

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Hospitalidad, Arte Culinario y Turismo

Glamping Events

Proyecto de Investigación

**Doménica Álvarez Vargas
María Emilia Olmedo Silva**

Administración de Empresas de Hospitalidad

Trabajo de fin de carrera presentado como requisito
para la obtención del título de
Licenciatura en Administración de Empresas de Hospitalidad

Quito, 12 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**

Glamping Events

Doménica Álvarez Vargas

María Emilia Olmedo Silva

Nombre del profesor, Título académico

Mauricio Cepeda, MA

Quito, 12 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: Doménica Álvarez Vargas

Código: 00138719

Cédula de identidad: 1311842791

Lugar y fecha: Quito, 12 de mayo de 2021

Nombres y apellidos: María Emilia Olmedo Silva

Código: 00202026

Cédula de identidad: 1724874423

Lugar y fecha: Quito, 12 de mayo de 2021

ACLARACIÓN PARA PUBLICACIÓN

Nota: El presente trabajo, en su totalidad o cualquiera de sus partes, no debe ser considerado como una publicación, incluso a pesar de estar disponible sin restricciones a través de un repositorio institucional. Esta declaración se alinea con las prácticas y recomendaciones presentadas por el Committee on Publication Ethics COPE descritas por Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing, disponible en <http://bit.ly/COPETHeses>.

UNPUBLISHED DOCUMENT

Note: The following capstone project is available through Universidad San Francisco de Quito USFQ institutional repository. Nonetheless, this project – in whole or in part – should not be considered a publication. This statement follows the recommendations presented by the Committee on Publication Ethics COPE described by Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing available on <http://bit.ly/COPETHeses>.

RESUMEN

En el presente trabajo de titulación se expone como objetivo principal la realización, planificación, desarrollo y organización de eventos corporativos, familiares y de cualquier tipo de ocasión, con un máximo de sesenta personas por evento. El propósito de Glamping Events es ofrecer servicios que se destaquen en el mercado por su excepcionalidad, autenticidad, compromiso y excelencia en cada uno de nuestros eventos; esto por medio de un concepto nuevo y diferente llamado “wellness holístico” que tiene la finalidad de enfocarse en el bienestar y balance tanto mental, físico y emocional, esto a través de actividades que potencialicen el bienestar holístico con el fin de brindar la total satisfacción a cada uno de nuestros clientes.

Por consiguiente, mas adelante se expone los resultados y la investigación obtenida que demuestra como se llevará acabo el desarrollo y establecimiento de Glamping Events.

Palabras Clave: Eventos, Excelencia, Bienestar Holístico, Exclusividad, Compromiso.

ABSTRACT

The main purpose of this project is the realization, planning, development and organization of corporate and family events of any type of occasion, with a maximum of sixty people per event. The purpose of Glamping Events is to offer services that stand out in the market for their exceptionality, authenticity, commitment and excellence in each of our events; This through a new and different concept called "holistic wellness" that aims to focus on well-being and balance both mental, physical and emotional, this through activities that enhance holistic wellness in order to provide total satisfaction to each of our clients.

Therefore, the results and the research obtained demonstrates how the development and establishment of Glamping Events will be carried out.

Key Words: Events, Excellence, Holistic Wellbeing, Exclusivity, Commitment.

Tabla de Contenido

1. CONCEPTO DEL PROYECTO.....	10
1.1 CONCEPTO.....	10
1.2 MERCADO META.....	11
1.3 EXPERIENCIA, SERVICIOS Y PROGRAMAS (PAQUETES).....	11
1.4 UBICACIÓN.....	12
2. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	12
2.1 ENTORNO MACROECONÓMICO	12
2.2 REGULACIONES	15
2.3 ANÁLISIS DE MERCADO	16
2.3.1 Análisis de la oferta.....	16
2.3.2 Análisis de la demanda.....	19
3. INGRESOS Y GASTOS (PRONÓSTICO).....	20
3.1 INGRESOS	20
3.2 GASTOS	21
3.3 INVERSIÓN INICIAL.....	22
4. ANÁLISIS DE RENTABILIDAD	23
4.1 ANÁLISIS DE LA RENTABILIDAD DEL PROYECTO.....	23
4.2 ESTADO DE RESULTADOS.....	25
5. RECURSOS HUMANOS.....	25
5.1 CULTURA ORGANIZACIONAL	26
6. PLAN DE MARKETING Y COMUNICACIÓN.....	27
6.1 SEGMENTO DE MERCADO.....	27
6.2 ESTRATEGIAS Y MEDIOS GENERALES	27
6.3 REDES SOCIALES QUE SE UTILIZARAN.....	28
6.4 COMUNICACIÓN DIGITAL	29
6.5 PRESUPUESTO DE MARKETING.....	30
7. CONCLUSIONES	30
8. ANEXOS.....	31
ANEXO 1: FOLLETO DETALLADO DE ACTIVIDADES	31
ANEXO 2: TABLA DE ESTIMACIÓN DE TARIFA, EVENTO Y ASISTENTES; PROYECCIÓN ANUAL.....	32
ANEXO 3: TABLA DETALLADA INVERSIÓN INICIAL.....	33
ANEXO 4: PRESUPUESTO DE NÓMINA	33
ANEXO 5: LOGO GLAMPING EVENTS	34
ANEXO 6: PALETA DE COLORES GLAMPING EVENTS	34
9. REFERENCIAS.....	35

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Tasa de desempleo en el Ecuador	14
Tabla 2: Competencia Primaria.....	17
Tabla 3: Competencia Secundaria.....	18
Tabla 4: Pronóstico de asistentes	20
Tabla 5: Composición de Ingresos.....	21
Tabla 6: Composición de Gastos.....	22
Tabla 7: Inversión Inicial	23
Tabla 8: Estado de Flujo de Caja	24
Tabla 9: Indicadores Financieros	24
Tabla 10: Estado de Resultados	25
Tabla 11: Recursos Humanos.....	26
Tabla 12: Presupuesto de Marketing.....	30

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: PIB anual del Ecuador	13
Gráfico 2: Variación porcentual tasa de pobreza del Ecuador	14

1. Concepto del proyecto

1.1 Concepto

Glamping Events es una empresa que se caracteriza por ofrecer un concepto distinto, único y lujoso del camping tradicional; donde les permitimos a nuestros clientes vivir una experiencia fuera de lo común; enfocándonos principalmente en el contacto directo con la naturaleza, la reconexión personal entre mente y cuerpo y la comodidad de un alojamiento de carácter único. Ofrecemos una alternativa sustentable y sostenible para descubrir un ambiente con un encanto diferente, exclusivo e inigualable, el cual se aparta del circuito turístico tradicional.

Tenemos claro los distintos tipos de necesidades y expectativas que cada uno de nuestros clientes tiene, por lo que nuestro servicio será totalmente personalizado con el fin de adaptarnos a cada una de estas. Contaremos con diferentes tipos de paquetes los cuales incluirán; catas de vino, degustaciones gastronómicas, actividades de relajación, caminatas, terapia aromática, cabalgatas, sesiones de coaching, team building, entre otros servicios, esto con el objetivo de fortalecer el trabajo en equipo y generar una estabilidad mental, física y emocional en cada uno de nuestros clientes.

