

# UCUENCA

## Universidad de Cuenca

Facultad de Ciencias de la Hospitalidad

Carrera de Hotelería

### Estudio de factibilidad para la implementación de *Bungalows* para alojamiento turístico en la parroquia Chumblin, San Fernando, Azuay


Trabajo de titulación previo a  
la obtención del título de  
Licenciado en Hotelería

#### **Autores:**

Claudia Melissa Bacuilima Gualpa  
Yajaira Viviana Ramón Espinoza

#### **Director:**

Tania Karolina Ávila Vélez

**ORCID:**  0000-0002-0943-8338

**Cuenca, Ecuador**

2024-02-05

## Resumen

El presente trabajo de titulación desarrolla un análisis de factibilidad destinado a la implementación de *bungalows* en el cantón San Fernando, con el propósito de impulsar el turismo y la aventura en esta zona. Para llevar a cabo el proyecto, se realizó un diagnóstico integral del área y sus alrededores, abarcando también las atracciones turísticas, las mismas que se complementan armoniosamente con el proyecto. A partir de este punto, se ejecutó un estudio de mercado, mostrando resultados favorables en relación con la propuesta. Como parte del desarrollo técnico, se ha concebido un diseño arquitectónico para cuatro *bungalows* que componen el proyecto, priorizando el uso de materiales autóctonos con el fin de preservar y respetar el entorno natural, contribuyendo así a la sostenibilidad ambiental de la zona. El estudio económico realizado representa un componente crucial del análisis, proporcionando una visión detallada de la viabilidad financiera del proyecto, respaldando la toma de decisiones informadas. Este enfoque estratégico no solo demuestra la sustentabilidad financiera, sino que también garantiza un retorno de inversión. Por medio de este estudio integral, se puede afirmar que el proyecto de implementación de *bungalows* en el cantón San Fernando es factible y prometedor desde el punto de vista económico; además, busca enriquecer la oferta turística de la región, y también se compromete con la preservación del entorno y el bienestar de la comunidad local.

*Palabras clave:* San Fernando, bungalow, factibilidad, aceptación, financiamiento



El contenido de esta obra corresponde al derecho de expresión de los autores y no compromete el pensamiento institucional de la Universidad de Cuenca ni desata su responsabilidad frente a terceros. Los autores asumen la responsabilidad por la propiedad intelectual y los derechos de autor.

**Repositorio Institucional:** <https://dspace.ucuenca.edu.ec/>

## Abstract

This thesis develops a feasibility analysis for the implementation of bungalows in the canton of San Fernando, with the purpose of promoting tourism and adventure in this area. To carry out the project, a comprehensive diagnosis of the area and its surroundings was carried out, also covering the tourist attractions, which harmoniously complement the project. From this point, a market study was carried out, showing favorable results in relation to the proposal. As part of the technical development, an architectural design has been conceived for four bungalows that make up the project, prioritizing the use of native materials in order to preserve and respect the natural environment, thus contributing to the environmental sustainability of the area. The economic study carried out represents a crucial component of the analysis, providing a detailed view of the financial viability of the project, supporting informed decision-making. This strategic approach not only demonstrates financial sustainability, but also ensures a return on investment. Through this comprehensive study, it can be affirmed that the project for the implementation of bungalows in the canton of San Fernando is feasible and promising from an economic point of view; In addition, it seeks to enrich the region's tourism offer, and is also committed to the preservation of the environment and the well-being of the local community.

*Keywords:* San Fernando, bungalow, feasibility, acceptance, financing

Trabajo de titulación: "Estudio de factibilidad para la implementación de Bungalows para alojamiento turístico en la parroquia Chumblin, San Fernando, Azuay."

Autoras: Claudia Melissa Bacuilima Gualpa - Yajaira Viviana Ramón Espinoza

Directora: CPA. Tania Ávila Vélez, Msc. ORCID: 0000-0002-0943-8338

### Certificado de Precisión FCH-TR-LicTur-393

Yo, Guido E Abad, certifico que soy traductor de español a inglés, designado por la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, que he traducido el presente documento, y que, al mejor de mi conocimiento, habilidad y creencia, esta traducción es una traducción verdadera, precisa y completa del documento original en español que se me proporcionó.

guido.abad@ucuenca.edu.ec

Santa Ana de los Ríos de Cuenca, 15 de enero de 2024

Elaborado por: GEAV

Abstract en formato MsWord enviado a correo institucional de director/a de trabajo de titulación/UIC y estudiante/s.



The content of this work corresponds to the right of expression of the authors and does not compromise the institutional thinking of the University of Cuenca, nor does it release its responsibility before third parties. The authors assume responsibility for the intellectual property and copyrights.

**Institutional Repository:** <https://dspace.ucuenca.edu.ec/>

## Índice de contenido

Agradecimiento .....	12
Dedicatoria .....	13
Agradecimiento .....	14
Dedicatoria .....	15
Introducción.....	16
Capítulo 1. Diagnóstico del Sector .....	17
1.1 Ubicación Geográfica.....	17
1.2. Relieve .....	20
1.3 Clima.....	20
1.4 Atractivos Turísticos.....	21
1.4.1 Cerro y Laguna Huiquiña .....	21
1.4.2 Tres Lagunas o Quimsacocha .....	22
1.4.3 Cuevas de Machaiguaico .....	23
1.4.4 Atractivos Culturales y Religiosos.....	25
1.4.5 Atractivos Gastronómicos.....	27
1.4.6 Otros Atractivos Turísticos.....	27
1.5 Bungalow .....	27
1.5.1 Concepto .....	27
1.5.2 Antecedentes.....	28
1.5.3 Características de un Bungalow .....	29
1.6 Análisis FODA.....	29
1.6.1 Macro y Micro Entorno.....	30
Capítulo 2. Estudio de Mercado .....	33
2.1 Análisis de la Oferta .....	33
2.1.1 Factores que Inciden la Oferta.....	34

2.2 Análisis de la Demanda .....	35
2.2.1 Factores que Inciden la Demanda .....	35
2.3 Relación Oferta y Demanda.....	36
2.4 Segmentación de Mercado .....	37
2.4.1 Segmentación Geográfica .....	37
2.4.2 Segmentación Demográfica.....	37
2.5 Investigación de Mercado .....	38
2.5.1 Desarrollo de la Encuesta.....	38
2.5.2 Método Estadístico .....	39
2.5.3 Tabulación de las Encuestas .....	40
2.5.4 Resultados de la Tabulación de las Encuestas .....	59
2.6 Layout .....	61
2.6.1 Diseño Global del Conjunto de Bungalows.....	63
2.6.2 Diseño Arquitectónico de los Bungalows.....	64
2.6.3 Materiales, Infraestructura y Mano de Obra.....	65
2.6.4 Equipo, Mobiliario y Suministros.....	66
2.6.4.1 Habitaciones.....	66
2.6.4.2 Baño .....	67
2.6.4.3 Cocina .....	68
2.6.4.4 Sala .....	70
2.6.4.5 Comedor.....	71
2.6.4.6 Recepción .....	71
2.6.4.7 Bodega .....	73
2.6.4.8 Actividades al Aire Libre .....	73
2.7 Servicios .....	74
2.7.1 Alojamiento .....	74

2.7.1.1 Tarifa de Alojamiento.....	74
2.7.2 Entretenimiento y Recreación.....	76
2.7.2.1 Actividades al Aire Libre.....	76
Capítulo 3. Estudio Económico y Financiero.....	77
3.1 Aspectos Legales.....	77
3.1.1 Patente Municipal .....	77
3.1.2 Autorización Cuerpo de Bomberos .....	78
3.2 Inversión .....	78
3.2.1 Inversión por Áreas.....	78
3.3 Financiamiento.....	81
3.3.1 Financiamiento Propio .....	82
3.3.2 Financiamiento Externo .....	82
3.4. Organigrama Funcional.....	83
3.4.1 Pagos del Personal.....	84
3.5 Proyecciones de Ventas .....	84
3.6 Presupuesto de Costos y Gastos.....	86
3.7 Punto de Equilibrio.....	88
3.8 Valor Actual Neto y Tasa Interna de Retorno.....	88
Conclusiones.....	90
Recomendaciones.....	91
Referencias .....	92
Anexos .....	98

