamiento público o privado</li> <li>*Apoyo a la economía rural</li> <li>*Ecosistema y recursos naturales paisajísticos atractivos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Afecciones de la salud a nivel mundial.</li> <li>*Problemas en el suministro de servicios públicos.</li> <li>*Aumento en el costo de los vuelos.</li> <li>*Protestas sociales, disturbios o bloqueos de vías.</li> <li>*Escasez de turistas</li> <li>*Falta de fuentes de financiamiento.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

Mediante un análisis interno y externo se pretende analizar los factores que influyen en la realización del proyecto, a fin de dar solución y cumplimiento a los objetivos planteados, utilizando la herramienta que nos presenta el entorno y las ventajas competitivas que presenta esta idea innovadora.

## Análisis viabilidad del estudio sectorial

Tabla 3. Análisis Matriz DOFA

<b>FO</b>	<b>DO</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>*Seguir en una mejora constante de la propuesta de innovación fortaleciendo la economía del sector</li> <li>*Fomentar el emprendimiento de las comunidades, con ello, diversificar sus actividades económicas</li> <li>*Hacer aprovechamiento de los recursos naturales sin perjudicar el potencial natural</li> <li>*Fortalecer la propuesta de turismo a partir de acompañamiento de factores externos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Acudir a préstamos</li> <li>*Presentar solicitudes a la alcaldía para proyectos viales futuros</li> <li>*Ofrecer espacios de diversión y variedad de comidas para ganar autenticidad y reconocimiento con agentes diferenciadores.</li> <li>*Capacitar a las personas sobre el uso de las TIC para promocionar sus establecimientos turísticos</li> </ul>
<b>FA</b>	<b>DA</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>*Competir frente a otros espacios turísticos brindando nuevas alternativas de alojamiento.</li> <li>*Implementar estrategias de marketing gratuitas</li> <li>*Acceder a fondos de financiamiento para mantener a la vanguardia el espacio turístico (Glamping).</li> <li>*Apoyar a la economía rural, con alternativas sostenibles y de bajo impacto para el ecosistema, aprovechando recursos naturales paisajísticos atractivos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Implementar protocolos de bioseguridad de acuerdo con la ubicación del Glamping temático</li> <li>*Crear alianzas estratégicas con aliados estratégicos nacionales a fin de ganar experiencia en el mercado de Glamping</li> <li>*Crear un sistema de mejoramiento que permita un acceso a rutas cercanas a la ciudad</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

## 8.2. ANÁLISIS SECTORIAL

### 8.2.1 Ámbito geográfico

El departamento del Cauca se encuentra ubicado al suroccidente del país, entre las regiones andina y pacífica. Dentro de sus límites están el Valle del Cauca y Tolima al norte, Huila y Caquetá al oriente, Nariño y Putumayo al sur y el Océano Pacífico al occidente. El Departamento agrupa un total de 42 municipios en un territorio de 3.050.900 hectáreas, representando una porción de tierras del 2,5% dentro del territorio nacional. Cuenta con una importante variedad de recursos, más de un millón de hectáreas de bosques, 150 kilómetros de costa sobre el Pacífico, tres regiones naturales, los pisos térmicos cálido, templado y frío y los bioclimáticos subandino, altoandino y páramo, tres valles y cinco grandes cuencas hidrográficas: Alto Cauca, Pacífico, Alto Magdalena, Patía y Caquetá. La región del litoral Pacífico es una de las más grandes reservas forestales del país [19]

Figura 3. Ubicación departamento del Cauca en Colombia



Fuente.[20].

#### **Vías de comunicación:**

**Por el Norte:** Se usa la carretera panamericana, desde la ciudad de Cali (capital del departamento del Valle del Cauca). O los municipios aledaños como Jamundí o Palmira.

**Desde el Sur:** La carretera panamericana desde la ciudad de Pasto capital del departamento de Nariño.

**Por el Oriente:** Hay dos vías de entrada a la ciudad de Popayán. Una vía comunica el municipio de Pitalito y otra comunica con el municipio de La Plata. Ambos municipios en el departamento del Huila. Cuenta con un aeropuerto y vuelos desde distintas ciudades del país [21].

El departamento del Cauca cuenta con una gran diversidad en flora y fauna, seis Parques Naturales Nacionales cuya área protegida declarada e inscrita en el RUNAP es aproximadamente de 323.106 hectáreas, donde habitan el 70% de las aves del País; Tres reservas forestales protectoras regionales con un área aproximada de 8.398 ha., y cinco áreas municipales como áreas de conservación in situ con una extensión aproximada de 989.45 hectáreas. El Departamento cuenta con un importante ecosistema de Manglar presente en los municipios de López de Micay, Timbiquí y Guapi, representado en 18.693 [22].

### **8.2.2. Ámbito Sociocultural**

#### **Características de los usuarios o consumidores**

A continuación, se relacionan los datos de población del Departamento del Cauca según Censo Nacional de Población y Vivienda – CNPV 2018:

**Población total:** 1'464.488 habitantes. Representa el 3,03% de la población nacional que es de 48 '258.494.

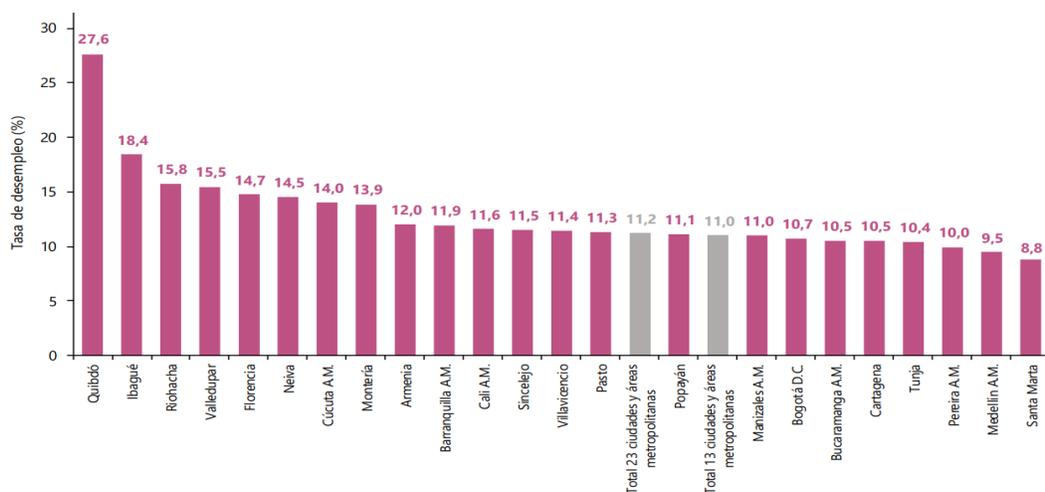
**Distribución de la Población:** 545.902 (37,28%) Cabecera y 918.486 (62,72%) Centros Poblados y Rural Disperso; a nivel nacional el dato es de 36'424.653 (75,48%) y 11'833.841 (24,52 %) respectivamente. Se puede afirmar que el departamento del Cauca es mayoritariamente rural [23].

En el plan de desarrollo departamental se plantean retos en el desarrollo, competitividad y consolidación del crecimiento económico, mediante una serie de

estrategias que han permitido incrementar el tejido empresarial conformado entre el 2017 y 2019 donde se realizaron actividades económicas con base a las unidades productivas: industrias manufactureras 6.839, explotación de minas y canteras 324 y, alojamiento y servicios de comida 9.362.

Por otra parte, según información arrojada por el IMAE Cauca (2022-2023), la dinámica del mercado laboral de Popayán durante el trimestre móvil noviembre 2022 – enero de 2023, la tasa de ocupación nacional en noviembre 2022 – enero de 2023 fue 56,4%. En Popayán, esta tasa fue 56,7%, 4,8 puntos porcentuales por encima de la registrada un año atrás (51,9%) [24].

Figura 4. Tasa de desempleo en Colombia

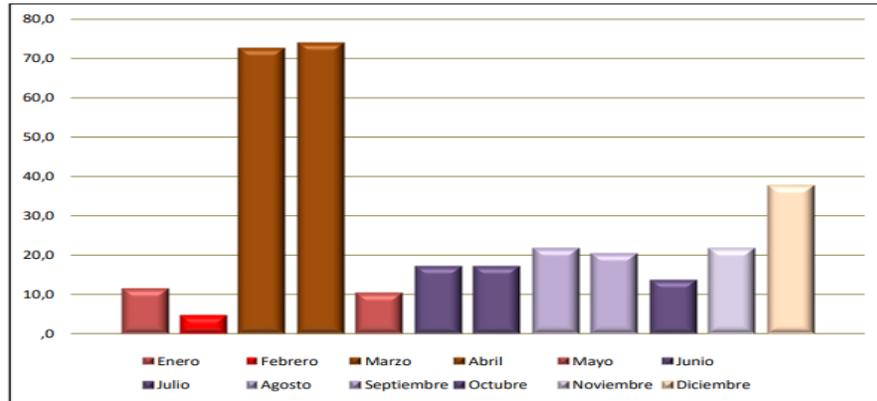


Fuente. Dane, 2023 [25].

De los 8.900 puestos de trabajo que se recuperaron de un año a otro, el 95% de estos se concentraron en cuatro principales ramas de actividad económica: las actividades artísticas y de entretenimiento con 3.639 empleos, administración pública y defensa con 2.228 puestos de trabajo, Alojamiento y servicios de comida con 1.468 empleos más, y construcción con 1.364 empleos [19].

En 2021, el número de ocupados en actividades turísticas presentó un crecimiento de 19,0%, explicado principalmente por el crecimiento de transporte de pasajeros en 30,6%; seguido por el crecimiento en los ocupados de otros servicios turísticos en 20,1% y servicios culturales, deportivos y recreativos con 20,0% [26].

Figura 5. Visitantes extranjeros y nacionales a la ciudad de Popayán



Fuente. [19].

Según el boletín estadístico de la Cámara de Comercio del Cauca, para los años 2019-2020 en el primer trimestre se registró la llegada de visitantes a la ciudad de Popayán en un 97%, en donde se destacó que el rango de edad de estos turistas estaba entre los 26 y 46 años y que solo el 27% indicaba que eran mayores de 60 años. El tipo de alojamiento más utilizado por estos turistas en el primer trimestre de 2020 fueron los hoteles con 66%, los hostales por su parte lograron respecto al 2019 un segundo lugar con el 20%, de acuerdo con los visitantes al punto de información Turística en el primer trimestre del año, estos prefirieron hospedarse en hoteles.

Según [27], los impactos socioculturales, son impactos sobre la gente, esto es, los efectos que sobre los residentes habituales y hijos de la comunidad anfitriona tienen las asociaciones directas e indirectas con los visitantes, a lo que habría que añadir los efectos de la actividad turística y los encuentros sobre los mismos individuos que practican el turismo y sus sociedades de origen. La distinción, no cabe duda de que necesaria, entre estudios social y cultural es particularmente dura de identificar el impacto social que incluye los cambios más inmediatos en la calidad de vida y el ajuste a la actividad en las comunidades de destino, mientras que el impacto cultural (o aculturación turística) abarca los cambios a largo plazo en las normas sociales, la cultura material y los estándares, los cuales irán emergiendo gradualmente en una relación social comunitaria. Los viajes a diferentes áreas del mundo ofrecen la oportunidad de ver, observar y, pocas veces, participar en culturas y modos de vida, a los ojos del turista.

Figura 6. Turismo en Popayán



Fuente: Alcaldía de Popayán [28].

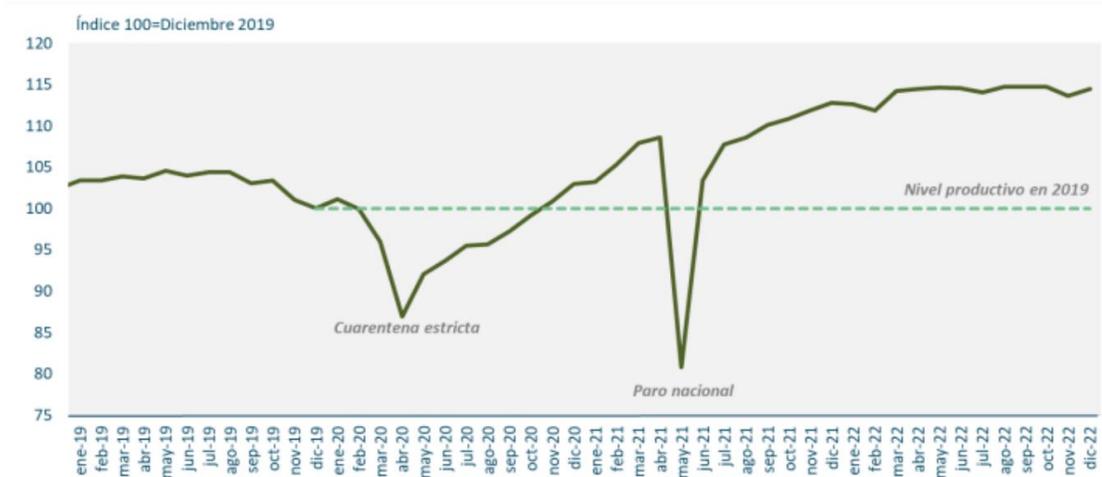
La capital del Cauca presenta una riqueza arquitectónica por su centro histórico y por las celebraciones religiosas que allí se realizan desde la época de la Colonia, reconocidas por Unesco como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad desde el 2009. Asimismo, se tiene el valor histórico y religioso de templos como la capilla de Belén, las iglesias del Carmen, San Francisco y Santo Domingo, del museo de Arte Religioso y del puente del Humilladero, construido en 1873 [29].

Durante las celebraciones de la Semana Santa, las creencias de los payaneses hacen reflexionar, así junto a la multitud de peregrinos y creyentes, se acompaña en algunas de las largas procesiones que se celebran en esta "ciudad blanca". Cabe recalcar el Festival de Música Religiosa, único en América Latina y el congreso gastronómico desarrollado en el mes de septiembre.

### 8.2.3. Ámbito económico

De acuerdo con el Indicador Mensual de Actividad Económica [30] para el departamento del Cauca, se estima que el crecimiento económico departamental para el mes de noviembre y diciembre de 2022 se sitúa en 1,6% y 1,5% por encima de los niveles de noviembre y diciembre de 2021. El crecimiento estimado para el acumulado del año 2022 queda en un valor aproximado de 7,6, lo que significa que la economía en el departamento del Cauca continúa en crecimiento económico positivo. El Cauca en el año 2022 tuvo un crecimiento el cual se ubicó en un 7,5% respecto a la influencia dentro de la estructura productiva departamental (Industria manufacturera, turismo y sector público) [19].

Figura 7. Economía del Cauca enero 2019 - diciembre 2022



Fuente: Cámara de Comercio del Cauca 2022) [19].

La economía en el departamento del Cauca se basa justamente en la producción agrícola, Industrial en el Norte en particular del Café, fique, caña de azúcar, caña panelera, papa, maíz, yuca, frijol, tomate y mora. Es importante resaltar que los productos cárnicos, la ganadería y los lácteos, han adquirido una gran importancia en la economía del departamento. Además, la región cuenta con un gran número de reservas de oro de aluvión, según la agencia nacional de minería en el año 2017, la producción minera del departamento del Cauca proviene inicialmente de los municipios de Timbiquí, Suarez, Buenos Aires, Inza, El Tambo, López de Micay y Patía y en oro, plata y carbón los municipios de El Tambo, Buenos Aires, Suarez y Morales [19].

Figura 8. Indicador de la agroindustria, la minería y el turismo 2020 - 2

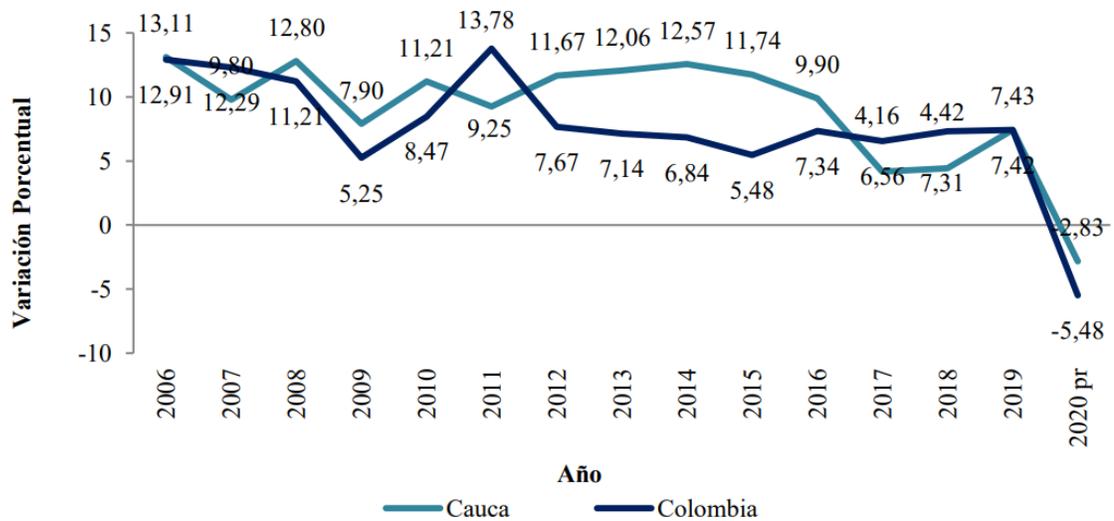
Indicador de bienestar	Línea base	Año línea base	Fuente de Información
Formalización de la agroindustria, la minería y el turismo	10,23%	2019	Registro mercantil-Confecámaras SI Minero y Registro Nacional Minero- Ministerio de Minas y Energía Registro Nacional de Turismo- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
<b>META:</b> Aumentar en un 3,7% las unidades productivas de sectores agroindustria, minería y turismo formalizadas			

Fuente: [31].

Para el año 2020 el Departamento del Cauca ocupó el puesto 20 (4.77), en comparación con año 2019, donde ocupó el puesto 22. Lo anterior supone una mejora en la competitividad del departamento que puede ser explicada por una mejora presentada en los pilares: instituciones, infraestructura, sostenibilidad ambiental, educación media y básica; y sofisticación y diversificación los cuales presentaron una evolución positiva el último año, mejorando la puntuación del departamento [19]. mostró un comportamiento errático. Sin embargo, entre 2012 y 2016 se registró una tendencia ascendente y experimentó un crecimiento económico superior al promedio nacional, con una tasa de crecimiento promedio de 1,6% p. Si bien la economía colombiana creció levemente en los años siguientes (2017 y 2018), la economía del departamento se contrajo en comparación con su máximo histórico seis años atrás. Al año siguiente, 2019, el PIB del Cauca y el PIB de Colombia aumentaron 7,43% y 7,42% respectivamente.

Figura 9. Crecimiento % del PIB del Cauca y Colombia

Gráfico 2: Crecimiento porcentual del PIB del Cauca y Colombia.



Fuente: [19].

Para el año 2020, la producción caucana tuvo una participación del 1,8% sobre la producción nacional (PIB), decreció alcanzado un -2,83%, tendencia que no se aleja al comportamiento reportado por la producción nacional, cuyo crecimiento fue igual a -5,48%. Lo anterior puede ser explicado por los efectos generados por la pandemia COVID-19, según el Banco de la República (2020) el desplome de la economía colombiana señala unas pérdidas económicas que varían entre \$4,6 billones y \$59 billones por mes de acuerdo con los escenarios de aislamiento considerados, cifras que representan entre 0,5% y 6,1% del PIB nacional. La rama económica de servicios aparece como la más afectada, donde se destacan las actividades de alojamiento y servicios de comida, servicios inmobiliarios, servicios administrativos, actividades profesionales y técnicas, construcción y comercio.

El gasto del turismo receptor pasó de 13,8 billones de pesos en 2020 a 16,2 billones de pesos en 2021, lo que representó un crecimiento de 17,5%. El gasto para el último año estuvo relacionado principalmente con la compra de servicios de provisión de alimentos y bebidas con 4,9 billones de pesos, seguido de bienes de consumo turístico con 3,2 billones de pesos y los servicios de transporte de pasajeros por carretera con 2,5 billones de pesos.

En 2021, el número de ocupados en actividades turísticas presentó un crecimiento de 19,0%, explicado principalmente por el crecimiento de transporte de pasajeros en 30,6%; seguido por el crecimiento en los ocupados de otros servicios turísticos en 20,1% y servicios culturales, deportivos y recreativos con 20,0% [32].

Para 2020, la población ocupada presentó un decrecimiento de 48,0% con respecto al año inmediatamente anterior, explicado principalmente por las actividades de otros servicios turísticos con un decrecimiento de 68,3%; seguido de transporte de pasajeros con un decrecimiento de 62,8%; y alojamiento y servicios de comida y bebidas con un decrecimiento de 45,9% [32].

#### **8.2.4. Ámbito Normativo**

La actividad turística está regulada en Colombia por la Ley General de Turismo (Ley 300 de 1996 [70]) /Ley 1101 de 2006 [72] Modificatoria de la Ley General de Turismo La Ley 300 de 1996 [70] o Ley General de Turismo consigna en su título I en los

artículos 1° y 2° (Disposiciones y principios generales); la importancia de la industria turística y los principios generales de la actividad turística. Al respecto define al turismo como una “industria esencial” para el desarrollo de las entidades territoriales y regiones, que cumple una función social. Establece la Ley General de Turismo una serie de principios generales que son la base de la industria turística [33].

Mesa de turismo mediante Decreto 580 – 12-2009 Estos documentos indican la parte institucional y reglamentaria de la Superestructura departamental, son el marco normativo para las actuaciones en el turismo. De mano con los documentos estratégicos mencionados (plan de competitividad, Agenda interna y plan estratégico 2032) se convierten en referentes para el planteamiento institucional [29].

Mesa de turismo mediante Decreto 580 – 12-2009 Estos documentos indican la parte institucional y reglamentaria de la Superestructura departamental, son el marco normativo para las actuaciones en el turismo. De mano con los documentos estratégicos mencionados (plan de competitividad, Agenda interna y plan estratégico 2032) se convierten en referentes para el planteamiento institucional.[33]. Se centra en hacer y gestionar las políticas y programas institucionales que se centran en Popayán si bien algunos de los proyectos tienen alcances en las zonas rurales [33]. Con el fin de garantizar la prestación de servicio de calidad, el proyecto se rige con la NTSH 006 y con la Norma NTC ISO 9001: 2015. En el Sector Hotelero, esa norma gestiona 8 procesos que se deben tener en cuenta para el funcionamiento de los lugares de hospedaje. Por ende, para el desarrollo y prestación de calidad de la investigación se tendrán estos factores, los cuales se clasifican de la siguiente manera:

- **Dirección:** Garantizar el compromiso y las estrategias del establecimiento, definiendo la política de calidad y objetivos para el Glamping, definir la responsabilidades, autoridad y comunicación de cada uno de los trabajadores de la empresa.
- **Recepción:** Encargada de la responsabilidad de vender el servicio de alojamiento de Glamping a todos los tipos de usuarios, se contará con el servicio de equipaje, de recibimiento y acompañamiento desde la recepción hasta los Glamping a los clientes, se tiene en cuenta todo el servicio de internet, teléfono y de seguridad, para la estadía satisfactoria del cliente.

- **Alojamiento:** Se contará con el ama de llaves y el personal de mantenimiento, el cual estará capacitado para mantener la limpieza, conservación e higiene de cada uno de los Glamping, baños, recepción y áreas comunes del proyecto, mediante el aseo diario y semanal de cada uno de estos lugares.
- **Restauración:** Garantizar la venta de los distintos servicios como el chef al Glamping, terapeuta y que estos cumplan con lo solicitado por el cliente en el momento indicado, además de brindarles las actividades de los atractivos turístico de la ciudad, como es el senderismo, actividades y caminatas ecológicas, visitas a los lugares turísticos y gastronómicos de la región.
- **Animación:** Brindar actividades de juegos de mesas, recorridos de la granja y huerta para especialmente dirigido a los niños o jóvenes, actividades de integración en la zona BBQ, karaoke, noches de fogatas y cuentos, rumba, excursiones de senderismo y visitas a los atractivos turísticos de ciudad y región.
- **Mantenimiento Técnico de las instalaciones:** Se contará con el personal de mantenimiento, el cual va a realizar el control, arreglo y mantenimiento de los equipos, máquinas, sistemas eléctricos y de emergencia, los equipamientos, el cuidado y adecuaciones de las zonas comunes.
- **Aprovisionamiento y Almacenaje:** Se tendrán los suministros necesarios para cada uno de los Glamping y las zonas comunes, para suplir cada una de las necesidades de los clientes.
- **Eventos Especiales:** la combinación de venta de los servicios mencionados en los factores anteriores como: las reuniones, celebraciones y conferencias empresariales, entre otros.

### **8.2.5. Ámbito financiero**

“El turismo es considerado a nivel nacional como la segunda fuente de captación de divisas, lo cual en compañía del posicionamiento y promoción generado por parte del gobierno colombiano para disminuir la brecha entre percepción y la realidad del país a nivel internacional, que en compañía de la gran riqueza y diversidad cultural, ecológica, de climas y de ambientes y el cambio de percepción de seguridad sobre la nación, se presenta la oportunidad de desarrollar actividades en este sector económico. El gobierno nacional brinda la posibilidad de emprender mediante distintas entidades bancarias que brindan un solvente económico a la medida de la necesidad de la persona, se encuentran organismos destinados a el acompañamiento y aporte económico a emprendedores, tales como, Bancolombia, el Banco Caja Social, Banco Procredit, Bancamía y Coomeva, que a través de la Fundación respalda a los emprendedores que ya tienen una experiencia en el mercado [34].

El turismo es un instrumento muy importante para el desarrollo económico de los países, es una actividad que además de impactar su propio sector, influye fuertemente en los resultados de otros sectores, por ello se genera una gran competencia en busca de brindar mejores servicios y productos a los turistas, además es una oportunidad para nuevos proyectos y alternativas de negocio [33].

En la ciudad de Popayán el turismo es un componente que está en potencial crecimiento, son varias las cosas que atraen turismo a la ciudad, tales como su tradición y cultura, sus atractivos naturales y ecológicos o su gastronomía; los cuales no solo se pueden encontrar en la ciudad de Popayán, sino también en sus municipios aledaños, a tan solo unos minutos de esta [33] capital del departamento del Cauca en la República de Colombia, se encuentra localizada en las coordenadas 20 26' 51" de latitud norte y 76 03' 13" de longitud oeste y su altura sobre el nivel del mar es de 1750 metros, tiene una población estimada de 270.000 habitantes aproximadamente en su zona urbana y con una extensión territorial de 512 Km<sup>2</sup>[35].

### **8.2.6. Ámbito medioambiental**

El departamento del Cauca es conocido como uno de los departamentos megadiversos de Colombia, dada a su variedad de climas, bosques, fauna y flora. El Cauca es generoso en variedad de especies vegetales y animales; cuenta con selvas de mangle y guaduales en el Pacífico, cuenta con gran variedad de fauna

como el oso real, el tigrillo, el mico cariblanco, la danta de páramo, el oso de anteojos, el famoso cóndor de los andes, el puma americano, entre otros.

El Cauca posee riquezas naturales únicas: sierras, páramos a más de 4.000 metros, termales, playas y mar ideal para el buceo, caudalosos ríos y una diversidad cultural que se refleja en la gastronomía, dialectos y acentos [19].

El Volcán del Puracé es uno de los lugares turísticos más importantes en el Cauca, a tan solo una hora de Popayán, la capital. Este impresionante volcán se encuentra dentro de la reserva natural del Parque Nacional del Puracé, una reserva de alrededor de 83 mil hectáreas. En la entrada del volcán, en el sector de Coconuco están las aguas termales que brotan del volcán, reconocidas por sus propiedades curativas y sus beneficios para la salud. El Parque Nacional es el hogar del Cóndor de los Andes; de hecho, la repoblación de esta especie se está adelantando en la reserva indígena de Puracé [36].

El Cauca cuenta con una gran diversidad en flora y fauna, seis Parques Naturales Nacionales cuya área protegida declarada e inscrita en el RUNAP es aproximadamente de 323.106 hectáreas, donde habitan el 70% de las aves del País; Tres reservas forestales protectoras regionales con un área aproximada de 8.398 ha., y cinco áreas municipales como áreas de conservación in situ con una extensión aproximada de 989.45 hectáreas. El Departamento cuenta con un importante ecosistema de Manglar presente en los municipios de López de Micay, Timbiquí y Guapi, representado en 18.693 [18]. Asimismo, Sus parques naturales son símbolo de su riqueza natural, en el Parque Nacional Natural Munchique habitan osos de anteojos, osos hormigueros, osos perezosos, tigrillos, tigres, zorros, venados, ardillas y murciélagos; en el Parque Nacional Natural Puracé habitan el cóndor, colibrí, venado conejo y rojo, danta, loro orejiamarillo, pavas y muchas especies más [32]. El Parque Nacional Natural Isla Gorgona que pertenece al Pacífico colombiano, junto con Isla Malpelo son las únicas islas del Pacífico que pertenecen a Colombia. En sus aguas se encuentran los bancos de corales más diversos de la zona oriental del Pacífico y los más grandes del Pacífico colombiano [37].

### **8.3. ESTUDIO DE MERCADO DEL PROYECTO**

El glamping hace parte de un nuevo concepto de alojamiento que tiene como mercado objetivo aquellas personas que buscan experiencias de alojamiento

similares al camping, sin tener que dejar de lado la comodidad, bajo las raíces lingüísticas de “Glamorous camping” o glamping, según [38].

Las personas que realizan actividades de turismo son visitantes que pueden ser turistas o excursionistas (visitantes del día). Los turistas, pernoctan; es decir, que pasan la noche fuera de su domicilio, los excursionistas no pernoctan para referirnos a estudiantes y docentes del municipio de Popayán [39].

Debido a que el servicio es de hospedaje e involucra la pernoctación nuestro mercado estará compuesto por clientes que se denominan como turistas, y para este proyecto tomaremos como referencia el mercado local de turistas del municipio de Popayán por su cercanía, tamaño y capacidad de compra, se ha establecido el mercado objetivo como hombres y mujeres de un medio poder adquisitivo dado el precio del servicio, por ende, pertenecientes a estratos 4 a 5, y asimismo , pretendemos abarcar una población objetivo importante desde los estrato 2 y 3.

La población en edad de trabajar representa el 63.26% de la población, es decir 107,183 personas. Por sexo, la población masculina en edad de trabajar equivale al 75.27% y las mujeres en edad de trabajar ascienden al 77.98%. En proporción, la población de hombres equivale al 47.06% y las mujeres al 52.94%. Puede verse como el mercado de trabajo local, presenta una mayor participación de las mujeres, situación que es similar a la proporción entre hombres y mujeres de la población total

A continuación, se relacionan los datos de población del Departamento del Cauca según Censo Nacional de Población y Vivienda – CNPV 2022:

Población total: 1 '516.018 habitantes. Representa el 2,94% de la población nacional que es de 51 '609.474.

Distribución de la Población: 545.724 (35,99 %) Cabecera y 970.294 (64,00%) Centros Poblados y Rural Disperso; a nivel nacional el dato es de 39'388.690 (76,32%) y 12'220.784 (23,67 %) respectivamente. Con estos datos se evidencia que el Cauca es un departamento mayoritariamente rural [23].

### **8.3.1. Producto**

#### ***Identificación del bien o del servicio***

El glamping es aquella actividad que consiste en acampar con algunas de las comodidades y lujos que brinda un hotel cinco estrellas, el cual está ligado al cuidado del medio ambiente, además va acorde a un concepto exclusivo de camping, lujo y viajes que buscan un bajo impacto ambiental.

El desarrollo del turismo en el Departamento del Cauca ha girado en torno a la Semana Santa en Popayán, el Congreso Gastronómico, el parque Nacional Puracé, Coconuco, Silvia y Tierra dentro; con un crecimiento del 11% en comparación al año 2020 de acuerdo al número de turistas reportados en el PIT [29].

Existe una ausencia importante de entidades para la promoción del Cauca como destino, la presencia de agentes de viaje mayoristas es casi inexistente y las pocas agencias de viaje han enfocado sus esfuerzos hacia un turismo de salida más que, de entrada. Actualmente el desarrollo de la industria del turismo se mide por el nivel de innovación que se ha venido generando en este sector, ya que cada día los consumidores son diferentes, tienen mayor acceso a la tecnología, esperan calidad y una experiencia diferente en los servicios que adquieren y en muchos casos las mismas son compartidas en redes sociales y plataformas, esto es primordial para adquirir un servicio turístico [32]. Por consiguiente, el “Glamping Wonder Green” está pensado para ofrecer cerca de 5 cabañas Glamping para su etapa final de operación, en principio se construirá 1 iniciando operación en la vereda bajo palacé de la ciudad de Popayán, posteriormente se irán construyendo las demás dependiendo de los resultados obtenidos, con el fin de ofrecer experiencias cómodas para observar el cielo nocturno y el paisaje, una visita turística y lo más importante: “Ofrecer un servicio diferente , amigable con el medio ambiente. Además, el glamping presenta una ventaja competitiva, como lo es su paisaje su riqueza natural en el paisajismo el cual demuestra un poco de la riqueza natural del departamento del cauca y de la ciudad de Popayán. Su ubicación es especial, ya que está ubicado entre la cordillera central brindando espectaculares paisajes y momentos inolvidables, cuyos atardeceres son magníficos que quedan en nuestras vidas como retratos de la creación, asimismo en las noches se pueden observar la afinidad de las estrellas.

Figura 10. Paisaje y vista desde el terreno.



Fuente: Elaboración propia

Asimismo, se tiene en cuenta la creación del logo de la empresa el cual representa un ambiente familiar inmerso en la naturaleza y las montañas, espacio propicio para el descanso de las personas.

Figura 11. Propuesta logo Glamping "Wonder Green".



Fuente. Elaboración propia.

### **Descripción de las características del B/S en función del mercado**

Tabla 4. Características en función del mercado

<b>Composición del glamping</b>	<b>Descripción</b>
Entrada de clientes	-Zona de parqueo fuera del sector de tránsito peatonal. -Entrada de servicio independiente a la de huéspedes.
Áreas verdes	Áreas verdes como principal atractivo turístico, en la entrada y alrededores.
Espacios públicos	-Mecanismos contra incendios, alarma general. -Salidas de emergencia. -Sistema general de conexión satelital.
Habitaciones	-Cama doble y triple. -Se contará con 4 habitaciones para pareja y 2 habitaciones familiares. -Luz eléctrica 24hrs CEO mediante detectores de presencia de superficie. -Baños privados y públicos con conexiones a duchas calientes. -Jacuzzi -Ventilación natural. -Elementos de aseo personal. -Malla de descanso tipo Catamarán.
Áreas recreativas	-Plan de recorrido por la zona -Juegos - Zona BBQ
Servicio de restaurante	-Alimentación tipo buffet -Comidas rápidas -Bar
Zonas generales	-Área de limpieza -Depósito herramientas -Manejo de residuos -Zona wifi gratis para clientes -Identificación de áreas de riesgo eléctrico

Fuente Elaboración propia

El glamping presenta un enfoque recreativo, vacacional y de conexión con el medio natural, el cual involucra la interacción de todo tipo de personas ya que sus

instalaciones son ergonómicas, innovadoras y confortables, en estos espacios se brinda la oportunidad de hospedaje por una línea de tiempo acordada, además de ello una variedad de servicios que permitirán obtener una estadía amena, siendo de gran atracción turística, y capaz de cambiar la zona de confort o monotonía que se lleva en el día a día.