Contaremos con alianzas estratégicas para poder cumplir con los servicios y actividades que ofreceremos, escogiendo de nuestro listado de proveedores el servicio complementario a brindar de acuerdo con las solicitudes y requerimientos de nuestros clientes.

Nuestra ventaja competitiva es el ser una empresa enfocada en el “bienestar holístico” el cual se desarrolla en tres pilares fundamentales los cuales son: mental, emocional y físico; esto con el fin de generar el estado de bienestar, complacencia y aceptación en nuestro cliente. Por lo que

trabajaremos de la mano con actividades que despiertan y mejoren nuestros sentidos como: el yoga, meditación, actividades de relajación y enfoque, charlas, coaching y demás actividades mencionadas anteriormente.

1.2 Mercado meta

El principal mercado meta al que *Glamping Events* se dirigirá es al mercado corporativo, ejecutivos, empresarios, haciendo énfasis en empresas de mayor tamaño ya que nuestro target principal serán los trabajadores de las compañías. Sin embargo, también nos dirigiremos al segmento de parejas, familias o grupos pequeños dado que el éxito de Glamping Eventos se evidenciaría desde el primer año de funcionamiento. Dicho esto, el segmento de mercado es de clase media alta - alta y que se encuentra ubicado en la capital del país, por lo que nuestras oficinas estarán ubicadas en Cumbayá.

1.3 Experiencia, servicios y programas (paquetes)

Glamping Events es una empresa que se caracteriza por su alta variedad en servicios y actividades recreacionales, los cuales tienen como objetivo ofrecer a cada uno de nuestros clientes experiencias únicas enfocadas en el bienestar humano y el wellness holístico con el objetivo de generar un balance perfecto entre cuerpo y mente, esto se llevará a cabo mediante actividades de relajación, al aire libre, de trabajo en equipo, entre otras, esto con propósito de elevar los sentidos, reconectarse con uno mismo y generar un mejor relación interhumana.

Nuestros servicios y programas estar compuestos por actividades como:

- Coaching
- Team Building

- Yoga
- Meditación
- Caminatas
- Cabalgatas
- Catas de vino y degustaciones gastronómicas
- Encontrando el equilibrio con la respiración
- Group mind detox

**(Información detallada sobre las actividades en el Anexo 1)*

1.4 Ubicación

Los eventos se realizarán en las áreas naturales de la Hacienda “La Calera” ubicada en San José de Minas, con la finalidad de lograr una interconexión entre las personas, la naturaleza y el medio ambiente. La empresa contará con una oficina que se encuentra en la zona de Cumbayá con fin de proporcionar la información de los diferentes servicios que prestamos, responder y satisfacer todos los requerimientos y necesidades de nuestros clientes.

2. Estudio de Factibilidad

2.1 Entorno Macroeconómico

Actualmente el Ecuador se encuentra atravesando una crisis social, política y económica que ha sido causada por un mal manejo de gobierno anteriores. La crisis sanitaria COVID-19, la larga cuarentena, la tasa de desempleo, el aumento de la pobreza y la variación del PIB, han provocado que existan nuevos retos para el Ecuador.

A Través de los últimos años el Ecuador ha tenido una variación extrema en cuanto a su Producto Interno Bruto (PIB) alcanzando a tener un porcentaje del -9.5% en el año 2020 con una variación de -7.6% a comparación del año pasado, siendo este uno de los peores años para la economía del país. No obstante, podemos observar (*Gráfico 1 PIB anual Ecuador*) que a principios del año 2021 se nota un ligero crecimiento del 3.1% en los primeros meses del año.

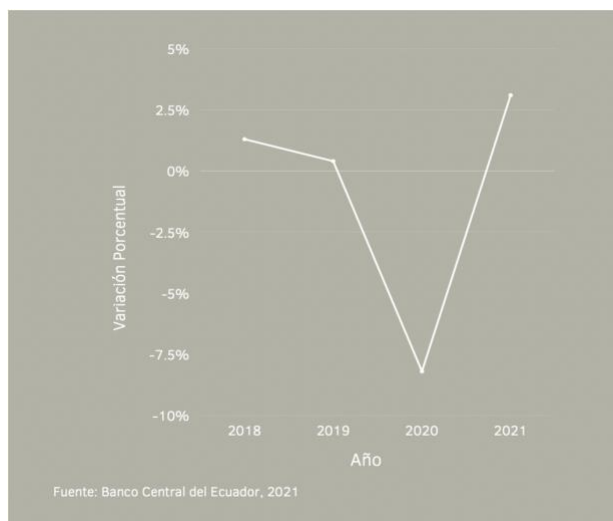


Gráfico 1: PIB anual del Ecuador

Tomando en cuenta la crisis sanitaria, el alto incremento de contagios por COVID-19 el gobierno ha tomado las medidas necesarias para el enfrentamiento contra la pandemia; no obstante las estrictas medidas de seguridad que se han implementado han afectado gravemente al desempleo y consigo el incremento de la tasa de pobreza como podemos ver (*Tasa de desempleo Ecuador, 2021*) que existe un incremento del 1.2% del año 2019 al año 2020 y un incremento del 0.7% solo del mes de diciembre 2020 a enero del 2021. Teniendo esto en cuenta se puede asumir que de igual manera la variación porcentual de tasa de pobreza ha aumentado como observamos (*Gráfico 2 tasa*

de pobreza Ecuador) existe un incremento desde el año 2017 hasta el 2020 en la pobreza nacional del país; siendo el 2020 uno de los años más críticos en la historia de la economía ecuatoriana.

	Dic-19	Dic-20	Ene-21
Tasa de Desempleo	3.8%	5%	5.7%

FUENTE: INEC, 2021

Tabla 1: Tasa de desempleo en el Ecuador

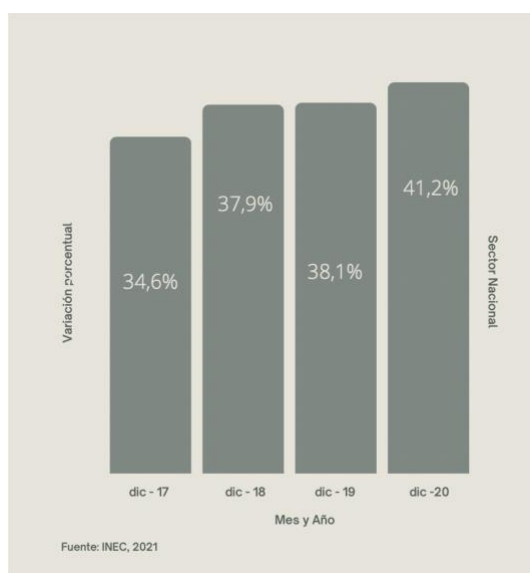


Gráfico 2: Variación porcentual tasa de pobreza del Ecuador

Aunque el país se encuentre en uno de los puntos más críticos a nivel económico, político y social; el gobierno ha logrado renegociaciones en el pago de su deuda externa y estableció nuevos programas con el Fondo Monetario Internacional para reducir los efectos de la crisis y promover la inversión nacional e internacional.

