

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Hospitalidad, Arte Culinario y Turismo

Estudio de factibilidad de proyecto de glamping: Puririy Lodge

Millie Carolina Ron Mendoza

Hospitalidad y Hotelería

María Alejandra Sotomayor Carrasco

Hospitalidad y Hotelería

Trabajo de titulación presentado como requisito para la obtención del título de
Licenciada en Hospitalidad y Hotelería

Quito, 5 de mayo de 2021

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Hospitalidad, Arte Culinario y Turismo

HOJA DE CALIFICACIÓN DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA

Estudio de factibilidad de proyecto de glamping: Puririy Lodge

Millie Carolina Ron Mendoza

María Alejandra Sotomayor Carrasco

Nombre del profesor, Título académico

**Mauricio Cepeda, Master of
Management in Hospitality**

Quito, 5 de mayo de 2021

© DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales de la Universidad San Francisco de Quito USFQ, incluyendo la Política de Propiedad Intelectual USFQ, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en la Ley Orgánica de Educación Superior del Ecuador.

Nombres y apellidos: Millie Carolina Ron Mendoza

Código: 00201936

Cédula de identidad: 1721645511

Lugar y fecha: Quito, 5 de mayo de 2021

Nombres y apellidos: María Alejandra Sotomayor Carrasco

Código: 00201099

Cédula de identidad: 0504114661

Lugar y fecha: Quito, 5 de mayo de 2021

AGRADECIMIENTOS

Este proyecto no sería posible sin el apoyo de nuestras familias, que siempre estuvieron pendientes de nosotros.

Gracias a mis padres porque por ellos estoy estudiando en la mejor universidad del Ecuador y sin ellos nada sería posible. A mis hermanos porque son un apoyo incondicional y cada que pueden tratan de sacarme una sonrisa. A mis abuelos que quieren verme lograr grandes cosas en la vida, en especial a ese que me mira desde el cielo y me cuida todos los días. Gracias a Dios por permitirme tener y disfrutar de mi familia y gracias a esos amigos que muchas noches me acompañaron en la culminación de este proyecto.

Agradezco principalmente a mis hermanas y a mis padres que han sido el motor de mi vida, todo lo que soy se lo debo a mi familia y sin cada uno de ellos nada de esto sería posible.

Finalmente, agradezco a mi tía y madrina por ayudarme, apoyarme y por creer siempre en mí.

RESUMEN

El siguiente trabajo consiste en determinar y analizar la factibilidad de implementar un proyecto de turismo ecológico, tomando en cuenta las tendencias de construcciones estilo glamping en la Hacienda Las Palmas, ubicado en la provincia de Pichincha.

Palabras clave: turismo, glamping

ABSTRACT

The next work consists of determining and analyzing the feasibility of implementing an ecological tourism project, taking into account the trends of glamping-style constructions at Hacienda Las Palmas, located in the province of Pichincha.

Key words: tourism, glamping

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	13
PURIRIY: GLAMPING	14
1 Concepto del Proyecto	14
1.1 Factor Diferenciador.	14
1.2 Ubicación.	15
1.3 Servicios.	15
1.3.1 Alojamiento.	15
1.3.2 Restaurante.	16
1.3.3 Bar.	16
1.3.4 Áreas de recreación.	16
1.3.5 Senderos.	17
1.3.6 Cuadrones.	17
1.3.7 Excursiones.	17
1.3.8 Parqueadero.	17
1.3.9 Cine al aire libre.	18
1.3.10 Área de fogatas.	18
1.3.11 Área de parrillas.	18
1.3.12 Servicio de paseo a caballo.	18
1.3.13 Limpieza de habitación.	19
1.4 Mercado meta.	19
1.4.1 Perfil de usuario local.	19
1.4.1.1 Edad.	19
1.4.1.2 Ubicación geográfica.	19
1.4.1.3 Nivel socioeconómico.	19

1.4.1.4	Características psicográficas.	19
1.4.2	Perfil de usuario local familiar.	19
1.4.2.1	Perfil demográfico.	19
1.4.2.2	Ubicación geográfica.	20
1.4.2.3	Nivel socioeconómico.	20
1.4.2.4	Características psicográficas.	20
1.4.3	Perfil de usuario extranjero.	20
1.4.3.1	Edad	20
1.4.3.2	Ubicación geográfica	20
1.4.3.3	Nivel socioeconómico	20
1.4.3.4	Características psicográficas	20
1.5	Actividades	21
1.5.1	Caminata al Río Blanco	21
1.5.2	Experiencia ganadera	21
1.5.3	Cabalgata	21
1.5.4	Cine al aire libre.	21
1.5.5	Uso de cuadrones.	22
1.5.6	Caminata nocturna.	22
2	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	22
2.1	Entorno macroeconómico.	22
2.2	Análisis del sitio.	24
2.2.1	Localización.	24
2.2.2	Adaptabilidad y convivencia física del terreno.	26
2.2.3	Acceso y visibilidad.	27
2.2.4	Servicios básicos.	28

2.2.5	Situación legal y regulaciones.	28
2.3	Análisis del vecindario y del área de mercado.	29
2.3.1	Clima.	29
2.3.2	Generadores de demanda	29
2.3.3	Uso de tierras.	31
2.3.4	Competidores en el sector.	31
2.4	Análisis de la oferta.	32
2.4.1	Competidores primarios.	32
2.4.2	Competidores secundarios.	33
2.4.3	Otros competidores.	34
2.5	Análisis de la demanda.	34
3	DISEÑO Y ARQUITECTURA	35
4	RECURSOS HUMANOS	38
5	PLAN DE COMUNICACIÓN Y MARKETING	40
5.1	Definición de la marca.	40
5.2	Logo.	41
5.3	Objetivos a corto y largo plazo.	41
5.3.1	Corto plazo.	41
5.3.2	Largo Plazo.	42
5.4	Plan de promoción y publicidad.	42
5.5	Alianzas estratégicas.	43
5.5.1.1	Metropolitan Touring.	43
5.5.1.2	EcoAndes Travel.	43
5.5.1.3	Ministerio de Turismo del Ecuador.	43
5.5.1.4	Universidad San Francisco de Quito.	43

	10
5.6 Presupuesto para gastos. _____	44
ANÁLISIS DE LA RENTABILIDAD _____	45
6 Costo de la inversión. _____	45
7 Pronóstico de ingresos y gastos. _____	45
8 Calculo de VAN y TIR del proyecto _____	47
CONCLUSIONES _____	48
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS _____	49

ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1: Comparación con la competencia</i>	33
<i>Tabla 2: Inversión del proyecto</i>	45
<i>Tabla 3: Ingresos y Gastos por año</i>	46
<i>Tabla 4: Gastos</i>	46
<i>Tabla 5: Estado de Resultados proyectado a 5 años</i>	47
<i>Tabla 6: Flujos de efectivo</i>	47

ÍNDICE DE GRÁFICOS

<i>Gráfico 1: Cine al aire libre y Teepee</i>	18
<i>Gráfico 2: Riesgo país en 2020 hasta abril 2021</i>	24
<i>Gráfico 3: Satelital de la zona</i>	26
<i>Gráfico 4: Ruta hacia Lloa desde Quito</i>	28
<i>Gráfico 5: Encuestas en instagram</i>	30
<i>Gráfico 6: Plano cabaña doble</i>	36
<i>Gráfico 7: Plano cabaña matrimonial</i>	36
<i>Gráfico 8: Cabaña vista frontal</i>	37
<i>Gráfico 9: Organigrama del personal</i>	38
<i>Gráfico 10: Logo Puririy</i>	41

INTRODUCCIÓN

Tras enfrentarnos a una pandemia mundial nunca vista en la historia, que llegó a revolucionar la forma de vida de los seres humanos, ocasionando muchas pérdidas y sufrimiento a nivel mundial, afectando la economía a nivel global, propagando el desempleo y poniendo en riesgo la vida de los seres humanos en el planeta Tierra. La humanidad nunca se imaginó vivir encierros y lucir una mascarilla en el rostro. A pesar de que ya todo se está reactivando la pandemia traerá secuelas psicológicas, sociales y económicas, es por eso que se necesita que las personas puedan responder con creatividad, pues la crisis sanitaria nos ha dejado lecciones y para muchos esto puede significar una oportunidad única de resurgir hacia una ideología más sostenible e inclusiva.