### ***Tipo y vida del producto.***

Alojamiento tipo glamping que proporciona un servicio de alojamiento, que brinda una experiencia agradable con los recursos naturales de la zona de Bajo Palacé en la ciudad de Popayán.

La estructura inicial del glamping será en forma de domo geodésico, este tipo de estructura presenta un auge en su comercialización en el mercado demostrando confianza en el producto, posiblemente por su particularidad en su forma al presentar una mayor amplitud en su interior, comodidad y visibilidad.

Figura 12.Domo Geodésico



Fuente. Domo geodésico [18].

Este tipo de domo geodésico de 6 m de diámetro tiene un costo en el mercado de \$2000 a \$2100 dólares, equivalente en pesos colombianos a \$7.490.800 y \$7.872.900 respectivamente [40].

En la actualidad se presenta una variedad de espacios de estadía, que brindan un sin número de servicios con un enfoque recreacional y de contacto directo con la naturaleza, las cabañas, los campings, casas en los árboles, entre otros, se encuentran entre los distintos tipos de estancia que en esta época tienen una alta ocupación.

Tabla 5. Características del glamping

Imagen	Tipo de glamping	Descripción
	Domos (globo geodésico)	Los domos para acampar están diseñados para ofrecer el más alto nivel de comodidad sin tener ningún impacto en el entorno circundante. Estas estructuras permiten instalarse en las ubicaciones más escénicas e inverosímiles, desde cimas de montañas hasta acantilados frente al mar.

Fuente. Elaboración propia

El ciclo de vida de un producto es el proceso por el que pasa un artículo comercial desde su concepción hasta su salida del mercado. El ciclo determina las etapas de un producto: introducción, crecimiento, madurez y declive.

***El glamping como Mercado Estratificado:***

Los precios que se pagan por disfrutar de estos alojamientos no convencionales o insólitos, son en la mayoría de los casos, tarifas Premium equivalentes a un hotel de 4 o 5 estrellas. Habitualmente, el viajero que ha tenido un poder adquisitivo alto o medio-alto, ha buscado un hotel de lujo en ciudades o lugares a la orilla del mar,

los cuales tienen entornos urbanísticos circundantes; el concepto de lujo en el hotelería está evolucionando desde una imagen de glamour mucho más flexible, adaptado a diferentes y específicos grupos de consumidores. “Hay un cambio social en marcha: el lujo hoy tiene menos que ver con los formalismos y más con lo que el huésped quiere hacer y disfrutar”, explica Frits van Paasschen, CEO de Starwood Hotels & Resorts Worldwide. Por esto, el mercado del glamping es estratificado, un producto intangible que se rodea y compone de elementos tangibles debido a que se caracteriza por instalaciones lujosas en medio de la naturaleza.

Lo anterior indica que sus usuarios son individuos con poder adquisitivo alto y la imagen que se ha creado, promocional y publicitariamente alrededor del consumo del mismo conlleva a una fusión que vivencia la experiencia de disfrutar de los múltiples beneficios de esta nueva tendencia de alojamiento al aire libre o campestre en escenarios tal vez poco habitados pero que permite adentrarse en una estructura confortable y de altísimo gusto que brindan una experiencia fusionada inigualable. Sin embargo, esta estratificación de índole social y económico podrá brindar esta misma oferta a individuos en un nivel inferior dentro de índole económica social y política, así como psicológica y conductual permitiendo diseñar una oferta de valor acorde a cada segmento.

### ***El Glamping se ha convertido en un Mercado Local y Global:***

El Turismo de Naturaleza abarca los subproductos turísticos del ecoturismo, aventurismo y turismo rural. Este se ubica dentro de las tipologías, adaptadas a la oferta turística de la tendencia del Glamping, que permite planificar viajes en la naturaleza con las comodidades de un hotel, pero al estilo camping, cumpliendo con los estándares de sostenibilidad, y con equipos flexibles, móviles, temporales y de construcción liviana. Se puede evidenciar un aumento de esta práctica en el país analizando la cantidad de hospedajes que se han abierto en diferentes partes del territorio nacional, concentrando su mayoría en áreas aledañas a la capital de la república. Solo el sitio de internet llamado Glampinghub.com ofrece 11 alojamientos en 4 regiones de Colombia [41]. Sin embargo, se evidencia en la gráfica 1, el volumen de mercado del ecoturismo en donde va inmerso el glamping, incluyendo también parte de su perfil de usuario, “El Eco-turista tiende a ser culto, maduro y enfocado en el medioambiente, pero mantiene una conducta de compra con los criterios tradicionales (precio, confort, servicios, calidad, etc.), presentando 64 millones de eco turistas internacionales al año” [39].

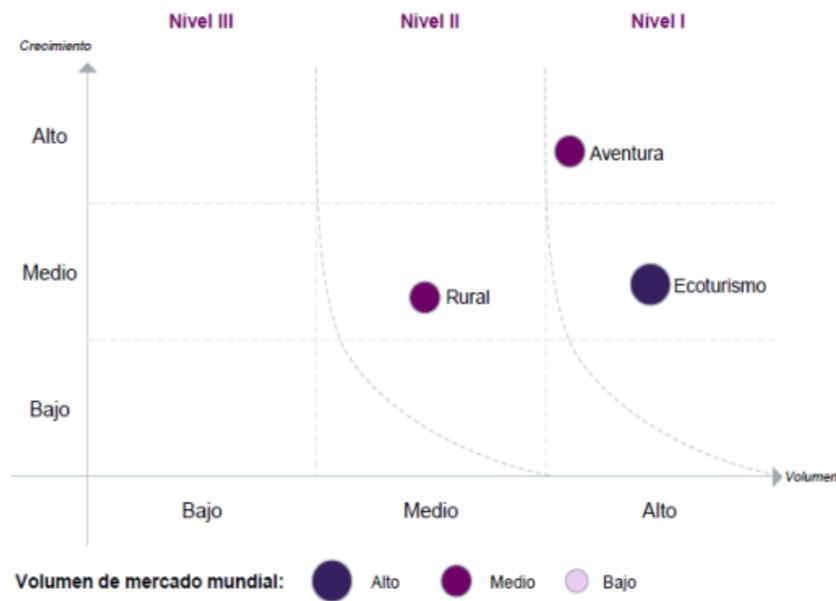
Figura 13. Ciclo de vida subproducto turismo de naturaleza en el mercado mundial.



Fuente. Ciclo de vida subproducto turismo de naturaleza en el mercado mundial [42].

El ecoturismo es el subproducto que presenta mayor volumen de negocio por su alto volumen de mercado y crecimiento estable, tal y como se evidencia en la siguiente gráfica.

Figura 14. Volumen del mercado.



Fuente. Volumen de mercado [42].

Guarín Sanabria, A., & Pradilla Mejía, J. P., en su investigación concluyen: “Dada la novedad del Glamping en nuestro país, grupos como: la Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo (ANATO), la Asociación Hotelera y Turística de Colombia (COTELCO) y la Federación Colombiana Ecoparques, ecoturismo y turismo de aventura (FEDEC), aún no han establecido los criterios para determinar si un establecimiento pertenece o no a dicha práctica. Además, según conceptos internacionales [41], la única característica que es necesaria, está en su propio nombre y, es ofrecerles a los clientes una experiencia de camping con las comodidades de un hotel” [23].

Tabla 6. Tipo de vida del producto

TIPO DE VIDA DEL PRODUCTO	
Introducción	En la etapa de introducción del servicio al mercado competitivo, se necesita una alta inversión en marketing para que las personas nacionales e internacionales conozcan la nueva idea de alojamiento, para evitar percances, se debe realizar un estudio de clientes a fin de identificar gustos y comportamientos en este tipo de espacios, además es imprescindible la segmentación del mercado para identificar el tipo de clientes potenciales que tendrá el glamping.
Crecimiento	La demanda aumenta considerablemente, las reservaciones incrementan por esto, es pertinente mantener las estrategias de marketing y sobresalir ante la competencia.
Madurez	La prestación del servicio es reconocida y la competencia ofrece precios bajos o servicios complementarios, para fidelizar la marca, el servicio debe de resaltar las características y beneficios, además debe mantener la calidad, generando programas de fidelización y promociones que sean atractivas para los clientes, por lo anterior es necesario crear una experiencia memorable para el cliente. También, existe la posibilidad de extrapolar el proyecto y llevarlo a otras zonas potenciales de turismo, a fin de generar un mayor impacto a nivel nacional.
Declive	En esta etapa el servicio cuenta con una baja demanda ya que la temporada no es vacacional y los pocos clientes han

	ido a la competencia, por esto se deben implementar estrategia de marketing, en las distintas plataformas digitales a fin de captar la atención de un nuevo mercado consumidor, ajustar los servicios a las necesidades de los clientes, brindar un valor añadido al cliente el cual no posea la competencia.
--	---

Fuente. Elaboración propia

**Existencia o posibilidad de desarrollo de productos sustitutos o similares.**

Existen diferentes productos que sirven o pueden ser aquellos sustitutos que satisfacen la oportunidad o necesidad que se puede brindar con este tipo de alojamiento, por lo tanto, pueden ser reemplazados por otro factor que decante la decisión del consumidor. Como lo puede ser con los siguientes tipos:

Tabla 7. Productos similares

<b>ILUSTRACIÓN</b>	<b>TIPO</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
	<p>Hoteles campestres</p>	<p>Hospedaje donde se encuentra el edificio en todo momento con vistas a espacios de ocio, descanso y entretenimiento; es por ello que se dispone de habitaciones ordenadas radialmente orientadas al disfrute de la vista y separadas una de otras.</p>

	<p>Casa árbol</p>	<p>Alojarse en una casa del árbol es una buena definición de glamping, ya que te permitirá disfrutar de la cercanía con la naturaleza, la tranquilidad, el aire fresco y unas vistas espectaculares desde las alturas, pero con todas las comodidades. Desde luego, se trata de un tipo de glamping que te sorprenderá y hará que vivas una experiencia diferente mientras descubres una nueva forma de viajar.</p>
	<p>Yuntas modernas</p>	<p>Las yuntas modernas cuentan con todas las comodidades y pueden soportar perfectamente los climas más extremos, lo que las convierte en el glamping ideal para cualquier época del año.</p>
	<p>Tiendas safari</p>	<p>Las tiendas safari se basan en el tema verde, la ecología y la comodidad, estas tiendas están llenas de clásicos de moda que combinan deleite en lo salvaje y lujo. Maneja un gran espacio abierto transparente y brillante que se combina con la naturaleza</p>
 <p>Camping pods ecológicos</p>	<p>Glamping pods ecológicos</p>	<p>Las cápsulas para acampar ecológicos brindan una excelente protección contra el viento y la lluvia al tiempo que conservan una sensación acogedora y hogareña en el interior. Realmente no hay nada como un alquiler de cápsulas glamping bien hechas y cuidadas</p>

	<p>Cabañas</p>	<p>Las cabañas pueden estar hechas de paja, madera, nieve, piedra, hierba, hojas de palma, hielo, ramas, pieles o tela. tienen una amplia variedad de materiales utilizados, así como entornos para los que estos materiales son específicos.</p>
	<p>Tiendas de campaña en forma de campana</p>	<p>Es una estructura de lona de origen árabe, parecido a una casa, pero portátil, más conocida como carpa. Está equipada con camas, colchones de calidad, una decoración interior única y todo tipo de comodidades que un hogar puede tener, que permite dormir en medio de la naturaleza cubierto por un cielo de estrellas. Son estructuras adaptables a cualquier entorno, su amplio interior permite diseñar la decoración al ambiente donde se ubique.</p>
	<p>Cabañas elevadas</p>	<p>Las cabañas elevadas son una combinación entre cabaña estándar y casa del árbol. Estas estructuras están sostenidas sobre postes, ofreciendo una vista panorámica del entorno y de la naturaleza que la rodea.</p>

Fuente. Elaboración propia

### 8.3.2. Mercado de materias primas

#### ***Determinación y calidad de las materias primas básicas.***

Tabla 8. Materias primas.

<p><b>MUEBLES Y ENSERES</b></p>
<p>Camas doble y triple</p>
<p>Colchones</p>
<p>Protectores de colchón</p>

Sábanas y sobre sábanas
Almohadas
Toallas para cuerpo y manos
Servicios públicos
Lámparas
Sillas
Ventiladores
Computador
Teléfono
Celular
Implementos de papelería
Utensilios para cocina
Utensilios para limpieza
Piscina de hidromasaje inflable
Insumos de alimentación
Malla
Filtro de piscina
Cloro

Fuente. Elaboración propia

Figura 15.Domo Geodésico plano



Fuente. [34]

Domo geodésico frecuencia 3 diámetro de la esfera 4.5m diámetro de la base 4.42m; altura desde base 2.67 metros; área de la base 15.34 m<sup>2</sup>, por esto se presenta a continuación el canal de distribución del proyecto:

Figura 16. Canal de distribución materias primas

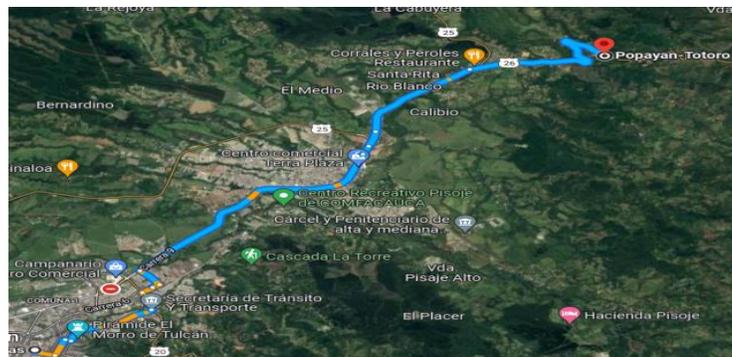


Fuente.[35]

### ***Zonas productivas, infraestructura de producción y localización***

También se tiene en cuenta la cercanía a la ciudad de Popayán , con un tiempo de viaje en automóvil aproximado de llegada desde el centro de la ciudad (Parque Caldas) hasta el “Glamping Wonder Green” de 28 min - 35 min a una distancia de 15.5 km desde este punto , véase figura 17.

Figura 17.Distance desde el Parque Caldas hasta “Glamping Wonder Green”



Fuente. [43].

También, se tiene una poca o escasa competencia en la zona donde estará ubicado el negocio, ya que su única competencia es el glamping puracé, ubicado a 33 minutos del parque Caldas de la ciudad de Popayán. además, como valor agregado se tiene el buen estado de la vía dado que se ubica en el trayecto Popayán - Totoro (véase figura 18)

Figura 18.Vía a la vereda



Fuente. [43].

### ***Normas y controles.***

#### ***Reglamentación uso de cloro***

**Decreto 1609 de 2002:** El presente decreto tiene por objeto establecer los requisitos técnicos y de seguridad para el manejo y transporte de mercancías peligrosas por carretera en vehículos automotores en todo el territorio nacional, con el fin de minimizar los riesgos, garantizar la seguridad y proteger la vida y el medio ambiente.

Para el manejo de carga es importante tener en cuenta lo siguiente:

- Rotulado y etiquetado de embalajes y envases: Este ítem es muy importante cumplir con los establecido para cada clase en la Norma Técnica Colombiana NTC 1692 - anexo N° 1.
- Pruebas de ensayo, marcado y requisitos de los embalajes y envases: Las pruebas y el marcado establecidas en cada Norma Técnica Colombiana para cada clase de mercancía peligrosa, deberán realizarse por entidades debidamente acreditadas ante la Superintendencia de Industria y Comercio, SIC, de acuerdo con los procedimientos establecidos dentro del Sistema

Nacional de Normalización, Certificación y Metrología, o ante instituciones internacionales debidamente aprobadas para tal fin por la Superintendencia de Industria y Comercio, SIC.

- Requisitos generales para el transporte por mercancías peligrosas: Es muy importante tener en cuenta que Todos los vehículos que transporten mercancías peligrosas en contenedores por las vías públicas del territorio nacional, deberán fijarlos al vehículo mediante el uso de dispositivos de sujeción utilizados especialmente para dicho fin, de tal manera que garanticen la seguridad y estabilidad de la carga durante su transporte, también tener en cuenta que Para el transporte de mercancías peligrosas se debe cumplir con requisitos mínimos tales como: la carga en el vehículo deberá estar debidamente acomodada, estibada, apilada, sujeta y cubierta de tal forma que no presente peligro para la vida de las personas y el medio ambiente; que no se arrastre en la vía, no caiga sobre ésta, no interfiera la visibilidad del conductor, no comprometa la estabilidad o conducción del vehículo, no oculte las luces, incluidas las de frenado, direccionales y las de posición, así como tampoco los dispositivos y rótulos de identificación reflectivos y las placas de identificación del número de las Naciones Unidas UN de la mercancía peligrosa transportada.
- Es de vital importancia tener la tarjeta nacional para el transporte de mercancías peligrosas [44].

### ***Nivel tecnológico***

En los procesos seleccionados de servicio, se debe de tener él cuenta cada una de las tecnologías aplicables a materia prima, piscina, ambiente, entre otros aspectos importantes, es por esto que las tecnologías a tener en cuenta:

- Piscinas: para la limpieza de estas es necesario incorporar nuevas tecnologías, tales como los robots limpian fondos dotado de aspiración ciclónica. También se cuenta con tecnologías avanzadas con bomba de calor Mr. Silence Inverter, que promete calentar el agua todo el año a baja velocidad, lo que no genera ningún ruido y consume la mitad de energía de la bomba de calor tradicional. Añadido a lo anterior, se tiene el robot Alpha

de Fluidra ofrece la identificación de características de cada piscina para una limpieza personalizada [41].

En el uso de piscina de hidromasaje inflable, se debe de tener en cuenta el control relacionado a las funciones de filtrado, jet o bomba de aire, calentamiento automático después de alcanzar un nivel de agua estipulado, todos estos procesos incorporan una potencia de 1800W [42].

### 8.3.3. Demanda

#### ***Análisis de las principales variables que afectan la demanda.***

##### ***Segmentación del mercado:***

Se basa en ciertas variables, tales como:

**Geográficas:** El mercado de glampings ha tenido una mayor acogida a nivel nacional como internacional, es por esto que “WONDER GREEN GLAMPING” tendrá un enfoque directo con el departamento del Cauca, específicamente con la ciudad de Popayán y sus zonas aledañas.

**Psicográfica:** Las clases sociales se identifican como media y alta, con intereses por la naturaleza sin perder el glamour y el confort, con base a lo anterior, se tiene en cuenta que la personalidad es importante ya que los visitantes deben obtener una experiencia agradable ambientalmente responsable, con actividades al aire libre y de exploración, también se tienen los hobbies o complementos al hospedaje.

**Conductual:** Incorpora beneficios de reflexión personal, actividad física, adquisición de conocimientos y experiencias agradables, con una frecuencia de compra ocasional, un nivel de lealtad y disposición de compra media y alta, según la necesidad del usuario [19].

**Análisis del usuario o consumidor final**

Tabla 8. Segmentación del mercado

<b>VARIABLE</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
<b>Geográfica</b>	Región: Andina Clima: Templado
<b>Demográfica</b>	Edad: entre 15 y 66 años Sexo: Masculino - Femenino Nivel de estudios: Medio- Alto Estrato: 2 a 6 Ocupación: Indiferente Nacionalidad: colombianos y extranjeros
<b>Psicográfica</b>	Clase social: Hombres y mujeres Estilo de vida: personas interesadas en estar en contacto con la naturaleza sin perder el beneficio del glamour y confort, asimismo, personas interesadas en el paisajismo, caminata y astronomía. Personalidad: aventureros, naturalistas, ambientalistas, espirituales Hobbies: viajes, camping, fotografía, lectura, descanso, meditación, actividad física, avistamiento de aves, música y pintura.
<b>Conductual</b>	Beneficios: Descanso, Conexión consigo mismo, actividad física, relajación, aprendizaje autónomo, experiencias únicas Frecuencia: Ocasional Nivel de lealtad: media-alta Disposición a la compra: media-alta.

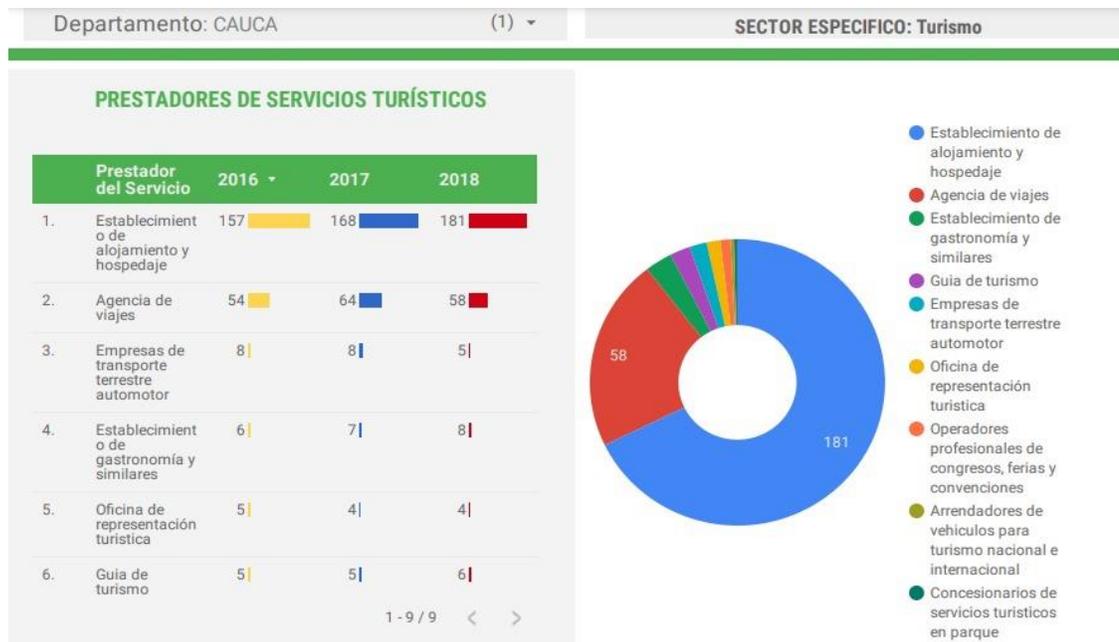
Fuente. [3].

## Segmentación, nichos y mercado objetivo

- Tasa de consumo actual y potencial

En el departamento de Cauca, según cifras del Ministerio de Industria y Comercio, se tiene un total de prestadores de servicios de turismo para el año 2018 de 181, con la mayor participación de establecimientos de alojamiento y hospedaje, esto es necesario para la selección de los servicios que se incorporarán en la idea de negocio.

Figura 19. Turismo



Fuente. [13].

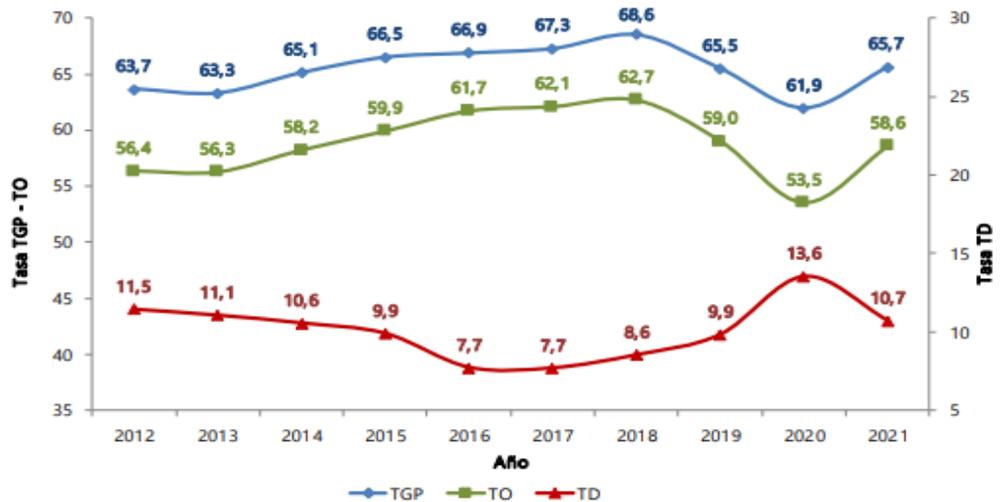
- **Proyección de la demanda en el horizonte del proyecto (análisis cuantitativo y cualitativo)**

En la proyección realizada en el estudio [6] se utiliza la matriz financiera del fondo emprender para realizar las proyecciones financieras, la cual fija un IPC constante

de 4%. El incremento anual del número de unidades ocupadas en el glamping es del 4%.

- Factores que pueden alterar la demanda y la elasticidad

Figura 20. TGP (tasa global de participación), TO (tasa de ocupación) y desempleo



Fuente: [21].

En la gráfica se puede observar un TGP (tasa global de participación), TO (tasa de ocupación) y desempleo donde para el año 2021 se tiene un total de 10,7%, en la participación se evidencia un alza significativa correspondiente a 65,7% para el mismo año, lo que indica que actualmente se llevan a cabo una creación de nuevas alternativas de negocio tanto macro como micro emprendimientos capaces de suplir las necesidades del mercado consumidor.

Según los tipos de demanda que existen para el marketing, se identificó que el que más le compete al proyecto es la demanda irregular o estacional ya que este tipo de demanda presenta alzas y bajas para las ventas de la microempresa, debido a que los productos y servicios se demandan con más fuerza en ciertas épocas del año, dependiendo del cambio de estación, lo que genera la irregularidad en las ventas.

Uno de los factores externos más importantes que se presentan a nivel del departamento son los ciclos estacionales que para este caso la principal amenaza

sería la temporada climática de invierno, este factor presenta disminuciones importantes para la demanda. Por otro lado, también se tienen en cuenta factores como: el precio de productos similares, los gustos y preferencias de los usuarios, la accesibilidad al lugar de ubicación del glamping entre otros.

Para [47] determinan que la demanda de la estructura para glamping es Inelástica, es decir, que no aumenta ni disminuye recíprocamente con una caída o alza en su precio. Las personas compran aproximadamente la misma cantidad, ya sea que el precio baje o suba, debido al tipo de producto (De lujo), por tanto, su frecuencia de compra es baja, lo cual hace menos probable que sea sensible a la variación del precio.

### **Sustitutos y complementarios**

El mercado del glamping se puede manejar como un producto sustituto ya que hay diferentes tipos de alojamientos turísticos como hoteles, hostales, campamentos y viviendas turísticas, entre otros que las personas prefieren en el momento de realizar sus vacaciones. Conforme al registro nacional de turismo se encuentran registrados 11.160 hoteles como prestadores de servicios turísticos y 21.267 viviendas turísticas, lo que quiere decir que en el país en su mayoría hay establecidos estos tipos de alojamientos.

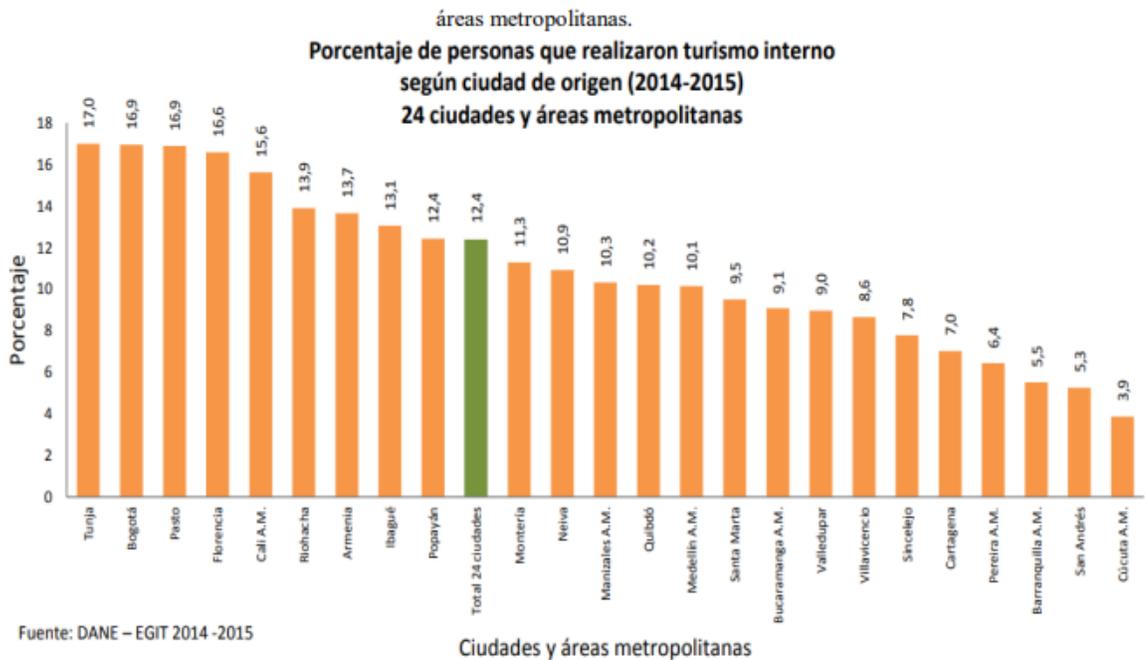
### **Tendencias individuales**

El mercado del glamping se puede manejar como un efecto de la demanda de tipo BAND WAGON ya que se convierte en una moda la adquisición de este servicio. Este efecto se puede describir como una teoría psicológica según la cual los individuos adoptan ideas o conductas por el mero hecho de que una gran mayoría de personas lo han hecho previamente, a pesar de que estas decisiones choquen con sus propias creencias o razonamientos.

### 8.3.4. Oferta

#### **Características de la oferta.**

Figura 21. Turismo interno



Fuente: DANE – EGIT 2014 -2015

Fuente: DANE – EGIT 2014 -2015

Fuente. Turismo interno[22].

#### **Producción nacional y extranjera**

En Colombia con base a las estadísticas de calificación de servicio se logra identificar 10 de los lugares más reconocidos de glamping en Colombia.

El mercado del glamping a nivel nacional ha tenido un importante crecimiento, en donde se puede evidenciar que los departamentos de Antioquia y Cundinamarca son los más potenciales en donde lideran el segmento del turismo con modalidades que integran glamour, naturaleza y privacidad. Por la variedad de los paisajes, climas y ecosistemas que tiene el país, este atractivo turístico no solo ha tomado

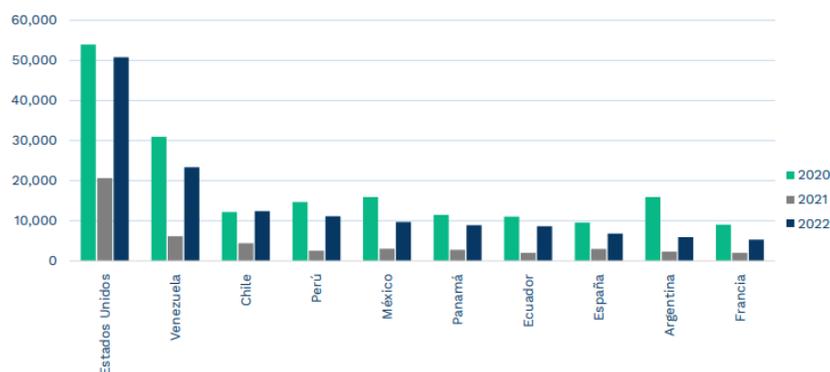
fuerza a nivel local, sino también entre extranjeros quienes buscan en Colombia pasar unas noches en medio de la naturaleza de una manera cómoda y segura.

Por otro lado, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, bajo la página del Centro de Información Turística de Colombia (CITUR) destacó que para el año 2021 según las estadísticas nacionales en cuanto a turismo receptor, se obtuvo un 74,14% de turistas que llegaron al país por motivos de vacaciones, recreo y ocio. Así mismo se conoció que en cuestión de alojamiento para este mismo año su tasa de ocupación fue del 40.8% cayendo 8 p.p frente al año 2019, en comparación del año 2022 que para el mes de enero la tasa de ocupación fue del 52.0% aumentando 1.8 puntos porcentuales frente al año 2020.

En el año 2022, según las cifras preliminares en el mes de enero el número total de viajeros extranjeros no residentes fue de 193.593 donde se presentó una caída del 37.1% con respecto al año 2020, provenientes principalmente de Estados Unidos, Venezuela, México, Argentina y Perú. Escogiendo como ciudades de destino Bogotá con el 38.2%, seguido de Medellín y Cartagena.

Figura 22. Residencia de extranjeros no residentes en Colombia

**Top 10 país de residencia de extranjeros no residentes en Colombia  
enero 2020 - 2022**



Fuente: Migración Colombia. Cálculos OEE - MinCIT.

Fuente. Residencia de extranjeros no residentes en Colombia [22].

Según el boletín estadístico de la Cámara de Comercio del Cauca para los años 2019-2020 en el primer trimestre se registró la llegada de visitantes a la ciudad de Popayán en un 97%, en donde se destacó que el rango de edad de estos turistas estaba entre los 26 y 46 años y que solo el 27% indicaba que eran mayores de 60

años. El tipo de alojamiento más utilizado por estos turistas en el primer trimestre de 2020 fueron los hoteles con 66%, los hostales por su parte lograron respecto al 2019 un segundo lugar con el 20%, de acuerdo a los visitantes al punto de información turística en el primer trimestre del año, estos prefirieron hospedarse en hoteles.

### ***Proyección y crecimiento esperado de la oferta***

El sector turismo en el Departamento del Cauca se concentra en destinos principales: Popayán, la Zona Montañosa de Tierra adentro, Silvia, Puracé y la zona costera en Guapi. Actualmente, el departamento del Cauca cuenta con un inventario turístico que incluye 17 Municipios con vocación turística que poseen activos y atractivos para desarrollar: Turismo Étnico, Cultural y Religioso, Turismo Ecológico y de Aventura, Turismo Patrimonial, Turismo Gastronómico, Turismo Agro, Turismo Experiencial, Turismo Rural, Turismo de sol y playa, Turismo de negocios, ferias y eventos [19].

El sistema del sector turismo tiene un conjunto de actividades que se interrelacionan y se desarrollan para una mejor experiencia, debido a eso hay mayor participación de diferentes tipos de empresas que prestan un servicio dependiendo de la necesidad que cuente el turista en el momento, se puede decir que se encuentra en el mercado con :agencias de viajes Operadoras, agencias de viajes y Turismo, establecimientos de Alojamiento y Hospedaje, Establecimientos de Gastronomía, Bares Turísticos, Agentes que explotan los activos turísticos del Departamento, Empresas de transporte terrestre (interno e intermunicipal, Tiendas de artesanías, mecató típico y comercio en general., Guías de Turismo, Policía de turismo [19].

### ***Tipo de competencia a nivel Nacional***

El “Glamping Colombia” está ubicado en El Embalse de Tominé, en el Municipio de Guatavita, vereda Tominé de indios. Este Glamping cuenta con 6 Domos, los cuales brindan toda la comodidad y elegancia que el cliente desea, además gracias al diseño de los Domos se pueden apreciar un paisaje natural agradable y también ofrecen servicios de aromaterapia y cromoterapia, vuelo en parapente recorridos de veleros, visitas guiadas a lugares históricos, entre otros.

Figura 23. Glamping Colombia



Fuente. [21].