Además, se espera que con el nuevo gobierno encabezado por Guillermo Lasso se reactive el aparato productivo, en base a la confianza, a la seguridad jurídica, el respeto las funciones del

estado creando fuentes de trabajo y una campaña para atraer inversión extranjera al país para que de esta continuemos con el sistema de dolarización fortaleciendo la economía en el país.

2.2 Regulaciones

La legislación ecuatoriana determina que para que una compañía exista y desarrolle su actividad económica debe cumplir con los procedimientos y requisitos legales establecidos en la ley y sus reglamentos por lo que es necesario empezar por la constitución de la compañía. Por las características y giro del negocio consideramos que es mejor constituir una compañía o sociedad anónima que se constituirá con un capital social de diez mil dólares (\$10.000) que serán aportados por las accionistas fundadoras en un porcentaje del 50% cada una.

Constituida legalmente la compañía como una persona jurídica deberá cumplir con todos los deberes, obligaciones y responsabilidades para con las diferentes instituciones públicas como son: superintendencia de compañías, Servicio de Rentas Internas (SRI), Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS), Ministerio de Turismo, Municipio del Distrito Metropolitano de Quito obteniendo todos los permisos y licencias metropolitanas para su legal funcionamiento tales como:

1. Patente Municipal
2. Licencia única de actividades económicas (LUAE)
3. Licencia Funcionamiento de Turismo (Ministerio de Turismo)
4. Registro de Actividad Turística (Ministerios de Turismo)
5. Licencia Ambiental (Previo inspección de Bomberos - Ministerio de Turismo)
6. Patente (Ministerio de Turismo)

El funcionamiento legal de la compañía se formalizará con la emisión de los nombramientos del gerente general y del presidente de la compañía quienes tendrán la representación legal de la empresa; se deberá obtener el registro único de contribuyentes en el SRI, la autorización de emisión de facturas, documentos que permitirán el desarrollo de la actividad comercial de la empresa, permitiendo la formalización de actos y contratos con personas naturales o jurídicas, públicas o privadas.

Para el desarrollo de nuestros eventos y la prestación de nuestros servicios en los diferentes sitios o escenarios del país que como indicamos de preferencia se realizarán en áreas nacionales; será necesario obtener los permisos y autorizaciones correspondientes de los diferentes municipios a donde pertenecen estas áreas que de acuerdo a nuestras averiguaciones se lograra obtener estas licencias o autorizaciones previo al pago de una tasa por el servicio de ocupación por la instalación del campamento para el desarrollo del evento.

2.3 Análisis de Mercado

A continuación, en nuestro análisis de mercado se encuentra detallada específicamente toda la información que fue obtenida por medio de encuestas, cotizaciones y sitios web; esto con el fin de presentar un análisis de oferta y demanda detallado.

2.3.1 Análisis de la oferta

Para la definición de la oferta existente en la industria de los eventos en Quito, se han realizado encuestas, cotizaciones e investigaciones mediante los sitios web; lo que nos ha permitido definir la competencia primaria y secundaria de *Glamping Events*.

Mediante el estudio de oferta se pudo determinar que la competencia primaria de *Glamping Events* son aquellas empresas enfocadas en la creación de eventos corporativos dirigido al segmento ejecutivo. Mientras que por otro lado la competencia secundaria son aquellas empresas dirigidas a eventos familiares, de boda, eventos temáticos, montaje y demás eventos; es decir empresas que no se encuentran enfocadas al sector corporativo.

En el estudio de oferta se pudo definir que existen cuatro empresas de eventos que realizan actividades similares a las que *Glamping Events* ofrece, sin embargo, es importante recalcar que cada una de estas empresas tiene un enfoque diferente en cada área y que de igual manera ofrecen una variedad de servicios distintos a los de *Glamping Events*. (Tabla 2)

	De eventos Quito	Team Building LATAM	Team Building ABC	Hawkay Yambo
ÁREA DE SERVICIO	Quito	Quito	Quito	Provincia de Cotopaxi
Calidad Percibida *	3.5	5	5	5
Años en el Mercado	2	4	4	5 meses
Tipo de Administración	Dueño	Dueño	Dueño	Dueño
Rango de Precios	\$\$\$	\$\$ - \$\$\$	\$\$ - \$\$\$	\$\$
Oferta de Servicios	Organización de eventos corporativos: Actividades Team Building, convenciones, coaching, etc. Organización de ferias Lanzamiento de productos Eventos deportivos	Team Building Extremo: actividades de "c circuito" y "aprueba de todo" Desafíos Culinarios Expediciones a áreas naturales "Risoterapia"	Team Building Teatral, Musical y de Arte Orientación y Aventura Terapia de la Risa	Paseos en bote, actividades al aire libre (fogatas, cine, juegos de mesa) Caminatas y Actividades recreacionales
Servicio de Catering	Si	No	No	Si

* Se utiliza una escala del 1 al 5, siendo 5 como excelente y 1 como deficiente.

Tabla 2: Competencia Primaria

Por otro lado, como se mencionó anteriormente la competencia secundaria son aquellas empresas que realizan eventos con enfoque hacia bodas, fiestas temáticas, cumpleaños, entre otros eventos similares. Teniendo en cuenta lo mencionado hallamos a cuatro empresas que consideramos como una competencia secundaria y que además ofrecen una oferta de servicio similar a la de *Glamping Events*. (Tabla 3)

	Eventos Humandi	Rincón de Pueblo	Cesa Eventos	The Lounge Event Designer
ÁREA DE SERVICIO	Ibarra Quito Guayaquil Cuenca Ambato Santo Domingo	Quito	Quito Guayaquil	Quito
Calidad Percibida *	5	4	5	4
Años en el Mercado	16	9	23	7
Tipo de Administración	Dueño	Dueño	Dueño	Dueño
Segmento de Mercado	Medio Alto - Alto	Medio Alto	Medio Alto - Alto	Medio Alto
Reputación	Excelente	Muy Buena	Excelente	Buena
Rango de Precios	\$\$\$	\$\$\$	\$\$\$	\$ - \$\$
Oferta de Servicios	Organización de eventos temáticos, grados, corporativos Organización de bodas Decoración de eventos Alquiler mobiliario	Organización de bodas de lujo Organización de Eventos Corporativos Actividades al Aire libre Asesoría y acompañamiento	Decoración eventos de lujo Organización de eventos temáticos Creación de espacios exóticos y naturales	Diseño personalizado de eventos Alquiler mobiliario Organización de eventos temáticos Organización de eventos soñados "garantizado"
Servicio de Catering	No	Si	No	Si

Tabla 3: Competencia Secundaria

Teniendo en cuenta el análisis de oferta, creemos que el principal competidor de Glamping Events es “Hawkay Yambo” quienes tienen una experiencia de cinco meses en el mercado; esta nueva empresa brinda el nuevo concepto de alojamiento llamado “glamping” el cual ofrece una gran variedad de actividades, eventos y catering además de su alojamiento.

