

**Estudio de Factibilidad para la Construcción de un Hospedaje Tipo  
Glamping en la Vereda la Argentina (Municipio de Villavicencio)**



Brayan Alexander Ortíz Herrera, Yennifer Eliana Moya Bermudez,

Abril 2022.

Universidad Antonio Nariño

Facultad de Ingeniería Industrial

Programa Ingeniería Industrial

**Estudio de Factibilidad para la Construcción de un Hospedaje Tipo  
Glamping en la Vereda la Argentina (Municipio de Villavicencio)**

Brayan Alexander Ortíz Herrera, Yennifer Eliana Moya Bermudez,

Abril 2022

Universidad Antonio Nariño

Facultad de Ingeniería Industrial

Programa Ingeniería Industrial

**Notas del autor**

Brayan Alexander Ortiz Herrera, Facultad de Ingeniería Industrial,

Universidad Antonio Nariño, Villavicencio.

Jennifer Eliana Moya, Facultad de Ingeniería Industrial, Universidad

Antonio Nariño, Villavicencio.

## **Nota de Aceptación**

**Ing. Nancy Esperanza Saray Muñoz**  
JURADO CALIFICADOR1

---

**Ing. Daniela Saldaña Requiniva**  
JURADO CALIFICADOR 2

---

**Ing Diego Ferney Garcia Orjuela**

Nombre y firma Comité Trabajo de Grado

---

## **Dedicatoria**

A mis padres Elías y Gladys quienes con su apoyo, esfuerzo y amor me han permitido cumplir hoy un sueño más en mi vida, gracias por inculcarme la valentía y esfuerzo, para poder vencer cada una de las adversidades porque Dios está conmigo siempre.

A mis hermanos Alejandra y Santiago por sus consejos y apoyo incondicional, durante todo el proceso de estudios y por estar en todo momento, gracias.

Finalmente agradezco a todos mis compañeros de estudio, por apoyarme cuando más lo necesitaba, por su paciencia y extender la mano en momentos que más lo necesité, porque con cada consejo y palabras de aliento hicieron de mí una mejor persona.

**Yennifer Eliana Moya Bermudez**

“Dedico este trabajo a mi familia que son la base de este proceso de formación que con mucho amor y apoyo estuvieron incondicionalmente.

También a Dios que me da la salud y bienestar para afrontar todos los desafíos en este ciclo de mi vida”.

**Brayann Alexander Ortiz Herrera**

## **Agradecimientos**

Agradecimientos a Dios todo poderoso por permitirnos avanzar con éxito en esta nueva etapa. A la Universidad Antonio Nariño “UAN” por brindarnos la oportunidad de superarnos como profesionales y como persona para aportar a la sociedad nuestros conocimientos.

A los tutores de la UAN por aportarnos sus conocimientos y experiencias en todas y cada una de las áreas de esta formación

## **Resumen**

En los últimos años, el turismo conocido como ecoturismo basado en el desarrollo sostenible, lo cual permite la conservación y la sostenibilidad de la mayoría de áreas naturales, adicionalmente que pretende favorecer al desarrollo turístico mediante actividades relacionadas con el turismo de naturaleza el cual hace parte de la llamada economía naranja lo cual ha permitido la aparición de nuevas oportunidades laborales y un mayor crecimiento económico para el sector, así como la diversificación del mismo convirtiéndola en una alternativa de preservación, al existir varias modalidades del turismo, las cuales han tenido alta aceptación especialmente en el sector internacional en el marco de la exportación de servicios turísticos, lo cual representa ingresos para los países que deciden implementarlo en sus áreas naturales.

El presente proyecto pretende determinar la viabilidad de construir un alojamiento tipo glamping, para ello se realizó un estudio en profundidad que determine la rentabilidad de esta idea de negocio, ofreciendo nuevos servicios y variantes al ecoturismo, para ello se realizó una búsqueda exhaustiva de información secundaria, para generar el marco referencial de desarrollo del proyecto, el cual permitió generar el diseño metodológico con el fin de obtener dar respuesta a los objetivos planteados. Por eso el glamping a implementar en la vereda la Argentina, ha creado paquetes turísticos para las personas que visitan el lugar, esto se ha hecho con el fin de que puedan conocer al máximo todos los servicios que se ofrecen y puedan salir de la monotonía que brinda un hotel campestre convencional, por ello se ha implementado actividades de relajación para que tenga una experiencia única. El principal objetivo del presente proyecto fue la realización de los diversos estudios, económico, técnico y financiero, los cuales permitieron determinar la factibilidad de realizar este tipo de alojamiento para los estratos 3, 4 y 5 respectivamente.

**Palabras claves:** *Glamping, turismo, naturaleza, sostenibilidad.*

## **Abstract**

In recent years, tourism known as ecotourism based on sustainable development, which allows the conservation and sustainability of most natural areas, in addition to promoting tourism development through activities related to nature tourism which is part of the so-called orange economy, which has allowed the appearance of new job opportunities and greater economic growth for the sector, as well as its diversification, making it an alternative for preservation, as there are several forms of tourism, which have been highly accepted. especially in the international sector within the framework of the export of tourist services, which represents income for the countries that decide to implement it in their natural areas.

This project aims to determine the feasibility of building a glamping type accommodation, for this an in-depth study was carried out to determine the profitability of this business idea, offering new services and variants to ecotourism, for this an exhaustive search for secondary information was carried out. , to generate the referential framework for the development of the project, which allowed the generation of the methodological design in order to obtain a response to the proposed objectives. That is why the glamping to be implemented in the village of Argentina has created tourist packages for the people who visit the place, this has been done so that they can get to know all the services that are offered as much as possible and can get out of the monotony that offers a conventional country hotel, for this reason relaxation activities have been implemented so that you have a unique experience. The main objective of this project was to carry out the various studies, economic, technical and financial, which allowed determining the feasibility of carrying out this type of accommodation for strata 3, 4 and 5 respectively.

**Keywords:** *Glamping, tourism, nature, sustainability.*

## Tabla de Contenido

|   |           |
|---|-----------|
| <b>Introducción.....</b>  | <b>1</b>  |
| <b>Planteamiento del Problema.....</b>                                    | <b>3</b>  |
| Descripción del Problema.....   | 5         |
| Formulación del Problema .....  | 6         |
| <b>Justificación .....</b>  | <b>7</b>  |
| <b>Objetivos.....</b>   | <b>9</b>  |
| General.....  | 9         |
| Específicos .....   | 9         |
| <b>Marco Referencial .....</b>  | <b>10</b> |
| <b>Antecedentes .....</b>   | <b>10</b> |
| Internacionales .....   | 10        |
| Inglés.....   | 15        |
| Nacionales .....  | 18        |
| Local.....  | 19        |
| <b>Marco Teórico .....</b>  | <b>20</b> |
| Historia del Glamping .....   | 20        |
| Situación Actual del Turismo en Colombia .....                            | 21        |
| Herramienta de Análisis PESTEL .....                                      | 22        |
| Estrategia Innovadora para el Desarrollo del Turismo Rural: Glamping..... | 23        |
| Desarrollo rural Sostenible .....   | 24        |
| Nuevas modalidades de alojamiento.....                                    | 25        |
| Conceptualización de la Práctica de Glamping .....                        | 27        |
| Políticas turísticas .....  | 28        |
| <b>Marco Conceptual.....</b>  | <b>29</b> |
| Agroturismo.....  | 29        |
| Alojamiento Turístico.....  | 29        |
| Camping.....  | 29        |
| Construcción Sostenible .....   | 29        |
| Ecoturismo.....   | 30        |
| Glamour .....   | 30        |
| Glamper .....   | 30        |
| Glamping.....   | 30        |
| Hospitalidad.....   | 31        |
| Innovación .....  | 31        |
| Investigación de Mercados .....   | 31        |
| Lujo .....  | 31        |
| Turismo.....  | 32        |
| Turismo de Experiencias .....   | 32        |
| Turismo de Naturaleza.....  | 32        |

|  |                  |
|--|------------------|
| Turismo verde.....   | 32               |
| <b>Marco Geográfico .....</b>  | <b>33</b>        |
| <b>Marco Legal.....</b>  | <b>34</b>        |
| <b><i>Diseño Metodológico .....</i></b>  | <b><i>38</i></b> |
| <b>Tipo y Enfoques de Investigación.....</b>   | <b>38</b>        |
| <b>VARIABLES DE MEDICIÓN .....</b>   | <b>38</b>        |
| <b>Recolección y Análisis de Datos.....</b>  | <b>39</b>        |
| Observación.....   | 39               |
| Revisión de Plataformas .....  | 40               |
| Análisis documental.....   | 40               |
| <b><i>Desarrollo del Proyecto.....</i></b>   | <b><i>41</i></b> |
| <b>Estudio de Mercado para la Determinación del Tipo de Consumidor, la Demanda, la Oferta y la Estrategia Comercial .....</b>                                      | <b>41</b>        |
| Análisis del Macro Entorno.....  | 41               |
| Variable Política .....  | 43               |
| Variable Económica .....   | 44               |
| Variable Social .....  | 44               |
| Variable Tecnológica.....  | 45               |
| Variable Ecológica.....  | 46               |
| Variable Legal .....   | 46               |
| Análisis del Micro Entorno.....  | 48               |
| Análisis Del Mercado Microeconómico PORTER.....  | 48               |
| Análisis de la Oferta -Benchmarking.....   | 51               |
| Análisis de la Competencia: Benchmarking .....   | 53               |
| Análisis Benchmarking de los Competidores Directos.....  | 53               |
| Aparición de los Glamping Seleccionados en las Plataformas de Alojamiento.....   | 54               |
| Comparación de los Glamping en la Plataforma Booking.....  | 54               |
| Análisis Benchmarking de los Competidores Indirectos .....   | 60               |
| Análisis del comportamiento de los mercados y de los consumidores de Glamping, .....   | 64               |
| <b>Estudio Técnico para la Identificación de las Necesidades que establecen el Tamaño del Proyecto, de Instalaciones, Personal, Equipos e Insumos Idóneos.....</b> | <b>67</b>        |
| Macro Localización .....   | 67               |
| Micro Localización .....   | 67               |
| Identificación y Descripción de los Procesos .....   | 67               |
| Caracterización y Diseño del Producto/Servicio .....   | 68               |
| Actividades de Recreación Deportiva Ofertadas .....  | 71               |
| Estructura de Paquetes Turísticos .....  | 73               |
| Descripción del Proceso Productivo o Prestación del Servicio .....   | 73               |
| Organigrama.....   | 73               |
| Descripción de Cargos .....  | 74               |
| <b>Determinación de la Factibilidad Económica de la Construcción del Servicio de Hospedaje Tipo Glamping en el Predio Ubicado en la Vereda la Argentina .....</b>  | <b>80</b>        |
| Cuantificación de la Inversión Requerida, Ingresos y Egresos a Través de la Proyección de Flujos de Efectivo .....   | 80               |

|  |           |
|--|-----------|
| Estado de Pérdidas y Ganancias .....   | 84        |
| Análisis de la Viabilidad Financiera .....   | 84        |
| Financiación .....   | 86        |
| Determinar los Costos utilizando la TIR (Tasa Interna de Retorno) y el VPN (Valor Presente Neto) ... | 88        |
| <b>Conclusiones</b> .....  | <b>90</b> |
| <b>Recomendaciones</b> .....   | <b>92</b> |
| <b>Lista de referencias</b> .....  | <b>93</b> |
| <b>Anexos</b> .....  | <b>98</b> |

## Lista de Tablas

|   |    |
|---|----|
| <b>Tabla 1.</b> Normas Legales .....  | 34 |
| <b>Tabla 2.</b> Variables de Medición .....   | 39 |
| <b>Tabla 3.</b> Analisis de Macro Entorno .....   | 41 |
| <b>Tabla 4.</b> Aparición de los Glamping Seleccionados en las Plataformas de Búsqueda .....        | 54 |
| <b>Tabla 5.</b> Glamping en Plataforma Booking .....  | 55 |
| <b>Tabla 6.</b> Glamping referenciados en Plataformas Airbnb.....                                   | 55 |
| <b>Tabla 7.</b> Glamping referenciados en Plataformas Trpavisor.....                                | 56 |
| <b>Tabla 8.</b> Servicios Prestados por los Glamping y Evaluados n las Tres Plataformas .....       | 56 |
| <b>Tabla 9.</b> Analisis Comparativo Entre los Competidores Indirectos.....                         | 61 |
| <b>Tabla 10.</b> Procesos a desarrollar en la Prestación del Servicio de Glamping .....             | 73 |
| <b>Tabla 11.</b> Descripción del Cargo de Recepcionista .....                                       | 74 |
| <b>Tabla 12.</b> Perfil del Cargo Coordinador Administrativo y Operativo.....                       | 75 |
| <b>Tabla 13.</b> Perfil del Gerente .....   | 75 |
| <b>Tabla 14.</b> Descripción del Perfil del Coordinador de Mercado .....                            | 76 |
| <b>Tabla 15.</b> Perfil del Operador de Mantenimiento .....   | 77 |
| <b>Tabla 16.</b> Perfil del Cargo de Guia .....   | 77 |
| <b>Tabla 17.</b> Cargo de Operario de Seguridad.....  | 78 |
| <b>Tabla 18.</b> Oferta de Servicios.....   | 79 |
| <b>Tabla 19.</b> Total de Activos Fijos y de Operación .....  | 80 |
| <b>Tabla 20.</b> Costos Fijos Mensuales en la Implementación del Glamping.....                      | 83 |
| <b>Tabla 21.</b> Gastos Variables Mensuales .....   | 83 |
| <b>Tabla 22.</b> Total de Activos Fijos y de Operación .....  | 84 |
| <b>Tabla 23.</b> Precios Glamping.....  | 85 |
| <b>Tabla 24.</b> Proyección de Ocupación, Horizonte Cinco Años .....                                | 85 |
| <b>Tabla 25.</b> Estado de Perdidas y Ganancias Proyectado para el Primer Año .....                 | 86 |
| <b>Tabla 26.</b> Estado de Perdidas y Ganancias proyectado para el Segundo Año .....                | 87 |
| <b>Tabla 27.</b> Proyección del Estado de Perdidas y Ganancias Proyectado para el Primer Año .....  | 87 |
| <b>Tabla 28.</b> Proyección del Estado de perdidas y Ganancias proyectado para el Segundo Año ..... | 87 |
| <b>Tabla 29.</b> Proyección de perdidas y Ganancias del Segundo Año.....                            | 88 |
| <b>Tabla 30.</b> Retorno de Inversión.....  | 89 |

## Lista de Figuras

|   |    |
|---|----|
| <b>Figura 1.</b> Ubicación de la Vereda la Argentina .....    | 33 |
| <b>Figura 2.</b> Diseño de Domo Geodésico.....                | 69 |
| <b>Figura 3.</b> Unión de los Herrajes y Conectores.....      | 69 |
| <b>Figura 4.</b> Diseño de Ventana del Domo .....             | 70 |
| <b>Figura 5.</b> Glamping Basico.....                         | 71 |
| <b>Figura 6.</b> Organigrama Proyectado para la Empresa ..... | 74 |

## **Lista de Anexos**

|  |    |
|--|----|
| Anexo. A. Diagrama Blue print de servicios ..... | 98 |
|--|----|

## **Introducción**

El término glamping, es un anglicismo que nace de la unión de “glamour” y “camping”, se trata de una modalidad turística que combina la naturaleza y el lujo, ofreciendo una escapada en completo contacto con la naturaleza, pero sin renunciar a las comodidades de un hotel de cinco estrellas (Paradelo, 2013).

Es una de las tendencias más demandadas en el sector turístico, cada día cuenta con más seguidores, es una modalidad turística, reciente y en pleno desarrollo, realmente cuenta con una historia que se remonta a hace más de un siglo, es una práctica que nació en el S. XIX con los ricos occidentales que viajaban a África, puesto que ellos buscaban y hacían que sus viajes fueran lo más cómodo y lujoso posible (Casarbol, 2014).

En Villavicencio, existen seis glamping, cuatro de ellos ubicados en veredas aledañas al municipio, especialmente en terrenos de abrupta topografía, donde los huéspedes tienen la fortuna de divisar paisajes de exuberante belleza, de allí surge la idea de proponer un tipo de negocio que permita el disfrute de la naturaleza y genere a su vez ingresos familiares, aprovechando que hay un terreno disponible para la posible apertura de este tipo de alojamiento.

Para el desarrollo de este proyecto, se trazaron tres objetivos a alcanzar, el primero fue la realización de un estudio de mercado que permitió determinar el tipo de consumidor, analizar la demanda, oferta y la posible estrategia comercial, para lo cual se utilizó el análisis del macroentorno y microentorno, utilizando como herramientas Pestel y las cinco fuerzas de Porter; En el estudio técnico se identificaron las necesidades las cuales permitieron establecer el tamaño del proyecto en cuanto a instalaciones, personal, equipos e insumos idóneos para llevar a cabo

las actividades, y por último el estudio económico determinó el presupuesto de gastos, una previsión de ingresos y un flujo de caja, lo cual determinó la viabilidad del proyecto.

### **Planteamiento del Problema**

Hoy el mundo enfrenta un gran desafío producto de la emergencia de un virus, el COVID-19, caracterizado por su transnacionalización y rápida propagación, declarado en enero de 2020 como pandemia por la Organización Mundial de la Salud, lo cual, no solo ha representado un reto para la comunidad científica, sino para los gobiernos a nivel mundial, los sistemas de salud, la población en general y los sistemas económicos, surgiendo tensiones geopolíticas, sociales y comerciales, lo que se traduce en una incertidumbre generalizada en todos los niveles de la sociedad (Pulido Arbelaez & Cabello Beltrán, 2020).

Colombia al igual que la mayoría de los países tomo acciones para fortalecer la economía ante la salida del confinamiento, las cuales incluye el apoyo a la microempresa y al emprendimiento, para ello el gobierno ha destinado fondos, los cuales son manejados por los entes gubernamentales y exigen el cumplimiento de requisitos para poder acceder a ellos, las medidas tomadas durante la pandemia causaron afectación a diversos sectores económicos, entre ellos al turismo, el cierre de aeropuertos y de sitios de ocio entre ellos los alojamientos (Asociación Hotelera y Turística de Colombia, 2020)

Teniendo en cuenta las cifras que maneja Cotelco, en el periodo del 7 al 15 de marzo del año 2020, en cuanto a ocupación hotelera en Colombia fue de 49,8%, con lo cual se observa una caída de 6,6 %; así como la disminución en los ingresos de los diversos alojamientos en 11.4%, lo cual se manifiesta en una pérdida de 140.000 millones de pesos por cancelaciones en hospedaje y eventos. (Asociación hotelera y turística de Colombia, 2020).

Luego de la apertura de establecimientos y la posibilidad de viajar libremente, el sector turismo intenta reactivarse y crecer a través de paquetes turísticos, con ofertas y alternativas de turismo, entre ellos la posibilidad del turismo sostenible, con actividades enfocadas en proteger la riqueza natural y cultural del país, como lo es el avistamiento de aves, paisajismo, buceo, pesca, hiking, trekking, canyoning, parapente, glamping, fincas, cabalgatas y senderismo entre otras; es de anotar que Colombia, sigue siendo un destino vigente y relevante para el mundo, lo cual quedó demostrado con recientes noticias de medios prestigiosos como The New York Times, Lonely Planet o Forbes México, que lo incluyeron en sus listados de lugares imperdibles para 2021. (Santoro, 2021)

En el estudio realizado por el Ministerio de comercio sobre la información de los perfiles departamentales del Meta, se observa que hay un crecimiento en cuanto al turismo se refiere en la ciudad de Villavicencio y el departamento, se incrementó la llegada de turistas extranjeros y Nacionales, así como la pernoctación de visitantes internos a sitios de alojamiento como lo es el glamping; hay un crecimiento del ecoturismo y un vacío en la oferta de servicios turísticos de hospedaje de este tipo, dado el auge de estos sitios por su alta demanda (Mincomercio, 2021).

Actualmente el municipio de Villavicencio no cuenta con la suficiente infraestructura de tipo glamping, para tener acceso a este tipo de hospedaje, por lo general se debe hacer reserva con anticipación, hasta de 3 meses, dada la alta demanda y además es de anotar que sólo existe 5 sitios de este tipo de alojamiento.

## **Descripción del Problema**

Muñoz, G. & Rojas D. (2019) sostienen que la mayoría de vacaciones al aire libre, pero con glamour, es decir que exista lujo y el confort, de allí que el glamping, es una palabra derivado del glamour y camping, es realizar camping con algo de comodidad extra, rodeado de un ambiente natural, lo cual es una ocasión de provecho para los dueños de o cual genera un alto valor agregado para los destinos turísticos, convirtiéndose en una oportunidad de negocio para los propietarios de los predios.

En la ciudad de Villavicencio existen sólo registrados cinco sitios o fincas que decidieron dedicarse al hospedaje en glamping, los cuales están ubicados en las áreas rurales del municipio, como vereda El Carmen, donde hay dos predios dedicados a este tipo de hospedaje, en la vereda la Llanerita un predio junto con la vereda Buenos Aires y vereda la Reforma vía Puerto López; cuyos costos de sólo hospedaje sin acceso a alimentación oscilan entre \$160 y 500.000 la noche por pareja, de acuerdo al lujo y/o confort que posea cada glamping, como carpas de lujo, Jacuzzi e internet entre otros; el confort es regulado por la Norma Técnica Sectorial Colombiana 006 (Gil Castro, 2020).