La crisis sanitaria ha revolucionado la forma de pensar y la manera de vivir, las personas al vivir meses en confinamiento, encerrados y sin ver a sus familiares, actualmente buscan salir, desean encontrar lugares abiertos, en donde sientan tranquilidad, seguridad y libertad alrededor de la naturaleza. Es por eso que se ha decidido realizar un proyecto dirigido hacia un turismo ecológico, que brinde a los turistas una experiencia donde puedan desarrollarse y recrearse en relación con el medio ambiente y donde puedan experimentar como es la vida en el campo. Hoy por hoy, ha aumentado el interés de las personas que desean viajar con su familia donde puedan apreciar la naturaleza, la flora, fauna y los bellos paisajes que el mundo tiene para ofrecer.

PURIRIY: GLAMPING

1 Concepto del Proyecto

La siguiente propuesta presenta el estudio de reactivación de las operaciones de una hacienda hostería, nace de la necesidad de satisfacer a este nuevo mercado de turistas que buscan aislarse de la vida cotidiana, buscan salir de la ciudad y de su zona de confort. Este proyecto de factibilidad e inversión muestra la posibilidad de crear una experiencia única de turismo ecológico con hospedaje en glampings.

Glamping es una nueva ideología de acampar con glamour (glamour + camping). El concepto de glamping en este último año se ha visto sobrevalorado ya que tras sufrir una crisis sanitaria tanto los negocios como el mercado turístico se han tenido que reinventar y dirigir hacia una opción de un turismo ecológico que brinde seguridad a los huéspedes. Esta idea de proyecto se realizará en la parroquia de Lloa perteneciente al cantón Quito, Provincia de Pichincha; el mismo que está enfocado en el desarrollo y reactivación del sector turístico y hotelero en la zona.

Realizar este proyecto es importante tomando en cuenta que las personas y el turismo día a día se está reactivando y creciendo en el Ecuador, hay que pensar en él de forma positiva como una oportunidad de generar ingresos y reactivar la economía del lugar tomando en cuenta como fortaleza el turismo local y en el futuro en un turismo internacional.

1.1 Factor Diferenciador.

Somos un lugar enfocado en brindar una experiencia alejada de los distractores habituales, el estrés de la ciudad, los problemas cotidianos y la angustia que causa la pandemia. Brindamos un servicio personalizado y enfocado en las necesidades de nuestro cliente sin descuidar nuestra esencia que es mostrar a los clientes la vida lejos de la ciudad y otorgar una experiencia diferente junto a las actividades que les

ofreceremos dentro de las instalaciones. Un lugar diferente, donde puedes sentirte diferente y conectado con la naturaleza, mientras nos preocupamos por ella por esto nos consideramos como un lugar eco-friendly.

1.2 Ubicación.

Lloa se considera una parroquia rural, ubicada al sur occidente de la ciudad de Quito, es reconocida por ubicarse en las faldas del Volcán Guagua Pichincha. Se caracteriza por ser un valle con grandes extensiones de flora, fauna y extensos pastizales que facilitan la actividad ganadera. Para poder llegar a esta parroquia se debe tomar la Av. Mariscal Sucre, hasta llegar al barrio la Mena 2 el cual es la entrada para ascender 12 kilómetros por un camino asfaltado.

Para llegar a la hacienda hostería se debe pasar el pueblo de Lloa y tomar el camino de lastre durante unos 30 minutos en auto.

1.3 Servicios.

Dentro de los servicios del proyecto se busca cumplir con todas las necesidades de grupos de familias, que deciden salir de la monotonía para disfrutar de un día de campo, pesca y relajación. Para lo cual es importante asegurar el confort de los clientes. Por esta razón, se consideran necesarios los siguientes servicios:

1.3.1 Alojamiento.

Es un punto fundamental para tomar en cuenta ya que una familia al planear su viaje evalúa la distancia del lugar a visitar y si existe la posibilidad de alojarse de ser necesario. Por esta razón se planifica contar con habitaciones confortables y cómodas que satisfagan las necesidades de nuestros clientes. Como se mencionó anteriormente el proyecto se orienta a un sistema de alojamiento tipo glamping, en el cual se ofrecerá cabañas de madera que cuentan con balcones que dan vista a las áreas

naturales, baños completos y amplios, cama, calefacción, sistema de audio con acceso a bluetooth y a pesar de que se busca que las personas se distraigan, se ofrecerá servicio WIFI de forma opcional.

Tipos de glamping

- 1. Personal.** - cama de plaza 1 ½, baño y vestidor personal.
- 2. Matrimonial.** - cama king, baño y vestidor personal con balcón
- 3. Doble.** - habitación con dos camas de 1 plaza, baño personal.

1.3.2 Restaurante.

El área de restaurante está diseñado a un estilo panorámico que permita que los visitantes puedan disfrutan de la vista con una pérgola de madera que lo cubra, cuenta con mesas y sillas de madera, calefacción para las tardes de frío y neblina muy comunes durante el invierno y brindará capacidad para 32 personas. Además, el restaurante ofrecerá atención durante todos los tiempos de comida en el día, contará con una línea donde se ofrecerán los desayunos tipo buffet, almuerzos y cenas a la carta y además servicio de cafetería durante las tardes.

1.3.3 Bar.

El área del bar cuenta con una barra donde se podrán tomar bebidas alcohólicas y no alcohólicas y servicio de comida rápida y tablas de picadas, en la parte posterior se encontrará una estantería donde se podrán observar las botellas de vino disponibles. La barra solo tendrá capacidad para 5-6 personas, sin embargo, los clientes también pueden hacer uso de las mesas del restaurante y solicitar las bebidas.

1.3.4 Áreas de recreación.

El área de recreación es una planicie de 250 metros cuadrados que se le puede ofrecer al huésped y su familia para realizar actividades de su gusto, cuenta con un área de

juegos infantiles, indumentaria para hacer deportes, como fútbol, voleibol, pilates y yoga.

1.3.5 Senderos.

La hacienda cuenta con dos senderos de aproximadamente 5 kilómetros, los mismo que dirigen a cascadas de agua que caen de diferentes vertientes naturales, además durante el camino se puede apreciar la extensa flora y fauna con la que cuenta la zona.

1.3.6 Cuadrones.

La hacienda pondrá a disposición de los huéspedes 3 cuadrones que tendrán un costo adicional de \$10 por 30 minutos y solo se permitirá 2 personas por cuadrón. Podrán recorrer alrededor de todas las instalaciones, junto con el equipo de protección obligatorio.

1.3.7 Excursiones.

Las excursiones a diferencia de los senderos contarán con un guía del lugar que conoce sobre la topografía y distintas zonas a recorrer, historia y detalles del lugar, el mismo que les brindará a los huéspedes una excursión por los bosques primarios de la propiedad, durante aproximadamente 3 a 4 horas, para esta actividad si se recomienda una capacidad mínima de 8 a 10 personas para tener grupos personalizados y poder atenderlos de la mejor manera.

1.3.8 Parqueadero.

El parqueadero contará con un espacio amplio que garantice la seguridad de los vehículos de los clientes, la facilidad de estacionamiento y acceso al establecimiento.

1.3.9 Cine al aire libre.

Se dispondrá una zona de 200 metros cuadrados donde se instalarán Teepees y una pantalla grande, donde como actividad se proyectarán películas y videos en caso de que los clientes lo requieran.



Gráfico 1: Cine al aire libre y Teepee

1.3.10 Área de fogatas.

El área de fogata es un espacio de 100 metros cuadrados en una forma circular, en la parte central se podrá quemar la madera y alrededor los huéspedes podrán sentarse y disfrutar.

1.3.11 Área de parrillas.

Las instalaciones cuentan con un área de parrilla de 100 metros cuadrados, que cuenta con una pérgola de madera, parrilla a gas para asar sus alimentos, mesas y sillas y toda la indumentaria que necesiten los huéspedes como carbón, cuchillos y utensilios para facilitar la preparación de sus alimentos.

1.3.12 Servicio de paseo a caballo.

Dentro de la hacienda se cuenta con una caballeriza con capacidad para 5 caballos amansados para el uso de los clientes, cada uno de ellos equipado con su respectiva montura e implementos, el costo será de \$5 por 30 minutos e incluye un guía que

conozca del manejo de los caballos y los senderos por los que se pueden dar un paseo confortable.

1.3.13 Limpieza de habitación.

Dentro de los servicios que ofrecemos a los clientes es contar con un departamento de housekeeping que pueda ofrecer el servicio de limpieza, como el cambio de sábanas, aseo del baño; además opcional se le puede ofrecer al huésped la opción de lavar sus prendas con un costo adicional.

1.4 Mercado meta.

1.4.1 Perfil de usuario local.

1.4.1.1 Edad.

Entre 18 a 35 años

1.4.1.2 Ubicación geográfica.

Quito y sus alrededores: Cumbayá, Tumbaco, Valle de los Chillos.