Observando en su página web podemos ver toda la oferta de sus servicios los cuales están completamente enfocados en el segmento familiar, parejas y grupos grandes de personas, además de tener como misión ser una de las empresas con mejor renombre en experiencias de actividades recreacionales y de relajación.

Sin embargo, cabe recalcar que la empresa Glamping Events tiene como objetivo crear una experiencia de reconexión personal entre mente y cuerpo mediante actividades al aire libre, bienestar holístico y trabajo en equipo reforzando la relación entre trabajadores, familiares, amigos, entre otros.

2.3.2 Análisis de la demanda

Para determinar la demanda que existe en la industria de eventos en Quito, se realizó entrevistas e investigaciones en sitios web de pequeñas y grandes empresas, con el fin de determinar que, en temporadas bajas las empresas pequeñas realizan entre uno a dos eventos de integración al año, mientras que las empresas grandes donde hay una gran cantidad de personas y áreas dentro de la organización, pueden requerir entre 10 a 18 eventos, enfocados en algunos departamentos específicos y con diferentes objetivos de comunicación. Cabe recalcar que dada la complejidad y la situación que está atravesando el país, los datos no son totalmente certeros.

Es por esto, que se realizó una proyección de demanda que Glamping Events podría lograr tener en el mercado. Donde se observó que nuestra operación iniciaría con 7 eventos como base con 100 asistentes al mes. Además, para que Glamping Events llegue hacer rentable, va a hacer necesario tener un mínimo de 13 personas en cada evento. Cabe mencionar que estos datos son estimados por lo que los resultados reales pueden variar. (Ver tabla 4)

MES	# EVENTOS	TOTAL ASISTENTES POR MES
ENERO	2	30
FEBRERO	2	45
MARZO	5	48
ABRIL	4	35
MAYO	10	160
JUNIO	9	85
JULIO	8	120
AGOSTO	12	150
SEPTIEMBRE	5	50
OCTUBRE	6	75
NOVIEMBRE	20	310
DICIEMBRE	8	100
TOTAL ANUAL	91	1208

Tabla 4: Pronóstico de asistentes

3. Ingresos y gastos (pronóstico)

3.1 Ingresos

La principal fuente de ingresos de *Glamping Events* será por medio de la planificación y asesoría de eventos corporativos, familiares o del motivo requerido. De igual manera, se estima tener un ingreso extra por medio de comisiones por servicios tercerizados; por lo cual se ha considerado que para poder obtener un mayor margen de ganancias se cobre un 25% extra a la Hacienda la Calera por los servicios de catering y actividades. Esto con el fin de incrementar nuestros ingresos y cubrir todo los costos que se generen mensual y anualmente.

Para poder cubrir con los costos mensuales y anuales que mencionamos anteriormente, se ha realizado una proyección anual dentro de los próximos cuatro años de operación de *Glamping Events*, en la cual se prevé que los ingresos anuales estimados cubren los costos operacionales y que además generen utilidad. Es por esto, que en nuestro primer año operacional se estima un ingreso total de \$215,102.50 el cual se compone por ingresos por eventos y comisiones

tercerizadas. Por otro lado, como podemos ver en la Tabla 4, en el segundo y tercer año se evidencia un incremento de aproximadamente el 12% y 5% del total de ingresos, el cual fue obtenido gracias a un incremento del 20% en la cantidad de eventos realizados por Glamping Events. Por el contrario, para el cuarto año operacional se obtiene un total de ingresos de \$250.000 dólares aproximadamente, dado que se espera que la empresa se estabilice dentro del mercado y su crecimiento sea mucho más pequeño, pues se estimó que este sea del 15% para el total de eventos y asistentes por evento anualmente.

COMPOSICIÓN DE INGRESOS				
AÑO	1	2	3	4
Cantidad personas	1255	1369	1389	1376
Cantidad de eventos	91	109	131	151
Tarifa Promedio	\$ 160	\$ 165	\$ 170	\$ 170
Total Ingresos	\$ 200,800.00	\$ 225,885.00	\$ 236,130.00	\$ 233,920.00
Catering*	\$ 13,177.50	\$ 14,374.50	\$ 15,626.25	\$ 15,480.00
Actividades (Cabalgata, Coaching....)	\$ 1,125.00	\$ 1,250.00	\$ 1,450.00	\$ 1,500.00
Ingresos por comisiones	\$ 14,302.50	\$ 15,624.50	\$ 17,076.25	\$ 16,980.00
TOTAL INGRESOS	\$ 215,102.50	\$ 241,509.50	\$ 253,206.25	\$ 250,900.00
Los valores utilizados para calcular los ingresos son un promedio de la proyección estimada en demanda.				
* Se comisionará un 25% del total de ventas mensuales				

Tabla 5: Composición de Ingresos

3.2 Gastos

Con respecto a la proyección de gastos para Glamping Events, se muestra detalladamente en la tabla seis los costos fijos y variables que la empresa incurre anualmente. No obstante, se puede observar que los costos fijos son el rubro más representativo de gastos de la empresa, siendo la nómina el mayor costo de Glamping Events, ya que representa un 67% total de costos fijos; en segundo lugar, se encuentra el arriendo el cual representa un 15% del total. Y, por último, la

limpieza, gastos legales, marketing y publicidad, luz, entre otros, ascienden alrededor de un 18% total de los costos fijos. Dicho esto, se estimó un total de \$82.237,96 dólares de costos fijos para el primer año de operación de Glamping Events, los cuales obtuvieron un incremento anual de entre 2% y 5%, dependiendo de la cantidad de eventos y personas que asistan al año.

Por otro lado, si analizamos los costos variables podemos ver que tenemos un solo costo, el cual abarca todo lo que tiene que ver con los amenities de self care y wellness box, que nosotros brindaremos a nuestros clientes. Este rubro es considerado como variable puesto que depende de la cantidad de personas que asistan a nuestros eventos, y se considera que anualmente este podría alcanzar una variación de entre 2% y 4%. Finalmente, se puede observar que este costo variable alcanzó un total de \$60.000 dólares.

