



CARRERA: Administración

TEMA:

**“Proyecto de factibilidad para la implementación de actividades de
Glamping de lujo, ubicado en la Comunidad de San Juan -
Riobamba, en la provincia de Chimborazo.”**

**Proyecto de Plan de Negocio previo a la obtención del título de
Tecnólogo Superior en Administración**

AUTOR:

Henry Urbina

TUTOR:

MSc. Sonia Guerrero

D.M. Quito, 30 de agosto 2022

DEDICATORIA

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional. A mis padres, por ser el pilar más importante y por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional sin importar nuestras diferencias de opiniones. A mi suegra Elizabeth Pérez, a quien quiero como a una madre, por compartir momentos significativos conmigo y por siempre estar dispuesta a escucharme y ayudarme en cualquier momento. A Gaby Diaz, mi esposa por acompañarme durante todo este arduo camino y compartir conmigo alegrías y fracasos. A mi hijo Joaquín Emiliano Urbina Aunque aún no lo sepas eres y serás lo más importante en mi vida, hoy he dado un paso más para servir de ejemplo a la persona que más amo en este mundo. Gracias a ti he decidido subir un escalón más y crecer como persona y profesional. Esperó que un día comprendas que te debo lo que soy ahora, y que este logro sirva de herramienta para guiar cada uno de tus pasos. Gracias a todas las personas que ayudaron directa e indirectamente en la realización de este proyecto.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por protegerme durante todo mi camino y darme fuerzas para superar obstáculos y dificultades a lo largo de toda mi vida.

A Gabriela Diaz por su apoyo incondicional en el transcurso de mi carrera universitaria, por compartir momentos de alegría, tristeza y demostrarme que siempre podré contar con ella.

Agradezco también la confianza y el apoyo brindado por parte de mi madre, que sin duda alguna en el trayecto de mi vida me ha demostrado su amor, corrigiendo mis faltas y celebrando mis triunfos.

AUTORIA

Yo, HENRY URBINA autor del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Henry Urbina', is written over a horizontal line.

Henry Urbina

D.M. Quito, 30 de agosto de 2022

MS.c Sonia Guerrero.

Tutor de Trabajo de Titulación

CERTIFICACIÓN

Haber revisado el presente informe de investigación, que se ajusta a las normas institucionales y académicas establecidas por el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, de Quito, por tanto, se autoriza su presentación final para los fines legales pertinentes.

MSc. Sonia Guerrero.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Sonia Guerrero", written over a light blue grid background.

D.M. Quito, 30 de agosto de 2022

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA

Conste por el presente documento la cesión de los derechos en trabajo fin de carrera, de conformidad con las siguientes cláusulas:

PRIMERA: La **MSc. Sonia Guerrero** y por sus propios derechos en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera; y el Sr. Henry Urbina por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo fin de carrera.

SEGUNDA: UNO.- El Sr. Henry Urbina realizó el trabajo fin de carrera titulado: **“Proyecto de factibilidad para la implementación de actividades de Glamping de lujo, ubicado en la Comunidad de San Juan - Riobamba, en la provincia de Chimborazo.”** para optar por el título de, Tecnólogo/a en Administración en el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, bajo la dirección del **MSc. Sonia Guerrero**.

DOS.- Es política del Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, que los trabajos fin de carrera se aplique, se materialicen y difundan en beneficio de la comunidad.

TERCERA: Los comparecientes, **MSc. Sonia Guerrero** en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera y el Sr. Henry Urbina, como autor del mismo, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos en el trabajo fin de Carrera titulado: **“Proyecto de factibilidad para la implementación de actividades de Glamping de lujo, ubicado en la Comunidad de San Juan - Riobamba, en la provincia de Chimborazo.”** y conceden autorización para que el ITI pueda utilizar este trabajo en su beneficio y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

CUARTA: aceptación: las partes declaradas que aceptan expresamente todo lo estipulado en la presente cesión de derecho.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Sonia Guerrero". The signature is fluid and cursive, with the first name "Sonia" written above the last name "Guerrero".

MS.c Sonia Guerrero

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Henry Urbina". The signature is highly stylized and cursive, with a long horizontal line extending to the right from the end of the name.

Henry Urbina

D.M. Quito, 30 de agosto de 2022

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO	iii
AUTORIA.....	iv
CERTIFICACIÓN.....	v
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA.....	vi
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS	xiii
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	xiv
RESUMEN.....	16
ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL	17
Creación de la empresa	17
Descripción de la empresa.....	17
Importancia.....	17
Características	17
Actividad	18
Tamaño y distribución de la empresa	18
Necesidad a satisfacer	18
Localización de la empresa	19
Filosofía empresarial.....	19
Misión.....	19
Visión	20
Cliente objetivo.....	20

Target	20
Consumidores	20
Objetivos.....	21
Meta.....	21
Estrategias.....	22
Políticas	22
FODA	23
Desarrollo organizacional	24
Tipo de estructura	24
Formalización	25
Centralización – Descentralización.....	26
Integración	26
Organigrama empresarial	27
Funciones del personal.....	27
PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING.....	35
Objetivo de mercadotecnia.....	35
Investigación de mercado.....	35
Plan de muestreo.....	35
Análisis de las encuestas	37
Entorno empresarial	46
Micro entorno	46
Macro entorno.....	47
Producto y servicio.....	48
Producto esencial	48

Producto real.....	49
Producto aumentado.....	49
Plan de introducción al mercado.....	49
Distintivos.....	49
Uniformes	51
Plan de distribución y puntos de venta.....	56
Marketing mix	57
Producto.....	58
Precio.....	60
Promoción.....	61
Plaza	62
Entorno físico.....	62
Proceso	62
Personas.....	63
Productividad.....	63
Capacidad instalada	63
Implementación del negocio.....	64
Infraestructura.....	64
Estudio arquitectónico.....	64
Estructura del establecimiento	64
PROCESO DERECHO EMPRESARIAL	75
Servicio de rentas internas / SRI.....	75
RUC (Registro Único de Contribuyente)	75
Municipio	75

Cuerpo de Bomberos.....	76
Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social / IESS	77
PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL	79
Objetivo de área.....	79
Impacto ambiental.....	79
Impacto social.....	81
PROCESO FINANCIERO.....	82
Introducción.....	82
Activos fijos.....	82
Activos diferidos.....	82
Capital de trabajo	83
Sueldos	84
Depreciación de activos fijos.....	85
Amortizaciones	85
Tabla de amortización.....	86
Estructura capital	86
Punto de equilibrio.....	87
Ventas proyectadas	89
Flujo de caja	90
Cálculo del TIR y el VAN.....	92
VAN (Valor Actual Neto)	92
TIR (Tasa Interna de Retorno).....	92
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	93
Conclusiones.....	93

Recomendaciones	94
Bibliografía.....	95
Anexos.....	97
Informe de similitud.....	97

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Nacionalidad.....	37
Tabla 2 Rango de edad.....	38
Tabla 3 Tipo de turismo.....	39
Tabla 4 Tipo de alojamiento.....	40
Tabla 5 Forma de reserva.....	41
Tabla 6 Pago por noche.....	42
Tabla 7 Complementos importantes.....	43
Tabla 8 Tipo de construcción.....	44
Tabla 9 Información del establecimiento.....	45
Tabla 10 Componentes por área.....	59
Tabla 11 Precios de los productos.....	60
Tabla 12 Gastos de publicidad.....	61
Tabla 13 Infraestructura de “San Juan Glamping”.....	64
Tabla 14 Activos fijos.....	82
Tabla 15 Activos diferidos.....	83
Tabla 16 Capital de trabajo.....	83
Tabla 17 Total de inversión.....	84
Tabla 18 Sueldos.....	84
Tabla 19 Depreciación de activos fijos.....	85
Tabla 20 Porcentaje Amortización.....	85
Tabla 21 Préstamo a una entidad financiera.....	86
Tabla 22 Amortización del crédito a la entidad financiera.....	86
Tabla 23 Estructura de capital.....	87
Tabla 24 Costos fijos.....	88
Tabla 25 Costos variables.....	88
Tabla 26 Ventas proyectadas.....	90
Tabla 27 Flujo de caja.....	91

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Pirámide de Maslow.....	18
Ilustración 2 Ubicación de "San Juan Glamping"	19
Ilustración 3 Organigrama de "San Juan Glamping".....	27
Ilustración 4 Nacionalidad.....	37
Ilustración 5 Rango de edad.....	38
Ilustración 6 Tipo de turismo.....	39
Ilustración 7 Tipo de alojamiento.....	40
Ilustración 8 Forma de reserva.....	41
Ilustración 9 Pago por noche.....	42
Ilustración 10 Complementos importantes.....	43
Ilustración 11 Tipo de construcción.....	44
Ilustración 12 Información del establecimiento.....	45
Ilustración 13 Logotipo "San Juan Glamping".....	50
Ilustración 14 Isotipo "San Juan Glamping".....	50
Ilustración 15 Imagotipo "San Juan Glamping".....	51
Ilustración 16 Uniforme del o la gerente.....	52
Ilustración 17 Uniforme del contador.....	52
Ilustración 18 Uniforme del o la recepcionista.....	53
Ilustración 19 Uniforme de ama de llaves.....	54
Ilustración 20 Uniforme del o la chef.....	55
Ilustración 21 Uniforme del personal de mantenimiento.....	56
Ilustración 22 Tácticas del marketing mix.....	58
Ilustración 23 Distribución de la infraestructura.....	65
Ilustración 24 Diseño exterior Glamping grupal o familiar.....	66
Ilustración 25 Diseño interior Glamping grupal o familiar.....	67
Ilustración 26 Diseño exterior Glamping para parejas.....	68
Ilustración 27 Diseño interior Glamping para parejas.....	69
Ilustración 28 Diseño exterior de la recepción.....	70
Ilustración 29 Diseño interior de la recepción.....	71

Ilustración 30 Diseño exterior del restaurante.....	72
Ilustración 31 Diseño interior del restaurante.....	73
Ilustración 32 Diseño de la cocina.....	74

“Proyecto de factibilidad para la implementación de actividades de Glamping de lujo, ubicado en la Comunidad de San Juan - Riobamba, en la provincia de Chimborazo.”

Henry Urbina

MSc. Sonia Guerrero

D. M. Quito, 30 de agosto de 2022

RESUMEN

El trabajo de Titulación trata de un proyecto de factibilidad dentro de la actividad hotelera, bajo esta premisa se plantea la construcción de un Glamping de lujo en la parroquia de San Juan del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo; para lo cual es necesario estructurar la organización empresarial, investigación de mercado, derecho empresarial, impacto ambiental y social, análisis financiero. Con todos los factores mencionados el trabajo se estructuró por capítulos considerados de la siguiente manera; CAPITULO I: Preliminares, CAPÍTULO II: Organización Empresarial, CAPÍTULO III: Investigación de mercados, CAPÍTULO IV: Derecho Empresarial, CAPÍTULO V: Impacto Ambiental y Social, CAPÍTULO VI: Análisis Financiero y CAPÍTULO VII: Resultados. El proceso de investigación permite considerar todos los aspectos internos y externos de la microempresa, de esta manera se puede determinar su factibilidad; para lo cual se cuenta con el terreno para la construcción del Glamping, inversión por parte del propietario y de un préstamo a una entidad financiera; considerando el requerimiento de infraestructura para el inicio de actividades de alojamiento y servicio de restaurante; en éste caso de estudio y mediante el manejo oportuno de todos los indicadores se concluye que es factible la inversión en éste segmento de mercado de tipo específico.

ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

Creación de la empresa

“San Juan Glamping”, responde a la necesidad de alojamiento de lujo en la zona de San Juan en la provincia de Chimborazo, permitiendo de esta manera una diversificación en la oferta y la generación de fuentes de empleo para comunidad receptora.

Descripción de la empresa

Importancia

Considerando la ubicación geográfica privilegiada de la comunidad de San Juan en las faldas del nevado Chimborazo, su belleza paisajística y la corriente turística que genera éste atractivo natural; es necesario implementar una alternativa de alojamiento que sea novedosa e innovadora. Tomando en cuenta, estas consideraciones es favorable implementar un Glamping de lujo, el mismo que aprovechando la naturaleza y un tipo de alojamiento fuera de lo habitual como es el Glamping; con el valor agregado de una habitación de hotel de lujo.