### Índice de figuras

<b>Figura 1</b> Mapa de la Parroquia Chumblin .....	18
<b>Figura 2</b> Macro Geolocalización de la Parroquia Chumblin .....	18
<b>Figura 3</b> Ubicación de la Propiedad .....	19
<b>Figura 4</b> Entorno de la Propiedad.....	19
<b>Figura 5</b> Laguna Huiquiña .....	21
<b>Figura 6</b> Laguna Quimsacocha .....	23
<b>Figura 7</b> Cueva de Machaiguaico .....	24
<b>Figura 8</b> Cueva de Machaiguaico .....	24
<b>Figura 9</b> Virgen de la Natividad .....	26
<b>Figura 10</b> Procesión de la Virgen de la Natividad.....	26
<b>Figura 11</b> Edad de los Encuestados.....	41
<b>Figura 12</b> Género de los Encuestados .....	42
<b>Figura 13</b> Nacionalidad de los Encuestados .....	43
<b>Figura 14</b> Nivel Educativo de los Encuestados .....	44
<b>Figura 15</b> Conocimiento del Cantón San Fernando.....	45
<b>Figura 16</b> Número de Visitas al Cantón San Fernando .....	46
<b>Figura 17</b> Modo de Viaje del Encuestado.....	47
<b>Figura 18</b> Medio de Transporte para Viajar .....	48
<b>Figura 19</b> Motivos para Conocer un Lugar .....	49
<b>Figura 20</b> Familiaridad con los Bungalows .....	51
<b>Figura 21</b> Personas que se Hospedarían en un Bungalow en San Fernando.....	52
<b>Figura 22</b> Comodidades Imprescindibles en un Bungalow.....	53
<b>Figura 23</b> Preferencia de Actividades al Aire Libre.....	54
<b>Figura 24</b> Medios Utilizados para Buscar un Lugar para Hospedaje.....	55
<b>Figura 25</b> Precio Dispuesto a Pagar por una Noche en un Bungalow, para Parejas .....	57
<b>Figura 26</b> Comentarios y Sugerencias para la Implementación de Bungalows en San Fernando.....	58
<b>Figura 27</b> Geomorfología del Terreno .....	61
<b>Figura 28</b> Diseño Global de los Bungalows .....	63

**Figura 29** Diseño Arquitectónico de los dos Tipos de Bungalows (Familiar y Pareja) ..... 64

**Figura 30** Diseño Exterior del Bungalow ..... 65

**Figura 31** Organigrama Funcional ..... 83



**Índice de tablas**

<b>Tabla 1</b> Matriz FODA .....	30
<b>Tabla 2</b> Matriz FODA Cruzado.....	30
<b>Tabla 3</b> Edad de los Encuestados .....	40
<b>Tabla 4</b> Género de los Encuestados.....	41
<b>Tabla 5</b> Nacionalidad de los Encuestados .....	42
<b>Tabla 6</b> Nivel Educativo de los Encuestados .....	43
<b>Tabla 7</b> Conocimiento del Cantón San Fernando .....	44
<b>Tabla 8</b> Número de Visitas al Cantón San Fernando.....	45
<b>Tabla 9</b> Modo de Viaje del Encuestado .....	46
<b>Tabla 10</b> Medio de Transporte para Viajar.....	48
<b>Tabla 11</b> Motivos para Conocer un Lugar.....	49
<b>Tabla 12</b> Familiaridad con los Bungalows.....	50
<b>Tabla 13</b> Personas que se Hospedarían en un Bungalow en San Fernando .....	51
<b>Tabla 14</b> Comodidades Imprescindibles en un Bungalow .....	52
<b>Tabla 15</b> Preferencia de Actividades al Aire Libre .....	54
<b>Tabla 16</b> Medios Utilizados para Buscar un Lugar para Hospedaje .....	55
<b>Tabla 17</b> Precio Dispuesto a Pagar por una Noche en un Bungalow, para Parejas	56
<b>Tabla 18</b> Comentarios y Sugerencias para la Implementación de Bungalows en San Fernando.....	57
<b>Tabla 19</b> Presupuesto de los dos Tipos de Bungalows .....	65
<b>Tabla 20</b> Equipo, Mobiliario e Inventario de Habitaciones .....	66
<b>Tabla 21</b> Mobiliario e Inventario del Baño.....	67
<b>Tabla 22</b> Equipo, Mobiliario e Inventario de Cocina.....	68
<b>Tabla 23</b> Equipo y Mobiliario de Sala.....	70
<b>Tabla 24</b> Mobiliario e Inventario del Comedor .....	71
<b>Tabla 25</b> Equipo, Mobiliario e Inventario de Recepción .....	71
<b>Tabla 26</b> Mobiliario e Inventario de la Bodega.....	73
<b>Tabla 27</b> Suministros para Actividades al Aire Libre.....	73
<b>Tabla 28</b> Tarifas de Alojamiento .....	74

<b>Tabla 29</b> Servicios Incluidos en la Tarifa .....	75
<b>Tabla 30</b> Inversión en Terreno .....	78
<b>Tabla 31</b> Inversión en Infraestructura .....	79
<b>Tabla 32</b> Inversión en Equipo y Mobiliario .....	79
<b>Tabla 33</b> Inversión en Inventario.....	80
<b>Tabla 34</b> Tabla de Amortización .....	82
<b>Tabla 35</b> Costo Mano de Obra.....	84
<b>Tabla 36</b> Tarifas Rack.....	85
<b>Tabla 37</b> Tarifa Anual Según Temporadas .....	85
<b>Tabla 38</b> Costos Fijos en la Gestión del Establecimiento .....	86
<b>Tabla 39</b> Costos Variables en la Gestión del Establecimiento.....	87
<b>Tabla 40</b> Flujo de Efectivo para Cálculos del VAN y TIR.....	89

### Índice de anexos

<b>Anexo A</b> Resolución del Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad .....	98
<b>Anexo B</b> Diseño Aprobado por el Consejo Directivo .....	99
<b>Anexo C</b> Encuesta Aplicada .....	116
<b>Anexo D</b> Cotización de Bungalows .....	119

### **Agradecimiento**

Con profunda gratitud, deseo expresar mi reconocimiento a todas las personas que contribuyeron de manera invaluable a la culminación de este proyecto de tesis.

En primer lugar, quiero agradecer a mi tutora, Mg. Tania Ávila, por su dedicación, orientación y apoyo constante a lo largo de este viaje académico. Su experiencia y sabiduría han sido fundamentales para la realización de este proyecto.

Así mismo, extendiendo mi reconocimiento a mi amiga y compañera de tesis Yajaira Ramón, cuya colaboración y trabajo conjunto han enriquecido significativamente este proceso. A mis padres, hermanas, Erika y Emilia, les agradezco por su inquebrantable respaldo, paciencia y amor, que han sido mi fuente de inspiración y motivación.

Agradezco a Dios por brindarme la fortaleza y la guía espiritual necesarias para superar desafíos y alcanzar este logro académico.

Quisiera expresar mi sincero agradecimiento a mis compañeros de la universidad, por su apoyo, colaboración y amistad, que han enriquecido mi experiencia universitaria de manera significativa.

Cada uno de ustedes ha dejado una huella imborrable en este proyecto y en mi vida, y les estoy eternamente agradecida.

Claudia Melissa Bacuilima Gualpa

### **Dedicatoria**

Esta tesis es el fruto de un esfuerzo colectivo y el reflejo de un camino lleno de aprendizaje y dedicación. A mi madre, cuyo apoyo constante ha sido un impulso a lo largo de este viaje académico. A mis queridas hermanas, cuyas palabras alentadoras y comprensión han sido un faro en los momentos de desafío. Este logro no solo es mío, sino también de todas nosotras, con quienes se compartió risas, lágrimas y momentos de perseverancia juntas. A mí misma, como un recordatorio de la fuerza interior que me llevó a superar obstáculos y alcanzar metas.

Claudia Melissa Bacuilima Gualpa

### Agradecimiento

Tengo mucho que agradecer a Dios por otorgarme la salud y la fortaleza necesaria para perseverar en el camino hacia el logro de esta meta.

A mis padres, Raúl Ramón y María Espinoza, por estar siempre y apoyarme en todo momento. Les agradezco por motivarme a seguir adelante con mis estudios y por los recursos que me han brindado para alcanzar este tan importante objetivo.

Deseo expresar mi gratitud a mi familia, en especial a Sabinita, mis hermanas Erika y Jennifer, por ser una constante inspiración en mi vida. También agradezco a mi hermanito Anthony, a mi amiga Nathy y a mi perrita Nena por estar siempre a mi lado, su apoyo significa mucho para mí.

A esa persona especial que ya no está en mi vida pero que fue un gran apoyo en todos los aspectos, gracias por todo lo que hiciste por mí, siempre te llevaré en mi corazón.

A todos mis compañeros de clase, en especial a mis amigos Clau e Isma, por todos los momentos compartidos. ¡Los adoro! Clau, agradezco enormemente que hayas sido parte de este proceso de trabajo de titulación, sabemos que no fue fácil, pero finalmente lo hemos conseguido.

Quiero agradecer también a la Mg. Tania Ávila, por su tiempo como tutora en este trabajo, por su sabiduría, consejos y motivación. De igual manera al Ing. Civil Diego Salazar por aportar sus conocimientos que nos han sido de mucha ayuda en nuestro trabajo de titulación.

Finalmente, agradezco mi propia perseverancia, mi constante esfuerzo y el deseo firme de progresar.

Yajaira Viviana Ramón Espinoza

### **Dedicatoria**

Quiero dedicar este trabajo a mis padres, cuyo apoyo incondicional y los valores que me inculcaron me han permitido llegar hasta aquí. Este logro es tanto mío como suyo. Asimismo, dedico este trabajo a mi abuelita Sabinita, quien es una de las personas más importantes en mi vida.

A mis hermanas mayores por ser fuente de inspiración y por haber aprendido tanto de ellas, lo cual me impulsó a obtener este título, siguiendo sus pasos. Y a mi hermanito de 4 años, que apenas está comenzando su vida escolar, espero que encuentre inspiración en nosotras para perseguir sus propios logros académicos en el futuro.