COMPOSICIÓN DE GASTOS					
COSTOS FIJOS					
		1	2	3	4
Nómina	Event Planner	\$ 17,271.60	\$ 17,271.60	\$ 17,271.60	\$ 20,565.92
	Contabilidad	\$ 8,635.80	\$ 8,635.80	\$ 8,635.80	\$ 8,635.80
	Montaje	\$ 13,977.28	\$ 13,977.28	\$ 17,271.60	\$ 17,271.60
	Housekeeping	\$ 13,977.28	\$ 13,977.28	\$ 17,271.60	\$ 17,271.60
Arriendo Hacienda La Calera	Mensual	\$ 12,000.00	\$ 12,000.00	\$ 12,000.00	\$ 12,000.00
Limpieza y desinfección	Mensual	\$ 2,400.00	\$ 2,400.00	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00
Gastos Legales	Ruc, permisos, etc	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00
Marketing y Publicidad	Producción y Redes Sociales	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00
Luz	Mensual	\$ 2,160.00	\$ 2,280.00	\$ 2,520.00	\$ 2,340.00
Gastos Imprevistos	2% Ventas	\$ 4,016.00	\$ 4,517.70	\$ 4,722.60	\$ 4,678.40
Agua	Mensual	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 660.00	\$ 660.00
TOTAL COSTOS FIJOS		\$ 82,237.96	\$ 82,859.66	\$ 90,553.20	\$ 93,623.32
COSTOS VARIABLES					
Amenities	Self care y wellness box	\$ 60,000.00	\$ 60,000.00	\$ 60,000.00	\$ 60,000.00
TOTAL COSTOS VARIABLES		\$ 60,000.00	\$ 60,000.00	\$ 60,000.00	\$ 60,000.00
TOTAL		\$ 142,237.96	\$ 142,859.66	\$ 150,553.20	\$ 153,623.32

Tabla 6: Composición de Gastos

3.3 Inversión Inicial

La inversión inicial presupuestada para Glamping Events fue de \$57.997,10 dólares. En la tabla siete se puede observar detalladamente los rubros de la inversión que se espera realizar.

INVERSIÓN INICIAL	
Concepto	TOTAL
GLAMPING *	\$ 40,231.40
DECORACIÓN	\$ 7,505.70
AROMAS	\$ 660.00
AMENITIES	\$ 5,000.00
MARKETING Y PUBLICIDAD	\$ 4,600.00
TOTAL INVERSIÓN INICIAL	\$ 57,997.10
* El valor de glamping se encuentra detallado en el Anexo 3: Tabla detallada Inversión Inicial	

Tabla 7: Inversión Inicial

4. Análisis de Rentabilidad

4.1 Análisis de la rentabilidad del proyecto

Para el análisis de rentabilidad del proyecto, se realizó el estudio de un flujo de efectivo (Tabla 8: Estado de Flujo de Caja) dentro de un plazo de cuatro años donde se pudo observar que, para el inicio de la operación de Glamping Events, el flujo de efectivo operativo fue de \$77.997,10 dólares. El cual, con el paso de los años se fue incrementando, dado que poco a poco la empresa se dio a conocer más en el mercado. Es por ello, que, para el cuarto año, el flujo se estabiliza en \$79.037,30 dólares.

Cabe mencionar que a pesar de que en el primer año el flujo neto es menor a comparación de los siguientes años, podemos ver que este es positivo y por ende Glamping Events será un negocio rentable desde el primer año de operación.

	ESTADO DE FLUJO DE CAJA				
	AÑOS				
	0	1	2	3	4
Ingresos por Eventos		\$ 200,800.00	\$ 225,885.00	\$ 236,130.00	\$ 233,920.00
Ingresos por Comisiones		\$ 14,302.50	\$ 15,624.50	\$ 17,076.25	\$ 16,980.00
(-) Costos Variables		\$ 60,000.00	\$ 60,000.00	\$ 60,000.00	\$ 60,000.00
(-) Costos Fijos		\$ 82,237.96	\$ 82,859.66	\$ 90,553.20	\$ 93,623.32
EBITDA		\$ 72,864.54	\$ 98,649.84	\$ 102,653.05	\$ 97,276.68
Utilidades (15%)		\$ 10,929.68	\$ 14,797.48	\$ 15,397.96	\$ 14,591.50
(-) Impuesto a la renta		\$ 2,732.42	\$ 3,699.37	\$ 3,849.49	\$ 3,647.88
FLUJO EFECTIVO OPERATIVO		\$ 59,202.44	\$ 80,153.00	\$ 83,405.60	\$ 79,037.30
Inversiones	\$ 57,997.10				
Capital de Trabajo	\$ 20,000.00				
FLUJO NETO	\$ 77,997.10	\$ 59,202.44	\$ 80,153.00	\$ 83,405.60	\$ 79,037.30

Tabla 8: Estado de Flujo de Caja

De igual forma, los indicadores financieros (Tabla 9) nos demuestran una buena proyección de rentabilidad del proyecto, dado que la Tasa Interna de Retorno (TIR) es de 82% y el Valor Actual Neto (VAN) alcanzó un rubro total de \$113.383,18 dólares. Finalmente, se espera recuperar la inversión inicial en aproximadamente un año y seis meses, siendo esta una estimación más realista y precisa.

PERIODO	FLUJOS	FLUJOS ACUMULADOS	VALOR PRESENTE	FLUJO ACUMULADO VP
0	\$ (77,997.10)	\$ -	\$ -	\$ -
1	\$ 59,202.44	\$ 59,202.44	\$ 49,335.37	\$ 49,335.37
2	\$ 80,153.00	\$ 139,355.43	\$ 55,661.80	\$ 104,997.17
3	\$ 83,405.60	\$ 222,761.04	\$ 48,267.13	\$ 153,264.30
4	\$ 79,037.30	\$ 301,798.34	\$ 38,115.98	\$ 191,380.28

PAYBACK PERIOD	1 años 2 meses 22 días
PAYBACK DESCONTADO	1 año 6 meses 3 días
VAN	\$ 113,383.18
TIR	82%

Tabla 9: Indicadores Financieros

4.2 Estado de Resultados

En el siguiente estado de resultados calculado para Glamping Events, observamos que desde el año uno la utilidad neta es positiva, pues alcanza un total de \$46.000 dólares aproximadamente. Dado que anualmente los ingresos se incrementan en un 5-7% y los costos se incrementaron en un 2-4%, se espera que la utilidad neta también crezca, hasta llegar a una estabilización en vista de que Glamping Events será una empresa reconocida en el mercado.

	ESTADO DE RESULTADOS			
	AÑOS			
	1	2	3	4
Ingresos por eventos	\$ 200,800.00	\$ 225,885.00	\$ 236,130.00	\$ 233,920.00
Ingresos por comisiones	\$ 14,302.50	\$ 15,624.50	\$ 17,076.25	\$ 16,980.00
TOTAL INGRESOS	\$ 215,102.50	\$ 241,509.50	\$ 253,206.25	\$ 250,900.00
Costos Fijos	\$ 82,237.96	\$ 82,859.66	\$ 90,553.20	\$ 93,623.32
Costos Variables	\$ 60,000.00	\$ 60,000.00	\$ 60,000.00	\$ 60,000.00
TOTAL COSTOS	\$ 142,237.96	\$ 142,859.66	\$ 150,553.20	\$ 153,623.32
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 72,864.54	\$ 98,649.84	\$ 102,653.05	\$ 97,276.68
Utilidades (15%)	\$ 10,929.68	\$ 14,797.48	\$ 15,397.96	\$ 14,591.50
Impuestos (25%)	\$ 15,483.71	\$ 20,963.09	\$ 21,813.77	\$ 20,671.29
UTILIDAD NETA	\$ 46,451.14	\$ 62,889.27	\$ 65,441.32	\$ 62,013.88