Características

Primero es necesario conocer sobre el Glamping: Es una nueva forma de hacer acampada. Como si nombre indica, fusiona la conexión con la naturaleza del camping tradicional con el glamur de una habitación de hotel de lujo. “San Juan Glamping” se desarrollará bajo los ejes de la sostenibilidad: Ecológico, Económico y Social,

considerando siempre el uso sostenible de los recursos, generación de ingresos a la comunidad receptora.

Actividad

“San Juan Glamping”, será una empresa de alojamiento y restauración (servicio de comidas y bebidas), dentro de su oferta estará: alojamiento y alimentos y bebidas; para lo cual tendrá un equipo de colaboradores con formación académica y experiencia profesional para superar las necesidades de sus huéspedes.

Tamaño y distribución de la empresa

De acuerdo a la regulación de la Superintendencia de Compañías la constitución sería una microempresa, misma que constará con un máximo de nueve colaboradores para el desarrollo de todas las actividades planteadas con un establecimiento hotelero.

Necesidad a satisfacer

Ilustración 1

Pirámide de Maslow



Nota. La ilustración representa la pirámide de necesidades de Maslow. Tomado de (ulasalle.edu, 2008)

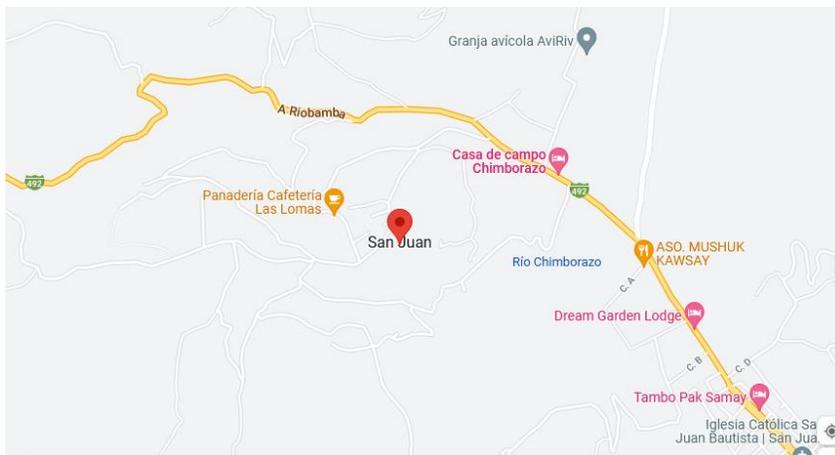
La pirámide de Maslow, explica la conducta humana, se divide en cinco niveles que están ordenados de forma jerárquica. Cuando las personas tengan cubiertas sus necesidades básicas pasarán a otras necesidades más avanzadas, es decir, siempre buscarán subir de nivel en la pirámide hasta llegar a la cima. (ulasalle.edu, 2008)

Localización de la empresa

“San Juan Glamping” estará ubicado en la parroquia de San Juan, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.

Ilustración 2

Ubicación de "San Juan Glamping"



Nota. En la ilustración representa la ubicación para la microempresa “San Juan Glamping”. Tomado de (Google maps, 2022)

Filosofía empresarial

Misión

“San Juan Glamping”, es una microempresa dedicada al servicio de hospedaje y restauración, con altos estándares de calidad y comodidad bajo la modalidad de

Glamping, para esto cuenta con un servicio personalizado en cada una de sus áreas, para todas las personas que quieren vivir una experiencia única.

Visión

Consolidarse como la primera microempresa en la diversificación de la oferta al implementar nuevas tendencias en alojamiento y restauración, con altos estándares de calidad y comodidad en las faldas del nevado Chimborazo.

Cliente objetivo

Los clientes serán turistas nacionales y extranjeros con preferencias de turismo de naturaleza, apasionados por la sostenibilidad, que requieren de un servicio cómodo, que les gusta alojarse en establecimientos con ambientes de lujo y modernos.

Target

Hombres y mujeres, en un rango de 30 - 64 años de edad con un estatus económico medio-alto, apasionados por la naturaleza, que les gusta viajar en pareja, en grupo o en familia; y que utilizan plataformas en internet como medio de reserva para su alojamiento.

Consumidores

De acuerdo con el flujo de turistas que visitan el nevado Chimborazo, este tipo de mercado corresponde a un nicho y segmento específico. Los clientes buscan conexión con la naturaleza y olvidarse entorno urbano, pero en busca del confort necesario para hacer la experiencia inolvidable. El segmento específico es estilo de vida, que prefieren una opción de vacaciones en donde puedan tener una experiencia

en la naturaleza gozando de todos los lujos de un hotel de 5 estrellas, con la preferencia de un paraje tranquilo a las faldas del nevado Chimborazo.

Los turistas de éste segmento no se limitan en sus gastos a la hora de disfrutar su descanso y comodidad, considerando que también son amantes de la sostenibilidad y la conciencia social; para complementar la experiencia se ofrece al usuario la oportunidad de disfrutar la cultura local de la comunidad receptora.

Objetivos

Objetivo estratégico:

- Brindar a los visitantes una nueva y especializada alternativa de alojamiento y restauración, en un entorno natural, donde las personas puedan descansar y disfrutar de un estilo de vida sostenible.

Objetivos específicos:

- Implementar el Glamping de lujo en el mercado y ser líderes en la provincia de Chimborazo.
- Ofrecer servicios de calidad para el disfrute, descanso y comodidad de los clientes.
- Superar las expectativas de las personas que visitan el proyecto.

Meta

Implementar un Glamping de lujo, ofreciendo una atención integral con protocolos para satisfacer las expectativas de nuestros huéspedes, y a la vez generar crecimiento y rentabilidad de la microempresa.

Estrategias

Teniendo en cuenta el análisis realizado en los puntos anteriores, la base para definir la estrategia de posicionamiento de la microempresa será en relación al usuario y al producto; de acuerdo con esto el proyecto se considera el siguiente enfoque:

- Usuarios: Definir el segmento específico
- Producto: Generar un producto diferenciado, pero con un valor agregado
- Competencia: Analizar de forma estratégica las fortalezas y oportunidades percibidas por los usuarios.

Políticas

“San Juan Glamping” en cumplimiento y búsqueda de la mejora continua de la calidad para los clientes ha estructurado un Sistema de Gestión de Calidad. Para alcanzar con éxito la política con visión hacia la calidad, la microempresa plantea: lograr la satisfacción total de los huéspedes, empleando como factor de diferenciación a la calidad del servicio; considerando siempre una mejora continua en la prestación de los servicios.

Los principios de la política de calidad de “San Juan Glamping” son:

- Conocer las necesidades y satisfacerlas desde el primer contacto con el cliente hasta el seguimiento después de la visita.
- Calidad total en el servicio, para ello es necesario capacitar e involucrar al equipo de colaboradores en cada una de sus áreas.

- Mejoramiento de la calidad, por lo que es necesario involucrar cada una de las áreas de trabajo.
- Satisfacer las expectativas de los huéspedes en cada una de las áreas del establecimiento.

Estos objetivos de calidad ayudarán a conseguir la satisfacción de las necesidades y exigencias de los huéspedes y a mantener una mejora en la prestación del servicio.

FODA

Proviene del acrónimo en inglés SWOT, en español las siglas son FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas).

El análisis FODA consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que en su conjunto diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa; es decir, las oportunidades y amenazas. También es una herramienta que puede considerarse sencilla y permite obtener una perspectiva general de la situación estratégica de una organización determinada. (Contribuciones a la Economía, 2006)

Fortalezas

- Calidad en el servicio al cliente.
- Temática del establecimiento.
- Promoción y publicidad dentro del nicho de mercado.

Oportunidades

- Crecimiento del turismo sostenible.
- Ubicación geográfica
- Tecnología como herramienta para realizar reservas.

Debilidades

- Posicionamiento frente a la competencia.
- Costos operativos
- Proyecto nuevo en el mercado.
- Presupuesto limitado.

Amenazas

- Falta de proveedores estratégicos
- Accesos de canales de distribución.
- Preferencia específica de los consumidores
- Afectaciones al flujo turístico por la pandemia
- La situación económica - política del país.

Desarrollo organizacional

Tipo de estructura

En “San Juan Glamping”, la organización de la microempresa será por procesos, con ésta consideración los trabajadores serán productivos y a la vez estarán

involucrados con la toma de decisiones, y cada uno será responsable del área que manejan. Estará estructurada de la siguiente manera dividida por procesos:

- Estratégicos
- Operacionales
- Apoyo

Procesos Estratégicos

El gerente es el encargado de la planificación estratégica, gestión administrativa y control interno de las actividades del establecimiento.

Procesos Operacionales

Los colaboradores serán los encargados de los procesos designados en cada una de sus áreas.

El auxiliar estará encargado de apoyo a todas las áreas.

Procesos de apoyo

La gestión de contabilidad será llevada por personal externo, bajo la modalidad de servicios profesionales.

Formalización

La microempresa, estará orientada en base a los procesos, políticas, normas y estrategias de las políticas empresariales, acorde al cumplimiento de las leyes, ordenanzas y legislación laboral. Para su operación, será legalmente constituida y cumplirá con las exigencias solicitadas en los ámbitos legislativo y tributario, contando

la documentación necesaria y actualizada para el funcionamiento óptimo de cada una de sus áreas.

Centralización – Descentralización

"San Juan Glamping", centra sus actividades en la atención al cliente, ofreciendo un servicio de calidad y brindando el seguimiento respectivo en la posventa; logrando así la mejora continua de la calidad, y a la vez al posicionamiento de la microempresa.

La descentralización es en base a la delegación de funciones y la responsabilidad por áreas, con ésta consideración cada trabajador será responsable de su zona de trabajo; mediante la cooperación de todos los miembros que conforman la microempresa, los colaboradores se sentirán valorados y apreciados.

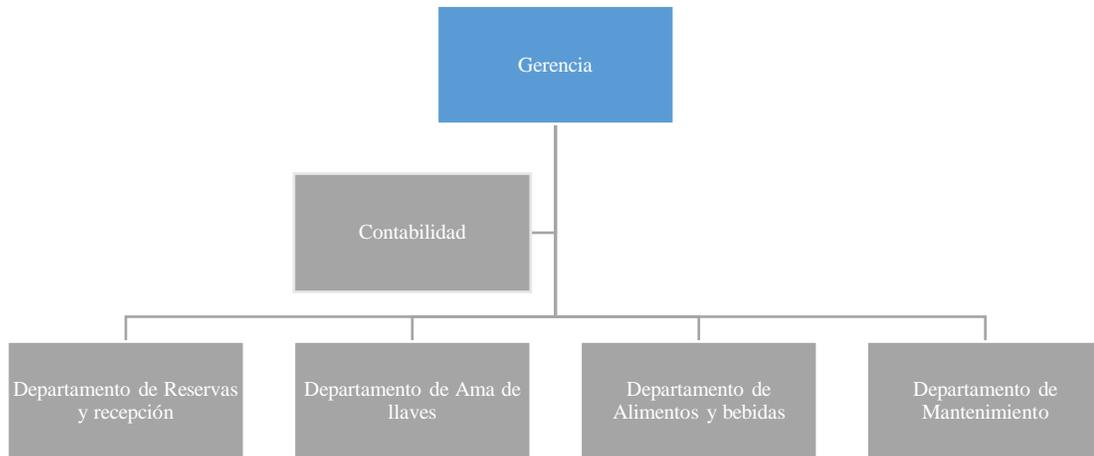
Integración

La integración organizacional, se basa en los procesos que cada miembro de la organización debe desempeñar, así mismo este sistema permitirá llevar un control de cada una de las áreas, identificando su interrelación y el registro de actividad de manera equitativa e igualitaria.

Organigrama empresarial

Ilustración 3

Organigrama de "San Juan Glamping"



Nota. La ilustración representa la estructura organizacional de la microempresa

Funciones del personal

Gerente

Sueldo: \$ 600 USD

Sus principales funciones son:

I. Planeación

1. Planea la elaboración y revisión del presupuesto.
2. Elabora anualmente el plan de acción de cada departamento.

3. En coordinación con los líderes de departamento, elabora el plan de inversión anual.

II. Organización

1. Elabora y revisa periódicamente el organigrama del hotel.

2. Elabora los perfiles y competencias de puestos de la empresa.

3. Organiza juntas con los responsables de departamento.

III. Implementación

1. Establece metas y estándares de servicio.

2. Implanta programas para aumentar la producción en todas las áreas del establecimiento.

3. Implementa, en coordinación con el jefe de mantenimiento, programas de ahorro de energía, conservación del edificio y conservación de materiales y equipo.