Y, ante todo, dedico este trabajo a mí misma, reconociendo el arduo esfuerzo que ha significado. Aspiro a continuar avanzando en mis objetivos, mejorando día a día y trabajando en mis planes futuros

Yajaira Viviana Ramón Espinoza

## Introducción

Este trabajo de intervención fue realizado con el objetivo de descubrir si es factible o no, la implementación de un *bungalow* en los pajones de la parroquia Chumblin del cantón San Fernando, lo que abriría oportunidades para diversificar las opciones de hospedaje y fortalecer el turismo en este lugar.

Para el desarrollo de este trabajo se han realizado unas encuestas, dando como resultado una gran acogida, lo que permite suponer la viabilidad del proyecto. El trabajo cuenta con 3 capítulos en los cuales se tratarán los siguientes temas:

El capítulo 1 engloba el diagnóstico del lugar en donde se quiere implementar el proyecto, incluyendo la ubicación geográfica, relieve, clima y atractivos turísticos. En otro punto, se puede encontrar el concepto de *bungalow* junto con sus características y demás temas de interés.

El capítulo 2 contiene diversos temas que se vinculan con el estudio de mercado, los resultados de las encuestas realizadas, el *Layout* del establecimiento, servicios a ofrecer y demás temas. Este capítulo es de suma importancia porque sirve como soporte al estudio económico y financiero.

En el capítulo 3 se presentan todos los cálculos correspondientes al estudio económico, especificando el total de la inversión, financiamiento y costos, con esto se determinará si el proyecto es viable o no.

Para terminar con el trabajo, se exponen las conclusiones y recomendaciones correspondientes, tomando en cuenta todos los aspectos y resultados obtenidos durante el estudio.



## Capítulo 1. Diagnóstico del Sector

Un diagnóstico del sector es un método para obtener información real de la situación actual de un lugar. Es importante realizarlo para conocer las características, debilidades y fortalezas del mismo, además, permite comprender su funcionamiento de modo que sea posible plantear modificaciones y anticiparse a resultados.

Con este concepto, a continuación, se realizará una recopilación de información de la parroquia en la que se va a desarrollar el presente trabajo de titulación.

### 1.1 Ubicación Geográfica

La parroquia Chumblin se encuentra ubicada dentro del cantón San Fernando, de la provincia del Azuay, a 75 km (1 hora 30 minutos) de la ciudad de Cuenca. (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Chumblín, 2020).

La cabecera parroquial se encuentra a una altitud de 2.750 m.s.n.m. Además, tiene una extensión estimada de 231,180 hectáreas, de las cuales más de 2,000 hectáreas pertenecen a los pajonales y su clima, por lo general, es frío, su temperatura oscila entre los 3 a 16 grados centígrados.

Además, Chumblin limita al norte con la parroquia Baños perteneciente al cantón Cuenca, al este con la parroquia San Gerardo, perteneciente al cantón Girón, al sur y al oeste con el cantón San Fernando.

**Figura 1**

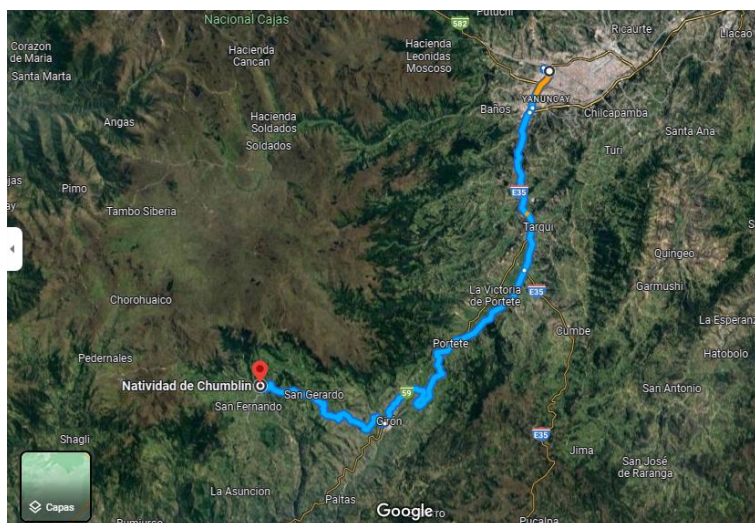
*Mapa de la Parroquia Chumblin*



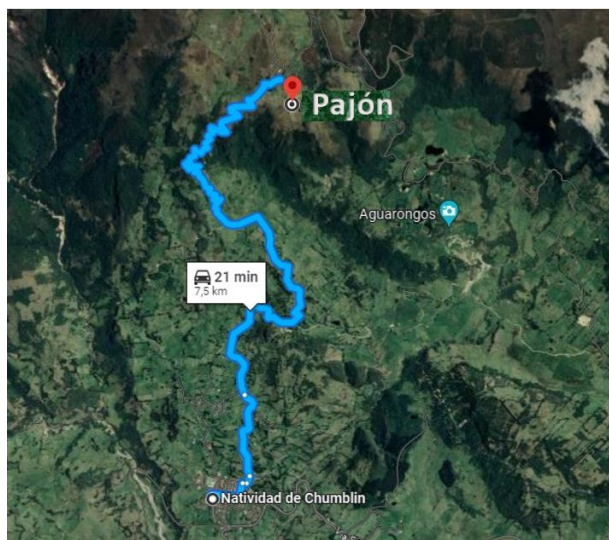
Nota: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Cantón San Fernando, 2020.

**Figura 2**

*Macro Geolocalización de la Parroquia Chumblin*



Nota. Tomado de Google Maps, 2023

**Figura 3***Ubicación de la Propiedad*

Nota. Tomado de Google Maps, 2023

En la figura anterior se muestra la distancia entre la parroquia Chumblin y el lugar (terreno) donde se desea realizar el estudio, se encuentra aproximadamente a unos 40 minutos del centro de la parroquia.

**Figura 4***Entorno de la Propiedad*



Nota: Fotografía tomada por las autoras.

El terreno cuenta con una hectárea de dimensión.

## 1.2. Relieve

En la parroquia Chumblin se distingue un relieve irregular, montañosos que llegan a alcanzar unos 3200 msnm.; además, este relieve es medio, el cual se puede decir que tiene buenas características para temas agropecuarios. En las zonas del páramo cuenta con un relieve plano a muy suave, el cual tiene una alta capacidad de retención de agua y es muy difícil que se preste para temas agropecuarios; sin embargo, se debería entrar en un proceso de recuperación del suelo.

## 1.3 Clima

En las partes altas de la parroquia Chumblin existe pajonales y cuenta con un clima frío, con temperaturas entre los 7 y 8 grados centígrados, lluvias constantes y vientos helados todo el año. En la parte central de la parroquia su temperatura oscila entre 3 a 16 grados centígrados, la época del invierno va desde el mes de diciembre hasta el mes de abril, y el verano se extiende hasta diciembre.

## **1.4 Atractivos Turísticos**

El Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Chumblín (2020), aunque el turismo en la parroquia no ha sido ampliamente desarrollado, existen diversos sitios de interés para los visitantes.

### **1.4.1 Cerro y Laguna Huiquiña**

Esta laguna está a 15 minutos del centro de la parroquia, se encuentra ubicada a la vera del camino que conduce a los pajonales. Según leyendas transmitidas por antepasados (padres, abuelos), se cree que esta laguna anteriormente cobraba vida, ya que hacía como ebullición en ciertas ocasiones y solía salirse el agua a las calles y la gente pensaba que la seguía para ser devorada, junto a la laguna de Huiquiña, se encuentra el cerro de Huiquiña, y desde sus alturas se puede apreciar mejor la forma de la laguna, la cual tiene una forma de un pato, hasta la actualidad, la gente tiene un poco de temor a la laguna es por eso que no pescan en ella y está cubierta en su mayoría de totora.

El cerro de Huiquiña, en la cima se encuentra una cruz y cada tres de mayo se celebra la Fiesta de las Cruces y realizan varias actividades tradicionales como misa, juegos populares, entre otros.

### **Figura 5**

*Laguna Huiquiña*



Nota: Fotografía tomada por las autoras.

#### **1.4.2 Tres Lagunas o Quimsacocha**

Las tres lagunas están ubicadas a 40 minutos del centro de la parroquia, como el nombre lo indica, este lugar cuenta con tres bellas lagunas y entre ellas existe una distancia aproximada de 10 minutos.

Según El Ministerio del Ambiente (2015) menciona que, Quimsacocha formaba parte de una concesión minera, pero el Ministerio del Ambiente recuperó 3.217 ha, las cuales posteriormente declaró como Área Nacional de Recreación.

Como es de conocimiento, la laguna de Quimsacocha forma parte del territorio de la parroquia Chumblin, a una altura que oscila entre los 3.600 y 3.964 metros sobre el nivel del mar. Es un lugar sumamente frío, rodeado de picos y colinas de diferentes formas, en el mismo lugar se encuentra la caldera del volcán Quimsacocha, de donde brotan a la superficie de la tierra chorros de agua, los cuales forman ríos que llegan a Cuenca, Girón y San Fernando.



En este lugar se pueden encontrar algunas especies propias del páramo. En cuanto a la flora, existe hongos, musgos, hierbas, pajonales, pinos, flores, etc. Por otro lado, en la fauna se ubica 15 variedades de aves, de las cuales 4 son endémicas para Ecuador, así como sapos, lagartijas, insectos, truchas entre otros.