Es de anotar que algunos glamping se encuentran clasificados igual que los hoteles con estrellas, lo cual corresponde a un identificativo de servicios e instalaciones que el hotel pone a disposición del huésped, entre mayor número de estrellas tiene son mayores los servicios a disposición para los clientes.

En este caso la ubicación donde se tiene proyectado, el desarrollo del Glamping, corresponde a la vereda la Argentina, sitio con diversidad de espacios naturales que aún no han

sido considerados para desarrollar este tipo de actividades, sus pobladores están dedicados a cultivos de pan coger (subsistencia) y comercio en pequeña escala a través de tiendas que ofrecen productos como desayunos, gaseosas y jugos para los visitantes que realizan actividades de caminata o deportivas, por lo cual la actividad turística representaría un apoyo a dicha economía y el conocimiento de las áreas turísticas existentes en la vereda.

En el municipio de Villavicencio se han adquirido nuevas oportunidades de turismo que aportan al desarrollo de la ciudad, pero aún así esta se sigue quedando corta en cuanto a la innovación del sector hotelero, es por esto que se propone una nueva modalidad de hospedaje especialmente para la vereda la Argentina, al aire libre, una alternativa de turismo y hospedaje diferente. De acuerdo con lo anterior, se decide buscar un lugar cercano y de fácil acceso tomando como punto de referencia Villavicencio que es donde llegan principalmente los turistas tanto regionales, nacionales e internacionales, pero buscando que a la vez fuera un lugar en medio de la naturaleza, el cual esté lejos del ruido y de los afanes de la ciudad.

### **Formulación del Problema**

¿Es viable construir un sitio al aire libre con las comodidades de un hotel a los turistas en la ciudad de Villavicencio en la vereda La Argentina?

## **Justificación**

El presente proyecto se realiza con el fin de determinar la viabilidad de la construcción de un alojamiento tipo glamping en la vereda La Argentina, siendo esta una idea de negocio perteneciente al turismo, por lo cual, se hizo necesario la realización del presente estudio, lo cual determinó el grado de aceptabilidad del proyecto en la ciudad de Villavicencio, así como establecer el tamaño, inversión, rentabilidad y demás requisitos que influyen en la viabilidad de la puesta en marcha de este alojamiento.

El presidente de la República, Iván Duque, ha reiterado en ocasiones el apoyo a la industria turística por ser uno de los sectores que más recursos genera para la economía colombiana. “El turismo debe ser un nuevo petróleo para Colombia en términos de ingreso, en términos de inversión, en términos de movilización, de divisas y además, unido con tantas riquezas que tiene nuestro país”, manifestó el mandatario en su intervención (Anato, 2020).

De igual manera el Plan de Desarrollo de Villavicencio 2020 -2023, dentro de sus objetivos, está el promover y acompañar el desarrollo de negocios verdes como dinamizadores de la economía local y dentro de ellos se localiza este tipo de proyectos de desarrollo turístico, de tipo ecológico, por ende, la tendencia del Glamping en la ciudad de Villavicencio, puede llegar a generar un gran valor para el crecimiento y desarrollo económico y turístico de la ciudad, proporcionando así un gran beneficio para la calidad de vida presente y futura de la comunidad, las nuevas prácticas de este tipo de servicios provocan una demanda de hoteles o zonas para acampar en las ciudades turísticas, que sean adaptadas a las preferencias de cada persona que viaja (Harman Ortiz, 2020).

Por otro lado, el turismo de naturaleza hace parte de la bioeconomía, vinculándose a la Política Nacional de Crecimiento Verde elaborada en el 2018, como un subsector que promueve oportunidades económicas basadas en la riqueza del capital natural, derivado de la bioeconomía y de los servicios sostenibles provenientes de recursos naturales (Ministerio del Medio Ambiente, 2020).

## **Objetivos**

### **General**

Realizar un estudio de viabilidad para la construcción de un hospedaje tipo glamping en la vereda la Argentina

### **Específicos**

- Elaborar un estudio de mercado donde se identifique el tipo de consumidor, demanda, oferta y estrategia comercial.
- Realizar el estudio técnico que permita identificar las necesidades para establecer el tamaño del proyecto de instalaciones, personal, equipos e insumos idóneos para llevar a cabo las actividades.
- Determinar la factibilidad económica de la construcción del servicio de hospedaje tipo glamping en el predio ubicado en la vereda la Argentina.

## **Marco Referencial**

### **Antecedentes**

Se realiza una búsqueda de información referente al modelo de negocio que se plantea en la presente investigación y se discrimina en documentos Internacionales, Nacionales en Ingles y Locales.

### ***Internacionales***

Tschrister (2018) en su tesis de grado titulada, “Glamping como estrategia de diversificación de la oferta de alojamiento de la localidad de Sierra de la Ventana”, es un estudio exploratorio con un enfoque cualitativo, fundamentado en un proceso donde las premisas generales apoyan la conclusión para luego generar teoría, para concluir que Sierra de la Ventana es un destino turístico consolidado dentro de la Provincia de Buenos Aires, es favorecida por su ubicación geográfica, es la localidad de la Comarca que genera mayor flujo de turistas, a su vez, es la localidad que concentra la más amplia y variada oferta de alojamientos hoteleros y extrahoteleros.

Muñoz & Naula (2021) “Estudio de factibilidad para la implementación de Glamping en Pondo Wasi, parroquia Angochagua, Imbabura, Ecuador”. En este estudio se identificó el perfil del viajero y con el estudio de mercado lo que ellos quieren y desean encontrar en su viajes, así mismo se realizó la estructura organizacional y administrativa iniciando con la misión, visión, políticas y valores, las cuales se alcanzaron con trabajo mancomunado y dirigido por un jefe, se realizó un análisis de los rivales de mercado para identificarlos y conocer sus servicios y así plantear un valor agregado diferente, este glamping es único en su clase por dar a conocer en su

lugar y esencia las tradiciones de la cultura andina. El estudio financiero realizado con la puesta en marcha de todas las herramientas financieras, donde la inversión del proyecto será de 58,761,96 donde el 39% es capital propio y el 61% financiado, por lo cual la idea del negocio es factible y rentable, se recupera la inversión cuando tenga cinco años de funcionamiento, donde se obtuvo una tasa de retorno de 16.97% y un valor neto de 12,555,75 Dólares.

Sánchez & Sidorkevich (2018) Glamping Lauquen Domos. En este proyecto, se decidió “Realizar un nuevo tipo de alojamiento turístico categorizado como Glamping en el Parque Nacional Laguna Blanca”, para ello se basó en datos estadísticos de las visitas realizadas al área de protección natural, con lo cual se comprueba la alta presencia de turistas, por ello, es necesario buscar nuevas alternativas para darle un nuevo valor agregado diferente de los demás alojamientos. El Parque mencionado, uno de sus mayores atractivos es el avistamiento de flora y fauna, lo cual es su fuerte para ser seleccionado al momento de realizar una visita, en este sitio se une el poder de descansar en un área protegida, la Patagonia es un polo turístico muy importante de Argentina, con lo cual este emprendimiento se espera sea uno de los más visitados y solicitados de la región y del país.

Mejía (2016). “Estudio de factibilidad para la creación de un campamento para fomentar el turismo Glamping en el cantón Gualaceo, Azuay”. En este proyecto se determinó la factibilidad de implementar no solo hospedaje, alimentación y spa, junto con actividades de deporte acuático y pesca deportiva, el servicio está dirigido a toda clase de clientes nacionales y extranjeros, con el estudio financiero se constató que el negocio es factible y rentable, el retorno de la inversión se hará en dos años seis meses, con Tasa del 64% proyectado a 5 años, donde se

genera una utilidad de \$2,22 por dólar invertido. Cuando se realizó el estudio de mercado el proyecto tuvo una aceptación del 100%.

Chavéz & Montesdeoca (2018). El glamping como alternativa de alojamiento comunitario de Pukyu pamba, cantón Ibarra. El presente trabajo busca fortalecer el desarrollo de la comunidad para mejorar sus economías a través de un camping comunitario, para conocer los gustos, necesidades de los turistas, se realizaron encuestas a turistas nacionales y extranjeros, donde se les propuso la implementación y construcción de tres tipos de alojamiento glamping, ecodomas, casas del árbol y cabañas alpinas, acordes con el medio natural del lugar manteniendo la ideosincracia y cultura de sus pobladores, vinculando a los lugareños y huéspedes a la rutina diaria de la comunidad, el estudio financiero muestra el presupuesto a invertir y el tipo de financiación, con lo cual la comunidad conoce la inversión para implementar este tipo de alojamiento.

Granda (2021). “Camping de Lujo y la Incidencia en el Flujo Turístico de la Finca la Clarita, parroquia de Papallacta, provincia de Napo”. El tipo de investigación utilizada fue descriptiva y cuantitativa, se aplicó 246 encuestas, con el análisis realizado se comprobaron las hipótesis alternativas, además se conoció la forma de pensar de los futuros huéspedes frente a las variables seleccionadas, los resultados arrojaron un 92.2% desean un tipo glamping domo, el 78,9% le gustaría alojarse con su mascota, el 54,1% quiere servicio puerta a puerta desde la casa al glamping, el 86.2% desea realizar acciones rodeadas de naturaleza y el 73.6% desea tener servicio de alimentación. Para la variable flujo turístico, el 93,5% está muy de acuerdo en viajar desde Quito para llegar a glamping, el 93.1% opina que un alojamiento de este tipo mejora la

estética de la iglesia, al ser lujoso, la conclusión a la que llegó el estudio es que un glamping construido de manera lujosa aumenta la afluencia de turistas, pero se sugiere realizar el estudio de factibilidad.

Velásquez (2017) Análisis del segmento turístico LGBTI internacional para propuesta de un certificado de calidad para establecimientos de servicios de hospitalidad. Esta investigación analiza al turista LGBTI al igual que en la mayoría de estudios sus necesidades, lo que quieren encontrar cuando deciden viajar. Una de las principales razones fundamentales fue la de conocer cuales eran los sitios preferidos y más visitados por LGBTI sin olvidar los servicios que ofrecen dichos sitios. De igual manera se tomó en consideración y se observó los certificados internacionales LGBTI esto para construir una certificación propia de Ecuador que en determinado momento certifique las tendencias gay-friendly. Para la realización de este trabajo de tesis se realizó mediante el correspondiente estudio de viabilidad, iniciando por el estudio de mercado utilizando como herramientas las encuestas y entrevistas a integrantes de la comunidad LGBTI, se visitó sitios y áreas gays, de igual manera se se analizó información de las redes sociales, lo cual permitiera definir el visitante LGBTI , así como las directrices requeridas para la elaboración del certificado gay-friendly, ésta información permitió crear el certificado para dichos establecimientos, los cuales tomaron en cuenta tres factores: políticas de empresa, grupo que labora y marketing.

Fernández (2020) Diseñando el futuro del turismo experiencial de lujo. Especial referencia al viajero chino. La realización de este trabajo, permitió retroceder por la línea del tiempo, revisando el estado del arte para concebir el concepto de Lujo hasta el momento actual,

con lo cual se dio respuesta a tres interrogantes que surgieron: como saber qué es el Lujo y si ha existido cambio de concepto, Qué se entiende por Turismo Experiencial de Lujo en la actualidad? y los retos futuros del Turismo Experiencial de Lujo, ello permite descubrir si existen cambios en la concepción de acuerdo al tiempo, las tendencias y cuales son las bases del Turismo Experiencial de Lujo, posteriormente se analizó los gustos y las preferencias del turismo chino.

Gallego (2017) Alojamientos sostenibles y economía colaborativa: un desafío para el futuro. Se analizó la afectación que ha tenido el turismo y de allí el surgimiento de negocios enfocados a la sostenibilidad y la economía colaborativa, las cuales constutuyen el eje de esta investigación. Por ello, se hace indispensable analizar los cambios que ha tenido el turismo y la tecnología en las ultimas decadas y cual ha sido la influencia sobre las tics. Desde que apareció el internet es rapido lo que se puede conocer y tener acceso a varios lugares, mostranto las bondades de cada alojamiento, lo cual corresponde a una economía colaborativa. La empresa Eco B & b, se ha dedicado a promocionar la sostenibilidad, especialmente para hospedajes situados en entornos naturales, si bien es ciertoque esta economía se consolida muy fuerte aún existe diversidad si realmente los alojamientos respetan el ambiente y en algunos casos se estan intentando crear bormas que regulen y asu vez restrijan estge tipo de alojamientos.

Mieles, Cabezas & Elizalde (2017). “Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa agroturística de camping para el desarrollo económico, social y turístico de la parroquia Cone, perteneciente al cantón Yaguachi”. La Parroquia Cone es un sitio con una excelente riqueza natural, con exhuberantes paisajes, pero en la región no hay presencia de una

Microempresa Agroturística de Camping que permita darle a la comunidad y a los visitantes un lugar donde los visitantes tengan acceso a una experiencia de contacto con el entorno natural e instruyendo acerca del respeto y cuidado al medio ambiente, especialmente en los jóvenes y adultos de diversas clases sociales, con la creación de la microempresa de Camping, se convierte en un medio para mostrar a la Parroquia Cone como un sitio donde se puede realizar actividades turísticas de ocio.

Mihalič & Kuščer (2021) La gestión del destino es primordial para la implementación del turismo sostenible centrado en la calidad de vida. La conciencia de sostenibilidad mal desarrollada ha dado lugar a una comprensión limitada del turismo sostenible, esta comprensión se concentra principalmente en tres pilares de la sostenibilidad, a saber, los recursos naturales, socioculturales y económicos. Los entornos naturales y socioculturales de un destino son recursos turísticos atractivos que pertenecen a las comunidades de destino, el exceso de turismo es un término mediático que refleja el crecimiento del turismo sin restricciones, lo que lleva al turismo de masas. El hacinamiento insostenible y los impactos indeseables en los recursos y las comunidades irritan a los residentes y afectan negativamente sus percepciones de calidad de vida.

Oliveros, Chávez & Bravo (2020) Análisis de sensibilidad del mercado turístico colombiano: parques nacionales naturales en un contexto de conflicto armado. La firma del acuerdo de paz con las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia que pondría fin al conflicto armado en 2016 ofrece posibilidades económicas para el país donde el turismo

representa una opción importante, especialmente en áreas naturales donde el gobierno ha recuperado el control, esto ha tenido un impacto en el crecimiento sostenido de la demanda turística. El objetivo de este estudio es determinar la sensibilidad del mercado turístico en Colombia y los parques naturales y su relación con la dinámica evolutiva del turismo, en un contexto de conflicto armado. Las variables relacionadas con los visitantes y el conflicto armado se asociaron mediante vectores autorregresivos, prueba de correlación y causalidad de Granger. Se encontró una correlación de  $-0,5474$  para el período acumulado de 1995 a 2018. También se determinó que el número de víctimas del conflicto armado es la causa Granger del número de visitantes a los parques naturales. El estudio concluye que la sensibilidad del turismo en los parques naturales en Colombia es consecuencia de la política de Estado para el cese parcial del conflicto armado interno.

Lohmann, et al. (2021) Turismo en Brasil: de la política, la desigualdad social, la corrupción y la violencia hacia la agenda turística brasileña 2030. Brasil ha perdido varias oportunidades únicas para colocarlo como un destino de renombre internacional. Desde la década de 1990, los esfuerzos para apoyar el desarrollo del turismo regional solo han logrado un éxito moderado, ya que la inestabilidad política, la violencia y la corrupción han afectado al turismo. La falta de un enfoque coordinado entre los distintos niveles de gobierno, la escasez de datos turísticos y una campaña de marketing supra gubernamental a largo plazo, entre otros factores, han significado que Brasil ha perdido varias oportunidades críticas en la década de 2010 para establecerse como un líder. destino turístico en el mercado global.

Brochado & Fernando (2019) ¿Qué hace que una experiencia de glamping sea excelente? Este artículo tiene como objetivo presentar los hallazgos empíricos de un estudio exploratorio que examinó las reseñas web de los turistas para identificar las dimensiones expresivas que describen la experiencia de estos viajeros. El concepto de camping ha cambiado con el tiempo, con nuevos nichos de mercado que atraen a los turistas sostenibles. Glamping - abreviatura de "camping glamoroso" - ofrece una manera de experimentar los aspectos positivos de acampar mientras se minimizan los negativos. Los resultados revelan que, cuando se evalúa la calidad de la experiencia a través del contenido generado por el usuario, parecen estar involucrados dos atributos: los elementos funcionales ofrecidos por los proveedores de servicios y los elementos emocionales de los consumidores.

Ibañez & Montealegre (2020) "Formulación de un Modelo de Negocio de Turismo de La Naturaleza por Medio de La Modalidad de Glamping en La Vereda El Otoño del Corregimiento de La Buitrera - Valle del Cauca". El tipo de Glamping va a tener un diseño domo geodésico dada las características del mismo, como lo es la más importante la resistencia, con este glamping se proyecta como servicio a los huéspedes una panorámica de Cali, actividades de ciclomontañismo y caminatas por senderos ecológicos, que permitan el avistamiento de fauna y flora. El estudio económico arrojó que el inversionista recuperaría la misma en un año de estar operando, adicionalmente la comunidad aledaña se beneficia desde el comienzo de la construcción hasta la operación normal y mantenimiento del proyecto, el factor ambiental se ve afectado por el proyecto por lo cual las medidas de manejo ambiental deberán ser implementadas

en su totalidad. Dentro de las herramientas utilizadas se encontró guía de buenas prácticas y PMBOK 6.

### *Nacionales*

Guio & Rojas (2019) “Propuesta de Diseño de una estructura para glamping en el aprovechamiento de las oportunidades de negocio para el sector turístico” Se realizó este trabajo como respuesta a la oportunidad innata que tiene el ecoturismo, aprovechando la diversidad de biocenosis del área, para la realización del diagnóstico e identificación de gustos, se tomo como referencia, el Hotel Refugio Rancho Tota el cual hace parte de la gran cadena de alojamientos afiliados a Decameron, el se encuentra junto al Lago de Tota en el sector de Llano Alarcón, Km 21 vía Sogamoso – Aquitania. Como resultado de este estudio se obtuvo las necesidades de diseño junto con su prototipo y un somero análisis técnico, el trabajo aún no está completo requiere de estudios posteriores para determinar la viabilidad de construir el mismo..

Romero (2020). Plan de negocios para la creación de una empresa de turismo glamping Hycata. El desarrollo del trabajo inició con un diagnóstico, donde se evaluo el mercado, los gustos, así mismo se identificó las causas del arribo de turistas a Colombia, así como la excesiva demanda por alojamientos en la última década. Así mismo se hizo acotaciones sobre los factores a tener en cuenta de como dar un producto teniendo en cuenta los intereses del cliente, de igual manera, se aplicó una encuesta descriptiva para confirmar la validez que tienen los clientes para la idea de negocio de esta índole.

Benavides, Merchán & Torres (2018) “Global Camping”, es una empresa que tiene como meta el desarrollo del turismo a través de un servicio comúnmente desconocido en la

región de Bogotá-Cundinamarca, para ello ha diversificado la oferta así como las vivencias de los turistas, recopilando datos sobre el turismo que ultimamente los usuarios han demostrado mayor interés como lo es el ecoturismo, lo cual representa para la empresa consolidar sus planes de turismo, ofreciendo nuevas alternativas al ofrecer atractivos planes de turismo, cuyo objetivo fuera la llegada de visitantes extranjeros que desean disfrutar de dichos planes, con lo cual se espera el incremento del sector económico al generarse empleos directos e indirectos, Global Glamping espera alcanzar metas en cinco años de un crecimiento alrededor del 16% aprox.

Gualdrón (2018) Diseño de una unidad de negocios sustentable de alojamiento tipo glamping para la marca Neblinas en la ciudad de Cali. En este estudio se parte de la necesidad que manifestaron los clientes del Restaurante Neblinas sobre la existencia de un sitio donde se pueda descansar, es por ello que este trabajo de grado se enfocó en compactar la estructura del diseño del glamping para la marca Neblinas en la ciudad de Cali, el nombre de este alojamiento será Faoa (niebla en Muisca) Glamping (FG) el cual se enfocó en un sector del mercado que le gusta la aventura y rodearse de naturaleza, por lo cual se hizo el correspondiente estudio de mercado, donde efectivamente se mostró la rentabilidad que tendrá el glamping a tres años.