Glamping Aldebarán, ubicado en Duitama, es creada por 3 socios chilenos, los cuales evidenciaron una oportunidad de negocio al replicar este tipo de alojamiento ya existente en Chile a Colombia, razón por la cual implementaron el negocio en un terreno propio. Cuentan con 2 Glamping tipo Domo, cada uno con capacidad para máximo 4 personas, con baños privados en el exterior. Factores diferenciadores: Tienen un cultivo de Gulupas, pero son solo para exportación.

La modalidad de pago de los competidores en Colombia ha sido estudiada mediante encuestas, donde se identifica que esta se centra en pago en efectivo y transferencias, por lo que es importante brindar al consumidor la facilidad de pago para obtener el servicio [6].

### ***Tipo de competencia a nivel Cauca***

Con el aval del comité técnico y la mesa de Turismo del Cauca se priorizaron 17 municipios que tienen vocación turística en el Departamento, los cuales hicieron parte del proceso de levantamiento del inventario de atractivos turísticos del Cauca. (Consultores en turismo, 2012), estos Municipios son:

- Santander de Quilichao- Silvia- San Sebastián
- Suarez - Popayán - Balboa
- Caloto - Puracé - Bolívar - Morales
- Timbío - Guapi - Piendamó - Sotará

- Inza - Cajibío - Patía – El Bordo
- Puracé

Ubicado en la vereda pisoje alto de la ciudad de Popayán, este lugar presenta un alojamiento tpo glamping, fomentando el ecoturismo al presentar una oferta de hospedaje en un domo geodésico, experiencia para parejas, familias y personas que tengan esta posibilidad de estar en un entorno natural entre montañas [48].

Las tarifas que manejan son de aproximadamente \$300.000, en las cuales se realiza un check-in: a las 3 pm y un check-out a las 11:30 AM del siguiente día. En semana se tiene un valor de \$250 000 de lunes a jueves y \$299.000 los fines de semana, y actualmente cuenta con un nuevo servicio denominado Domo suite el cual tiene un costo de \$350.000 el cual cuenta con una disponibilidad en semana de lunes a domingo.

Figura 24. Glamping Puracé



Tomado de: [21].

- Silvia

Hostal El Molino Francisco José de Caldas

Nuestro Glamping cuenta con 8 carpas perfectamente equipadas, baños, duchas de agua fría y caliente, cocina comunitaria, hermoso y amplio espacio verde,

sendero al río, avistamiento de aves, wifi, ciclopaseo. Buena ubicación y free tours. comunidad Tripadvisor.

Figura 25.Hostal El Molino Francisco José de Caldas



Fuente. [12].

El precio por noche oscila entre \$210.000 y \$300.000 dependiendo de las características del glamping a elegir y si la reserva se hace fines de semana, de lo contrario el precio podría variar más no significativamente.

### **Competencia nivel Popayán**

Tabla 9.Competencia local

<b>Empresa</b>	<b>Características</b>	<b>Precio</b>
<i>Agroparque las villas</i>	Modalidad de hospedaje innovador y alternativo dentro del turismo conocido como glamping el cual combina la experiencia de acampar al aire libre con el lujo y las condiciones propias de los mejores hoteles, brindando al turista un alojamiento de alto valor agregado disfrutando de la naturaleza y el aire libre.	Precio habitación pareja \$200,000 por noche [49].
<i>Leremita bio hotel</i>	Se encuentran ubicados en Silvia - Cauca a 2 horas y 45 minutos de la Ciudad de Cali y	Ofrecen cuatro tipos de alojamiento:

	a 45 minutos de la Ciudad de Popayán.	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Master Suite de lunes a jueves por un precio de \$350.000 y de viernes a Domingo \$400.000.</li> <li>-Master Suite Deluxe tiene un costo de \$400.000 .</li> <li>-Villa con jacuzzi al aire libre con un costo de \$350.000</li> <li>-Grand Master a un precio de \$450.000 [50].</li> </ul>
<i>Cabañas el Porvenir</i>	Este tipo de cabañas tipo glamping se encuentran ubicadas en la vereda la Honda, Timbío, a aproximadamente 15 minutos del parque Caldas que se encuentra ubicado en la Ciudad de Popayán. La hora de ingreso es a partir de las 3:00 p.m. y la hora de salida máximo a las 11:30 a.m. del siguiente día.	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Precio de \$350.000 por pareja de una noche en fin de semana y festivos y en día de semana de \$300.000.</li> <li>-Cabaña familiar la cual está diseñada para un máximo de cuatro personas y tiene un costo de \$450.000 [51].</li> </ul>
<i>Royal Forest Hotel</i>	En este establecimiento se ofrece el servicio de hotel y glamping, se encuentra ubicado en la Vereda Clarete, Kilómetro 1 - Vía Totoró, Popayán Cauca.	<p>Cuenta con los siguientes servicios:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Habitación sencilla a un precio de \$160.000 por noche para dos personas.</li> <li>-Habitación Junior Suite con un costo de \$180.000 por noche para dos personas.</li> <li>-Habitación Suite a un precio de \$200.000 por noche para dos personas.</li> <li>-Glamping el cual tiene un precio de \$300.000 por noche para dos personas [52].</li> </ul>
<i>Hostal campestre, centro recreativo pisojé</i>	Modalidad de hospedaje innovador y alternativo dentro del turismo conocido como glamping el cual combina la experiencia de acampar al aire libre con el lujo y las condiciones propias de los mejores hoteles, brindando con esto al turista un alojamiento de alto valor agregado disfrutando las bondades de la naturaleza y el aire libre, este cuenta con un reconocimiento a nivel nacional posicionándose como uno de los complejos	<p>Cuenta con Internet de alta velocidad gratuito (WiFi), acceso a sillas de ruedas y minibar en la habitación. Precio habitación pareja \$180,000 por noche [53].</p>

	recreativos más grandes de la ciudad de Popayán. Reconocimiento de la empresa a nivel nacional como experiencia significativa de ocio y esparcimiento familiar. Posicionamiento en el mercado del turismo, siendo este el complejo recreativo más grande de Popayán.	
--	--	--

Fuente. Elaboración propia.

### 8.3.5. Precio

#### ***Componentes del precio del producto***

Debido a que el perfil de Usuarios Finales: Los consumidores o usuarios habituales del glamping (Glamper) son personas jóvenes, de 15 a 65 años, de los sexos femenino y masculino, que cuentan con, ingresos económicos estables y se ubiquen en los estratos del 2 al 5. En su mayoría son personas practicantes habituales de algún deporte, disfrutan del contacto y cuidado de la naturaleza y están conectados de forma constante con familiares y amigos, de la misma forma, les gusta la aventura y lo diferente, pero no dejan a un lado su estatus, alto perfil y comodidad. prefieren un servicio personalizado y de excelencia, puesto que la calidad es un factor determinante. Están dispuestos y proyectados a comprar intangibles en los que en medio del mismo disfrute de la experiencia y participen en iniciativas de conservación y minimización del impacto negativo sobre el medio ambiente.

#### ***Métodos para determinar el precio***

Para determinar el precio del servicio es necesario identificar el precio que maneja la competencia, además de atenuar las necesidades del mercado con factores diferenciadores que permitan al consumidor exaltar y comunicar la excepcional experiencia. El entorno natural Caucano brinda la posibilidad de adaptar un espacio fácilmente a unas directrices predeterminadas, es por ello que es necesario evaluar económicamente a obtención, adecuación y remodelación del espacio, del producto inicial y de los funcionarios que proveerán de manera directa el servicio, además de esto es importante calcular los costos de marketing.

Lo anterior debe de representar de manera directa las inversiones y gastos inmersos en los pasivos a fin de obtener la seguridad de que el precio del mercado es superior al precio unitario de venta del servicio.

Es importante tener en cuenta que el precio de descuento sigue los mismos pasos que el precio de mercado con la diferencia que usted descontará su producto en un porcentaje al precio del mercado.

### **8.3.6. Comercialización**

La comercialización hace referencia al conjunto de acciones, estrategias, técnicas, métodos y procedimientos en el cual se incluye de manera eficiente un producto o servicio en un sistema de distribución y así poder alcanzar al consumidor de manera eficaz, la comercialización de un producto o un servicio permite que se pueda encontrar una adecuada presentación y acondicionamiento el cual sea atractivo en el mercado. Los factores que afectan la comercialización de un producto pueden ser:

- ❖ Internos: Dependen de la efectividad de la empresa, por eso es importante que se evalúen y controlen de manera constante en ellos se encuentran las metas y objetivos de la empresa a mediano y largo plazo, recursos humanos, materiales, producción, servicios etc.
- ❖ Externos: Factores los cuales no pueden ser controlados por la empresa como, por ejemplo, fenómenos económicos, socioculturales etc [54].

#### ***Definición y selección de canales de distribución a emplear en el proyecto***

Las estrategias de ventas para cualquier tipo de organización es uno de los puntos más importantes al momento de trazarse objetivos, el mercado objetivo al cual se desea llegar para que conozcan el servicio es en la ciudad de Popayán, lugares

aledaños (municipios, veredas), y para ello se va a hacer uso de las redes sociales para que así se dé a conocer más el lugar e incrementen el número de visitantes.

**Canal directo:** Es el proceso de distribución y comercialización de bienes y servicios en el cual se tiene relación directa con los consumidores. Se compone únicamente entre el fabricante y el consumidor final.

El fabricante vende de manera directa el producto o servicio al consumidor final, no se cuentan con ningún tipo de intermediarios por lo que la mayor parte de las actividades de comercialización las realiza el productor o fabricante. La mayoría de las empresas inician con este tipo de canal de comercialización, a medida que la empresa tiene un crecimiento la cuota referente al mercado puede disminuir, razón por la cual las empresas optan por canales con intermediarios. Algunos ejemplos de canales de distribución directa en los diferentes sectores son:

Sector bancario: Se comercializa directamente los productos a los clientes.

- Agricultura: Ya que en los mercados o plazas en general muchos agricultores venden sus productos de manera directa con el cliente final sin necesidad de que exista un intermediario.
- Empresas del sector textil: Algunas empresas como por ejemplo Zara, cuenta con aproximadamente un 90% de tiendas propias lo que significa que gestionan directamente lo relacionado con el producto que ofrecen a los clientes.

**Canal indirecto:** El producto antes de llegar al consumidor final pasa por diferentes personas las cuales son denominadas intermediarios, existen tres tipos de canales distribución: cortos, largos y dobles, al momento de hablar de canales de distribución indirectos hace énfasis a los distribuidores mayoristas y minoristas.

### ***Canales de distribución.***

- **Cortos:** El cual consta de tres niveles, fabricante, minorista y consumidor, como por ejemplo los sectores de automóvil (Renault, Hyundai), sector de la madera (muebles) entre otros.

- **Largo:** El producto hace un recorrido desde el fabricante hasta un mayorista y después a un minorista para que así finalmente llegue al consumidor final, este tipo de canal de distribución es más común y como se mencionó anteriormente consta de cuatro niveles (Fabricante, mayorista, minorista y consumidor final)
- **Doble:** Este tipo de canal de distribución es similar al largo, sin embargo, lo que lo hace diferente es que interviene un nuevo elemento conocido como agente exclusivo el cual participa en la comercialización del producto, este canal es propio de franquicias, distribuidores exclusivos o agencias de viaje, en pocas palabras donde se tiene exclusividad a la hora de vender o comercializar el producto [6].

Los intermediarios entre el fabricante y el consumidor final en este tipo de distribución indirecto pueden incluir:

- Mayorista / distribuidores
- Comerciante
- Minorista
- Consultor
- Representantes del fabricante
- Catálogos

### ***Condiciones de venta y sistemas de crédito***

Es importante que al momento de ofrecer los servicios del glamping a los clientes, se deje en claro las políticas referentes al pago del servicio que se va a prestar, ya que es crucial que no se presenten malos entendidos, presenta un menor riesgo trabajar con pagos directos que con créditos los cuales permiten pagar a un largo plazo. Para los pagos directos se tienen varias ventajas entre ellas es obtener descuento ya sea en la reserva, alimentación o que el establecimiento brinde un detalle de cortesía dependiente de la fecha en la cual se lleve a cabo la reserva.

## ***Sistema de publicidad y promoción***

Respecto a los canales de publicidad y las estrategias que se utilizan para que se conozca el producto será incorporarlo al mercado de forma digital mediante herramientas digitales como lo son: correo electrónico en las cuales se incluya pautas publicitarias y promocionales, descuentos, ofertas, también el uso de las redes sociales como: Instagram, Facebook con el fin de atraer clientes debido a que por medio de las diferentes publicaciones o post se hace una interacción entre la sociedad por medio de la cual se comparten gustos, preferencias entre personas, grupos y empresas esto se realiza con el propósito de que el producto se promueva y llame la atención del internauta. A parte del marketing digital existen diversos medios en los cuales se hacen pautas publicitarias respecto a un producto nuevo, estos consisten en participar en eventos promocionales, flayers, buscar patrocinio en algún evento o de algún cliente que esté muy interesado en ser partícipe del servicio que se pretende ofrecer.

## ***Asistencia técnica post-venta***

Para nuestro servicio post venta implica seguir ofreciendo una buena atención al cliente aun después de la etapa del servicio. Con el propósito de mantener una excelente relación con el cliente y es tan importante como ofrecer buena atención antes y durante.

En ese sentido se tendrán en cuenta los siguientes aspectos hacia los futuros clientes una vez hayan tenido la experiencia del servicio:

- El cliente no ve el establecimiento como una empresa sin rostro, sino que lo humaniza por medio de la atención al cliente, por lo cual es esencial generar un nombre y logo de nuestro establecimiento.
- Al realizar una trazabilidad del servicio los clientes se darán cuenta de que como prestadores del servicio nos preocupamos por ellos, además de que hacer pensar de se busca su satisfacción y que se valora su opinión. Cabe resaltar que para este aspecto se puede hacer el uso de encuestas de satisfacción.

- Si los clientes están satisfechos con la atención prestada serán capaces de recomendar el establecimiento con sus conocidos.

- Se debe estar pendiente de cómo reaccionan los clientes al servicio, para saber si se cumple con sus necesidades o si hay algo que se deba mejorar. Donde se proyecte para poder prestar un buen servicio después de la venta, se realizan actividades como comunicación personalizada vía telefónica, realizar algún tipo de cambio o devolución, es decir llevar a cabo acciones que hagan afianzarse al cliente con la marca y siga de nuestro lado.

### **8.3.7. Diseño de la investigación**

#### ***Tipo de investigación y método utilizado***

Inicialmente se buscó el método más asertivo para dar inicio al proceso estadístico correspondiente para la investigación, con el objetivo de establecer el tamaño del mercado y así poder determinar el número de encuestas a llevar a cabo en la población objetivo cuyas edades se encuentren entre los 15 y 65 años de edad y así mismo pertenezcan a los estratos socioeconómicos entre el 2 y el 5 de Popayán. El método estadístico usado para determinar lo anterior es el de muestreo por conglomerados aleatorio el cual se desarrolló en 4 fases:

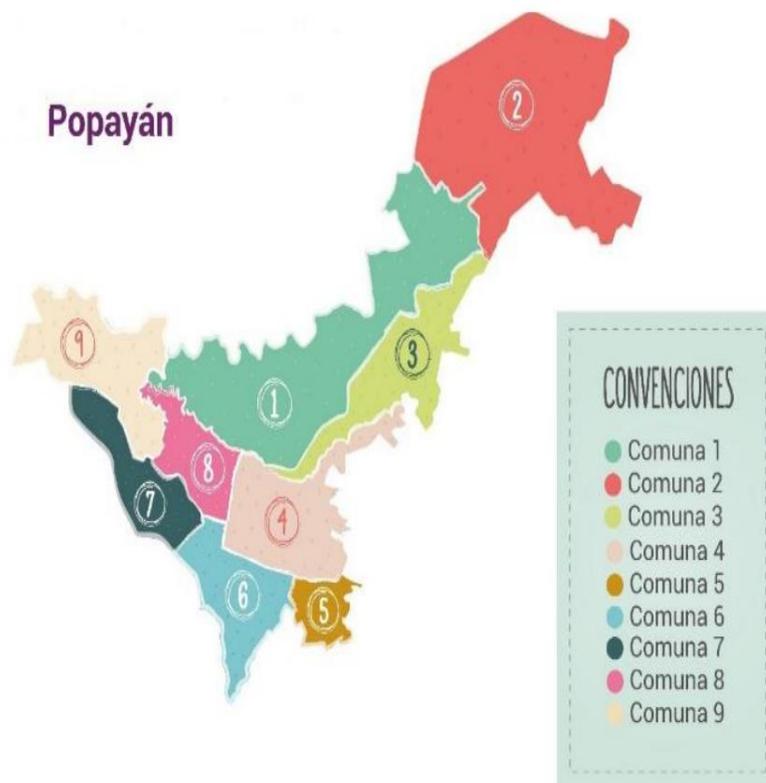
1. Determinar el total de barrios que se encuentran en el municipio de Popayán y así mismo establecer a que comuna y estrato socioeconómico pertenecen y finalmente plasmarlo en una hoja del Microsoft Excel.
2. Filtrar y eliminar los estratos socioeconómicos (1 y 6) que no pertenecen a nuestra población objetivo y en otra hoja del Microsoft Excel poner los barrios con los estratos (2,3,4,5) que se van a utilizar en el desarrollo de la investigación.
3. Una vez realizada la fase dos, se procede a usar la función *ALEATORIO.ENTRE* (1; 259), luego se arrastra esta fórmula hasta completar 15 barrios, se obtienen 15 números aleatorios entre 1 y 259 que son los barrios seleccionados por Microsoft Excel para llevar a cabo las encuestas.
4. Finalmente se procede a determinar el número de manzanas a visitar de cada barrio seleccionado.

### **Diseño de la muestra:**

La muestra para el estudio se realiza basándose en ciertas características que son:

- ✓ Saber cómo se encuentra constituido el municipio de Popayán, el cual cuenta con 9 comunas y una población de 210.262 personas. En la figura 26 se observa el mapa de Popayán, Cauca (Colombia) y la distribución de las nueve comunas.

Figura 26. Comunas del Municipio de Popayán.



Fuente. [55].

- ✓ Como se mencionó anteriormente la población objetivo son personas mayores de 15 años hasta los 65 que vivan en la ciudad de Popayán y pertenezcan a los estratos 2,3,4,5. En la tabla 12 se observa el número de barrios, viviendas, manzanas y el número de habitantes que actualmente pertenecen a cada comuna y a cada estrato socioeconómico.

Figura 26 Cantidad de viviendas, manzanas, barrios, personas por comunas que pertenecen a los estratos 2,3,4 y 5 de Popayán.

COMUNA	ZONA	CANTIDAD			POBLACION POR ESTRATOS				TOTAL DE LA POBLACION
		BARRIOS	VIVIENDAS	MANZANAS	2	3	4	5	
1	NORTE	28	2.497	180	0	0	3.562	1.368	<b>4.930</b>
2	NORTE	58	7.380	604	3.090	12.758	197	336	<b>16.381</b>
3	NORTE	52	5.558	319	384	13.080	8.632	553	<b>22.649</b>
4	CENTRO	33	6.530	359	138	11.151	20.247	135	<b>31.671</b>
5	SUR	16	3.163	161	1.710	2.735	0	0	<b>4.445</b>
6	SUR	31	3.989	279	829	4.863	0	0	<b>5.692</b>
7	ORIENTE	29	5.731	442	2.421	0	0	0	<b>2.421</b>
8	OCCIDENTE	17	4.625	201	773	20.350	0	0	<b>21.123</b>
9	OCCIDENTE	14	3.356	225	1.205	8.462	0	0	<b>9.667</b>
TOTAL		<b>278</b>	<b>42.829</b>	<b>2.770</b>	<b>10.550</b>	<b>73.399</b>	<b>32.638</b>	<b>2.392</b>	<b>118.979</b>

Fuente. [55].

El municipio de Popayán se divide en 9 comunas, las cuales están compuestas por los estratos socioeconómicos 1,2,3,4,5,6. En la figura 26 se observa los estratos de interés para la investigación y se tiene una cantidad de 10.550 en estrato 2, 73.399 en el estrato 3, 32.638 en estrato 4 y por último 2.392 en estrato 5, para un total de 118.979 habitantes. [56]

Debido a que la población de los estratos 2,3,4, y 5 es mayor a 10.000 habitantes, se considera como una población infinita para el cálculo de la muestra. Para ello es importante determinar los parámetros estadísticos necesarios para llevar a cabo el cálculo del tamaño de la muestra.

Tabla 10 Parámetros para el cálculo de la muestra

<b>MUESTRA DE LA POBLACIÓN</b>	
<p><math>n = (?)</math> <i>Tamaño de la muestra.</i></p> <p><math>N = 118.979</math> <i>Habitantes.</i></p> <p><math>Z = 1,96</math></p> <p><math>p = 0,5</math></p> <p><math>q = 0,5</math></p> <p><math>e = 0,09</math></p>	$n = \frac{z^2 \times (p \times q)}{e^2}$ $n = \frac{(1,96)^2 \times (0,5)^2}{(0,09)^2}$ <p><b><math>n = 118,567901 \cong 120</math></b></p>

Fuente. Elaboración propia

### **Procedimiento para la toma de la muestra**

Una vez definido el tamaño de la muestra respecto a la población a encuestar, dio un total de 118,567901 que se aproximó a 120 encuestas a realizar a la población objetivo de los estratos 2.3.4 y 5 de la ciudad de Popayán. El método estadístico utilizado en esta toma muestral fue el muestro por conglomerados aleatorio el cual consiste en seleccionar elementos al azar de una población

Se determinó que las encuestas se emplean de la siguiente manera:

Tabla 11. Definición de la unidad muestral.

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>TOTAL</b>
Barrios elegidos	15
Manzanas elegidas	8
Casa elegida de cada manzana	1
Persona elegida para responder la encuesta	1

Fuente. Elaboración propia.

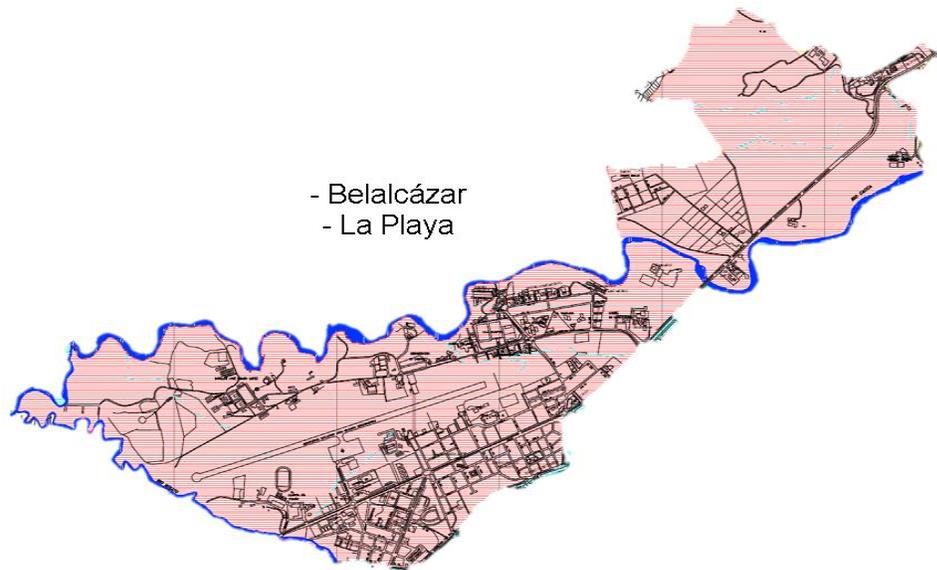
Respecto a la población objetivo para llevar a cabo las encuestas se encuentran los siguientes barrios:

Tabla 12. Barrios seleccionados para aplicar la encuesta.

<b>BARRIOS</b>	<b>ESTRATO</b>	<b>NÚMERO</b>		
		<b>MANZANAS</b>	<b>CASAS</b>	<b>PERSONAS</b>
<b>Aida Lucia</b>	3	8	1	1
<b>Belalcázar</b>	4	8	1	1
<b>Conjunto Entrepinos</b>	4	8	1	1
<b>Gran Bretaña</b>	2	8	1	1
<b>Guayacanes del Río</b>	3	8	1	1
<b>La Playa</b>	5	8	1	1
<b>La Sombrilla</b>	2	8	1	1
<b>La Ximena</b>	5	8	1	1
<b>Las Ferias</b>	2	8	1	1
<b>Los Hoyos</b>	3	8	1	1
<b>Los Periodistas</b>	3	8	1	1
<b>Palacé</b>	3	8	1	1
<b>Pandiguando</b>	3	8	1	1
<b>Toeza</b>	2	8	1	1
<b>Urbanización San Fernando</b>	3	8	1	1

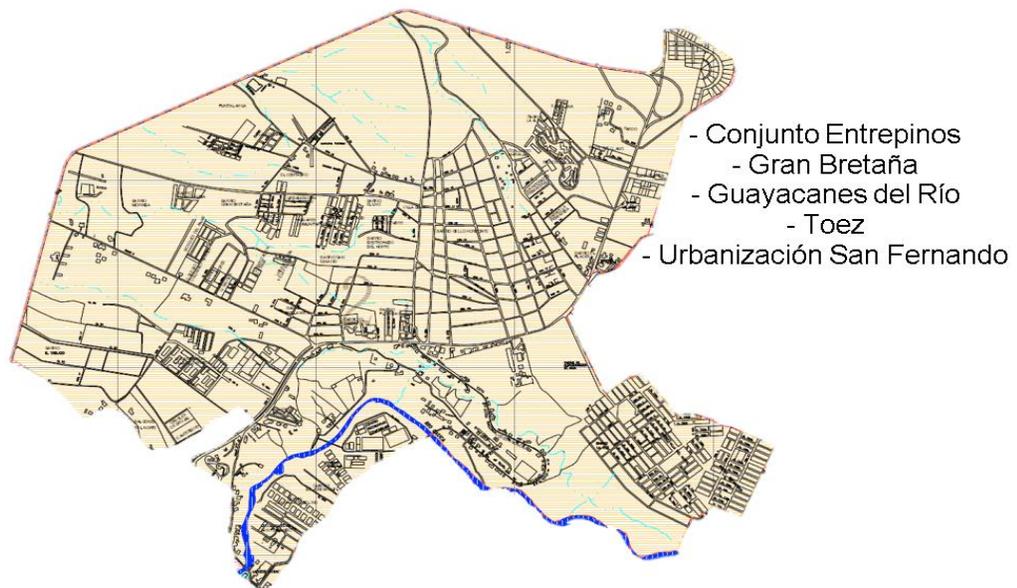
Fuente. Elaboración propia.

Figura 27. Barrios seleccionados para aplicar la encuesta en la comuna 1.



Fuente.[57].

Figura 28. Barrios seleccionados para aplicar la encuesta en la comuna 2.



Fuente. [57].

Figura 29. Barrios seleccionados para aplicar la encuesta en la comuna 3.



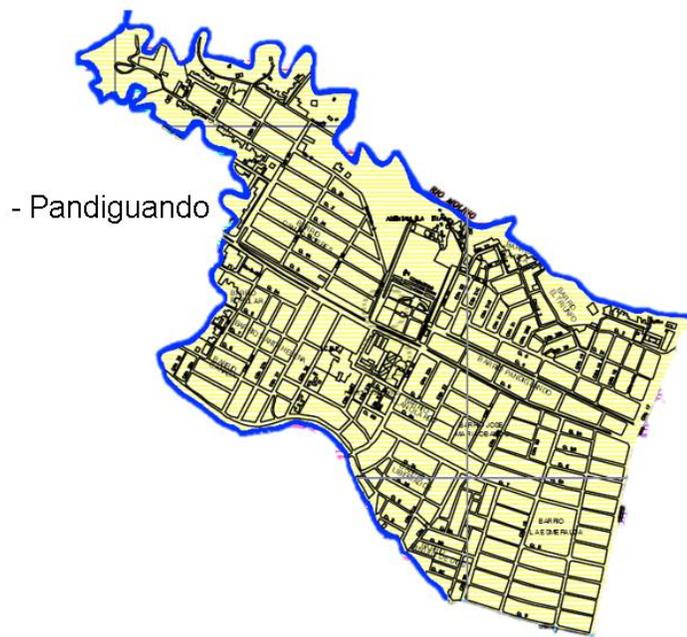
Fuente. [57].

Figura 30. Barrios seleccionados para aplicar la encuesta en la comuna 5.



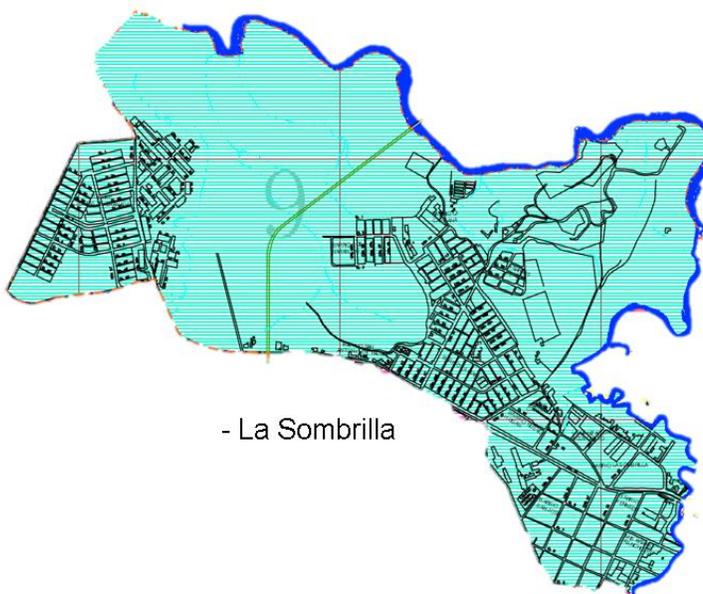
Fuente. [57].

Figura 31. Barrios seleccionados para aplicar la encuesta en la comuna 8.



Fuente. [57].

Figura 32. Barrios seleccionados para aplicar la encuesta en la comuna 9.

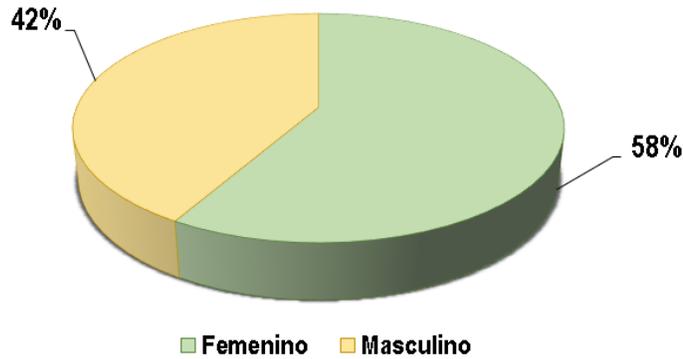


Fuente.[57]

### ***Resultados de la investigación***

A continuación, se muestran los datos obtenidos de las 120 encuestas elaboradas en los barrios determinados.

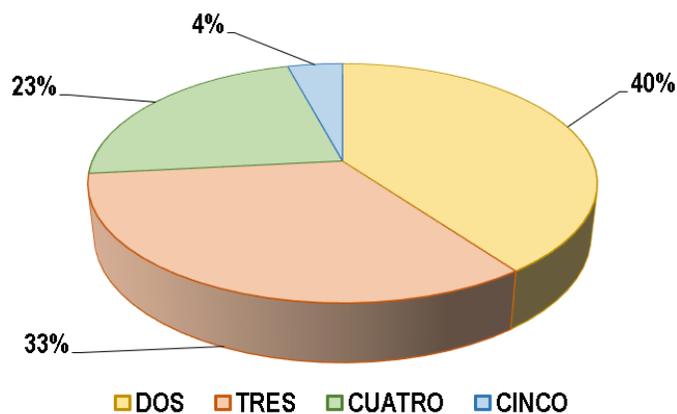
Gráfica 1. Género



Fuente. Elaboración propia.

Para la determinación del género de personas encuestadas se tiene que, el género predominante es el Femenino con un 58 % de la muestra correspondiente a 70 personas y el 42% de género Masculino, completando la muestra de las encuestas de 50 personas.

Gráfica 2. Porcentaje de participación de los estratos de interés en la encuesta.

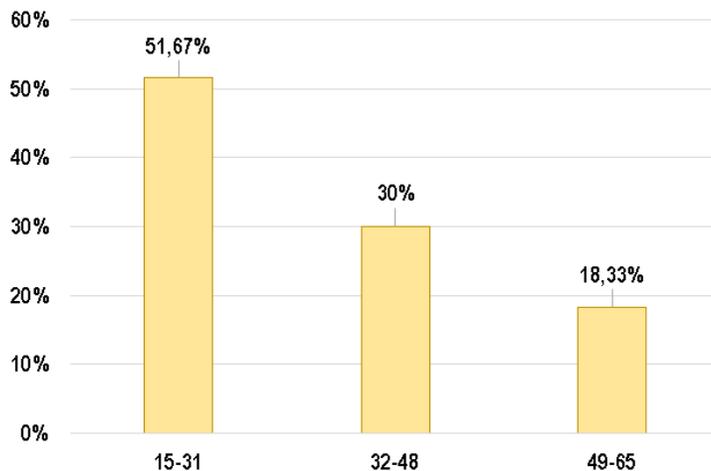


Fuente. Elaboración propia.

Como se definió en el diseño de la muestra, los estratos de interés para la aplicación de la encuesta serían los estratos 2, 3, 4 Y 5 de la ciudad de Popayán. Donde la mayor cantidad de encuestados corresponden al estrato 2 con un 40%, mientras

que el porcentaje restante se distribuyó entre los estratos 3 ,4 y 5, como muestra la anterior gráfica.

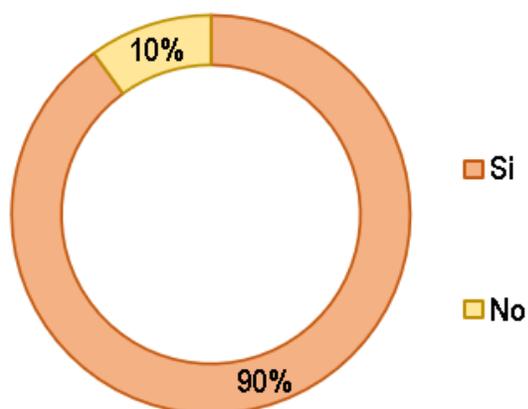
Gráfica 3. Grupo de edades.



Fuente. Elaboración propia.

En la anterior gráfica se muestra que la mayor cantidad de personas encuestas se encuentra entre 15 y 31 años, los intervalos de 15 a 31 años, 32 a 48 y de 49 a 65 años, corresponden aproximadamente al 74% de la población encuestada.

Gráfica 4. Gusto a viajar.

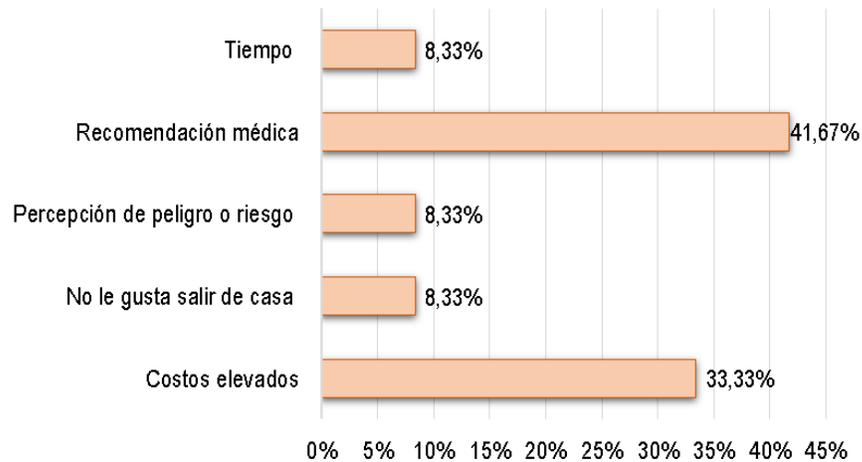


Fuente. Elaboración propia.

