



UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR

BUSINESS SCHOOL

TRABAJO DE GRADO PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE

MAGÍSTER EN GESTIÓN DE PROYECTOS

TÍTULO DEL TRABAJO DE GRADO

“DISEÑO UN PLAN DE OPERACIONES PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN GLAMPING
COMO ALTERNATIVA DE ALOJAMIENTO EN LA CIUDAD DE BAÑOS DE AGUA SANTA”.

AUTOR: LILIANA GABRIELA GUEVARA MARIÑO

DIRECTOR: MGTR. PAÚL GARCÉS RUALES

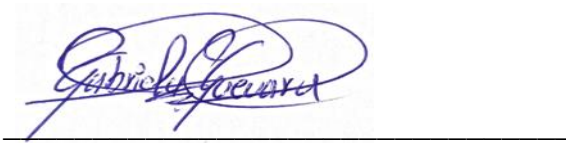
2023

Quito, Ecuador

CERTIFICACIÓN

Yo, **LILIANA GABRIELA GUEVARA MARIÑO**, declaro que soy la autora exclusiva de la presente investigación y que ésta es original, auténtica y personal. Todo los efectos académicos y legales que se desprendan de la presente investigación serán de nuestra sola y exclusiva responsabilidad.

Cedo el derecho de propiedad intelectual a la Universidad Internacional del Ecuador (UIDE), según lo establecido en la Ley de Propiedad Intelectual, reglamento y leyes.



Firma del graduando

(Liliana Gabriela Guevara Mariño)

Yo, Mgtr. Paúl Garcés Ruales, declaro que, personalmente conozco que la graduanda: Liliana Gabriela Guevara Mariño, es la autora exclusiva de la presente investigación y que ésta es original, auténtica y personal.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Paúl Garcés Ruales', written in a cursive style.

Firma del director del trabajo de titulación

Mgtr. Paúl Garcés Ruales

ÍNDICE

ABSTRACT	8
PALABRAS CLAVE	9
1. INTRODUCCIÓN	10
1.1. Objetivos.....	11
1.1.1. General	11
1.1.2. Específicos.....	11
2. ESTADO DE LA CUESTIÓN	11
2.1. Marco conceptual.....	11
2.1.1. Turismo	11
2.1.2. Hospedaje	11
2.1.2.1. Historia del hospedaje.....	11
2.1.2.2. Hospedaje de montaña.....	15
2.1.3. Glamping.....	15
2.1.3.1. Tipos de Glamping.....	15
2.1.3.2. Beneficios del Glamping	16
3. METODOLOGÍA	16
3.1. Población y muestra	16
3.1.1. Población	16

3.1.2. <i>Muestra</i>	16
3.2. Resultados.....	17
4. DESARROLLO Y RESULTADOS.....	20
4.1. Plan de producción	20
4.1.1. <i>Cronograma de actividades</i>	21
4.1.2. <i>Ruta crítica</i>	28
4.2. Plan de compras.....	30
4.3. Plan de recursos humanos.....	32
4.3.1. <i>Funciones de los puestos de trabajo</i>	33
5. CONCLUSIONES	35
6. BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA	36

RESUMEN

En la actualidad el turismo de naturaleza ha tenido una acogida muy importante especialmente en zonas rurales, siendo estas las más visitadas a consecuencia de la pandemia, por lo que ha despertado el interés de visitar espacios abiertos con naturaleza de por medio sin olvidar que al mismo tiempo se despierta y se evidencia el crecimiento de interés por proteger el medio ambiente. Por lo que, surge la necesidad de construir un “Glamping” como nueva alternativa de alojamiento para atraer al turismo amante de la naturaleza y su protección, dándoles la oportunidad de convivir en el campo, disfrutar de su flora y fauna dentro de un hospedaje tranquilo con las comodidades de un hotel de lujo y con la convicción de saber que se están hospedando en un lugar que incentiva a la sostenibilidad de la naturaleza.

ABSTRACT

At present, nature tourism has had a very important reception especially in rural areas, being these the most visited as a result of the pandemic, so it has awakened the interest in visiting open spaces with nature in between without forgetting that at the same time the growth of interest in protecting the environment is awakened and evidenced. Therefore, the need arises to build a "Glamping" as a new lodging alternative to attract tourism lovers of nature and its protection, giving them the opportunity to live in the countryside, enjoy its flora and fauna in a quiet lodging with the comforts of a luxury hotel and with the conviction of knowing that they are staying in a place that encourages the sustainability of nature.

PALABRAS CLAVE

GLAMPING: HOSPEDAJE DE MONTAÑA

TOURISM: TURISMO

ACCOMMODATION: ALOJAMIENTO

DOME: DOMO

1. INTRODUCCIÓN

A nivel mundial se escucha y se ve el desarrollo de la industria relacionada al turismo y su importancia en la inyección y movimiento de ingresos económicos en cada uno de los sectores que trabajan dentro de este ámbito.