### ***Local***

Guzmán & Portela (2018). “Plan de negocio para el desarrollo de infraestructura hotelera y turística en el municipio de Puerto López, Meta” en el desarrollo del presente trabajo se estudiaron todas las situaciones del municipio de Puerto López, en el departamento del Meta, para crear un proyecto de desarrollo sostenible, donde se involucre los recursos de la región en actividades atractivas para los visitantes del municipio, donde se concluye que el estudio de

mercado y el financiero muestran que el proyecto es viable con una estimación de ventas y ganancias en los primeros cinco años

Caballero (2017). Turismo rural en Villavicencio, caso vereda Buena Vista. En este trabajo se muestra el desarrollo del turismo de naturaleza en el área rural en Villavicencio- Meta, en la Vereda Buenavista, se le quiere dar otros usos al suelo rural, promocionando los deportes, como senderismo, caminatas, ciclomontañismo entre otros, es de alto apoyo estas actividades turísticas al generar ingresos para las economías rurales. El área rural del municipio de Villavicencio cuenta con hermosos paisajes, con pobladores que ofrecen servicios desde restaurantes, sitios de ocio, miradores turísticos, su participación en el turismo de la ciudad es alto, presenta varias alternativas de esparcimiento y encuentro con la naturaleza. Por ello, se realizó esta investigación para recoger información sobre las opiniones que tienen los visitantes sobre los sitios turísticos llamativos para los turistas y el turismo rural en la vereda.

## **Marco Teórico**

### ***Historia del Glamping***

La palabra glamping surge en África finalizando el siglo XIX por unos exploradores que hicieron de este continente un territorio abierto al turismo; pero el turismo se origina en la época de los Reyes siglos atrás, creaban necesidades para desplazarse de un lugar a otro, que estuvieran dentro de su reino o en caso contrario para someter nuevos pueblos o llevar sus tropas a la guerra. La tienda del Rey, era un sitio que se llevaba de un lugar a otro sobre la espalda de animales de carga, pero se trataba de llevar los lujos y atractivos que se tenían en palacio.

También es necesario recordar que en la antigüedad antes de cristo se utilizaron las carpas para ceremonias o actos culturales. (Guio Muñoz & Rosas Duitama, 2019)

En el medio oriente las primeras carpas para cargar los sultanes fueron diseñadas para sus viajes con sedas, bordados, alfombras y valiosos muebles fueron aportes realizados a lo que se conoce como glamping hoy en día. Uno de los ejemplos de viajar lo constituye el Sultán Solimán que viajaba con su ejército, comandándolos, él hacía la logística y la organización de cada una de sus carpas; en el libro de las mil y una noches se menciona la necesidad de de ter una carpa de lujo, la cual evolucionó y se conoce con el nombre de Glamping. (Linkedin.com, 2021)

### ***Situación Actual del Turismo en Colombia***

Actualmente en Colombia el turismo está siendo visto como un importante motor para el crecimiento de la económica, siendo además una opción para el aprovechamiento de algunas zonas que en algún momento estuvieron afectadas por el conflicto armado, el Gobierno Nacional en los últimos años ha generado políticas con el objetivo de consolidar más la actividad turística. Según este informe durante el año 2014y 2019, la llegada de turistas extranjeros a Colombia se triplico. En el año 2019 según la Organización Mundial de Turismo (OMT) se recibieron 18.200 turistas por cada 100.000 habitantes,las visitas a zonas protegidas y naturales se multiplicaron durante este periodo tras pasar de 1081.000 en el año 2012 a más de 3.650.000 en el año 2019. Colombia se ha venido posicionando en los últimos años como destino fuerte en las actividades de turismo. (Departamento Nacional de Planeación, 2019, pp. 639-640)

En el año 2012 se creó la Política de Turismo de Naturaleza, teniendo como propósito ampliar la oferta de productos turísticos baso el desarrollo sostenible y en el año 2013 la autoridad de Parque Nacionales Naturales (PNN) de la mano con el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, crearon un marco normativo y de lineamientos enfocados hacia la prestación de servicios ecoturísticos, con el objetivo de incluir a las comunidades locales y actores privados para la prestación de servicios de calidad y de conservación de la biodiversidad y valores culturales de las zonas protegidas que se encuentra ubicadas en el país. En el año 2019 en el mes de mayo fue que 39 de los 132 municipios del país fueron escogidos como destinos pilotos para recibir de la mano del MinCIT, el acompañamiento para la formulación de planes de acción para el desarrollo y fortalecimiento de turismo. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2022)

Cabe mencionar que estos destinos fueron clasificados como destinos emergentes. Además de los destinos turísticos, el sector hotelero también se ha beneficiado en los últimos años, de acuerdo con las estadísticas presentadas por el DNP entre los años 2012 y 2018 se aprobaron espacios en ciudades como Bogotá, Bolívar, Antioquia, Magdalena y Atlántico para la construcción de hoteles, sin mencionar la alta aprobación de licencias para esta misma actividad. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2022)

### ***Herramienta de Análisis PESTEL***

Herramienta de análisis estratégico se utiliza en la mayoría de estudios de mercado. (Guevara, Pérez y Quint (2014), Con esta herramienta se realiza una identificación de todos los

aspectos que le dan una imagen organizacional a las empresas teniendo en cuenta el sistema de tiempo y espacio.

Teniendo en cuenta a (2012), el análisis PESTEL identifica el macroentorno en el que se desenvuelve la empresa y la segunda función, es ofrecer datos e información para la organización de manera que la empresa predice situaciones futuras, los factores que se analizan son políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y por último legales.

### ***Estrategia Innovadora para el Desarrollo del Turismo Rural: Glamping***

El Turismo Rural es una modalidad del Ecoturismo (o Alternativo) que unido con el Turismo de Aventura son opciones que sirven para reducir los impactos que origina el continuo desplazamiento de personas a dichos sitios junto con la falta de respeto por el medio ambiente y las comunidades donde se lleva a cabo esta actividad, una forma de definir Turismo Rural “Son los viajes que tienen como propósito el realizar actividades de convivencia e interacción con una comunidad rural, en todas aquellas expresiones sociales, culturales y productivas cotidianas de la misma.” (González, 2017)

De acuerdo con la Organización Mundial de Turismo, el turismo rural es un tipo de actividad turística en la que la experiencia del visitante está relacionada con una amplia gama de productos generalmente relacionados con actividades basadas en la naturaleza, agricultura, estilo de vida, cultura rural, pesca y turismo; las actividades de turismo rural se desarrollan en áreas no urbanas (rurales) con las siguientes características: baja densidad de población, paisaje y uso de la tierra dominados por la agricultura y la silvicultura, estructura social y estilo de vida tradicionales. (Cáceres, 2021)

El turismo representa para las comunidades el fortalecimiento económico y social, así como oportunidades de ofrecer múltiples actividades rurales. El turismo adquiere una mayor importancia para la economía del país, especialmente desde que se está implementado los acuerdos de paz, esta actividad se ha convertido en la apuesta principal para la economía nacional (Moreno, 2016).

En Colombia el turismo necesita fortalecerse aún es muy pobre, especialmente en el sector rural, por lo cual se debe contar con la presencia y participación de los residentes de estos sectores, las actividades turísticas pueden realizarse junto con actividades agropecuarias. De allí la importancia de impulsar actividades en áreas rurales, con sostenibilidad ambiental, económica y social, teniendo en cuenta lo que buscan nuestros visitantes, pero se debe proteger siempre la comunidad anfitriona, por ello se debe tener en cuenta los ODS y apropiarlos acorde a las necesidades del desarrollo turístico rural. Para ello, se debe orientar a las comunidades en desarrollar actividades turísticas, cumpliendo con los requerimientos legales y sostenibles. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2022)

### ***Desarrollo rural Sostenible***

(Dane, 2018) “La disminución de la población rural se acentuará con el tiempo. Según el Centro Latinoamericano y Caribeño de Demografía (Celade) en su estudio de 2017, el 30 por ciento de los habitantes del país vivían en la ruralidad y, según estimaciones para el año 2050, tan solo el 13 por ciento de los colombianos seguirá haciéndolo”. Las migraciones del campo a la ciudad se dan por la búsqueda de oportunidades, de mejorar la calidad de vida, lo cual conduce aun desequilibrio tanto en la población rural como la urbana, por lo cual hay poca población

joven en el área rural, se pierde las relaciones sociales y desaparecen servicios en los dos sectores. (Dane, 2018) “la población total que vive en las zonas rurales, el 20 por ciento -es decir unos 2,2 millones de personas- son niños y jóvenes entre 10 y 19 años, mientras que cerca del 28 por ciento de los campesinos tienen más de 50 años”.

Para el (Ministerio de comercio, industria y turismo. , 2018) se debe revalorizar el sector rural, cuando se tienen políticas establecidas de desarrollo rural, se alcanzan metas para las comunidades en el entorno rural que viven y trabajan allí; la población del área rural enfrenta retos como ingresos más bajos que en la zona urbana, no cuentan con acceso a todos los servicios públicos; Pero esta zona suministra todas las materias primas y su incomparable valor como la naturaleza y el descanso, recordemos que el campo es nuestro oxígeno y dada su capacidad florística lo hace aun más rico e imprescindible para la vida urbana.

De allí la importancia de propender por el desarrollo del sector rural, a través de la actividad turismo como motor de desarrollo el cual contribuiría a la generación de empleo calificado, al no abandono de áreas rurales, a conservar este patrimonio rural con un valor incalculable, por ello se debe concientizar a los visitantes sobre el alto valor del campo, a través de una vivencia de ese modo de vida tan particular.

### ***Nuevas modalidades de alojamiento***

Para Galeano (2021) las nuevas modalidades de alojamiento, han sido las de mayor preferencia, en el turismo de han planteado a nivel mundial alternativas de planes de negocio, los cuales buscan agradar a todos los sectores de público, diferenciandolos por edades, para darle gusto a los diversos sectores de la población, entre los gustos más preferentes está el de conocer

nuevas formas de vida, paisajes y regiones, cualquiera que sea el motivo de viajar a un sitio se le denomina turismo y cuenta dentro de los índices; todas estas ideas de negocio, se han concebido como servicios personalizados pensando en un grupo poblacional de mercado, que lo haga sentirse como en un paraíso, ya los huéspedes no se conforman con una habitación aseada, quieren que sus estadías sean recuerdos inolvidables y únicos.

Boto Álvarez (2008) en su manual afirma que desde el comienzo de esos viajes a la actualidad, el turismo evolucionó y esto se ve reflejado en los cambios importantes que han tenido los alojamientos experimentando modificaciones y nuevas modalidades que van siguiendo los deseos de la demanda; las nuevas modalidades de alojamientos han surgido como respuesta a esta demanda que cada día exige mayor compromiso del sector privado que debe competir con los destinos del mundo desde los sitios exhibidos en internet al alcance de todos los viajeros.

Las Nuevas Modalidades de Alojamiento presentan características diferenciales con respecto a la hotelería tradicional, se disponen en pequeños alojamientos, con pocas plazas, buscando proporcionar un ambiente familiar, tropical, atención personalizada, cuidado por los más pequeños detalles y un desayuno memorable, este tipo de pequeños alojamientos van desde una casa histórica en una ciudad, cabañas en la montaña o la playa, vagones de trenes restaurados, un granero, un casco de estancia o una casa en alguna población pequeña e incluso carpas de lujo (Domingo, 2017).

Se puede encontrar un amplio rango de tarifas, que van desde lugares sencillos, así como hospedajes aparentemente con comodidades y lujos, con tarifas acordes al nivel de servicios, confort y lujo que ofrecen, convirtiéndolos en sitios únicos.

### ***Conceptualización de la Práctica de Glamping***

El glamping es un tipo de hospedaje que se oferta en áreas de poco acceso al público pero con una estética visual agradable. El concepto consiste en ofrecer carpas, domos o yurtas acondicionados con camas King size, ambiente climatizado, amueblado con muebles de estilo y en general en conjunto con una variada oferta gastronómica de alto nivel, obteniendo como resultante un producto Premium con alto nivel de lujo y sofisticación (Pérez, 2019).

El precepto fundamental que rige esta práctica, es el de disfrutar al aire libre y es por ello que se inspira en el camping como forma de estar en contacto directo con la naturaleza, por ende se busca que las construcciones se mimetizan con el paisaje y sean amigables con el entorno, siendo el concepto de sustentabilidad medioambiental central en esta propuesta

El término glamour o glamur pertenece a un anglicismo (que a su vez proviene de una voz francesa) que hace referencia a aquellos objetos o materiales que se ven extraordinarios y que sobresalen de su entorno, el concepto fue recibiendo diversas connotaciones; hasta que a partir del siglo XIX pasó a hacer referencia sólo a aquello que destilara belleza o elegancia de una manera romántica, si se busca el término en el diccionario de la Real Academia Española se encuentra relacionado con el encanto sensual que fascina, es decir que podría ligarse a una belleza que es sofisticada y elegante (Cáceres, 2021).

La mayoría de los visitantes de este tipo de turismo corresponde a clientes con disponibilidad económica alta y que les gusta “gastar un poco más” pero tener a cambio experiencias irrepetibles con la naturaleza, donde la majestuosidad del paisaje sea lo importante junto con el lujo de un hotel 5 estrellas. Es por ello que el glamping propone añadir glamour al

tradicional camping al aire libre y efectivamente lo ha logrado; siendo cada vez más frecuente contar con un mayordomo al cuidado de todos los detalles de una lujosa carpa en la cual hospedarse (Cáceres, 2021).

### ***Políticas turísticas***

La Ley 300 de 1996 generó herramientas para apoyar a los entes territoriales en el sector turismo, pero son pocos los que las han utilizado, la mayoría de las administraciones piensan que no es prioridad dentro del desarrollo de las regiones, pero el sector privado siempre ha estado a la vanguardia de este sector. El sector ha contado con diversas formas de apoyo desde principios del siglo XX, y el más importante referente a nivel de política fue la gestión de la Corporación Nacional de Turismo, ente que reglamentó, controló y promovió la actividad turística del país durante sus 30 años de existencia (Toro, 2003).

Según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2021) “la política tiene como objetivo mejorar las condiciones de sostenibilidad y los factores de competitividad del turismo cultural y creativo, de manera que contribuya a la preservación y gestión responsable del patrimonio material e inmaterial del país.”

El turismo implica la participación del gobierno, debido a que es el estado el encargado de coordinar y direccionar el desarrollo de este sector, por ello se da la política pública como regulador por parte del estado. Política pública ha sido definida por varios autores desde múltiples perspectivas; para Roth (2009, p. 27), una política pública se define como la participación que tiene el gobierno cuando se presentan inconvenientes, para luego plantear metas con un plan de acción.

## **Marco Conceptual**

### ***Agroturismo***

El agroturismo es una actividad de desplazamiento al campo donde se observa a la población del área rural realizar actividades que involucran participar en actividades como siembra de especies, ordeño de animales, junto con descansar en el campo, lejos del bullicio de la ciudad. Además, los visitantes agroturistas disfrutan de las comodidades que tienen otros sitios de descanso y es una forma de conocer cultura, el folklore y las tradiciones de una región propia de un país y que la comunidad las conserva. (Ley 48/1963 de 8 de julio, Art. 5).

### ***Alojamiento Turístico***

Son Sitios turísticos de descanso, destinados a proporcionar alojamiento a las personas, en cualquier época del año, por lo cual no se altera el tipo de hospedaje si esta actividad se realice de forma temporal o permanente” (Ley 48/1963 de 8 de julio, Art. 5).

### ***Camping***

Término inglés aceptado por la Real Academia Española (RAE) que se relaciona con una carpa al aire libre o en un terreno abierto rodeado de naturaleza y paisajes, donde se aloja viajeros o turistas. (slideshare.net2012).

### ***Construcción Sostenible***

Es aquella que realiza un uso de los recursos de manera equilibrada, además proporciona comodidad a sus usuarios. Todo esto es alcanzado gracias a un proceso de diseño consciente del clima y la ecología del entorno donde se construye la edificación (MinVivienda, S.F.).

### ***Ecoturismo***

El turismo de naturaleza se enfoca en la conservación y el deleite del medio natural y cultural donde se aloja a los turistas, es un tipo de turismo que ha ido en ascenso poco a poco, por ello se le considera un subsector del turismo. Implica un viaje ambientalmente responsable, a regiones poco perturbadas para disfrutar del medio natural y de la cultura de los habitantes de tal medio, para promover tanto la apreciación de las riquezas naturales y culturales de los lugares a visitar, como para dar a la conservación un valor monetario tangible, que sirva de argumento para convencer tanto a los visitantes como a los lugareños de la importancia de la conservación de sus recursos. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2022)

### ***Glamour***

El término glamour es un anglicismo donde se menciona objetos o materiales que se aprecian como extraordinarios. Según la Real Academia Española (RAE) es “Encanto sensual que fascina”. Se puede emplear el término en el contexto de la arquitectura glamurosa, haciendo referencia aquellas construcciones de la época Romántico, Barroco y Modernista, en la cual se observa edificaciones llenas de elegancia y belleza (RAE,2015).

### ***Glamper***

Glampers o Glampistas son aquellas personas que optan por disfrutar del Glamping como modalidad de alojamiento turístico (Wimdu, S.F.).

### ***Glamping***

El glamping, es un término inglés conformado por dos palabras glamorous + camping es decir carpa con lujos, es vivir en contacto con la naturaleza, haciendo el disfrute de los paisajes,

su diferencia con otro tipo de alojamiento está en el lujo y es similar a las condiciones de los grandes hoteles (Yesenia de la luz, 2016).

### ***Hospitalidad***

Es una virtud muy apreciada en la industria turística, pues implica ser amables y atender y recibir bien a quienes se encuentran viajando dentro de un país extraño (significados.com, 2017).

### ***Innovación***

Se entiende por innovación la implementación de nuevas formas de procesar un producto, organizar una empresa, o incorporar nuevas tendencias de marketing, con el objetivo de lograr cambios y obtener mejores resultados. Los cambios innovadores se realizan mediante la aplicación de nuevos conocimientos y tecnología que pueden ser desarrollados internamente, en colaboración externa o adquiridos mediante servicios de asesoramiento o por compra de tecnología (Research Journal, 2018)

### ***Investigación de Mercados***

El diseño, la obtención, el análisis y la presentación sistemática de datos y descubrimientos pertinentes para una situación de marketing específica que enfrenta la empresa (Philip Kotler, 2002).

### ***Lujo***

Se refiere a bienes, arreglos, comodidades, obras de arte, objetos que al mirarlos tienen más de lo necesario. Es aquello que para ser adquirido sobrepasa los medios normales, cuya

demanda se incrementa proporcionalmente con el aumento de ingresos a diferencia de los bienes para cubrir necesidades (Educalingo es, s.f).

### ***Turismo***

Son actividades que se realizan durante un viaje o estancia en un lugar distinto a su sitio de vivienda, en un tiempo no superior a un año, con fines de descanso y ocio, se ha definido como viajes que se realizan por viajar, tiene implicaciones como quedarse u hospedarse, en un lugar geográfico diferente al que se habita. Por ende, realizar turismo, es viajar fuera de la ciudad o del lugar en que vivimos, en busca de descanso, entretención o nuevas experiencias.

(Ministerio de comercio, industria y turismo. , 2018)

### ***Turismo de Experiencias***

El concepto de turismo de experiencias es un termino muy usado para referirse a salir de lo cotidiano, según expertos en materia dicen que este tipo de turismo es el medio para llegar ahora al turismo de emociones (Entorno Turístico, 2018).

### ***Turismo de Naturaleza***

“El Turismo de naturaleza es todo tipo de turismo basado en la naturaleza, en la que la principal motivación es la observación y apreciación de la naturaleza, así como las culturas tradicionales” (OMT, 2002).

### ***Turismo verde***

(Toselli, 2014) El turismo verde es un tipo de turismo alternativo que busca promocionar lugares y destinos no masificados, preferentemente rurales y que apoyen la filosofía de vida de los amantes del ecoturismo.

## Marco Geográfico

En el departamento del Meta, ciudad de Villavicencio está ubicada la vereda Argentina situada a las afueras de Villavicencio por la vía antigua hacia el municipio de Restrepo a tan solo 10 minutos del centro de la ciudad, en el inicio del Puente sobre el río Guatiquia, aproximadamente a 5 km del área urbana, su población es de 500 personas, según datos obtenidos de la secretaría de Gobierno del libro de registro de las juntas de acción comunal, se caracteriza por el turismo ecológico, con actividades como senderismo, caminatas; se pueden encontrar diferentes tipos de actividad económica como galpones, ganadería, alquiler de cabañas y tiendas, cuenta con vías en óptimo estado para el tránsito, lo cual facilita el acceso a la misma (Gobernación del Meta, turismo, 2019).

### Figura 1.

#### *Ubicación de la Vereda la Argentina*



Nota. Tomada de Google earth.

<https://earth.google.com/web/search/vereda+la+argentina,+municipio+de+villavicencio/@4.1791356,73.6424416,476.8265886a,1053.39722994d,35y,119.29126767h,45t,0r>

## Marco Legal

Las normativas que ha creado el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo ha creado para el establecimiento de ciertas actividades económicas como el servicio de alojamiento y hospedaje, la tabla 1 se evidencia toda la normatividad requerida y vigente para el desarrollo de este proyecto.