Se puede observar por medio de la pregunta que dentro de los encuestados un 10 % de ellos son personas que no les gusta viajar por diferentes factores, pero con

una favorabilidad de un 90% para la continuación de la encuesta se tiene que si les gusta viajar.

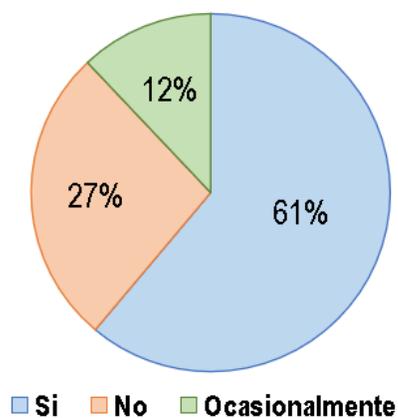
Gráfica 5. ¿Porque no le gusta viajar?



Fuente. Elaboración propia.

Dentro de los factores se tiene que con un promedio de 4 de esas personas no les gusta viajar por factores como lo es por recomendaciones médicas, pero también por los costos elevados.

Gráfica 6. ¿Incluye en sus viajes el ecoturismo?

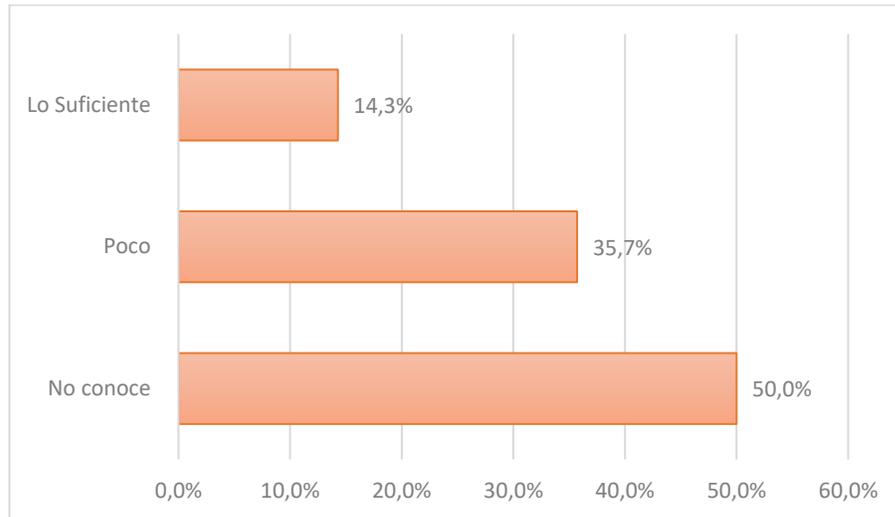


Fuente. Elaboración propia.

Para poder abarcar en detalle es importante iniciar con la actividad general que es el ecoturismo donde con un 61% de los encuestados son personas que incluyen

entro de sus viajes estos planes como también el 27% de los encuestados no lo tienen en cuenta, para los restantes de manera ocasional lo realizan.

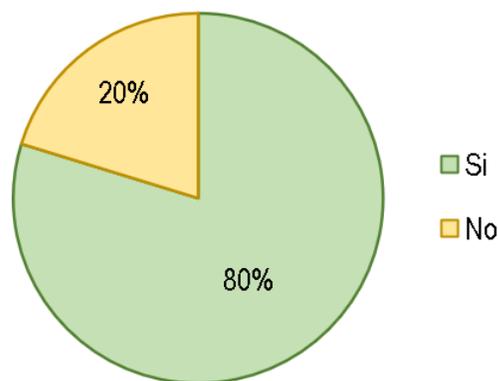
Gráfica 7. Conocimiento sobre que es ecoturismo



Fuente. Elaboración propia.

Donde es posible conocer que aquel 36 % de personas que no tienen dentro de sus planes en los viajes realizar ecoturismo o que lo realizan de manera ocasional, no lo hacen de tal manera porque no conocen ya que el 50% de ellos así lo expresan como también el 14% de ellos no lo incluyen aun conociendo de él.

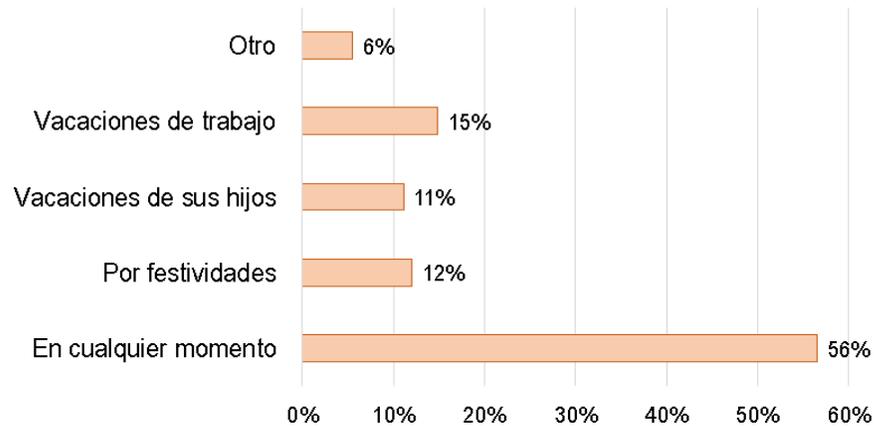
Gráfica 8. ¿Ha vivido experiencias con relación al ecoturismo?



Fuente. Elaboración propia.

Se analiza el comportamiento de aquellas personas las cuales ya hayan vivido la experiencia de realizar ecoturismo en el cual un 80 % si lo han realizado, con un restante de 20 % de personas sobre los encuestados que no lo han realizado.

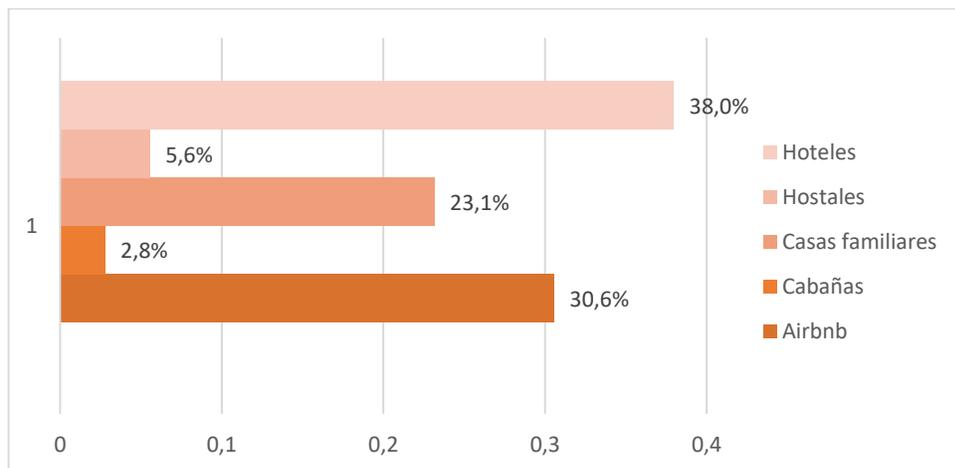
Gráfica 9. Temporada en la que viaja.



Fuente. Elaboración propia.

Se observa que el 56% de las personas que les gusta viajar lo hacen en cualquier momento de su vida, pero como también que el 15 % de ellos lo realizan solo cuando tienen vacaciones en su trabajo, pero seguido a ello es posible conocer un porcentaje semejante a este de que lo realizan por festividades como por vacaciones de sus hijos con un 12 y 11 % respectivamente.

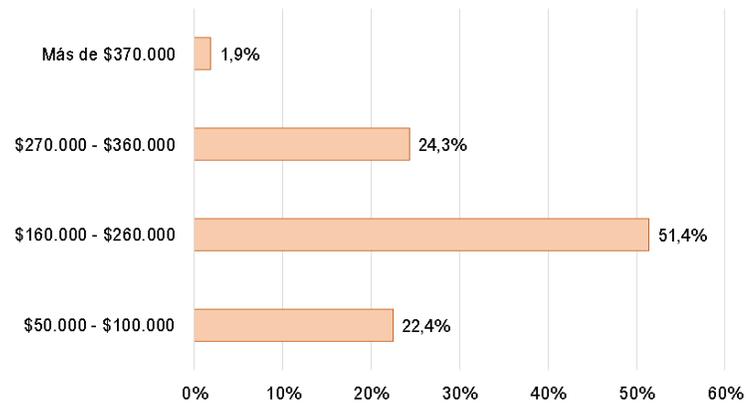
Gráfica 10. Lugares que acostumbra a utilizar cuando viaja.



Fuente. Elaboración propia.

Es posible conocer que para las personas que viajan, los lugares que más acostumbran a emplear para hospedarse son hoteles con un 38 %, por sus distintas ventajas y formas constantes de uso, pero también con un 30.6 % emplean lo que es las plataformas de Airbnb, como también con un valor relevante sobre el total un 23% emplean lo que es las casas familiares.

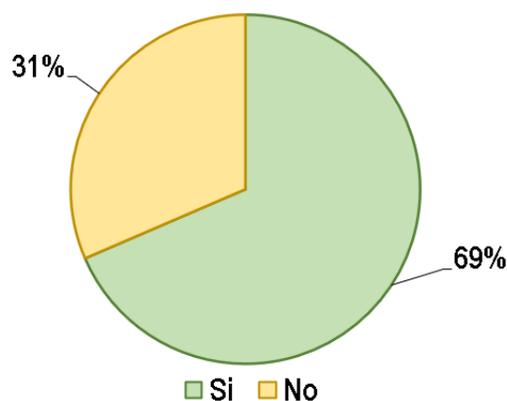
Gráfica 11. Gasto promedio que dispone para una noche de alojamiento



Fuente. Elaboración propia.

Para partir en cuestiones monetarias es necesario conocer cuanto emplean estas personas en promedio para una noche de alojamiento fuera de su origen, donde con la mayor parte se disponen entre \$ 160.000 y \$260.000 mil pesos ya que el 51,4 % de las personas encuestadas estarían dispuestas a cancelar este valor y un valor que no estarían dispuestos a emplear más del 98% de los encuestados es de más de \$ 370.000 mil pesos por noche.

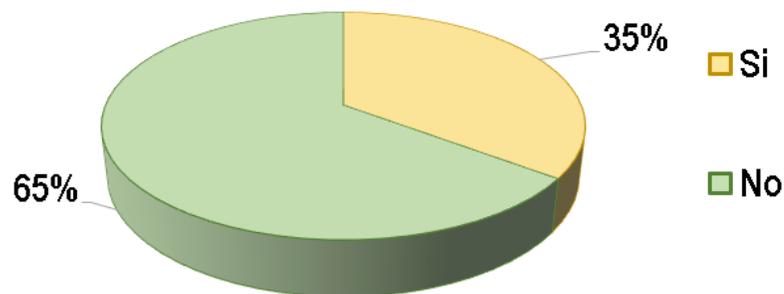
Gráfica 12. Conocimiento acerca de los alojamientos tipo Glamping.



Fuente. Elaboración propia.

Es posible conocer que dentro de los encuestados el 69 % de ellos conoce un alojamiento tipo glamping donde el restante con un porcentaje del 31 % no conocen sobre este tipo de servicio lujoso y diferente de servicio.

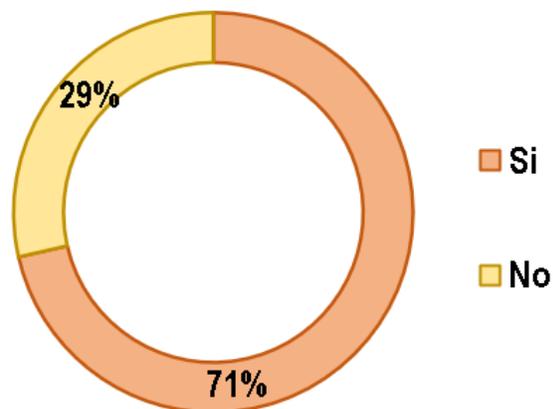
Gráfica 13. Ha vivido la experiencia de alojamiento en un glamping



Fuente. Elaboración propia.

Es posible saber que los encuestados que, si conocen de este tipo de alojamientos, la mayor parte ha vivido la experiencia en uno de ellos con un 65 %, y el 35 % de ellos no ha experimentado la vivencia en un alojamiento tipo glamping.

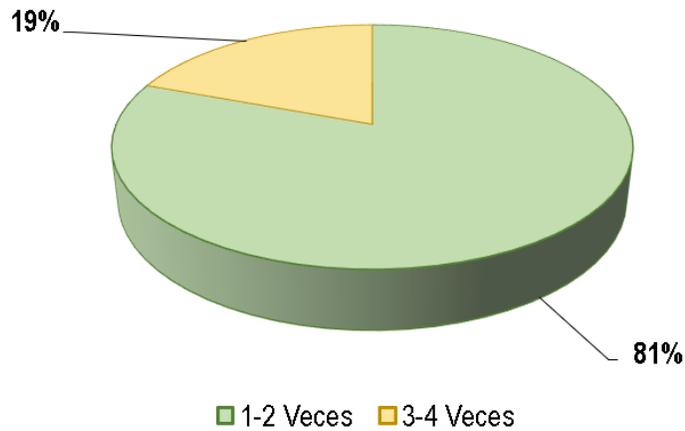
Gráfica 14. Le gustaría vivir la experiencia en este tipo de alojamientos.



Fuente. Elaboración propia.

Sobre aquellos que no conocen este tipo de alojamientos es posible conocer que el 71 % de ellos no han vivido la experiencia, pero les gustaría vivirla, como también su restante no es un posible mercado para nuestro servicio con un 29 %.

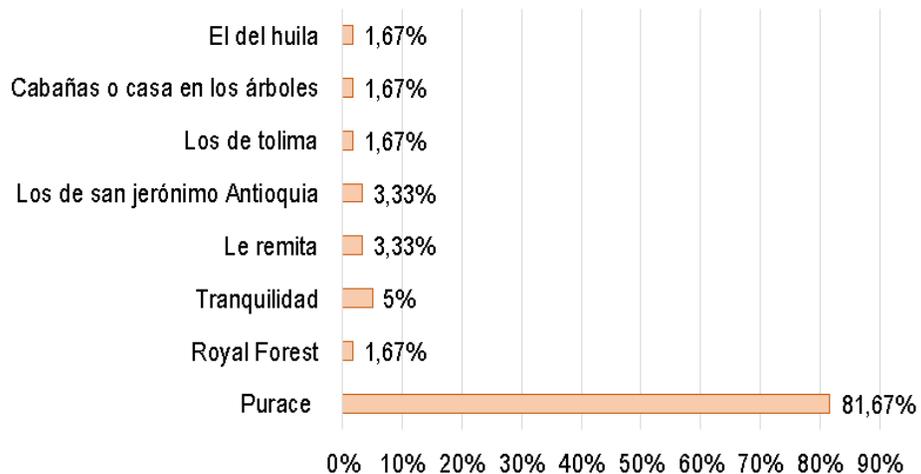
Gráfica 15. Frecuencia de visita al mes.



Fuente. Elaboración propia.

Es posible evidenciar que dentro de la población que afirma que el promedio mayor de personas visita un alojamiento de este tipo de 1 a 2 veces al mes con un 81% sobre los encuestados, información de tal importancia para la definición de paquete y demás dentro del servicio.

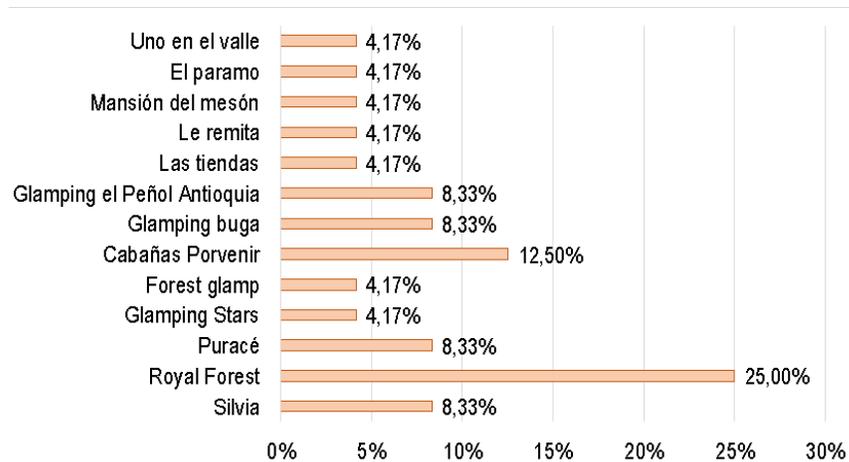
Gráfica 16. De los glamping que conoce cuál es el primero que se le viene a la mente.



Fuente. Elaboración propia.

En cuanto a la competencia de este tipo de hospedajes con mayor conocimiento por los encuestados, se identificó que con el mayor porcentaje se encuentra el glamping purace, ya que 81,67 % de ellos nombraron este con la mayor facilidad.

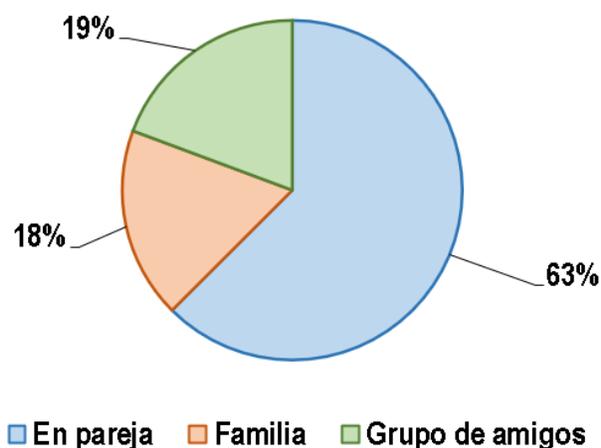
Gráfica 17. Otro lugar que recuerde



Fuente. Elaboración propia.

Seguido a el segundo servicio mayor recordado, es posible seguir encontrando a el glamping purace, lo que nos indica que sería un buen semejante para marketing y demás aspectos visibles para llevar cierto reconocimiento, y en esta es posible encontrar demás de lugares que fueron mencionados por los encuestados, fuera de la ciudad de Popayán.

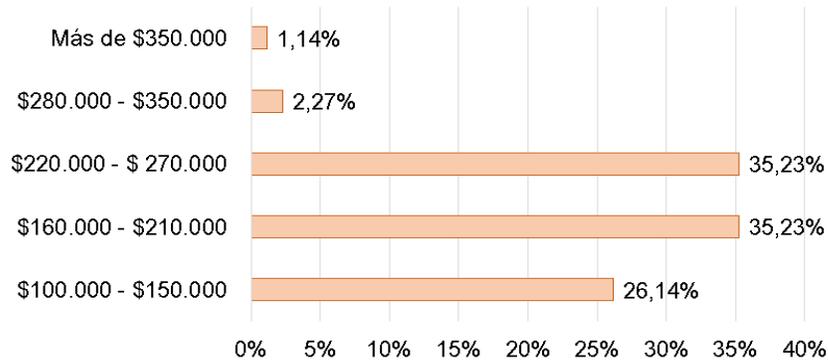
Gráfica 18. Con quien acostumbra usted a vivir este tipo de experiencias.



Fuente. Elaboración propia.

Es posible conocer mediante la pregunta de con quien acostumbra a vivir este tipo de experiencias que un 63% de los encuestados lo hacen con sus parejas, pero es posible observar que con un 18 % y 19% les gustaría vivir la experiencia con más de una persona es decir en familia o con su grupo de amigos, centrándonos un poco más sobre la variedad de servicio que es posible abarcar.

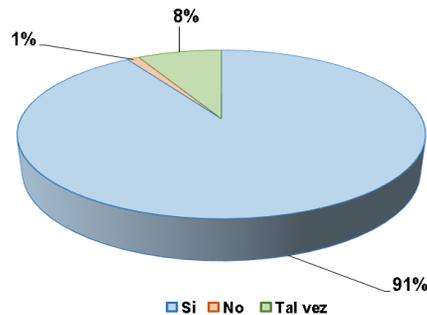
Gráfica 19. Precio que está dispuesto a pagar por noche en un hospedaje campestre conocido como "glamping"



Fuente. Elaboración propia.

En cuanto al precio, la mayor parte se encuentra en un empate ya que los encuestados afirman que estarían dispuestos a pagar entre \$160.000 y \$210.000 como también entre \$220.000 y \$270.000 , con un 35% para cada uno de estos, con esto se puede observar que se está dando valor al diferenciador con el que se cuenta del servicio por sus paisajes, exclusividad acceso, inclusión entre otros, donde además es posible ver que con un valor muy mínimo encontramos que no estarían dispuestos a pagar más de \$ 350.000 mil pesos.

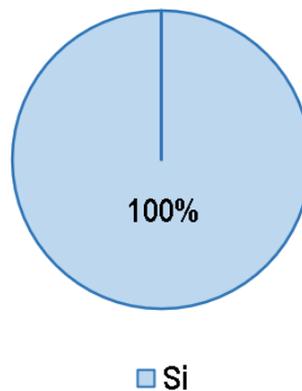
Gráfica 20. Le gustaría que el servicio, cuente con paquetes, ¿es decir dos días o más?



Fuente. Elaboración propia.

Para poder abarcar una mayor comodidad y satisfacción al cliente se conoce la opción sobre el servicio de más de dos días el cual tiene una aceptación del 91% sobre los mencionados, solo con un 1% al cual no le gustaría más de una noche en nuestro servicio.

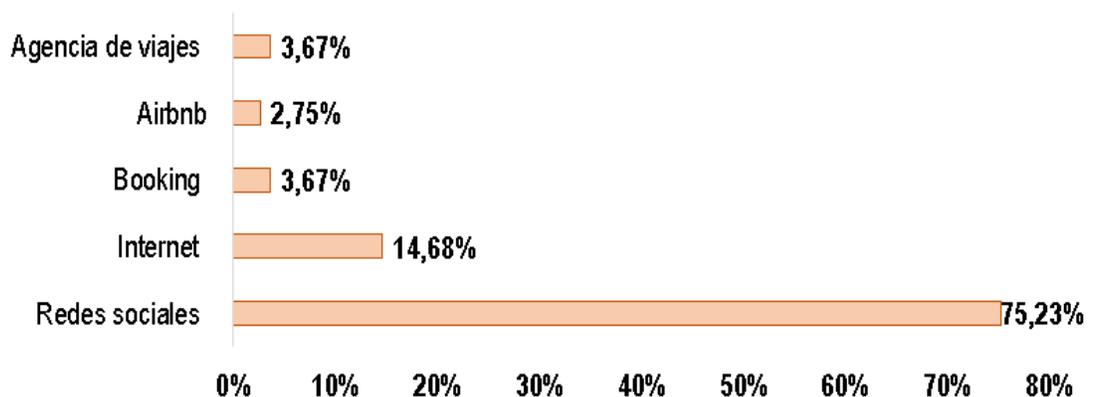
Gráfica 21. Interés en nuestro servicio.



Fuente. Elaboración propia.

En cuanto a la pregunta si estaría interesado en nuestro servicio, como se plantea en este estudio de mercado, se evidenció una aceptación total, el 100% de los encuestados muestran interés por nuestro servicio mostrando y sugiriendo una oportunidad de incursión en el mercado.

Gráfica 22. Medios de distribución por el cual gusta recibir información.



Fuente. Elaboración propia.

El medio seleccionado por los encuestados para recibir información sobre los servicios del glamping wonder Green, de acuerdo a los datos analizados, son redes sociales con un 75%, Internet con un 14,6 %, donde el restante anuncia que les gustaría conocer por medio de plataformas como lo son booking, Airbnb y agencias de viajes.

### **Análisis bivariante**

Para apreciar un análisis más específico y así poder determinar la relación existente entre variables, se plantearon dos análisis bivariantes, usando el estadístico de prueba Chi. Cuadrado ( $X^2$ ). Para ello se dio uso de la siguiente ecuación

$$x^2 = \sum \frac{(F_{\text{observada}} - F_{\text{esperada}})^2}{F}$$

Planteamiento de hipótesis:

*Hipótesis nula (Ho)* = No hay dependencia entre la edad y el gusto a viajar.

*Hipótesis alternativa (H1)* = Hay dependencia entre la edad y el gusto a viajar

Tabla 13. Frecuencias observadas

EDAD	LE GUSTA VIAJAR		TOTAL
	POSITIVA	NEGATIVA	
15 - 31	59	3	62
32 - 48	32	4	36
49 - 65	17	5	22
<b>TOTAL</b>	108	12	120

Fuente. Elaboración propia.

Tabla 14. Frecuencias esperadas

EDAD	LE GUSTA VIAJAR		TOTAL
	POSITIVA	NEGATIVA	
15 - 31	55,8	6,2	62
32 - 48	32,4	3,6	36

<b>49 - 65</b>	19,8	2,2	22
<b>TOTAL</b>	108	12	120

Fuente. Elaboración propia.

Tabla 15. Chi calculado – Chi teórico.

Alpha	0,05
GL	2
Chi teórico	5,99
Chi calculado	5,84

Fuente. Elaboración propia.

Dado que el Chi calculado (5,84) es menor que el Chi teórico (5,99) no se rechaza la hipótesis nula, por lo tanto, NO hay dependencia entre la edad y el gusto a viajar, con un 95% de confiabilidad.

*Hipótesis nula (Ho)* = No hay dependencia entre el género y el vivir una experiencia en alojamientos tipo "Glamping".

*Hipótesis alternativa (H1)* = Hay dependencia entre el género y el vivir una experiencia en alojamientos tipo "Glamping".

Tabla 16. Frecuencias observadas.

<b>GÉNERO</b>	<b>LE GUSTA VIVIR LA EXPERIENCIA EN ALOJAMIENTOS TIPO "GLAMPING"</b>		<b>TOTAL</b>
	<b>POSITIVA</b>	<b>NEGATIVA</b>	
<b>HOMBRES</b>	22	14	36
<b>MUJERES</b>	28	6	34
<b>TOTAL</b>	50	20	70

Fuente. Elaboración propia.

Tabla 17. Frecuencias esperadas.

<b>GÉNERO</b>	<b>LE GUSTA VIVIR LA EXPERIENCIA EN ALOJAMIENTOS TIPO "GLAMPING"</b>		<b>TOTAL</b>
	<b>POSITIVA</b>	<b>NEGATIVA</b>	
<b>HOMBRES</b>	25,7143	10,2857	36
<b>MUJERES</b>	24,2857	9,7143	34
<b>TOTAL</b>	50	20	70

Fuente. Elaboración propia.

Tabla 18. Chi calculado – Chi teórico.

Alpha	0,05
GL	1
Chi teórico	3,84
Chi calculado	3,87

Dado que el Chi calculado es mayor que el Chi teórico, se acepta la hipótesis final con un nivel de confianza del 95%, la cual indica que existe una dependencia entre el género y vivir una experiencia en alojamientos tipo “Glamping”, por tanto, se puede establecer cuál es el género que más acepta el bien y/o servicio y llevar a cabo estrategias las cuales permitan tener una mayor precisión en el mercado potencial.

#### **8.4. ESTUDIO TÉCNICO DEL PROYECTO**

El estudio técnico del proyecto tiene que ver directamente con la ingeniería básica del proyecto con respecto al servicio, donde se detallan los requerimientos para el funcionamiento del mismo, es por ello la importancia de que por medio de este se analice el tamaño, y número de consumidores para no arriesgarse de manera alguna, ni someter a la empresa con la creación de una estructura, que no soporte la demanda, como también a que se empleen de la mejor manera los recursos disponibles y necesarios. “En resumen, se pretende resolver las preguntas referentes a dónde, cuándo, cuanto, cómo y con qué producir lo que se desea, por lo que el aspecto técnico operativo de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto”.

En este estudio técnico se establece la capacidad que va a tener el glamping al momento de prestar el servicio a la población, teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente, la dimensión del tamaño según el estudio del mercado, localización del glamping, aspectos legales y finalmente la capacidad financiera para la inversión.

#### 8.4.1. Análisis del tamaño o capacidad de producción

##### *Tamaño del mercado actual*

Teniendo en cuenta los resultados arrojados por las encuestas en relación con la frecuencia de visita y/o consumo mensual, para el cálculo del tamaño del mercado se determina mediante los intervalos de confianza con una desviación estándar conocida. Se contemplaron los datos de las personas encuestadas que expresaron visitar y/o consumir alojamientos tipo “Glamping” y la frecuencia del mismo, como se puede observar en la tabla 21. Para poder realizar el cálculo se usó un nivel de confianza del 95% lo cual genera un Z de 1,96 en la tabla de distribución normal.

Tabla 19. Frecuencia de consumo de alojamientos tipo “Glamping” de los encuestados.

<b>N° encuestado</b>	<b>¿Le gusta vivir la experiencia en este tipo de alojamientos “Glamping”?</b>	<b>Con que frecuencia visita o consume este tipo de alojamientos por mes.</b>
10	Si	1
11	Si	1
16	Si	1
17	Si	1
18	Si	1
19	Si	1
20	Si	1
21	Si	1
23	Si	1
25	Si	1
27	Si	1
35	Si	1
40	Si	1
50	Si	1
57	Si	1
63	Si	3
64	Si	1
65	Si	1
66	Si	1
67	Si	3
68	Si	1
69	Si	1
70	Si	1

71	Si	3
73	Si	3
74	Si	1
75	Si	3
76	Si	1
78	Si	3
79	Si	1
80	Si	1
81	Si	1
83	Si	3
85	Si	1
86	Si	1
87	Si	1
88	Si	3
89	Si	1
90	Si	1
91	Si	1
93	Si	1
104	Si	1
109	Si	1
111	Si	1
115	Si	3
116	Si	1
117	Si	1
118	Si	1
119	Si	3
120	Si	1
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>70</b>

Fuente. Elaboración propia.

Respecto a la tabla anterior, el promedio de consumo para cada persona encuestada se calculó en  $\bar{x} = 1,4$  visitas y/o consumo de alojamientos tipo "Glamping" por mes y la desviación estándar en 0,8081 consumo de alojamientos tipo "Glamping",

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{n} = \frac{70}{50} = 1,4 \text{ Consumo de alojamientos tipo "Glamping" por mes.}$$

$$S_{\bar{x}} = \sqrt{\frac{\sum (x - \bar{x})^2}{50 - 1}} = \sqrt{\frac{32}{50 - 1}} = 0,8081 \text{ "Glamping"}$$

Posteriormente es importante calcular el error muestral, la desviación estándar, los límites inferiores y superiores de la proporción de la población que expreso visitar y/o consumir alojamientos tipo “Glamping”, según la encuesta (41,32%), con un nivel de confianza del 95%.

$$p = \frac{50}{120} = 41,32\%$$

$$s = \sqrt{p \times (1 - p)} = \sqrt{0,4132 \times (1 - 0,4132)} = 0,4924$$

$$\alpha p \equiv \frac{s \times Z}{\sqrt{n}} = \frac{0,4924 \times 1,96}{\sqrt{120}} = 0,08774 = 8,774\%$$

$$Llp = p - \alpha p = 41,32\% - 8,774\% = 32,55\%$$

$$LSp = p + \alpha p = 41,32\% + 8,774\% = 50,09\%$$

Seguidamente, se necesita calcular los límites inferior y superior del promedio de visitas y/o consumo de alojamientos tipo “Glamping”, que fue de  $\bar{x} = 1,4$  visita de Glamping por mes/cliente, con una desviación estándar de 0,8081 Glamping y un nivel de confianza del 95%.

$$\alpha x \equiv \frac{s \times Z}{\sqrt{n}} = \frac{0,8081 \times 1,96}{\sqrt{50}} = 0,224$$

$$Ll\bar{x} = \bar{x} - \alpha x = 1,4 - 0,224 = 1,176$$

$$LS\bar{x} = \bar{x} + \alpha x = 1,4 + 0,224 = 1,624$$

Una vez determinada la población objetivo del bien y/o servicio las cuales son personas de 15 a 65 años de edad, de los estratos 2,3,4 y 5 de la ciudad de Popayán, De acuerdo con información arrojada por el Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE), en su informe de proyecciones nacionales y departamentales de la población 2010, la población total que pertenece a los estratos anteriormente mencionados es de 118,979 personas, teniendo en cuenta este dato se procede a calcular el tamaño del mercado actual.

$$Q = N \times LIp \times LI\bar{x}$$

$$Q = 118,979 \times 32,55\% \times 1,176 = 45,544 \text{ Visita Glamping/mes}$$

Una vez determinado el mercado en relación con las visitas de alojamientos tipo “Glamping” en Popayán, aproximadamente mueve 45.544 visitas de glamping. Al ser un bien y/o servicio que se encuentra actualmente en el mercado y conociendo el comportamiento que ha tenido la demanda respecto a este tipo de alojamientos, se pretende abastecer alrededor del 8% del mercado lo que corresponde a 304 visitas por mes, 10 personas diarias aproximadamente.

### ***Mercado futuro***

Teniendo en cuenta el crecimiento del PIB per cápita (% anual) expuestos en el banco de la república, tomadas desde el año 2013 hasta el 2022. Se llevará a cabo la proyección de la demanda ajustando las cifras a una ecuación lineal de tipo  $y = a + bx$  mediante el método de mínimos cuadrados (regresión lineal simple). A continuación, se presentarán los resultados de la proyección.

$$y = a + bx$$

Donde:

- $y$  = Variable a analizar (ingresos por alojamientos).
- $x$  = Variable de tiempo.
- $a$  y  $b$  = Parámetros de la ecuación.

La intención de este cálculo es conocer los valores de la ecuación de la recta, identificando así los valores de  $a$  y  $b$ , a su vez permite observar cómo se comportan los ingresos por alojamientos de los próximos 10 años para el alojamiento glamping “Wonder Green”.

Tabla 20. Ingresos por alojamientos tipo “Glamping”, desde 2018 a 2022.

<b>CÁLCULO ANALÍTICO DE MÍNIMOS CUADRADOS PARA LOS INGRESOS POR ALOJAMIENTOS FUTUROS RESPECTO A LA OCUPACIÓN DE GLAMPING</b>				
<b><math>y = a + bx</math></b>				
Año	Ingresos por alojamientos (y)	Período base (x)	x*y	x <sup>2</sup>
2013	458.330.303	0	0	0
2014	474.435.817	1	474.435.817	1
2015	483.880.014	2	967.760.029	4
2016	488.729.812	3	14.66.189.435	9
2017	487.938.295	4	1.951.753.180	16
2018	491.053.486	5	2.455.267.432	25
2019	497.510.606	6	2.985.063.635	36
2020	454.695.781	7	3.182.870.465	49
2021	499.044.995	8	3.992.359.962	64
2022	532.755.616	9	4.794.800.544	81
<b>Total (Σ)</b>	<b>4.868.374.725</b>	<b>45</b>	<b>22.270.500.498</b>	<b>285</b>

Fuente. Elaboración propia.