IV. Control y evaluación

1. Supervisa el trabajo de todos los líderes de departamento..

2. Supervisa el trabajo de todos los empleados en el hotel.

3. Hace recorridos periódicos por todas las instalaciones del hotel.

V. Satisfacción del cliente

1. Hace recorridos periódicos para evaluar la calidad del servicio y la cortesía de los empleados.

2. Hace una evaluación mensual de los comentarios de los clientes.
3. Supervisa la actuación de los empleados, principalmente aquellos que dan servicio directo al cliente.

VI. Relaciones con empleados

1. Establece política de puertas abiertas con todos los empleados.
2. Da la bienvenida a los empleados nuevos.
3. Participa con los empleados del hotel en eventos empresariales.

VII. Aseo y mantenimiento

1. Realiza inspecciones del aseo de todas las áreas del hotel.
2. Supervisa programas y resultados del mantenimiento preventivo y correctivo.
3. Supervisa la correcta actuación de la comisión de higiene y seguridad.

VIII. Motivación

1. Establece sistemas de motivación para los empleados para que adopten una mayor responsabilidad, un mejor servicio, un buen espíritu y actitud de ventas.

IX. Otras obligaciones

1. Selecciona a los jefes de departamento.
2. Autoriza reembolsos de caja chica de su secretaria.
3. Autoriza descuentos y cortesías. (Baez-Casillas, 2022)

Contador

Sueldo: \$ 425,00 USD

Obligaciones:

1. Supervisa el funcionamiento de las diferentes secciones del departamento de contabilidad (crédito y cobranza, nómina, cajas, auditoria nocturna, auditoria de ingresos, cuentas por pagar, cuentas por pagar, almacén, etc).
 2. Hace revisión de pólizas (ingresos, egresos, bancos, etc.).
 3. Elabora pólizas de ajustes mensuales.
 4. Elabora los estados de resultados.
 5. Revisa la documentación antes de firmar el cheque.
 6. Autoriza pagos de la caja general.
 7. Elabora el balance general.
 8. Elabora declaraciones de impuestos mensuales y anuales.
- (Baez-Casillas, 2022)

Reservas y recepción

Sueldo: \$ 425,00 USD

1. Controla, supervisa y selecciona al personal del departamento de reservaciones.
2. Supervisa llenado correcto de formas impresas del departamento.
- 3-Supervisa que sistema de cómputo de las reservaciones trabaje correctamente.
4. Diseña las formas impresas usadas en el departamento.
5. Supervisa llenado correcto de formas impresas del departamento.
6. Supervisa que sistema de cómputo de las reservaciones trabaje eficientemente.
7. Diseña las formas impresas usadas en el departamento.

(Baez-Casillas, 2022)

Ama de llaves

Sueldo: \$500 USD

1. Selecciona y capacita al personal de nuevo que ingresa al emprendimiento.
2. Participa en la capacitación y adiestramiento de su personal.
3. Supervisa toda la operación realizada por el personal del establecimiento.

4. Programa días de descanso, vacaciones, permisos, etc.
5. Asiste al gerente en la elaboración de programación de mantenimiento en cuartos y áreas públicas.
6. Elabora la programación de limpieza.
7. Supervisa los inventarios mensuales y requisita lo faltante.
8. Mantiene el control de los uniformes de los empleados, ya que éstos deben mantenerse en condiciones óptimas para el servicio. (Baez-Casillas, 2022)

Alimentos y bebidas

Sueldo Chef: \$500,00 USD

Es el responsable del área de alimentos y bebidas. Sus principales funciones son:

1. Supervisa el trabajo realizado por los empleados a su cargo.
2. Elabora especificaciones estándar de compras de alimentos y bebidas.
3. Autoriza la adquisición de mercancías.
4. Auxilia al jefe de compras y almacenistas en el establecimiento de máximos y mínimos de alimentos y bebidas.
5. Elabora, auxiliado por el chef y el contralor de costos, las "Hojas de costos de recetas estándar", tanto para alimentos como para bebidas.

6. Con autorización del gerente, fija los precios de venta de alimentos y bebidas, señalándolos en las hojas de costos de recetas estándar.
7. Es responsable de la elaboración y actualización de menús.
8. Analiza el reporte diario de ventas en alimentos y bebidas, y toma las acciones respectivas. (Baez-Casillas, 2022).

Mantenimiento

Sueldo: \$425,00 USD

Es el responsable del cuidado y conservación del edificio, instalaciones y equipo general del hotel.

Sus funciones específicas son:

1. Establecer un sistema de mantenimiento preventivo para mayor seguridad en la operación del equipo, mejor eficiencia del equipo, minimización de la depreciación de la planta y reducción de costos de mantenimiento.
2. Elabora, con ayuda de su personal, las tarjetas de cada equipo para el control del mantenimiento preventivo.
3. En coordinación con el gerente de división cuartos y el ama de llaves, elabora el programa de mantenimiento para las áreas de habitaciones.
4. Establece el sistema que se seguirá en las solicitudes de trabajos en el mantenimiento correctivo.

5. Planea, dirige y supervisa la realización de los trabajos.
6. Revisa diariamente el libro de pendientes del departamento.
7. Hace diariamente recorridos por todas las instalaciones para revisar el correcto funcionamiento del equipo.
8. Supervisa la aplicación de las normas de seguridad y el correcto uso del equipo de seguridad. (Baez-Casillas, 2022)

PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING

Objetivo de mercadotecnia

Posicionar la marca “San Juan Glamping”, en la mente del consumidor poniendo énfasis la sostenibilidad como eje primordial de desarrollo, mediante medios físicos y digitales, especialmente redes sociales, atrayendo así a los clientes potenciales.

Investigación de mercado

La recolección de la información fue a través de encuestas realizadas de forma presencial, en donde en un fin de semana se encuestaron de manera aleatoria a 324 turistas de la comunidad de San Juan, esta encuesta constó de 9 preguntas cerradas.

Plan de muestreo

En este trabajo se tomó como sujetos de estudio a personas entre 30 y 64 años de edad, las cuales estaban de visita en la comunidad de San Juan. Se toma en cuenta solo a este target puesto a que el enfoque de esta microempresa este emprendimiento va dirigido a las personas que disfrutan del entorno natural y la sostenibilidad.

De acuerdo la segmentación realizada por edad y preferencias, se obtiene que la población segmentada es de 2044 personas, de acuerdo al flujo de turistas que visitan la Reserva de Producción Faunística del Chimborazo; considerando su cercanía a la comunidad receptora. Para obtener el número total de encuestas a realizar se aplicó la fórmula:

$$n = \frac{N * (Z)^2 * P * Q}{(e)^2 * (N - 1) + (Z)^2 * P * Q}$$

Dónde:

N= Población segmentada

Z= Nivel de confianza 95% (1.96)

P= Proporción de defectos esperados 50% (0.5)

Q= Probabilidad negativa 50% (0.5)

e= Error de estimación 5% (0.05)

n= tamaño de la muestra

$$n = \frac{2044 * (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (2044 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$n = 324$ personas

Análisis de las encuestas

Pregunta 1

Tabla 1

Nacionalidad

Nacionalidad	Cantidad
Nacionales	254
Extranjeros	70

Nota. Tabulación de la nacionalidad de los encuestados

Ilustración 4

Nacionalidad



Nota. Ilustración de la nacionalidad de los encuestados

Análisis: De los encuestados el 78% son turistas nacionales y el restante son turistas extranjeros, esto indica que “San Juan Glamping” será de gran acogida en el ámbito nacional con un crecimiento favorable para el turismo extranjero.

Pregunta 2

Tabla 2

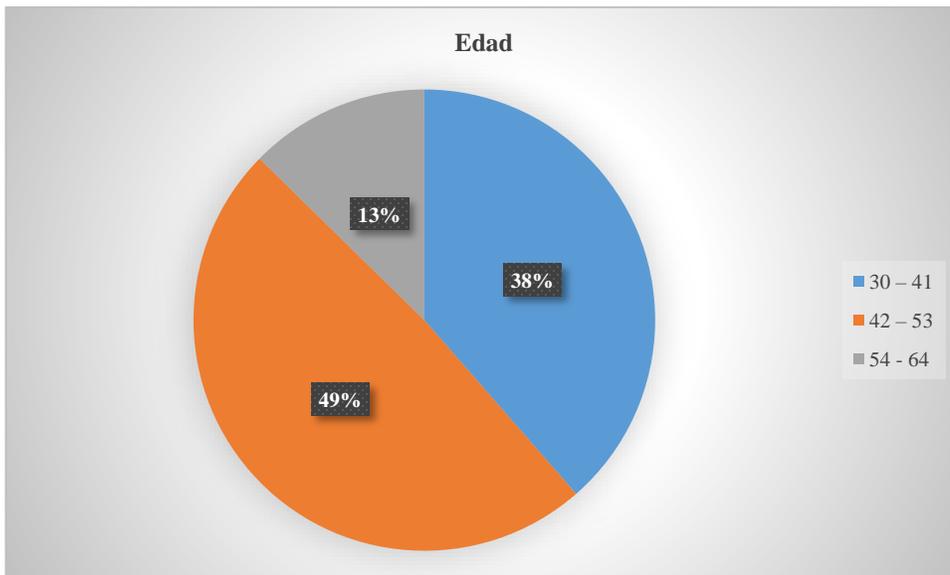
Rango de edad

Edad	Cantidad
30 – 41	125
42 – 53	158
54 - 64	41

Nota. Tabulación de la edad de los encuestados

Ilustración 5

Rango de edad



Nota. Ilustración del rango de edad de los encuestados

Análisis: De todas las respuestas el 49% son turistas en un rango de edad de 42 – 53 años, seguido por un 38% en edad de 30 – 41 años y el restante corresponde a turistas en un rango de edad de 54 – 64 años de edad.

Pregunta 3

Tabla 3

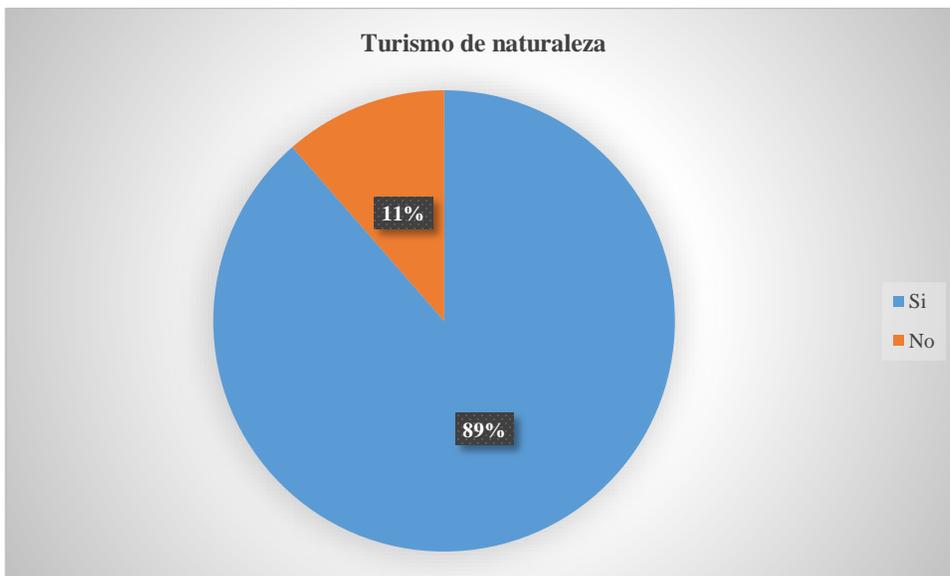
Tipo de turismo

Turismo de naturaleza	Cantidad
Si	287
No	37

Nota. Tabulación de la preferencia de tipo de turismo de los encuestados

Ilustración 6

Tipo de turismo



Nota. Ilustración de la preferencia de tipo de turismo de los encuestados

Análisis: De todos los encuestados el 89% indica que prefieren el turismo de naturaleza, esto indica que “San Juan Glamping” será de gran acogida por su oferta en el ámbito de alojamiento y restauración.