**Tabla 1.**

*Normas Legales.*

| Tipo, número y fecha                      | Nombre y entidad que la expide             | Artículo            | Impacto en el proyecto  |
|---|--|---------------------|---|
| Constitución Política de Colombia         | Asamblea Constituyente de Colombia de 1991 | Artículos 8, 58, 80 | Establece la obligación del Estado y de las personas para conservar las riquezas naturales y culturales del país, menciona el deber del Estado, sobre administrar los recursos naturales, lo cual garantiza su desarrollo sostenible y su preservación.   |
| Código ético Mundial para el Turismo 2001 | Naciones unidas                            | Artículo 3          | Todos los agentes del desarrollo turístico deben proteger el medio ambiente junto con los recursos naturales, dentro del crecimiento económico sostenible, que satisfaga las aspiraciones de las generaciones presentes y futuras, se reconoce el turismo de naturaleza y el ecoturismo se reconocen como formas de turismo particularmente enriquecedoras y valorizadoras. |
| LEY 9 DE 1979                             | Congreso de Colombia                       | Todos               | Establece condiciones de sanidad para el alojamiento que dan los diversos sitios.   |
| Ley 300 de 1996                           | Congreso de la República                   | Todos               | Ley de turismo, se resalta la importancia de la actividad turística en la economía e industria. Se define que es el turismo y tipos de turismo que existen.   |
| Ley 905 DE 2004                           | Ramas Legislativo                          | Todos               | Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre la promoción de las Mipymes.  |
| Ley 1101 DE 2006                          | Congreso de Colombia                       | Todos               | Dictaminan los parámetros generales para las actividades asociadas al sector turístico  |

| Tipo, número y fecha                    | Nombre y entidad que la expide              | Artículo       | Impacto en el proyecto   |
|---|---|----------------|--|
| Ley 1558 de 2012                        | Congreso de la República                    | Todos          | Regula la actividad turística, así como la protección de los recursos y la conservación de los sitios turísticos nacionales, promoviendo la sostenibilidad, la calidad, e informa acerca de los modos en que participan los sectores público y privado.  |
| Estatuto Tributario Decreto 624 de 1989 | Presidente de la República de Colombia      | Todos          | Especifica la obligatoriedad y porcentaje de contribución con relación al tipo de persona y la actividad económica que desarrolla.   |
| Decreto 2269 de 1993                    | Ministerio de Desarrollo Económico          | Todos          | Este decreto descentraliza el proceso para elaborar normas técnicas para cada sector que se requiera y determine la necesidad de realizarlas.  |
| Decreto 1074 de 2015                    | Presidencia de la República                 | Todos          | Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo: Es el que hace una recopilación de todas las normas que rigen el sector de comercio, industria y turismo.  |
| Decreto Número 2063 de 2018             | Presidencia de la República                 | Todos          | Norma que explica la forma en que se deben registrar las empresas prestadoras de servicios turísticos, ante las entidades reguladoras.   |
| Decreto 2119 de 2018                    | Ministerio de Comercio, Industria y Turismo | Todos          | Por medio del cual se reglamenta la prestación del servicio de alojamiento turístico, es decir, define las formas de alojamiento y las regula según el servicio que se ofrece  |
| Decreto 3075 de 1997                    | Ministerio de Salud y Protección Social     | Todos          | Hace referencia a las buenas prácticas de manufactura, así como los principios básicos o condiciones de higiene en el manejo, elaboración, embalaje y almacenamiento de alimentos para consumo humano, así se garantiza que los productos son elaborados higiénicamente y no se presente riesgos en la cadena de producción. |
| Decreto 2269 de 1993                    | Ministerio de Desarrollo Económico          | Todos          | Descentralizó el proceso de elaboración de normas técnicas para cada sector que lo requiera y determine sus necesidades  |
| Decreto 1075 de 1997                    | Presidencia de la República                 | Todos          | Fija todo el proceso sancionatorio para las empresas prestadoras de servicios turísticos y todo lo relacionado con el proceso conciliatorio.   |
| Decreto 1074 de 2015                    | Presidencia de la República                 | Todos          | Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo: Es el que hace una recopilación de todas las normas que rigen el sector de comercio, industria y turismo.  |
| Resolución 49 de 2002                   | Ministerio de Desarrollo Económico          | Artículos 1, 2 | Establece las tarifas de inscripción para el Registro Nacional de Turismo. Lo cual es obligatorio para todos los prestadores de servicios turísticos.  |

| Tipo, número y fecha                              | Nombre y entidad que la expide   | Artículo             | Impacto en el proyecto   |
|---|--|----------------------|--|
| Resolución 0657 de 2005                           | Ministerio de Comercio, Industria y Turismo  | Artículos 1, 2, 3, 5 | Esta resolución establece la reglamentación para la categorización por estrellas de los alojamientos hoteleros.  |
| Resolución 666 del 2020                           | Ministerio de Salud y protección Social  | Artículos 1, 3       | Esta resolución adoptó el protocolo de bioseguridad para el manejo de la pandemia del COVID-19.  |
| Resolución 1285 del 2020                          | Ministerio de Salud y protección Social  | Todos                | Esta resolución adopta el protocolo de bioseguridad en actividades de alojamiento de hoteles.  |
| Norma Técnica Sectorial Colombiana NTSH 001 2003a | (Icontec, MINCIT, SENA, & Cotelco,   | Todos                | Norma de competencia laboral dirigida a Establecimientos de alojamiento y hospedaje.   |
| Norma Técnica Sectorial NTS – TS 002/2006         | ICONTEC, Ministerio de Ambiente Vivienda y Desarrollo Territorial, Ministerio de Comercio Industria y Turismo, & Colombia, | Todos                | Esta norma de competencia laboral para establecimientos de alojamiento y hospedaje, en cuanto a requisitos de sostenibilidad ambiental, sociocultural y económica para el Nivel básico, de sostenibilidad y Nivel alto de sostenibilidad |
| Norma Técnica Sectorial Colombiana NTSH 003       | ICONTEC, Ministerio de Ambiente Vivienda y Desarrollo Territorial, Ministerio de Comercio Industria y Turismo, & Colombia  | Todos                | Norma Técnica Sectorial Colombiana NTSH 003. Establecimientos de alojamiento y hospedaje. Norma de competencia laboral. Prestación de servicio de recepción y reservas conforme a manuales existentes                                    |
| Norma Técnica Sectorial Colombiana NTSH 004       | ICONTEC, Ministerio de Ambiente Vivienda y Desarrollo Territorial, Ministerio de Comercio Industria y Turismo, & Colombia  | Todos                | Norma de competencia laborar para establecimientos de alojamiento y hospedaje. Para el área de conserjería.  |
| Norma Técnica Sectorial Colombiana NTSH 005       | ICONTEC, Ministerio de Ambiente Vivienda y Desarrollo Territorial, Ministerio de Comercio Industria y Turismo, & Colombia  | Todos                | Establecimientos de alojamiento y hospedaje. Norma de competencia laboral para el manejo de valores e ingresos.  |
| Norma Técnica Sectorial Colombiana NTSH 006 I     | ICONTEC, Ministerio de Ambiente Vivienda y Desarrollo Territorial, Ministerio de Comercio Industria y Turismo, & Colombia  | Todos                | Realiza la categorización de establecimientos de alojamiento y hospedaje, por estrellas.   |

| Tipo, número y fecha   | Nombre y entidad que la expide  | Artículo | Impacto en el proyecto   |
|--|---|----------|--|
| Norma Técnica Ntsh Sectorial Colombiana 008  | ICONTEC, Ministerio de Ambiente Vivienda y Desarrollo Territorial, Ministerio de Comercio Industria y Turismo, & Colombia | Todos    | Esta norma de requisitos de planta y de servicios con los que debe contar un Alojamiento Rural.  |
| Norma Técnica Sectorial Colombiana NTSH 012  | ICONTEC, Ministerio de Ambiente Vivienda y Desarrollo Territorial, Ministerio de Comercio Industria y Turismo, & Colombia | Todos    | Recintos de campamento o camping, requisitos de planta y servicios   |
| Norma Técnica Colombiana NTC 5133  | Icontec   | Todos    | Regula la clasificación de Etiquetas Ambientales Tipo I. Sello Ambiental Colombiano: Criterios para establecimientos de alojamiento y hospedaje. |
| Norma Técnica Sectorial Colombiana NTSH 006 I  | ICONTEC, Ministerio de Ambiente Vivienda y Desarrollo Territorial, Ministerio de Comercio Industria y Turismo, & Colombia | Todos    | Clasificación de establecimientos de alojamiento y hospedaje. Categorización por estrellas de hoteles, requisitos                                |
| Norma Técnica Ntsh Sectorial Colombiana 008  | ICONTEC, Ministerio de Ambiente Vivienda y Desarrollo Territorial, Ministerio de Comercio Industria y Turismo, & Colombia | Todos    | Esta norma establece requisitos de planta y de servicios con los que debe contar un Alojamiento Rural.   |
| Norma Técnica Sectorial Colombiana NTSH 012  | ICONTEC, Ministerio de Ambiente Vivienda y Desarrollo Territorial, Ministerio de Comercio Industria y Turismo, & Colombia | Todos    | Recintos de campamento o camping, requisitos de planta y servicios   |
| Norma de competencia laboral. Manejo de valores e ingresos relacionados con la operación del establecimiento, 2003 | Ministerio de Industria y Comercio  | Todos    | Proporciona requisitos para el establecimiento de tarifas en los establecimientos de alojamiento y hospedaje                                     |

Fuente: Recopilación Elaboración Propia



Ing Industrial

2022-07-25 20:24:45

APA revisar

## **Diseño Metodológico**

La metodología que se utilizó en esta investigación permitió recopilar información oportuna y verídica para lograr un buen desarrollo de la misma, los métodos, técnicas y herramientas seleccionados aseguraron el desarrollo de la propuesta planteada, a continuación se describen cada uno de los métodos, técnicas y herramientas utilizadas

### **Tipo y Enfoques de Investigación**

En el presente proyecto investigativo se desarrolló una investigación descriptiva, en donde se evaluaron y describieron los componentes que se requiere para operar un alojamiento tipo glamping, adicionalmente tiene un enfoque mixto por recopilar datos de naturaleza cuantitativa y cualitativa, que permite interpretar la información obtenida durante la investigación realizada (Hernández, Fernández Collado, & Batista, 2014)

Es cualitativa porque conlleva experiencias, tendencias de alojamiento, conductas, con lo cual se determinará las necesidades del mercado, gustos y preferencias y cuantitativa por la recolección de datos y los métodos de análisis empleados, lo cual permitirá analizar la oferta y demanda a través de un estudio de mercado, se diagnosticará la viabilidad y factibilidad del proyecto y el impacto que generará en la vereda la Argentina el proyecto de factibilidad del servicio de alojamiento tipo glamping.

### **Variables de Medición**

Con las siguientes variables, véase en la tabla 2 se definió el diseño a seguir en la presente investigación.

**Tabla 2.***Variables de medición.*

| <b>Variable</b>                | <b>Descripción</b>  | <b>Medición</b>              | <b>Tipo de Variable</b>                    |
|--------------------------------|---|------------------------------|--|
| Genero                         | Determina el sexo hombres, mujeres, niñas y niños.  | Sexo                         | Independiente<br>Cualitativa Nominal       |
| Nivel o estrato socioeconómico | Clasifica los inmuebles residenciales que cuentan con servicios públicos y realiza cobros según ubicación o estado del inmueble | Número                       | Independiente<br>Cuantitativa, ordinal     |
| Edad                           | Años que ha vivido una persona  | Años                         | Independiente<br>Cuantitativa,<br>discreta |
| Precio                         | Cantidad de dinero que permite la adquisición o uso de un bien o servicio.  | Pesos                        | Dependiente<br>Cuantitativa,<br>discreta   |
| Requisitos legales             | Cumplimiento de requisitos para funcionamiento, tramitología legal necesaria  | No. de requisitos cumplidos  | Independiente,<br>cualitativa nominal      |
| Estudio de mercado             | Su finalidad es conocer el grupo poblacional a conquistar y la rentabilidad.  | Grado de rentabilidad        | Dependiente,<br>Cualitativa, nominal       |
| Factores técnicos              | Son los que hacen posible la definición del proyecto.   | No. Cumplimiento de factores | Dependiente,<br>Cualitativa, ordinal       |
| Viabilidad financiera          | Es la rentabilidad del proyecto analizando la inversión inicial, con costos y beneficios  | Análisis financiero          | Dependiente,<br>Cuantitativa ordinal       |

Fuente. Elaboración propia

**Ing Industrial**

2022-07-25 20:24:59

APA revisar

**Recolección y Análisis de Datos**

Para la recolección de datos, se utilizó las siguientes herramientas:

**Observación**

Es una técnica para recolectar los datos a través de los órganos de los sentidos de forma consecutiva y a través de una ficha o diario de campo, no son manipulables los datos.

### ***Revisión de Plataformas***

Para el desarrollo de este trabajo se recurrió a consultar las plataformas digitales como Airbnb, TripAdvisor, Booking, para analizar la demanda del mercado en cuanto a la preferencia de hospedaje en Glamping para la ciudad de Villavicencio, es decir los cinco glamping existentes en la actualidad.

### ***Análisis documental***

Se recolectaron datos de fuentes secundarias, libros, boletines, revistas y folletos entre otros.

## Desarrollo del Proyecto

### Estudio de Mercado para la Determinación del Tipo de Consumidor, la Demanda, la Oferta y la Estrategia Comercial

#### *Análisis del Macro Entorno*

El desarrollo del análisis del macroentorno los elementos son muy difíciles o imposibles de controlar, ya que involucra los aspectos relacionados con el exterior de la empresa. Las empresas deben estar atentas a la evolución de los factores que integran el macroentorno para aprovecharlos o aminorar su impacto por lo cual se realizó utilizando la herramienta PESTEL(socioculturales, tecnológicos, económicos y políticos, ecológicos y legales) técnica de análisis estratégico que permitió definir el contexto en el que se desenvolverá el Glamping que se implementará en la Vereda La Argentina. La tabla N° 3 muestra el análisis de macro entorno realizado.

**Tabla 3.**

#### *Análisis de Macro Entorno*

| <b>Factores externos</b> | <b>Variables</b>                                | <b>Situación</b>                           | <b>Oportunidades</b> | <b>Amenazas</b> |
|--------------------------|---|--|----------------------|-----------------|
| Políticos                | Elección gubernamental, no continuidad política | Cambio de gobierno                         | x                    |                 |
|                          |   | Nuevas políticas empresariales             | x                    |                 |
|                          | Políticas de comercio                           | Nuevos acuerdos de comercio                | x                    |                 |
|                          |   | Aumento de competidores                    |                      | x               |
| Económicos               | Inflación                                       | Incremento de los salarios                 | x                    |                 |
|                          |   | Aumento de los precios                     |                      | x               |
|                          | Tasa de desempleo                               | Menos ingresos, más necesidades por cubrir |                      | x               |

| Factores externos | Variables  | Situación   | Oportunidades | Amenazas |
|-------------------|--|---|---------------|----------|
| Sociales          | Demografía   | Incremento poblacional  | x             |          |
|                   | Rasgos religiosos de interés                         | Centro religioso  | x             |          |
|                   | Desarrollo de política de empleo y desarrollo social | Nivel de formación  | x             |          |
| Tecnológicos      | Desarrollo de política de digitalización nacional    | Buena señal telefónica, aumento de la inversión tecnológica               | x             |          |
|                   | La promoción del desarrollo tecnológico              | Aplicación de fibra óptica  | x             |          |
| Ecológicos        | Concienciación social ecológica actual y futura      | Protección a la flora y fauna   | x             |          |
|                   | Control urbanístico y desarrollo comunitario         | Cambio climático que afecta los ciclos                                    |               | x        |
|                   | Subsidios por resguardo del Medio ambiente           | Jornadas de concientización ambiental y preocupación por la contaminación | x             |          |
| Legales           | Leyes que regulen los impuestos.                     | Leyes ambientales, de trabajo y seguridad laboral.                        | x             |          |
|                   | Leyes que favorezcan a los emprendedores             | Subvenciones para el desarrollo de emprendimientos digitales              | x             |          |

Fuente. Elaboración propia



**Ing Industrial**  
2022-07-25 20:25:22

APA revisar

### ***Variable Política***

Actualmente el país vive la próxima llegada de un Nuevo Gobierno, un gobierno que genera múltiples incertidumbres, en la medida de las decisiones que pueda tomar, bien de continuidad, o de acuerdo a las políticas de su partido, hasta el momento no hay análisis profundos, lo cierto es que este Gobierno se enfrenta a situaciones relacionadas con Los Acuerdos de Paz con las Farc, el aumento de los cultivos ilícitos, la inseguridad ciudadana, la crisis de Venezuela, los altos índices de pobreza y desempleo, la necesidad de lograr un repunte en la economía (El Espectador, 2021).

Este aspecto es muy importante, pues cualquier decisión tomada al respecto sobre los anteriores temas, determinan o afectan la dinámica del país, en cuanto a inversión extranjera, generación de empleo, creación de nuevas empresas, aunque en el marco de la economía naranja, que junto a la Ley 1780 de 2016 o del emprendimiento juvenil, busca incentivar la creación de nuevas empresas, lo cual indudablemente significara una dinamización de la economía. (Mintic, 2020).

De igual manera los acuerdos de comercio serán un reto para el nuevo gobierno posicionar el turismo de naturaleza, comunitario, cultural, de salud, científico, en la actualidad todos estos proyectos de emprendimiento, el gobierno ha venido apoyándolos y máslos que pertenecen a la economía naranja, pero cada uno de los posibles candidatos tienen su respectivo programa de gobierno, lo cual se espera que siga favoreciendo el desarrollo de este tipo de proyectos y que tenga un plan de acción en posicionar el turismo como una economía sostenible y ser generador de bienestar para las comunidades.

### ***Variable Económica***

Esta variable ejerce influencia sobre la economía y la cultura, presentando las dinámicas poblacionales y mostrando los comportamientos relacionados con formas de consumo de la población, un aspecto primordial es la tecnología, la cual ejerce influencia sobre los mismos. (Guio Muñoz & Rosas Duitama, 2019) hacen alusión a aspectos como el uso de la realidad virtual, el desarrollo de las economías colaborativas o los hábitos de vida saludable marcan el consumo, situación predominante en estratos altos, debido a que hay situaciones que afectan los estratos más bajos.

### ***Variable Social***

“Colombia, un país con más de 45 millones de habitantes, de manera en que las personas en interacción definen socialmente la situación en la que están involucrados por lo que ha vivido en los últimos años profundos cambios, especialmente con los acuerdos de paz, ello en la medida de que los mismos, han permitido pasar de una profunda guerra entre grupos ilegales y el Estado, a un panorama más promisorio, podría decirse de una aparente paz”, por ello el acuerdo de paz ha evitado la muerte de miles de personas, también ha significado una mayor confianza inversionista, un repunte en el turismo, el transporte (El Tiempo, 2016).

Sin embargo, a pesar de esa situación, las poblaciones siguen siendo víctima de la desigualdad, pues las cifras económicas ya expuestas, llevan a unos niveles de pobreza del 26,9% y de pobreza extrema del 7,4%. (DANE, 2018). Situación que afecta el acceso a los servicios por parte de esta población, a esto se le suma la llegada de inmigrantes en busca de oportunidades, lo cual hace que los habitantes de la región tengan poco acceso, como se ha estado manifestando con inseguridad, violencia y desempleo (Migración Colombia, 2020).

El nivel educativo de la población de los estratos bajos es escaso, dadas las pocas condiciones y ofertas de mano de obra no calificada, siempre se ha dado la necesidad de capacitarse para tener mejores oportunidades y una estabilidad financiera, este último aspecto, es fundamental, de allí el surgimiento de planes o ideas de negocio, buscando mejorar su calidad de vida.

El sistema educativo colombiano está formado por la educación preescolar, básica, media y la educación superior. De acuerdo al DANE Para el año 2021, la proporción de la población económicamente activa (PEA) que habían completado la educación media fue 46,9%, el 38,2% había completado la educación básica primaria, el 8,7% la educación básica secundaria, 30,1% la educación técnica profesional o tecnológica, 15,0% la educación universitaria y el 8,0% postgrado (Ministerio de Educación, 2021).

### ***Variable Tecnológica***

Esta sociedad es la que más acceso ha tenido a la gestión del conocimiento, de las tecnologías, comunicaciones e información, las cuales ocupan casi todo el tiempo de vida de la población, especialmente en esta crisis de pandemia, la cual obligó a adquirir productos como internet, equipos, utilizar plataformas de datos, realidad virtual e impresión en 3D tomó fuerza. Sobre este tema la revista Dinero, (2020) en una entrevista con el Ministro de TIC dice que Colombia está en la ruta de la Transformación Digital, pero con retos muy interesantes todavía en materia de infraestructura de comunicaciones, de apropiación TIC y de comercio electrónico, aunque este se desarrolló un poco durante la pandemia.

En cuanto a conectividad, el 98% de los municipios se encuentran conectados a internet y se presentan más de 26 millones de conexiones. (Mintic, 2020), lo cual, es un buen panorama, al generarse creación de empresas, con uso de páginas WEB y APPS a través de la cual se ofrece un mejor servicio al cliente.

### ***Variable Ecológica***

La constante preocupación de las empresas por realizar producción con sostenibilidad ha representado la existencia de una legislación que propende por la conservación de ese medio ambiente, por ello hoy día la industria se preocupa por comprar y usar productos eco ambientales, las empresas son conscientes de la Responsabilidad Social Empresarial y por ello cada día hay más organizaciones que han elegido a la ISO 14001 para desarrollar sus actividades de la mano con el medio ambiente.