El turismo, por ser una actividad global, se enfoca en áreas de entretenimiento, cultura, diversión, negocios y religión, mismas que se pueden encontrar en todas partes del mundo y en cada una de ellas se aplican y desarrollan nuevas técnicas y normas de estrategias para la innovación futurista de esta actividad.

El continente americano no se queda atrás en el desarrollo de la industria turística, convirtiéndose en un continente pionero en la innovación de la misma, sin dejar de lado todo lo concerniente a su mantención dentro del mercado con estándares bien definidos de calidad.

Ecuador se ha convertido en un lugar con un gran potencial turístico gracias a su gran biodiversidad, razón por la cual, ha venido innovando sus alternativas dentro de este segmento de mercado, con la finalidad de tener un mayor número de opciones para los visitantes. Antiguamente, el turismo se lo realizaba de manera monótona con la convicción de llegar a lugares que durante mucho tiempo no han presentado cambio alguno, tanto en su infraestructura como en los servicios ofertados.

En la actualidad el mercado turístico va más allá de únicamente llegar a un lugar determinado. Ahora esta industria se ha convertido en todo un proceso que conlleva el diseño e implementación de paquetes de actividades dentro de un determinado tiempo y lugares específicos en los que está incluido hoteles, restaurantes, transporte, etc.

Dentro del sector hotelero se encuentran muchas alternativas para el desarrollo, sin embargo, la más versátil, amigable con el medio ambiente y que permite un contacto directo con el mismo es el Glamping, una alternativa de hospedaje que no requiere de mayor esfuerzo su implementación pero que puede presentar las mismas facilidades de un hotel 5 estrellas con la diferencia de poder aprovechar las bondades que nos presenta la naturaleza como: la energía solar, jardines con bosques naturales, fauna silvestre, agua lluvia que puede ser canalizada para determinadas actividades, etc.

En la ciudad de Baños de Agua Santa esta actividad es una modalidad nueva y sin un desarrollo establecido por lo que este tipo de proyectos se vuelven completamente factible ya

que se establecería en una ciudad netamente dedicada al turismo y con un incremento considerable en su infraestructura.

1.1. Objetivos

1.1.1. General

Diseñar un plan de operaciones para la implementación de un GLAMPING como alternativa de alojamiento en la ciudad de Baños de Agua Santa.

1.1.2. Específicos

- Diseñar un plan de producción que nos permita detallar todas y cada una de las actividades referente al desarrollo del GLAMPING.
- Establecer los gastos requeridos en el desarrollo del GLAMPING tomando en consideración cada una de las etapas de dicho desarrollo.
- Definir la estructura organizacional requerida dentro del funcionamiento del GLAMPING.

2. ESTADO DE LA CUESTIÓN

2.1. Marco conceptual

2.1.1. Turismo

Según la OMT (2008), se define al turismo como “un fenómeno social, cultural y económico que se relaciona con el desplazamiento de las personas a algún lugar diferente al lugar de residencia en el cual se encuentra normalmente, ya sea por motivos personales, de negocios, profesionales y/o académicos”.

2.1.2. Hospedaje

El hospedaje es la actividad de alojar para descanso, negocios, diversión o simplemente alejarse de la rutina diaria en lugares distintos a nuestro hogar.

2.1.2.1. Historia del hospedaje

A medida que el desarrollo de las sociedades se va dando, se vio la necesidad de movilización de las personas por diferentes partes del mundo, razón por la cual se ve la necesidad de hospedarse en algún lugar determinado, dando paso a los primeros hospedajes que daban

acogida tanto a personas como a los animales que los acompañaban.

En el Ecuador, esta actividad se remonta al periodo preincaico donde los chasquis durante sus largas travesías buscaban los tambos que eran lugares en sitios estratégicos para poder descansar y retomar energías para continuar su camino, también les servía como refugio para afrontar o resguardarse de las inclemencias del clima y como centros de acopio para almacenar temporalmente materiales o comida.

A partir de aquí, aparecen las casas de huéspedes ya como hospedajes definidos y destinados para el alojamiento de personas, mismas que presentaban servicios de atención personalizada y con instalaciones de baja, media y alta clase para cada una de las necesidades.

El primer hotel en el Ecuador aparece hace ya más de 100 años y se ubicaba en la ciudad de Quito y posteriormente en Guayaquil, dando inicio al desarrollo de este campo dentro de la industria del turismo. (López, 2019)

Categoría de hoteles

Los hoteles tienen una clasificación dependiendo a las características que presentan en cuanto a servicios, facilidades, instalaciones, número de habitaciones, etc. Desde este punto de vista podemos clasificar el sector hotelero de la siguiente manera.