1.4.1.3 Nivel socioeconómico.

Medio alto y alto

1.4.1.4 Características psicográficas.

Personas aventureras, que les gusta acampar y pasar tiempo en la naturaleza. Son amantes de realizar viajes con su grupo de amigos. Les gusta hacer ejercicio y tener una vida activa, salen a trotar y caminar por senderos de la ciudad. Son poco sensibles a los precios y tienen un alto interés cuando se trata de viajes, cultura y moda.

1.4.2 Perfil de usuario local familiar.

1.4.2.1 Perfil demográfico.

Parejas: 25 a 35 años

Familias: Padres de 35 a 60 años con hijos de 5 a 24 años.

1.4.2.2 *Ubicación geográfica.*

Quito y sus alrededores: Cumbayá, Tumbaco, Valle de los Chillos.

1.4.2.3 *Nivel socioeconómico.*

Medio alto y alto

1.4.2.4 *Características psicográficas.*

Parejas: Tienen una mascota que siempre llevan a sus paseos, son aventureros, les gusta hacer ejercicio. Les gusta asistir a lugares donde sienten que pueden estar conectados. Son poco sensibles a los precios y buscan experiencias.

Familias: Conformados por más de 3 integrantes, les gustan las actividades en familia, excursiones, cabalgatas, parrilladas, fogatas. Son poco sensibles a precios, buscan compartir en familia experiencias que los unan.

1.4.3 *Perfil de usuario extranjero.*

1.4.3.1 *Edad*

Entre 45 - 70 años

1.4.3.2 *Ubicación geográfica*

Extranjeros, especialmente de Estados Unidos y Europa.

1.4.3.3 *Nivel socioeconómico*

Alto

1.4.3.4 *Características psicográficas*

Adultos de 45 años en adelante. Vienen al Ecuador en busca de experiencias con la naturaleza, excursiones y perderse un poco del mundo tan agitado de hoy.

1.5 Actividades

1.5.1 Caminata al Río Blanco

Se realizará una caminata a las 09:00 am después del desayuno hacia el Río Blanco. La concentración será en el restaurante y será el punto de partida por el camino de lastre, la caminata tiene una duración de 1 hora y 30 minutos en la cual se recorre 5 km aproximadamente. Una vez terminada la caminata en el Río, los huéspedes podrán tomar un tiempo en el agua y recorrer la flora circundante, estará esperándonos un puesto de refrigerio y una camioneta que nos dará retorno a la hacienda.

1.5.2 Experiencia ganadera

Durante las 3 a 5 pm están invitados a asistir a la sala de ordeño, para vivir una experiencia en la cual puedes observar el ordeño de las vacas de la hacienda y posterior a eso alimentar con leche a los terneros del lugar, esta actividad se realizará con el personal capacitado, los cuales pueden guiar las actividades y responder a sus dudas.

1.5.3 Cabalgata

Durante todo el día los huéspedes se pueden dirigir hacia el área de las caballerizas donde un grupo de caballos nos esperan ya ensillados para recorrer diferentes lugares de la propiedad.

1.5.4 Cine al aire libre.

Es una zona cercana al glamping que se dispondrá para un área de cine al aire libre, donde cada noche se proyectará una película disponible. En caso de que los huéspedes lo deseen, podrán reservar el área y proyectar una película de su preferencia.

1.5.5 Uso de cuadrones.

El uso de cuadrones es opcional y tiene un costo adicional, se puede alquilar el momento que los huéspedes gusten y recorrer las instalaciones; se les otorgará un mapa para que hagan uso de él y conozcan mejor la propiedad.

1.5.6 Caminata nocturna.

A las 7 pm después de la cena, se realizará una caminata opcional por el bosque mágico de la propiedad. Se les otorgará 1 antorcha por familia y se recorre el bosque. Dentro de él se podrán apreciar diferentes especies de flora y fauna; se podrá apreciar de la vista de luciérnagas y de hongos que brillan en la oscuridad.

2 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

2.1 Entorno macroeconómico.

Ecuador un país con 17 millones de habitantes aproximadamente donde su economía se ha basado en el petróleo, teniendo un PIB de 107 millones en 2019. “Durante el boom del precio del petróleo entre el 2004 y el 2014, Ecuador experimentó un ciclo de crecimiento económico y de reducción de la pobreza” (Banco Mundial, 2020). Sin embargo, en el 2014 el planeta sufrió una caída en los precios del petróleo, esto reveló y dejó en evidencia que existen muchas debilidades estructurales entre ellas la carencia de amortiguadores macroeconómicos y una inversión privada limitada. Con falta de ahorros fiscales, Ecuador trató de adecuarse a una economía internacional con instituciones internacionales como el Banco Mundial, “el país impulsó un programa de reformas dirigido a asegurar la sostenibilidad fiscal, fortalecer los fundamentos de la dolarización, impulsar la inversión privada y garantizar la protección social de la población más vulnerable” (Banco Mundial, 2020).

Con la caída del precio del petróleo y la crisis mundial por COVID-19, Ecuador enfrentó varios desafíos, una importante contracción económica y el aumento significativo de la pobreza, el Gobierno del Ecuador trató de priorizar el gasto público para atender la emergencia sanitaria. La emergencia sanitaria ha afectado mundialmente a todos los países y a muchos sectores específicos como es el turismo.

Los pronósticos para la industria de turismo se han visto detenidos. Sin embargo, se tiene una perspectiva optimista de una pronta recuperación tomando en cuenta los efectos positivos de la vacunación; aunque muchos negocios de la industria han tenido que cerrar, otros ven una oportunidad de inversión en la situación actual del país, renovación, reestructuración, tendencias y nuevas tecnologías.

La vacunación nos muestra una visión positiva hacia la crisis sanitaria mundial, pero el Ecuador tiene un punto más a favor que nos muestra un escenario favorable. En el 2021 se realizaron elecciones en el territorio ecuatoriano. Después de 14 años de tener a un mismo partido político en el poder, los ciudadanos ecuatorianos decidieron que era hora de un cambio y el conservador Guillermo Lasso fue electo presidente del Ecuador. La elección de un nuevo gobernante se realizó el 12 de abril de 2021, esto ha reducido el riesgo país en 345 puntos, este indicador mide la capacidad de un país para pagar su deuda externa en bonos. Al existir una disminución en el riesgo país nos da una mayor seguridad al momento de invertir en nuevos proyectos. Tomando en cuenta el parámetro de riesgo país se avizora unos 4 años de estabilidad económica, sin embargo, no podemos apresurarnos ya que se va a cambiar el modelo de gobierno con el que se ha venido trabajando los últimos periodos presidenciales.

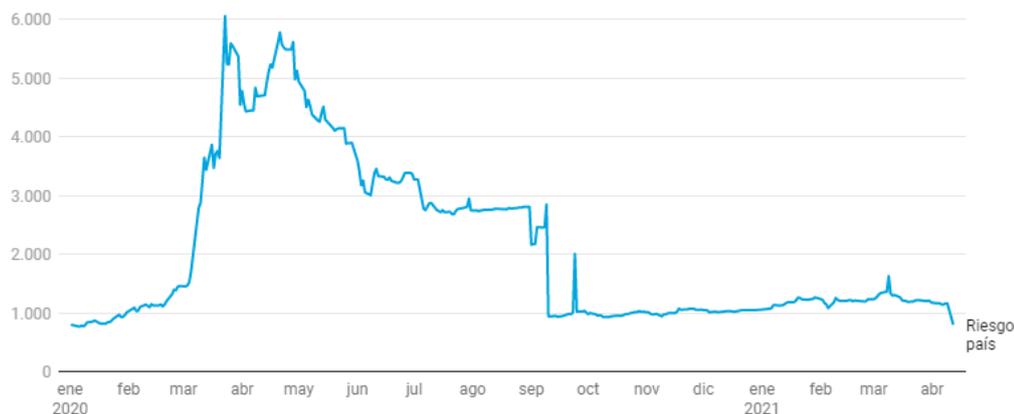


Gráfico 2: Riesgo país en 2020 hasta abril 2021

En 2019 el Directorio Ejecutivo del Grupo Banco Mundial (GBM) realizó un respaldo del Marco de Cooperación con Ecuador (MCE) 2019-2023. Este es un documento en el cual se establece un programa de financiamiento y de asistencia técnica que nos ayuda a aumentar los esfuerzos para impulsar el desarrollo y el crecimiento del país. El MCE se enfoca en la estabilización macroeconómica, proteger a los sectores más vulnerables y reactivar un crecimiento sostenible. Para ello priorizan 3 áreas de trabajo, que son:

- Apoyar las bases para un crecimiento inclusivo.
- Impulsar el desarrollo del capital humano y la protección de las poblaciones vulnerables.
- Mejorar la sostenibilidad institucional y ambiental.