Fenalco (s.f) afirma que actualmente los consumidores se preocupan por exigirles a las empresas su responsabilidad social ambiental, empresarial, lo cual ha permitido el auge de los negocios verdes, como una oportunidad de negocio, la responsabilidad ambiental se ve en la obligación de que las actividades desarrolladas por las organizaciones tengan impactos leves sobre el medio ambiente.

### ***Variable Legal***

Colombia es un país con una normatividad en todos los campos, algunas son beneficiosas para las organizaciones, mientras que otras dificultan el establecimiento de empresas, especialmente las Mipymes, sin embargo, todo ello es requisito de seguridad a las inversiones realizadas, incluso se ha llegado al punto de tener un marco regulatorio para la inversión

extranjera en Colombia, lográndose dar estabilidad jurídica y proteger las inversiones (Ramírez, 2020). Adicionalmente, se fomenta la creación de empresa, bajo el amparo de normas como la ley 1780 de 2016 sobre emprendimiento juvenil con la cual se disminuye requisitos como trámites y costos a empresas creadas por jóvenes.

Colombia tiene una amplia legislación para todos los sectores y ante ello, se habla de la necesidad de tener una certidumbre jurídica, mediante normas a largo plazo, reduciendo a su vez la expedición excesiva de normas, las cuales desestabilicen la operación de las empresas (Asobancaria, 2019, p.25).

La Ley General de Turismo establece todo el marco normativo para la actividad turística, así como los principios básicos de la misma junto a los objetivos de la política de estado, donde se declara al Mincit como ente del orden superior a nivel nacional en materia de turismo .

Luego de analizar el macroentorno se observa que las condiciones en las que se encuentra la vereda Argentina son favorables pues los factores político, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales son oportunidades de crecimiento, para la vereda y los proyectos que allí se ejecuten, en cuanto a lo económico se debe buscar nuevas fuentes de ingresos, aprovechando la coyuntura existente de algunos establecimientos como panadería, carnicería, tiendas, restaurantes, una capilla, adicionalmente se cuenta con una ruta de transporte público, lo cual permite el fácil acceso y el desplazamiento seguro por la vereda; los negocios han permitido el desarrollo económico y la transformación de la vereda. Es cada vez mayor el desplazamiento turístico, por los atractivos como la cascada en la vereda Palmichal, vereda cercana a la Argentina.

### ***Análisis del Micro Entorno***

Se realizó el análisis de estas diferentes fuerzas para el proyecto del Glamping, donde se tuvo en cuenta la revisión realizada en las plataformas, para desarrollar estrategias en el nuevo proyecto y equiparar con la competencia del mercado existente, por ello es necesario controlar estas fuerzas que van a inflir sobre el estudio de factibilidad y por consiguiente en la rentabilidad esperada, para ello se debera hacer énfasis en las ventajas competitivas para onvertirlas en la base de la estrategia corporativa.

### ***Análisis Del Mercado Microeconómico PORTER***

El análisis del Micro entorno se hizo con el análisis de las fuerzas de Porter, siendo para este caso el negocio del cliente, el poder de negociación de los proveedores, amenaza de productos sustitutos y de los productos entrantes, y la rivalidad entre los competidores.

**Negociación Con El Cliente Identificado.** La segmentación del mercado, se hizo teniendo en cuenta que los clientes pertenecen al estrato tres a seis, los cuales pueden ser estudiantes, profesionales empleados, empresarios, quienes tienen niveles de ingresos medios, que alcanzan sueldos de más de un salario mínimo, se observa que los precios de los glamping existentes están acordes con los servicios que ofrecen y lo que la población desea pagar y corresponde a la media del mercado, adicionalmente, se identificaron diversas estrategias que serán referentes para diferenciar el servicio que se pretende prestar de los demás alojamientos y minimizar el poder negociación de los compradores para que estos se adapten a las acciones proyectadas, entre las cuales se encuentra:

- Ofrecer descuentos hasta del 30% y una cortesía para un acompañante que no haya asistido la primera vez. (oferta por 30 días después del primer hospedaje)
- Establecer contactos con aliados estratégicos que ofrezcan servicios con los que no cuenta el glamping proyectado.
- Buscar alternativas de comunicación, como las redes para llegar al cliente, herramientas Electrónicas, publicidad BTL, publicidad en universidades y empresas, convenios, etc.

**Poder de Negociación de los Proveedores o Vendedores.** El nivel de Negociación por parte de los proveedores no es alto, si se tiene en cuenta que son pocos, no afecta el precio de forma directa pero si se presenta aumento en los productos que proveen, se buscará otro proveedor, para que no se vea afectada la operación del proyecto. Con la modalidad de servicio ofrecido por la empresa, se busca realizar compras de contado y tener control sobre la negociación y según el caso poder cambiar de proveedores.

**Amenaza de Nuevos Competidores.** Teniendo en cuenta que no es el primer negocio en el municipio, pero sí el primero en la vereda La Argentina, se presenta una actividad de camping con comodidades, es necesario tener en cuenta que adecuar el lugar es costoso, pero se cuenta con una ventaja que es ser propietario del terreno, como lo resalta Porter en este análisis, se tiene proyectado prestar un servicio con un valor agregado diferente a la competencia existente y de difícil superación para los competidores entrantes, se busca un lugar de alojamiento normalmente no conocido, pero que ofrezca una variedad de actividades, donde exista una alta penetrabilidad

con la naturaleza y buena calidad en la prestación de servicios por parte de la empresa para sus clientes internos y externos.

Se requiere una alta inversión inicial para empezar su fase de operación, pero la calidad en la prestación de servicios debe ser un requisito que diferencie el servicio de los otros tipos de alojamiento, la competencia existe pero con la calidad e innovación de los productos que ofrece al huésped especialmente la comunicación constata con la naturaleza y se logre el descanso.

**Amenaza de Productos Sustitutos.** Puede existir cierto grado de amenaza en cuanto a los precios por parte de los competidores, pero los otros negocios de glamping no se encuentran en el área de influencia donde funcionará el servicio, por ende se generaran y mejoraran los planes para lograr posicionar el glamping proyectado.

**Rivalidad Entre los Competidores.** Aunque en el municipio no hay una cantidad amplia de competidores (cinco), se tiene claro que la manera como se le haga el marketing al proyecto es importante de total relevancia, si se desea ser líder en este tipo de negocio y generar una diferencia con la competencia, por otra parte, el precio es un requisito con el cual hay que estar en constante movimiento, es decir manejándolo y pendiente de las promociones, servicios adicionales que ofrecen las otras cinco alternativas de glamping, con el objetivo de poder aumentar los ingresos.

Con el análisis del Macro y Micro entorno, en la ciudad de Villavicencio hay un mercado poco explorado, aunque a nivel nacional exista proyectos similares, algunos de ellos con operación en otras ciudades, en cualquier momento se pueden convertir en grandes rivales, por ello se debe aprovechar las Tics para llevar a cabo este proyecto y colocar en marcha el mismo, dejando presente que éste proyecto debe satisfacer las necesidades de los clientes

potenciales identificados, atrayéndolos con una propuesta de valor, que genere la fidelización del mismo y el crecimiento del sector.

### ***Análisis de la Oferta -Benchmarking***

Se realizó un análisis de los Glamping ubicados en Villavicencio-Meta por medio de las plataformas virtuales turísticas destacadas como lo es Tripadvisor, Airbnb, Booking, las cuales enfatizan las principales características de confort dentro del hospedaje turístico como lo es el tipo glamping, ubicación, limpieza, servicio, calidad/precio que son inmediatamente calificadas por las personas que se hospedaron en dichos sitios, es decir se referenció la opinión de los clientes y se enfatizó en una buena calidad del servicio.

Los Glamping que se incluyeron para este análisis, son los que funcionan actualmente en la ciudad de Villavicencio:

1. Waira Eco Lodge Glamping.
2. Glamping Paihuen
3. Ecoparque Itawa Glamping
4. Utopia Glamping
5. The Birder Boutique Glamping
6. Isabella de la Montaña

A continuación, se presenta una descripción de cada uno de ellos:

**Waira Eco Lodge Glamping.** Este Glamping, ubicado en la vereda el Carmen de la ciudad de Villavicencio que presta los servicios de hospedaje cuenta con flora endémica que permite a los visitantes conectarse con la naturaleza, ofrece servicio de “restaurante con platos a

la carta, piscina privada, conexión wifi, desayuno, parqueadero, jacuzzi, malla colgante, baño natural y baño privado fuera del Glamping”.

**Glamping Paihuen** ubicado en la Vereda Llanerita sobre el km 8 vía Puerto López, ofrece hospedaje con hermosos jardines, las habitaciones cuentan con aire acondicionado, balcón, baño privado con bañera de hidromasaje, bar, jardín, piscina al aire libre, terraza, parque infantil, decoración para cena romántica, jacuzzi, parqueadero, restaurante, malla colgante y desayuno, espacio para juegos de mesa, mesa de billar pool, zonas verdes y piscina.

**Eco Parque Itawa Glamping.** El “Glamping Itawa” se encuentra ubicado en la Vereda Buenos Aires, a tan solo 10 minutos de Villavicencio. Este Glamping cuenta con 3 domos, baño al aire libre con agua pura de la montaña, aire acondicionado, jacuzzi saluspa, malla colgante, terraza, asador BBQ, desayuno casero, venta de bebidas y utensilios de cocina para quienes deseen preparar algo durante su estadía.

**The Birder Glamping Boutique.** Está ubicado a 15 minutos del centro de la ciudad de Villavicencio, en la vereda Santa Maria La Baja, 300 mts adelante del puente quebrada la Argentina, Villavicencio, Meta, ofrece vistas al río, restaurante, servicio de habitaciones, bar, jardín y terraza, cuenta con WiFi y aparcamientos privadas y gratuitos, el baño privado con bañera de hidromasaje, productos de aseo gratuitos, cuenta con bañera de hidromasaje.

**Isabella de la Montaña.** Se encuentra ubicado en la vereda Samaria y ofrece vistas al jardín, restaurante, salón compartido, jardín, zona de barbacoa y terraza. El tented camp proporciona Wifi y parqueadero privado gratis, el baño privado equipado con bañera de hidromasaje y artículos de aseo gratuitos, se sirve un desayuno americano a diario.

### ***Análisis de la Competencia: Benchmarking.***

Al realizar un análisis de la competencia es necesario tener en cuenta tres factores el cual se deriva en identificar a los competidores en quiénes son competidores y quiénes podrían llegar a ser competidores, es esencial que el segundo factor sea determinar los aspectos críticos de la competencia que puedan resolver las siguientes preguntas:

- ¿Identificar factores de éxito de la competencia?
- ¿Características propias de cada competidor?
- ¿Segmento del mercado al que están dirigidos?

El tercer factor consiste en caracterizar los productos y servicios actuales potenciales, es decir, qué p alternativa de productos/servicios pueden ser más interesantes para los clientes actuales y potenciales para que de esa forma se puedan identificar las oportunidades y amenazas que puede tener el negocio. Para analizar qué son los competidores directos e indirectos primero se debe saber cuál es la diferencia entre competidor y competencia; el competidor es esa persona física o jurídica, producto o servicio con iguales similares propiedades que pelea por así decir para tener el mismo mercado. Por otro lado, competencia se basa cuando hay un indeterminado número de compradores y vendedores, que maximizan su beneficio, y en la que el precio está determinado únicamente por la oferta y demanda.

### ***Análisis Benchmarking de los Competidores Directos.***

Es muy importante elaborar un análisis de la competencia claro y bien estructurado, porque fácilmente permite identificar las fortalezas y debilidades del hotel en relación con los competidores.

También ayuda a acentuar el posicionamiento de la empresa teniendo en cuenta los hechos reales de lo que está sucediendo en el mercado, como por ejemplo elaborando un cuadro comparativo con la siguiente información:

#### ***Aparición de los Glamping Seleccionados en las Plataformas de Alojamiento***

Revisando las tres plataformas, el primer punto a analizar corresponde si se encuentra información de los glamping en las tres plataformas de alojamiento, la tabla N° 4 muestra la información extraída de la comparación.

**Tabla 4.**

#### ***Aparición de los Glamping Seleccionados en las Plataformas de Búsqueda y Reservación***

| <b>Nombre del Glamping</b>   | <b>Tripadvisor</b> | <b>Airbnb</b> | <b>Booking</b> |
|------------------------------|--------------------|---------------|----------------|
| Waira Ecolodge               | No                 | No            | Si             |
| Glamping Paiwen              | Si                 | Si            | Si             |
| Ecoparque Itawa Glamping     | No                 | No            | Si             |
| Utopía Glamping              | Si                 | No            | Si             |
| The Birden Glamping Boutique | Si                 | Si            | Si             |
| Isabella de la Montaña       | No                 | Si            | Si             |

*Fuente.* Elaboración propia



Como se observa el glamping Paiwen y The Birden Glamping Boutique, son los únicos que figuran en las tres plataformas seleccionadas para hospedajes y referenciar sitios con los respectivos costos, adicionalmente permite hacer reservaciones y en algunos casos cancelar sin costo alguno.

#### ***Comparación de los Glamping en la Plataforma Booking***

Para ello se hizo una comparación en cuanto a personal, instalaciones y servicios, limpieza, confort relación calidad/precio, wifi y ubicación. La tabla N° 5 muestra la información obtenida para los seis alojamientos en la plataforma Booking.

Ing Industrial  
2022-07-25 20:26:32

APA revisar

Boutique, son los únicos  
referenciar sitios con los

**Tabla 5.***Glamping en plataforma Booking*

| Glamping                     | Personal | Instalaciones y servicios | Limpieza | Confort | Relación calidad precio | Ubicación | Wifi |
|------------------------------|----------|---------------------------|----------|---------|-------------------------|-----------|------|
| Waira Ecolodge               | 8.9      | 8.6                       | 9.1      | 8.6     | 8.4                     | 8.9       | 10   |
| Glamping Paiwen              | 8.3      | 8.0                       | 8.2      | 8.2     | 7.5                     | 8.2       | 10   |
| Ecoparque Itawa Glamping     | 8.9      | 8.9                       | 8.7      | 8.7     | 8.9                     | 9.1       | 10   |
| Utopía Glamping              | 9.9      | 9.7                       | 10       | 10      | 9.7                     | 9.6       | 10   |
| The Birden Glamping Boutique | 9.7      | 9.1                       | 9.4      | 9.5     | 9.4                     | 9.5       | 10   |
| Isabella de la Montaña       | 8.8      | 8.7                       | 8.9      | 9.1     | 8.9                     | 9.2       | 10   |

Fuente. Elaboración propia



*Ing Industrial*

2022-07-25 20:26:44

APA revisar

En la plataforma Airbnb de los seis glamping seleccionados, solo aparecen 3 donde las calificaciones dadas por los clientes fueron muy similares, manteniendo un estándar dentro de las plataformas analizadas la tabla N° 6 muestra los glamping mencionados anteriormente.

**Tabla 6.***Glamping Referenciados en Plataforma Airbnb*

| Glamping                     | Personal | Instalaciones y servicios | Limpieza | Confort | Relación calidad precio | Ubicación | Wifi |
|------------------------------|----------|---------------------------|----------|---------|-------------------------|-----------|------|
| Glamping Paiwen              | 8.3      | 8.0                       | 8.2      | 8.2     | 7.5                     | 8.2       | 10   |
| The Birden Glamping Boutique | 9.7      | 9.1                       | 9.4      | 9.5     | 9.4                     | 9.5       | 10   |
| Isabella de la Montaña       | 8.8      | 8.7                       | 8.9      | 9.1     | 8.9                     | 9.2       | 10   |

Fuente. Elaboración propia



*Ing Industrial*

2022-07-25 20:26:51

APA revisar

En la plataforma Tripadvisor se encontraron igualmente tres glamping referenciados, donde las características que se analizaron fueron las mencionadas inicialmente, las cuales se evidencian en la tabla N° 7.

**Tabla 7.**

*Glamping Referenciados en Plataforma Tripadvisor.*

| Glamping                     | Personal | Instalaciones y servicios | Limpieza | Confort | Relación calidad precio | Ubicación | Wifi |
|------------------------------|----------|---------------------------|----------|---------|-------------------------|-----------|------|
| Glamping Paiwen              | 8.3      | 8.0                       | 8.2      | 8.2     | 7.5                     | 8.2       | 10   |
| Utopía Glamping              | 9.9      | 9.7                       | 10       | 10      | 9.7                     | 9.6       | 10   |
| The Birder Glamping Boutique | 9.7      | 9.1                       | 9.4      | 9.5     | 9.4                     | 9.5       | 10   |

Fuente. Elaboración propia



Ing Industrial  
2022-07-25 20:26:58

De igual manera se realizó un análisis de los 23 servicios principales que ofrecen los 6 camping seleccionados anteriormente y se realizó una comparación para determinar cuales son los que mayor servicio ofrecen y a precios cómodos, teniendo en cuenta las tres plataformas seleccionadas, para ello se dio un. La tabla N° 8 muestra los ítems evaluados.

**Tabla 8.**

*Servicios Prestados por los Glamping y Evaluados en las Tres Plataformas de Alojamiento.*

| Servicio           | Waira Eco Lodge Glamping | Glamping Paihuen | Ecoparque Itawa Glamping | Utopia Glamping | The Birder Glamping Boutique | Isabella de la Montaña |
|--------------------|--------------------------|------------------|--------------------------|-----------------|------------------------------|------------------------|
| Conexión Wifi      | ✓                        | ✓                | ✓                        | ✓               | ✓                            | ✓                      |
| Parqueadero        | ✓                        | ✓                | ✓                        | ✓               | ✓                            | ✓                      |
| Aire Acondicionado | ✓                        | ✓                | ✓                        | ✓               | ✓                            | ✓                      |
| Platos a la Carta  | ✓                        | ✓                | ✓                        | ✓               | ✓                            | ✓                      |

| Servicio                        | Waira Eco Lodge Glamping | Glamping Paihuen | Ecoparque Itawa Glamping | Utopia Glamping | The Birder Glamping Boutique | Isabella de la Montaña |
|---------------------------------|--------------------------|------------------|--------------------------|-----------------|------------------------------|------------------------|
| Terraza                         | ✓                        | ✓                | ✓                        | ✓               | ✓                            | ✓                      |
| Venta de Bebidas y Licores      | ✓                        | ✓                | ✓                        | ✓               | ✓                            | ✓                      |
| Recepción 24 Horas              | ✓                        | ✓                | ✓                        | ✓               | ✓                            | ✓                      |
| Desayuno                        | ✓                        | ✓                | ✓                        | ✓               | ✓                            | ✓                      |
| Jacuzzi                         | ✓                        |                  | ✓                        | ✓               | ✓                            | ✓                      |
| Piscina Privada                 | ✓                        | ✓                |                          | ✓               | ✓                            |                        |
| Asador BBQ                      |                          | ✓                | ✓                        |                 | ✓                            | ✓                      |
| Baño Natural                    | ✓                        |                  | ✓                        |                 | ✓                            | ✓                      |
| Balcón                          | ✓                        | ✓                | ✓                        |                 | ✓                            |                        |
| Malla Colgante                  | ✓                        |                  | ✓                        |                 | ✓                            |                        |
| Baño Privado Fuera del Glamping | ✓                        | ✓                |                          |                 | ✓                            |                        |

| Servicio                        | Waira Eco Lodge Glamping | Glamping Paihuen | Ecoparque Itawa Glamping | Utopia Glamping | The Birder Glamping Boutique | Isabella de la Montaña |
|---------------------------------|--------------------------|------------------|--------------------------|-----------------|------------------------------|------------------------|
| Cocina                          |                          |                  |                          | ✓               | ✓                            | ✓                      |
| Sistema de Sonido               |                          |                  |                          | ✓               | ✓                            | ✓                      |
| Zona de Trabajo                 |                          |                  |                          |                 | ✓                            | ✓                      |
| Zona de Comida al aire Libre    |                          |                  |                          |                 | ✓                            | ✓                      |
| Lugar para Hacer Fogata         |                          |                  |                          |                 | ✓                            | ✓                      |
| Hidromasaje                     |                          | ✓                |                          | ✓               |                              |                        |
| Río / Lago                      |                          |                  |                          | ✓               | ✓                            |                        |
| Prestamo de Bicicletas          |                          |                  |                          | ✓               | ✓                            |                        |
| Parque Infantil                 |                          | ✓                |                          |                 |                              |                        |
| Servicio de Traslado en Autobus |                          |                  |                          | ✓               |                              |                        |
| Tarjeta Débito                  | ✓                        | ✓                | ✓                        | ✓               | ✓                            | ✓                      |

| Servicio                              | Waira Eco Lodge Glamping | Glamping Paihuen | Ecoparque Itawa Glamping | Utopia Glamping | The Birder Glamping Boutique | Isabella de la Montaña |
|---------------------------------------|--------------------------|------------------|--------------------------|-----------------|------------------------------|------------------------|
| Tarjeta de crédito                    | ✓                        | ✓                | ✓                        | ✓               | ✓                            | ✓                      |
| Efectivo                              | ✓                        | ✓                | ✓                        | ✓               | ✓                            | ✓                      |
| Transferencia o Consignación Bancaria |                          | ✓                |                          |                 | ✓                            |                        |
| PayPal                                |                          | ✓                | ✓                        |                 | ✓                            |                        |
| PSE                                   |                          | ✓                |                          |                 | ✓                            |                        |
| Efecty                                | ✓                        |                  |                          |                 | ✓                            |                        |
| PRECIO                                | \$450.000                | \$325.000        | \$400.000                | \$350.000       | \$430.000                    | \$400.000              |

Fuente. Elaboración propia



Ing Industrial  
2022-07-25 20:27:26

APA revisar

Adicionalmente, se observó el tipo de Glamping que tiene la mayoría de estos establecimientos es domo, tienda de safari y eco-lodge, el glamping The Birder Glamping Boutique es el único glamping que ofrece habitaciones grupales, Waira Eco Lodge, Isabella de la montaña, glamping Paiwen ofrecen planes y tienen alojamiento familiar.