TABLA N: 1
Categoría Hotelera

ÍTEM	CATERORÍA	CARACTERÍSTICAS
1	Una estrella	<ul style="list-style-type: none">• Habitación doble de 12 metros cuadrados mínimo• Habitación individual de 7 metros cuadrados mínimo• Baño de 3,5 mínimo• Calefacción y ascensor

<p>2</p>	<p>Dos estrellas</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Habitación doble de 14 metros cuadrados mínimo • Habitación individual de siete metros cuadrados mínimo • Cuarto de baño de 3,5 metros cuadrados mínimo • Teléfono en la habitación, calefacción, ascensor y caja de seguridad
<p>3</p>	<p>Tres estrellas</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Habitación doble de 15 metros cuadrados mínimo • Habitación individual de 8 metros cuadrados • Cuarto de baño de 4 metros cuadrados • Teléfono en la habitación, calefacción, aire acondicionado en zonas comunes, ascensor, bar y caja de seguridad.
<p>4</p>	<p>Cuatro estrellas</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Habitación doble de 16 metros cuadrados mínimo • Habitación individual de 9 metros cuadrados • Cuarto de baño con baño y ducha de 4,5 metros cuadrados mínimo

		<ul style="list-style-type: none"> • Teléfono en la habitación, calefacción, aire acondicionado en la habitación, ascensor, bar y caja fuerte dentro de la habitación.
5	Cinco estrellas	<ul style="list-style-type: none"> • Habitación doble de 17 metros cuadrados mínimo • Habitación individual de 10 metros cuadrados mínimo • Cuarto de baño con baño y ducha de 5 metros cuadrados mínimo • Teléfono en la habitación, calefacción, aire acondicionado en la habitación, ascensor, bar y caja fuerte en la habitación

Fuente: (Catalonia, 2016)

Otra manera de clasificar al sector hotelero es por su localización, mismo que se define de la siguiente manera:

- De ciudad
- De costa
- De montaña
- De carretera

2.1.2.2. Hospedaje de montaña

Dentro de los diversos tipos de hospedaje, se encuentra el de montaña que tiene como objetivo principal otorgar una alternativa con las siguientes prestaciones:

- Alejarse de la rutina en contacto con la naturaleza
- Adentrarse en la montaña y en la filosofía mindfulness
- Practicar ejercicio agradable y relajado al aire libre
- Reequilibrar cuerpo y mente para desconectar de la cotidianidad
- Vivir una experiencia con los cinco sentidos en armonía

Dado que se trata de una actividad llena de posibilidades para vivir experiencias directas con la naturaleza, surgen varias alternativas para este tipo de hospedajes, siendo uno de los más prometedores y versátiles el GLAMPLING.

2.1.3. Glamping

El Glamping es una variante del turismo de naturaleza que ofrece un contacto directo con el medio ambiente sin dejar de lado confort y el bienestar. Su ubicación casi siempre está definida en zonas montañosas, parques nacionales, bosques, selvas o desiertos con las prestaciones de un hotel común y corriente. (Wikipedia, 2022)

2.1.3.1. Tipos de Glamping

- **Estilo safari:** Procedente de África.
- **El Tipi:** Originaria de los indios nativos americanos.
- **La Yurta:** Vivienda nómada de Mongolia.
- **La Jaima:** De origen árabe.

- **El iglú de cristal:** Burbuja hinchable transparente.

2.1.3.2. Beneficios del Glamping

Entre los principales beneficios de esta actividad está el poder crear experiencias inolvidables en lugares alejados de la ciudad, el ruido y la vista entrecortada por las edificaciones existentes en las mismas, en un entorno natural y con instalaciones diseñadas acorde a las necesidades y accesibilidad de cada tipo de clientes.

El Glamping siempre va a combinar la comodidad con la naturaleza para aquellas personas que gustan de la estadía en el campo, sin olvidar las bondades que presentan los hoteles con altos estándares de calidad en infraestructura y servicio. (REILEY, 2014)

3. METODOLOGÍA

La metodología es cualitativa ya que se está dando solución a un problema a través de la observación, descripción, interpretación y comprensión del mismo, directamente en el campo que se produce, además es cuantitativo ya que podemos dimensionar el proyecto con los conocimientos necesarios, evaluar y tomar decisiones para emitir posibles soluciones del mismo.

3.1. Población y muestra

3.1.1. Población

Se consideró un estudio realizado en la localidad que determinó un número aproximado de turistas que acceden a los diferentes lugares turísticos existentes mediante un levantamiento de datos previos. Como resultado se obtuvo que al año se tiene la visita de 58550 turistas de diferentes partes del mundo.

3.1.2. Muestra

Con el dato obtenido anteriormente, se puede determinar la muestra para posteriormente aplicar una encuesta sobre la factibilidad de implementar el proyecto en el sector, muestra que se la obtiene de la siguiente manera.

$$n = \frac{N \cdot (p \cdot q)}{(N - 1) * \left(\frac{e}{k}\right)^2 + (p \cdot q)}$$

$$n = \frac{58,550 * (0,5 * 0,5)}{(58,550 - 1) * \left(\frac{0,08}{2}\right)^2 + (0,5 * 0,5)}$$

$$n = 156$$

Mediante la fórmula aplicada, se obtuvo una muestra de 156 personas a quienes se le aplicará una encuesta.