Pregunta 4

Tabla 4

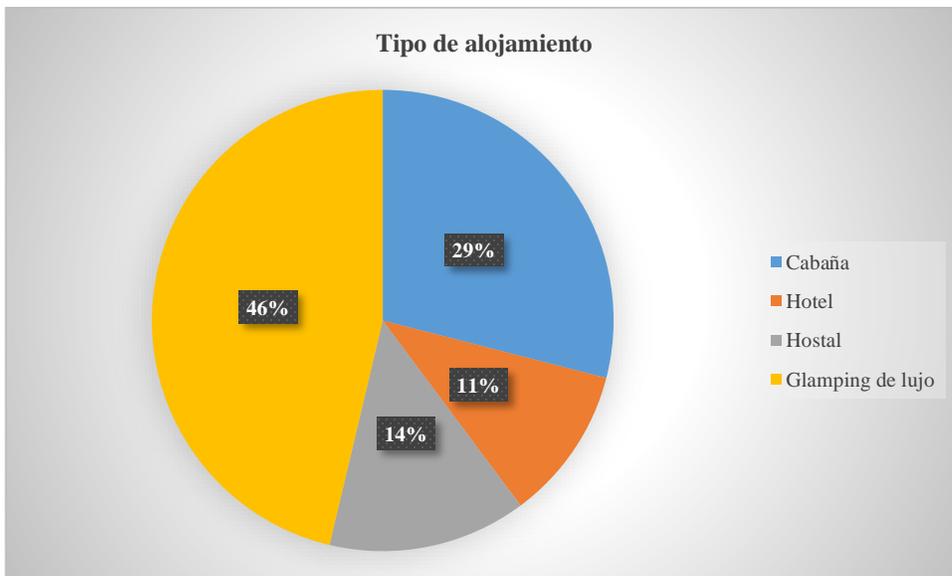
Tipo de alojamiento

Tipo de alojamiento	Cantidad
Cabaña	94
Hotel	35
Hostal	45
Glamping de lujo	150

Nota. Tabulación de la preferencia de tipo de alojamiento de los encuestados

Ilustración 7

Tipo de alojamiento



Nota. Tabulación de la preferencia de tipo de alojamiento de los encuestados

Análisis: De todos los encuestados el 46% prefiere su alojamiento en un Glamping de lujo, seguido por un 29% que elige una cabaña, también un 14% selecciona un hostal dentro de sus preferencias de alojamiento.

Pregunta 5

Tabla 5

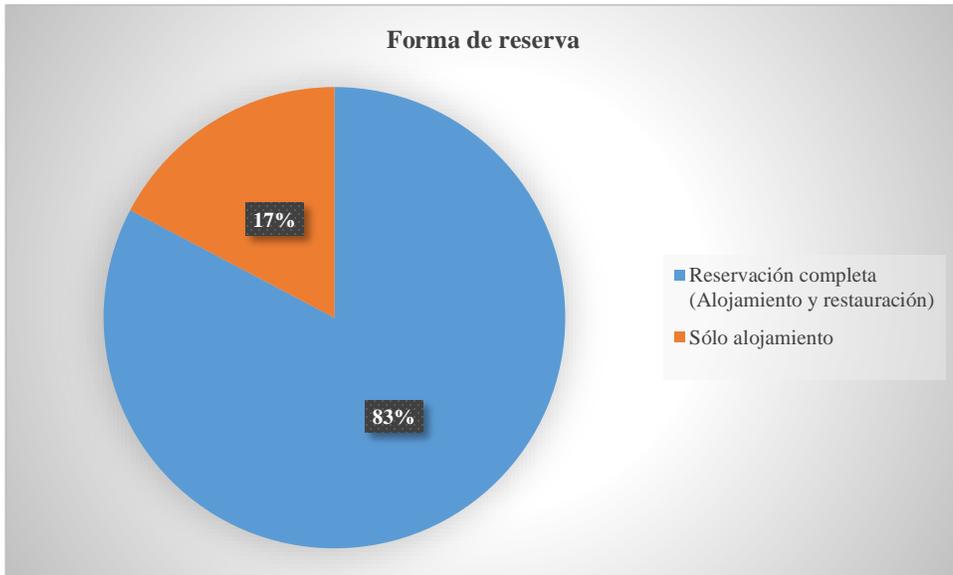
Forma de reserva

Forma de reserva	Cantidad
Reservación completa (Alojamiento y restauración)	268
Sólo alojamiento	56

Nota. Tabulación de la forma de reserva de los encuestados

Ilustración 8

Forma de reserva



Nota. Ilustración de la forma de reserva de los encuestados

Análisis: De todos los encuestados el 83% prefiere una reservación completa y el restante elige sólo el alojamiento.

Pregunta 6

Tabla 6

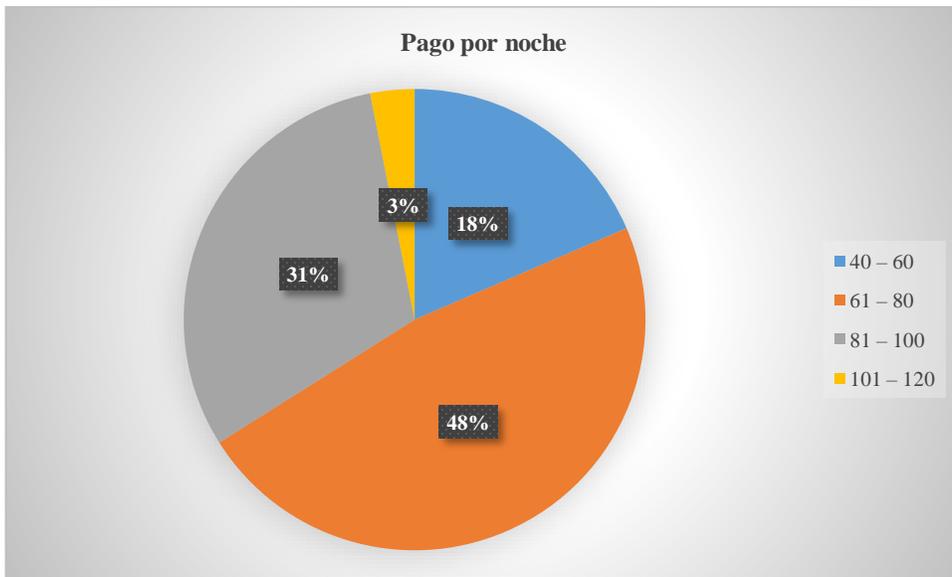
Pago por noche

Pago por noche	Cantidad
40 – 60	60
61 – 80	154
81 – 100	100
101 – 120	10

Nota. Tabulación del pago por noche de los encuestados

Ilustración 9

Pago por noche



Nota. Ilustración del pago por noche de los encuestados

Análisis: De todos los encuestados el 48% está dispuesto a pagar entre 61 – 80 dólares y apenas un 3% entre 101 – 120 dólares.

Pregunta 7

Tabla 7

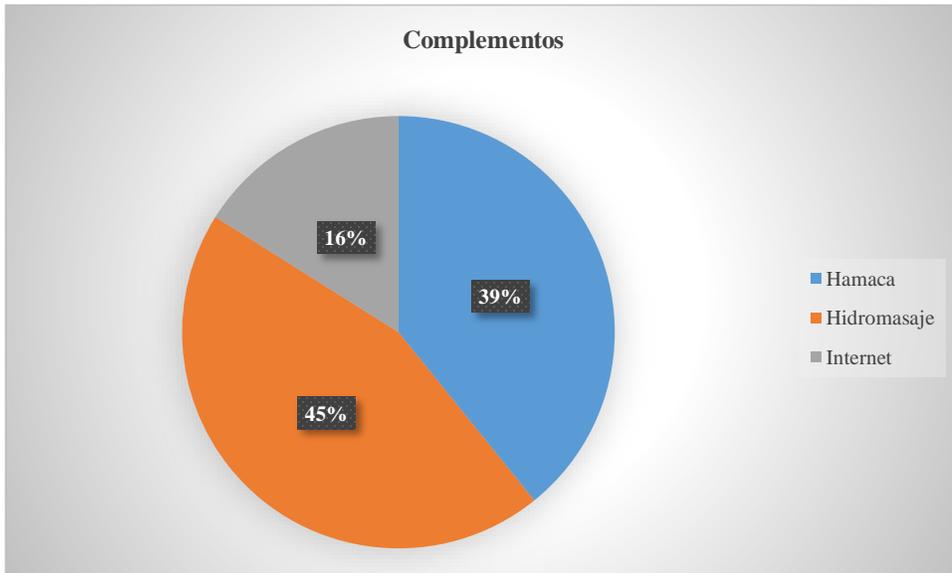
Complementos importantes

Complementos	Cantidad
Hamaca	127
Hidromasaje	145
Internet	52

Nota. Tabulación de los complementos que consideran importantes los encuestados

Ilustración 10

Complementos importantes



Nota. Ilustración de los complementos que consideran importantes los encuestados

Análisis: De todos los encuestados el 45% prefiere un hidromasaje para su alojamiento y apenas un 16% elige internet dentro de sus preferencias.

Pregunta 8

Tabla 8

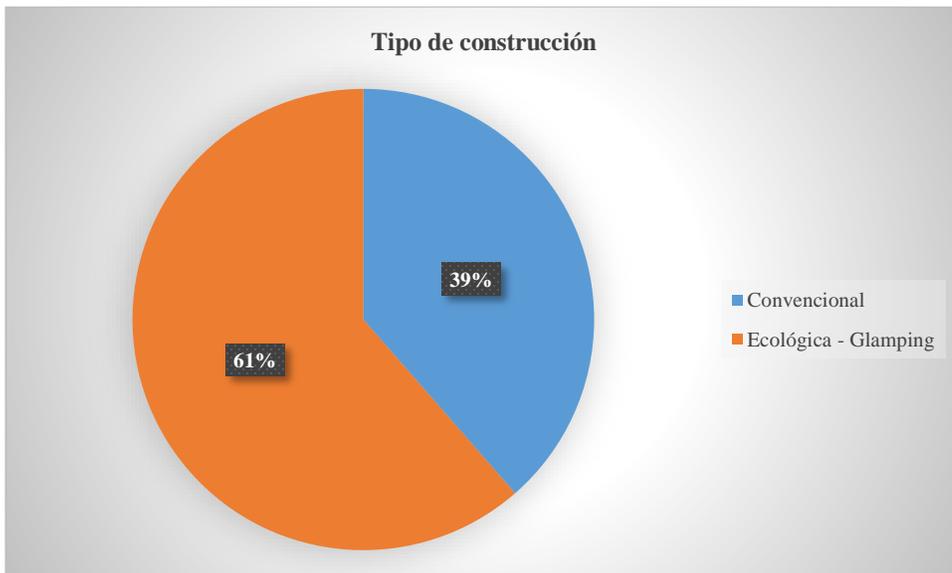
Tipo de construcción

Tipo de construcción	Cantidad
Convencional	125
Ecológica - Glamping	199

Nota. Tabulación del tipo de construcción seleccionada por los encuestados

Ilustración 11

Tipo de construcción



Nota. Ilustración del tipo de construcción seleccionada por los encuestados

Análisis: De todos los encuestados el 61% prefiere una construcción de tipo ecológica – glamping para su alojamiento mientras que el restante prefiere alojamiento de tipo convencional.