### **Figura 6**

*Laguna Quimsacocha*



Nota: Fotografía tomada por las autoras.

#### **1.4.3 Cuevas de Machaiguaico**

De acuerdo con Cecilia Méndez Mora (2022), las cuevas se encuentran en el sector de Raric Rumiurco, Chumblin. Estas atractivas formaciones probablemente fueron creadas por la erosión del agua subterránea. El área alrededor de las cuevas alberga una variedad de flora y fauna, incluyendo el árbol de papel, la chuquiragua, el duco, los lirios silvestres, las bromelias (huicundos) y las poáceas (paja de cerro).

Para poder llegar a las cuevas se debe realizar una caminata de 5 minutos desde la carretera principal y de retorno toma un tiempo de 15 minutos puesto que se debe escalar una de las cuevas para poder salir.

### **Figura 7**

*Cueva de Machaiguaico*



Nota: Fotografía tomada por las autoras.

### **Figura 8**

*Cueva de Machaiguaico*





Nota: Fotografía tomada por las autoras.

#### **1.4.4 Atractivos Culturales y Religiosos**

El turismo religioso es famoso en los meses de marzo, mayo y septiembre.

En marzo se realiza una pequeña fiesta en honor a la Virgen de la Natividad, que es atribuida muy milagrosa y se realiza una misa y varios eventos sociales, como la quemada de la chamiza, las vacas locas y el show artístico; esta celebración solo se realiza en un fin de semana.

En el mes de mayo, las multitudes se reúnen en la cima del Cerro Huiquiña, en donde se desarrollan varios eventos religiosos y sociales.

Finalmente, en septiembre cientos de peregrinos visitan el Santuario de la Virgen de la Natividad, además, disfrutan del tradicional juego de la escaramuza, y otras actividades culturales. Esta festividad tiene una duración de 10 días y como consecuencia la economía local tiene un gran impacto, pues las ventas de productos y servicios se incrementan.

**Figura 9**

*Virgen de la Natividad*



Nota: Fotografía tomada por las autoras.

**Figura 10**

*Procesión de la Virgen de la Natividad*



Nota: Fotografía tomada por las autoras.

#### **1.4.5 Atractivos Gastronómicos**

Chumblin tiene una oferta gastronómica variada, como los dulces de: zambo, zanahoria y leche, también la chicha de maíz, chaquis, timbulos, humitas, tamales, buñuelos, miel con quesillo y el tradicional cuy con papas. Generalmente, en las festividades religiosas es cuando se sirven varios de estos platillos.

#### **1.4.6 Otros Atractivos Turísticos**

Es importante mencionar que en la parroquia existen varios emprendimientos locales, como es la Asociación la Natividad de Chumblin, la cual elabora dulces, conservas y yogurt de chamburo, el chamburo es una fruta exótica de la zona y algunas partes de la sierra. También existe otro emprendimiento llamado Grupo de Mujeres Vida y Naturaleza Chumblín, el cual realizan productos naturales y artesanales a base de plantas ornamentales y medicinales, como sales de baño, cremas para mano, protector de labios, jabón para baño, shampoo y demás. Además, varias mujeres realizan tejidos hechos a mano de diversas figuras y personajes.

### **1.5 Bungalow**

#### **1.5.1 Concepto**

“Un *bungalow* es una especie de cabaña o de casa de dimensiones reducidas que, por lo general, está orientada al turismo. Se trata de una construcción sencilla, de una única planta o piso, que cuenta con las comodidades básicas” (Pérez et. al, 2012).

En hospitalidad son un grupo de cabañas que se encuentran aisladas las unas de las otras, pero dentro de una misma área, cuentan con habitaciones cómodas y los servicios que principalmente se les brinda son limpieza y reposición de blancos.

### **1.5.2 Antecedentes**

*Bungalow*, es una palabra hindú que significa “casa al estilo de bengala”, que fue utilizada por el inglés, adaptándola al vocablo que se utiliza actualmente (Pérez et. al, 2012).

En cuanto a su historia, las chozas de techo de paja tuvieron su origen en Bengala, con el tiempo fueron adaptadas por los británicos que las utilizaban para personas importantes o para ocuparlas en verano. El *bungalow* se hizo conocido en California y en varios países porque en los tiempos difíciles la gente de la clase media baja se mudaba de departamentos a este tipo de viviendas que eran bastante modestas y económicas.

En Australia los *bungalows* fueron adaptados a su región, se construyeron con ladrillo, piedra y madera. Este tipo de vivienda fue muy popular en 1920 ya que la mayoría de casas tenían estas características, pero con el paso del tiempo hubo algunas influencias, principalmente del estilo del renacimiento.

La idea de construir los *bungalows* sobre el agua fue de Hugh Kelley, Muk McCallum y Jay Carlisle, en la Isla Tahití en 1967. Estos tres californianos buscaban crear cabañas destinadas al turismo en medio del agua, creando así experiencias únicas, desde ese entonces el alojamiento en *bungalows* es un lujo al alcance de pocas personas. Aunque son originalmente de la Polinesia Francesa se los puede

encontrar en varias partes del mundo y no solo en el agua sino también en la selva y otros espacios.

### **1.5.3 Características de un Bungalow**

Los *bungalows* son un tipo de alojamiento, simples y acogedores como especie de cabaña, tienden a ser rústicos siempre, generalmente, están ubicados en las playas o lugares rodeados de naturaleza.

Estos suelen ser solo de un piso, pueden estar rodeados de zonas verdes, pueden tener varias habitaciones, un baño, cocina y una sala de estar, algunos pueden contar con piscina, jacuzzi y estacionamiento.

Existen tres estilos de *bungalows*:

- Estilo rústico: en su totalidad está construida con madera, generalmente su estructura se adapta a las condiciones climáticas del lugar.
- Estilo californiano: su construcción está inspirada en la arquitectura inglesa, su estructura es sencilla, de madera, cuenta con techo a dos aguas los cuales son muy resistentes a climas fríos con mucha lluvia.
- Estilo moderno: este estilo puede estar realizado con materiales tradicionales o modernos; sin embargo, debe comunicarse con lo exterior y el ambiente.

## **1.6 Análisis FODA**

El análisis FODA es una herramienta que permite identificar la posición de una empresa, producto o servicio, a través de la evaluación de sus fortalezas,

oportunidades, debilidades y amenazas. A la vez, resulta útil para la toma de decisiones presentes y futuras.

### 1.6.1 Macro y Micro Entorno

**Tabla 1**

*Matriz FODA*

<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
- Terreno propio	- Accesos a la propiedad sin pavimento
- Diversidad de flora y fauna	- Distancia considerable al centro parroquial
- Conocimientos en el área hotelera	- Desconocimiento en el área de ingeniería ambiental
<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas</b>
- No existen competidores en el área.	- Financiamiento externo con altas tasas de interés.
- Atractivos turísticos cercanos a la propiedad	- Proyectos de explotación minera dentro de la parroquia.
- Consumo de productos locales	- Tiempo inadecuado en época de invierno

**Tabla 2**

*Matriz FODA Cruzado*

<b>Fortaleza</b>	<b>Debilidad</b>
F1. Terreno propio	D1. Accesos a la propiedad sin pavimento

F2. Diversidad de flora y fauna. D2. Distancia considerable al centro parroquial

F3. Conocimientos en el área hotelera D3. Desconocimiento en el área de ingeniería ambiental

Oportunidades	Estrategia FO	Estrategia DO
O1. No existen competidores en el área.	(F3, O1). Utilizar los conocimientos previamente adquiridos aprovechando la falta de competidores, con el fin de ser pioneros en un emprendimiento de esa categoría.	
O2. Cuenta con atractivos turísticos cercanos a la propiedad	(F2, O2). Exponer los atractivos turísticos y la biodiversidad como un recurso para captar la atención del público, con la consiguiente ventaja de obtener beneficios a través de su visita.	(D2, O2). Crear opciones de itinerarios que contengan el transporte como parte integral para hacer más accesible el <i>bungalow</i> y los destinos turísticos.  (D3, O2). Coordinar con expertos en el sector ambiental para garantizar la adecuada preservación de las zonas naturales en nuestras instalaciones y sus entornos, además, proporcionar información a los visitantes sobre la mejor manera de conservar estos recursos.

O3. Consumo de productos locales de (F3, O3). Colaborar de (D1, O3). Proponer un plan de manera estrecha con la mejora de las vías de las comunidad local, carreteras sin pavimentar a promoviendo el consumo de las autoridades pertinentes, sus productos, apoyando junto con la comunidad local y con capacitaciones sobre de esta manera facilitar la una correcta movilidad tanto para turistas comercialización además de como para los impartir conocimientos en el emprendedores. área de AA & BB adquiridos en el campo hotelero.

Amenazas	Estrategia FA	Estrategia DA
A1. Financiamiento externo con altas tasas de interés		
A2. Proyectos de explotación minera	(F2, A2). Proponer un plan de cuidado de la biodiversidad en caso de tomar las precauciones que se llegase a ejecutar un proyecto minero, con el fin de evitar impactos negativos al ecosistema y a nuestro proyecto.	(D3, A2). Colaborar con expertos ambientales para las precauciones necesarias en caso de una operación minera.
A3. Clima inadecuado en época de invierno		



## Capítulo 2. Estudio de Mercado

Un estudio de mercado es un proceso mediante el cual se realiza la recolección y análisis de información para identificar las características de un mercado y comprender su funcionamiento. Esto permite examinar la viabilidad de una nueva iniciativa comercial. Este estudio es importante porque brinda una visión más clara del mercado, lo que posibilitará ajustar las tácticas de marketing y aprovechar de manera más eficiente los recursos para adaptarse a las tendencias de ese sector del mercado.