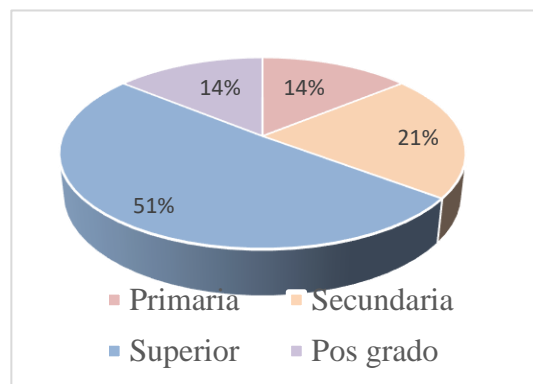
3.2. Resultados

Nivel de instrucción.

De las personas encuestadas muestran, un 51% que corresponde al nivel de instrucción de nivel superior, por lo general reflejan a personas que poseen empleos estables tienen por derecho laboral 15 días de vacaciones anuales pagadas, lo cual les permite salir en familia o amigos a diferentes atractivos turísticos a nivel nacional y en especial a Baños de Agua Santa, que siendo uno de los principales sitios turísticos del país, lo cual permite la visita de turistas tanto nacionales como extranjeros, por lo tanto posee un nicho de mercado interesante en cuanto al alojamiento de Glamping como una nueva alternativa de alojamiento diferente.

FIGURA N: 1

Nivel de instrucción



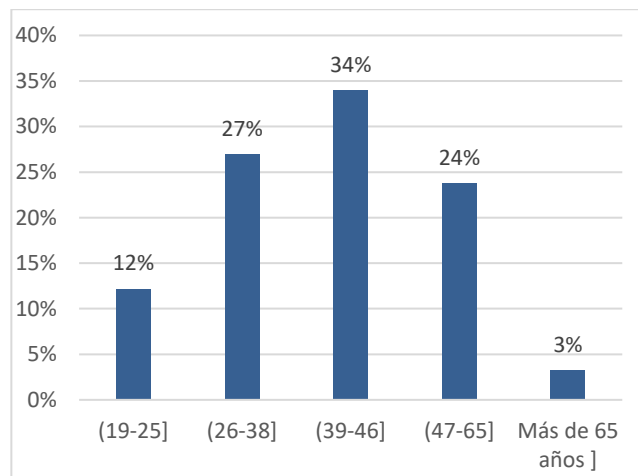
Fuente: Gabriela Guevara

Edad de los turistas

En las encuestas de carácter demográficas, establece que un 34% comprende a la edad entre 39 a 46 años de edad, dato sumamente de utilidad, ya que permitirá establecer estrategias, para nuestros potenciales clientes para el uso de Glamping como nueva alternativa de alojamiento.

FIGURA N: 2

Edad de los turistas

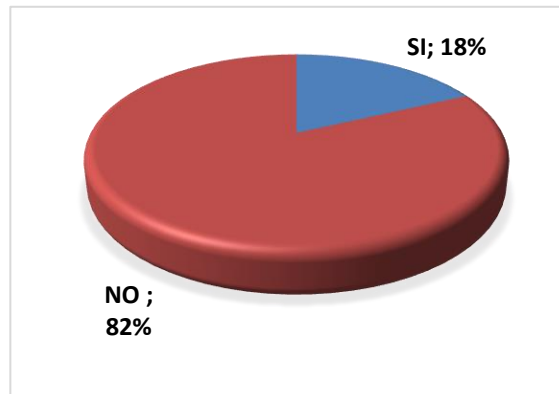


Fuente: Gabriela Guevara

Experiencia en Glamping

Un 82% menciona que no ha vivido la experiencia de alojarse en Glamping, en algunos casos desconocen de esta nueva modalidad de hospedarse, sin embargo, es una gran oportunidad para captar la atención de las personas, por ser una nueva alternativa de alojamiento.

FIGURA N: 3
Experiencia en Glamping

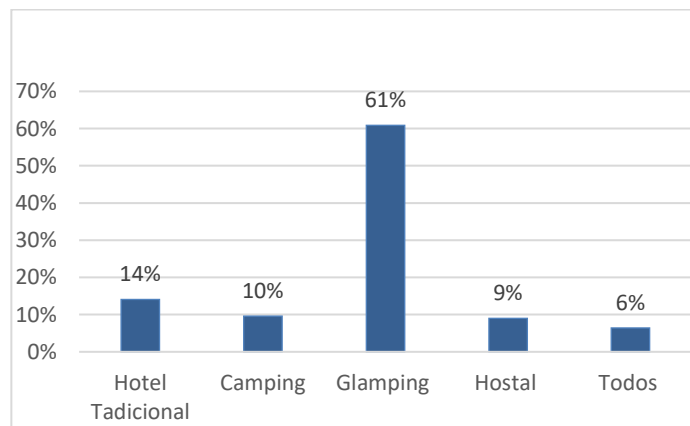


Fuente: Gabriela Guevara

Preferencia en hospedarse

El 61% siente la curiosidad de alojarse en Glamping, sobre todo por experimentar y convivir junto a la naturaleza, a raíz de la pandemia estas alternativas han tenido gran acogida en otros países vecinos.