Tabla 21. Procedimiento de la ecuación.

<b><math>y = a + bx</math></b>	
<b><math>XY = ax + bx^2</math></b>	
<b>1. <math>\sum y = na + b\sum x</math></b> <b>2. <math>\sum xy = a\sum x + b\sum x^2</math></b>	
Reemplazamos valores en la ecuación N°1 y N° 2.	Reemplazamos el valor de b en la ecuación N° 2.
<b>1. <math>4.868.374.725 = 10 * a + 45 * b (-45)</math></b> <b>2. <math>22.270.500.498 = 45 * a + 285 * b (10)</math></b> $-219076862625 = -450 * a - 2025 * b$ $222705004980 = 450 * a + 2850 * b$ $3628142355 = 825 * b$ $\frac{3628142355}{825} = b$ <b>4397748,309 = b</b>	$22.270.500.498 = 45 * a + 285 * (4397748,309)$ $22270500498 = 45 * a + 1253358268$ $22270500498 - 1253358268 = 10 * a$ $21017142230 = 10 * a$ $\frac{21017142230}{10} = a$ <b>467047605,1 = a</b>

Fuente. Elaboración propia.

Una vez calculado el valor de las constantes a y b, se procede a calcular los ingresos por alojamientos para los próximos 10 años, mediante la ecuación de la recta.

$$y_n = a + bx = 467047605,1 + 4397748,309 (x_n)$$

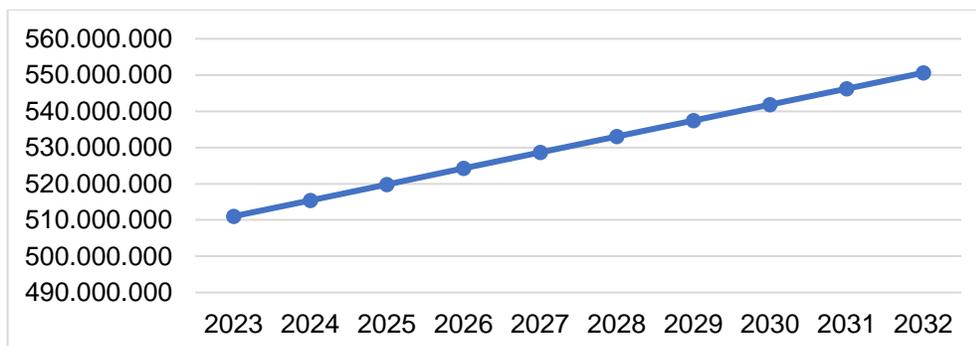
Tabla 22. Cálculo con respecto a los ingresos por alojamientos tipo “Glamping”, con una proyección de 10 años en Colombia.

PROYECCIÓN DE INGRESOS POR ALOJAMIENTOS	
Año	Ventas
2023	\$ 511.025.088
2024	\$ 515.422.836
2025	\$ 519.820.584
2026	\$ 524.218.333
2027	\$ 528.616.081
2028	\$ 533.013.829
2029	\$ 537.411.578
2030	\$ 541.809.326
2031	\$ 546.207.074
2032	\$ 550.604.822

Fuente. Elaboración propia.

En la tabla anterior se denota la proyección de ingresos por alojamientos tipo “Glamping”, en la cual se observa que en diez años este tipo de bien y/o servicio alcanzará valores que oscilan entre los \$ 511.025.088 y \$ 550.604.822 pesos aproximadamente. Con un incremento porcentual del 3 al 4% entre los períodos de 2022 al 2032.

Gráfica 23. Proyección de ingresos por alojamientos tipo “Glamping” a 10 años.



Fuente. Elaboración propia.

En la gráfica 23 se observa la tendencia de crecimiento constante en relación con el valor de los ingresos anuales de alojamientos tipo “Glamping” en los próximos 10 años, con un 107% de crecimiento con respecto a los ingresos del año 2022.

### **Disponibilidad de materias primas e insumos**

En la construcción del glamping es necesario la intervención de materiales que no impacten negativamente el entorno, es por esto que la madera, la guadua y demás materiales para construcción que contienen propiedades de alta resistencia, bajo costo y amigable con el medio, se incorporarán para la creación de la estructura [36].

Tabla 23. Materias primas Domo geodésico

<b>Material</b>	<b>Características</b>
Guadua	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Conocida como el acero vegetal por sus propiedades similares a las del hierro aleado con carbono.</li> <li>❖ No emite CO2</li> <li>❖ Alcanza alturas de hasta 25 mts con diámetros que oscilan entre 10 y 25 cm en un tiempo de 4 a 5 años.</li> <li>❖ Crece de 10 a 15 cm por día y puede ser combinada con diferentes materiales para la construcción</li> </ul>
Domo Luxury Glamping natural habitar	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Se caracteriza por las lonas UV importadas y nacionales, estructuras, tubos galvanizados, puertas en aluminio, tubos para sus baños, plataformas en estructuras en hierro, madera.</li> </ul>

Fuente. Materias primas Domo geodésico [36]

## **Capacidad financiera**

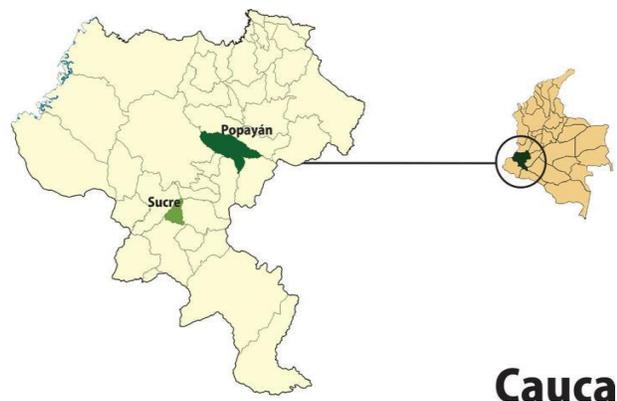
Se cuenta con un tamaño total de la parcelación de  $2.200 m^2$ , la cual se constituye por  $20m \times 110m$ , valorizada alrededor de \$140.000.000 millones de pesos, monto aquel que será empleando en todo lo correspondiente a inversiones fijas y capital de trabajo exigidos por el proyecto, de igual manera puesto en consideración el posible apalancamiento financiero al que debe ser sometido el mismo dada la capacidad de producción definida de acuerdo al tamaño del mercado actual y futuro, y el cual determina su monto en el estudio financiero del proyecto.

### **8.4.2. Análisis de la localización óptima**

En el departamento del Cauca, se encuentra una gran variedad de atractivos turísticos donde se resalta la diversidad y la originalidad cultural, específicamente en la ciudad de Popayán que a nivel nacional e internacional contempla un emblema de historia y prevalencia cultural en épocas de semana santa, donde el turismo crece en cifras considerables, es por esto que tras el análisis de localización mediante el método AHP, se opta por la ubicación en la vereda bajo palacé, ubicada a 13,67 km del centro histórico [5].

### **Macro Localización del proyecto**

Figura 33. Mapa de localización.



Fuente. [43].

**Localización:** El municipio de Popayán, capital del departamento del Cauca. Se encuentra localizado en el Valle de Pubenza, entre la Cordillera Occidental y Central al suroccidente del país. Su extensión territorial es de 512 km<sup>2</sup>, su altitud media es de 1760 m sobre el nivel del mar, su precipitación media anual de 1941 mm, su temperatura promedio de 14/19 °C y distancia aproximada de 600 km a Bogotá, capital de Colombia [8].

**Naturaleza:** Existe una gran diversidad de ecosistemas, es una zona donde confluyen turistas locales y extranjeros, bellos paisajes naturales con sus ríos y humedales sobre la cordillera central, cerros tutelares, colinas, bosques y cultivos con gran riqueza en fauna con potenciales usos no solo para producción de alimentos sino también para el ecoturismo.

**Red vial:** La principal vía de acceso al lugar es la Vía Panamericana Popayán -Cali la cual se encuentra en buen estado para transitar diferentes tipos de vehículos.

### ***Proximidad y disponibilidad del mercado***

Se tiene una proximidad del mercado objetivo de 13.67 km desde el parque caldas, está mediada se tiene en cuenta, dado a que el parque Caldas es un icono histórico de la ciudad de Popayán permitiendo la fácil ubicación por su localización céntrica, véase la siguiente ilustración, donde representa la ruta en automóvil hasta el glamping Wonder Green.

Figura 34. Proximidad del mercado objetivo.



Fuente: [43]

### **Mano de obra.**

El Glamping wonder Green, estará constituido por una cantidad de 3 puestos principalmente para la puesta en marcha del servicio de trabajo: Administrador general, una persona encargada de servicios generales y un chef para todo lo competente a alimentos.

Tabla 24. Nomina personal.

<b>NOMINA TRABAJADORES</b>				
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total mes</b>	<b>Valor total año</b>
Servicios generales	3	1.060.000	3.180.000	38.160.000
Administrador	1	2.500.000	2.500.000	30.000.000
Recepcionista	1	1.100.000	1.100.000	13.200.000
Guarda seguridad	1	1.150.000	1.450.000	17.400.000
Mesero	1	1.000.000	1.000.000	12.000.000
Guia ambiental	1	900.000	900.000	10.800.000
Chef	1	1.620.000	1.620.000	19.440.000
<b>Valor total</b>			<b>11.750.000</b>	<b>141.000.000</b>

Fuente. Elaboración propia.

### **Otros factores.**

Se tienen otros factores, como el comercio que se encuentra cerca al lugar, algunos de estos lugares son los siguientes:

- **Mundo lácteo Santa Lucía**

Micro empresa fabricante de distintos tipos de quesos tales como: bloques de quesos de 2500 gramos, queso, cuajada, queso campesino, queso doble crema y queso tajado.

Figura 35. Mundo lácteo Santa Lucía.



Fuente. [43]

- **Pizzería Pizza al carbón**

Donde se brinda el servicio de pizzería y demás comidas rápidas, en el lugar se puede encontrar un mirador donde se pueden tomar fotos y realiza paisajismo.

Figura 36. Pizza al carbón



Fuente.[43].

- **Restaurante Nogal y Cerezo**

Se presta servicio de restaurante los fines de semana y festivos, comidas como sancocho de gallina y asados a la llanera son los más populares.

Figura 37. Restaurante Nogal y Cerezo



Fuente. [43]

### ***Microlocalización***

Glamping Wonder Green, se encontraría ubicado en los límites de la ciudad de Popayán, específicamente en la vereda Bajo Palacé, circundante al Municipio de Totoró. El lugar presenta un clima agradable (templado), se goza de tranquilidad puesto que no hay delincuencia en la zona.

<b>Latitud</b>	<b>Longitud</b>
2,51370	-76,52589

El lote donde se pretende desarrollar la propuesta de glamping es propia, tiene 2.2 hectáreas, goza de un clima cálido y cuenta con diversidad de ecosistemas propios de bosque andino, está rodeada por el Río Palacé. Desde Popayán, la finca se ubica a 15 min en carro y 30 min en bus de servicio público, es de fácil acceso, la entrada se localiza sobre la vía panamericana. La finca cuenta con servicios de energía, internet, televisión, agua, alcantarillado y señal de celular para todos los operadores. Se tiene como ventaja competitiva, que el lugar se encuentra en vía principal y de fácil acceso, esto posibilita que el transporte multimodal pueda acceder al sitio sin complicaciones por el estado de la vía. Cómo es posible apreciar a continuación, en la ilustración se tiene el estado actual de la carretera.

Figura 38. Entrada para acceder a Glamping “Wonder Green”.



Fuente. [45].

Asimismo, se muestra la entrada hacia el lugar donde se realiza el proyecto de “Glamping Wonder Green”

Figura 39. Ubicación “Glamping Wonder Green”



Fuente. [46].

Figura 40. Plano gran angular del lugar donde estará ubicado el glamping “Wonder Green”.



Fuente. Elaboración Propia.

### ***Variables consideradas para la determinación de la micro localización***

**Paisajes y naturaleza:** La Vereda Bajo Palacé, se caracteriza por bellos parajes naturales conformados por diferentes ecosistemas convirtiéndose ello en un factor determinante para ofrecer las caminatas ecoturísticas, además se cuenta con un entorno natural para el disfrute de los turistas entre árboles y millones de estrellas en el firmamento. La finca se ubica en medio de un bosque andino donde abundan los robles, guayacanes, cucharos, yarumos y un gran número de árboles nativos y frutales, flanqueado el amanecer por el cantar de los ruiséñores, Colibríes, loros, cucaracheros, tangaras, periquitos, quinquina, azulejos, torcazas, garrapateros, gavilanes, yauta, carpinteros y fauna de la zona. En cuanto al paisaje, hacia el oriente se encuentra la cordillera central con el imponente volcán Puracé famoso por atraer a los fanáticos de la aventura, el andinismo, ecoturismo y vulcanismo, y hacia el occidente la cordillera central un lugar de gran biodiversidad ideal para el desarrollo de actividades como el aventurismo debido al paso de especies migratorias a lo largo del año que viajan de acuerdo al cambio de estación ya sea hacia el norte del continente o el sur del mismo.

**Servicios Públicos:** En la finca se cuenta con los servicios públicos de agua, alcantarillado, energía e internet, y llega la señal de operadores en

telecomunicaciones facilitando la prestación del servicio de hospedaje de calidad para los turistas.

**Red vial y transporte:** Para llegar desde Popayán se ubica a 15 minutos en carro y 30 en bus de servicio público, es de fácil acceso, ya que la entrada a la finca se encuentra sobre la carretera panamericana la cual está en buen estado, para transitar cualquier tipo de vehículo. El transporte es fácil ya que por la vía panamericana se movilizan una gran cantidad de buses que van para los municipios vecinos como Silvia, o para el departamento del Huila; de igual manera se puede tomar la opción de transporte público municipal, puesto que por el lugar pasa la ruta nueve (9) de la empresa Transpubenza con una frecuencia de 30 minutos aproximadamente y hasta las 6:30 Pm. Para el ingreso a la finca, se puede realizar caminando, en bicicleta, moto o automóvil.

## **8.5. ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL**

Para el desarrollo e identificación del impacto ambiental, se elabora una matriz de revisión de impactos y aspectos ambientales (RAI) con la intención de conocer a través de cada una de las actividades realizadas en el establecimiento de alojamiento, cada uno de los aspecto e impactos que se generan a través de estos y ver su relevancia ambiental conforme a los otros comparando el nivel más alto, para la cual se debe tener en cuenta una clasificación para la evaluación como se evidencia en las siguientes figuras.

Tabla 25. Tablas de calificación según sus características

CARACTERÍSTICA	CALIFICACIÓN	VALOR ASIGNADO
FRECUENCIA	Continuo	3
	Frecuente	2
	Infrecuente	1
PROBABILIDAD	Muy probable	3
	Moderado	2
	Poco Probable	1
CANTIDAD	Alta	3
	Baja	2
	Media	1
SEVERIDAD	Serio	3
	Moderado	2
	Menor	1
ALCANCE	Global	3
	Zonal	2
	Local	1
REVERSIBILIDAD	Reversible	1
	Irreversible	2
LEGISLACIÓN APLICABLE	Existe norma de obligatorio cumplimiento	1
	Se cumple parcialmente	2
	Se cumple plenamente o no existe legislación nacional	3

PRIORIDAD	RANGO
ALTO	Mayores a 13
MEDIO	Entre 10 - 12
BAJO	Menores a 9

Fuente. Guía técnica colombiana GTC 93 [58].

Se lleva a cabo el desarrollo de la matriz teniendo en cuenta sus entradas y salidas, para cada una de las denotadas actividades, como la descripción y aspecto que es generado por ellas, y así poder evaluar según los criterios y obtener el valor del impacto.

Figura 41. Matriz de impacto ambiental

				REVISIÓN AMBIENTAL INICIAL								Boj - UAS Noveena - 2022		
				EVALUACIÓN DE ASPECTOS AMBIENTALES								Página 1		
ACTIVIDAD	ASPECTO AMBIENTAL	IMPACTO AMBIENTAL		CRITERIOS AMBIENTALES								VALOR DEL IMPACTO	RANGO	
		EFO	CLASIF.	RI	RI2	CI	SEV	ALC	REX	LEO				
1	Preparación de alimentos	Consumo de agua	Agotamiento del recurso hídrico	Real		5	1	5	2	2	2	2	ALTO	15
2	Cocinar	Generación de residuos sólidos	Contaminación del medio ambiente	Real		5	2	5	2	1	2	2	ALTO	10
3	Preparación de alimentos	Emisión de gases	Contaminación de suelos	Real+	Residuos de cocina	1	2	2	1	1	1	1	BAJO	9
4	Preparación de alimentos	Generación de calor	Afectación del estado del personal	Real		2	1	1	2	1	1	1	BAJO	9
5	Utilización de electrodomésticos	Consumo de energía	Agotamiento del recurso de energía	Real		5	2	5	2	1	1	2	ALTO	14
6	Utilización de electrodomésticos	Ruido	Interferencia e interferencias en el cliente	Real		2	1	2	1	1	1	1	BAJO	9
7	Preparación de alimentos	Emisión de gases	CO2	Real		2	2	2	2	2	2	2	ALTO	10
8	Limpieza del establecimiento	Uso de sustancias químicas para limpieza	Contaminación en el agua	Real		5	2	5	2	1	1	2	ALTO	14
9	Dormir	Consumo de agua caliente	Agotamiento del recurso hídrico y energía	Real		5	1	5	2	2	2	2	ALTO	10
10	Dormir	Residuos de agua y residuos sólidos	Agotamiento del recurso hídrico y sobrepresión del relleno sanitario	Real		5	2	5	2	2	2	2	ALTO	10
11	Entrega del producto	Contaminación por residuos sólidos o líquidos	Contaminación por residuos sólidos o líquidos	Real		1	1	1	1	1	1	1	BAJO	9
12	Bañar	Consumo de agua	Agotamiento del recurso hídrico	Real		5	2	1	1	1	2	2	MEDIO	12
13	Entrega del producto	Generación de residuos sólidos	Residuos (intervenciones por el cliente)	Real		5	1	5	1	1	1	1	MEDIO	10
14	Bañar	Generación de olores	Presencia de gases	Real		1	1	1	1	1	1	1	BAJO	7
15	Jacuzzi	Consumo de energía eléctrica y agua	Agotamiento del recurso hídrico y energía	Real		2	1	2	2	2	2	2	ALTO	10
16	Establecimiento	Consumo de energía eléctrica	Agotamiento del recurso de energía	Real		5	2	5	2	1	1	2	ALTO	14
17	Jacuzzi	Residuos de agua	Agotamiento del recurso hídrico	Real		1	2	1	2	2	2	2	ALTO	10
18	Consumo del producto por parte del cliente	Generación de residuos por emisiones del producto	Contaminación del medio ambiente	Real		2	2	2	2	1	1	2	MEDIO	12
19	Copa	Generación de residuos	Residuos (intervenciones por el consumo)	Real		5	2	2	1	1	1	1	MEDIO	11

Fuente. Elaboración propia.

Al realizar la evaluación de aspectos ambientales teniendo en cuenta los criterios correspondientes, se identifica una elevada tasa de impactos ambientales que afectan negativamente al ambiente, con un total de 11 impactos de 20, es decir que el 55 % de los impactos ambientales identificados tiene una afectación alta en el umbral del medio ambiente.

- Aspecto: **Residuos de agua y residuos sólidos**

Impacto: Agotamiento del recurso hídrico y sobrepresión del relleno sanitario

**Nivel de afectación: 18**

**Posible solución:** Es posible implementar parrillas eléctricas, parrillas a base de gas transportable y uso de técnicas de cocina que den el sabor de carne a la parrilla.

- Aspecto: **Generación de residuos sólidos**

Impacto: Sobrepresión del relleno sanitario

**Nivel de afectación: 16**

**Posible solución:** Adecuación de un espacio correcto para la zona de basuras y brindar capacitación al personal sobre la separación y recolección de los residuos generados en todos los procesos del establecimiento, para la debida aplicación de estos procesos y disminuir este impacto.

### **8.5.1. Legislación ambiental**

El Glamping Wonder Green se acoge por ley a los artículos, decretos ambientales y sanitarios que a continuación se encuentran:

Cumplir con las leyes sanitarias y ambientales según el caso descritas por el Decreto 1299 de 2008 que reglamenta el artículo octavo de la Ley 1124 de 2007, demás normas vigentes sobre la materia.

Parágrafo 2: en lo que respecta al numeral 12 del presente decreto a la decisión sobre la licencia ambiental, el ministerio de ambiente y desarrollo sostenible contará con el concepto de la unidad administrativa del sistema de parques nacionales naturales.

Los senderos de interpretación, utilizados para investigación y para ejercer acciones de control y vigilancia, así como los proyectos, obras o actividades adelantadas para cumplir las funciones de administración de las áreas protegidas que están previstas en el plan de manejo correspondiente, no requieran licencia ambiental.

## Capítulo 1 – Protección del medio ambiente.

Párrafo: Para los efectos de aplicación de esta ley se entenderán por condiciones sanitarias del Ambiente las necesarias para asegurar el bienestar y la salud humana.

### Control sanitario usos de agua

**Artículo 6.** La conservación de ciertos límites acordes con las necesidades del consumo humano y con el grado de desarrollo previsto en su área de influencia.

**Artículo 8.** La descarga de residuos en las aguas deberá ajustarse a las reglamentaciones que establezca el Ministerio de Salud para las fuentes receptoras.

#### ***Residuos líquidos:***

**Artículo 14.** Se prohíbe la descarga de residuos líquidos en las calles, calzadas, canales o sistemas de alcantarillado de aguas lluvias.

#### ***Residuos Sólidos:***

**Artículo 24º.-** Ningún establecimiento podrá almacenar a campo abierto o sin protección las basuras provenientes de sus instalaciones, sin previa autorización del Ministerio de Salud o la entidad delegada.

**Artículo 25º.-** Solamente se podrán utilizar como sitios de disposición de basuras los predios autorizados expresamente por el Ministerio de Salud o la entidad delegada.

**Artículo 26º.-** Cualquier recipiente colocado en la vía pública para la recolección de basuras, deberá utilizarse y mantenerse en forma tal que impida la proliferación de insectos, la producción de olores, el arrastre de desechos y cualquier otro fenómeno que atente contra la salud de los moradores o la estética del lugar.

**Artículo 28º.**- El almacenamiento de basuras deberá hacerse en recipientes o por períodos que impidan la proliferación de insectos o roedores y se eviten la aparición de condiciones que afecten la estética del lugar. Para este efecto, deberán seguirse las regulaciones indicadas en el Título IV de la presente Ley.

**Artículo 29º.**- Cuando por la ubicación o el volumen de las basuras producidas, la entidad responsable del aseo no pueda efectuar la recolección, corresponderá a la persona o establecimiento productores su recolección, transporte y disposición final

**Decreto 1076 de 2015:** Decreto Único Reglamentario del Sector Ambiente y Desarrollo Sostenible.

**Decreto 1753 de 1994.** Define la licencia ambiental LA: naturaleza, modalidad y efectos; contenido, procedimientos, requisitos y competencias para el otorgamiento de LA [78].

**Decreto 2150 de 1995 y sus normas reglamentarias.** Reglamenta la licencia ambiental y otros permisos. Define los casos en que se debe presentar Diagnóstico Ambiental de Alternativas, Plan de Manejo Ambiental y Estudio de Impacto Ambiental. Suprime la licencia ambiental ordinaria [79].

**Ley 491 de 1999.** Ordenamiento Territorial Municipal y Distrital y Planes de Ordenamiento Territorial.

**Ley 491 de 1999.** Define el seguro ecológico y delitos contra los recursos naturales y el ambiente y se modifica el Código Penal.

**Decreto 2811 de 1974 Libro II, Parte VIII:** De los bosques, de las áreas de reserva forestal, de los aprovechamientos forestales, de la reforestación. Art. 194 Ámbito de aplicación.

**Art. 195-199** Definiciones; Art. 196, 197, 200 y 241 Medidas de protección y conservación; Art. 202 a 205 Áreas forestales

**Art. 206 a 210** Áreas de reserva forestal; Art. 211 a 224 Aprovechamiento forestal.  
**Documento Conpes.** 2834 de 1996. Política de bosques

Resoluciones del Ministerio del Medio Ambiente (INDERENA) y Corporaciones Autónomas Regionales. Establecen vedas de varias especies vegetales, a nivel nacional (INDERENA o Ministerio del Medio Ambiente), o regional (Corporaciones Autónomas Regionales).

**Decreto 2811 de 1974.** Código de recursos naturales y del medio ambiente. Art. 33, 192, 193 Control de ruido en obras de infraestructura

## **8.6. INGENIERÍA DEL PROYECTO**

Para el proyecto se ha determinado ofertar un paquete turístico denominado “Vita”, el cual consta de los siguientes ítems:

- Caminata ecoturística

Es una actividad donde el turista transita por un camino a campo abierto, equipado con señaléticas y carteles de información respecto a lo que se observa ya sea de fauna y flora o un ecosistema estratégico. El recorrido siempre es guiado por un intérprete ambiental cuyo fin específico es difundir el conocimiento del medio natural desarrollando el interés por la naturaleza, su conservación y buenas prácticas ambientales. En este caso las áreas representativas que se transitan son el bosque andino, las orillas del río blanco y quebradas que circundan la finca con esto la caminata ecoturística no solo se convierte en una experiencia agradable de compartir con la naturaleza y disfrutar de espacios al aire libre, sino además contribuye al conocimiento de las personas acerca de valores de conservación y biodiversidad del departamento del Cauca.

- Hospedaje en glamping

El servicio de alojamiento se presta en una unidad tipo domo geodésico localizado en una plataforma a 2 metros de altura en construcción natural, en la cual el turista vivirá una experiencia única vinculada al glamour, lujo y confort, para ello se ha dispuesto en el interior de la unidad; Una cómoda cama con juego de sábanas, frazadas, cubrelechos, almohadas y cojines de la mejor calidad, además de una mesa de noche, diván, lámpara de pie, mesa auxiliar con dos sillas. Fuera del domo se puede disfrutar una terraza orientada hacia la cordillera central y occidental y así poder disfrutar de la belleza de la salida y puesta del sol, además de contemplar la belleza natural de bosque andinos y ecosistemas únicos localizados alrededor de las instalaciones, y en la noche la luna, las estrellas y demás objetos situados en el firmamento.

Con el fin de enriquecer esta experiencia sobre la plataforma se ubican una serie de elementos dispuestos para brindar comodidad. Para poder relajarse en su interior y disfrutar de una bella velada, además si desea organizar una parrillada se dispone de los equipos y enseres necesarios como; asador, vajilla, juego de cubiertos, set de tazas y sartenes, entre otros. El check in del paquete da inicio a las 3 de la tarde y check out a las 12 del mediodía.

#### 8.6.1 Proceso productivo y distribución en planta

**Inicio check in** El turista realiza el check in en recepción, posterior deja su equipaje en la unidad tipo domo y se dirige al sendero para realizar la caminata ecoturística.

➤ Los turistas con prendas de vestir adecuadas y calzado cómodo se dirigen al sendero

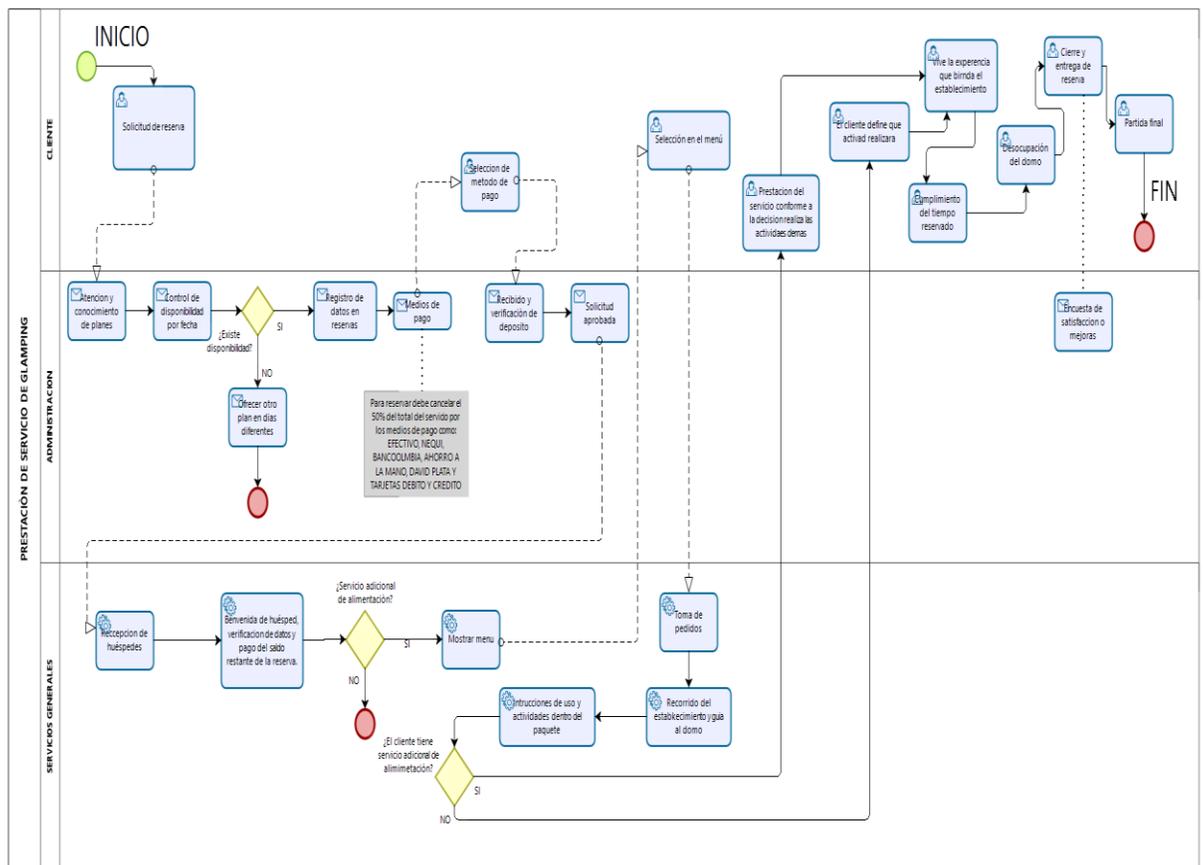
➤ Durante la caminata eco turística los turistas son dirigidos por el guía quien irá enseñando los diversos ecosistemas naturales, impulsando en los visitantes el interés por la naturaleza y su conservación.

➤ Terminada la actividad el recepcionista informa de que son libres de realizar actividades sin acompañamiento, aprovechando las instalaciones de la empresa.

➤ El turista ingresa en la unidad de glamping tipo domo donde tiene libertad de desarrollar las actividades que considere pertinentes para hacer de su estadía la mejor experiencia ya sea acostarse, contemplar la naturaleza en la terraza, cocinar un bistec en la parrilla o simplemente recostarse a observar el cielo estrellado.

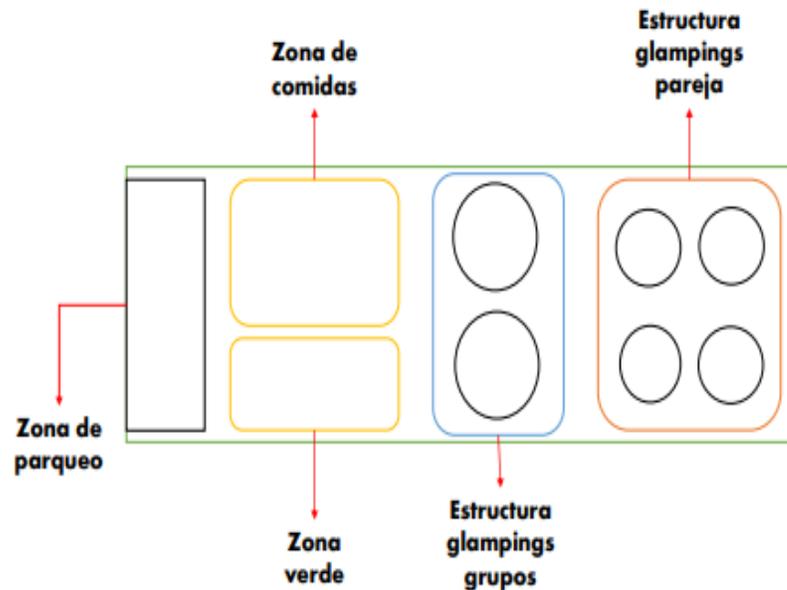
## Fin del proceso check out

Figura 42. Flujo operacional y de servicio



Fuente. Elaboración propia

Figura 43. Distribución de áreas



Fuente. Elaboración propia.

La capacidad de instalaciones es sumamente importante, es un factor crítico debido a que bajo este parámetro se establece la operatividad adecuada que sugiera la capacidad instalada del proceso productivo y administrativo de la organización. Además, debe tenerse en cuenta la posibilidad de una expansión y/o adecuación para optimizar los procesos, de acuerdo a lo que establezca el mercado en el mediano y largo plazo.

### 8.6.2 Maquinaria y equipos

- Equipos, Materia prima y Mano de obra

Va direccionada a lo necesario para la prestación del servicio, directamente, donde se tiene en cuenta toda la parte de equipos, muebles y enseres necesarios para la prestación del servicio de manera completa y correcta, además del cálculo de todo lo necesarios para llevar a cabo la ejecución del proyecto.

Se asume un número de producción de acuerdo a lo encontrado en la demanda, se tiene usualmente en cantidad de visitantes al mes, con base a esto se puede subir una demanda del glamping de un 5% a 10% gradualmente año a año.

- Requerimientos de equipos, muebles y enseres

A continuación, se enuncian aquellos activos fijos como equipos, muebles y enseres necesarios para la prestación del servicio y que ayuden a cumplir de manera correcta el objetivo del servicio.

*Tabla 26. Activos fijos para la operación*

<b>ACTIVOS FIJOS DE OPERACIÓN</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total</b>
Ventilador (Kalley)	2	200.000	400.000
Celulares	2	700.000	1.400.000
Pareja de radios	2	400.000	800.000
Computador	1	1.500.000	1.500.000
Lavadora secadora	1	3.200.000	3.200.000
Jacuzzi	2	3.800.000	7.600.000
Jacuzzi	4	3.200.000	12.800.000
Filtro	6	40.000	240.000
Guadañadora	1	800.000	800.000
Alojamiento domo familiar	2	8.200.000	16.400.000
Alojamiento domo pareja	4	7.500.000	30.000.000
Plataforma en madera y guadua 3m de alto, 7x5m	6	7.450.000	44.700.000
Toallas baño	10	12.000	120.000
Combo baños completos	8	330.000	2.640.000
Base Cama + colchón doble	6	930.000	5.580.000
Cama sencilla + colchón	4	850.000	3.400.000
Protector de colchón	10	50.000	500.000
Lámparas	6	80.000	480.000
Lámpara Colgante Oval Tela	4	100.000	400.000
Lámpara Colgante Structube	2	250.000	500.000
Almohadas decorativas	6	20.000	120.000
Minibar 9 Litros	2	640.000	1.280.000
Bombillos estéticos ahorradores	8	25.000	200.000
Canasta para la basura	10	6.000	60.000

Malla	6	32.000	192.000
<b>TOTAL</b>			<b>135.312.000</b>

Fuente. Elaboración propia.