2.2 Análisis del sitio.

2.2.1 Localización.

La Hacienda “Las Palmas” está ubicada en la Provincia de Pichincha, cuenta con 78 hectáreas, por el Sur se encuentra limitada con el Río Blanco o el Volcán Guagua Pichincha, por el norte la quebrada Campanario, por el ESTE el Río Cinto y por el OESTE el camino piloto LLOA MINDO.

NORTE: este lindero se inicia en el nacimiento del Río Agua Azufrada, al pie del volcán Guagua Pichincha, hasta la unión con el Río Blanco en una longitud de ocho mil seiscientos cinco metros, esta parte colinda con el Bosque protector Toasa de las Familias Mateus y Sotomayor. Continúa desde este punto con el nombre de Río Blanco hasta la unión con el Río Cinto con una longitud de mil setecientos cincuenta y cinco metros.

SUR: este lindero se inicia en el cruce de las coordenadas en el sitio El Arenal siguiendo la dirección del filo del barranco Cerro Negro hasta la entrada de los quingos en una longitud de tres mil cuatrocientos sesenta y dos metros; este lindero continua por el camino que cruza la parte alta de la quebrada de Chinguil hasta el cruce con el ramal derecho en una longitud de dos mil doscientos cuatro metros, continuando hasta la primera aguada en la longitud de quinientos noventa y seis metros, siguiendo el lindero sur hasta la unión con la quebrada Las Palmas en una distancia de setecientos veinte y un metros, continua hasta el Río Cinto en la distancia de trescientos cuarenta metros. Desde el sitio el Arenal hasta el Río Cinto le separa de la Hacienda San Antonio de Guayan, propiedad del Señor Víctor Elejalde Vallejo. Continúa el lindero sur desde el cruce de la quebrada de Las Palmas y el Río Cinto hasta la quebrada de San Jorge en una longitud de dos mil quinientos seis metros

OESTE: En una parte del lindero occidental de la Hacienda Las Palmas colinda con el Rancho San Pedro de la Familia Jaramillo Aulestia; en otra parte del lado Norte el vértice que colinda con la quebrada de San Jorge hasta el cruce de la vía Lloa Mindo en una longitud un mil seiscientos seis metros y por el lado sur siguiendo la quebrada el Campanario, continúa con la quebradilla San Vicente hasta el camino antiguo de herradura que conducía a Mindo en una longitud de un mil quinientos ocho metros; y por el lado este u oriente está formado por el vértice del lindero norte y el lindero sur

antes mencionados. El lindero oeste continúa desde la unión de la quebrada el Campanario con el Río Cinto aguas abajo hasta la unión con el Río Blanco en una longitud de unos mil setecientos cincuenta y cuatro metros.

ESTE: este lindero se inicia en el vértice del nacimiento del Río Agua Azufrada y la línea de barranco Cerro Negro hasta el cruce de las coordenadas en el sitio el Arenal con una longitud de unos trescientos seis metros que separa del páramo de Urauco.



Gráfico 3: Satelital de la zona

2.2.2 Adaptabilidad y convivencia física del terreno.

El perímetro total de la Hacienda Las Palmas es de veinte y cinco mil seiscientos sesenta y dos metros lineales. Dando así una superficie aproximada de ochocientos cuarenta hectáreas y siete mil ochocientos metros cuadrados, conforme se justifica con el informe de Regulación Metropolitana de Planificación Territorial del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito.

La Hacienda cuenta con una larga extensión de terreno, sin embargo, para el proyecto solo haremos uso de 15 hectáreas que es donde se encuentra las instalaciones tanto del restaurante como del ordeño, senderos, caballeriza, parte del bosque y cuenta con una planicie para la construcción de las cabañas alpinas, que se ofrecerá al cliente para el alojamiento.

El suelo de esta zona está constituido de material volcánico la misma que procede del volcán activo Guagua Pichincha, a este tipo de suelo se le conoce como Andosoles que al estar formado por cenizas volcánicas están constituidas por un alto porcentaje de hierro y aluminio, que físicamente son de color oscuro, café y en algunas ocasiones hasta negro con un alto contenido de materia orgánica.

2.2.3 Acceso y visibilidad.

Puririy Lodge estará ubicado en la Provincia de Pichincha, el ingreso se encuentra en el Sur de Quito, el camino para ir al pueblo de Lloa inicia en el barrio de la Mena 2, avanzando por el camino adoquinado a unos 10 minutos se podrá ver como la ciudad se va quedando atrás y comienza el recorrido e inician los paisajes naturales y un valle verde. Mientras sigue avanzando se encontrará el arco de la Virgen del Cinto, más adelante siguiendo por el camino asfaltado unos 10 minutos se llega al centro de este poblado que está lleno de casas coloridas, el parque central y la iglesia. Al salir del centro se sigue por la vía asfaltada y más adelante se debe tomar el camino de lastre y conducir durante unos 25 minutos, durante el camino puedes apreciar el paisaje y se llegará a la propiedad. El lugar en el cual se desarrollará el proyecto cuenta solo con este camino de acceso vehicular. La vía desde el pueblo de Lloa se encontrará totalmente señalizada para que le facilite al cliente llegar a las instalaciones.

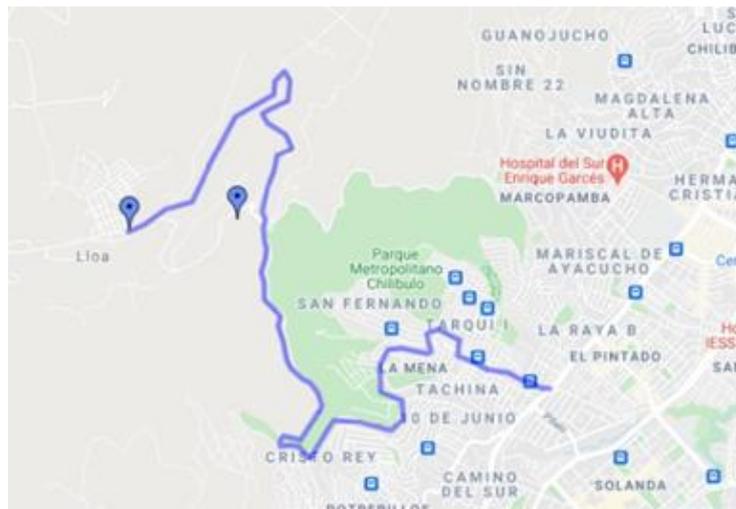


Gráfico 4: Ruta hacia Lloa desde Quito

2.2.4 Servicios básicos.

Lloa al ser una zona considerada rural alejada de la ciudad no cuenta con servicios básicos como alcantarillado y agua potable, sin embargo, se cuenta en la propiedad con pozos sépticos a los que se realiza tratamientos de aguas residuales; de igual manera se cuenta con una gran cantidad de agua que se obtiene de una vertiente natural que nace directamente del Volcán Guagua Pichincha una vez que llega a la Hacienda pasa por filtros de agua para que sea apta para el consumo humano. Finalmente, la propiedad cuenta con energía eléctrica, servicios de teléfono e Internet.

2.2.5 Situación legal y regulaciones.

El terreno en el que se desarrolla el análisis de proyecto pertenece a Manuel Fernando Sotomayor Moreno y su esposa Cecilia Augusta Moreno de la Torre; actualmente, la propiedad se encuentra ya repartida por partes iguales con escrituras a sus cuatro hijos: Alejandro Fernando Sotomayor Moreno, Voltaire Nicolas Sotomayor Moreno, Rommel Augusto Sotomayor Moreno y María Lorena Sotomayor Moreno. Sin embargo, la repartición fue acordada con Reserva de Usufructos, lo que significa que sus hijos serán dueños de las tierras en la ausencia de los propietarios, de lo contrario los dueños seguirán haciendo uso de esta.

La propiedad cuenta con 78 hectáreas las mismas que están valuadas en \$ 862,471.25 dólares americanos en las mismas que el Distrito Metropolitano de Quito por medio del IRM (Informe de Regulación Metropolitana) autoriza la construcción de infraestructuras de 8 metros de altura y hasta 2 pisos de altura y se debe mantener los 5 metros frontal, lateral, posterior y entre bloque debe existir una distancia de 6 metros.