Según la información obtenida se observa en las tablas anteriores los competidores utilizan todos los medios de pago, como tarjetas de crédito o débito y efectivo, siendo estas las más frecuentes; como se puede observar el servicio de wifi, parqueadero, aire acondicionado, servicio de comida, terraz, venta de bebidas y licores, recepción 24 horas y desayuno, los seis glamping prestan este servicio.

Dentro de los resultados obtenidos con los competidores la estrategia de servicios diferenciadores se encuentra el servicio de piscina privada, jacuzzi, asador y baño natural, balcón, malla colgante, baño privado fuera del glamping, cocina, sonido, zona de comida al aire libre, lugar para hacer fogata, hidro masaje, río, alquiler de bicicleta sin costo alguno, con el fin de alcanzar así una alta competitividad de igual manera el servicio de traslado en autobus, pago por transferencia o consignación bancaria, Pse, Paypal, efecty y el costo. Todos los glamping cuentan con mecanismos de contacto, mediante sus páginas web, redes sociales y páginas como: Facebook e Instagram.

### ***Análisis Benchmarking de los Competidores Indirectos***

Para el análisis detallado de los competidores indirectos, la mayoría muestran cómo una necesidad idéntica puede ser complacida por diversos productos o servicios, por ello, las organizaciones amplían sus conocimientos acerca de su entorno competitivo ya que es muy probable que decidan reforzar su oferta competitiva y ganar así más cuota de mercado puesto que quienes dejan de actualizarse y mejorar sus soluciones comerciales se arriesgan fuertemente a caer en el olvido y perder relevancia en el mercado. Por otro lado, los productos o servicios que tienen una competencia indirecta son los sustitutivos, al poderse usar uno en lugar de otro lo que hace que sean los deseos de los consumidores y clientes los que determinen con qué tipo de producto quieren satisfacer su necesidad, entre esas empresas, se tiene los hoteles campestres, se realizó una comparación entre los hoteles que están cerca a la vereda La Argentina y que reúnen las características de un hotel campestre, la siguiente tabla No. 9 muestra los resultados de comparación de dichos hoteles.

Tabla 9.



*Análisis Comparativo Entre los Competidores Indirectos*

*Ing Industrial*

2022-07-25 20:31:40

revisar estas tablas que tienen estos chulitos  
muy espaciado

| Servicio                   | Finca el Retiro | Villas de San Sebastian | Hotel Vanguardia Natural | Hotel Vanguardia Real | Hotel Cinaruco Caney | Hotel del Llano |
|----------------------------|-----------------|-------------------------|--------------------------|-----------------------|----------------------|-----------------|
| Conexión Wifi              | ✓               | ✓                       | ✓                        | ✓                     | ✓                    | ✓               |
| Parqueadero                | ✓               | ✓                       | ✓                        | ✓                     | ✓                    | ✓               |
| Aire Acondicionado         | ✓               | ✓                       | ✓                        | ✓                     | ✓                    | ✓               |
| Platos a la Carta          | ✓               | ✓                       | ✓                        | ✓                     | ✓                    | ✓               |
| Terraza                    | ✓               | ✓                       | ✓                        | ✓                     | ✓                    | ✓               |
| Venta de Bebidas y Licores | ✓               | ✓                       | ✓                        | ✓                     | ✓                    | ✓               |
| Recepción 24 Horas         | ✓               | ✓                       |                          | ✓                     | ✓                    | ✓               |
| ✓                          |                 |                         |                          | Desayuno              | ✓                    |                 |
| ✓                          | ✓               | ✓                       | ✓                        | ✓                     |                      |                 |
| Jacuzzi                    |                 |                         | ✓                        |                       |                      |                 |
| ✓ Piscina Privada          |                 |                         |                          |                       |                      |                 |
| Asador BBQ                 | ✓               |                         |                          |                       |                      |                 |
| Baño Natural               |                 |                         |                          |                       |                      |                 |

| Servicio                        | Finca el Retiro | Villas de San Sebastian | Hotel Vanguardia Natural | Hotel Vanguardia Real | Hotel Cinaruco Canev | Hotel del Llano |
|---------------------------------|-----------------|-------------------------|--------------------------|-----------------------|----------------------|-----------------|
| Balcón                          |                 |                         |                          |                       | ✓                    | ✓               |
| Malla Colgante                  |                 |                         |                          |                       |                      |                 |
| Baño Privado fuera del Glamping |                 |                         |                          |                       |                      |                 |
| Cocina                          |                 |                         |                          |                       |                      |                 |
| Sistema de Sonido               | ✓               | ✓                       | ✓                        | ✓                     | ✓                    | ✓               |
| Zona de Trabajo                 |                 |                         |                          |                       |                      |                 |
| Zona de Comida al Aire Libre    | ✓               | ✓                       | ✓                        | ✓                     | ✓                    | ✓               |
| Lugar Para Hacer Fogata         |                 |                         |                          |                       |                      |                 |
| Hidromasaje                     |                 |                         | ✓                        |                       |                      |                 |
| ✓                               |                 |                         |                          |                       |                      | Río / Lago      |
| Prestamo de Bicicletas          |                 |                         |                          |                       |                      |                 |
| Parque Infantil                 | ✓               | ✓                       |                          |                       |                      |                 |
| Servicio de Traslado en Autobus |                 |                         |                          |                       |                      |                 |

| Servicio                              | Finca el Retiro  | Villas de San Sebastian | Hotel Vanguardia Natural | Hotel Vanguardia Real | Hotel Cinaruco Caney | Hotel del Llano  |
|---------------------------------------|------------------|-------------------------|--------------------------|-----------------------|----------------------|------------------|
| Tarjeta Débito                        | ✓                | ✓                       | ✓                        | ✓                     | ✓                    | ✓                |
| Tarjeta de Crédito                    | ✓                | ✓                       | ✓                        | ✓                     | ✓                    | ✓                |
| Efectivo                              | ✓                | ✓                       | ✓                        | ✓                     | ✓                    | ✓                |
| Transferencia o Consignación Bancaria | ✓                | ✓                       | ✓                        | ✓                     | ✓                    | ✓                |
| PayPal                                | ✓                | ✓                       | ✓                        | ✓                     | ✓                    | ✓                |
| PSE                                   | ✓                | ✓                       | ✓                        | ✓                     | ✓                    | ✓                |
| Efecty                                |                  |                         |                          |                       |                      |                  |
| <b>PRECIO</b>                         | <b>\$229.000</b> | <b>\$200.000</b>        | <b>\$200.000</b>         | <b>\$210.000</b>      | <b>\$350.000</b>     | <b>\$180.000</b> |

Fuente: Elaboración propia



Ing Industrial  
2022-07-25 20:28:01

Como se observa en la tabla anterior todos los hoteles ofrecen en común, conexión wifi, parqueadero, aire acondicionado, platos a la carta, terraza, venta de bebida y licores, recepción 24 horas, desayunos, sonido, zona de comida al aire libre, todos tienen acceso a los diversos sistemas de pago, menos efecty y los precios oscilan entre \$ 200.000 y \$350.000. Entre los elementos que no tienen en común o diferenciadores se pueden tener cuenta parque infantil, hidromasaje, balcón, asador BBQ.

### ***Análisis del comportamiento de los mercados y de los consumidores de Glamping,***

Aquí se busca retener y fidelizar a los clientes a través de satisfacer sus necesidades, se utilizó las 4P para conformar la mezcla de marketing mix: precio, producto, promoción y lugar o plaza.

**Producto.** El servicio de hospedaje en glamping ubicado en la vereda La Argentina, Villavicencio, combina el glamour con el camping, por lo cual tendrá un diseño de carpas modernas, con cocina, televisor conexión satelital, internet satelital, jacuzzi, piscina privada, malla y zona de asados; se prestará el servicio para parejas, grupos y/o familias para: caminatas, alquiler de cuatrimotos, cabalgatas y posibilidad de ciclo montañismo, con un precio asequible, que resulte atractivo cuando el turista establezca la relación precio/beneficio. Se pretende brindar un servicio de glamping con un alto compromiso por parte del cliente de respeto con el ambiente, es decir, con ello se quiere establecer conciencia y participación por parte de los turistas, a través de sembrar un árbol frutal en los alrededores del camping o en la vereda uno forestal para reforestar la zona.

**Plaza.** El presente proyecto de Glamping contará con página web, donde mostrará todas las bondades del proyecto, servicios, precios de forma llamativa y con ofertas, programada en HTML, CSS, Java script y/o PHP. La página web contará con “responsive design” es decir con acceso desde todas las plataformas disponibles, incluyendo celulares, tablets y computadores..

El proyecto de Glamping entrará a los sitios de Internet de intermediación turística, como son Booking, Despegar y TripAdvisor, donde dará a conocer su servicio de Glamping a personas que entran a estos sitios web; para ello pagará una comisión entre el 15% y 20% del valor de cada reserva, el proyecto está dispuesto a asumir dicho costo para posicionarse en el mercado y ser reconocido.

**Promoción.** A continuación, la estrategia de mercadeo para promocionar el servicio de glamping:

**Redes Sociales (Facebook, Instagram, LinkedIn).** El proyecto estará disponible en las redes sociales, también hará alianza con influencers que manejen el tema del desarrollo sostenible, promocionando el nombre del proyecto, junto con la experiencia de tener acceso a un sitio de estos, mostrando el confort, lujo y las acciones de sostenibilidad que realiza para la protección del medio ambiente.

**Vínculo de Página Web Profesional con Facebook Píxel.** La página web se vinculará con el píxel de Facebook, para realizar una estrategia de embudo de ventas en e-commerce, a través de puntos que capten la atención del cliente, para crear la intención de compra y realizar la venta, el píxel de Facebook crea un público objetivo con estadísticas generadas con el tiempo cada vez que la empresa interactúa con los usuarios.

**Google Trends.** Es una herramienta gratuita que permite monitorear los temas que están en tendencia en las redes sociales, así como seleccionar las regiones o países que se desea investigar para que el contenido creado y publicado obtenga un mayor impacto en el mercado seleccionado para este caso los alojamientos tipo glamping.

**Google analytics.** Es un elemento básico, muestra quién está visitando un sitio, de dónde y en qué páginas pasa la mayor parte de su tiempo, así mismo establece metas para alcanzar un número determinado de conversiones y rastrear eventos.

**Cross-Marketing.** El proyecto podrá utilizar esta estrategia como una oportunidad de enlazarse con marcas asociadas a la sostenibilidad o temas afines en glamping y en ecoturismo, para darse a conocer y atraer clientes a nivel nacional e internacional.

**Precio.** Es la estrategia más importante fijar precios, teniendo en cuenta la competencia y los servicios ofrecidos, lo cual genera beneficios y permite la implementación de estrategias globales para el proyecto.

Para realizar una buena fijación de precios se evaluó 6 aspectos para determinar la elección del precio definitivo, los cuales se mencionan a continuación

- Identificación de la demanda
- Estimar los costos
- Estudio de competidores
- Selección de la metodología para la fijación
- Comparación con herramienta de medición
- Elección del precio definitivo

Por ello el precio oscilará entre \$250.000 y \$400.000 pesos colombianos, para lo cual se tuvo en cuenta los precios de la competencia y el análisis financiero de los costos totales para ofrecer el servicio de alojamiento, en temporada alta es decir los meses de diciembre, enero, semana santa y junio, los precios se incrementaran en un 10% por aumento en la demanda y el resto del año los precios serán estables.

## **Estudio Técnico para la Identificación de las Necesidades que establecen el Tamaño del Proyecto, de Instalaciones, Personal, Equipos e Insumos Idóneos.**

### ***Macro Localización***

El proyecto se implementará en la vereda La Argentina antigua vía a restrepo a diez minutos, 2 km de la ciudad de Villavicencio, en la finca el Paraíso.

### ***Identificación y Descripción de los Procesos***

Para el desarrollo de este proyecto tipo glamping, fue necesario tener en cuenta los análisis realizados a través de las plataformas, por lo cual se seleccionó el domo geodésico, es una infraestructura preferida por los huéspedes, esta infraestructura se ajusta a cualquier tipo de cama, combinando lujo con lo artesanal, por ello será de madera y con colchón ortopédico, la decoración se hará con artesanías propias de la región, en el baño se implementará todos los accesorios necesarios, las paredes tendrán bambú y madera, el piso en vidrio y piedra de río, la habitación tendrá luces led de piso, en cada habitación como bienvenida se colocará un detalle floral y frutal, para parejas se obsequiará una botella de vino el primer día y se ambientará con velas y pétalos de rosa para un ambiente romántico.

Este glamping estará dirigido a parejas, grupos de amigos y familias con o sin mascotas, donde seleccionará las actividades de su preferencia, como senderismo, en el que el huésped se mantendrá en contacto directo con la naturaleza, pescas deportivas, cabalgatas, paseos en moto, estas actividades requieren de reserva previa, por ser servicios ofertados en asociación con la comunidad de la vereda, lo cual genera aportes económicos a los emprendimientos comunitarios.

En cuanto a la alimentación se ofertará un menú de comida tradicional y platos exóticos y/o gourmet, adicionalmente, en el menú existirá variedad de alimentos que permitan satisfacer el gusto de los clientes, utilizando productos orgánicos y que sean propios de la región del Meta.

### ***Caracterización y Diseño del Producto/Servicio***

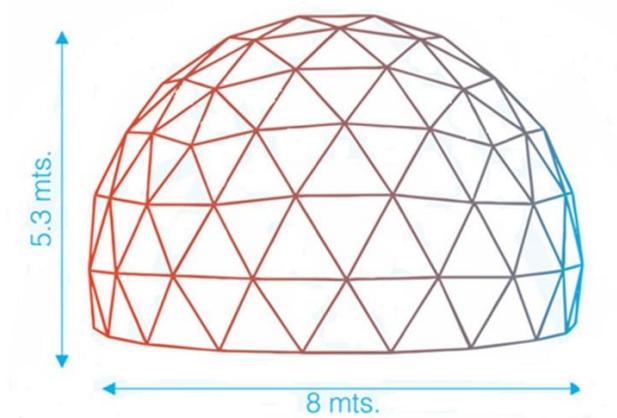
Se ofertará el servicio de alimentación, hospedaje y muestras culturales; el glamping contará con 4 domos cada una con capacidad para 2,3 y 4 personas, con camas dobles y/o sencillas, cada glamping estará hecho de material PVC / TPU (poliuretano termoplástico), se dispondrá de algunos detalles para la comodidad del huésped entre ellos baño privado, mini cafetera, sandwichera, dispensador de agua, mini nevera y asador. La actividad cultural se hará con las academias de baile joropo de la región a través de convenios.

### ***Diseño del glamping***

El domo geodésico o cúpula geodésica es una estructura muy vistosa y llamativa a simple vista por su forma y originalidad, puede ser utilizado para los más diversos fines por su gran cantidad de diseños disponibles. Las caras de una cúpula geodésica pueden ser figuras geométricas como triángulos, hexágonos o cualquier otro polígono; el número de veces que las aristas del icosaedro o dodecaedro son subdivididas dando lugar a triángulos más pequeños se llama la frecuencia de la esfera o cúpula geodésica. Las cúpulas más utilizadas corresponden a icosaedro, sólido platónico, compuesto de 12 vértices, 20 caras y 30 aristas (Figura No 2).

### **Figura 2.**

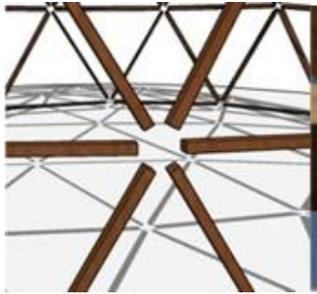
#### *Diseño del domo geodésico*



Las uniones serán mediante herrajes y conectores ya que soportan los diferentes climas por la alta calidad de los mismo ya que es una unión más compleja que permite agilizar los tiempos de montaje, estos conectores son muy utilizados en diferentes estructuras, para este diseño, se debe realizar las uniones para cada cúpula, a continuación, en la Figura No 3, se muestra el ejemplo de herraje y conector.

### **Figura 3.**

*Unión de los herrajes y conectores*



*Nota:* Extraído de <https://domosgeodesicos.es/conector-metalico-domos-geodesicos/>

Para la cubierta se utilizará lona Gruesa de PVC, la cual es resistente a la luz solar, bajas y altas temperaturas llegando a resistir hasta 70°C sin presentar deformaciones, a la climatología adversa y a los hongos, fácilmente sellable a otra, mediante el termosellado, mantiene las propiedades de resistencia y flexibilidad, es barato este polímero es impermeable, dándole al tejido un plus en calidad, además de alta durabilidad, ya que este material goza de todas las propiedades para satisfacer la mayoría de las necesidades de los consumidores durante mucho tiempo como se observa en la figura No. 4, adicionalmente tendrá una gran ventana con lona transparente.

**Figura 4.**

*Imagen de Ventana.*



*Nota:* extraído de <https://ecohabitar.org/>

Como accesorios adicionales cada carpa o glamping, tendrá un aislamiento de 8mm de espesor, así como un ventilador adaptado de energía solar (extractor), lo cual permitirá la ventilación natural y la circulación adecuada de aire el cual consiste en la aspiración del aire contaminado del interior de un recinto cerrado, teniendo en cuenta que se busca es un ambiente natural.

Para el glamping familiar o el de amigos, se tiene proyectado un espacio agradable donde cada individuo pueda tener su espacio, la ubicación de dos a tres camas sencillas y una doble, todos los glamping están provistos de hamacas, piscinas y jacuzzi. La figura No. 5, muestra una panorámica del glamping a desarrollar, donde se observa los accesorios mencionados que son los necesarios para el grupo familiar.

**Figura 5.***Glamping básico*

*Nota:* Tomado de <https://eau.com.co/ludom/cabanas-para-glamping/>

***Actividades de Recreación Deportiva Ofertadas***

**Senderismo.** Se podrán recorrer diferentes senderos que llevan atractivos naturales entre ellos la cascada Palmichal, el avistamiento de aves, flora endémica, esta actividad tendrá la supervisión de un guía local especializado. (Fontano Patán, 2019)

**Cabalgata.** Para la práctica de esta actividad los caballos se alquilan con la comunidad de la vereda la Argentina, con lo cual no solo se beneficia el glamping sino las personas al rededor, se contará con un guía local que sea bilingüe preferiblemente, se ofrecerá senderos ecológicos de acuerdo a sus intereses y experiencia, también existirán paseos de día completo que incluirán un picnic, todas las cabalgatas tendrán un refrigerio acompañado de un jugo natural de frutas. El turista tendrá la oportunidad de explorar la belleza del campo en diferentes senderos. (Real Academia Española, s.f.)

**Motociclismo.** Por las regiones montañosas de la vereda donde se hará prueba a la

resistencia y habilidad. (Bienestar fitness, 2019)

**Ciclismo.** El glamping tendrá a su disposición paseos en cicla con acompañamiento de guía, bien sea por la vereda o fuera de ella. (Bienestar fitness, 2019)

**Pescas Deportivas.** Se visitará los cultivos de cachama y mojarra establecidos para que puedan realizar pescas deportivas y cada uno pagará su pez de acuerdo al peso, con esto se apoyará los emprendimientos de la vereda como se menciona anteriormente (Infobae, 2021).

**Masajes con Piedras Volcánicas.** Enfocados en la innovación y creación de productos, se implementará el servicio de masaje con piedras volcánicas que estará abierto al huésped durante los siete días de la semana con previa reserva, estos masajes tienen beneficios medicinales en molestias musculares y relajación en general del cuerpo. ( Art Thai Massage, 2021)

**Fogatas.** El servicio de fogatas estará disponible los fines de semana, esta actividad incluye presentación de grupo musical tradicional de la zona y canelazo, momento adecuado para que los huéspedes puedan compartir entre ellos al ritmo de la música tradicional. (Helmer, 2020)

**Juegos de Mesa.** En el glamping se contará con juegos de mesa, jenga, parques, monopolio, naipes entre otros, los cuales estarán a disposición del huésped para su disfrute en momentos libres. (Derivamericas, s.f.)

### ***Estructura de Paquetes Turísticos***

Se deberá considerar paquetes turísticos, de uno a tres días, según lo analizado y teniendo en cuenta el perfil del turista para establecer las actividades complementarias de su preferencia, capacidad para parejas y parejas con niños o grupo de amigos. (Derivamericas, s.f.)