Tabla 27. Activos fijos para la recepción

<b>ACTIVOS FIJOS RECEPCIÓN</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total</b>
Televisor Samsung 50"	2	1.700.000	3.400.000
Teléfono fijo	1	120.000	120.000
Extintores	4	50.000	200.000
Mueble de recepción	1	1.000.000	1.000.000
Silla recepción	2	120.000	240.000
Mesas	8	150.000	1.200.000
Escritorio	1	900.000	900.000
Botiquín	2	70.000	140.000
Elementos decoración	1	500.000	500.000
<b>TOTAL</b>			<b>7.700.000</b>

Fuente. Elaboración propia.

Tabla 28. Activos fijos para restaurante y cocina

<b>ACTIVOS FIJOS RESTAURANTE Y COCINA</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total</b>
Nevera (Samsung 400L)	1	2.000.000	2.000.000
mixer	1	300.000	300.000
weber	1	800.000	800.000
Licuadaora	1	100.000	100.000
Plancha	1	127.000	127.000
Microondas	1	400.000	400.000
Cafetera	1	300.000	300.000
Estufa	1	1.600.000	1.600.000
Dispensador por galón de agua	2	680.000	1.360.000
Vajilla x6	8	200.000	1.600.000
Cubiertos x24	3	100.000	300.000
Vasos	24	2.000	48.000

Copas de vino	20	4.000	80.000
Juego de ollas	2	300.000	600.000
Menaje completo comida	4	600.000	2.400.000
Utensilios de cocina	10	200.000	2.000.000
<b>Valor total</b>			<b>14.015.000</b>

Fuente. Elaboración propia.

### 8.6.3 Capacidad instalada y utilizada

Esta se refiere a la cantidad de visitantes que se pueden atender con los equipos y maquinaria y demás definidos para la operación del servicio en los alojamientos tipo glamping, teniendo en cuenta que se propuso atender 3.643 visitantes al año inicial, 189 visitas al mes aproximadamente, con 10 visitas promedio diarias, con un horario de servicio de lunes a domingo, a continuación, se calcula el porcentaje de uso para cada uno de los equipos con respecto a su capacidad total.

Tabla 29. Capacidad según la distinción de Domos

DOMOS	Unidades instaladas	Capacidad de usuarios
Parejas	4	8
Familiares	2	10
Total	6	18

Fuente. Elaboración propia.

$$\text{Capacidad Instalada utilizada} = \frac{\text{Capacidad pronosticada del domo}}{\text{Capacidad del domo}}$$

$$\text{Capacidad Instalada utilizada de domos para parejas} = \frac{10 \text{ usuarios}}{18 \text{ usuarios}} = 55\%$$

Por medio del cálculo realizado, se estima que en promedio la capacidad instalada utilizada (capacidad real) es del 55 %, con respecto a los domos instalados tanto para parejas como para grupos, ya que se tiene una capacidad pronosticada de 10 visitantes con una capacidad real de 18 visitantes

Al definir la cantidad de visitas diarias, mensuales y anual de servicio para cumplir con el 8% del mercado actual de visitantes al alojamiento tipo glamping wonder Green con un promedio de capacidad real del 55 %.

Tabla 30. Programa de servicio Glamping Wonder Green

Servicio	Servicios diarios	Servicios mensuales	Servicios anuales
Alojamiento	10 visitas	304 visita s	3.643 visitas
Total	10 visitas	304 visitas	3.643 visitas

Fuente. Elaboración propia.

- Expansión del terreno

$$\text{Capacidad Instalada utilizada} = \frac{\text{Capacidad pronosticada de utlizacion del terreno}}{\text{Capacidad del terreno}}$$

$$\text{Capacidad Instalada utilizada de terreno} = \frac{1500}{2100} = 71\%$$

Al definir la capacidad con respecto al terreno, es posible conocer que se encuentra en un 71 % de utilización en base al total el terreno, con un área construida del 1.500 m<sup>2</sup>, contando con un total de 2.100 m<sup>2</sup>, para la construcción y prestación del servicio de alojamiento tipo glamping Wonder Green.

Estrategia de programación y control.

Tabla 31. Estrategia organizacional

<b>Planeación estratégica</b>	Se programará las actividades relacionadas a la estadía del cliente en el establecimiento, tales como la caminata y menú de comidas.
<b>Personas</b>	Administrador, servicios generales, chef.
	Flujo de información de requerimientos del cliente, actividades logísticas y administrativas y flujo financiero por

<b>Planta</b>	actividad; la caja y control se desarrollará mediante Excel, para informes mensuales se establecerá un formato de Word propio de la empresa.
<b>Procesos</b>	Bajo estándares de calidad, teniendo en cuenta la satisfacción de las necesidades del cliente, el impacto ambiental de las actividades y procesos a desarrollar en el establecimiento, con respeto, puntualidad y calidad en el servicio.
<b>Herramientas</b>	Máquinas, herramientas y equipos mencionadas anteriormente en el apartado de materiales y mano de obra.
<b>Otros</b>	Implementación de sistemas de mejora continua Justo a tiempo y 5S.

Fuente. Elaboración propia.

- **Estrategia de producción**

Nuestra estrategia de diferenciación está basada en tres pilares fundamentales: Servicio personalizado, Calidad en el servicio y experiencia en el cliente. Partiendo desde el primer ítem, el servicio personalizado estará acorde a las necesidades de los clientes dado a la particularidad del servicio se llegará a gran cantidad de personas, parejas, amigos y familias que requieran pasar un tiempo único al estar inmersos en la naturaleza, se personaliza dependiendo de la ocasión especial, sea una cena romántica al umbral de la noche estrellada, un cumpleaños al aire libre, una parrillada familiar, una tarde de lectura y artes etc. En el segundo ítem se tiene la calidad, tanto desde la recepción del pedido o reservación por parte del cliente como en la post experiencias, brindando canales directos de comunicación entre la empresa y cliente, además se pretende buscar la excelencia en prestación de servicios con certificaciones de calidad tales como la ISO 9001 e ISO 14001 ;Como tercer ítem se tiene la experiencia, al apreciar de un entorno relativamente lejos de la ciudad, al poder escuchar la brisa de los vientos de la cordillera, el canto de los pájaros y la hermosa vista que se tiene desde el lugar se presenta como una opción de relajación y descanso de la rutina diaria.

#### 8.6.4 Requerimientos de materias prima e insumos

Teniendo una planeación de servicio diaria durante toda la semana se realiza un análisis de la inversión necesaria por servicio el cual se tiene pronosticado con un tope máximo de diez servicios, teniendo en cuenta lo anterior se analiza lo inmerso de insumos y materias primas necesarias para la prestación del servicio, con cada uno de sus costos, donde cabe resaltar que por la parte de alimentos se pretende obtener directamente de la localidad, donde se apoye e incentive el comercio a los agricultores de tal manera, aprovechando la riqueza de la zona fría.

Tabla 32. Requerimientos materias prima e insumos

CONCEPTO	Costo de materia prima por persona	Costo Diario	Costo Mensual porción	Costo Anual
<b>Alimentos</b>				
Granola	\$ 533	\$ 5.333	\$ 160.000	\$ 1.920.000
Fresa	\$ 116	\$ 1.155	\$ 34.650	\$ 415.800
Mango	\$ 54	\$ 544	\$ 16.320	\$ 195.840
Banano	\$ 120	\$ 1.200	\$ 36.000	\$ 432.000
Yogurt	\$ 1.440	\$ 14.400	\$ 432.000	\$ 5.184.000
Huevos	\$ 1.303	\$ 13.033	\$ 391.000	\$ 4.692.000
Rancheras	\$ 2.786	\$ 27.857	\$ 835.714	\$ 10.028.571
Naranja	\$ 1.692	\$ 16.920	\$ 507.600	\$ 6.091.200
Aromática	\$ 210	\$ 2.095	\$ 62.850	\$ 754.200
Queso	\$ 799	\$ 7.987	\$ 239.598	\$ 2.875.176
Café	\$ 150	\$ 1.497	\$ 44.896	\$ 538.750

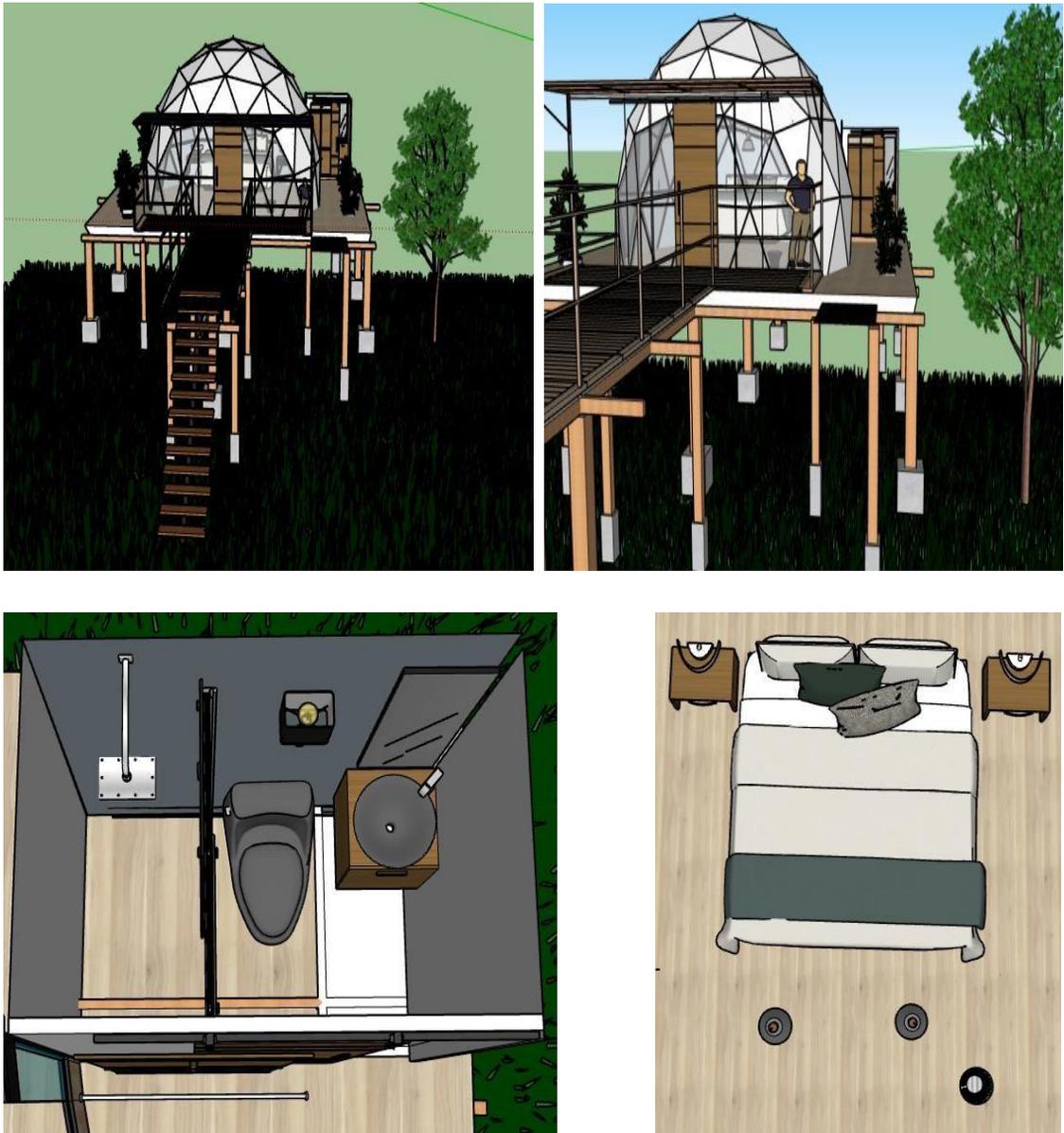
Chocolate	\$ 644	\$ 6.442	\$ 193.254	\$ 2.319.048
<b>Implementos Personales</b>				
Papel higiénico	\$ 1.081	\$ 10.813	\$ 324.375	\$ 3.892.500
Jabón	\$ 5	\$ 48	\$ 1.427	\$ 17.120
Juego de sábanas	\$ 7.833	\$ 235.000	\$ 7.050.000	\$ 28.200.000
Almohadas	\$ 444	\$ 100.000	\$ 400.000	\$ 1.600.000
Cobijas	\$ 844	\$ 190.000	\$ 760.000	\$ 3.040.000
Salidas de baño	\$ 9.167	\$ 275.000	\$ 8.250.000	\$ 33.000.000
Toallas	\$ 3.000	\$ 90.000	\$ 2.700.000	\$ 10.800.000
Velas aromatizadas	\$ 278	\$ 8.333	\$ 250.000	\$ 1.000.000
<b>Implementos para limpieza</b>				
Escoba	\$ 6.500	\$ 65.000	\$ 5.850.000	\$ 23.400.000
Trapero	\$ 208	\$ 62.500	\$ 187.500	\$ 750.000
Recogedor	\$ 142	\$ 42.500	\$ 127.500	\$ 510.000
Cepillo	\$ 164	\$ 49.250	\$ 147.750	\$ 591.000
Paños de limpieza	\$ 217	\$ 65.000	\$ 195.000	\$ 780.000
Cloro	\$ 6	\$ 58,12	\$ 1.744	\$ 20.925
<b>Detergentes</b>				
Jabón líquido	\$ 11	\$ 108	\$ 3.250	\$ 38.996
Fabuloso	\$ 9	\$ 87	\$ 2.616	\$ 31.387
Aromatizante	\$ 10	\$ 98	\$ 2.933	\$ 35.192
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 39.765</b>	<b>\$ 1.292.258</b>	<b>\$ 29.207.975</b>	<b>\$ 143.153.705</b>

Fuente. Elaboración propia.

### 8.6.5 Edificios e instalaciones

Mediante el software SketchUp, se realiza la previa simulación con respecto a la estructura de las instalaciones de los domos

Figura 44. Diseño infraestructura externa e interna de Glamping



Fuente: Elaboración propia

## 8.7 ESTUDIO ORGANIZACIONAL

### 8.7.1 Estructura

Dado a los estudios anteriores, se toma como una persona jurídica para la realización de las diferentes actividades legales y financieras, para la adquisición de recursos se pretende conseguir socios e inversionistas privados o públicos, solicitando fondos a diferentes convocatorias que cada actor pertinente de financiación permítase para la ejecución del proyecto.

La empresa se constituirá como una Sociedad por Acciones Simplificadas S.A.S figurando como; Glamping Wonder Green, y Amparada bajo La Ley 1258 de 2008.

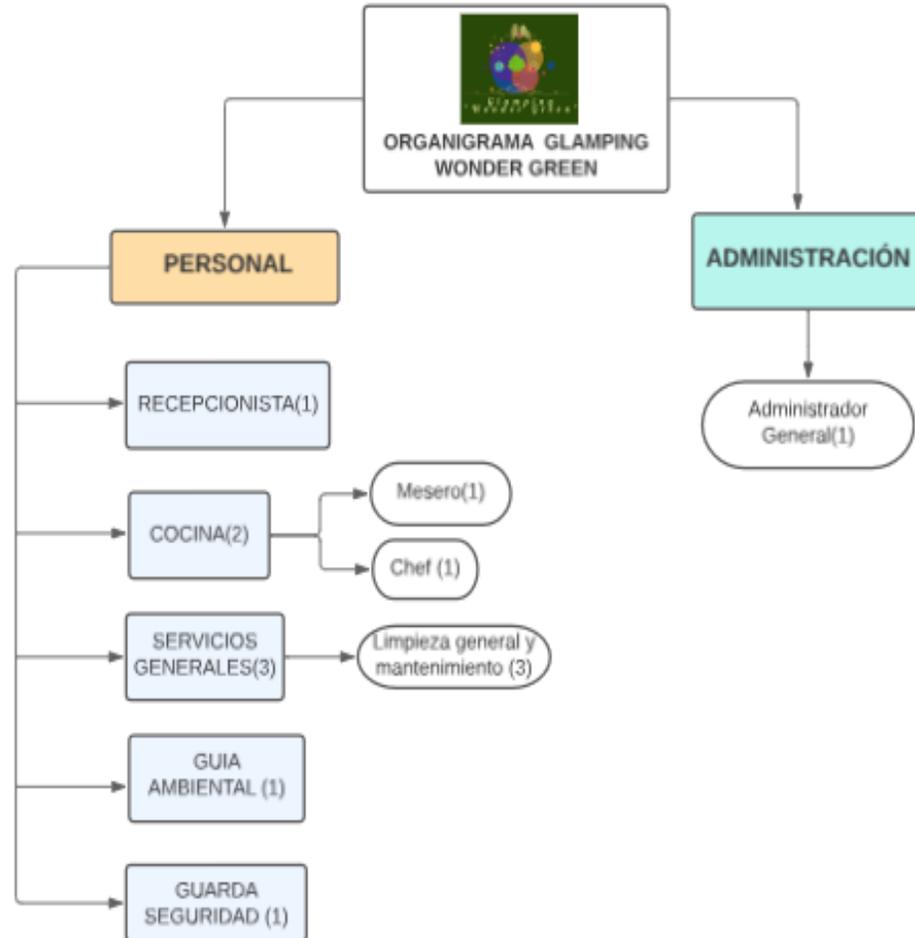
La SAS es una sociedad de capitales constituida por una o varias personas naturales o jurídicas, y en cual los socios sólo serán responsables hasta el monto de sus aportes, limitando así la responsabilidad de los empresarios. Con este vínculo jurídico los acreedores no pueden afectar el patrimonio personal y familiar de los socios que actúan de buena fe. La SAS no obliga al empresario a crear instancias como la junta directiva, o cumplir con ciertos requisitos, como la pluralidad de socios.

Se decide elegir la figura S.AS debido a las siguientes características:

- Facilidad en los trámites.
- Puede constituirse con uno o varios socios.
- No requiere escritura pública
- Término de duración indefinido.
- Objeto social indeterminado.
- Limitación de la responsabilidad por obligaciones fiscales y laborales.
- Voto múltiple.
- Libertad de organización.
- No siempre es obligatoria la revisoría fiscal, ni la junta directiva.

## 8.7.2 Organigrama

Figura 45. Organigrama Wonder Green



Fuente. Elaboración propia.

Tabla 33. Cargos y descripción de cargos.

Nombre del cargo	Administrador General
9	Garantizar que las políticas de la compañía se cumplan.
10	Representar Legalmente a la empresa.

Funciones	11 Establecer la organización de los puestos de trabajo. 12 Tomar decisiones Estratégicas, financieras o productivas 13 Capacitar y evaluar al personal. 14 Administrar nómina de personal.
Requerimientos del cargo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Profesional en administración o ingeniería industrial</li> <li>• Técnico, tecnólogo o profesional en turismo</li> <li>• Sin preferencia de género</li> <li>• Experiencia profesional mínimo 2 años en una organización.</li> <li>• Cualidades: líder, responsable, puntual, seria, honesta, analítica.</li> </ul>
<b>Nombre del cargo</b>	<b>Recepcionista</b>
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mantener el control de las entradas y salidas de los huéspedes.</li> <li>• Recibir y brindar acogimiento a los huéspedes.</li> <li>• Gestionar de manera correcta las reservas y cancelaciones para evitar cruces.</li> <li>• Ofrecer información turística.</li> <li>• Funciones de apoyo a él demás personal.</li> <li>• Ser la persona quien vela por la imagen del establecimiento.</li> </ul>
Requerimientos del cargo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Profesional o técnico en gestión de alojamiento turístico.</li> <li>• Conocimientos en contabilidad</li> <li>• Aptitudes para lenguas extranjeras</li> <li>• Sin preferencia de género</li> <li>• Experiencia profesional mínimo 1 años en una organización.</li> <li>• Cualidades: amable, cortés, asertivo, carismática, buen trato</li> </ul>
Nombre del cargo	<b>Servicios generales (Limpieza general y mantenimiento)</b>
Misión del cargo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encargado de la limpieza y desinfección general de todo el establecimiento como apoyo y colaboración a los demás encargados para el servicio.</li> </ul>
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Brindar el servicio de limpieza a los domos</li> <li>• Alistamiento del servicio</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Controlar la limpieza de los aparatos de cocina</li> <li>• Recoger la basura y deshacerse de ella adecuadamente</li> <li>• Asistir a los huéspedes con las solicitudes</li> <li>• Realizar tareas de mantenimiento básico</li> </ul>
Requerimientos del cargo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Experiencia de 1 año o más</li> <li>• Sin preferencia de género</li> </ul> <p>Cualidades: Paciente, empático, responsable, honrado, respetuoso.</p>
Nombre del cargo	<b>Chef</b>
Misión del cargo	Preparar los más deliciosos platos, con la finalidad de que los usuarios se lleven una experiencia única, servicio de calidad e inconfundible.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Preparar platos solicitados</li> <li>• Planificación del menú y elaboración de los platos</li> <li>• Gestionar tiempos de preparación</li> <li>• Capacitación constante en nuevas técnicas culinarias</li> </ul>
Requerimientos del cargo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Profesional en gastronomía</li> <li>• Experiencia de 1 año o más</li> <li>• Sin preferencia de género</li> <li>• Cualidades: Íntegro, empático, responsable, honrado, respetuoso.</li> </ul>
Nombre del cargo	<b>Mesero</b>
Misión del cargo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Punto de contacto entre el personal de sala y el de cocina, comunicar las comandas de comida a el chef, prestando atención a prioridades y peticiones especiales.</li> </ul>
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tomar las órdenes y peticiones de los visitantes</li> <li>• Encargado de llevar los alimentos y brindar la mejor atención al usuario en mesa y servicio.</li> <li>• Organizar y limpiar la estación de meseros durante el servicio y después.</li> </ul>
Requerimientos del cargo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Experiencia de 1 año o más</li> <li>• Sin preferencia de género</li> <li>• Certificado en manipulación de alimentos</li> <li>• Disponibilidad para trabajar turnos varios,</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cualidades: Íntegro, empático, responsable, honrado, respetuoso.</li> </ul>
Nombre del cargo	<b>Guía ambiental</b>
Misión del cargo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Persona encargada de acompañar a los turistas en sus viajes y ofrecer información relevante acerca de la zona, así como presentarles servicios de acompañamiento y asistencia</li> </ul>
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interpretar el patrimonio natural y cultura</li> <li>• Diseñar itinerarios turísticos</li> <li>• Prestar servicios de acompañamiento y asistencia</li> <li>• Fomentar el turismo sostenible</li> <li>• Garantizar la seguridad de los turistas</li> </ul>
Requerimientos del cargo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Profesional o técnico en el área de turismo o afines</li> <li>• Persona con conocimientos en aprovechamiento de los recursos naturales, vegetación y afines</li> <li>• Experiencia de 1 año o más</li> <li>• Sin preferencia de género</li> <li>• Cualidades: Asertivo, empático, planificador, responsable, honrado, respetuoso, motivador.</li> </ul>
Nombre del cargo	<b>Guarda de seguridad</b>
Misión del cargo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ayudar a proteger los bienes garantizando la seguridad de las personas que se encuentran en la propiedad manteniendo un entorno seguro y protegido.</li> </ul>
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Observar y detectar</li> <li>• Controlar el acceso de visitantes y correspondencias</li> <li>• Recibir correspondencias</li> <li>• Realizar rondas o recorridos por las zonas</li> <li>• Verificar el tipo y objetos u partencias entrantes al establecimiento</li> <li>• Salvaguardar la vida y seguridad de los presentes.</li> </ul>
Requerimientos del cargo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Profesional o técnico en guardia de seguridad, o a fines</li> <li>• Capacidad de manejar sistemas de detección y equipos de emergencia.</li> <li>• Experiencia de año o más</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"><li>• Sin preferencia de género</li><li>• Cualidades: Íntegro, empático, responsable, honrado, respetuoso.</li></ul>
--	--

Fuente. Elaboración propia

### **8.7.3 Gastos del personal necesario**

La gestión de los recursos humanos es un aspecto significativo en la búsqueda del logro de los objetivos del proyecto, por lo que el personal conforma una estructura sólida, que en parte es la base del correcto funcionamiento para la prestación del servicio.

Es por esto, que es necesario considerar los gastos en que se incurrirán en mano de obra y los diferentes aspectos que influyen en las necesidades del personal. A continuación, se describen los costos necesarios:

## Mano de obra Directa

Tabla 34. Personal necesario para realizar trabajo directo en el servicio

Personal	Días trabajados	Sueldo	Auxilio de transporte	Total, devengado	Salud 4%	Pensión 4%	Total, deducido	Neto a pagar mensual	Neto a pagar anual
<b>Recepcionista</b>	30	1.100.000	\$ 140.606	\$ 1.240.606	\$ 44.000	\$ 44.000	\$ 88.000	\$ 1.152.606	\$ 13.831.272
<b>Mesero</b>	30	1.000.000	\$ 140.606	\$ 1.140.606	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 80.000	\$ 1.060.606	\$ 12.727.272
<b>Chef</b>	30	1.620.000	\$ 140.606	\$ 1.760.606	\$ 64.800	\$ 64.800	\$ 129.600	\$ 1.631.006	\$ 19.572.072
<b>Guía ambiental</b>	30	900.000	\$ 140.606	\$ 1.040.606	\$ 36.000	\$ 36.000	\$ 72.000	\$ 968.606	\$ 11.623.272
<b>TOTAL</b>								<b>\$ 4.812.824</b>	<b>\$ 57.753.888</b>

Fuente. Elaboración propia

## Mano de obra Indirecta

Tabla 35. Personal necesario para realizar trabajo indirecto en el servicio

Personal	Días trabajados	Sueldo	Auxilio de transporte	Total, devengado	Salud 4%	Pensión 4%	Total, deducido	Neto a pagar mensual	Neto a pagar anual
----------	-----------------	--------	-----------------------	------------------	----------	------------	-----------------	----------------------	--------------------

<b>Servicios Generales</b>	30	1.060.000	\$ 140.606	\$ 1.200.606	\$ 42.400	\$ 42.400	\$ 84.800	\$ 1.115.806	\$ 13.389.672
<b>Servicios Generales</b>	30	1.060.000	\$ 140.606	\$ 1.200.606	\$ 42.400	\$ 42.400	\$ 84.800	\$ 1.115.806	\$ 13.389.672
<b>Servicios Generales</b>	30	1.060.000	\$ 140.606	\$ 1.200.606	\$ 42.400	\$ 42.400	\$ 84.800	\$ 1.115.806	\$ 13.389.672
<b>Guarda</b>	30	1.150.000	\$ 140.606	\$ 1.290.606	\$ 46.000	\$ 46.000	\$ 92.000	\$ 1.198.606	\$ 14.383.272
<b>TOTAL</b>								<b>\$ 4.546.024</b>	<b>\$ 54.552.288</b>

Fuente. Elaboración propia

### Nomina Administrativa

Tabla 36. Personal necesario para realizar trabajos Administrativos

<b>Personal</b>	<b>Días trabajados</b>	<b>Sueldo</b>	<b>Auxilio de transporte</b>	<b>Total, devengado</b>	<b>Salud 4%</b>	<b>Pensión 4%</b>	<b>Total, deducido</b>	<b>Neto a pagar mensual</b>	<b>Neto a pagar anual</b>
Administrador	30	2.500.000	\$ 140.606	\$ 2.640.606	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 200.000	\$ 2.440.606	\$ 29.287.272
<b>TOTAL</b>								<b>\$ 2.440.606</b>	<b>\$ 29.287.272</b>

Fuente. Elaboración propia

## 8.8. ASPECTOS LEGALES

A continuación, en la tabla 37 se evidencian las normas técnicas sectoriales de Colombia las cuales están relacionadas con el proyecto a desarrollar el cual tiene como actividad principal la prestación de servicios los cuales están directamente relacionados con turismo, hospedaje y alojamiento.

Tabla 37. Normatividad para establecer el Glamping en la vereda Bajo Palacé.

NORMATIVIDAD	DESCRIPCIÓN
Norma Técnica Sectorial Colombiana (NTSH 001- Destino turístico- área turística, requisitos de sostenibilidad).	Esta norma especifica los requisitos de sostenibilidad ambiental, sociocultural y económica aplicables a los destinos turísticos colombianos [59].
Norma Técnica Sectorial Colombiana (NTSH 002- Establecimientos de alojamiento y hospedaje, requisitos de sostenibilidad).	Esta norma especifica los requisitos de sostenibilidad ambiental, sociocultural y económica para los establecimientos de alojamiento y hospedaje (EAH), definidos por dos niveles, así: Nivel básico de sostenibilidad y Nivel alto de sostenibilidad. También menciona como deben de hacerse y cumplirse los requisitos para recibir el otorgamiento de calidad turística y sello ambiental colombiano, explicando uno a uno de los ítems como lo son consumo de energía, agua, protección de flora y fauna para poder recibir de ello [60].
Norma Técnica Sectorial Colombiana (NTSH 003 – Agencias de viajes, requisitos de sostenibilidad)	Esta norma establece los requisitos de sostenibilidad en los aspectos ambientales, socioculturales, económicos y de gestión para la sostenibilidad que son aplicables a los siguientes tipos de agencias de viajes: viajes y turismo, mayoristas y operadores [61].
Norma Técnica Sectorial Colombiana (NTSH 004 – Establecimientos gastronómicos y bares, requisitos de sostenibilidad).	Esta norma especifica los requisitos de sostenibilidad ambiental, sociocultural y económica para los establecimientos gastronómicos y los bares [62].

Norma Técnica Sectorial Colombiana (NTSH 005 - Empresas de transporte terrestre automotor especializado, empresas operadoras de chivas y otros vehículos automotores que presten servicio de transporte turístico, requisitos de sostenibilidad).	Esta norma técnica sectorial establece los requisitos de sostenibilidad en los aspectos ambientales, socioculturales y económicos que deben cumplir las empresas de transporte terrestre automotor especializado, las empresas operadoras de chivas y otros vehículos automotores que presten servicio de transporte turístico [63].
Norma Técnica Sectorial Colombiana (NTSH 006 – Clasificación de establecimientos de alojamiento y hospedaje, caracterización por estrellas de hoteles, requisitos normativos).	Esta norma clasifica a los establecimientos de alojamiento y hospedaje, las características de calidad en los servicios ofrecidos y de infraestructura que deben cumplir los hoteles para obtener su certificado de categorización por estrellas [64].

Fuente. Elaboración propia.

En la tabla 38, se observa la normatividad vigente relacionada con el proceso de la creación del “Glamping Wonder Green” en la vereda Bajo Palacé.

Tabla 38. Normatividad para el funcionamiento del Glamping en la vereda Bajo Palacé.

TIPO	AÑO	DESCRIPCIÓN
Ley 2	1959	Reserva forestal y protección de suelos y agua [65].
Ley 23	1973	Principios fundamentales sobre la prevención y control de la contaminación del aire, agua y suelo [66].
Ley 9	1979	Código Sanitario Nacional. Medidas sanitarias sobre manejo de residuos sólidos [67].
Ley 84	1989	Adopta el estatuto nacional de protección de los animales [68].
Ley 99	1993	Por la cual se crea el ministerio del medio ambiente, el cual se encarga de la gestión y conservación del medio ambiente y los recursos naturales renovables [69].
Ley 300	1996	Por la cual se expide la ley general de turismo y se dictan otras disposiciones [70].
Ley 1558	2012	Establece que el fomento, el desarrollo y la promoción del sector turístico debe alcanzarse “a través de los

		mecanismos necesarios para la creación, conservación, protección y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos nacionales, resguardando el desarrollo sostenible” [71].
Ley 1101	2006	Se estipulan los parámetros para las actividades asociadas con el sector turístico [72].
Ley 2068	2020	Artículo 22. Los prestadores de servicios de alojamiento turístico deberán llevar el registro de los huéspedes, a través del diligenciamiento de la Tarjeta de Registro de Alojamiento en el sistema que, para todos los efectos disponga el Gobierno Nacional [73].
Resolución 2505	2004	Por la cual se reglamentan las condiciones que deben cumplir los vehículos para transportar carne, pescado o alimentos fácilmente corruptibles [74].
Resolución 2115	2007	Por medio de la cual se señalan características, instrumentos básicos y frecuencias del sistema de control y vigilancia para la calidad del agua para consumo humano [75].
Resolución 2674	2013	Establece los requisitos sanitarios que se deben cumplir para las actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos y materias primas de alimentos y los requisitos para la notificación, permiso o registro sanitario de los alimentos [76].
Resolución 2184	2019	Busca fortalecer el uso racional de las bolsas plásticas en el país, así como la generación del código de colores para el manejo de los residuos sólidos, fomentando la cultura ciudadana en este aspecto [77].
Resolución 810	2021	Por la cual se establece el reglamento técnico sobre los requisitos de etiquetado nutricional y frontal que deben cumplir los alimentos envasados o empacados para consumo humano [78].
Decreto 1753	1994	Define la licencia ambiental LA: naturaleza, modalidad y efectos; contenido, procedimientos, requisitos y competencias para el otorgamiento de LA [79].
Decreto 2150	1995	Reglamenta la licencia ambiental y otros permisos. Define los casos en que se debe presentar Diagnóstico Ambiental de Alternativas, Plan de Manejo Ambiental y Estudio de Impacto Ambiental. Suprime la licencia ambiental ordinaria [80].
Decreto 1609	2002	Tiene por objeto establecer los requisitos técnicos y de seguridad para el manejo y transporte de mercancías peligrosas por carretera en vehículos automotores en

		todo el territorio nacional, con el fin de minimizar los riesgos, garantizar la seguridad y proteger la vida y el medio ambiente [81].
Decreto 1500	2007	Este Decreto establece el reglamento técnico a través del cual se crea el Sistema Oficial de Inspección, Vigilancia y Control de la Carne, Productos Cárnicos Comestibles y Derivados Cárnicos Destinados para el Consumo Humano [82].
Decreto 2438	2010	Por el cual se dictan unas disposiciones relacionadas con la responsabilidad de las Agencias de Viajes en la prestación de servicios turísticos [83].
Decreto 1076	2015	Busca dar cumplimiento a los objetivos generales de conservación del medio ambiente y los recursos naturales del país [84].
Estatuto tributario Decreto 624 (presidente de la república de Colombia)	1989	Especifica la obligatoriedad y porcentaje de contribución con relación al tipo de persona y la actividad económica que desarrolla [85].
Constitución política de Colombia (Artículo 63 y 72)	1991	Protección de los bienes de uso público, el patrimonio arqueológico y otros bienes culturales que conforman la identidad nacional pertenecen a la nación, son inalienables, inembargables e imprescriptibles, representa un aspecto que refuerza la realización de actividades turísticas en la medida que permite que los bienes enunciados puedan disfrutarse por todos -residentes y visitantes- en el mejor sentido de apreciación y uso mediante actividades permitidas y controladas para evitar su deterioro o desaparición [86].
Constitución política de Colombia (Artículo 79 y 80)	1991	El concepto de desarrollo sostenible está planteado en la garantía del derecho de todas las personas tiene de gozar de un ambiente sano y en la obligación del Estado de ‘proteger la diversidad e integridad del ambiente, conservar las áreas de especial importancia ecológica y fomentar la educación para el logro de estos fines’ y en ‘planificar el manejo y aprovechamiento de los recursos naturales...’ y prevenir los factores que ocasionen riesgos a su conservación o conduzcan a su deterioro [86].

Fuente. Elaboración propia.

- Para constituir Glamping Wonder Green.