Tabla 10: Estado de Resultados

5. Recursos Humanos

Glamping Events, es una empresa que tiene como objetivo principal promover el bienestar holístico tanto para nuestros trabajadores como para nuestros clientes, teniendo de esta manera el balance mental, físico y emocional. Es por esta razón que consideramos importante que nuestro equipo de trabajo se sienta, satisfecho, comprometido e identificado con la misión y visión de nuestra empresa, por lo cual nuestro grupo de trabajo estará compuesto de la siguiente manera:

RECURSOS HUMANOS					
PUESTO	CANTIDAD	NIVEL DE EDUCACIÓN	EDAD	REQUERIMIENTOS ADICIONALES	Job Description
Event Planner	2	Superior	-	Bilingüe Organizado Conocimientos sobre la industria Carismático	Organización de eventos Manejo de redes sociales y plataformas digitales Ventas, cotizaciones, proformas y realización de catálogos Gestionar, supervisar y relizar los eventos
Contador	1	Superior	-	Experiencia laboral previa Conocimiento y manejo de adm. Y excel Manejo de Auditoria y Contabilidad general Organizado	Coordinar, registrar y aplicar los recursos financieros de la empresa, proporcionando información financiera, contable y fiscal a la dirección administrativa y a la gerencia, para la planeación, organización, presupuesto y toma de decisiones.
HouseKeeping	2	Básico	25 - 45	Honestidad Responsable Amable Organizado	Responsable de limpiar, organizar y desinfectar cada tepee, cumpliendo los estándares y protocolos designados por la empresa. Responsable de informar cualquier problema de mantenimiento
Montaje	2	Básico	20 - 45	Honestidad Puntual Rapidez y Efetividad Organizado	Montaje y desmontaje de los tepees, organización de los materiales utilizados. Responsables de la limpieza de áreas verdes y de cualquier problema que se presente en el evento.

* De preferencia se busca trabajadores con experiencia previa en la industria de eventos.

**El costo de nómina por empleado se encuentra en el Anexo 4: Presupuesto de Nómina

Tabla 11: Recursos Humanos

5.1 Cultura Organizacional

Misión:

Nuestra misión como empresa es brindar un servicio completamente enfocado en el bienestar y balance tanto mental, físico y emocional; esto mediante la realización de eventos, actividades y experiencias que potencialicen el bienestar holístico con el fin de la total satisfacción de cada uno de nuestros clientes.

Visión:

Nuestra visión es posicionarnos en el mercado en los primeros años de funcionamiento siendo una de las primeras empresas de eventos enfocados en el bienestar holístico; brindando un servicio personalizado y cubriendo las necesidades para lograr el equilibrio perfecto entre mente y cuerpo.

6. Plan de Marketing y Comunicación

6.1 Segmento de Mercado

El segmento de mercado al que Glamping Events está dirigido principalmente es hacia empresas, compañías o grupos corporativos con ingresos medios altos y altos de la ciudad de Quito, que deseen realizar eventos de larga duración ya sean, capacitaciones, mejora de trabajo en equipo o que desean mejorar la dinámica y desempeño de sus trabajadores. Además, Glamping Events también está dirigido a eventos familiares, de boda, eventos temáticos, montaje y demás eventos; es decir a empresas que no se encuentran en el sector corporativo. Este segundo segmento son quienes quieran disfrutar y recrear un momento único y agradable con sus familiares, amigos o parejas, con ingresos medios altos y altos en la ciudad de Quito.

6.2 Estrategias y Medios Generales

Con el objetivo de llegar a tener mayor presencia en el mercado, cautivar a futuros y posibles clientes es de suma importancia ganar la confianza de nuestros actuales y futuros clientes, para esto es necesario tener presencia en redes sociales, para convencer a los potenciales clientes. Por lo que estará establecido en diferentes canales de comunicación como Facebook, Instagram, Tik Tok; cada uno de ellos con un objetivo específico con el fin de llegar a la mayor cantidad de audiencia posible. Además, Glamping Events cuenta con estrategias claves para lograr lo mencionado.

- Establecer la presencia máxima que deseamos para las redes sociales
- Analizar y determinar cuales son los sitios (redes sociales) que más conviene publicar.
- Determinar el momento adecuado, es decir, hora, fecha, día para la publicación de el contenido.

- Determinar la manera correcta y más aceptable para interactuar con nuestros clientes.
- Medir la evolución de nuestras publicaciones y contenido para así lograr tener metas.
- Mostrar nuestra propuesta de valor, lo más detallada posible para mostrar que es lo que nos diferencia de nuestra competencia.

6.3 Redes Sociales que se utilizaran

Instagram:

El objetivo de esta herramienta es lograr generar una comunidad donde principalmente exista la interacción, lo cual provocará una mayor integración entre la marca y el cliente. Esto será mediante publicaciones, historias, reels y lives donde se mostrará la marca e información importante sobre Glamping Events. Instagram irá dirigido para un masivo grupo de clientes, como el sector corporativo y el segmento de familias, grupos de familias, parejas, etc.

Facebook:

Facebook al ser la red social en tener cerca de 2,2 millones de usuarios y donde se puede encontrar un sinnúmero de personas, participar en grupos, compartir contenido y llegar a un amplio y diverso grupo de personas, esperamos aumentar la posibilidad de ser conocidos por distintos usuarios.

TikTok:

Este canal servirá, para poder mostrar de una manera más específica y rápida lo que es nuestra marca y de que se trata, mediante vídeos cortos e interactivos que llamen la atención del cliente, especialmente a la generación Z, ya que esta plataforma es muy conocida y utilizada por ellos.

6.4 Comunicación Digital

Página Web:

El objetivo de nuestra página web, es que nuestro cliente pueda encontrar información detallada de nuestros servicios, además de tener un asesoramiento más personalizado. Así mismo esperamos mediante la página web dar un servicio al cliente abierto a todo el público, donde nos permitirá tener un feedback, ya que los clientes tendrán la oportunidad de dejar su opiniones, dudas, alabanzas y quejas. Por otro lado, el tener un buen posicionamiento SEO y de palabras claves previamente estudiado, nos permitirá que al momento que nuestro cliente quiera buscar nuestro negocio lo pueda encontrar con más facilidad.

Correo Electrónico:

Mediante este medio, tendremos la oportunidad de tener una comunicación más fácil con nuestros clientes, ya que podremos brindarles información, como cotizaciones, catálogos, actividades que se brindarán en Glamping Events.

Whatsapp:

Por este medio, pensamos brindar un servicio más personalizado, donde el cliente se pueda comunicar inmediatamente con nosotros y así poder dar respuestas y soluciones a cualquier problema o inquietud en ese momento, causando un vínculo más fuerte con nuestro cliente, ya que será mediante Whatsapp Business, donde estaremos las 24 horas atentos a cualquier duda de nuestros clientes y así brindarles una respuesta al momento.