### ***Descripción del Proceso Productivo o Prestación del Servicio***

La tabla N° 10 muestra los procesos a desarrollar para la prestación del servicio para una experiencia diferente de los glamping, teniendo en cuenta el estado inicial, el proceso de transformación en cuanto la proyección del proyecto, el producto final terminado y los suministros necesarios o recursos a utilizar.

**Tabla 10.**

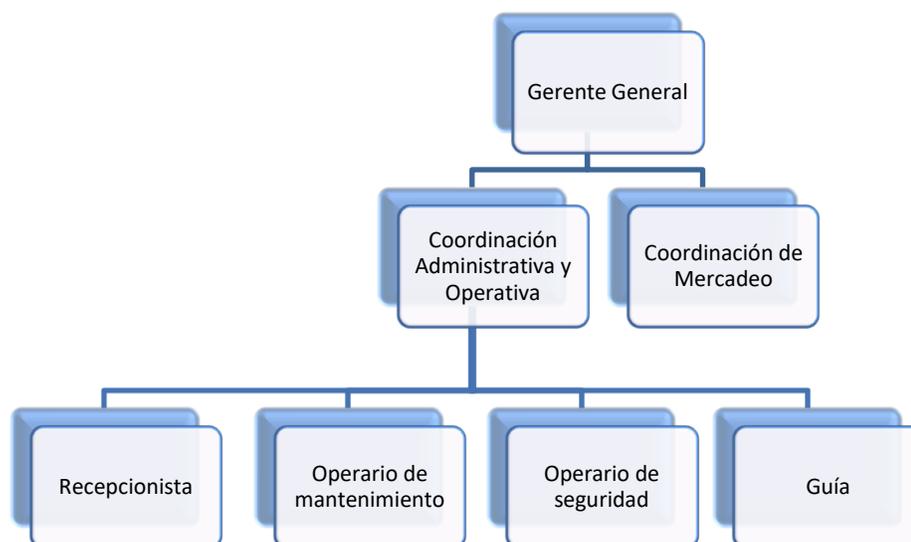
*Proceso a Desarrollar en la Prestación del Servicio de Glamping.*

| <b>Estado Inicial</b>             | <b>Proceso transformador</b>                        | <b>Producto final</b>                   | <b>Suministros</b>                     |
|-----------------------------------|---|---|--|
| Recurso paisajístico              | Construcción de la infraestructura                  | Domos geodésicos                        | Domos geodésicos                       |
| Oferta de servicios de pesca      | Contrato de servicios complementarios               | Pesca deportiva                         | Laguna artificial y peces              |
| Oferta de servicios de cabalgatas | Contrato de alquiler de caballos y contrato de guía | Cabalgatas guiadas                      | Caballos                               |
| Piedras volcánicas                | Contrato de masajista                               | Masajes con piedras volcánicas          | Piedras de basalto, camillas de masaje |
| Manifestación cultural            | Convenios con academias                             | Fogatas y presentación de grupo musical | Presentaciones                         |
| Atractivos naturales              | Cascada palmichal                                   | Senderismo, recreación                  | Hidratantes                            |
| Juegos de mesa                    | Compra de juegos de mesa                            | Desarrollo de juegos                    | Juegos de mesa                         |

*Nota:* Elaboración propia

### ***Organigrama***

La figura N° 6 muestra la estructura del organigrama tipo vertical, proyectado para la empresa de glamping a desarrollar en la vereda La Argentina.

**Figura 6.***Organigrama Proyectoado para la Empresa*

*Nota:* Diagrama realizado por los autores del proyecto.

***Descripción de Cargos***

Las siguientes tablas muestran una aproximación a la descripción de cargos que necesita la empresa, donde se elabora el perfil de competencias de los cargos u ocupaciones, la tabla N° 11 muestra de manera simplificada el perfil del Recepcionista.

**Tabla 11.***Descripción del Cargo de Recepcionista,*

| <b>Recepcionista</b> | <b>Funciones</b>  |
|----------------------|---|
| Objetivo             | Atender a los clientes, control de llamadas recibidas y dirigirlas a las distintas áreas de la empresa. |
| Funciones            | Recepción de Llamadas - Atención al Público Recibe la correspondencia<br>Recibe a los clientes          |
| Subordinados         | N/A   |

*Nota:* Elaboración Propia

La tabla N° 12 muestra uno de los cargos responsables del nivel táctico, el de Coordinador Administrativo y Operativo.

**Tabla 12.**

*Perfil del Cargo Coordinador Administrativo y Operativo*

| <b>Nombre del Cargo Coordinador Administrativo y Operativo</b> |  |
|--|--|
| Objetivo   | Coordinar todas las actividades administrativas y operativas con el fin de fortalecer una efectiva distribución y uso de los recursos materiales, asegurar la competencia del personal y la realización de sus funciones; así como garantizar una comunicación interna                           |
| Funciones  | Dirigir actividades operativas y administrativas<br>Garantizar el cumplimiento de las actividades establecidos por el Gerente<br>Mantener registros físicos y digitales de los empleados.<br>Programar reuniones internas y externas.<br>Gestionar y revisar los pedidos de materiales o insumos |
| Requerimientos del cargo                                       | Estudios superiores en ciencias administrativas Tener experiencia mínimo de 1 a 3 años en cargos directivos que se relacionen con áreas administrativas y operacionales<br>Debe tener altos niveles de iniciativa y autonomía<br>Trabajar en equipo  |
| Subordinados   | Recepcionista<br>Operario de Seguridad<br>Operario de Mantenimiento<br>Guía  |

*Nota:* Elaboración propia

La tabla N° 13 describe el perfil del Gerente de la empresa de Glamping a desarrollar en la vereda La Argentina.

**Tabla 13.**

*Perfil del Gerente.*

| <b>Nombre del Cargo</b> | <b>Gerente General</b>   |
|-------------------------|--|
| Objetivo                | Dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de ésta, controlar las actividades planificadas comparándolas con lo realizado y detectar las desviaciones o diferencias. |

| <b>Nombre del Cargo</b>  | <b>Gerente General</b>  |
|--------------------------|---|
| Funciones                | Representar Legalmente a la empresa y tomar decisiones  |
| Requerimientos del cargo | Estudios superiores en áreas administrativas y experiencia mayor a 3 años en áreas relacionadas con Finanzas, Contabilidad, Ventas y Comercialización |
| Subordinados             | Coordinador de Mercadeo<br>Coordinador administrativo y operativo   |

*Nota:* Elaboración propia

En la tabla N° 14 se describe el perfil del coordinador de mercadeo, incluyendo el objetivo del cargo, las funciones, los requerimientos y si tiene o no subordinados.

#### **Tabla 14.**

*Descripción del Perfil del Coordinador de Mercadeo.*

| <b>Nombre del Cargo</b>  | <b>Coordinador de Mercadeo</b>  |
|--------------------------|---|
| Objetivo                 | Proponer y ejecutar estrategias comerciales que favorezcan el posicionamiento de los productos, para contribuir a la venta de los mismos.   |
| Funciones                | Realizar estudios de mercado<br>Elaborar material de marketing<br>Analizar datos de ventas  |
| Requerimientos del cargo | Experiencia laboral demostrable como coordinador de marketing, encargado de marketing o un puesto similar<br>Conocimientos de herramientas de marketing tradicionales y digitales |
| Subordinados             | Guía<br>Operario de seguridad<br>Operario de mantenimiento  |

*Nota:* Elaboración propia

La tabla N° 15 se describe el perfil del operador de mantenimiento, incluyendo el objetivo del cargo, las funciones, los requerimientos y si tiene o no subordinados.

**Tabla 15.***Perfil del Operador de Mantenimiento.*

| <b>Nombre del Cargo</b>  | <b>Operario de Mantenimiento</b>   |
|--------------------------|--|
| Objetivo                 | Realizar reparaciones en instalaciones<br>Realizar labores de mantenimiento (pintura, reparación, jardines, etc) |
| Funciones                | Realizar actividades de siembra y mantenimiento en los jardines o senderos en el glamping                        |
| Requerimientos del cargo | Bachillerato<br>Conocimiento en electricidad<br>Conocimientos en acabados  |
| Subordinados             | N/A  |

*Nota:* Elaboración propia

Para el cargo de guía, la tabla N° 16 menciona las siguientes características.

**Tabla 16.***Perfil del Cargo de Guía*

| <b>Nombre del Cargo</b>  | <b>Guía</b>   |
|--------------------------|---|
| Objetivo                 | Brindar su asistencia y acompañamiento al cliente del galmping  |
| Funciones                | Guiar y conducir a los visitantes del glamping<br>Acompañamiento de las actividades lúdicas<br>Supervisar las actividades lúdicas<br>Inspeccionar los elementos a utilizar en las actividades   |
| Requerimientos del cargo | Bachiller<br>Excelentes habilidades interpersonales<br>Una buena presentación y habilidades de comunicación.<br>Automotivación y entusiasmo.<br>Hablar bien en público<br>Buenas habilidades descriptivas.<br>Una buena capacidad de planificación y organización |
| Subordinados             | N/A   |

*Nota:* Elaboración propia

La tabla N° 17 describe las características que debe cumplir el aspirante al cargo de Operario de seguridad.

**Tabla 17.**

*Cargo de operario de Seguridad.*

| <b>Nombre del Cargo</b>  | <b>Operario de seguridad</b>   |
|--------------------------|--|
| Objetivo                 | Inspecciona, vigila y realiza rondas, verificando el cumplimiento de las condiciones de seguridad de la empresa.<br>Mantener la seguridad dentro de las instalaciones de la empresa.<br>Controla el ingreso y salida de vehículos<br>Protege los bienes y los empleados de la empresa. |
| Funciones                | Proteger tanto a las personas como a la propiedad y a toda clase de bienes<br>Tratar de evitar la comisión de toda clase de hechos delictivos: hurtos, robos, sabotajes, actos vandálicos, de terrorismo, etc.<br>Dar información a todo el personal que lo solicite.                  |
| Requerimientos del cargo | Bachiller<br>Curso de vigilancia y seguridad   |
| Subordinados             | N/A  |

*Nota:* Elaboración propia

Diseñar el sistema de prestación de servicios y determinar los recursos requeridos, lo cual se puede realizar a través de un Diagrama o Blueprint del servicio. Para realizar el diseño de prestación de servicios , se realizo el Diagrama de blueprint durante la prestación del servicio, se establece un sistema de encuentro de servicios en el cual los clientes tienen a disposición servicios de reserva preestablecidos en diferentes plataformas o se le puede brindar asesoría mediante líneas telefónicas o en caso de requerirse directamente en el establecimiento, luego el

cliente se presenta en el establecimiento y se le brindan los servicios que haya pautado previamente en conjunto de sus reservas En el Blueprint del servicio se ve la interrelación de las acciones desarrolladas por el cliente y el establecimiento en las diferentes etapas de prestación del servicio (Anexo 1).

En la tabla N<sup>a</sup> 18 se encuentra la oferta de servicios a disposición de los clientes, se muestra el proceso de venta.

**Tabla 18.**

*Oferta de Servicios*

| <b>Preventa</b>                           | <b>Venta</b>   | <b>Postventa</b>   |
|---|--|--|
| Atención Telefónica                       | Servicio de hospedaje  | Limpieza de glamping   |
| Reserva on line                           | Servicio al glamping   | Limpieza de zonas comunes  |
| Chat (resolución de dudas)                | Servicio check in/check out  | Recolección de experiencias a través de la página web, encuesta, buzón de sugerencias, ofertas en temporada baja y precios especiales u obsequios a clientes frecuentes. |
| Atención al público en el establecimiento | Servicio de restaurante bar<br>Masajes piedras volcánicas<br>Planes turísticos<br>Caminatas ecológicas<br>Visita a la cascada<br>Recorrido a caballo<br>Recorrido en motocicleta<br>Recorrido en bicicleta |  |

*Fuente:* Elaboración propia

## **Determinación de la Factibilidad Económica de la Construcción del Servicio de Hospedaje Tipo Glamping en el Predio Ubicado en la Vereda la Argentina**

En esta etapa del estudio se determina el monto de los recursos, costos y gastos necesarios en el proceso de puesta en marcha e implementación del proyecto determinando así la viabilidad del mismo.

### ***Cuantificación de la Inversión Requerida, Ingresos y Egresos a Través de la Proyección de Flujos de Efectivo***

Para realizar la cuantificación de la inversión requerida para dar inicio al proyecto es necesario la compra de activos fijos que son los bienes de la empresa, ya sea tangible o intangible, pero que son necesarios para el funcionamiento de la empresa (Tabla 19), así mismo se incluyeron los activos de operación de las habitaciones, restaurante y recepción, donde están incluidas las toallas, la loza, la ropa de cama, etc, los cuales se plasman en la siguiente.

#### **Tabla 19.**

*Total de Activos Fijos y de Operación.*

| <b>Criterio</b>  | <b>Unidad</b> | <b>Cantidad</b> | <b>V/unitario</b> | <b>V/Total</b> |
|--|---------------|-----------------|-------------------|----------------|
| Adecuación del terreno   | M2            | 700             | \$25.000          | \$17.500.000   |
| 3 Circuitos de sendero ecológico con escalones y pasamanos en guadua en áreas de difícil acceso de 2000m aproximadamente | M2            | 200             | \$5.000.000       | \$15.000.000   |
| Plataforma en madera y guadua a 3 m de altura dimensiones aproximadamente de: 7m x5 m                                    | M2            | 35              | \$7.450.000       | \$22.350.000   |
| Computador recepción   |               |                 | \$2.500.000       | \$2.500.000    |
| Jacuzzi  |               | 3               | \$21.000.000      | \$63.000.000   |
| Piscina  |               | 3               | \$35.000.000      | \$105.000.000  |
| Alojamiento tipo 1   |               | 1               | \$14.000.000      | \$14.000.000   |

| <b>Criterio</b>   | <b>Unidad</b> | <b>Cantidad</b> | <b>V/unitario</b> | <b>V/Total</b> |
|---|---------------|-----------------|-------------------|----------------|
| Alojamiento tipo 2  |               |                 | \$28.000.000      | \$28.000.000   |
| Alojamiento tipo 3  |               |                 | \$35.000.000      | \$35.000.000   |
| Baños con ducha y baterías sanitarias dotadas con sistema para tratamiento de aguas negras  |               | 3               | \$2.500.000       | \$7.500.000    |
| Cocineta con lavaplatos   |               | 3               | \$2.500.000       | \$7.500.000    |
| Construcción restaurante  |               | 1               | \$8.000.000       | \$8.000.000    |
| Construcción recepción  |               |                 | \$4.000.000       | \$4.000.000    |
| Nevera minibar 97 litros  |               | 3               | \$472.000         |                |
| Combo Sillas (5 Silla nido colgante en estera+ 10 Rimax Eterna Sin Brazos+ 10 Asoleadora curva chocolate)   |               | 1               | \$11.550.000      | \$11.550.000   |
| Parrillera Portatil A Gas Hollow 205 De Acero Inoxidable  |               | 3               | \$850.000         | \$2.550.000    |
| Combo Linea de blancos 1 (3 Almohadas Redondo 95% Pluma Y 5% Plumón+20 Cojines Blancos Para Forrar 50x50cm+10Set x 2 almohadas antifluidos+10Frazadas en poliester tamaño Queen)  |               | 3               | \$500.000         | \$1.500.000    |
| Base cama, colchón, dos almohadas, protector. Tamaño Queen: 1.60 x 1.90 + 5 Tapetes Vintage 200x290 cm Hojas Taupe  |               | 3               | \$2.050.000       | \$6.150.000    |
| Combo Linea de blancos 2 (15 Juego de Sábanas Unicolor Tamaño Queen Blancas ( Sábana ajustable, sobresábana, dos fundas )+ 5 Forros cojines cama+5 Cubrelecho Acolchado Blanco 100% Poliéster+ 15 Set x 12 toallas en algodón blancas+15 Toalla para manos en algodón blanca) |               | 1               | \$6.000.000       | \$6.000.000    |
| Combo menaje (3 Vajilla en melamina ( 12 piezas)+ 6 Set de café 6 puestos+ 6 Set de vasos transparentes x 8 unidades+ 6 Set x3 sartenes+ 6 Juego de cubiertos x 16 piezas)  |               | 1               | \$2.500.000       | \$2.500.000    |

| <b>Criterio</b>   | <b>Unidad</b> | <b>Cantidad</b> | <b>V/unitario</b> | <b>V/Total</b>       |
|---|---------------|-----------------|-------------------|----------------------|
| Combo Mesas ( 10 sillas redondas Pequeñas<br>Minis Wizkids+ 5 Mesas Eterna Cuadrada<br>Pardo+5 Pie de Cama Baúl Modelo Nova en<br>Eco cuero o Microfibra color rojo)  |               | 1               | \$2.500.000       | \$2.500.000          |
| Combo muebles exteriores (3 Set terraza Madrid<br>mesa y dos sillas+3 Cesta De Basura<br>Household Essentials De Mimbre+ 3 base y<br>parasol de aluminio+ 6 Biombos,<br>separadores de ambiente bambu y tela de<br>poliester) |               | 1               | \$8.200.000       | \$8.200.000          |
| Televisor 50" Samsung 50NU7100 4K-UHD<br>Smart  |               | 4               | \$2.500.000       | \$10.000.000         |
| Elementos de decoración   |               | 3               | \$2.000.000       | \$6.000.000          |
| Hamacas   |               | 3               | \$ 150.000        | \$ 450.000           |
| <b>TOTAL</b>  |               |                 |                   | <b>\$386.750.000</b> |

*Nota:* Elaboración propia.

De igual manera se debe incluir los gastos de pre apertura, los cuales se discriminan de la siguiente manera:

- Una señora para el aseo \$1.100.000
- Un chef \$ 1.100.000
- Auxiliar de cocina \$ 600.000 (solo fines de semana)
- Recepcionista \$ 1.100.000

La tabla No. 20 muestra los costos mensuales requeridos para la implementación del proyecto, en la vereda La Argentina.

**Tabla 20.**

*Costos Fijos Mensuales en la Implementación del Glamping.*

| <b>Concepto</b>                                 | <b>Costo</b>         |
|---|----------------------|
| Crédito Bancario y seguro                       | \$ 4.000.000         |
| Sueldo 4 personas                               | \$ 3.900.000         |
| Factor prestacional = 56.53%                    | \$ 2.204.670         |
| Servicios públicos (agua, luz, aseo, gas, wifi) | \$ 1.500.000         |
| Promoción y administración de redes             | \$ 1.000.000         |
| Contabilidad                                    | \$ 600.000           |
| Software Contable en la nube                    | \$ 90.000            |
| Dotación del personal                           | \$ 1.200.000         |
| <b>TOTAL</b>                                    | <b>\$ 14.494.670</b> |

*Nota:* Elaboración propia.

Adicionalmente, se debe tener en cuenta los gastos mensuales de insumos como comida, licores, transporte, útiles de aseo y de papelería, los cuales se plasmaron en la tabla N° 21.

**Tabla 21.**

*Gastos Variables Mensuales.*

| <b>Concepto</b>   | <b>Gasto</b>        |
|-------------------|---------------------|
| Comida            | \$ 2.000.000        |
| Transporte        | \$ 1.000.000        |
| Vinos             | \$ 400.000          |
| Artículos de aseo | \$ 400.000          |
| Papelería         | \$ 300.000          |
| Otros             | \$ 300.000          |
| <b>TOTAL</b>      | <b>\$ 4.400.000</b> |

*Nota:* Elaboración propia.

Adicionalmente, la empresa debe tener un fondo de liquidez para cubrir los gastos que genera el glamping en los primeros meses de funcionamiento, donde su ocupación es poca, se destinará un valor de \$50.000.000 para dicho fondo. La inversión total del proyecto es de \$ 451.244.670 sumatoria de la compra de activos fijos más la compra de activos de operación, los gastos de preapertura y el fondo de liquidez, las cuales se muestra en la tabla N° 22.

**Tabla 22.**

*Total de Activos Fijos y de Operación.*

| <b>Concepto</b>                       | <b>Inversión</b>      |
|---------------------------------------|-----------------------|
| Total de activos fijos y de operación | \$ 386.750.000        |
| Gastos mensuales                      | \$ 14.494.670         |
| Fondo de liquidez                     | \$ 50.000.000         |
| <b>TOTAL</b>                          | <b>\$ 451.244.670</b> |

*Nota:* Elaboración propia.

***Estado de Pérdidas y Ganancias***

Un estado de pérdidas y ganancias proyectado es un estado que expresa los resultados obtenidos en un período determinado, teniendo en cuenta todos los ingresos y todos los costos y gastos, y luego se realizará un análisis de viabilidad financiera, así como la forma en que se financiará el proyecto y pronosticado a 5 años.

***Análisis de la Viabilidad Financiera***

En este lugar habrá 3 habitaciones de tipo 1, 2 y 3, la tabla No. 23, describe el precio de habitación por noche, si están todas ocupadas, el valor de cada habitación por día será de

\$1.350.000 (precio de las tres habitaciones) Desayuno y botella de vino incluido cortesía al entrar, la tabla mencionada muestra el precio y características de cada uno de los glamping.