FIGURA N: 4
Preferencia en hospedarse



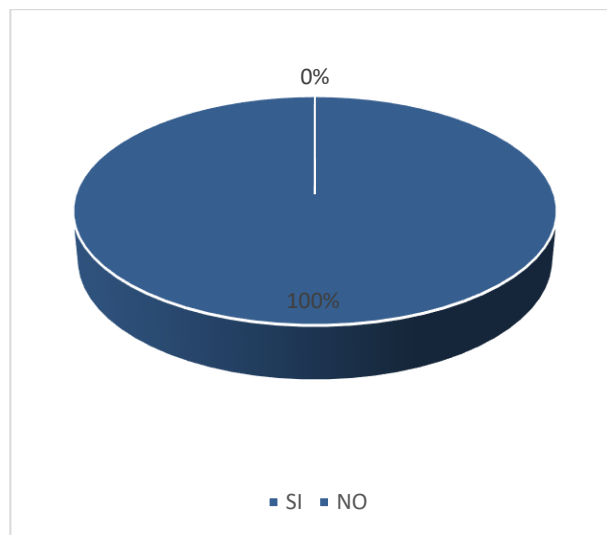
Fuente: Gabriela Guevara

Implementación de Glamping

Mediante la encuesta se puede concluir que a pesar de no tener experiencia en Glamping, existe una gran expectativa del 100 % por parte los encuestados en que se implemente Glamping en este sector.

FIGURA N: 5

Implementación de Glamping



Fuente: Gabriela Guevara

4. DESARROLLO Y RESULTADOS

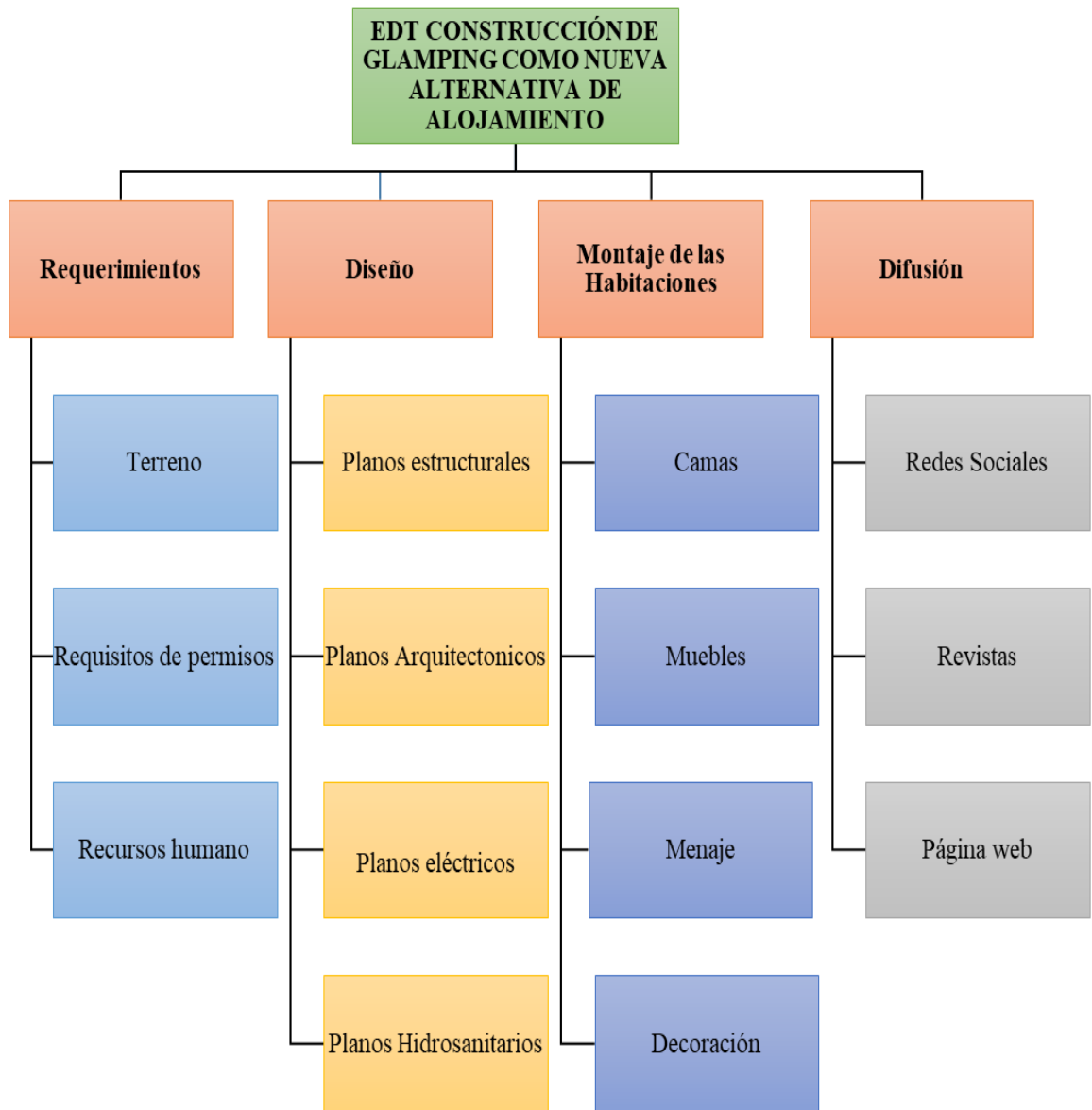
Dentro del desarrollo del presente proyecto se establece la metodología en un plan de operaciones para la implementación de un GLAMPING en la ciudad de Baños de Agua Santa Ecuador, enfocándose en las siguientes especificaciones:

4.1. Plan de producción

el plan de producción nos permite definir todas las actividades y procesos que debemos realizar antes, durante y después de la ejecución del proyecto y para la elaboración de un GLAMPING comenzamos por la definición de las EDT como se muestra en la siguiente imagen.

FIGURA N: 6

EDT



Fuente: Gabriela Guevara

4.1.1. Cronograma de actividades

A continuación, estructuramos las actividades que van a permitir el desarrollo del proyecto con tiempos definidos y los responsables de cada uno de ellos.

TABLA N: 2

Cronograma de actividades

ITEM	ACTIVIDADES	TIEMPO (Días)	RESPONSABLE	PREDECESORES
1	Inicio	0		
2	1.TERRENO	0		1
3	1.2. Determinar las características del terreno.	1	Patrocinador	2
4	1.3. Determinar si es posible la realización del proyecto	1	Patrocinador	3
5	1.4. Escoger el lugar con más paisajes	2	Patrocinador	4
6	1.5. Realizar la negociación	1	Patrocinador	5
7	1.6. Adquirir la propiedad	2	Patrocinador	6
8	2. REQUISITOS LEGALES	0		7
9	2.1. Identificar los permisos legales	1	Administrador	8
10	2.2. Adquirir el permiso de construcción	2	Administrador	9

11	2.3. Adquirir permisos ambientales	1	Administrador	10
12	3. RECURSOS HUMANOS	0		11
13	3.1. Reclutar personal que cumplan con el perfil apropiado	2	RR. HH	7;10
14	3.2. Realizar una lista de contratistas de conocimientos de Glamping	1	RR. HH	13
15	3.3. Evaluar a los contratistas	1	RR. HH	14
16	3.4. Visitar a los posibles contratistas.	1	RR. HH/ Patrocinador	15
17	4. DISEÑO PLANOS ESTRUCTURALES	0	Arquitecto	
18	4.1. Establecer las distribuciones de las habitaciones.	2	Arquitecto	3;7;10
19	4.2. Representación gráfica de la estructura	2	Arquitecto	18
20	4.3. Materializar la obra	2	Arquitecto	19
21	4.4. Detalles y	2	Arquitecto	20

	especificaciones de la obra			
22	5. PLANOS ARQUITECTONICOS	0	Arquitecto	
23	5.1. Materiales que se va a utilizar	2	Arquitecto	20;21
24	5.2. Representación gráfica proyectada del proyecto.	1	Arquitecto	21
25	5.3. Establecer las mediciones	1	Arquitecto	2;24
26	5.4. Visualizar las formas, el estilo y los detalles del Glamping	2	Arquitecto	25
27	5.5. Establecer las instalaciones Eléctricas	1	Arquitecto	25
28	5.6. Trazar los servicios hidrosanitarios.	1	Arquitecto	18;24
29	6. MONTAJE DE LAS HABITACIONES	0	Contratista	
30	6.1. Adquirir materiales necesarios para el proyecto	3	Contratista	23;25;26
31	6.2. Instalación base para el Glamping	10	Contratista	25;30

32	6.3. Construcción de las cabañas de Glamping	20	Contratista	30;31
33	6.4. Implementación de las redes de servicio	4	Contratista	27;28
34	7. INSTALACIONES DE CAMAS	0	Administrador	
35	7.1. Hacer una lista de posibles proveedores	1	Administrador	32;33
36	7.2. Seleccionar modelos de acuerdo al lugar	1	Administrador	32;35
37	7.3. Colocar las camas	3	Administrador	36
38	8. MUEBLES	0	Administrador	
39	8.1. Seleccionar muebles rústicos	2	Administrador	32
40	8.2. Escoger los proveedores	1	Patrocinador	39
41	8.3. Realizar la negociación de los muebles.	1	Patrocinador	40
42	9. MENAJE	1	Administrador	
43	9.1. Lista de menaje de calidad	1	Administrador	41
44	9.2. Búsqueda de proveedores	1	Administrador	43