### 2.1 Análisis de la Oferta

La oferta es la cantidad de un bien o servicio que se ofrece al mercado. Resulta fundamental realizar un análisis de la oferta al planificar estrategias para un negocio o sector. Esto conlleva a examinar minuciosamente los productos o servicios a ofrecer, así como analizar a los competidores, sus puntos fuertes y áreas de mejora. Además, este análisis profundiza en la comprensión de las necesidades no satisfechas de los clientes, lo que facilita la identificación de un enfoque estratégico más efectivo y destacado en el mercado. En última instancia, esto contribuye de manera significativa al éxito y al desarrollo sostenible de la empresa.

Los *glamping* son establecimientos que comparten algunas comodidades con los *bungalows*, como estacionamiento, acceso a wifi y amenities. No obstante, es importante destacar que, en esta región, los *bungalows* mencionados previamente no están disponibles, ya que su presencia es característica de las zonas costeras. Sin

embargo, en regiones con climas fríos, también es posible construirlos con materiales apropiados para ese clima o materiales ecológicos locales.

Precisamente la carencia de alojamiento de este tipo ha sido el impulso para el estudio de factibilidad.

### **2.1.1 Factores que Inciden la Oferta**

San Fernando tiene atractivos turísticos debido a sus bellezas naturales y la preservación de su rica herencia cultural. Por lo tanto, algunos turistas locales y extranjeros la eligen como un destino para visitar; sin embargo, la elección de este se ve influenciado por varios factores tales como:

- Presupuesto disponible para el viaje, ya que puede limitar la selección del destino que escoja el turista.
- El clima, es otro factor relevante que afecta la decisión sobre el destino turístico, y en Ecuador, se pueden encontrar diversas condiciones climáticas en sus diferentes provincias, esta diversidad climática es una ventaja que permite a los turistas desplazarse de una región a otra en cuestión de horas.
- Por último, las redes sociales y las OTAs (booking, expedia, etc.), han tenido un impacto significativo en el desarrollo del turismo al proporcionar información y reseñas tanto positivas como negativas, lo que ayuda a los turistas a tomar decisiones a la hora de elegir su destino.

## 2.2 Análisis de la Demanda

La demanda, en el campo de la economía, se define como "La cantidad de un bien que los compradores quieren y pueden comprar" (Mankiw, 2012, p. 71). Este concepto es fundamental para analizar el comportamiento de los consumidores en los mercados y su influencia en la oferta y la demanda de bienes y servicios.

El crecimiento del turismo y el gusto de las personas por vivir experiencias al aire libre han sido el principal motivo para que la demanda tenga un incremento considerable. Tras los años de la pandemia por COVID - 19 los establecimientos de alojamiento como *glampings*, *bungalows* y *lodges*, han sido considerados por varias personas como el lugar ideal para descansar el cuerpo y la mente, hoy en día son bastante concurridos.

### 2.2.1 Factores que Inciden la Demanda

Los principales factores que se pueden ver afectados por la demanda en establecimientos de alojamiento turístico son:

- Temporada y época del año: la demanda varía según la temporada y el destino turístico puede presentar temporadas altas y bajas, lo que afectaría directamente en la ocupación.
- Eventos y festividades: la demanda suele aumentar en festividades culturales o religiosas, eventos que llenan de interés a los visitantes.
- Economía: ciertas condiciones económicas como las tasas de cambio de divisas, la situación financiera de los viajeros pueden afectar en la demanda.

- Competencia: los turistas pueden elegir entre varias opciones de la competencia lo que influye en sus decisiones con respecto al precio, servicio, facilidades, ubicación, etc.
- Accesibilidad: La facilidad de acceso a un destino, ya sea a través de infraestructura de transporte o restricciones de viaje.
- Comentarios y reseñas: Las opiniones de otros viajeros en sitios web de reseñas y redes sociales pueden influir significativamente.
- Cambios en la percepción de seguridad: Eventos como crisis de salud, desastres naturales o problemas de seguridad pueden afectar en una región.
- Regulaciones y políticas: Cambios en las políticas gubernamentales, como visados y regulaciones de inmigración, pueden influir en la demanda turística.

Estos constituyen algunos de los elementos que pueden incidir en la demanda del proyecto con respecto a la implementación de los *bungalows*, y comprenderlos resulta fundamental para una gestión efectiva en el sector de la hospitalidad.

### **2.3 Relación Oferta y Demanda**

La idea de *bungalows* es relativamente nueva en esta provincia, con su diferencia en el estilo arquitectónico, ubicación al aire libre, tendría posiblemente la misma acogida que los glampings. Utilizando como referencia la información obtenida de la existencia de glampings en Azuay, y el incremento de personas que buscan hospedarse al aire libre, se puede determinar que si existe un buen mercado para este tipo de establecimientos.

## **2.4 Segmentación de Mercado**

La segmentación de mercado es el proceso de dividir el mercado total para un producto en particular o una categoría de productos en segmentos o grupos relativamente homogéneos. Para lograr resultados efectivos, la segmentación debe crear grupos donde sus miembros compartan intereses, gustos, necesidades, deseos o preferencias similares, pero donde los grupos mismos sean diferentes entre sí. (Ferrer & Hartline, 2012).

Para seleccionar la muestra para las encuestas en el proyecto, se ha llevado a cabo la segmentación de la siguiente manera:

### **2.4.1 Segmentación Geográfica**

País: Ecuador

Provincia: Azuay

Cantón: Cuenca

Sector: Sur

### **2.4.2 Segmentación Demográfica**

Sexo: Hombres y mujeres

Edad: 18 años en adelante

Estado civil: Solteros y casados

## 2.5 Investigación de Mercado

La investigación de mercado se refiere a la recopilación de datos relacionados con el ámbito empresarial y el mercado, con el fin de proporcionar información esencial para la toma de decisiones. En esencia, esta práctica constituye una herramienta valiosa que capacita a la empresa para adquirir los datos requeridos con el fin de definir políticas, metas, planes y estrategias que se ajusten mejor a sus objetivos e intereses.

### 2.5.1 Desarrollo de la Encuesta

Según lo indicado por García Ferrando (1993), una encuesta consiste en una investigación que se realiza utilizando una muestra de individuos que representan a una población más amplia. Esta investigación se lleva a cabo en el contexto de la vida cotidiana y emplea métodos estandarizados de interrogación con el propósito de obtener mediciones cuantitativas relacionadas con diversas características, tanto objetivas como subjetivas, de la población.

Dentro de los criterios considerados para realizar la encuesta, se incluyen varios aspectos relacionados con el género, edad, nacionalidad, nivel educativo, a las preferencias para escoger un tipo de alojamiento turístico dependiendo al destino que se vayan, así como otros según diversos criterios.

Cabe mencionar que en la encuesta se ha adjuntado una imagen de *bungalows* como recurso informativo para aquellos que no estén familiarizados con este tipo de alojamientos, con el fin de facilitar la realización de la misma.

### 2.5.2 Método Estadístico

La estimación de la demanda se basa en datos que se obtienen a través de la realización de encuestas dirigidas a un grupo específico de la población que ha sido previamente seleccionado y delimitado. Por lo tanto, se utilizó como referencia para calcular la muestra a personas mayores a 18 años y residen en el cantón Cuenca, basándose en el último censo realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), el mismo que indica una población de 327.667 correspondientes a mayores de edad (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010).

Según el INEC, la tasa de crecimiento poblacional reporta un promedio de 1.9% en un periodo de 9 años. A partir de estos datos se calcula que la población mayor a 18 años sería de 333.893 habitantes. Con esta información, se aplica la siguiente fórmula para determinar el tamaño de la muestra:

$$n = \frac{Z^2 pqN}{E^2 x(N - 1) + Z^2 xP x q}$$

Donde:

n (tamaño de la muestra) = valor a encontrar

Z (nivel de confianza) = 99%

p (probabilidad de éxito) = 80%

q (probabilidad de fracaso) = 20%

N (población) = 333.893

E (precisión o error) = 3%

Al determinar el tamaño de la muestra se obtiene un total de 174 personas destinadas a ser encuestadas.