Pregunta 9

Tabla 9

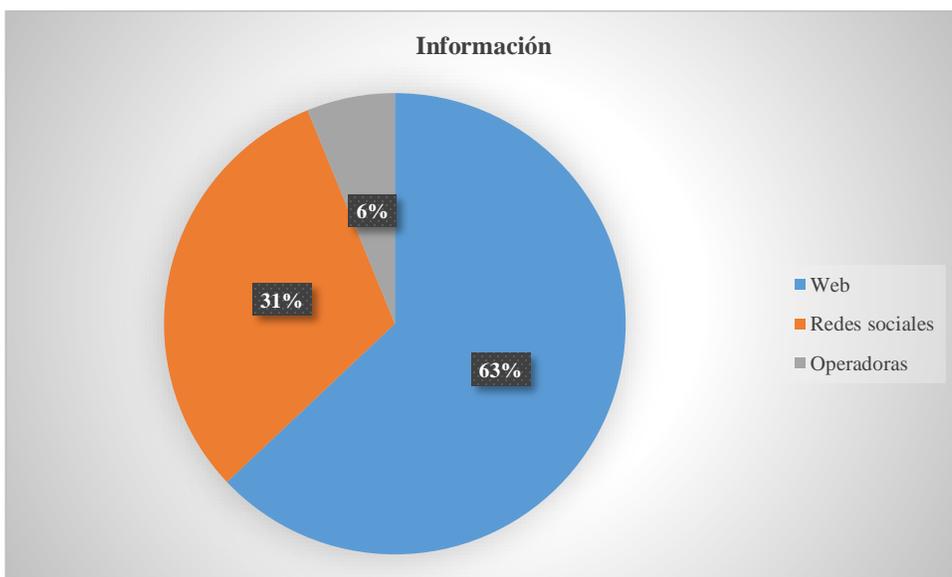
Información del establecimiento

Información	Cantidad
Web	204
Redes sociales	100
Operadoras	20

Nota. Tabulación de la información del establecimiento por los encuestados

Ilustración 12

Información del establecimiento



Nota. Ilustración de la información del establecimiento por los encuestados

Análisis: De todos los encuestados el 63% prefiere recibir información del establecimiento por la Web y el 31% por redes sociales.

Entorno empresarial

Micro entorno

“San Juan Glamping”, considera su microentorno a todo aquello que le rodea sobre lo cual hay un control efectivo:

- Proveedores

Tomando en cuenta la actividad de alojamiento y servicio de alimentos y bebidas, el compromiso de sostenibilidad; los principales proveedores son los miembros de la comunidad.

- Competencia

No existen establecimientos a considerarse como competencia debido a las características propias del establecimiento: infraestructura de lujo, capacidad, servicios personalizados.

- Sustitutos

Tomando en cuenta la prestación de alojamiento se consideran a Dream Garden Lodge y Casa de campo Chimborazo

- Intermediario

La comercialización es de manera directa y también por las plataformas digitales de reservación de alojamiento.

- Clientes

Es un tipo de clientes específico con gusto por la naturaleza y requerimiento de lujo y confort para su alojamiento, acompañado de buena gastronomía que viajan en pareja, familia o en grupo.

Macro entorno

Son aquellos factores sobre los que “San Juan Glamping” no tiene control directo y que van a influir en el normal funcionamiento del establecimiento:

- Factores político

En nuestro país los establecimientos de alojamiento y alimentos y bebidas están regulados por el Ministerio de Turismo y supeditados al Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas que regula el tipo de actividad y la categoría del establecimiento. Por otro lado, también están sujetos al control del ARCSA y al Ministerio de Salud Pública que emite regulaciones en cuanto a la inocuidad alimentaria y a las BPM.

- Factores económicos

En la actualidad el Ecuador está viviendo un declive económico debido a la reciente pandemia, la misma que tuvo al país en cuarentena por varios meses, en los cuales el sector turístico fue el más afectado, es por eso que “San Juan Glamping” está sujeto al desarrollo económico que presente el país por lo que la fijación de precios en sus productos y servicios dependerá de la tasa

inflacionaria anual que presente el Ecuador, así como de la variación en los precios de la materia prima.

- Factores socio-cultural

La implementación de la microempresa permite la dinamización de la economía en la comunidad receptora de forma directa e indirecta propiciando por ende el mejoramiento de la calidad de vida: también la preservación de la cultura local y conservación del entorno considerando como principal enfoque la sostenibilidad.

- Factores tecnológicos

La microempresa aprovecha los avances tecnológicos enfocados en todos los aspectos, en el ámbito de alojamiento y en el área de restaurantes, la tecnología ha evolucionado en cuanto a la maquinaria, aplicaciones móviles que ayudan en la publicidad, reservas, uso de plataformas de comercialización a nivel mundial que ayudan la operatividad en cada una de las áreas de “San Juan Glamping”.

Producto y servicio

“San Juan Glamping”, es una microempresa dedicada a la actividad turística, específicamente al alojamiento y restauración

Producto esencial

En “San Juan Glamping”, el producto esencial que se oferta es la experiencia para cada uno de sus clientes en un ambiente seguro, acogedor, agradable y llamativo

rodeado de naturaleza en donde también pueden disfrutar de un momento de creación entre familia y amigos.

Producto real

“San Juan Glamping”, ofrece el servicio de alojamiento y restauración para sus clientes en la modalidad de Glamping de lujo en las faldas del nevado Chimborazo.

Producto aumentado

San Juan Glamping”, ofrece el servicio de alojamiento y restauración en busca de la satisfacción de necesidades para sus clientes en la modalidad de Glamping de lujo con la aplicación en cada una de sus áreas de los más altos estándares de calidad.

Plan de introducción al mercado

Tomando en cuenta el análisis anterior, la base para definir la estrategia de posicionamiento de la microempresa será en relación al usuario y al producto; de acuerdo con esto el proyecto se enfocará en:

- Usuarios: Segmento específico
- Producto: Diferenciado, pero con un valor agregado
- Competencia: Realizar un análisis estratégico de fortalezas y oportunidades percibidas por los usuarios.

Distintivos

Logotipo

Ilustración 13

Logotipo “San Juan Glamping”



Nota. Creado en (Logo Maker, s.f.)

Isotipo

Ilustración 14

Isotipo “San Juan Glamping”

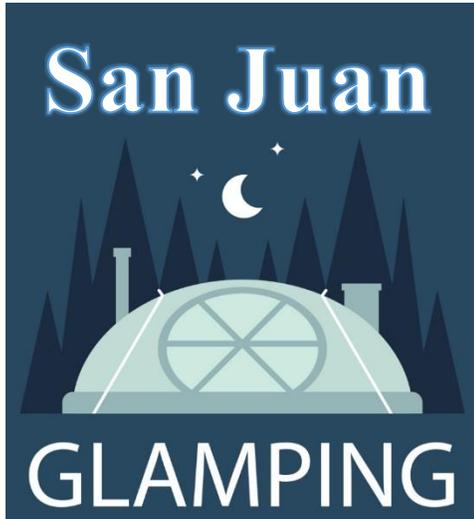


Nota. Creado en (Logo Maker, s.f.)

Imagotipo

Ilustración 15

Imagotipo “San Juan Glamping”



Nota. Creado en (Logo Maker, s.f.)

Uniformes

Gerencia

Ilustración 16

Uniforme del o la gerente



Nota. Imagen referencial del uniforme del establecimiento. Tomado de (Pinterest, s.f.)

Contador

Ilustración 17

Uniforme del contador



Nota. Imagen referencial del uniforme del establecimiento. Tomado de (Pinterest, s.f.)

Reservas y recepción

Ilustración 18

Uniforme del o la recepcionista



Nota. Imagen referencial del uniforme del establecimiento. Tomado de (Pinterest, s.f.)

Ama de llaves

Ilustración 19

Uniforme de ama de llaves



Nota. Imagen referencial del uniforme del establecimiento. Tomado de (Pinterest, s.f.)

Alimentos y bebidas

Ilustración 20

Uniforme del o la chef



Nota. Imagen referencial del uniforme del establecimiento. Tomado de (Pinterest, s.f.)

Mantenimiento

Ilustración 21

Uniforme del personal de mantenimiento



Nota. Imagen referencial del uniforme del establecimiento. Tomado de (Pinterest, s.f.)

Plan de distribución y puntos de venta

Se plantea la oferta del servicio a los clientes, mediante distribución selectiva con varios puntos de atención; los mismos que presentarán:

- Puntos de servicio: El interesado podrá dirigirse a puntos de venta donde está a disposición los costos, planes y disponibilidad en la fan page.

- Canales directos: Los usuarios puedan acceder a los servicios de la microempresa, mediante el uso de los medios conocidos de reserva y consulta de viajes como son: AIRBNB y BOOKING.COM.

Marketing mix

Según los resultados obtenidos en el diagnóstico, se plantearon las estrategias a implementar mediante el marketing mix; con estas consideraciones y las características pertinentes al alojamiento de Glamping de lujo.

Ilustración 22

Tácticas del marketing mix

Producto	<ul style="list-style-type: none">• Servicio de hospedaje de tipo Glamping de lujo• Servicio de restuarante - bar.
Precio	<ul style="list-style-type: none">• En base a los precios que tiene la competencia
Promoción	<ul style="list-style-type: none">• Acercamiento de los clientes mediante el uso de sitio web, redes sociales y plataformas para reservación
Plaza	<ul style="list-style-type: none">• Se hará uso un terreno propio
Entorno físico	<ul style="list-style-type: none">• Distribución del terreno considerando la relación de las áreas
Proceso	<ul style="list-style-type: none">• Información del establecimiento disponible en todos los medios de la microempresa
Personas	<ul style="list-style-type: none">• Manual de funciones por cada una de las áreas
Productividad	<ul style="list-style-type: none">• Indicadores claves hoteleros para la medición del éxito de la empresa

Nota. Ilustración del marketing mix

Producto

Los productos y servicios que ofrece la microempresa son: hospedaje de tipo Glamping de lujo, debido a que es un servicio de hospedaje en la ruralidad con el confort y todas las comodidades que los clientes disponen en un hotel 5 estrellas.

Para la restauración de los clientes se ofrece el restaurante de “San Juan Glamping”, teniendo a disposición un menú variado: vegetariano, vegano, pasta y cortes de carne, los cuales se encuentran inspirados en la gastronomía de la localidad.

Además, los huéspedes disponen dentro del Glamping una cama cómoda y grande, un baño privado con agua caliente; ambientación temática, además armario y una pequeña sala para sentirse como en casa.

Tomando en cuenta las características del producto se plantean los componentes requeridos por cada área, diferenciando si son de uso compartido o privado, detallados a continuación:

Tabla 10

Componentes por área

Elemento	Componentes
Áreas Privadas	
Habitación	<ul style="list-style-type: none"> • Cama full (doble) • Almohada y colchón ortopédico • Edredón • Cobijas térmicas • Sábanas blancas
Baño	<ul style="list-style-type: none"> • Ducha • Inodoro • Lavamanos • Bañera • Elementos de aseo
Pérgola	<ul style="list-style-type: none"> • Hidromasaje • Cocina • Nevera • Sillones exteriores • Hamaca
Áreas compartidas	
Parqueaderos	<ul style="list-style-type: none"> • Puerta de acceso • Espacios de uso por automóvil
Recepción	<ul style="list-style-type: none"> • Sillones • Sillas • Mostrador
Áreas verdes	<ul style="list-style-type: none"> • Fogata al aire libre • Mesas para juego • Juegos de mesa • Jardines • Senderos
Uso general	
	<ul style="list-style-type: none"> • Tomas de electricidad • Iluminación y ambientación • WiFi • Equipo de videovigilancia

Nota. Componentes del establecimiento por áreas

Precio

Las consideraciones para la percepción del precio se basan en un análisis de posicionamiento es más alto que la competencia, pero superando los estándares de comodidad, generando un valor agregado y emocional con las actividades a desarrollar.

A este valor se le van a sumar porcentajes de diversos factores que intervienen en el momento de la producción, por ejemplo:

- Imprevistos
- Mano de obra
- Gastos de fabricación (referente a servicios básicos)
- Gastos administrativos
- Utilidad
- IVA
- Costo de servicio

Tabla 11

Precios de los productos

Precios de la competencia	Precios proyectados según la encuesta	Precios de "San Juan Glamping"
81 - 100	101 -120	121-150

Nota. Precios establecidos de acuerdo a la información levantada en el diagnóstico

Se establece el precio de venta para el producto un valor de \$121,00 a \$150,00 dólares, según el precio que se evidencie necesario para la recuperación de la inversión,

considerando las características propias del establecimiento y el valor agregado al ser un alojamiento de lujo.

Promoción

La promoción es un factor fundamental para el crecimiento de la microempresa, permitiendo plantear las estrategias para el mercadeo oportunas para dar a conocer la microempresa con los productos y servicios a ofrecer. Esto se realiza mediante el uso de los medios digitales: páginas web, redes sociales y publicidad en redes sociales.