45	9.3. Elaboración del menaje con el logo del Glamping	1	Diseño de confección Textil	44
46	10. DECORACIÓN	0	Diseño de interiores	
47	10.1. Seleccionar cuadros de los atractivos Turísticos de la zona	2	Patrocinador	37
48	10.2. Seleccionar Fotos	1	Patrocinador	47
49	10.3. Enviar a pintar en oleo	2	Artista pintor	48
50	10.4. Colocación en las habitaciones	2	Administrador	49
51	11.DIFUSIÓN REDES SOCIALES	0	Dpto. Marketing	
52	11.1 Realizar la información necesaria del Glamping	1	Dpto. Marketing	50
53	11.2. Escoger la información a publicar	1	Dpto. Marketing	52
54	11.3. Cotizar la publicación	1	Dpto. Marketing	53
55	11.4. Establecer el	1	Dpto. Marketing	53

	alcance y a que publico va dirigido la publicidad.			
56	12. DIFUSIÓN PÁGINA WEB	0	Dpto. Marketing	
57	12.1. Recopilación de la información a publicar	2	Dpto. Marketing	51
58	12.2. Realizar fotografías del Glamping	2	Dpto. Marketing	48
59	12.3. Plasmar los servicios que se oferta	3	Dpto. Marketing	50
60	12.4. Publicar la información	2	Dpto. Marketing	59
	Fin			

Fuente: Gabriela Guevara

4.1.2. Ruta crítica

Para la ruta crítica se elaboró un proyecto en el software Libre Proyect que nos permite determinar el tiempo estimado para el desarrollo de cada una de las actividades y la ruta más larga de la misma con la que podemos optimizar recursos para minimizar su impacto en dicho desarrollo.

FIGURA: 7

Ruta crítica



Fuente: Gabriela Guevara

De esta manera podemos determinar con fechas el tiempo que se va a demorar la ejecución del proyecto en base a los resultados emitidos por el desarrollo del diagrama de Gantt.

TABLA N: 3

Duración del proyecto

Nombre del proyecto	Fecha de inicio	Fecha terminación	Administrador	Duración proyecto	Trabajo
Plan de operaciones para la implementación de un GLAMPING	01/03/2023	21/06/2023	Gabriela Guevara	78 días	624 horas

Fuente: Gabriela Guevara

4.2. Plan de compras

Dentro del plan de compras se estableció un estudio desde la instalación hasta la administración del proyecto GLAMPING y de esta manera poder realizar un análisis de factibilidad con los siguientes datos.

TABLA N: 4
Gastos iniciales

ITEM	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	SUBTOTAL USD
1	TERRENO	5000 m ²	\$7 x m ²	\$35.000
2	REQUISITOS LEGALES	1	\$3.500	\$3.500
3	TRABAJADORES DE CONSTRUCCIÓN	15	\$1.800	\$27.000
4	DISEÑO PLANOS ESTRUCTURALES	2	\$750	\$1.500
5	PLANOS ARQUITECTONICOS	2	\$750	\$1.500
6	ADQUISICIÓN DE ECO DOMO	10	\$1.200	\$12.000
7	CAMAS	10	\$250	\$2.500
8	MUEBLES	10	\$200	\$2.000
9	MENAJE	20	\$35	\$700
11	DECORACIÓN	10	\$55	\$550
12	RESTAURANTE	1	\$25.000	\$30.000
13	PÁGINA WEB	1	\$1.500	\$1.500
			TOTAL:	\$117.750

Fuente: Gabriela Guevara

En la tabla anterior se detalla los costos fijos para la implementación del proyecto, estos costos solo se van a realizar una vez.

A continuación, proseguimos con los gastos operativos que se realizan durante el funcionamiento del proyecto y nos permiten mantenerlo operativo y en óptimas condiciones.

TABLA N: 5
Gastos mensuales

ITEM	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	SUBTOTAL
1	PERSONAL ADMINISTRATIVO	2	900	1800
2	TRABAJADORES INTERNOS	7	600	4200
3	CAJA CHICA	1	300	300
4	MANTENIMIENTO	1	500	500
			TOTAL	6800

Fuente: Gabriela Guevara

Posteriormente realizamos un análisis de ingresos para poder determinar si es o no factible el proyecto.

En la comunidad de Runtún de la ciudad de Baños de Agua Santa, que es el lugar donde se va a realizar el proyecto, se recibe una gran cantidad de turistas por lo que podemos estimar la utilización de las habitaciones con los siguientes datos.

TABLA N: 6
Ingresos estimados

ITEM	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD DE HABITACIONES	PRECIO UNITARIO	SUBTOTAL
1	FIN DE SEMANA	20	50	1000
2	ENTRE SEMANA	30	50	1500
			TOTAL	2500

Fuente: Gabriela Guevara

Considerando que se va a contar con 10 habitaciones, vamos a calcular mediante el número

de compras realizadas el fin de semana y entre semana como se muestra en la tabla anterior.

Mediante los datos obtenidos, podemos calcular los ingresos mensuales y anuales tanto netos como libres para determinar los valores de factibilidad VAN y TIR.