### **2.5.3 Tabulación de las Encuestas**

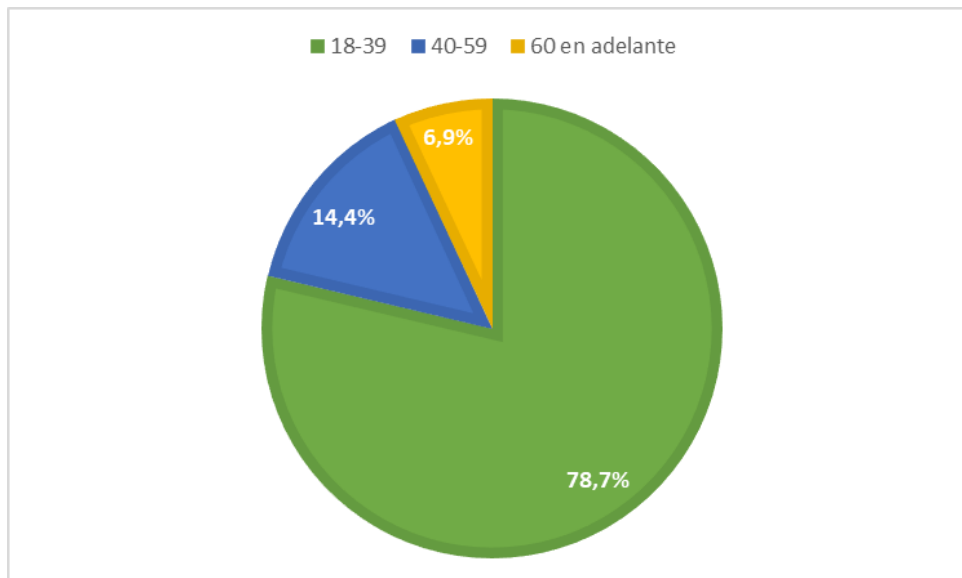
Esta sección tiene como propósito presentar los resultados de las encuestas realizadas a una variedad de personas que residen en la ciudad de Cuenca, incluyendo a individuos de diferentes ciudades y nacionalidades. A continuación, se exhiben las tablas y gráficos que resumen las respuestas a cada pregunta.

**Tabla 3**

*Edad de los Encuestados*

<b>Edad</b>	<b>Número de encuestados</b>	<b>Porcentaje</b>
18-39	137	78,7%
40-59	25	14,4%
60 en adelante	12	6,9%
<b>Total</b>	<b>174</b>	<b>100%</b>

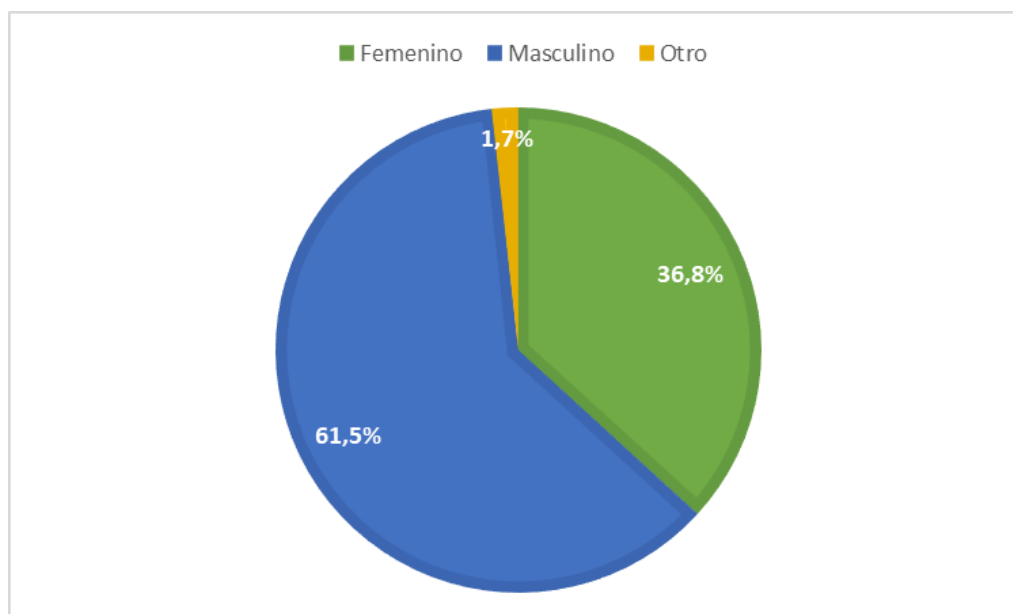


**Figura 11***Edad de los Encuestados*

Interpretación: Como resultado se puede observar que la mayoría de los encuestados pertenecen a un grupo demográfico joven (78,7%), conformado por las nuevas generaciones que poseen perspectivas diferentes y que tienden a buscar nuevas vivencias.

**Tabla 4***Género de los Encuestados*

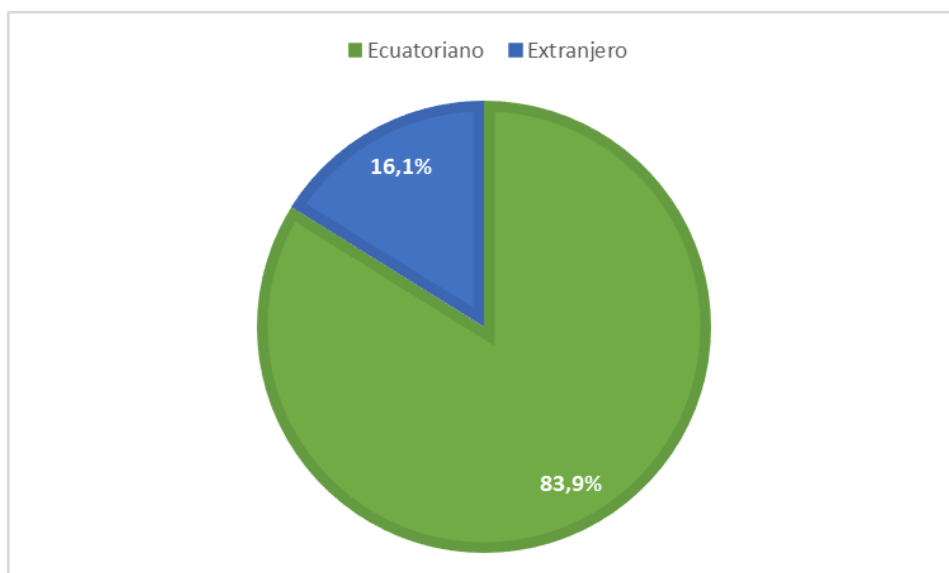
Género	Número de encuestados	Porcentaje
Femenino	64	36,8%
Masculino	107	61,5%
Otro	3	1,7%
<b>Total</b>	<b>174</b>	<b>100%</b>

**Figura 12***Género de los Encuestados*

Interpretación: Según las encuestas realizadas, el 61,5% corresponde a hombres, mientras que el 36,8% restante corresponde a mujeres. Esto permite afirmar que los hombres mostraron una mayor disposición para participar en las encuestas.

**Tabla 5***Nacionalidad de los Encuestados*

Nacionalidad	Número de encuestados	Porcentaje
Ecuatoriano	146	83,9%
Extranjero	28	16,1%
<b>Total</b>	<b>174</b>	<b>100%</b>

**Figura 13***Nacionalidad de los Encuestados*

Interpretación: Se llevaron a cabo encuestas en distintos sitios: en los cantones Cuenca, Girón y San Fernando. A partir de esto, se obtuvo que el 83,9% de los encuestados eran ciudadanos ecuatorianos, mientras que el restante 16,1% eran extranjeros que se encontraban de visita en estas zonas.

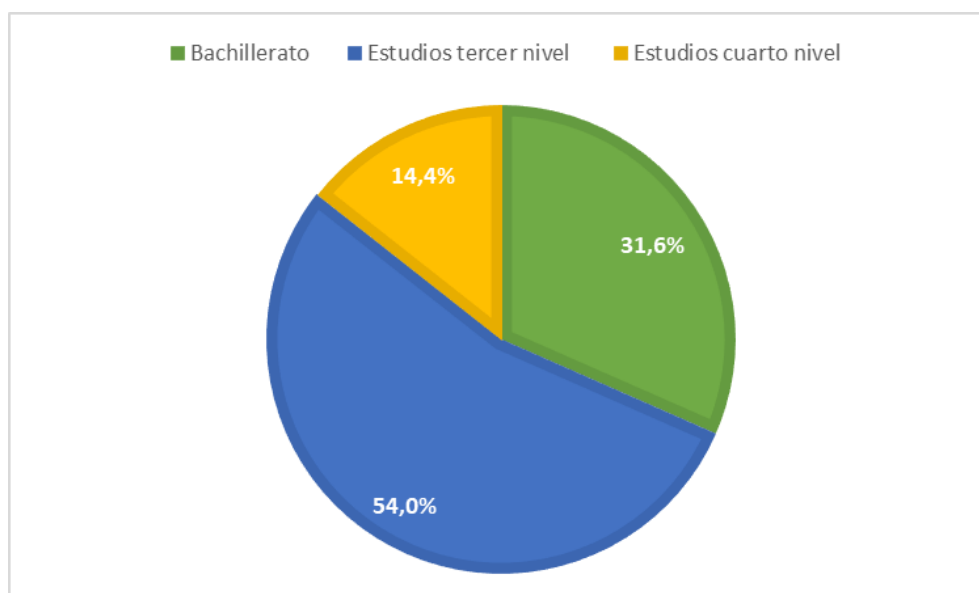
**Tabla 6***Nivel Educativo de los Encuestados*

Nivel educativo	Número de encuestados	Porcentaje
Bachillerato	55	31,6%
Estudios tercer nivel	94	54,0%

Estudios cuarto nivel	25	14,4%
<b>Total</b>	<b>174</b>	<b>100%</b>

**Figura 14**

*Nivel Educativo de los Encuestados*



Interpretación: Se puede evidenciar que la mayoría de los encuestados tiene un tercer nivel de estudio (54,0%), lo que lleva a la conclusión de que podrían ser personas que cuentan con la suficiente solvencia económica para cubrir sus gastos al momento de realizar un viaje de tipo turístico.