6.5 Presupuesto de Marketing

El presupuesto para marketing y comunicación de Glamping Events será de una inversión inicial de \$4600 dólares. Además, se presupuesta un monto de \$500 dólares mensuales, los cuales se utilizarán para el mantenimiento de la página web, la producción de fotos y videos publicitarios y las cuotas mensuales de redes sociales como; Instagram con un valor de \$120.00, Facebook \$80.00, Tik Tok \$15.00, y Whatsapp \$100; donde se brindará información importante y detallada sobre nuestro negocio.

PRESUPUESTO DE MARKETING	
Página Web	\$ 600.00
Publicidad de Lanzamiento *	\$ 4,000.00
INVERSIÓN INICIAL	\$ 4,600.00
Mantenimiento Página Web	\$ 35.00
Producción Fotos y Videos	\$ 150.00
Redes Sociales:	
Facebook	\$ 80.00
Instagram	\$ 120.00
Tiktok	\$ 15.00
Whatsapp	\$ 100.00
INVERSIÓN MENSUAL	\$ 500.00
*Este ítem engloba todo lo que es publicidad de lanzamiento de la marca, posteo en redes sociales y creación de contenido.	

Tabla 12: Presupuesto de Marketing

7. Conclusiones

En conclusión, Glamping Events puede llegar hacer una empresa líder, ya que con respecto a nuestra ventaja competitiva somos los únicos en el mercado donde ofrecemos un servicio de camping glamuroso y que además esta enfocado completamente en el bienestar humano; además, de ofrecer un sinnúmero de actividades, donde compañías de toda la ciudad de quito, familias, amigos y demás personas puedan ser parte de este servicio para una mejora del trabajo en equipo, un reconexión personal y una experiencia única y diferente.

Además, con respecto a la situación actual que vive el mundo, sobre la pandemia, nuestra empresa puede llegar a tener un mayor crecimiento ya que somos una empresa donde ofrecemos un servicio al aire libre; lo cual hoy en día es un factor importante que las personas buscan. Por otro lado, en base a los resultados financieros obtenidos por el estudio de factibilidad, podemos confirmar que la inversión de Glamping Events es rentable, ya que el valor actual neto es de \$113.383,18 dólares y una Tasa Interna de Retorno (TIR) es de 82%.

8. Anexos

Anexo 1: Folleto detallado de actividades

GLAMPING EVENTS

Actividades que reconcentan

Nuestras actividades

Coaching
 Percibe al individuo como un ser integral, va más allá del cuerpo físico, también explora su parte emocional, mental y espiritual.

Holistic Team Building
 Abre un espacio para la comunicación auténtica, donde las personas con diferentes estilos y puntos de vista pueden entenderse entre sí al acceder a una perspectiva más amplia.

Meditación
 Es un método de autodescubrimiento y autoconocimiento de tu ser multidimensional en el aquí y ahora, creando la unión cuerpo, mente y espíritu

Yoga
 Es un método que abarca todo nuestro ser, nos ayuda a desarrollar con armonía el cuerpo, la mente y el espíritu. Un enfoque holístico puede beneficiar nuestras relaciones

Events That Matter



GLAMPING EVENTS

Actividades que reconcentran



Mind Detox
Consiste en limitar los pensamientos que desencadenan emociones negativas y sustituirlos por pensamientos que conducen a sentimientos de paz y alegría.

Caminatas
Conexión pura con la naturaleza, lugares ideales para desconectarse y recargarse de energía.

Cabalgatas
Mindfulness con Caballos
Aprenderemos a gozar del momento presente con los caballos y la naturaleza

Mindful Breathing
Fíjate en el momento presente, para que puedas dejar de preocuparte por el pasado o el futuro. Se ha demostrado que la respiración consciente reduce la ansiedad, ayuda con el agotamiento, proporciona ciertos tipos de alivio del dolor y disminuye los pensamientos negativos.

Events That Matter



Anexo 2: Tabla de estimación de tarifa, evento y asistentes; proyección anual

		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	PROMEDIO
AÑO 1	Cantidad personas	35	45	48	42	160	85	130	150	50	75	310	125	105
	Cantidad eventos al mes	2	2	5	4	10	9	8	12	5	6	20	8	8
	Tarifa promedio	\$ 130.00	\$ 130.00	\$ 140.00	\$ 140.00	\$ 160.00	\$ 145.00	\$ 145.00	\$ 160.00	\$ 140.00	\$ 140.00	\$ 150.00	\$ 160.00	\$ 160
AÑO 2	Cantidad personas	30	47	52	45	170	90	160	180	60	85	330	120	114
	Cantidad eventos al mes	2	2	6	5	12	11	10	14	6	7	24	10	9
	Tarifa promedio	\$ 145.00	\$ 140.00	\$ 155.00	\$ 160.00	\$ 160.00	\$ 170.00	\$ 150.00	\$ 160.00	\$ 140.00	\$ 130.00	\$ 170.00	\$ 150.00	\$ 165
AÑO 3	Cantidad personas	32	47	58	47	170	100	170	175	60	95	305	130	116
	Cantidad eventos al mes	3	3	7	6	14	13	12	17	7	9	29	12	11
	Tarifa promedio	\$ 130.00	\$ 140.00	\$ 130.00	\$ 140.00	\$ 160.00	\$ 160.00	\$ 165.00	\$ 170.00	\$ 140.00	\$ 140.00	\$ 175.00	\$ 165.00	\$ 170
AÑO 4	Cantidad personas	30	42	54	50	180	105	165	185	50	100	305	110	115
	Cantidad eventos al mes	3	3	8	7	17	15	13	20	8	10	33	13	13
	Tarifa promedio	\$ 140.00	\$ 140.00	\$ 150.00	\$ 160.00	\$ 160.00	\$ 155.00	\$ 160.00	\$ 165.00	\$ 140.00	\$ 140.00	\$ 145.00	\$ 140.00	\$ 170

Anexo 3: Tabla detallada Inversión Inicial

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
GLAMPING				
TEEPES	30	1	\$ 520.00	\$ 15,600.00
ALMOHADAS	60	2	\$ 31.10	\$ 1,866.00
SABANAS	70	1	\$ 20.00	\$ 1,400.00
COLCHONES	60	1	\$ 250.00	\$ 15,000.00
COJINES	60	1	\$ 5.10	\$ 306.00
PALETS	120	1	\$ -	\$ -
PLUMÓN	60	1	\$ 65.00	\$ 3,900.00
COBIJAS	60	1	\$ 20.99	\$ 1,259.40
TOALLAS	180	1	\$ 5.00	\$ 900.00
TOTAL				\$ 40,231.40
DECORACIÓN				
LÁMPARAS	30	1	\$ 20.00	\$ 600.00
LUCES	25	1	\$ 28.00	\$ 700.00
ESPEJOS	25	1	\$ 50.00	\$ 1,250.00
VELADORES - PALETS	30	1	\$ -	\$ -
ALFOMBRAS	30	1	\$ 59.90	\$ 1,797.00
PLANTAS ARTIFICIALES	30	1	\$ 4.99	\$ 149.70
VELAS	30	11	\$ 22.30	\$ 669.00
PUFF	30	1	\$ 78.00	\$ 2,340.00
TOTAL				\$ 7,505.70
AROMAS				
DIFUSER OIL - Aromas	5	1	\$ 12.00	\$ 60.00
MAQUINA DIFUSORA	30	1	\$ 20.00	\$ 600.00
TOTAL				\$ 660.00
AMENITIES				
SELF CARE BOX	200	1	\$ 10.00	\$ 2,000.00
WELLNESS BOX	200	1	\$ 15.00	\$ 3,000.00
TOTAL				\$ 5,000.00