2.3 Análisis del vecindario y del área de mercado.

2.3.1 Clima.

Lloa se caracteriza por contar con un clima oceánico, lo que significa que el lugar es abundante en lluvias todos los meses del año. Su temperatura oscila entre los 18° y 20° grados durante el día, mientras que en la noche la temperatura puede llegar hasta los 7° y 8° grados.

2.3.2 Generadores de demanda

Existe una tendencia que se ha generado en los últimos años, con énfasis en el 2020 que va enfocada a realizar viajes a lugares abiertos e inclinados a la naturaleza.

Lloa, un valle encantado que nace en las faldas del volcán Guagua Pichincha, pertenece al Distrito Metropolitano de Quito y está ubicado a 35 minutos del sur occidente de la capital, lo cual lo convierte en el atractivo perfecto para que la gente de la ciudad pueda disfrutar un fin de semana tranquilo fuera de lo cotidiano.

Las personas buscan lugares donde puedan disfrutar de la naturaleza en su máximo esplendor y realizar actividades diferentes como senderismos, caminatas, paseos a caballo, escalinata al volcán, camping y que mejor que contar con una experiencia de camping de lujo. Según varias noticias internacionales esta nueva tendencia de alojamiento al aire libre está venciendo a la pandemia. Según un artículo realizado por

Estela Tourism Management School las tendencias de viaje del 2021 se centran en el turismo nacional y viajes cortos, esto tomó forma gracias a que el centro de investigación IDITUR publicó un informe sobre tendencias en viajes elaborado por el antropólogo e investigador Claudio Milano.

Sabiendo que las tendencias del 2021 se centran en lugares al aire libre y lugares nacionales, sabemos que vamos a generar demanda principalmente a los ecuatorianos que desean conocer su país. Ofrecemos la experiencia de un lugar al aire libre, con varias actividades que pueden realizar, sin preocuparse de un contagio, ofrecemos lo que las personas buscan en estos tiempos de pandemia.

Realizamos una encuesta en redes sociales, para ver si seguidores de nuestras redes visitarían un lugar como Puririy Lodge y comprobar el grado de aceptación que tendríamos según las redes sociales.

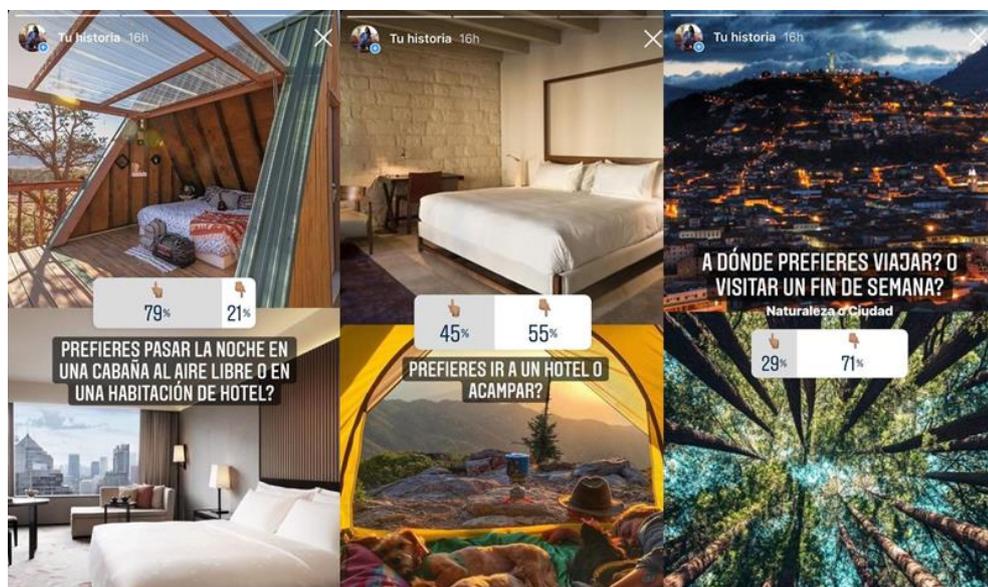


Gráfico 5: Encuestas en Instagram

Cómo podemos observar en el gráfico 5 las personas están atraídas en su mayoría a vivir una experiencia como la que Puririy Lodge ofrece, es decir, en la naturaleza,

pero ofreciendo los servicios de lujo que es algo que normalmente no se tiene en el camping.

También debemos tomar en cuenta que en la zona encontramos diversas junto a la naturaleza que atraerán a los turistas, tenemos el Río Blanco, varias cascadas que se pueden visitar, el volcán Guagua Pichincha que es un gran atractivo, avistamiento de una exuberante flora y fauna, senderismos por bosques naturales, pesca deportiva, tenemos instalaciones de lujo y una comida deliciosa que pueden disfrutar.

Lloa al estar a las faldas del volcán atrae a un gran número de personas anualmente, muchas estarían dispuestas a participar de caminatas que los lleven al volcán y también hospedarse en Puririy Lodge.

2.3.3 Uso de tierras.

Como se mencionó anteriormente el propietario de la hacienda es Manuel Sotomayor y Cecilia Moreno, los mismos que arriendan a la organización Agropecuaria y Turística Sotomayor Moreno conformado por los propietarios y las familias de sus hijos, quienes tenemos autorización o somos hábiles para la presentación de un proyecto bien estructurado con la finalidad de crear un convenio o un acuerdo de asociación, el cual nos permitirá hacer uso de las instalaciones y ser respaldados por la organización. La organización actualmente solo hace uso del 65% del lugar en usos ganaderos ya que por la situación actual cerraron las operaciones del restaurante y del criadero de truchas.

2.3.4 Competidores en el sector.

Dentro de la zona de Lloa, existe una mayor oferta de servicio de alimentos y alojamiento. En el centro de Lloa podemos encontrar varios restaurantes como Paradero El Cucayo, Nona Tere, La Fortuna, El Rincón del Buen Sabor, La cocina de

Doña Mary; todos ellos ofrecen platos de comida típica y tradicional; en lo que concierne a servicio de alojamiento se puede tomar en cuenta a Sierra Verde, Hostal casa y campo, El Molino Adventure Park, saliendo del centro se encuentra una hostería llamada “La Antigua” y continuando por el camino de lastre tomamos en cuenta como competencia Las Aguas Termales de Palmira y varios paraderos de comida típica. Dado que el lugar del proyecto se encuentra alejado del centro del pueblo, se esperaría que nuestros clientes potenciales conozcan de Puririy Lodge antes de empezar el viaje hacia esta zona, conozcan todos los servicios que se brindan y además que se cuenta con alojamiento, de esta manera se puede concluir que dentro del perímetro de la zona no existe mayor competencia que proporcione servicio de alojamiento. Sin embargo, la operación de estos distintos puestos de comida sí podría reducir la cantidad de clientes, pero no significativamente, ya que serían dos segmentos de mercado distintos.

2.4 Análisis de la oferta.

Como se mencionó anteriormente, a pesar de haber varios locales destinados a ofrecer servicio de alimentos y bebidas, la cantidad de establecimientos que se dedican a ofrecer un servicio de alojamiento son muy escasas, tomando en cuenta que el alojamiento sería nuestra actividad primordial, complementado con las actividades que tenemos para ofrecer permitirán a nuestros clientes tener una experiencia diferente. Sin embargo, para este análisis hemos tomado en cuenta empresas que serían una competencia por sus diferentes ventajas competitivas y diferenciadores de demanda.

2.4.1 Competidores primarios.

Como competidor principal se ha decidido analizar la Hostería “La Antigua” pues se encuentra en la misma categoría de alojamiento de hostería y posadas. La Hostería

“La Antigua” se encuentra a cinco minutos del centro del pueblo, cuentan con más de 20 hectáreas de terreno de recreación donde se podrá encontrar diferentes animales de granja y diferentes especies de flora nativa del lugar. Cuentan con instalaciones de restaurante, y cómodas habitaciones con suelos de madera y una arquitectura singular.

	Puriry Lodge	Hacienda Hostería "La Antigua"
Ubicación	LLOA	LLOA
Capacidad de Alojamiento	32 pax	45 pax
Calidad Percibida 1-5	5	4
Tipo de Administración	Familiar	Familiar
Segmento de Mercado	Medio-Medio alto	Medio-Medio alto
Condición física (1-5)	5	4
Acceso y viabilidad	regular	buena

Tabla 1: Comparación con la competencia

2.4.2 Competidores secundarios.

Dentro de competidores secundarios se encuentra El Molino Adventure Park, este establecimiento se encuentra en la misma categoría de alojamiento que se encargan de ofrecer servicio de camping, sin embargo, no lo consideramos una competencia primaria ya que se dirige a un target de un nivel socioeconómico bajo y no brindan las mismas comodidades. Este establecimiento se encuentra ubicado a diez minutos del inicio del camino de lastre; su apertura data de hace 15 años atrás y está adecuada para brindar servicios de pesca deportiva, caminatas, pistas de cuadrones, agroturismo y un área de camping.