**Tabla 23.**

*Precios Glamping.*

| <b>Glamping</b>             | <b>No. de personas</b> | <b>Jacuzzi</b> | <b>Piscina</b> | <b>Baño Privado</b> | <b>Desayuno incluido</b> | <b>Valor total noche</b> |
|-----------------------------|------------------------|----------------|----------------|---------------------|--------------------------|--------------------------|
| Alojamiento tipo 1.         | 2                      | Si             | No             | Si                  | Si                       | \$ 300.000               |
| Alojamiento tipo 2 Familiar | 2                      | Si             | Si             | Si                  | Si                       | \$ 500.000               |
| Alojamiento tipo 3 Familiar | 4                      | Si             | Si             | Si                  | Si                       | \$ 600.000               |
| <b>TOTAL</b>                |                        |                |                |                     |                          | <b>\$ 1.400.000</b>      |

*Nota:* Elaboración propia

La siguiente es la tasa de ocupación año por año, suponiendo que la tasa de ocupación anual en el primer año es del 40%, es decir, solo se ocuparán 12 días al mes, entonces el ingreso mensual por estos días serían de \$ 16.800.000 al año se obtendría en solo ocupación de glamping \$201.600.000, sin tener en cuenta las actividades adicionales que ofrece el glamping, como las caminatas, senderismo en bicicleta, cabalgatas, etc. La tabla N° 24 muestra la proyección de ocupación durante los primeros cinco años

**Tabla 24.**

*Proyección de Ocupación, Horizonte Cinco Años.*

| <b>Proyección a cinco años</b> | <b>Porcentaje de ocupación</b> | <b>Días al mes de ocupación</b> | <b>Valor total noche todos los alojamientos</b> | <b>Valor total mensual</b> | <b>Valor total anual</b> |
|--------------------------------|--------------------------------|---------------------------------|---|----------------------------|--------------------------|
| Ocupación año 1                | 40%                            | 12                              | \$1.400.000                                     | \$16.800.000               | \$201.600.000            |
| Ocupación año 2                | 50%                            | 15                              | \$1.400.000                                     | \$21.000.000               | \$252.000.000            |
| Ocupación año 3                | 60%                            | 18                              | \$1.400.000                                     | \$25.200.000               | \$302.400.000            |
| Ocupación año 4                | 70%                            | 21                              | \$1.400.000                                     | \$29.400.000               | \$352.800.000            |

| <b>Proyección a cinco años</b> | <b>Porcentaje de ocupación</b> | <b>Días al mes de ocupación</b> | <b>Valor total noche todos los alojamientos</b> | <b>Valor total mensual</b> | <b>Valor total anual</b> |
|--------------------------------|--------------------------------|---------------------------------|---|----------------------------|--------------------------|
| Ocupación año 5                | 80%                            | 24                              | \$1.400.000                                     | \$33.600.000               | \$403.200.000            |

*Nota* :Elaboración propia

### **Financiación**

El proyecto será financiado en parte con recursos propios y el resto por entidades financieras con préstamos de libre inversión, los recursos propios de \$100.000.000 y un superávit de \$351.244.670 serán financiados por entidades financieras; para hacer una proyección a 5 años, el IPC debe ser conocido, es decir, el Índice de Precios al Consumidor, conocer este valor es muy importante para hacer predicciones a 5 años es necesario saber que el IPC que es índice de precios al consumidor, es de gran importancia conocer este valor para realizar las proyecciones a cinco años, para el año 2022, la proyección se observa en la tabla N° 25 , donde se asume el valor del IPC del 8,53%

### **Tabla 25.**

*Estado de Perdidas y Ganancias Proyectado para el Primer Año.*

| <b>Concepto</b>                        | <b>Sin IPC</b> | <b>Mas IPC 8,53</b> |
|--|----------------|---------------------|
| Ingresos                               | \$201.600.000  | \$201.600.000       |
| Gastos fijos anuales                   | \$173.936.040  | \$188.772.781       |
| Gastos variables Anuales               | \$ 4.400.000   | \$ 4.475.320        |
| Utilidades antes del impuesto de renta | \$ 23.263.960  | \$ 22.566.042       |
| Menos impuesto de renta 9%             | \$ 2.093.757   | \$ 2.030.944        |
| Utilidad neta                          | \$ 21.170.204  | \$ 24.596.986       |

*Nota*: Elaboración propia

No se tiene conocimiento del valor del IPC para el año 2023 se asumió el 8.8%, lo cual se observa en la tabla N° 26.

**Tabla 26.**

*Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado para el Segundo Año.*

| <b>Concepto</b>                        | <b>Mas IPC 8,8</b> |
|--|--------------------|
| Ingresos                               | \$252.000.000      |
| Gastos fijos anuales                   | \$205.384.786      |
| Gastos variables Anuales               | \$ 4.869.149       |
| Utilidades antes del impuesto de renta | \$ 41.746.065      |
| Menos impuesto de renta 9%             | \$ 3.757.140       |
| Utilidad neta                          | 4 37.988.920       |

*Nota:* Elaboración propia.

El IPC asumido para el año 2023 es del 9.1%, lo cual se observa en la tabla N° 27.

**Tabla 27.**

*Proyección del Estado de Pedidas y Ganancias para el segundo Año.*

| <b>Concepto</b>                        | <b>Mas IPC 9,1</b> |
|--|--------------------|
| Ingresos                               | \$ 302.400.000     |
| Gastos fijos anuales                   | \$ 223.869.417     |
| Gastos variables Anuales               | \$ 5.312.242       |
| Utilidades antes del impuesto de renta | \$ 73.218.341      |
| Menos impuesto de renta 9%             | \$ 6.589.651       |
| Utilidad neta                          | \$ 66.628.690      |

*Nota:* Elaboración propia.

Para el año 2023 el IPC se asume un 9.3%, lo cual se observa en la tabla N° 28.

**Tabla 28.**

*Proyección de Estado de Pérdidas y Ganancias para el Segundo Año.*

| <b>Concepto</b>          | <b>Mas IPC 9,3</b> |
|--------------------------|--------------------|
| Ingresos                 | \$ 352.800.000     |
| Gastos fijos anuales     | \$244.017.665      |
| Gastos variables Anuales | \$ 5.806.281       |

| <b>Concepto</b>                        | <b>Mas IPC 9,3</b> |
|--|--------------------|
| Utilidades antes del impuesto de renta | \$102.976.054      |
| Menos impuesto de renta 9%             | \$ 9.267.845       |
| Utilidad neta                          | \$ 93.708.209      |

*Nota:* Elaboración propia.

El valor del IPC asumido es del 9.5%, lo cual se observa en la tabla N° 29.

### **Tabla 29.**

*Proyección de Pérdidas y ganancias del Segundo Año.*

| <b>Concepto</b>                        | <b>Mas IPC 9,5</b> |
|--|--------------------|
| Ingresos                               | \$403.200.000      |
| Gastos fijos anuales                   | \$267.199.343      |
| Gastos variables Anuales               | \$ 6.357.878       |
| Utilidades antes del impuesto de renta | \$129.642.779      |
| Menos impuesto de renta 9%             | \$ 11.667.850      |
| Utilidad neta                          | \$117.974.929      |

*Nota:* Elaboración propia.

***Determinar los Costos utilizando la TIR (Tasa Interna de Retorno) y el VPN (Valor Presente Neto)***

**Retorno de la Inversión.** Determinar la TIR es importante porque es una forma de determinar si la inversión en el proyecto tiene mérito financiero. La inversión del dueño será de \$100.000.000, se pretende alcanzar una tasa de interés al 4%, los datos se elaboraron en Excel y posteriormente, se realizó la tabla N° 30.

**Tabla 30.***Retorno de la Inversión.*

| <b>Inversión dueño<br/>o flujo de<br/>efectivo neto</b> | <b>Año 1</b>    | <b>Año 2</b>    | <b>Año 3</b>    | <b>Año 4</b>    | <b>Año 5</b>    | <b>Total</b>    |
|---|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| \$100.000.000   | \$ 24.596.986   | \$ 37.988.920   | \$ 66.628.690   | \$ 93.708.209   | \$ 117.974.929  |                 |
| Valor presente  | \$23.650.948,08 | \$35.122.892,01 | \$59.232.662,79 | \$80.102.169,79 | \$96.966.792,06 | \$295.075.464,7 |
| V.P.N.  |                 |                 |                 |                 |                 | \$195.075.465   |
| TIR   |                 |                 |                 |                 |                 | 43%             |
| IND. RENT.  |                 |                 |                 |                 |                 | \$2,950754647   |

*Nota:* Elaboración propia.

En otras palabras, cuanto mayor sea la TIR, más rentable será el dinero invertido, lo que significa que si tiene una TIR alta, obtendrá una inversión de tasa de interés alta, y el dinero que obtenga después de un año se pagará por el próximo año. Los fondos se reinvierten al 40%, y así sucesivamente.

## Conclusiones

El estudio de mercado y el análisis del sector turismo no ha arrojado resultados positivos, según la Organización Mundial del Turismo el crecimiento del turismo a nivel internacional fue del 4%, en comparación con el 2020, sin embargo, los turistas internacionales se mantuvieron un 72% por debajo de los datos del año 2019, el año anterior a la pandemia, según las cifras de la OMT, cifras que no variaron en el año 2020, se espera que el número de visitantes extranjeros alcance este año los 3,1 millones, un 49 % más que en 2021, dentro de las características ofertadas y demandadas las que más inciden al momento de la decisión de compra por parte de la población objetivo son; las bondades de la naturaleza, el aire libre, la diversidad paisajista, atardeceres tranquilidad, la armonía y un entorno libre del ruido.

Existe un mercado con alto poder adquisitivo en el municipio de Villavicencio interesado en servicios alternativos de hospedaje campestre, por tal motivo, se hace necesario crear un portafolio de servicios acorde a sus gustos y preferencias para cubrir la demanda insatisfecho, por ello se propone iniciar con 3 glamping para 2 personas, 3 y/o 4 que sería el plan familiar que llenen las expectativas en lujo y confort sin perder la esencia de estar en un espacio natural, brindando así una experiencia inolvidable para el turista, la cual está relacionada con el ocio, el esparcimiento y el bienestar, aportando al desarrollo social y económico de la región con la generación de ingresos, creación de empleos y cuidado del medio ambiente.

A través de la investigación técnica, comercial y financiera se concluye que si existe un mercado para este servicio, el mercado objetivo de la empresa es de 21 a 55 años, nivel socioeconómico 3 o superior, personas que gusten de realizar actividades ecoturísticas, deportivas, sistemas ambientalmente sostenibles y problemas ambientales en general.

Para la industria de la hospitalidad, las plataformas comerciales como Airbnb, TripAdvisor y Booking son plataformas tecnológicas con una gran cantidad de clientes interesados en encontrar alojamiento, y estas plataformas son canales clave para reservar, comprender y comparar precios, servicios complementarios y alternativos. Llegar a más personas interesadas en tales servicios a través de este mecanismo.

El modelo de empresa propuesto presenta un hospedaje innovador en algunos de los servicios planteados en el sector del turismo, el cual mezcla la oportunidad de acampar al aire libre con el confort y condiciones de los grandes hoteles, y a partir del estudio de mercado se determinó la alta aceptación del servicio.

## **Recomendaciones**

Es necesario diseñar servicios adicionales teniendo en cuenta el perfil del segmento objetivo, gustos y preferencias además de fortalecer la estrategia de diferenciación frente a empresas del sector del turismo que oferten productos sustitutos logrando así cubrir demandas insatisfechas y captando un mayor volumen de turistas.

El proyecto de investigación ancla conceptos de productos basados en ideas de negocios que contienen los mismos conceptos, realiza investigaciones de acuerdo al mercado para obtener conocimiento y comprensión de los consumidores e industrias, los resultados obtenidos son beneficiosos para el análisis financiero, marketing, modelos administrativos y funcionales.

La tendencia de ir a pernoctar en los alojamientos tipo glamping está adquiriendo cada vez más un mayor auge, dada la publicidad los diversos medios de comunicación y más aún en las redes sociales. Además, debido a la crisis sanitaria que hemos sufrido este año 2020 a casusa del Covid-19, los medios sitúan al modelo del glamping entre las cinco formas más seguras de viajar para esta nueva era post coronavirus (Bigas, 2020).

Durante el desarrollo del trabajo, se observó que varios estudios indican que la demanda para esta nueva tendencia ya está aumentando, y cada vez lo hará más, aún existen multitud de posibilidades para explotar este sector, el país cuando ofrece glamping acoge a un nuevo tipo de huésped, abre las puertas a todas ellas personas que no van de acampada, pero quieren disfrutar de la naturaleza de una forma respetuosa para el medioambiente y ecológica, sin dejar de lado la comodidad y el lujo (Camacho, 2018) .

### Lista de referencias

- Anato. (2 de Julio de 2020). *Anato.org*. Obtenido de <https://anato.org/noticias/intervencion-presidente-ivan-duque-en-el-marco-de-la-72-asamblea-general-ordinaria-anato/>
- Arias, F. G. (2012). *El proyecto de investigación*. Caracas: Episteme.
- Asociación Hotelera y Turística de Colombia. (20 de Marzo de 2020). Obtenido de <https://www.cotelco.org/noticias/crisishotelera>
- Asociación hotelera y turística de Colombia. (16 de Marzo de 2020). Obtenido de <https://www.cotelco.org/noticias/Coronavirus>
- Benavides Fonseca, D. a., Merchán alvear, A., & Alexander, T. M. (2018). *Global Camping*. Bogotá: Usta.
- Brochado, A., & Fernando, B. (2019). ¿Qué hace que una experiencia de glamping sea excelente? *Revista de tecnología hotelera y turística*, 12.
- Caballero Cristancho, E. A. (2017). *Turismo rural en Villavicencio - caso vereda Buenavista*. Villavicencio: Universidad Santo Tomás.
- Chavéz García, M. B., & Montesdeoca Moncayo, A. f. (2018). *El glamping como alternativa de alojamiento comunitario de Pukyu Pamba, cantón Ibarra*. Sangolquí: Espe.
- Cluster Bogotá Turismo de Negocios y Eventos CCB. (2 de Febrero de 2018). *Las razones del boom del turismo que vive Colombia*:. Obtenido de [ccb.org](https://www.ccb.org.co): <https://www.ccb.org.co>
- Domingo, R. (9 de Noviembre de 2017). *El 'Glamping', un hotel 5 estrellas bajo las estrellas*. Obtenido de <https://www.eltiempo.com/vida/viajar/que-es-el-glamping-y-donde-se-puede-haceren-colombia-76332>

Fernández Ballester, M. J. (2020). *Diseñando el futuro del turismo experiencial de lujo*.

*Especial referencia al viajero chino*. España: Universitat Oberta de Catalunya .

Gallego-Valero, I. (2017). *Alojamientos sostenibles y economía colaborativa: un desafío para el futuro*. Andalucía: Universidad de Jaén.

Galeano, J. C. (17 de Marzo de 2021). *El tiempo*. Obtenido de

<https://www.eltiempo.com/economia/sectores/como-son-losglamping-hoteles-en-medio-de-la-naturaleza-y-por-que-estan-de-moda-396648>

Gil Castro, D. E. (30 de Octubre de 2020). *Vive el meta*. Obtenido de

<https://www.viveelmeta.com/5-lugares-para-hacer-glamping-en-villavicencio-3735/>

Granda Muñoz, M. J. (2021). *Camping de Lujo y la Incidencia en el Flujo Turístico de la Finca la Clarita, parroquia de Papallacta, provincia de Napo*. Provincia de Napo: Universidad nacional de Chimborazo.

González, M. (13 de Marzo de 2017). *Entorno turístico*. Obtenido de

<https://www.entornoturistico.com/que-es-el-turismo-rural-y-actividades-que-se-practican>

Guio Muñoz, J. A., & Rosas Duitama, M. (2019). *Propuesta de diseño de una estructura para glamping en el aprovechamiento de las oportunidades de negocio para el sector turístico*. Duitama: Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia.

Gualdrón Mateus, M. N. (2018). *Diseño de una unidad de negocios sustentable de alojamiento*

*tipo glamping para la marca Neblinas en la ciudad de Cali*. Bogotá: Universidad Externado de Colombia.

- Guzmán Angulo, J. J., & Portela palacio, J. S. (2018). *Plan de negocio para el desarrollo de infraestructura hotelera ecoturística en el municipio de Puerto López, Meta*. Bogotá: Universidad Externado de Colombia.
- Harman Ortiz, J. F. (2020). *Plan de Desarrollo Villavicencio Cambia Contigo 2020 -2023*. Villavicencio: Alcaldía municipal de villavicencio.
- Hernández, S. R., Fernández Collado, C., & Batista, L. P. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill.
- Ibañez, G. S., & Montealegre Rivera, J. F. (2020). *Formulación de un Modelo de Negocio de Turismo de La Naturaleza por Medio de La Modalidad de Glamping en La Vereda El Otoño del Corregimiento de La Buitrera - Valle del Cauca*. Valle del Cauca: UNAD.
- La República. (19 de Septiembre de 2018). Los siete pilares del nuevo Plan Sectorial de Turismo que presentará el Gobierno. *La República*, pág. 1.
- Lohmann, G., Lobo, H., T. L., Valduga, V., Castro, R., Coelho, M., . . . Perinot. (2021). Turismo en Brasil: de la política, la desigualdad social, la corrupción y la violencia hacia la agenda turística brasileña 2030. *Revista de Turismo*, 12.
- Mejía Calozzuma, J. C. (2016). *Estudio de factibilidad para la creación de un campamento para fomentar el turismo Glamping en el cantón Gualaceo, Azuay*. Azuay: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
- Mendez, C. E. (2013). : *Metodología , diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales*. Bogotá: Universidad del Rosario.

- Mieles Cevallos, D. N., Cabezas Reyes, S. N., & Elizalde Sevilla, R. C. (2017). *Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa agroturística de camping para el desarrollo económico, social y turístico de la parroquia Cone, perteneciente al cantón Yaguachi*. Ecuador: Ean.
- Mihalič, T., & Kuščer, K. (2021). *Mihalič, Tanja; Kuščer, Kir (2021) La gestión del destino es primordial para la implementación del turismo sostenible centrado en la calidad de vida*. Slovenia: University of Ljubljana.
- Ministerio de comercio, industria y turismo. . (12 de Noviembre de 2018). *Mincit*. Obtenido de <http://www.citur.gov.co/publicaciones?page=6>
- Mincomercio. (2021). *Información perfiles económicas departamentales*. Bogotá: OEE-FLD.
- Ministerio del Medio Ambiente. (2020). *Portafolio de turismo de Naatuarleza Negocios verdes*. Bogotá: Minambiente.
- Muñoz Matabanchoy, D. S., & Naula Proaño, S. E. (2021). *Estudio de factibilidad para la implementación de Glamping en Pondo Wasi, parroquia Angochagua, Imbabura, Ecuador*. Imbabura: Universidad Técnica del Norte.
- Pérez, S. (12 de Agosto de 2019). Obtenido de <https://www.lugarnia.com/curiosidades/glamping-en-que-consiste-esta-forma-alojamiento/>
- Cáceres, D. (5 de Junio de 2021). *Bussines Insider*. Obtenido de <https://www.businessinsider.es/guia-glamping-caracteristicas-ejemplos-ventajas-872857>
- Ministerio de Educación. (12 de Agosto de 2021). *Ministerio de educación*. Obtenido de [https://www.mineducacion.gov.co/1759/w3-propertyname-3377.html?\\_noredirect=1](https://www.mineducacion.gov.co/1759/w3-propertyname-3377.html?_noredirect=1)

- Oliveros Ocampo, C. a., Chavez, R. M., & Bravo, M. L. (2020). *Análisis de sensibilidad del mercado turístico colombiano: parques nacionales naturales en un contexto de conflicto armado*. Emerald Publishing Limited.
- Pulido Arbelaez, L. N., & Cabello Beltrán, E. A. (2020). *Análisis del impacto económico del coronavirus en el sector turismo en Colombia*. Bogotá: Universidad Católica de Colombia.
- Romero velásquez, R. C. (2020). *Plan de negocios para la creación de una empresa de turismo gklamping Hykatá*. Bogotá: ean.
- Sánchez, L. J., & Sidorkevich, S. A. (2018). *Glamping Lauquen Domos*. Patagonia: Universidad Argentina de la empresa.
- Santoro, F. (19 de Agosto de 2021). El turismo de 2021. *La República*, pág. 1.
- Toro, G. (9 de Noviembre de 2003). La política pública de turismo en Colombia. Turismo y Sociedad. *Universidad Externado de Colombia*, 10. Obtenido de <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/view/2204>
- Tschrister, A. e. (2018). *Glamping como estrategia de diversificación de la oferta de alojamiento de la localidad de Sierra de la Ventana*". Bahía Blanca: Universidad nacional del Sur.
- Velásquez Manrique, L. O. (2017). *Análisis del segmento turístico LGBTI internacional para propuesta de un certificado de calidad para establecimientos de servicios de hospitalidad*. Provincia de Napo: Pontificia Universidad Católica del Ecuador

### Anexos



Anexo. A. Diagrama Blue print de servicios