Anexo 4: Presupuesto de Nómina

PRESUPUESTO MENSUAL DE PERSONAL													
N°	DEPTO	CARGO	IESS APOORTE PERSONAL 9.45%	SALARIO NETO	INGRESO REAL MENSUAL				COSTO ADICIONAL PATRONAL			COSTO POR EMPLEADO	
					SALARIO BASE	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	FONDO DE RESERVA 8.33%	TOTAL INGRESOS	IESS APOORTE PATRONAL 11.15%	TOTAL ADICIONAL		
ADMINISTRATIVOS	1	Administración	Event Planner 1	\$ 47.25	\$ 500.00	\$ 547.25	\$ 41.67	\$ 33.33	\$ 41.65	\$ 663.90	\$ 55.75	\$ 55.75	\$ 719.65
	2	Administración	Event Planner 2	\$ 47.25	\$ 500.00	\$ 547.25	\$ 41.67	\$ 33.33	\$ 41.65	\$ 663.90	\$ 55.75	\$ 55.75	\$ 719.65
	3	Administración	Contabilidad	\$ 47.25	\$ 500.00	\$ 547.25	\$ 41.67	\$ 33.33	\$ 41.65	\$ 663.90	\$ 55.75	\$ 55.75	\$ 719.65
OPERATIVOS	4	Servicio	Montaje 1	\$ 37.80	\$ 400.00	\$ 437.80	\$ 33.33	\$ 33.33	\$ 33.32	\$ 537.79	\$ 44.60	\$ 44.60	\$ 622.39
	5	Servicio	Montaje 2	\$ 37.80	\$ 400.00	\$ 437.80	\$ 33.33	\$ 33.33	\$ 33.32	\$ 537.79	\$ 44.60	\$ 44.60	\$ 622.39
	6	Servicio	Housekeeping 1	\$ 37.80	\$ 400.00	\$ 437.80	\$ 33.33	\$ 33.33	\$ 33.32	\$ 537.79	\$ 44.60	\$ 44.60	\$ 622.39
	7	Servicio	Housekeeping 2	\$ 37.80	\$ 400.00	\$ 437.80	\$ 33.33	\$ 33.33	\$ 33.32	\$ 537.79	\$ 44.60	\$ 44.60	\$ 622.39
TOTAL ROL				\$ 292.95	\$ 3,100.00	\$ 3,392.95	\$ 258.33	\$ 233.33	\$ 258.23	\$ 4,142.85	\$ 345.65	\$ 345.65	\$ 4,488.50

PRESUPUESTO MENSUAL DE PERSONAL													
N°	DEPTO	CARGO	IESS APOORTE PERSONAL 9.45%	SALARIO NETO	INGRESO REAL MENSUAL				COSTO ADICIONAL PATRONAL			COSTO POR EMPLEADO	
					SALARIO BASE	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	FONDO DE RESERVA 8.33%	TOTAL INGRESOS	IESS APOORTE PATRONAL 11.15%	TOTAL ADICIONAL		
ADMINISTRATIVOS	1	Administración	Event Planner 1	\$ 56.70	\$ 600.00	\$ 656.70	\$ 50.00	\$ 33.33	\$ 49.98	\$ 790.01	\$ 66.90	\$ 66.90	\$ 856.91
	2	Administración	Event Planner 2	\$ 56.70	\$ 600.00	\$ 656.70	\$ 50.00	\$ 33.33	\$ 49.98	\$ 790.01	\$ 66.90	\$ 66.90	\$ 856.91
	3	Administración	Contabilidad	\$ 47.25	\$ 500.00	\$ 547.25	\$ 41.67	\$ 33.33	\$ 41.65	\$ 663.90	\$ 55.75	\$ 55.75	\$ 719.65
OPERATIVOS	4	Servicio	Montaje 1	\$ 47.25	\$ 500.00	\$ 547.25	\$ 41.67	\$ 33.33	\$ 41.65	\$ 663.90	\$ 55.75	\$ 55.75	\$ 719.65
	5	Servicio	Montaje 2	\$ 47.25	\$ 500.00	\$ 547.25	\$ 41.67	\$ 33.33	\$ 41.65	\$ 663.90	\$ 55.75	\$ 55.75	\$ 719.65
	6	Servicio	Housekeeping 1	\$ 47.25	\$ 500.00	\$ 547.25	\$ 41.67	\$ 33.33	\$ 41.65	\$ 663.90	\$ 55.75	\$ 55.75	\$ 719.65
	7	Servicio	Housekeeping 2	\$ 47.25	\$ 500.00	\$ 547.25	\$ 41.67	\$ 33.33	\$ 41.65	\$ 663.90	\$ 55.75	\$ 55.75	\$ 719.65
TOTAL ROL				\$ 349.65	\$ 3,700.00	\$ 4,049.65	\$ 308.33	\$ 233.33	\$ 308.21	\$ 4,899.53	\$ 412.55	\$ 412.55	\$ 5,312.08

Anexo 5: Logo Glamping Events



Anexo 6: Paleta de colores Glamping Events



9. Referencias

- ARTEAGA, A. (2021). *Salud Holística* . Retrieved from <https://www.saludholistica.com/que-es-la-salud-holistica/>
- Banco Central del Ecuador . (2020, Nov). *Banco Central del Ecuador* . Retrieved from <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1394-la-economia-ecuatoriana-se-recuperara-3-1-en-2021>
- Ecuador Cifras . (2021). *Encuesta Nacional del Empleo, Desempleo y Subempleo*. Retrieved from <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/POBREZA/2020/Diciembre-2020/Boletin%20tecnico%20pobreza%20diciembre%202020.pdf>
- INEC. (2021, Febrero). *Ecuador Cifras*. Retrieved from https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2021/Febrero-2021/202102_Mercado_Laboral.pdf
- INEC. (2021, Marzo). *INEC*. Retrieved from https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2021/Febrero-2021/202102_Mercado_Laboral.pdf
- Luz, Y. D. (2016, Agosto). *Entorno Turístico*. Retrieved from <https://www.entornoturistico.com/glamping-una-nueva-forma-de-hacer-turismo-de-naturaleza/>
- Ricamente* . (n.d.). Retrieved from *Ricamente - Bienestra Holístico*: <https://ricamente.net/bienestar-holistico/>