**Tabla 7**

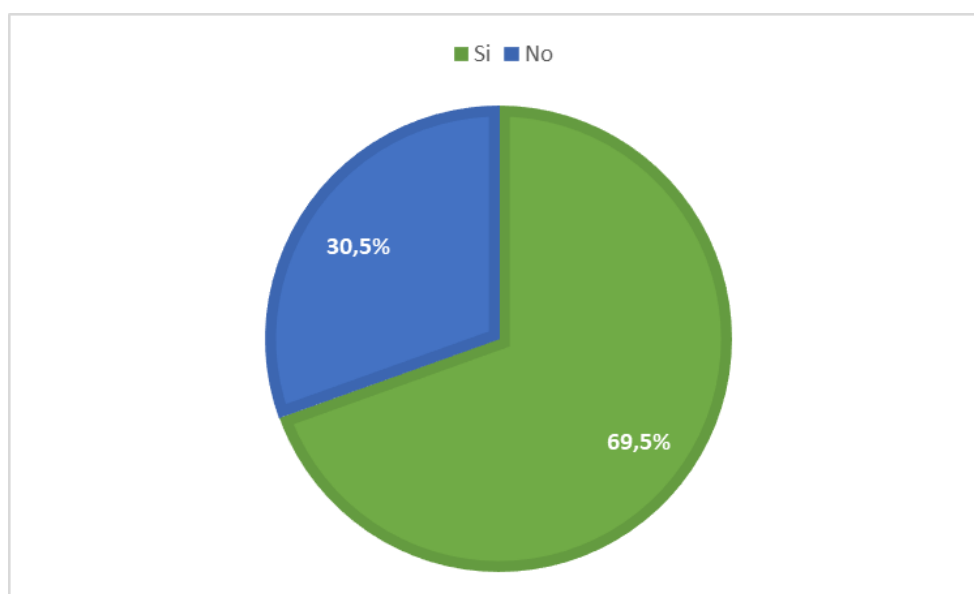
*Conocimiento del Cantón San Fernando*

Opciones	Número de encuestados	Porcentaje
Si	121	69,5%

No	53	30,5%
<b>Total</b>	<b>174</b>	<b>100%</b>

**Figura 15**

*Conocimiento del Cantón San Fernando*



Interpretación: El 69,5% de los encuestados están familiarizados con el cantón San Fernando, mientras que el 30,5% no, esto indica la necesidad de llevar a cabo acciones de promoción del cantón con el objetivo de reducir el porcentaje de personas que no lo conocen.

**Tabla 8**

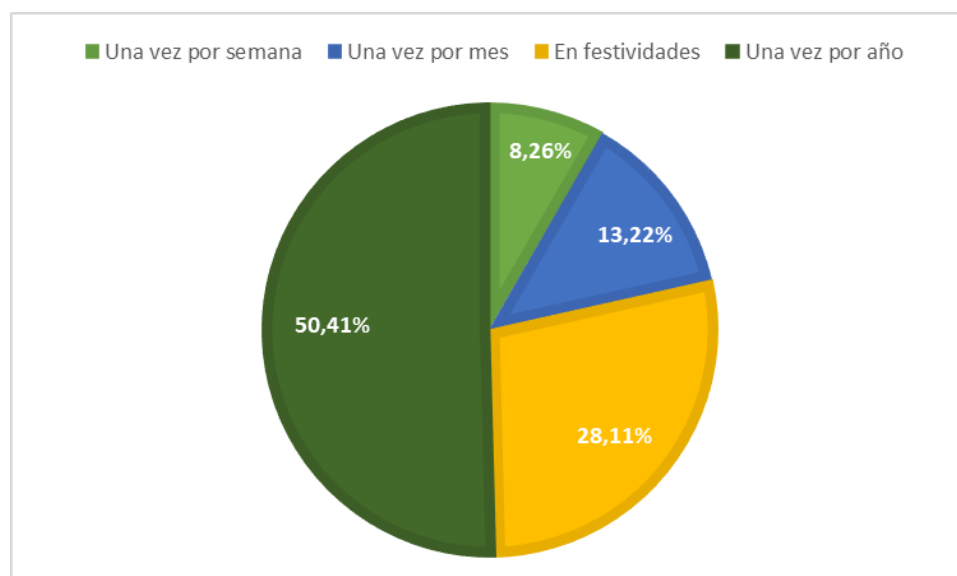
*Número de Visitas al Cantón San Fernando*

Frecuencia	Número de encuestados	Porcentaje
Una vez por semana	10	8,26%

Una vez por mes	16	13,22%
En festividades	34	28,11%
Una vez por año	61	50,41%
<b>Total</b>	<b>121</b>	<b>100%</b>

**Figura 16**

*Número de Visitas al Cantón San Fernando*



Interpretación: Un aspecto destacado es que las personas suelen visitar este cantón al menos una vez al año (50,41%) y por sus festividades (28,11%) lo que sugiere visitas turísticas con un interés en la cultura y las tradiciones locales del cantón.

**Tabla 9**

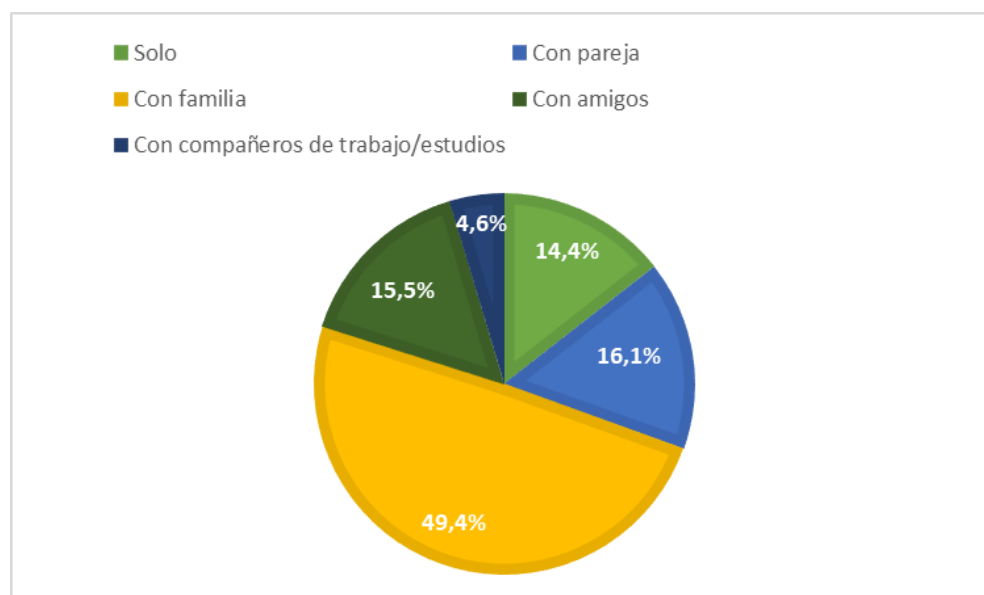
*Modo de Viaje del Encuestado*

Opciones	Número de encuestados	Porcentaje
----------	-----------------------	------------

Solo	25	14,4%
Con pareja	28	16,1%
Con familia	86	49,4%
Con amigos	27	15,5%
Con compañeros de trabajo/estudios	8	4,6%
<b>Total</b>	<b>174</b>	<b>100%</b>

**Figura 17**

*Modo de Viaje del Encuestado*

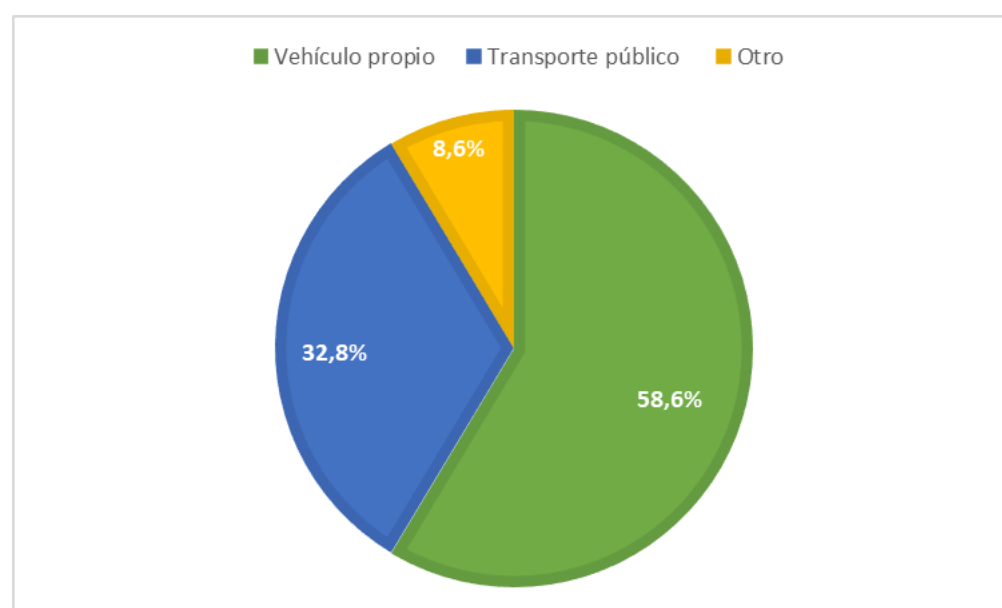


Interpretación: De acuerdo a los datos recopilados, el 49,4% tiene una preferencia por viajar en compañía de sus familias, lo que sugiere que, para muchos de los encuestados, el propósito principal de viajar es compartir y crear experiencias con sus seres queridos en lugar de hacerlo en solitario. Por otro lado, el 14,4% prefiere

viajar solo, lo que se debe a una preferencia personal. Esto indica que existen diversas formas de viajar entre los encuestados, ya que algunos lo hacen con amigos, parejas u otros acompañantes.