También, el Hostal Casa y Campo que se encuentra dentro del centro de la parroquia que cuenta con habitaciones simples, dobles y familiares las mismas que están equipadas con baño privado, TV, agua caliente.

Por último, está el centro turístico Sierra Verde, un terreno de 15 hectáreas que se encuentra a 30 minutos del centro poblado, cuenta con senderos que permiten recorrer la propiedad, también cuenta con piscinas que permiten la pesca deportiva y sitios de camping.

2.4.3 Otros competidores.

Dentro de esta categoría se analizó a las Aguas Termales de Urauco que se encuentra a 16 km del poblado por el camino de lastre de Lloa-Mindo, está ubicada en las faldas del Volcán Guagua Pichincha, dentro de este centro turístico está ubicada la Cascada de las Siete Caras y las dos piscinas de aguas termales conocidas por sus propiedades medicinales y componentes minerales. Las instalaciones cuentan con servicios higiénicos, 10 vestidores, 2 duchas, horno de clase ancestral, canchas deportivas y parqueaderos.

2.5 Análisis de la demanda.

Se realizó una encuesta en la cual participaron 74 personas, de 74 personas sólo 44 conocían lo que es el glamping, por lo que sabemos que es un concepto nuevo e interesante del cual no muchas personas conocen. En nuestra segunda pregunta queríamos saber de estas 74 personas cuantas estarían dispuestas a complejo.

Lo más importante de estas encuestas es presentar el proyecto y preguntar a los encuestados si irían al lugar, si estarían dispuestos a pagar un precio entre \$60-\$80 y con quién quisieran vivir esta experiencia. En resultados vimos que el 80% de los encuestados si desean vivir la experiencia, por lo que sabemos que el proyecto tiene acogida y las personas están dispuestos a tener una experiencia como la que proponemos tener una experiencia en medio de la naturaleza y conseguimos una respuesta positiva con 72 respuestas a favor.

El 60% de encuestados nos dijo que ha ido de camping, pero ha sentido que existen servicios que no se tienen y quisieran tener, entre las respuestas que más se dieron fueron: Servicios higiénicos, Áreas para cocinar y entretenimiento. Por lo que tomamos en cuenta tener estas áreas dentro del, consideramos un precio justo para lo que ofrecemos dentro del complejo y el 50% de los encuestados estuvo de acuerdo con el precio que ofrecemos. Para finalizar el 60% de los encuestados prefiere tener esta experiencia con amigos, el 30% con su pareja y el 10% con su familia.

3 DISEÑO Y ARQUITECTURA

Como se mencionó anteriormente, el lugar del proyecto se desarrollará en una hacienda familiar que cuenta con un área total de 78 hectáreas; dentro de este espacio se encuentran 15 hectáreas destinadas al turismo que cuentan con infraestructuras como una casa de hacienda adecuada actualmente con restaurante, senderos, parqueadero, un establo de ordeño, reservorio, piscícola para la realización de pesca deportiva, 3 cabañas las cuales dos de ellas eran anteriormente para el uso de huéspedes y la cabaña restante es de uso y vivienda de los propietarios, una caballeriza. Esta propiedad estaba destinada a usos ganaderos, turísticos y acuícolas, sin embargo, con los años se finalizó las operaciones turísticas. Debido al cierre de operaciones en el ámbito turístico y tomando en cuenta que es una propiedad con un gran potencial hemos propuesto retomar las operaciones, pero con una idea de proyecto más innovadora que está revolucionando la industria de alojamiento, que es el glamping.

Actualmente, el glamping es considerada una tendencia de turismo de lujo para tiempos de pandemia, pues este término es utilizado para identificar la experiencia de acampar al aire libre de una forma diferente contando con comodidades de lujo. Glamping es una palabra en inglés; glam que corresponde a glamur y ping a camping.

Para la construcción de las instalaciones de alojamiento, se va a destinar 1 hectárea en la que se construirán 12 de las cabañas alpinas.

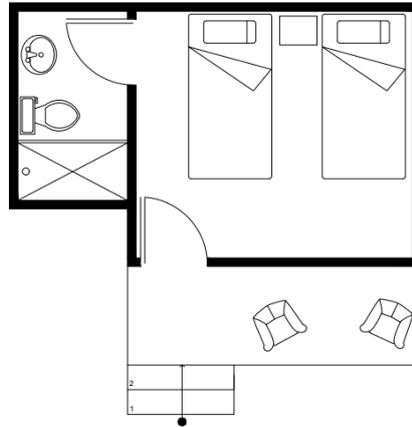


Gráfico 6: Plano cabaña doble

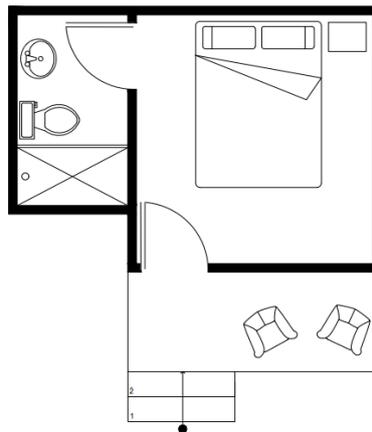


Gráfico 7: Plano cabaña matrimonial

El concepto de Glamping cada vez es más desarrollado y rentable, para el diseño existen varios tipos de construcciones como domos, iglú, tiendas de safari, tipis, yurtas, casas del árbol y la construcción que se quiere usar para el proyecto que son cabañas en forma de tiendas de campaña o también conocida como cabaña alpina. Cada cabaña tendrá en medidas 15 metros cuadrados de construcción y un alto de 2.50m.

Para la construcción de esta vamos a usar madera teca y forrado de duela de 2cm de espesor, en el techo va a tener un recubrimiento de triple de 12mm e impermeabilización de chova y fachada en duela y finalmente lacado con laca poliuretano. La razón por la que se decidió optar por estos materiales es porque como se mencionó antes es un lugar que cuenta con abundantes lluvias y el uso de estos va a evitar un goteo interno para evitar la entrada de agua en el interior.



Gráfico 8: Cabaña vista frontal

4 RECURSOS HUMANOS

Nuestro cuerpo empresarial estará constituido por un gerente general, un gerente de compras y ventas, un chef, recepcionista, dos meseros, un ayudante de cocina, una persona de housekeeping y un contador financiero.

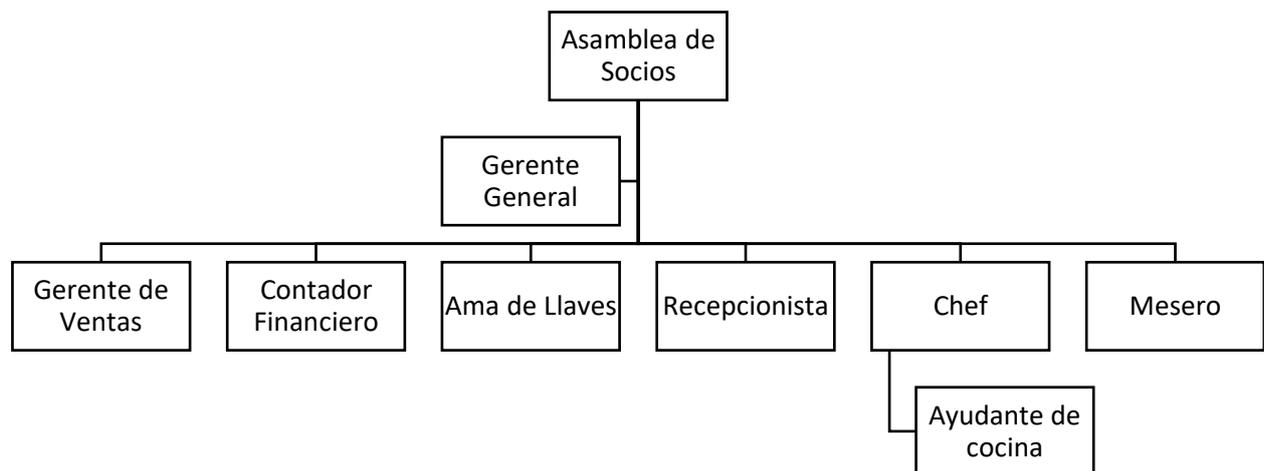


Gráfico 9: Organigrama del personal

Gerente General. - Se busca una persona que tenga capacidad de planificar, organizar, supervisar y evaluar las actividades del establecimiento hotelero. Además, que tenga gusto por la naturaleza e ideas innovadoras. Que sepa monitorear los distintos departamentos para mantener los estándares que deseamos alcanzar. Que sepa comunicarse bien con los empleados de forma clara y respetuosa. Que tenga experiencia en hosterías reconocidas. El sueldo estimado para esta vacante es de \$700.