Se debe hacer por medio de un documento privado debidamente autenticado, sin embargo, en los casos en que los aportes de los socios requieran de escritura pública para poder ser transferidos, la constitución de la compañía también deberá realizarse por medio de escritura pública. (Artículo 5º de la Ley 1258 de 2008).

**Accionistas:** El mínimo de personas naturales o jurídicas exigido para conformar una S.A.S es de uno y el tope máximo es ilimitado. (Artículo 1 de la Ley 1258 de 2008).

**Responsabilidad:** Las personas naturales o jurídicas que constituyan una S.A.S son responsables solamente hasta el monto de sus respectivos aportes; puesto que según el artículo 2 de la Ley 1258 de 2008. La S.A.S constituirá una persona jurídica independiente y diferente de la personería de sus accionistas; esto pasará cuando la sociedad esté debidamente inscrita en el Registro Mercantil (Artículo 1 de la Ley 1258 de 2008).

**Acciones:** Las acciones y demás títulos valores que emita una S.A.S. no pueden ser negociadas en bolsas de valores ni tampoco inscritas en el Registro Nacional de Valores y Emisores (artículo 4º de la Ley 1258)

**Decisiones:** Cada accionista tiene derecho a tantos votos como acciones posea. Se tendrá quórum cuando haya presencia de por lo menos la mitad más una de las acciones suscritas (en los estatutos se puede pactar un quórum inferior). Las decisiones se aprobarán con el voto favorable de los accionistas que representen como mínimo la mitad más uno de acciones presentes (la mayoría decisoria puede ser diferente en los casos en los que se haya indicado en los estatutos).

**Revisoría fiscal:** Gracias a lo indicado en el artículo 28 de la Ley 1258 de 2008, la S.A.S no va a requerir tener revisor fiscal en todos los casos. Dicha obligación nacerá en situaciones específicas previamente estipuladas por la Ley, como la indicada en parágrafo 2 del artículo 13 de la ley 43 de 1990, que exige nombrar revisor fiscal cuando las sociedades comerciales superen cierto nivel de activos o ingresos brutos.

**Causales de Disolución y Liquidación:** Una S.A.S se verá obligada disolverse y liquidarse cuando:

- Finalice el término de duración previsto en los estatutos (esta causal puede evitarse si antes de la fecha de expiración, se hubiera registrado una prórroga ante la Cámara de Comercio correspondiente).
- Por imposibilidad de desarrollar las actividades previstas en su objeto social
- Por la iniciación del trámite de liquidación judicial
- Por las causales previstas en los estatutos
- Por voluntad de los accionistas adoptada en la asamblea o por decisión del accionista único
- Por orden de autoridad competente
- Por pérdidas que reduzcan el patrimonio neto de la sociedad por debajo del cincuenta por ciento (50%) del capital suscrito

**Permisos y licencias:** Glamping Wonder Green se localiza en la Vereda Bajo Palacé, Departamento del Cauca, esta empresa hace parte de la oferta de servicios del sector del ecoturismo y requiere los siguientes elementos:

- Registro Nacional de Turismo: El trámite de inscripción no tiene ningún costo. El impuesto de registro de que trata el artículo 226 de la ley 223 de 1995. (Este impuesto es de carácter departamental y se genera por cualquier inscripción que se realice en la Cámara de Comercio. Para estos efectos de acuerdo con el decreto 650 de 1996 se tomará como un documento sin cuantía).
- Inscripción en la Cámara de Comercio como persona jurídica e igualmente inscribir el establecimiento comercial.
- Inscripción en la gobernación del Cauca y pago del impuesto de industria y comercio.
- Solicitud de uso de Suelo en la alcaldía municipal.

*Tabla 39 Impuestos y permisos anuales*

<b>Descripción</b>	<b>Costo mensual</b>	<b>Costo anual</b>
Impuesto del predial	\$ 40.000	\$ 480.000
Permisos	\$ 116.667	\$ 1.400.000
Licencias	\$ 75.000	\$ 900.000
<b>Valor total</b>	<b>\$ 231.667</b>	<b>\$ 2.780.000</b>

Fuente. Elaboración propia

## 8.9. ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero hace referencia al último de los estudios descritos anteriormente (técnico, medio ambiental, organizacional y legal), El estudio financiero hace referencia a los elementos informativo cuantitativo, los cuales permiten decidir y observar la viabilidad de un plan de negocios, en ellos se integra el comportamiento de las operaciones necesarias para que una empresa marche y visualizando a su vez el crecimiento de la misma en el tiempo. Es importante que al iniciar cualquiera idea de proyecto o negocio se contemplen las variables que intervienen en el desarrollo e implementación, consideran el costo efectivo que con lleva el operar el proyecto en términos financieros que implica el costo de capital de trabajo, adquisiciones de activo fijo y gastos pre operativo hasta obtener los indicadores financieros en los Estados Financieros como lo son. El balance general, estado de pérdidas y ganancias y finalmente el flujo de efectivo y así poder llevar a cabo la construcción del flujo de caja y los diferentes criterios de rentabilidad para así finalmente determinar la viabilidad del proyecto [88].

El proyecto se realizó basándose en una proyección a 10 años, teniendo en cuenta los ingresos de este tipo de alojamientos el cual inicialmente será del 8% anual respecto a la capacidad demandada.

### 8.9.1. Costos y gastos del proyecto

#### PRESUPUESTOS DE INVERSIONES

A continuación, se especifican las inversiones fijas (Construcciones y adecuaciones del sitio, equipos, muebles y enseres y finalmente los repuestos y herramientas), necesarias para la apertura y funcionamiento óptimo para la prestación de servicio del Glamping Wonder Green.

Tabla 40. Inversiones fijas

DESCRIPCIÓN	VALOR
Terreno	\$ 140.000.000,00
Construcciones y adecuaciones	\$ 64.320.000,00

Equipos	\$	39.447.000,00
Muebles y enseres	\$	117.580.000,00
Repuestos y herramientas	\$	700.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$</b>	<b>222.047.000,00</b>

Fuente. Elaboración propia

## INVERSIONES DIFERIDAS

Las inversiones diferidas o inversión de puesta en marcha alcanzaron un valor de \$ 10.954.320, donde es posible denotar que el mayor valor se centra en los gastos de organización, específicamente en dotación de personal, dado a que ser un servicio, se debe otorgar de manera continua al personal por la presentación y aparecía que brinda este a los visitantes.

Tabla 41. Inversiones diferidas

DESCRIPCIÓN	COSTO TOTAL	
Gastos de organización	\$	6.554.320,00
Gastos de montaje e instalación	\$	4.400.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$</b>	<b>10.954.320,00</b>

Fuente. Elaboración propia

## PRESUPUESTOS DE COSTOS DE OPERACIÓN

Los costos de operación en este caso para la prestación del servicio se dividen en costos variables, costos fijos y gastos administrativos, a continuación, se muestran las tablas de presupuestos correspondientes a los costos variables, detallan cada uno de los inmersos dentro del servicio como los costos fijos de igual manera.

- **Costos variables**

Tabla 42. Inversiones fijas

DESCRIPCIÓN	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Materia prima e insumos	\$ 29.207.975	\$ 143.153.705
Mano de obra directa	\$ 4.812.824	\$ 57.753.888
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 34.020.799</b>	<b>\$ 200.907.593</b>

Fuente. Elaboración propia

- **Costos fijos**

Tabla 43. Servicios Básicos

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>COSTO MENSUAL</b>	<b>COSTO ANUAL</b>
Servicios públicos (Energía, Agua, Gas)	\$ 730.000,00	\$ 8.760.000,00
Telecomunicaciones (Internet, TV, Teléfono)	\$ 180.000,00	\$ 2.160.000,00
Servicios recolección de basuras	\$ 120.000,00	\$ 1.440.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.030.000,00</b>	<b>\$ 12.360.000,00</b>

Fuente. Elaboración propia

Tabla 44. Mantenimiento

<b>Descripción</b>	<b>Costo Mensual</b>	<b>Costo Anual</b>
Mantenimiento preventivo instalaciones y equipos	\$ 416.666,67	\$ 5.000.000,00

Fuente. Elaboración propia

Tabla 45. Costos fijos totales

<b>Descripción</b>	<b>Costo mensual</b>	<b>Costo anual</b>
Servicios	\$ 1.030.000,00	\$ 12.360.000,00
Mantenimiento	\$ 416.666,67	\$ 5.000.000,00
Mano de obra indirecta	\$ 4.546.024	\$ 54.552.288
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 5.992.691</b>	<b>\$ 71.912.288</b>

Fuente. Elaboración propia

### **Gastos de administración**

Tabla 46. Pólizas e impuestos

<b>Descripción</b>	<b>Costo mensual</b>	<b>Costo anual</b>
Impuesto del predial	\$ 40.000	\$ 480.000

Permisos	\$	116.667	\$	1.400.000
Licencias	\$	75.000	\$	900.000
<b>Valor total</b>	<b>\$</b>	<b>231.667</b>	<b>\$</b>	<b>2.780.000</b>

Fuente. Elaboración propia

Tabla 47. Suministros de papelería

Descripción	Costo Mensual	Costo Anual
Resma de papel	\$ 7.000,00	\$ 84.000,00
Caja Lapiceros	\$ 4.166,67	\$ 50.000,00
Caja Lápices	\$ 2.000,00	\$ 24.000,00
Tijeras	\$ 500,00	\$ 6.000,00
abre huecos	\$ 833,33	\$ 10.000,00
grapadora con ganchos	\$ 2.000,00	\$ 24.000,00
Calculadora	\$ 250,00	\$ 3.000,00
Carpetas de archivo	\$ 5.000,00	\$ 60.000,00
Pegamento	\$ 1.000,00	\$ 12.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 22.750,00</b>	<b>\$ 273.000,00</b>

Fuente. Elaboración propia

Tabla 48. Gastos de telecomunicaciones

Descripción	Costo Mensual	Costo Anual
Plan Internet y minutos ilimitados	\$ 70.000,00	\$ 840.000,00
<b>Valor Total</b>	<b>\$ 70.000,00</b>	<b>\$ 840.000,00</b>

Fuente. Elaboración propia

Tabla 49. Gastos totales de administración

Descripción	Costo mensual	Costo anual
Pólizas e impuestos	\$ 231.666,67	\$ 2.780.000,00
Papelería	\$ 22.750,00	\$ 273.000,00
Telecomunicaciones	\$ 70.000,00	\$ 840.000,00

Nomina Administrativa	\$	2.440.606	\$	29.287.272
<b>TOTAL</b>	<b>\$</b>	<b>2.765.023</b>	<b>\$</b>	<b>33.180.272</b>

Fuente. Elaboración propia

## Gastos de ventas y comercialización

Tabla 50. Costos de publicidad

Descripción	Costo Mensual	Costo Anual
Portafolio de servicios	\$ 100.000,00	\$ 1.200.000,00
Aviso pasa calle	\$ 150.000,00	\$ 1.800.000,00
Tarjetas	\$ 40.000,00	\$ 480.000,00
Banner publicitario en páginas de turismo	\$ 100.000,00	\$ 1.200.000,00
Redes sociales	\$ 500.000,00	\$ 6.000.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 890.000,00</b>	<b>\$ 10.680.000,00</b>

Fuente. Elaboración propia

## Costos de depreciación

Tabla 51. Costos de depreciación

DESCRIPCIÓN	VALOR	VIDA UTIL (Años)	DEPRECIACIÓN ANUAL
Equipos	\$ 39.447.000,00	10	\$ 39.218.700
Muebles y enseres	\$117.580.000,00	5	\$ 15.702.700
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 54.921.400</b>

Fuente. Elaboración propia

## Presupuestos de ingresos

Tabla 52. Ingresos operativos

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Materia prima	\$ 350.495.704	\$ 366.268.011	\$ 382.750.072	\$ 399.973.825	\$ 417.972.647	\$ 436.781.416	\$ 456.436.580	\$ 476.976.226	\$ 498.440.156	\$ 520.869.963
Mano de obra directa	\$ 74.046.174	\$ 77.378.252	\$ 80.860.273	\$ 84.498.986	\$ 88.301.440	\$ 92.275.005	\$ 96.427.380	\$ 100.766.612	\$ 105.301.110	\$ 110.039.660
Servicios básicos	\$ 12.360.000	\$ 12.916.200	\$ 13.497.429	\$ 14.104.813	\$ 14.739.529	\$ 15.402.808	\$ 16.095.935	\$ 16.820.252	\$ 17.577.163	\$ 18.368.135
Mano de obra indirecta	\$ 69.634.174	\$ 72.767.712	\$ 76.042.259	\$ 79.464.161	\$ 83.040.048	\$ 86.776.851	\$ 90.681.809	\$ 94.762.490	\$ 99.026.802	\$ 103.483.008
Mantenimiento	\$ 5.000.000	\$ 5.225.000	\$ 5.460.125	\$ 5.705.830	\$ 5.962.593	\$ 6.230.909	\$ 6.511.300	\$ 6.804.309	\$ 7.110.503	\$ 7.430.475
<b>TOTAL</b>	\$ 511.536.054	\$ 534.555.176	\$ 558.610.159	\$ 583.747.617	\$ 610.016.259	\$ 637.466.991	\$ 666.153.006	\$ 696.129.891	\$ 727.455.736	\$ 760.191.244

Fuente. Elaboración propia

## 8.9.2. Construcción flujo de caja

### 8.9.2.1. INVERSIONISTA

El flujo de caja del inversionista fue elaborado incluyendo el factor inflacionario (4,7 %) y el apalancamiento financiero con una entidad del sector, para esta evaluación se tuvo en cuenta una tasa de interés de crédito del 25 % Efectivo Anual (E.A), entendiendo la inversión inicial de millones de pesos, distribuida en recursos propios y financiación, cada uno con un aporte del 43,4 % y el 56,6 % respectivamente. Se debe recordar que el flujo de caja del inversionista supone que los dineros necesarios para llevar a cabo el proyecto son aportados por el inversionista y por algún sistema de apalancamiento financiero

Tabla 53. Flujo de caja del inversionista

<b>PERIODO</b>	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>FACTOR INFLACIONARIO</b>	1,05	1,10	1,15	1,20	1,26	1,32	1,38	1,45	1,52	1,59	1,66
<b>TOTAL, INGRESOS</b>		<b>993.734.585</b>	<b>1.152.381.059</b>	<b>1.327.074.681</b>	<b>1.519.207.839</b>	<b>1.730.284.677</b>	<b>1.961.929.653</b>	<b>2.215.896.725</b>	<b>2.494.079.227</b>	<b>2.798.520.463</b>	<b>3.131.425.092</b>
Costo materia prima		158.063.097	183.297.353	211.084.064	241.644.701	275.218.514	312.063.887	352.459.807	396.707.424	445.131.747	498.083.449
Salarios		198.715.182	208.114.411	217.958.224	228.267.650	239.064.711	250.372.473	262.215.093	274.617.868	287.607.295	301.211.122
Costos fijos		89.934.269	14.198.151	14.869.723	15.573.061	16.309.667	17.081.114	17.889.051	18.735.203	19.621.378	20.549.469

<b>Costos y gastos totales</b>		<b>446.712.548</b>	<b>405.609.916</b>	<b>443.912.011</b>	<b>485.485.412</b>	<b>530.592.891</b>	<b>579.517.475</b>	<b>632.563.950</b>	<b>690.060.496</b>	<b>752.360.421</b>	<b>819.844.040</b>
<b>UTILIDAD BRUTA</b>		<b>547.022.037</b>	<b>746.771.143</b>	<b>883.162.670</b>	<b>1.033.722.427</b>	<b>1.199.691.785</b>	<b>1.382.412.178</b>	<b>1.583.332.775</b>	<b>1.804.018.731</b>	<b>2.046.160.042</b>	<b>2.311.581.052</b>
Depreciaciones		18.901.727	17.015.055	15.128.382	13.241.709	11.355.036	9.468.364	7.581.691	5.695.018	3.808.345	1.921.673
<b>UAI</b>		<b>528.120.309</b>	<b>729.756.089</b>	<b>868.034.288</b>	<b>1.020.480.718</b>	<b>1.188.336.749</b>	<b>1.372.943.814</b>	<b>1.575.751.084</b>	<b>1.798.323.713</b>	<b>2.042.351.697</b>	<b>2.309.659.380</b>
Gastos financieros	-	112.500.000	90.000.000	67.500.000	45.000.000	22.500.000	-	-	-	-	-
<b>UAI</b>		<b>415.620.309</b>	<b>639.756.089</b>	<b>800.534.288</b>	<b>975.480.718</b>	<b>1.165.836.749</b>	<b>1.372.943.814</b>	<b>1.575.751.084</b>	<b>1.798.323.713</b>	<b>2.042.351.697</b>	<b>2.309.659.380</b>
<b>IMPUESTOS</b>		<b>145.467.108</b>	<b>223.914.631</b>	<b>280.187.001</b>	<b>341.418.251</b>	<b>408.042.862</b>	<b>480.530.335</b>	<b>551.512.879</b>	<b>629.413.300</b>	<b>714.823.094</b>	<b>808.380.783</b>
<b>UTILIDAD NETA</b>		<b>270.153.201</b>	<b>415.841.458</b>	<b>520.347.287</b>	<b>634.062.467</b>	<b>757.793.887</b>	<b>892.413.479</b>	<b>1.024.238.205</b>	<b>1.168.910.414</b>	<b>1.327.528.603</b>	<b>1.501.278.597</b>
Depreciación		18.901.727	17.015.055	15.128.382	13.241.709	11.355.036	9.468.364	7.581.691	5.695.018	3.808.345	1.921.673
Ingresos X Préstamos	450.000.000										

Abono a capital		90.000.000	90.000.000	90.000.000	90.000.000	90.000.000	-	-	-	-	-	
Inversión Activos Fijos	233.001.320											
Inversión en capital de W	562.090.019											
Variación capital de trabajo		66.135.920	71.196.795	76.632.864	82.471.315	88.741.275	95.473.941	102.702.731	110.463.435	118.794.385	-	
Recuperación capital de trabajo							880.771.761	949.857.296	1.020.817.224	1.093.692.231	1.168.523.805	
Valor de Desecho							350.000	-	-	-	-	
<b>F. DE C. NETO</b>		<b>\$ 345.091.339</b>	<b>\$ 132.919.008</b>	<b>\$ 271.659.717</b>	<b>\$ 368.842.805</b>	<b>\$ 474.832.860</b>	<b>\$ 590.407.648</b>	<b>\$ 1.687.529.663</b>	<b>\$ 1.878.974.461</b>	<b>\$ 2.084.959.221</b>	<b>\$ 2.306.234.794</b>	<b>\$ 2.671.724.074</b>

Fuente. Elaboración propia

Construido el flujo de caja, se procede a realizar la evaluación financiera de la viabilidad del proyecto. Donde para ello, se hizo uso de los siguientes criterios e indicadores financieros: el Valor Presente Neto (VPN), el cual es el indicador más comúnmente usado para la evaluación de proyectos y permite medir la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión. En otras palabras, es la ganancia del inversionista por encima de lo esperado en el momento cero de la evaluación del proyecto [88]

La tasa Interna de Retorno (TIR), fue otro de los criterios de evaluación tenidos en cuenta, indicador el cual según Autores es la tasa de interés que hace el VPN igual

a cero, así mismo, es definido como el indicador de la rentabilidad de un proyecto, lo cual permite interpretar, que entre mayor sea la Tasa Interna de Retorno de un proyecto, mayor será su rentabilidad. [88] Otro de los indicadores financieros tenidos en cuenta, ha sido la Relación Beneficio Costo (RBC), donde de igual manera dicho por los autores citados sugieren que si la Relación Beneficio Costo (RBC) es mayor a 1, el proyecto resulta atractivo para el inversionista y en consecuencia se puede aceptar. [88] Por último, el proyecto fue evaluado mediante el criterio del Período de Recuperación de la Inversión (PRI), “este método selecciona aquellos proyectos cuyos beneficios permiten recuperar más rápidamente la inversión, es decir, cuanto más corto sea el período de recuperación de la inversión. [88]

Tabla 54. Indicadores de rentabilidad para el flujo de caja del inversionista

PERIODO	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>F. DE C. NETO</b>	\$ 345.091.339	\$ 132.919.008	\$ 271.659.717	\$ 368.842.805	\$ 474.832.860	\$ 590.407.648	\$ 1.687.529.663	\$ 1.878.974.461	\$ 2.084.959.221	\$ 2.306.724.794	\$ 2.671.724.074

<b>TD(Ke)</b>	<b>20%</b>
<b>VPN</b>	<b>\$ 3.086.933.527</b>
<b>TIR</b>	<b>89,20%</b>
<b>RBC</b>	<b>1,8204</b>
<b>PRI</b>	<b>2</b>
<b>PRID</b>	<b>3</b>
<b>PRID Exacto</b>	<b>3,06</b>

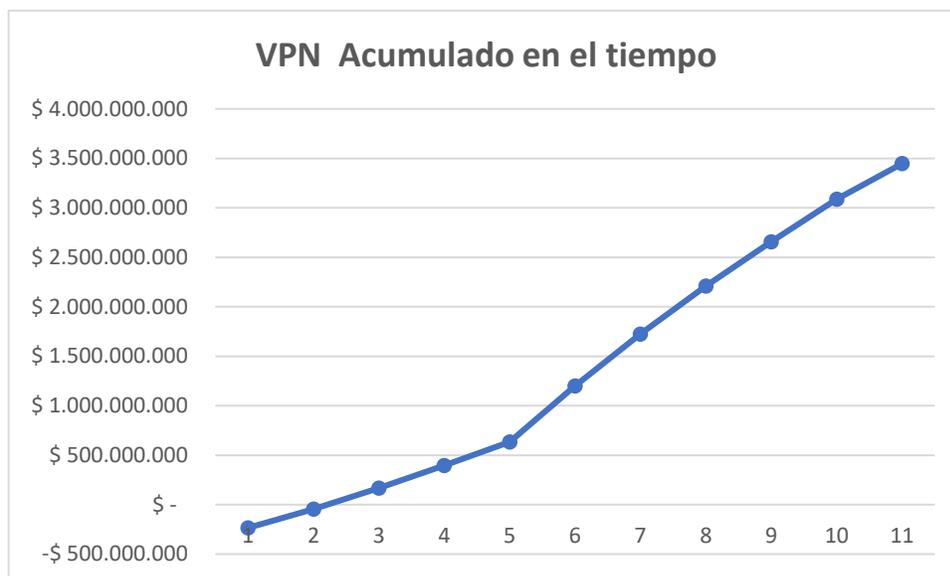
<b>VPN INGRESOS</b>	<b>\$8.376.256.323</b>
<b>VPN EGRESOS</b>	<b>\$ 4.601.241.199</b>
<b>RBC</b>	<b>1,82</b>

<b>ANALISIS DE LA PRI</b>												
<b>F. DE C. NETO</b>	<b>-\$ 345.091.339</b>	<b>\$ 132.919.008</b>	<b>\$ 271.659.717</b>	<b>\$ 368.842.805</b>	<b>\$ 474.832.860</b>	<b>\$ 590.407.648</b>	<b>\$ 1.687.529.663</b>	<b>\$ 1.878.974.461</b>	<b>\$ 2.084.959.221</b>	<b>\$ 2.306.724.794</b>	<b>\$ 2.671.724.074</b>	<b>\$ 2.671.724.074</b>
<b>Factor desc</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

uent o												
valo res pres ente s	-\$ 345. 091. 339	\$ 110. 765. 840	\$ 188. 652. 581	\$ 213. 450. 697	\$ 228. 989. 612	\$ 237. 271. 592	\$ 565.1 50.27 0	\$ 524.3 87.28 8	\$ 484.8 94.87 8	\$ 446.9 63.75 4	\$ 431.4 98.35 4	\$ 359.5 81.96 2
sum a acu mul ada		-\$ 234. 325. 499	-\$ 45.6 72.9 18	\$ 167. 777. 780	\$ 396. 767. 392	\$ 634. 038. 984	\$ 1.199 .189. 254	\$ 1.723 .576. 542	\$ 2.208 .471. 420	\$ 2.655 .435. 174	\$ 3.086 .933. 527	\$ 3.446 .515. 489

Fuente. Elaboración propia

Figura 46. VPN Acumulado en el tiempo



Fuente. Elaboración propia

Entendiendo los indicadores usados para la evaluación y determinación de la viabilidad del proyecto desde el punto de vista financiero en el flujo de caja del inversionista en términos corrientes, es posible observar un Valor Presente Neto (VPN) de \$ 3.086.933.527 millones de pesos, lo que permite determinar este valor como aquella ganancia o rentabilidad por encima de lo esperado en el momento

cero de la evaluación del proyecto, lo que da la aceptación del mismo. Por otra parte, la Tasa Interna de Retorno (TIR) calculada es del **89,20%** una tasa de rentabilidad que supera las expectativas en 64,2 puntos, teniendo como referencia para el análisis la Tasa de Interés de Oportunidad (TIO) aceptada por los inversionistas que es del 25%, Teniendo en cuenta que se debe buscar como referentes dichas tasas piso una y tasa techo, que en este caso, es tomada al Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC) con un **17,88%** como la tasa mínima esperada y la tasa anual compuesta de crecimiento (CAGR) que mide la tasa de retorno o rentabilidad del mercado, La Relación Beneficio Costo (RBC) del proyecto es de **1,88** sobre lo que se puede inferir del cual que es un proyecto atractivo para los inversionistas y permite determinar la aceptación del mismo. Finalmente, el proyecto presente, recupera su inversión en el cuarto año, exactamente a los 3 años y un mes. Para determinar este indicador se utilizó el Período de Recuperación de la Inversión Descontado (PRID). Dados los resultados anteriores, se puede determinar la viabilidad financiera del proyecto y de y de tal manera la aceptación del mismo dado a que resulta atractivo para los inversionistas.

### 8.9.2.2. PROYECTO

Tabla 55. Flujo de caja del proyecto

PERIODO	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
FACTOR INFLACIONARIO	1,05	1,10	1,15	1,20	1,26	1,32	1,38	1,45	1,52	1,59	1,66
<b>TOTAL, INGRESOS</b>		\$ 993. 734. 585	\$ 1. 152. 381. 059	\$ 1. 327. 074. 681	\$ 1. 519. 207. 839	\$ 1. 730. 284. 677	\$ 1. 961. 929. 653	\$ 2. 215. 896. 725	\$ 2. 494. 079. 227	\$ 2. 798. 520. 463	\$ 3. 131. 425. 092
Costo Materia prima		\$ 158. 063. 097	\$ 183. 297. 353	\$ 211. 084. 064	\$ 241. 644. 701	\$ 275. 218. 514	\$ 312. 063. 887	\$ 352. 459. 807	\$ 396. 707. 424	\$ 445. 131. 747	\$ 498. 083. 449
Salarios		\$ 198. 715.	\$ 208. 114.	\$ 217. 958.	\$ 228. 267.	\$ 239. 064.	\$ 250. 372.	\$ 262. 215.	\$ 274. 617.	\$ 287. 607.	\$ 301. 211.

		182	411	224	650	711	473	093	868	295	122
Costos fijos		\$ 89.934.269	\$ 14.198.151	\$ 14.869.723	\$ 15.573.061	\$ 16.309.667	\$ 17.081.114	\$ 17.889.051	\$ 18.735.203	\$ 19.621.378	\$ 20.549.469
Costos y gastos totales		\$ 446.712.548	\$ 405.609.916	\$ 443.912.011	\$ 485.485.412	\$ 530.592.891	\$ 579.517.475	\$ 632.563.950	\$ 690.060.496	\$ 752.360.421	\$ 819.844.040
<b>UTILIDAD BRUTA</b>		\$ 547.022.037	\$ 746.771.143	\$ 883.162.670	\$ 1.033.722.427	\$ 1.199.691.785	\$ 1.382.412.178	\$ 1.583.332.775	\$ 1.804.018.731	\$ 2.046.160.042	\$ 2.311.581.052
Depreciaciones		\$ 18.901.727	\$ 17.015.055	\$ 15.128.382	\$ 13.241.709	\$ 11.355.036	\$ 9.468.364	\$ 7.581.691	\$ 5.695.018	\$ 3.808.345	\$ 1.921.673
UAI		\$ 528.120.309	\$ 729.756.089	\$ 868.034.288	\$ 1.020.480.718	\$ 1.188.336.749	\$ 1.372.943.814	\$ 1.575.751.084	\$ 1.798.323.713	\$ 2.042.351.697	\$ 2.309.659.380
Gastos financieros	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
UAI		\$ 528.120.309	\$ 729.756.089	\$ 868.034.288	\$ 1.020.480.718	\$ 1.188.336.749	\$ 1.372.943.814	\$ 1.575.751.084	\$ 1.798.323.713	\$ 2.042.351.697	\$ 2.309.659.380
IMPUESTOS		\$ 184.842.108	\$ 255.414.631	\$ 303.812.001	\$ 357.168.251	\$ 415.917.862	\$ 480.530.335	\$ 551.512.879	\$ 629.413.300	\$ 714.823.094	\$ 808.380.783
<b>UTILIDAD NETA</b>		\$ 343.278.201	\$ 474.341.458	\$ 564.222.287	\$ 663.312.467	\$ 772.418.887	\$ 892.413.479	\$ 1.024.238.205	\$ 1.168.910.414	\$ 1.327.528.603	\$ 1.501.278.597
Depreciación		\$ 18.901.727	\$ 17.015.055	\$ 15.128.382	\$ 13.241.709	\$ 11.355.036	\$ 9.468.364	\$ 7.581.691	\$ 5.695.018	\$ 3.808.345	\$ 1.921.673

		727	055	382	709	036	364	691	018	345	673
Ingresos X Préstamos	\$ -										
Abono a capital		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inversión Activos Fijos	\$ 233.001.320										
Inversión en capital de W	\$ 562.090.019										
Variación capital de trabajo		\$ 66.135.920	\$ 71.196.795	\$ 76.632.864	\$ 82.471.315	\$ 88.741.275	\$ 95.473.941	\$ 102.702.731	\$ 110.463.435	\$ 118.794.385	\$ -
Recuperación capital de trabajo							\$ 880.771.761	\$ 949.857.296	\$ 1.020.817.224	\$ 1.093.692.231	\$ 1.523.805
Valor de Desecho							\$ 350.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>F. DE C. NETO</b>	<b>-\$ 795.091.339</b>	<b>\$ 296.044.008</b>	<b>\$ 420.159.717</b>	<b>\$ 502.717.805</b>	<b>\$ 594.082.860</b>	<b>\$ 695.032.648</b>	<b>\$ 1.687.529.663</b>	<b>\$ 1.878.974.461</b>	<b>\$ 2.084.959.221</b>	<b>\$ 2.306.234.794</b>	<b>\$ 2.671.724.074</b>

Fuente. Elaboración propia

Tabla 56. Indicadores de rentabilidad para el flujo de caja del proyecto

<b>PERIODO</b>	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>F. DE C. NETO</b>	<b>-\$ 795.</b>	<b>\$ 296</b>	<b>\$ 420.</b>	<b>\$ 502.</b>	<b>\$ 594.</b>	<b>\$ 695.</b>	<b>\$ 1.</b>	<b>\$ 1.</b>	<b>\$ 2.</b>	<b>\$ 2.</b>	<b>\$ 2.</b>

	091. 339	.044. 008	159. 717	717. 805	082. 860	032. 648	687. 529. 663	878 .974. 461	084. 959. 221	306 .234 .794	671. 724. 074
--	-------------	--------------	-------------	-------------	-------------	-------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------

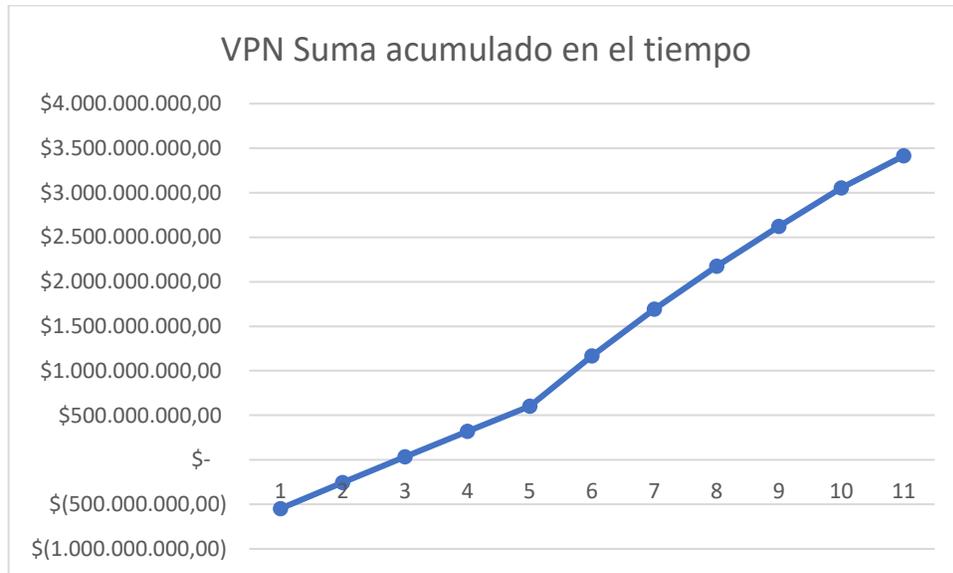
TD(Ke)	20%
WACC (Corriente)	17,88%
VPN	\$ 3.501.548.938
TIR	65,49%
RBC	1,89
PRI	3
PRID	3
PRID Exacto	2,92

VPN INGRESOS	7.926.256.323
VPN EGRESOS	\$ 4.185.149.619
RBC	1,89

ANALISIS DE LA PRI												
F. DE C. NE TO	-\$ 795. 091. 339	\$ 296 .044. 008	\$ 420. 159. 717	\$ 502. 717. 805	\$ 594. 082. 860	\$ 695. 032. 648	\$ 1. 687. 529. 663	\$ 1. 878 .974. 461	\$ 2. 084. 959. 221	\$ 2. 306 .234 .794	\$ 2. 671. 724. 074	\$ 2.671. 724.0 74,17
Fac tor des cuen to	1,00	0,83	0,69	0,58	0,48	0,40	0,33	0,28	0,23	0,19	0,16	0,13
val ore s pre sen tes	-\$ 795. 091. 338, 62	\$ 246. 703. 339, 93	\$ 291. 777. 581, 14	\$ 290. 924. 655, 60	\$ 286. 498. 293, 03	\$ 279. 318. 033, 22	\$ 565.1 50.26 9,70	\$ 524.3 87.28 7,66	\$ 484.8 94.87 8,07	\$ 446.9 63.75 3,64	\$ 431.4 98.35 3,92	\$ 359.5 81.96 1,60
su ma acu mu lad a		-\$ 548. 387. 998, 69	-\$ 256. 610. 417, 55	\$ 34.3 14.2 38,0 5	\$ 320. 812. 531, 08	\$ 600. 130. 564, 30	\$ 1.165 .280. 834,0 0	\$ 1.689 .668. 121,6 7	\$ 2.174 .562. 999,7 4	\$ 2.621 .526. 753,3 7	\$ 3.053 .025. 107,2 9	\$ 3.412 .607. 068,9 0

Fuente. Elaboración propia

Figura 47. VPN Acumulado en el tiempo



Fuente. Elaboración propia

Al analizar los indicadores financieros del flujo de caja del proyecto se puede observar un Valor Presente Neto (VPN) es de \$ **3.501.548.938 millones** de pesos, mayor al del inversionista, determinando este valor la rentabilidad siendo superior a lo deseado en el periodo inicial de la evaluación del proyecto con la inversión y de igual importancia la aceptación del mismo.