- Ingreso mensual neto = 10000
- Valor libre de gastos = 3200
- Valor anual libre de gastos = 38400
- Tasa anual = 10%

Al valor anual le vamos a dar un crecimiento aproximado del 10% como resultado de las variaciones del mercado y el incremento de costos por los servicios, teniendo un estudio con los siguientes valores.

TABLA N: 7

Proyección

AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
- 117.750	38400	42240	46464	51110,4	56221,44
				VAN	\$56.795
				TIR	26%

Fuente: Gabriela Guevara

Teniendo resultado positivos con el estudio mostrado y dando factibilidad al proyecto en cuestiones a su rentabilidad con la proyección a 5 años.

Cabe indicar que para la inversión inicial se ha establecido un sistema de créditos bancarios que permitirán cubrir esta inversión, así como fondos obtenidos por cuenta propia que serán destinados al proyecto.

4.3. Plan de recursos humanos

Para el proyecto de Glamping, es importante mencionar que se establecerá a la contratación para la construcción y equipamiento del mismo. Posteriormente para empezar, se necesita la contratación de recursos humanos para el funcionamiento de Glamping. Para ellos

se prevé la cantidad de 9 trabajadores distribuidos de la siguiente forma.

- 1 Gerente
- 1 Contador
- 1 Recepcionistas
- 1 Chef
- 1 Ayudante de cocina
- 1 Mesero
- 1 Persona de Mantenimiento
- 1 Persona de limpieza
- 1 Vigilante de seguridad

4.3.1. Funciones de los puestos de trabajo

- **Gerente:** En este caso es el propietario del Glamping, tendrá las de funciones de administrador del lugar, de planificar, organizar todo para el buen funcionamiento del Glamping, a la vez de dirigir, supervisar y contratar el personal.
- **Contador:** Principalmente proporcionará los procedimientos de información financiera, ordenar las operaciones del Glamping, cumplir con las obligaciones fiscales, cooperar con las demás áreas, realizar informes financieros y presentar a gerencia, tener al día los ingresos y egresos de la empresa.
- **Recepcionista:** Para cubrir las labores es necesario contar con dos personas en el área de recepción, las mismas que realizarán el check – in check – out, deberán orientar y brindar información a los turistas, a la vez coordinar e informar al demás departamento sobre la llegada de los turistas.
- **Chef:** Estará a cargo de desarrollar los menús y de preparar los alimentos, además estará cargo de supervisar el restaurante, asignar tareas al ayudante de cocina y mesero. Además, debe realizar los pedidos de materia prima para la elaboración de los menús.
- **Ayudante de cocina:** Estará a cargo de limpiar, almacenar los alimentos y ayudar en la preparación de los alimentos.

- **Mesero:** Principalmente debe limpiar el salón, preparar las mesas, atender a los clientes, deben servir la comida, y está a cargo de cobrar en caso que no esté incluido.
- **Persona de mantenimiento tanto:** Mantener las instalaciones en buen estado, realizar trabajos de jardinería, mantener los senderos y señalización en buen estado.
- **Persona de Limpieza:** Esta persona estará a cargo de la limpieza de las habitaciones, tener limpio el menaje.
- **Vigilante de seguridad:** Esta persona se encargará de velar por la seguridad de los turistas y a la vez de todas las instalaciones del Glamping.

5. CONCLUSIONES

- Un plan de operaciones nos permite definir, de acuerdo al PMBOK, cada una de las necesidades, actividades y requerimientos que debemos aplicar para el desarrollo de un proyecto en cada una de sus fases, para este caso se realiza un análisis de metodología, plan de compras y recursos humanos que son puntos claves dentro de la realización y desarrollo de una actividad determinada.
- El GLAMPING es una de las actividades que más rentabilidad está dando en la actualidad ya que se trata de una alternativa ecológica y sostenible con el medio ambiente, y que presenta las características de hoteles con las más altas calificaciones en cuanto a lujo, servicios y actividades a desarrollarse.
- Es indispensable definir cada aspecto de un proyecto dentro de un organigrama de desarrollo ya que nos permite determinar y distribuir las actividades con cada uno de sus responsables para de esta manera comprometer y hacer cumplir metas y objetivos planteados.

6. BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA

Catalonia. (3 de Noviembre de 2016). *TIPOS DE HOTELES* . Obtenido de <https://www.cataloniahotels.com/es/blog/tipos-de-hoteles/>

López, M. N. (5 de Febrero de 2019). *CAMPUS TRAINING*. Obtenido de <https://www.campustraining.es/noticias/historia-hoteleria/#:~:text=La%20historia%20de%20la%20industria,caballos%20a%20cambio%20de%20dinero.>

REILEY, S. (2014). *How Ecotourism And Glamping Are A Perfect Fit* . Obtenido de <https://www.inspiredcamping.com/ecotourism-and-glamping-with-soul/>

Wikipedia. (30 de Marzo de 2022). *GLAMPING*. Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/Glamping>