Gerente de compras y ventas. - Se requiere una persona de preferencia mujer que cuente con experiencia específicamente en el área de compra de insumos, ventas de servicios y gestión hotelera, que tenga conocimiento sobre los servicios y experiencia a brindar, que tenga facilidad de comunicación y persuasión, también que tenga la capacidad de resolver

problemas, quejas o consultas que presenten los clientes, además que tenga como filosofía la mejora continua. El sueldo estimado para esta vacante es de \$500.

Contador Financiero. - Se solicita una persona que sepa manejar los recursos financieros y elabore registros e informes para que el gerente pueda tomar decisiones acordes a los documentos. El sueldo estimado para esta vacante es de \$500.

Chef. - Se necesita una persona que cuente con un título de tercer nivel en gastronomía, que sea creativo, eficiente, que conozca las tareas de cocina general, preparar alimentos que se servirá a los clientes, innovar constantemente el menú con platos típicos y gourmet. De preferencia que tenga 3 años de experiencia. Cocinar en base a las recetas estandarizadas del restaurante y realizar algunas tareas de limpieza general. El sueldo estimado para esta vacante es de \$500.

Ayudante de cocina. - Se necesita una persona que facilite el trabajo del chef, que conozca el emplatado básico, realice mise en place y labores de limpieza en el área de la cocina. El sueldo estimado para esta vacante será de \$394.

Recepción. – Encargada en brindar atención personalizada y atender a los requerimientos de los clientes. Se va a encontrar en el área de recepción, recibiendo a los clientes, asignando habitaciones, realizando cobros, preparando facturas y brindando información. El sueldo estimado para esta vacante es de \$394.

Mesero. – Se busca dos personas con una personalidad cortés y empática, de buena apariencia, que maneje los conceptos básicos de servicio al cliente. El sueldo estimado para esta vacante es de \$394.

Ama de llaves. – Se necesita una persona que este capacitada en supervisar, organizar la limpieza de las habitaciones, ordenar y cuidar el establecimiento. El sueldo estimado para esta vacante es de \$394.

Beneficio social. – Adicional a la remuneración salarial, el personal contará con los beneficios sociales con los que cuentan los trabajadores en Ecuador que son la afiliación al seguro social, ser remunerados por horas extras o suplementarias, bono navideño, bono escolar, vacaciones anuales, pago del fondo de reserva y el pago de la jubilación patronal.

5 PLAN DE COMUNICACIÓN Y MARKETING

El concepto de glamping, es un proyecto innovador con una propuesta diferente a la que comúnmente se notó a lo largo de los años, por lo que es importante recalcar que no se utilizarán los medios tradicionales para publicitar. Se utilizarán medios digitales, que hoy en día están revolucionando el turismo en el mundo. Se emplearán redes sociales, sitios de reseñas y OTA's (Online Travel Agency).

5.1 Definición de la marca.

Puririy se presenta al público como una empresa de turismo ecológico encargada en ofrecer al cliente una experiencia diferente a la tradicional, con un itinerario de actividades que les permita adentrarse a la vida dentro de la naturaleza y la vida en el campo; es por eso que la marca se centra no sólo en ofrecer el alojamiento sino también en ofrecer actividades fuera de lo cotidiano.

El nombre del proyecto es Puririy, una palabra en quichua que significa partir o emprender el viaje que hace referencia y da vida al significado de lo que la empresa quiere transmitir, como el inicio de una nueva aventura.

5.2 Logo.



Gráfico 10: Logo Puririy

Se ha creado un diseño de logotipo que ha recreado la idea, su elemento principal, las montañas hace referencia al volcán Guagua Pichincha y Rucu Pichincha debido a que el lugar del proyecto está ubicado a las faldas de estas majestuosas montañas rocosas que caracterizan a la capital del país. El reflejo de las montañas significa el río que nace en las montañas y cruza por la propiedad, tomamos en cuenta este factor ya que es un generador de demanda que caracteriza al lugar. El nombre Puririy hace referencia a una palabra en quichua que significa emprender tu viaje, que hace referencia al mensaje que queremos transmitir al cliente, de experimentar actividades diferentes y salir de su zona de confort.

5.3 Objetivos a corto y largo plazo.

5.3.1 Corto plazo.

- Desarrollar una página web que cuente con información completa de quienes somos, servicios disponibles, reservas y reseñas.
- Analizar el mercado objetivo al que se dirige Puririy
- Implementar cuentas en redes sociales como TikTok, instagram y facebook.

- Desde la creación de las redes sociales hasta sus primeros años alcanzar los 5.000 seguidores.

5.3.2 Largo Plazo.

- Aumentar las ventas por internet en un 15%
- Alcanzar los 20.000 seguidores en Instagram.
- Crear vínculos estratégicos con agencias nacionales e internacionales

5.4 Plan de promoción y publicidad.

Tomando en cuenta el perfil de clientes a los que nos queremos dirigir, se ha pensado en distintos medios de comunicación en los que queremos posicionarnos, estos serán:

Redes Sociales: Como prioridad se tendrá llegar a las personas mediante los conocidos “influencers” con los cuales realizaremos canjes, que consistirán en noches de estadía a cambio de promoción en sus redes sociales. Las redes sociales que se utilizarán en mayor medida serán, Instagram, Facebook, TikTok. Aparte nos enfocaremos en crear nuestra propia página Web, donde difundiremos todos nuestros servicios y actividades disponibles para que la gente conozca Puririy Lodge más a fondo.

OTA's: Ingreso en dos OTA's conocidas como son Booking y Expedia. Las mismas que no sólo nos ayudarán en cuanto a reservas, sino que crearán un “billboard effect” y esto los llevará a nuestras redes sociales y a nuestra página web.

Sitio de Reseñas: Contaremos con presencia en Tripadvisor, aquí es donde nos enfocaremos en las personas para que dejen sus reseñas ya sean buenas o malas del lugar, incentivaremos con “premios” futuros a los que postean su reseña. Las mismas que nos ayudarán a que las personas vean desde la perspectiva de los mismos clientes e incluso nos ayudarán con una mejora continua.

5.5 Alianzas estratégicas.

Como alianza estratégica que puedan sumar y aportar a que Puririy Lodge llegue a más turistas y se convierta en uno de los primeros destinos para llevar a cabo actividades al aire libre, hemos optado por aliarnos con organizaciones como:

5.5.1.1 Metropolitan Touring.

Conocida por ser una empresa fundada en Ecuador; está considerada entre una de nuestras principales alianzas tomando en cuenta que es de las agencias de turismo más reconocidas y respetadas a nivel nacional e internacional y conocida por brindar un excelente servicio a visitantes extranjeros. Una alianza con la compañía será de gran beneficio, ya que la empresa promociona varios lugares del Ecuador para turistas aventureros; además que nuestro proyecto va en la misma línea de opciones de alojamiento que ofrece Metropolitan Touring y la organización cree en el potencial turístico del país lo cual nos ayudará a crecer y desarrollarnos.

5.5.1.2 EcoAndes Travel.

Una empresa dedicada a ofrecer una experiencia de tours culturales y ecoturismo.

5.5.1.3 Ministerio de Turismo del Ecuador.

Es un ente gubernamental encargado en la gestión, planificación y promoción del turismo en el Ecuador.

5.5.1.4 Universidad San Francisco de Quito.

Otra de nuestras alianzas estratégicas sería con la Universidad, primero porque nos podrían promocionar por medio de sus redes sociales como un emprendimiento

Alumni, por otro lado, hacer un convenio para recibir grupos estudiantiles que puedan ir a realizar investigaciones o gira estudiantil.

5.6 Presupuesto para gastos.

Nuestro presupuesto para marketing y publicidad se va a destinar según las ventas que realicemos cada mes. Consideramos que esta es la metodología ideal ya que destinamos nuestros recursos para publicidad tomando en cuenta el retorno que este está generando, ya que así podemos ver si la publicidad está funcionando. En base a lo que dice Xavier Moreano vamos a destinar el primer año a \$1000 por mes de nuestras ventas a publicidad, después lo bajaremos a un 7% y si vemos que las personas reconocen nuestro lugar y nuestra marca esta publicidad bajará a un 4% de las ventas.