Para lograr una tasa de ocupación alta del hospedaje y como inicio de las actividades de la microempresa, se plantea una promoción por los medios digitales de una preventa para los seis primeros meses.

Para lograr el posicionamiento de la marca se van a emplear las redes sociales Facebook, Twitter e Instagram, Airbnb y TripAdvisor como plataformas de venta intermediarias, las cuales permiten un mayor alcance geográfico y atracción del público específico para este segmento de alojamiento de lujo; es necesario considerar los siguientes aspectos para la publicidad, los mismo que se detallan a continuación:

Tabla 12

Gastos de publicidad

Gastos de Publicidad				
<i>Concepto</i>	<i>Costo</i>	<i># veces</i>	<i>Mensual</i>	<i>Anual</i>
Redes sociales y plataformas	10	1	\$ 120,00	\$ 1.440,00
Letrero	1			\$ 280,00
Banner	2			\$ 80,00
Total			\$ 120,00	\$ 1.800,00

Nota. Detalle de los gastos de publicidad

Dentro de la estrategia de mercadeo “San Juan Glamping” se plantea un incentivo de un descuento entre el 5% y 10% en la reserva, para parejas y grupos de 4 personas o familias.

Plaza

La construcción de los domos se hará en un terreno con características de suelo plano; el cual permitirá una construcción segura de cada una de las áreas, el espacio es propio y con una extensión de una hectárea, considerando el espacio para una futura expansión de la microempresa. Como primera etapa de construcción del proyecto se partirá por el uso de media hectárea. Se encuentra en San Juan a las faldas del nevado Chimborazo.

Entorno físico

Para la planificación y diseño del entorno físico se considera la conexión entre la zona de hospedaje y los servicios disponibles en las áreas de uso compartido, al igual que la ubicación más adecuada de los elementos que las conforman.

Proceso

Para el oportuno acompañamiento de la prestación del servicio, se establecen los servicios de reserva en diferentes plataformas digitales y a la vez se presentan horarios de atención directa mediante el uso de las líneas telefónicas o directamente en el establecimiento.

Personas

El equipo de colaboradores del establecimiento debe estar dispuesto a ofrecer apoyo a los clientes, considerando su participación como elemental en la prestación del servicio, para esto deben estar capacitados de manera periódica.

Productividad

Para alcanzar la mejora continua la organización se plantea indicadores de gestión empresarial y gestión hotelera que permitan medir el rendimiento en relación a la prestación del servicio y la calidad del mismo, para lo cual se plantea:

1. Evaluación y estructuración de los costos de implementación
2. Registro de ventas y uso de una encuesta de satisfacción
3. Corrección en base a las fallas identificadas

Capacidad instalada

Se ha determinado, que en el espacio físico existe espacio para 5 domos, los mismos que pueden alojar a 16 personas por noche; considerando 32 pax por fin de semana, con esto podrá alojar a 1536 huéspedes en los fines de semana disponibles dentro del primer año de funcionamiento.

Implementación del negocio

Infraestructura

Tabla 13

Infraestructura de “San Juan Glamping”

Cantidad	Detalle	Costo por metro cuadrado	Costo total
1	Domo de 50m2 (Recepción)	10800	10800
1	Domo de 50m2 (Restaurante)	15800	15800
3	Domos de 50m2 (Alojamiento familiar-grupal)	12800	38400
2	Domos de 30m2 (Alojamiento parejas)	7800	15600
1	Imagen y ambientación de áreas de uso compartido	6000	6000
TOTAL			86600

Nota. Descripción detalla de la infraestructura requerida para el establecimiento

Considerando, que la construcción se va a realizar en un terreno propio, el establecimiento decide invertir en la infraestructura necesaria para ofrecer un servicio de calidad; los costos presentados incluyen los acabados y el equipamiento para cada área. Poniendo en consideración de la propuesta planteada por la constructora para los domos es de 216,00 USD por metro cuadrado.

Estudio arquitectónico

Se toma en cuenta para el diseño del establecimiento que el número de trabajadores será de seis y la capacidad de alojamiento que manejará será de 16 huéspedes; también se considera cada una de las áreas de uso compartido de “San Juan Glamping”.

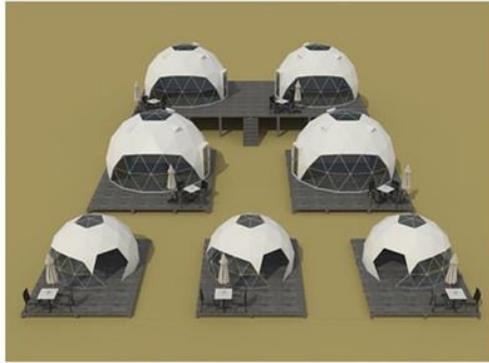
Estructura del establecimiento

Tomando en cuenta, el estudio realizado y los requerimientos para el correcto desempeño de “San Juan Glamping”, se plantea la siguiente distribución de la infraestructura considerando:

- 1 domo Recepción
- 1 domo Restaurante
- 3 domos para alojamiento tipo familiar o grupal
- 2 domos para alojamiento tipo pareja

Ilustración 23

Distribución de la infraestructura



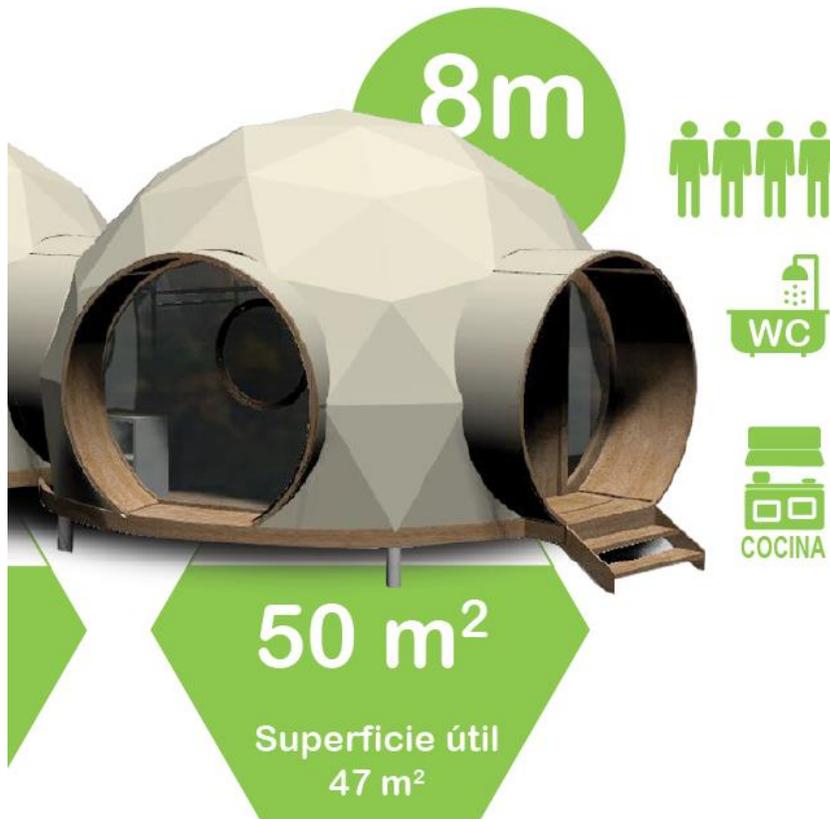
Nota. Ubicación de la infraestructura por áreas. Tomado de (Domos Geodésicos, 2020)

Modalidad de alojamiento

Para el hospedaje de grupos o familiar, se plantea el siguiente diseño:

Ilustración 24

Diseño exterior Glamping grupal o familiar



Nota. Detalle del diseño exterior del domo de tipo grupal o familiar. Tomado de (Domos Geodésicos, 2020)

Ilustración 25

Diseño interior Glamping grupal o familiar

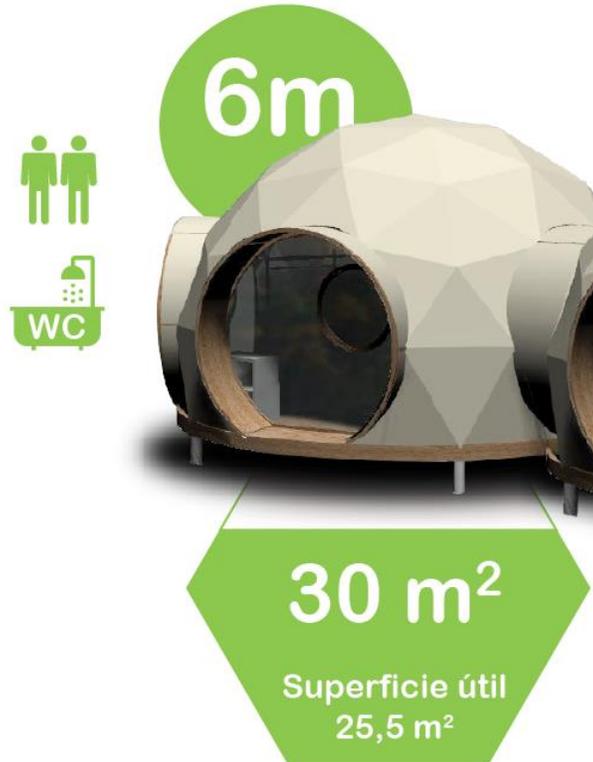


Nota. Detalle del diseño interior del domo grupal o familiar. Tomado de (Domos Geodésicos, 2020)

Para el hospedaje de parejas, se plante el siguiente diseño:

Ilustración 26

Diseño exterior Glamping para parejas



Nota. Detalle del diseño exterior del domo para parejas. Tomado de (Domos Geodésicos, 2020)

Ilustración 27

Diseño interior Glamping para parejas



Nota. Detalle del diseño interior del domo para parejas. Tomado de (Domos Geodésicos, 2020)

Recepción

Ilustración 28

Diseño exterior de la recepción



Nota. Ilustración referencial del diseño exterior de la recepción. Tomado de (Pinterest, s.f.)

Ilustración 29

Diseño interior de la recepción



Nota. Ilustración referencial del diseño interior de la recepción. Tomado de (Pinterest, s.f.)

Restaurante

Ilustración 30

Diseño exterior del restaurante



Nota. Ilustración referencial del diseño exterior del restaurante. Tomado de (Pinterest, s.f.)

Ilustración 31

Diseño interior del restaurante



Nota. Ilustración referencial del diseño interior del restaurante. Tomado de (Pinterest, s.f.)

Cocina

Ilustración 32

Diseño de la cocina



Nota. Ilustración referencial del diseño y distribución de las maquinarias y equipos de la cocina. Tomado de (Pinterest, s.f.)

El detalle de los muebles y enseres, equipos y maquinarias, equipos de computación y equipos industriales están detallados en el análisis financiero.

PROCESO DERECHO EMPRESARIAL

Servicio de rentas internas / SRI

RUC (Registro Único de Contribuyente)

Para legalizar la microempresa “San Juan Glamping” y tener permiso del SRI se debe tener los mencionados documentos:

- Cédula de identidad (Presentación)
- Certificado de votación (Presentación)
- Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente
- Escritura pública de constitución
- Nombramiento del representante legal
- Solicitud de inscripción y actualización general del Registro Único de Contribuyentes (RUC) sociedades, sector privado y público. (iess.gob, 2022)

Municipio

La patente municipal se paga una vez por año y su valor está calculado por cada municipio. En este caso la Municipalidad de Riobamba. Los requisitos que se solicitan son:

- Formulario de solicitud para registro de patente
- Copia de cédula de identidad
- Copia de certificado de votación

- Copia de Registro Único de Contribuyentes (RUC)
- Copia de certificado de funcionamiento de bomberos del año actual
- En caso de tener RUC traer declaración de impuesto a la renta del ejercicio económico anterior para personas obligadas a llevar contabilidad
- Copia de certificado de uso de suelo (en caso de ser primera vez que solicita patente). (gadriobamba.gob, 2022)

Cuerpo de Bomberos

Para obtener el permiso de funcionamiento de su local usted debe seguir el siguiente proceso:

- Adquirir en el Cuerpo de Bomberos una Solicitud de Inspección (Especie Valorada) e ingresarla en el mismo sitio. O puede realizar la solicitud en línea, ingresando al siguiente link:
- <https://bomberosriobamba.gob.ec/solicitudes/inspeccion.html>, si realiza el proceso en línea, el costo de la Solicitud de Inspección (\$2,00) deberá ser cancelado al momento de tramitar el permiso de funcionamiento.
- Esperar que el Inspector realice la visita a su establecimiento, la misma se realiza de 24 a 48 horas laborales después de haber sido ingresada la solicitud de inspección.
- Una vez realizada la inspección y habiendo obtenido el informe FAVORABLE, deberá acercarse a las ventanillas de recaudación del CBR con los siguientes requisitos:

- Informe Aprobatorio de inspección del Cuerpo de Bomberos del GADMR (Original).
- Copia de la CI.
- Copia del RUC o RISE.
- Copia del pago del Impuesto Predial del año en curso.
- Copia del pago de la Tasa de Bomberos del año en curso.
- Permiso de funcionamiento anterior en caso de ser renovación del permiso.
- En el caso de bares, discotecas, karaokes, etc, deben adjuntar COPIA DE PLAN DE AUTOPROTECCIÓN ACTUALIZADO. (bomberosriobamba.gob, 2022)

Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social / IESS

El Registro Patronal en el Sistema de Historia Laboral, se lo obtiene en el IESS y no tiene ningún costo (IESS, 2021).