La Tasa Interna de Retorno (TIR) es del **65,49%** una tasa de rentabilidad que destaca en 40,49 puntos, la cual se tiene como referencia la Tasa de Interés de Oportunidad (TIO) el cuál es del 25% por parte de los inversionistas.

Por otra parte, la Relación Beneficio Costo (RBC) del proyecto es de 1,89, por lo cual se puede inferir que el proyecto es atrayente de inversionistas debido a que está por encima de 1, de este modo el proyecto puede aceptarse.

Por último, el Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI) se dará en el 3 año, siendo más específico en 2 años y 11 meses, siendo un tiempo relativamente bajo en el flujo de caja evaluado, lo cual, puede ser un criterio importante en el momento de tomar la decisión en la aceptación de un proyecto. Para determinar este indicador se utilizó el Período de Recuperación de la Inversión Descontado (PRID).

### 8.9.3. Análisis Flujo de Caja

A través del flujo de caja proyectado para 10 años futuros, es decir un acercamiento al comportamiento durante dicha trayectoria prestando el servicio como se desarrolla en la actualidad sin la inversión de los activos fijos, por medio de este y sus indicadores financieros, se logra comparar los resultados con el flujo de caja del inversionista y del proyecto, como resultado del ejercicio se percibe lo siguiente:

Tabla 57. Análisis Flujo de Caja

	<b>INVERSIONISTA</b>	<b>PROYECTO</b>
<b>VPN</b>	<b>\$ 3.086.933.527</b>	<b>\$ 3.501.548.938</b>
<b>TIR</b>	<b>89%</b>	<b>65%</b>
<b>RBC</b>	<b>1,8204</b>	<b>1,8939</b>
<b>PRI</b>	<b>3</b>	<b>3</b>
<b>PRID</b>	<b>3</b>	<b>3</b>
<b>PRID Exacto</b>	<b>3,06</b>	<b>2,92</b>

Fuente. Elaboración propia

Respecto al Valor Presente Neto (VPN) para el inversionista es de \$ 3.086.933.527 millones de pesos y en el proyecto un valor de \$ 3.501.548.938 millones de pesos, donde es posible observar que para el inversionista tanto como para el proyecto representa rentabilidad totalmente sustentable como se observa en los flujos de caja, siendo el de mayor impacto y potencial el VPN del proyecto.

La Tasa Interna de Retorno (TIR) en el proyecto representa un 65% y para el inversionista el 89%, determinando así el más representativo entre ellos, el cual el del inversionista debido a que supera en 62% la Tasa de Interés de Oportunidad (TIO) que se tiene como referencia del 25%.

La Relación Beneficio Costo (RBC) en el flujo de caja para el inversionista es de 1,8204, y para el proyecto representa un 1,8939 evidenciando de este modo que entre los dos flujos de caja proyectados para la inversión el de mayor impacto es del proyecto por su mayor valor representativo es mas considerable o atractivo para la ejecución.

El Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI) para el inversionista, la recuperación en el flujo de caja del proyecto es de 3,06 años con una diferencia mayor de 0,32 años respecto al histórico, y respecto al proyecto es de 2,92 años, donde se evidencia una reducción de 0,14 años con el inversionista.

De acuerdo con los resultados anteriores, se puede determinar la viabilidad financiera del proyecto con el flujo de caja tanto de manera con el inversionista como con el proyecto ya que representan resultados de indicadores de alguna forma semejantes resaltando la diferencia existente de la TIR del inversionista es del 89% y el proyecto del 65%, donde es posible decir que todos dos superan el valor TIO referente, como donde cabe resaltar que puede ser más favorable la parte del proyecto a el tiempo de recuperación, ya que exactamente demora 2 años y 10 meses, como otro indicador a favor del proyecto, se tiene el VPN, ya que trae consigo mayor ganancia a comparación del otro dado a que es posible obtener un valor de \$ 3.501.548.938, desde el momento cero de la evaluación del proyecto.

## 9.CONCLUSIONES

- El estudio de factibilidad realizado permite concluir la viabilidad para la etapa de inversión del proyecto para la creación de un alojamiento tipo glamping en la localidad bajo Palace ubicada en el municipio de Popayán Cauca, a través del desarrollo de los estudios sectorial y estratégico, de mercado, técnico y medio ambiental, organizacional, legal, como finalmente el financiero del proyecto. Es así, que se presentan los resultados como una línea prioritaria de acción la cual posibilite la resolución y satisfacción de las necesidades, como el aprovechamiento de oportunidades, resaltando el gran valor a nivel turístico que se ve representado en el departamento del Cauca, por su gran diversidad natural. se concluye la importancia de llevar a una etapa de inversión y operación el proyecto, visto este como una gran oportunidad de negocio y estrategia de fortalecimiento e innovación comercial para el mercado consumidor del Cauca, que repercutirá en consolidación y diversificación de porciones de mercado nacional e internacional, permanencia de la mano de obra en la actividad productiva y mejoramiento de la calidad de vida de los productores y sus familias.
- El estudio de mercado permitió definir una demanda aproximada de 45,544 visitas de personas al glamping por mes, de igual manera se logra determinar una tendencia de crecimiento constante en relación a el valor de ventas proyectada a diez años para el mercado nacional, el cual corresponde a un 107% de crecimiento con respecto a los ingresos registrados del año 2022, lo que resulta atractivo para los interesados del proyecto y sustenta con un argumento relevante la incursión en este tipo de mercados y la consolidación del proyecto
- El estudio técnico definió el proceso productivo, la maquinaria, equipos y tecnología de implementación para la eficiencia del mismo, la macro y micro localización del proyecto, las obras físicas necesarias, la disponibilidad de materias primas e insumos correspondientes y la capacidad de producción ligada a las características, parámetros y tamaño del mercado objetivo identificado. Un mercado que estipula una demanda aproximada de 45,544 visitas de personas al glamping por mes, para lo que se propone en la etapa introductoria una intensión de posicionamiento del 8% de ese mercado, correspondiente 304 visitas de personas al glamping por mes con una capacidad real del 55% de la instalada.

- Mediante el Estudio de Impacto Ambiental, se plantean posibles soluciones frente a los niveles de impacto generados en aquellos que prevalecen de manera fuerte ya que representan una afectación alta en el umbral del medio ambiente con un valor del 55% de impacto, con el fin de que dichos permitirían gestionar oportunamente medidas de prevención, mitigación, corrección o compensación en las áreas identificadas y se realicen las posibles soluciones de los impactos, como lo son la generación de residuos sólidos con mayor impacto y el manejo de residuos de agua y residuos sólidos.
- Por medio del estudio organizacional fue posible establecer la estructura organizacional para la empresa prestadora de servicio de un hospedaje tipo glamping compuesta por un equipo interdisciplinar de acuerdo a las necesidades de personal definidas por la misión del cargo. Así mismo, se definieron los roles y requisitos laborales de cada uno de estos, los salarios y los tipos de contrato a manejar. Respecto a la organización jurídica, este estudio permitió determinar los requerimientos necesarios para el registro mercantil, estableciendo el régimen de su actividad económica bajo el tipo de Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S.).
- Hecho lo anterior es posible proceder a realizar el estudio financiero. Donde inicialmente, se tiene en cuenta el presupuesto de inversiones y el presupuesto de costos de operación, los cuales fueron aquella fuente directa para la elaboración y evaluación de los flujos de caja, tanto para el proyecto como para el inversionista durante diez periodos (años). Estos flujos de caja son evaluados bajo parámetros de indicadores financieros como lo es el Valor Presente Neto (VPN), la Tasa Interna de Retorno (TIR), la Relación Beneficio Costo (RBC) y el Período de Recuperación de la Inversión (PRI); sin embargo, este estudio concluye con diferencias significativas complementarias entre el flujo de caja del inversionista y del proyecto resultantes de los indicadores financieros, las cuales representan una herramienta determinante para la toma de decisiones de inversión por parte de los inversionistas.
- Así pues, el indicador con mayor relevancia presente es el Valor Presente Neto con \$ 3.501.548.938 millones de pesos para el flujo de caja del proyecto, y \$ 3.086.933.527 millones de pesos para el flujo de caja del inversionista, siendo aquel valor dado para la parte del proyecto mucho más atractivo. Este es visto de tal manera dado a que aquel flujo de caja del

proyecto es evaluado sin pasivos ni capital, donde es posible observar que el flujo de caja desde el momento cero para este flujo de caja es mucho más alto de lo normal.

- Teniendo como referencia esa tasa de retorno mínima esperada por los inversionistas, cabe resaltar los demás indicadores financieros concluyentes como la Tasa Interna de Retorno (TIR) con un 65%, la cual, supera las expectativas en 40 puntos respecto al referente. Una Relación Beneficio Costo (RBC) de 1,89 y un Periodo de Recuperación de la Inversión Descontado (PRID) de exactamente 2 años y 10 meses. Indicadores con los cuales de manera contundentemente desde el punto de vista económico y financiero, la viabilidad del proyecto y una oportunidad de negocio atractiva para los inversionistas.
- Presentados los resultados de los estudios implementados para la determinación de la viabilidad de cada uno de ellos, es posible concluir de manera satisfactoria que es un proyecto atractivo y de tal manera innovador, que enmarca su razón de ser en una propuesta de valor a través de la necesidad y oportunidad de brindar un hospedaje con una nueva alternativa al mejor estilo, al aire libre pero con la mejor comodidad, el cual podrá apoyar de manera directa al fortalecimiento de los campesinos y agricultores, dado a que se sitúa en una zona donde es muy fuerte esta actividad y es una de las propuestas de valor fortalecer y darle mayor visibilidad a su labor la cual estará ligada al consumo de insumos y platos a la carta del servicio.

## BIBLIOGRAFIA

- [1] “Tendencia en Colombia GLAMPING: TURISMO NATURAL Y COMODIDAD.” <https://www.turismolatam.com/post/tendencia-en-colombia-Glamping-turismo-natural-y-comodidad> (accessed Oct. 07, 2023).
- [2] Bogotá and Mayo, “Desarrollando sectores de clase mundial en Colombia.”
- [3] “PROPUESTA DE DISEÑO DE UNA ESTRUCTURA PARA GLAMPING EN EL APROVECHAMIENTO DE LAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIO PARA EL SECTOR TURÍSTICO,” 2019. <https://repositorio.uptc.edu.co/bitstream/handle/001/2766/TGT-1400.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (accessed Oct. 07, 2023).
- [4] “Cámara de comercio del Cauca.” <https://www.cccauca.org.co/inicio> (accessed Oct. 07, 2023).
- [5] “Plan de Desarrollo Turístico para el Departamento del Cauca Documento Diagnostico Turístico del Cauca,” 2012.
- [6] “PROPUESTA DE DISEÑO DE UNA ESTRUCTURA PARA GLAMPING EN EL APROVECHAMIENTO DE LAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIO PARA EL SECTOR TURÍSTICO.” <https://repositorio.uptc.edu.co/bitstream/001/2766/1/TGT-1400.pdf> (accessed Nov. 28, 2022).
- [7] “Clasificación Industrial Internacional Uniforme.” [https://www.dane.gov.co/files/sen/nomenclatura/ciiu/CIIU\\_Rev\\_4\\_AC2021.pdf](https://www.dane.gov.co/files/sen/nomenclatura/ciiu/CIIU_Rev_4_AC2021.pdf) (accessed Nov. 28, 2022).
- [8] “Comportamiento estadístico.” [https://www.cccauca.org.co/sites/default/files/imagenes/boletin\\_estadistico\\_anual\\_2019\\_-\\_2020\\_del\\_pit\\_0.pdf](https://www.cccauca.org.co/sites/default/files/imagenes/boletin_estadistico_anual_2019_-_2020_del_pit_0.pdf) (accessed Nov. 28, 2022).
- [9] “¿Qué es el Glamping? la nueva forma de hacer turismo de naturaleza - Entorno Turístico.” <https://www.entornoturistico.com/que-es-el-glamping-la-nueva-forma-dehacer-turismo-de-naturaleza/>
- [10] “Sostenibilidad, definición, tipos y ejemplos | Blog Becas Santander.” <https://www.becas-santander.com/es/blog/que-es-la-sostenibilidad.html>.
- [11] “¿Qué es la sostenibilidad ambiental y cómo impacta en nuestras vidas?” <https://www.fundacionwiese.org/blog/es/que-es-la-sostenibilidad-ambiental-y-comoimpacta-en-nuestras-vidas/> .
- [12] “Propuesta para la creación de un hospedaje tipo Glamping en la finca el mangón en la vereda Florencia - municipio de Totoró – Cauca.” <https://repositorio.uniautonoma.edu.co/handle/123456789/483>.

- [13] D. Boyacá and L. Alfredo Rocha Pimienta Tutor Adriana Lizeth Soacha Garay, “Estudio de viabilidad para la creación de un Glamping temático en Duitama - Boyacá temático en,” pp. 1–152, 2019.
- [14] “Repositorio Institucional Universidad de Antioquia: Estudio de factibilidad para la creación de un Eco-hotel tipo Glamping en el municipio de San Carlos, Antioquia.” <https://bibliotecadigital.udea.edu.co/handle/10495/16676>.
- [15] “Estudio de viabilidad para la creación del glamping como alternativa de alojamiento lujoso en el municipio de Neira Caldas año 2019. - 10596/24076.” <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/24076>.
- [16] L. C. Hermann Ortiz, “Estudio de viabilidad de glamping en el municipio de Sopó, Cundinamarca,” 2020. [https://repositorio.uniagustiniana.edu.co/bitstream/handle/123456789/1094/Hermann Ortiz-LauraCamila-2020.pdf? sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.uniagustiniana.edu.co/bitstream/handle/123456789/1094/Hermann%20Ortiz-LauraCamila-2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y).
- [17] “Tendencia en Colombia GLAMPING: TURISMO NATURAL Y COMODIDAD.” <https://www.turismolatam.com/post/tendencia-en-colombia-Glamping-turismonatural-y-comodidad> (accessed Nov. 28, 2022).
- [18] M. Adelaida and L. María, “Aplicación de la Metodología Onudi para Proyectos de Crecimiento Orgánico en Grupo EMI.”
- [19] “Información económica | Cámara de Comercio del Cauca.” <https://www.cccauca.org.co/informacion-economica> (accessed Nov. 28, 2022).
- [20] “Citur.” <http://georeferenciacion.mincit.gov.co/> (accessed Oct. 07, 2023).
- [21] “Turismo, Destinos Turísticos, Hoteles en el Mundo, Turismo Cultural.” <https://encolombia.com/turismo/> (accessed Nov. 28, 2022).
- [22] “CRC – Corporación Autónoma Regional del Cauca.” <https://crc.gov.co/> (accessed Nov. 28, 2022).
- [23] “PÉRFIL DEPARTAMENTO DEL CAUCA,” Accessed: Nov. 28, 2022. [Online]. Available: [www.cauca.gov.co](http://www.cauca.gov.co).
- [24] “Cámara de comercio del Cauca.” <https://www.cccauca.org.co/informacion-economica> (accessed Oct. 07, 2023).
- [25] “Principales indicadores del mercado laboral Abril de 2023,” 2023. [https://www.dane.gov.co/files/operaciones/GEIH/EMPLEO\\_DESEMPLEO/bol-GEIH-abr2023.pdf](https://www.dane.gov.co/files/operaciones/GEIH/EMPLEO_DESEMPLEO/bol-GEIH-abr2023.pdf) (accessed Oct. 07, 2023).
- [26] “Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las Actividades Económicas (CIIU).” <https://www.dane.gov.co/index.php/sistema->

estadistico-nacional-sen/normas-y-estandares/nomenclaturas-y-clasificaciones/clasificaciones/clasificacion-industrial-internacional-uniforme-de-todas-las-actividades-economicas-ciiu (accessed Nov. 28, 2022).

- [27] C. Ceferino, C. Juliana, V. Acevedo, J. Carlos, and V. Salcedo, "DIRECTORA PROYECTO DE GRADO IVANA GONZÁLEZ RODRÍGUEZ UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA ESCUELA ECACEN GERENCIA ESTRATÉGICA DE MERCADEO 2018 2 CONTENIDO."
- [28] "Mapa turístico." [https://www.popayan.gov.co/SecretariasyEntidades/Turismo/PublishingImages/Paginas/Material-turístico-oficial-de-Popayán/Mapa Turístico Oficial de Popayán.pdf](https://www.popayan.gov.co/SecretariasyEntidades/Turismo/PublishingImages/Paginas/Material-turístico-oficial-de-Popayán/Mapa_Turístico_oficial_de_Popayán.pdf) (accessed Oct. 07, 2023).
- [29] "Noticias y actualidad." <http://unicauca.edu.co/versionP/noticias/investigación/estudio-unicauca-turismo-semana-santa-2011> (accessed Nov. 28, 2022).
- [30] "Indicador Mensual de Actividad Económica para el Cauca | Cámara de Comercio del Cauca." <https://www.cccauca.org.co/informacion-economica/indicador-mensual-de-actividad-economica-para-el-cauca> (accessed Nov. 28, 2022).
- [31] "Plan de desarrollo 2020-2023." [https://cauca.gov.co/NuestraGestion/PlaneacionGestionControl/Plan de Desarrollo Departamental 2020 - 2023.pdf](https://cauca.gov.co/NuestraGestion/PlaneacionGestionControl/Plan_de_Desarrollo_Departamental_2020_-_2023.pdf) (accessed Nov. 28, 2022).
- [32] "Turismo y tecnología: como la tecnología revoluciona el sector turístico." <https://www.wearemarketing.com/es/blog/turismo-y-tecnologia-como-la-tecnologia-revoluciona-el-sector-turistico.html> (accessed Nov. 28, 2022).
- [33] "Plan de negocio ecoturístico en el municipio de Silvia cauca." <http://repositorio.uan.edu.co/bitstream/123456789/1691/1/2020AngelicaMaríaPalencia>
- [34] "Colombia Fintech - Asociación Colombiana de Empresas de Tecnología e Innovación Financiera." <https://colombiafintech.co/lineaDeTiempo/publicaciones> (accessed Nov. 28, 2022).
- [35] "Nuestra Geografía." <https://popayan.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Nuestra-Geografia.aspx#gsc.tab=0>. (accessed Nov. 28, 2022).
- [36] "Generalidades." <https://www2.sgc.gov.co/sgc/volcanes/VolcanPurace/Paginas/generalidades-volcan-purace.aspx> (accessed Nov. 28, 2022).
- [37] "Isla Gorgona, el paraíso que dejó de ser cárcel | Marca País Colombia." <https://www.colombia.co/visita-colombia/viaja-a-isla-gorgona-el-paraiso-tropical-que-dejo-de-ser-carcel/> (accessed Nov. 28, 2022).

- [38] “Centro de glamping | Campings de Lujo y Alojamientos Únicos.” <https://glampinghub.com/> (accessed Nov. 28, 2022).
- [39] L. / Madrid, N. York, and / París, “Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual, 2008,” 2010.
- [40] “2022|MercadoLibre.” <https://listado.mercadolibre.com.co/2022> (accessed Nov. 28, 2022).
- [41] A. Guarín Sanabria and J. Pablo Pradilla Mejía, “Llego la hora del Glamping: un estudio del potencial del ecoturismo de lujo en la región de Tabio, Cundinamarca.”
- [42] “UNIVERSIDAD PARA LA COOPERACION INTERNACIONAL (UCI).” <https://www.ucipfg.com/biblioteca/files/original/813df62c105cac4cb3dbaafbf1d9dd6b.pdf> (accessed Nov. 28, 2022).
- [43] “Google Maps” <https://www.google.com/maps/?hl=es>
- [44] “Decreto 1609 de 2002”. Función publica. Accedido el 9 de octubre de 2023. [En línea]. Disponible: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=6101>
- [45] “Google Maps” <https://www.google.com/maps/search/totoro+popayan/?hl=es>
- [46] “Google Maps” <https://www.google.com/maps/search/totoro+popayan/?hl=es>
- [47] J. A. Guio Muñoz and M. Rosas Duitama, “Propuesta de diseño de una estructura para glamping en el aprovechamiento de las oportunidades de negocio para el sector turístico.” Facultad Seccional Duitama, 2019, Accessed: Nov. 28, 2022. [Online]. Available: <http://repositorio.uptc.edu.co/handle/001/2766>.
- [48] “GLAMPING PURACE (@glamping\_purace) • Instagram photos and videos”. Instagram. [En línea]. Disponible: [https://www.instagram.com/glamping\\_purace/](https://www.instagram.com/glamping_purace/)
- [49] “Agroparque Las Villas – Naturalmente del Cauca”. Agroparque Las Villas – Naturalmente del Cauca. [En línea]. Disponible: <https://www.agroparquelasvillas.com/>
- [50] “Leremita Bio-Hotel (@leremita\_bio\_hotel) • Fotos y videos de Instagram”. Instagram. [En línea]. Disponible: [https://www.instagram.com/leremita\\_bio\\_hotel/?hl=es](https://www.instagram.com/leremita_bio_hotel/?hl=es)
- [51] “El Porvenir (@elporvenircabanass) • Instagram photos and videos”. Instagram. [En línea]. Disponible: <https://www.instagram.com/elporvenircabanass/>
- [52] “HOTEL ROYAL FOREST en Popayán, Colombia - opiniones, precios | Planet of Hotels”. Бронирование отелей и гостиниц | Planet of Hotels. [En línea].

Disponible: <https://planetofhotels.com/es/colombia/popayan/hotel-royal-forest>

- [53] “Centro Recreativo Pisojé - Comfacauca”. Comfacauca. [En línea]. Disponible: <https://www.comfacauca.com/sede/centro-recreativo-pisoje/>
- [54] “QUE ES LA COMERCIALIZACION DE UN PRODUCTO | Web Oficial.” <https://www.euroinnova.co/blog/que-es-la-comercializacion-de-un-producto> (accessed Nov. 28, 2022).
- [55] C. M. Duarte. “ANÁLISIS DE LA MEDICIÓN DE ACCESIBILIDAD AL TRANSPORTE PÚBLICO COLECTIVO EN LA CIUDAD DE POPAYÁN”. DSpace Home. Accedido el 9 de octubre de 2023. [En línea]. Disponible: <https://repositorio.uniautonoma.edu.co/bitstream/handle/123456789/170/T%20A-M%20262%202019.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- [56] “DANE - Proyecciones de población”. DANE - Inicio. [En línea]. Disponible: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/proyecciones-de-poblacion>
- [57] Alcaldía de Popayán, “Plan de Ordenamiento Territorial (POT) del Municipio de Popayán.” Popayán,. [Online]. Available: <http://popayan.gov.co/sites/default/files/files/comunas-popayan.pdf>.
- [58] “Guia para la ejecucion de la revision ambiental inicial (rai) y del analisis de diferencias (gap analysis), como parte de la implementacion y mejora de un sistema de gestion ambiental.” Tienda virtual ICONTEC. [En línea]. Disponible: <https://tienda.icontec.org/gp-guia-para-la-ejecucion-de-la-revision-ambiental-inicial-rai-y-del-analisis-de-diferencias-gap-analysis-como-parte-de-la-implementacion-y-mejora-de-un-sistema-de-gestion-ambiental-gtc93-2007.html>
- [59] “DESTINOS TURÍSTICOS DE COLOMBIA. REQUISITOS DE SOSTENIBILIDAD E: COLOMBIA TOURISM DESTINATIONS. SUSTAINABILITY REQUIREMENTS CORRESPONDENCIA,” 2006.
- [60] “Norma Técnica Sectorial Colombiana (NTSH - 002),” 2006. [https://fontur.com.co/sites/default/files/2020-11/NTS\\_TS002.pdf](https://fontur.com.co/sites/default/files/2020-11/NTS_TS002.pdf) (accessed Nov. 25, 2022).
- [61] “NORMA TÉCNICA NTS-TS SECTORIAL COLOMBIANA 003,” 2018, Accessed: Nov. 25, 2022. [Online]. Available: <https://goo.gl/nZNE92>.
- [62] “NORMA TÉCNICA NTS-TS SECTORIAL COLOMBIANA 004 ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS Y BARES. REQUISITOS DE SOSTENIBILIDAD,” 2008.
- [63] F. De, A. De, E. Turísticas, and Y. Hoteleras, “NORMA TÉCNICA SECTORIAL COLOMBIANA NTS-TS 005 EMPRESAS DE TRANSPORTE TERRESTRE AUTOMOTOR ESPECIALIZADO, EMPRESAS OPERADORAS DE CHIVAS Y OTROS VEHÍCULOS AUTOMOTORES QUE PRESTEN SERVICIO DE TRANSPORTE

- TURÍSTICO. REQUISITOS DE SOSTENIBILIDAD Prohibida su reproducción,” 2009.
- [64] “CLASIFICACIÓN DE ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE. CATEGORIZACIÓN POR ESTRELLAS DE HOTELES, REQUISITOS NORMATIVOS E: CLASSIFICATION OF ESTABLISHMENTS OF HOUSING AND ACCOMODATIONS-CATEGORIZATION FOR STARS OF HOTELS, NORMATIVE REQUIREMENTS CORRESPONDENCIA,” 2004.
- [65] “Ley 2 de 1959.” <https://www.minambiente.gov.co/wp-content/uploads/2021/08/ley-2-1959.pdf> (accessed Nov. 25, 2022).
- [66] “Ley 23 de 1973.” [https://archivo.minambiente.gov.co/images/GestionIntegraldelRecursoHidrico/pdf/normativa/ley\\_23\\_de\\_1973.pdf](https://archivo.minambiente.gov.co/images/GestionIntegraldelRecursoHidrico/pdf/normativa/ley_23_de_1973.pdf) (accessed Nov. 25, 2022).
- [67] “Ley 09 de 1979.” [https://www.minsalud.gov.co/Normatividad\\_Nuevo/LEY\\_0009\\_DE\\_1979.pdf](https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/LEY_0009_DE_1979.pdf) (accessed Nov. 25, 2022).
- [68] “ESTATUTO NACIONAL DE PROTECCION DE LOS ANIMALES.”
- [69] “Ley 99 de 1993.” <https://www.minambiente.gov.co/wp-content/uploads/2021/08/ley-99-1993.pdf> (accessed Nov. 25, 2022).
- [70] “Ley 300 de 1996 - Gestor Normativo - Función Pública.” <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=8634> (accessed Nov. 25, 2022).
- [71] “Ley 1558 de 2012 - Gestor Normativo - Función Pública.” <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=48321> (accessed Nov. 25, 2022).
- [72] “Ley 1101 de 2006 - Gestor Normativo - Función Pública.” <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=22241> (accessed Nov. 25, 2022).
- [73] “Ley 2068 de 2020”. Función pública. [En línea]. Disponible: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=172558>
- [74] “RESOLUCIÓN 2505 de 2004 - FOMAN transportae de Alimentos.” <https://www.foman.com.co/legislacion-alimentos-colombia/resolucion-2505-2004/> (accessed Nov. 25, 2022).
- [75] “Resolución 2115 del 2007.” [https://laboratoriodeanalis.lasalle.edu.co/wcm/connect/LIAC/d951c109-a227-44a3-8a42-1d1f87db2b43/Resolución\\_2115-2007.pdf?MOD=AJPERES&CVID=IMo0SFe](https://laboratoriodeanalis.lasalle.edu.co/wcm/connect/LIAC/d951c109-a227-44a3-8a42-1d1f87db2b43/Resolución_2115-2007.pdf?MOD=AJPERES&CVID=IMo0SFe) (accessed Nov. 25, 2022).
- [76] R. Número, “MINISTERIO DE SALUD Y PROTECCIÓN SOCIAL.”
- [77] “Resolución 2184 de 2019 .” [https://www.andi.com.co/Uploads/res.\\_2184\\_-\\_2019\\_por\\_la\\_cual\\_se\\_modifica\\_la\\_resolucion\\_668\\_de\\_2016\\_sobre\\_u](https://www.andi.com.co/Uploads/res._2184_-_2019_por_la_cual_se_modifica_la_resolucion_668_de_2016_sobre_u)

so\_racional\_de\_bolsas\_plasticas\_y\_se\_adoptan\_otras\_disposiciones\_1.pdf (accessed Nov. 25, 2022).

- [78] “Resolución 810 de 2021.”  
[https://minsalud.gov.co/Normatividad\\_Nuevo/Resolución No. 810de 2021.pdf](https://minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/Resolución_No_810de2021.pdf) (accessed Nov. 25, 2022).
- [79] “Decreto 1753 de 1994 - Gestor Normativo - Función Pública.”  
<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=1299> (accessed Nov. 28, 2022).
- [80] “Decreto Ley 2150 de 1995 - Gestor Normativo - Función Pública.”  
<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=1208> (accessed Nov. 28, 2022).
- [81] “Decreto 1609 de 2002 - Gestor Normativo - Función Pública.”  
<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=6101> (accessed Nov. 25, 2022).
- [82] M. De and L. P. Social, “Hoja 1 de 41 DECRETO NÚMERO 1500 DE 2007.”
- [83] “Decreto 2438 de 2010 - Gestor Normativo - Función Pública.”  
<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=39997> (accessed Nov. 25, 2022).
- [84] “Decreto 1076 de 2015 Sector Ambiente y Desarrollo Sostenible - Gestor Normativo - Función Pública.”  
<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=78153> (accessed Nov. 25, 2022).
- [85] “Decreto Ley 624 de 1989 - Gestor Normativo - Función Pública.”  
<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=6533> (accessed Nov. 25, 2022).
- [86] “ESTRUCTURA ORGANICA Y JURIDICA DE LA INDUSTRIA TURISTICA EN COLOMBIA - ppt descargar”. SlidePlayer - descarguen y comparten sus presentaciones PowerPoint. [En línea]. Disponible: <https://slideplayer.es/slide/4005751/>
- [87] “Que integra el estudio financiero en un plan de Negocios”. ITSON - Instituto Tecnológico de Sonora. [En línea]. Disponible: [https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/documents/no56/estudio\\_financiero.pdf](https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/documents/no56/estudio_financiero.pdf)
- [88] E. A. Gomez Z. “Evaluación Financiera de Proyectos | ISBN 978-958-44-8033-0 - Libro”. ISBN. [En línea]. Disponible: <https://isbn.cloud/9789584480330/evaluacion-financiera-de-proyectos/>

## ANEXOS

### Diseño del instrumento de recolección de datos

Somos estudiantes de la Corporación Universitaria Comfacauca, del programa de Ingeniería Industrial. Estamos realizando una Investigación de mercado acerca de la creación de un Glamping en la localidad Bajo Palacé ubicada en el municipio de Popayán - Cauca. Su participación es voluntaria; sus respuestas serán de carácter confidencial y los datos se utilizarán únicamente para fines estadísticos, tal como se establecen en las finalidades de la Política de Protección de datos de Unicomfacauca, el cual se encuentra disponible en el sitio web [www.unicomfacauca.edu.co](http://www.unicomfacauca.edu.co); podrá dirigir sus consultas, sugerencias, peticiones, quejas y reclamos al correo [protecciondedatos@unicomfacauca.edu.co](mailto:protecciondedatos@unicomfacauca.edu.co) de conformidad con la Ley Estatutaria 1581 del 2012 y su Decreto Reglamentario 1377 del 2013.

1. ¿Le gusta viajar? Si su respuesta es No responda la pregunta 2 y finalice la encuesta.
  - A. Si
  - B. No
2. ¿Por qué no le gusta viajar?
  - A. No le gusta salir de casa
  - B. Costos elevados
  - C. Percepción de peligro o riesgo
  - D. Recomendación médicaOtra \_\_\_\_\_
3. ¿Acostumbra usted a incluir dentro de sus viajes planes de ecoturismo?, si su respuesta es “si” pase a la pregunta 5 de lo contrario pase a la pregunta siguiente.
  - A. Si
  - B. No
  - C. Ocasionalmente
4. ¿Sabe usted qué es ecoturismo?
  - A. Mucho
  - C. Lo suficiente

- D. Poco
  - E. No Conoce
  - F. Prefiere no responder
5. Ha vivido la experiencia de realizar ecoturismo,
- A. Si
  - B. No
6. ¿En qué temporada acostumbra usted a viajar?
- A. En cualquier momento
  - B. Vacaciones de sus hijos
  - C. Vacaciones del trabajo
  - D. Por festividades
  - Otro \_\_\_\_\_
7. ¿Cuáles son los lugares que acostumbra usted a seleccionar como alojamiento en los días que se encuentra de viaje?
- A. Hoteles
  - B. Hostales
  - C. Airbnb
  - D. Cabañas
  - E. Glamping
  - F. Casas familiares
  - Otro \_\_\_\_\_
8. ¿Cuál es el gasto promedio que usted dispone para una noche de alojamiento?
- A. Entre \$50.000 y \$100.000
  - B. Entre \$160.000 y 260.000

C. Entre \$270.000 y 360.000

D. Más de \$370.000

9. ¿Conoce usted sobre los alojamientos tipo glamping?

A. Si

B. No

10. ¿Alguna vez ha vivido la experiencia de alojamiento en un glamping? Si su respuesta es sí pase a la pregunta 12.

A. Si

B. No

11. ¿Le gustaría vivir la experiencia en este tipo de alojamientos?, si su respuesta es no, finalice la encuesta.

A. Si

B. No

12. ¿Con qué frecuencia le gustaría visitar este tipo de alojamientos en el año?

A. 1-2 veces

B. 3-4 veces

Otro \_\_\_\_\_

13. ¿De los glamping que conoce cuál es el primero que se le viene a la mente?

1. \_\_\_\_\_

14. ¿Qué otro lugar puede recordar o traer a memoria después del ya mencionado?

2. \_\_\_\_\_

15. ¿Con quién acostumbra usted a vivir este tipo de experiencias?

A. Familia

B. En pareja

C. Grupo de amigos

16. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por noche en un hospedaje campestre conocido como “glamping” el cual combina la experiencia de acampar al aire libre con el lujo de los mejores hoteles.

- A. Entre \$100.000 y \$150.000
- B. Entre \$160.000 y \$ 210.000
- C. Entre \$ 220.000 y \$270.000
- D. Entre \$280.000 y \$350.000
- Más de \$350.000

17. Le gustaría que el servicio que se va a ofrecer, cuente con paquetes, es decir, ¿2 noches o más?

- A. Si
- B. No
- C. Tal vez

18. ¿Estaría usted interesado en visitar nuestro servicio de glamping “Wonder Green”, el cual queda a solo 30 minutos aproximadamente de la ciudad, el cual le brinda un espacio con la comodidad de los mejores hoteles, pero con espacios al aire libre?

- A. Si
- B. No

19. ¿A través de qué medio de comunicación le gustaría recibir información acerca de un servicio de hospedaje?

- A. Internet
- B. Redes sociales (Facebook, Instagram, WhatsApp, Twitter)
- C. Booking
- D. Airbnb
- E. Agencias de viajes
- F. Medios de comunicación (Radio, TV, Prensa)
- G. CouchSurfing

**DATOS DE CLASIFICACIÓN**

**Nombre:** \_\_\_\_\_ **Edad:** \_\_\_\_\_

**Género:**  Masculino

Femenino

**¿En su recibo de sus servicios públicos que estrato socioeconómico aparece?** \_\_\_\_\_

GRACIAS POR RESPONDER ESTA ENCUESTA