ANÁLISIS DE LA RENTABILIDAD

6 Costo de la inversión.

El proyecto presentado anteriormente requiere un monto de inversión de \$ 75.859,00 dólares americanos. Esta inversión se divide de la siguiente forma:

Inversión proyecto		
Inversiones instrumentos	8.959,00	
Cabañas	60.000,00	
Arquitecto	900,00	
Adecuación del lugar	6.000,00	
Total Inversión	75.859,00	
Propio	100%	75.859,00

Tabla 2: Inversión del proyecto

Cómo se muestra en la tabla 2 la inversión para el proyecto será en un 100% propia por lo que no necesitaremos pedir ningún préstamo a ninguna entidad bancaria y en un futuro no debemos pagar intereses, lo que será beneficioso para nuestro desarrollo.

7 Pronóstico de ingresos y gastos.

Basado en las cifras del ministerio de turismo, la ocupación promedio de alojamientos catalogados como 3 estrellas es de 28,06%. Tomando en cuenta las características de nuestro establecimiento hemos decidido proyectar una ocupación del 30% para nuestro primer mes que irá incrementando paulatinamente.

Ingresos y Gastos por año					
Habitaciones por año		4380			
	Ocupación	Promedio por hab	Ingresos	Gastos	
Año 1	31,22%	\$ 65,54	\$ 89.657,31	\$27.572,80	
Año 2	37,11%	\$ 67,19	\$ 109.336,26	\$25.777,00	
Año 3	45,61%	\$ 68,88	\$ 137.704,36	\$30.673,39	
Año 4	50,14%	\$ 70,61	\$ 155.095,45	\$28.515,20	
Año 5	50,79%	\$ 72,39	\$ 161.051,46	\$29.132,71	

Tabla 3: Ingresos y Gastos por año

Para los gastos se ha tomado en cuenta los siguientes aspectos:

Gastos	
Amenities y Lavandería	\$ 7,00 por habitación
Servicios Básicos	\$ 250,00
Gastos de arriendo	\$ 200,00
Publicidad primer año	\$1000 por mes
Publicidad 2-3 año	7% ventas
Publicidad a partir del 3 año	4% ventas

Tabla 4: Gastos

La compra de los amenities se hará con “Máxima”, proveedor de amenities ecológicos. Los servicios básicos se están aproximando en base a los registros anteriores de la hostería donde se planea el proyecto. Los gastos de publicidad se pueden revisar en el punto 5.6.

Para enfocar nuestros ingresos y gastos hemos realizado un estado de resultados proyectado para los primeros 5 años, que se vería de la siguiente forma:

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	89.657,31	109.336,26	137.704,36	155.095,45	161.051,46
Costos	9.572,80	11.384,72	13.988,85	15.372,82	15.572,23
UTILIDAD BRUTA	80.084,51	97.951,53	123.715,52	139.722,62	145.479,23
Gastos sueldos	51.593,52	56.276,60	62.312,93	66.604,52	68.190,83
Gastos generales	18.000,00	13.803,54	15.943,06	12.665,16	13.064,94
Gastos de depreciación	566,67	566,67	566,67	-	-
UTILIDAD ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS Y PARTICIP.	9.924,32	27.304,73	44.892,87	60.452,95	64.223,47
Gastos de intereses	-	-	-	-	-
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIÓN	9.924,32	27.304,73	44.892,87	60.452,95	64.223,47
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	1.488,65	4.095,71	6.733,93	9.067,94	9.633,52
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	8.435,68	23.209,02	38.158,94	51.385,00	54.589,95
22% IMPUESTO A LA RENTA	1.855,85	5.105,98	8.394,97	11.304,70	12.009,79
UTILIDAD NETA	6.579,83	18.103,03	29.763,97	40.080,30	42.580,16

Tabla 5: Estado de Resultados proyectado a 5 años

Observamos que a medida que el proyecto se vaya desarrollando las ventas van a incrementar y por consiguiente nuestra Utilidad Neta también lo hará a lo largo del tiempo que esté en funcionamiento el proyecto.

8 Cálculo de VAN y TIR del proyecto

Realizando los cálculos necesarios llegamos a tener los siguientes flujos de efectivo para los primeros 5 años:

Flujos de Efectivo	
Año 1	\$ 8.046,49
Año 2	\$ 26.716,19
Año 3	\$ 57.046,83
Año 4	\$ 97.127,13
Año 5	\$ 146.221,70

Tabla 6: Flujos de efectivo

Con una inversión inicial de \$75.859,00 y los siguientes flujos de efectivo, el proyecto tiene una tasa interna de retorno del **48%**. De la misma forma obtenemos un VAN de **\$166.242,28**, a este valor lo calculamos con un 8,5% de interés ya que esta es la tasa que nos ofrecería una cooperativa donde podríamos haber colocado nuestro capital, es un valor positivo que nos está generando ganancias, lo que nos indica que el proyecto es rentable.

CONCLUSIONES

En conclusión, el proyecto de glamping es un modelo de turismo ecológico viable tomando en cuenta las tendencias de turismo actuales que permite brindar experiencias diferentes a los clientes.

Se espera contar con la aceptación por parte de nuestros clientes potenciales al ofrecer espacios al aire libre, y actividades a campo abierto consideradas como seguras ante la emergencia sanitaria que vivimos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agencia EFE. (21 de diciembre de 2020). *Quito prevé un florecimiento del turismo en 2021 a raíz de las vacunaciones*. Recuperado el 1 de Mayo de 2021, de <https://www.efe.com/efe/america/economia/quito-preve-un-florecimiento-del-turismo-en-2021-a-raiz-de-las-vacunaciones/20000011-4424846>
- Banco Internacional del Ecuador. (1 de abril de 2021). *Ecuador: panorama general*. Recuperado el 6 de mayo de 2021, de <https://www.bancomundial.org/es/country/ecuador/overview#1>
- Banco Mundial. (2021). *PIB del Ecuador*. Recuperado el 6 de Mayo de 2021, de <https://datos.bancomundial.org/pais/ecuador?view=chart>
- Bod, E. (18 de agosto de 2020). *Glamping: la tendencia de alojamiento que crece como alternativa post pandemia*. Recuperado el 1 de Marzo de 2021, de <https://elenviador.com/2020/08/17/glamping-la-tendencia-de-alojamiento-que-crece-como-alternativa-post-pandemia/>
- El comercio. (5 de enero de 2021). *El Banco Mundial estima que la economía del Ecuador crecerá un 3,5% en el 2021*. Recuperado el 1 de Mayo de 2021, de <https://www.elcomercio.com/actualidad/banco-mundial-economia-ecuador-crecimiento.html#:~:text=2021%2018%3A31-.El%20Banco%20Mundial%20estima%20que%20la%20econom%C3%ADa%20del%20Ecuador,3%2C5%25%20en%20el%202021&text=El%20Banco%20Mundial%20proyecta%20que,5%2>
- Escudero, B. (2019). *Beneficios Sociales En Ecuador Para Sus Trabajadores: Lista Completa*. Obtenido de <https://documentacionaldia.com/c-ecuador/beneficios-sociales-en->

[ecuador/#:~:text=Aficiaci%C3%B3n%20a%20la%20Seguridad%20Social,Bono%20E
scolar](#)

Infobae. (15 de febrero de 2021). *Glamping: de qué se trata la nueva tendencia de alojamiento al aire libre que vence a la pandemia*. Recuperado el 1 de Mayo de 2021, de <https://www.infobae.com/turismo/2021/02/15/glamping-de-que-se-trata-la-nueva-tendencia-de-alojamiento-al-aire-libre-que-vence-a-la-pandemia/>

Máxima Ecología por naturaleza. (s.f.). *POR UN MUNDO SOSTENIBLE*. Recuperado el 1 de mayo de 2021, de https://www.maxima-amenities.com/es/bio-eco-bio_c886760/

Ostela Tourism Management School. (2021). *12 tendencias en turismo para el 2021*. Recuperado el 1 de Marzo de 2021, de <https://www.ostelea.com/actualidad/blog-turismo/organizacion-de-eventos/12-tendencias-en-turismo-para-el-2021>

Primicias. (12 de abril de 2021). *El riesgo país de Ecuador cae 345 puntos tras elección presidencial*. Recuperado el 1 de mayo de 2021, de <https://www.primicias.ec/noticias/economia/riesgo-pais-caida-ecuador-lasso/>

Puro Marketing. (5 de octubre de 2016). *¿Cuál es la inversión en publicidad que debe hacer un negocio?* Recuperado el 1 de mayo de 2021, de <https://www.puromarketing.com/66/27778/cual-inversion-publicidad-debe-hacer-negocio.html>