- Ingresar a la página web del IESS www.iess.gob.ec.
- Escoger la opción empleador-registro nuevo empleador.
- Ingresar el número de RUC o cédula de ciudadanía y escoger el sector al que pertenece (privado, público o doméstico).
- Ingresar los datos obligatorios que se encuentran marcados con asterisco.
- Terminar con el registro patronal, imprimir la solicitud de clave y el acuerdo de uso de la información.

- Acercarse a las agencias del IESS a los Centros de Atención Universal, portando los documentos que han sido solicitados, para obtener la clave patronal. (iess.gob, 2022)

PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL

Objetivo de área

En el sector de alojamiento y restauración, la microempresa “San Juan Glamping” puede aportar numerosas soluciones para mitigar el impacto perjudicial social económico; especialmente de la comunidad receptora de manera directa e indirecta. Razón por la cual tiene el compromiso de acatar las disposiciones legales laborales, aplicables a esta actividad, así como de los requisitos para su funcionamiento.

Adicional, se controlará el cumplimiento del manejo amigable de los recursos, considerando que el motivo y razón de ser del establecimiento está ligado a la sostenibilidad.

Impacto ambiental

Este tipo de hospedajes se convierte en una variante del turismo de naturaleza, por lo cual se ubican en espacios abiertos, dentro de bosques, parques nacionales, pero con servicios de altísimo nivel. Otro componente que caracteriza a los Glamping es que surgen como una opción más ecológica y de menor impacto ambiental, ya que muchos de ellos utilizan materiales orgánicos y emplean energías renovables.

Gestión del Agua: en el servicio y funcionamiento de las unidades de glamping, y en el funcionamiento de la recepción se utilizará el agua potable suministrada por el municipio de Riobamba. Se cuenta con un tanque de almacenamiento y reserva de 5000 litros, el cual proveerá agua potable. Las unidades

sanitarias cuentan con sanitarios de ahorro de agua, calentadores de agua mediante el empleo de paneles solares.

La disposición de aguas servidas se realiza por biodigestores. Es de aclarar que los jabones de consumo humano, como los jabones de limpieza de unidades de alojamiento, sanitarias y áreas comunes se realizan con productos ecológicos que no dañan ni contaminan el medio ambiente.

Gestión de la energía: se cuenta con sistema de energía solar para las unidades de alojamiento y sanitarias, por lo cual no se utilizarán energías no renovables, lo que impacta positivamente en la disminución de consumo de energía, utilización de energía limpia. Para la recepción se usa energía eléctrica de la red pública.

Gestión ambiental: Por ser un establecimiento de alojamiento y hospedaje se presume un aumento en el flujo de personas al área donde se encuentra localizado, por lo que podría significar un efecto negativo sobre el medioambiente, sin embargo, el número de personas es limitado y no es permanente lo cual mitiga tal efecto. Se plantea la necesidad de educar e informar a todos los colaboradores, clientes, huéspedes y proveedores sobre las políticas de sostenibilidad y cuidado del medio ambiente para disminuir y prevenir de posibles daños al medio ambiente.

Gestión de residuos: la generación de residuos sólidos y líquidos impacta negativamente a cualquier lugar, para lo cual se establece la gestión de separación de residuos para su disposición final, siempre teniendo presente la reducción de generación de residuos, reciclar residuos y reutilizar materiales.

Impacto social

“San Juan Glamping”, está basada en dos aspectos fundamentales:

1. Identidad de las poblaciones locales. Manteniendo las costumbres y tradiciones de la comunidad receptora y las características propias del entorno específicamente en las faldas del nevado Chimborazo.
2. Capacitación y conciencia ecológica. Para los colaboradores de cada una de las áreas del establecimiento de alojamiento y restauración.

PROCESO FINANCIERO

Introducción

A continuación, se realiza el detalle del análisis financiero de la microempresa con el fin de analizar la viabilidad económica de “San Juan Glamping”.

Activos fijos

Se detallan a continuación:

Tabla 14

Activos fijos

ACTIVOS FIJOS	
Muebles y enseres	\$ 66.960,00
Equipos y Maquinarias	\$ 15.000,00
Equipos de Computación	\$ 2.000,00
Equipos Ind./ seguridad	\$ 2.640,00
Total	\$ 86.600,00

Nota. Detalle activos fijos de la microempresa

Activos diferidos

Concierne a todos los gastos o inversión para la creación de la empresa.

Tabla 15

Activos diferidos

ACTIVOS DIFERIDOS	
Inscripción Compañía (SAS)	\$0
Gastos legales	\$800
Permisos funcionamiento	\$76,32
Patentes municipales	\$101,04
Total	\$977,36

Nota. Detalle de los activos diferidos

Capital de trabajo

Es el presupuesto que se necesita para el funcionamiento del negocio.

Tabla 16

Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	
Costo de materia prima (Alojamiento y restaurante)	\$ 1.500,00
Servicios básicos	\$ 350,00
Sueldos y salarios	\$ 3.919,33
Gastos publicidad mensual	\$ 150,00
Total gasto mensual	\$ 5.919,33
Nro, meses	3
Total	\$ 17.757,99

Nota. Detalle del capital de trabajo

Tabla 17

Total de inversión

TOTAL DE INVERSIÓN	
Total Activos Fijos	\$ 86.600,00
Total Activos Diferidos	\$ 977,36
Total Capital de Trabajo	\$ 17.757,99
Total	\$ 105.335,35

Nota. Detalle del total de inversión

Sueldos

A continuación, se detalla el cuadro de sueldos con todos los beneficios legales, incluido el aporte al IESS, con valores mensuales y anuales

Tabla 18

Sueldos

CARGOS	Nro.	Sueldo	Décimo	Décimo	Aporte IESS	Aporte IESS	Costo Mensual USD	Costo Anual USD
		Total	Tercero	Cuarto	Patronal (11,15%)	Personal (9,45%)		
Gerente	1	\$ 600,00	\$ 50,00	\$ 35,42	\$ 66,90	\$ 56,70	\$ 809,02	\$ 9.708,20
Ama de llaves	1	\$ 500,00	\$ 41,67	\$ 35,42	\$ 55,75	\$ 47,25	\$ 680,08	\$ 8.161,00
Chef	1	\$ 500,00	\$ 41,67	\$ 35,42	\$ 55,75	\$ 47,25	\$ 680,08	\$ 8.161,00
Auxiliar 1	1	\$ 425,00	\$ 35,42	\$ 35,42	\$ 47,39	\$ 40,16	\$ 583,38	\$ 7.000,60
Auxiliar 2	1	\$ 425,00	\$ 35,42	\$ 35,42	\$ 47,39	\$ 40,16	\$ 583,38	\$ 7.000,60
Auxiliar 3	1	\$ 425,00	\$ 35,42	\$ 35,42	\$ 47,39	\$ 40,16	\$ 583,38	\$ 7.000,60
TOTAL	6	\$ 2.025,00	\$ 239,58	\$ 212,50	\$ 320,56	\$ 271,69	\$ 3.919,33	\$ 47.032,00

Nota. Detalle de los sueldos de los colaboradores de la microempresa

El total de sueldo a pagar incluido todos los beneficios legales es de \$47.032,00 anual.

Depreciación de activos fijos

Es la disminución del valor del activo fijo, ocasionado por su uso y desgaste, lo cual disminuye su valor económico, tomando en cuenta las siguientes los siguientes valores:

Tabla 19

Depreciación de activos fijos

DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS			
		% DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN
Muebles y Enseres	\$ 66.960,00	10%	\$ 6.696,00
Equipos y Maquinaria	\$ 15.000,00	10%	\$ 1.500
Equipos de computación	\$ 2.000,00	33,33%	\$ 666,60
Equipos Ind./ seguridad	\$ 2.640,00	10,00%	\$ 264,00
TOTAL DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS			\$ 9.126,60

Nota. Detalle de la depreciación de los activos fijos

Amortizaciones

Este es el valor que recupera la empresa por constitución de la misma. La amortización del establecimiento es de un 20%, detallado en la siguiente tabla:

Tabla 20

Porcentaje Amortización

AMORTIZACIONES			
PORCENTAJE AMORTIZACIÓN			
Gastos de Constitución de la empresa	\$977,36	20%	\$195,47

Nota. Amortización de los gastos de la constitución de la empresa

Tabla de amortización

Considerando la inversión total es necesario el apoyo de una entidad financiera, detalla a en la siguiente tabla:

Tabla 21

Préstamo a una entidad financiera

Capital	\$ 40000
Tasa	15,89 %
Plazo	108 meses
Interés	\$ 35420.90
Total a pagar	\$ 75420.90
Tasa efectiva	17.10 %

Nota. Detalle del préstamo a una entidad financiera

Los pagos a la entidad financiera van detallados en la siguiente tabla:

Tabla 22

Amortización del crédito a la entidad financiera

Número	Fecha de Pago	Capital	Interés	Cuota	Saldo Capital
1	25-SEP-2022	\$ 168.68	\$ 529.67	\$ 698.35	\$ 39831.32
2	25-OCT-2022	\$ 170.92	\$ 527.43	\$ 698.35	\$ 39660.40
3	24-NOV-2022	\$ 173.18	\$ 525.17	\$ 698.35	\$ 39487.22
4	24-DIC-2022	\$ 175.47	\$ 522.88	\$ 698.35	\$ 39311.75
5	23-ENE-2023	\$ 177.80	\$ 520.55	\$ 698.35	\$ 39133.95
....
104	12-MAR-2031	\$ 653.91	\$ 44.44	\$ 698.35	\$ 2702.47
105	11-ABR-2031	\$ 662.56	\$ 35.79	\$ 698.35	\$ 2039.91
106	11-MAY-2031	\$ 671.34	\$ 27.01	\$ 698.35	\$ 1368.57
107	10-JUN-2031	\$ 680.23	\$ 18.12	\$ 698.35	\$ 688.34
108	10-JUL-2031	\$ 689.24	\$ 9.11	\$ 698.35	\$ 0

Nota. Detalle de los pagos a la entidad financiera

Estructura capital

El financiamiento de “San Juan Glamping”, se lo hace con recursos propios (capital) y con recursos pedidos en préstamo (pasivos):

Tabla 23

Estructura de capital

ESTRUCTURA DE CAPITAL					
		Estructura	Costo	TD	
Capital Propio	\$ 65.335,35	62,03%	12%	7,44%	
Capital Financiero	\$ 40.000	37,97%	16%	6,03%	
Total	\$ 105.335,35	100%		12,90%	TMAR

Nota. Detalle de la estructura capital

La estructura de capital, para el presente proyecto se encuentra formado de la siguiente manera: capital propio con la suma de \$65.335,35 que equivale a una estructura del 62,03%; costo 12% con una tasa de descuento de 7,44 %; por consiguiente el Capital Financiero es de \$40.000 con una estructura del 37,97% , el costo es del 16 % que otorga el 6,03% de tasa de descuento; con un total de inversión de \$105.335,35 que en la suma total nos da una estructura del 100% y TMAR (tasa mínima de rendimiento) que es la suma de las tasas de descuento con un total de 12,9% valor indicador de la factibilidad de la microempresa.

Punto de equilibrio

Se calculan los costos fijos que va a tener la empresa, los mismos que debe pagar de manera independiente a su nivel de operación. El valor se calculó con los valores de préstamo, sueldos y servicios básicos divididos para los 12 meses, el valor total mensual es de:

Tabla 24

Costos fijos

COSTOS FIJOS	
Préstamo	\$ 698,35
Sueldos	\$ 3.919,33
Servicios Básicos	\$ 350,00
Total	\$ 4.967,68

Nota. Detalle de los costos fijos

También es necesario calcular los costos variables, que son aquellos relacionados con la actividad, es decir, los que se producen cuando existe un flujo de clientes en alojamiento y en el restaurante, los mismo se detallan a continuación:

Tabla 25

Costos variables

COSTOS VARIABLES	
Productos de limpieza	\$ 100,00
Menaje habitaciones	\$ 150,00
Menaje restaurante	\$ 200,00
Requisición restaurante	\$ 220,00
Lavandería	\$ 100,00
Total	\$ 770,00

Nota. Detalle de los costos variables

Ingresos totales

Para el cálculo de los ingresos totales en el ámbito hotelero es necesario calcular el RevPAR para hoteles es considerado el KPI más importante para medir la rentabilidad de un hotel, considerando que la capacidad de alojamiento total de “San Juan Glamping” es de 16 personas (5 habitaciones) por noche con un precio medio de

\$ 135,00 por cada una (\$ 432,00 por habitación), para lo cual es necesario calcular el RevPAR (revenue per available room o en español, ingresos por habitación disponible) de 30 días, teniendo en cuenta que en ese período de tiempo tiene un alojamiento medio de 3 habitaciones por noche.

$$\text{RevPAR} = \text{It} / \text{Ht}$$

$$\text{RevPAR} = 432 * 30 * 3 / 30 * 5$$

$$\text{RevPAR} = \$ 259,20 \text{ USD}$$

El cálculo de costo variable unitario se obtiene de la siguiente manera:

$$\text{Costos variables unitarios} = \text{Total costos variables} / 30 \text{ días} / 5 \text{ domos}$$

$$\text{Costos variables unitarios} = 770 / 30 / 5$$

$$\text{Costos variables unitarios} = \$ 5,13 \text{ USD}$$

Se toma en cuenta el monto de costos fijos totales (\$ 4.967,68 USD) sobre el precio de venta unitario (\$ 259,20 USD) menos costos variables unitarios (\$ 5,13 USD).

$$\text{Punto de equilibrio} = (\$ 4.967,68) / (156,87)$$

$$\text{Punto de equilibrio} = 19,55 \text{ noches al mes}$$

Considerando el punto de equilibrio, “San Juan Glamping” necesita vender 19,55 noches al mes como mínimo para cubrir los costos.

Ventas proyectadas

De acuerdo al punto de equilibrio es necesario vender 19,55 noches al mes, éste valor lo vamos aproximar a 20 noches por mes con un incremento del 2% (considerando que la proyección de la OMT es del 4%); obteniendo los siguientes valores:

Tabla 26

Ventas proyectadas

Ventas proyectadas					
Trimestres	1	2	3	4	Total
Cantidad	60	61,2	62,424	63,67248	247,29648
Precio unitario	\$ 259,20	\$ 259,20	\$ 259,20	\$ 259,20	\$ 259,20
Ventas proyectadas	\$ 15.552,00	\$ 15.863,04	\$ 16.180,30	\$ 16.503,91	\$ 64.099,25

Nota. Detalle de las ventas proyectadas por trimestres en un período un año

Flujo de caja

Es el movimiento de los recursos que genera la microempresa, permitiendo determinar la solvencia y liquidez que posee la empresa.

Tabla 27
Flujo de caja

FLUJO DE CAJA						
Participación de Trabajadores	15%					
Impuestos	25%					
Incremento en precio.	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Incremento en ventas	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
Inflación.	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01
Año	0	1	2	3	4	5
Cantidad		250	300	360	432	518,4
Precio		\$ 259,20	\$ 285,12	\$ 313,63	\$ 345,00	\$ 379,49
Ingreso por venta (+)		\$ 64.800,00	\$ 85.536,00	\$ 112.907,52	\$ 149.037,93	\$ 196.730,06
costo de servicio (-)		\$ 13.440	\$ 13.574	\$ 13.710	\$ 13.847	\$ 13.986
Margen bruto		\$ 51.360,00	\$ 71.961,60	\$ 99.197,38	\$ 135.190,68	\$ 182.744,34
Gastos operativos (sueldos) (-).		\$ 47.032,00	\$ 47.502,32	\$ 47.977,34	\$ 48.457,12	\$ 48.941,69
Gastos de distribución. (-)		0	0	0	0	0
Gastos de publicidad (-)		\$ 1.800,00	\$ 1.818,00	\$ 1.836,18	\$ 1.854,54	\$ 1.873,09
Gastos de depreciación. (-).			0	0	0	0
Total de gastos		\$ 48.832,00	\$ 49.320,32	\$ 49.813,52	\$ 50.311,66	\$ 50.814,78
Utilidad operativa.		\$ 2.528,00	\$ 22.641,28	\$ 49.383,85	\$ 84.879,02	\$ 131.929,57
Gasto financiero (Pago int.) (-)		\$ 698,35	\$ 698,35	\$ 698,35	\$ 698,35	\$ 698,35
Utilidad antes de impuestos.		\$ 3.226,35	\$ 23.339,63	\$ 50.082,20	\$ 85.577,37	\$ 132.627,92
Participación trabajadores. (15%),(-)		\$ 483,95	\$ 3.500,94	\$ 7.512,33	\$ 12.836,61	\$ 19.894,19
Utilidad antes de impuestos renta		\$ 2.742,40	\$ 19.838,69	\$ 42.569,87	\$ 72.740,77	\$ 112.733,73
Impuestos (25%) (-).		\$ 685,60	\$ 4.959,67	\$ 10.642,47	\$ 18.185,19	\$ 28.183,43
Utilidad neta		\$ 2.056,80	\$ 14.879,01	\$ 31.927,40	\$ 54.555,57	\$ 84.550,30
Inversión en obra física.	\$ 66.960,00					
Inversión inicial (mq.y equipos).	\$ 19.640,00					
Gastos de constitución. (Año 0).	\$ 977,36					
Capital de trabajo.	\$ 17.757,99					
Valor de desecho del proyecto (año 3 y 5).						
Gasto de depreciación.			0	0	0	0
Préstamo recibido	\$ 40.000,00					
Flujo neto de efectivo.	\$ -(65.335,35)	\$ 2.056,80	\$ 14.879,01	\$ 31.927,40	\$ 54.555,57	\$ 84.550,30
TMAR.		12,9%				

Valor actual neto. (VAN).		\$ 115.353,80				
TIR		31%				

Nota. Detalle del flujo de caja con proyección de 5 años

Para el primer año, se tendrá un flujo neto de caja de \$ 2056,80 USD, mientras que para el tercer año esta aumentará a \$ 31.927,40 USD.

Cálculo del TIR y el VAN

VAN (Valor Actual Neto)

En este caso se hizo una proyección de 5 años. El VAN trae el valor presente todas las proyecciones obtenidas en el flujo de caja menos la inversión; el VAN es bueno cuando es mayor a cero; por consiguiente, el VAN en la empresa es de \$ 115.353,80 USD; por lo tanto, el negocio es factible.

TIR (Tasa Interna de Retorno)

El TIR es el valor porcentual del flujo de caja (debe ser mayor al TMAR), en este caso el TIR de la microempresa es de 31% como tasa de rentabilidad, teniendo una diferencia del 18,1% con el TMAR.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

- El alojamiento en Glamping de lujo es el producto con valor agregado ofertado por “San Juan Glamping”, el mismo que tiene un nivel de aceptación favorable por los turistas nacionales e internacionales, según investigación de mercados realizada en la localidad; razón por la cual es favorable la implementación de esta microempresa.
- La factibilidad económica del proyecto es viable, considerando que la inversión es asumida por los propietarios y el restante por un préstamo a una entidad financiera; también es importante mencionar que el espacio físico para la implementación de la microempresa es un bien adquirido con anterioridad y pagado en su totalidad.
- El análisis financiero determinó la factibilidad del proyecto, considerando los siguientes indicadores de rentabilidad: TIR mayor que TMAR, este resulta ser lo que comprueba al obtener un VAN positivo.

Recomendaciones

- Considerando que uno de los principios de la microempresa es la búsqueda de la mejora continua, es necesario la implementación de un check list para medir el cumplimiento en cada una de las áreas y en caso de ser necesario planificar los correctivos para las áreas que presenten falencias.
- Tomando en cuenta el crecimiento de este segmento de mercado porque la idea de negocio es nueva e innovadora es viable una reinversión para la construcción de más domos considerando que se dispone de espacio físico y la experiencia de la implementación de esta etapa.
- También es necesaria una capacitación continua de los colaboradores, en los ámbitos y competencias de cada una de sus áreas y en servicio al cliente considerando su contacto directo con los huéspedes; el resultado de esta acción permitirá medir la satisfacción de los clientes en relación a los servicios y productos recibidos en “San Juan Glamping”.

Bibliografía

- Baez-Casillas, S. (2 de Julio de 2022). *prepacihuatlan.sems.udg.mx*. Obtenido de http://prepacihuatlan.sems.udg.mx/sites/default/files/descripciondepuestoshot_elfessixtobaez.pdf
- bomberosriobamba.gob. (2022). *Permiso de funcionamiento*. Obtenido de <https://www.bomberosriobamba.gob.ec/servicios/permiso-de-funcionamiento-de-locales.html>
- Contribuciones a la Economía. (Septiembre de 2006). *La matriz FODA: una alternativa para realizar diagnósticos*. Obtenido de <https://eco.mdp.edu.ar/cendocu/repositorio/00290.pdf>
- Domos Geodésicos. (16 de Septiembre de 2020). *Domos Geodésicos*. Obtenido de <https://domosgeodesicos.es/2020/09/16/domos-glamping/>
- gadriobamba.gob. (2022). *Solicitud patente municipal*. Obtenido de <http://www.gadmriobamba.gob.ec/phocadownload/lotaip2019/septiembre/AnexoF1/SOLICITUD%20DE%20PATENTE%20MUNICIPAL%20PARA%20ACTIVIDAD%20ECONOMICA.pdf>
- Google maps. (2022). Google maps. Riobamba, Chimborazo, Ecuador. Obtenido de <https://www.google.com.ec/maps/place/San+Juan/@-1.6238005,-78.8090248,15z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x91d30f70399c0b39:0xdd59a34156d7a40a!8m2!3d-1.623822!4d-78.80027?hl=es>
- iess.gob. (2022). *Registro de empleador*. Obtenido de <https://www.iess.gob.ec/en/web/empleador/registro-de-empleador>
- Logo Maker. (s.f.). *Logo Maker*. Obtenido de <https://www.logomaker.com/step3/parent/222014?fscqp21=wWrz0xYtbtcQrALxJkGm0Cnq4a7f8UINzVqIIWAtaF8LoFwzzX1C2q08qr5Uf0lZpT5X3ENQYMw8xQ--&lastsave=c0baae23aa41bb8f9f5de376ef94ad69>
- Pinterest. (s.f.). *Pinterest*. Obtenido de <https://co.pinterest.com/pin/31384528636164275/>
- ulasalle.edu. (16 de Diciembre de 2008). *PAPER PIRAMIDE DE MASLOW*. Obtenido de

<https://www.ulasalle.edu.bo/es/images/ulasalle/postgrado/geastioncapitalhumano2016/modulo3/PAPER-PIRAMIDE-DE-MASLOW.pdf>

Anexos

Informe de similitud



Identificación de reporte de similitud: oid:11830:163176737

NOMBRE DEL TRABAJO

**PROYECTO DE TITULACIÓN SR. URBINA
(30-08-22).docx**

AUTOR

SR. URBINA

RECuento DE PALABRAS

9713 Words

RECuento DE CARACTERES

54418 Characters

RECuento DE PÁGINAS

93 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

2.6MB

FECHA DE ENTREGA

Aug 30, 2022 3:53 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Aug 30, 2022 3:55 PM GMT-5

● 20% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base

- 20% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 0% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Cross