**Tabla 10***Medio de Transporte para Viajar*

Medio de transporte	Número de encuestados	Porcentaje
Vehículo propio	102	58,6%
Transporte público	57	32,8%
Otro	15	8,6%
<b>Total</b>	<b>174</b>	<b>100%</b>

**Figura 18***Medio de Transporte para Viajar*



Interpretación: El 58,6% de las personas encuestadas cuentan con vehículo propio por lo que se les facilita la movilización al momento de realizar un viaje. El 8,6% de turistas con la opción otros, son quienes alquilan vehículos o contratan paquetes con transporte incluido.

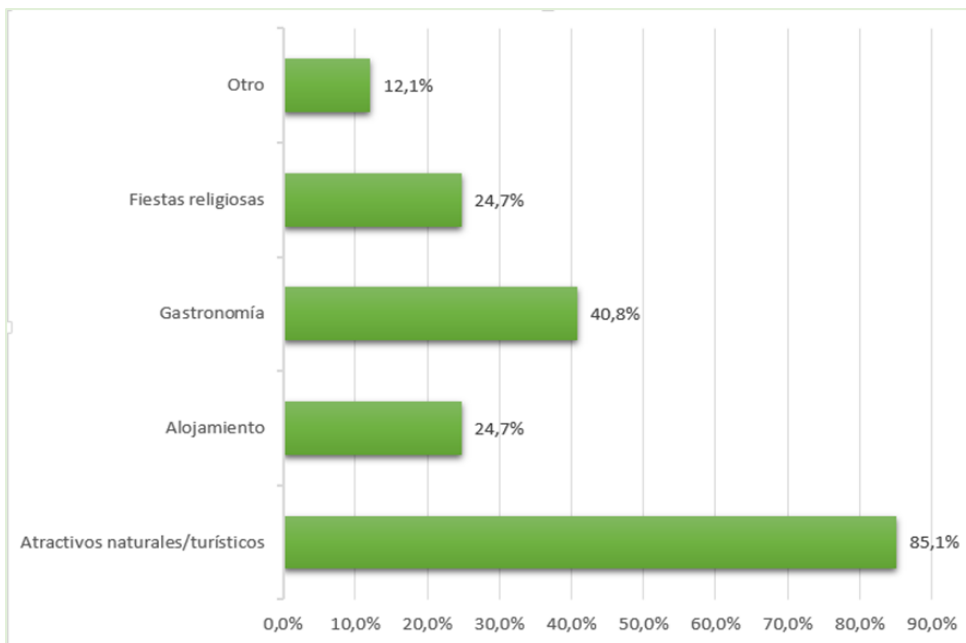
**Tabla 11**

*Motivos para Conocer un Lugar*

Opciones	Número de encuestados	Porcentaje
Atractivos naturales/turísticos	148	85,1%
Alojamiento	43	24,7%
Gastronomía	<b>71</b>	<b>40,8%</b>
Fiestas religiosas	43	24,7%
Otro	21	12,1%
<b>Total</b>	<b>326</b>	<b>187%</b>

**Figura 19**

*Motivos para Conocer un Lugar*



Interpretación: Al ser una pregunta con respuestas múltiples, se visualiza la preferencia. Entre las opciones consideradas por los encuestados, los atractivos naturales/turísticos resultaron ser una elección muy acertada (85,1%); esto se debe a la tendencia actual de las personas a aventurarse fuera de su zona de confort y conectarse directamente con la naturaleza; esta modalidad se vio reforzada por la pandemia de COVID-19, ya que después de ese período, muchas personas optaron por explorar nuevos destinos y escapar de la rutina diaria. La segunda opción elegida es la gastronomía (40,8%), dado que en el Azuay se preparan una variedad de platos que son típicos en la región.

**Tabla 12**

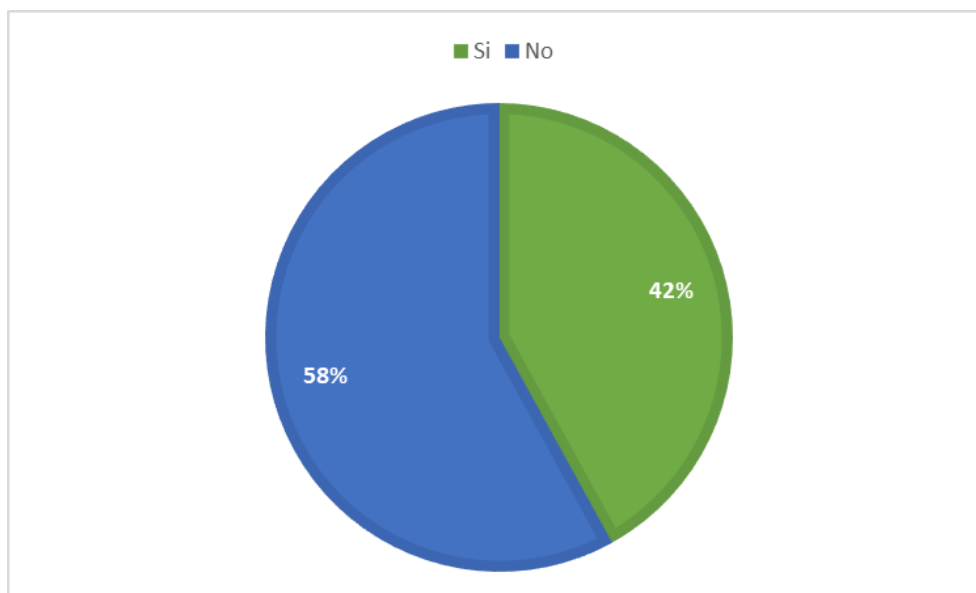
*Familiaridad con los Bungalows*

Opciones	Número de encuestados	Porcentaje
Si	73	42,0%

No	101	58,0%
<b>Total</b>	<b>174</b>	<b>100%</b>

**Figura 20**

*Familiaridad con los Bungalows*



Interpretación: Se puede notar que el 58% de los encuestados no están familiarizados con este tipo de establecimientos y esto se debe a que los *bungalows* son más comunes en las zonas costeras que en lugares con climas fríos y como la encuesta se llevó a cabo en una ciudad de la sierra, esta podría ser la razón del resultado.

**Tabla 13**

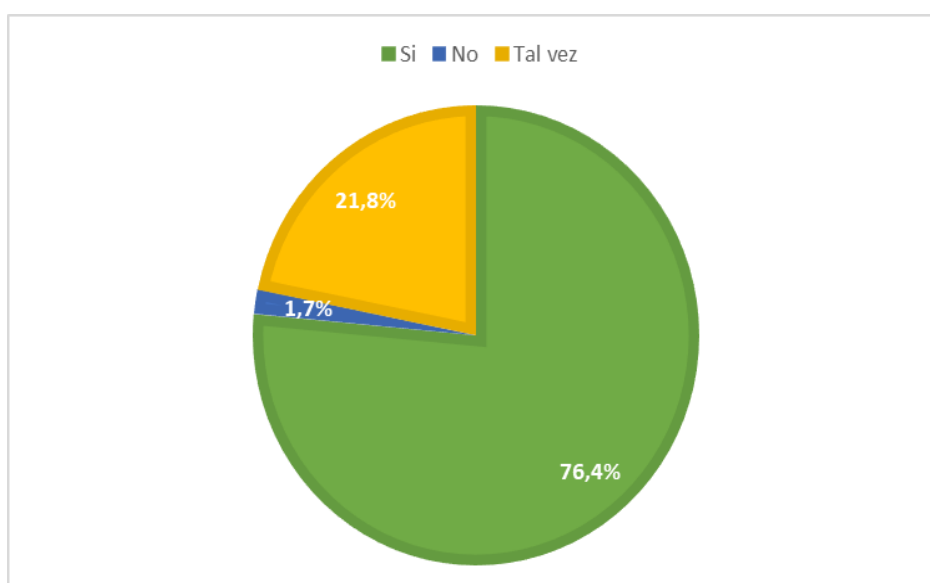
*Personas que se Hospedarían en un Bungalow en San Fernando*

Opciones	Número de encuestados	Porcentaje
----------	-----------------------	------------

Si	133	76,4%
No	3	1,7%
Tal vez	38	21,8%
<b>Total</b>	<b>174</b>	<b>100%</b>

**Figura 21**

*Personas que se Hospedarían en un Bungalow en San Fernando*



Interpretación: Se obtiene una respuesta positiva en lo que respecta a las personas interesadas en alojarse en un *bungalow* situado en esa área, correspondiendo al 76,4%, este resultado apoya favorablemente a la propuesta.

**Tabla 14**

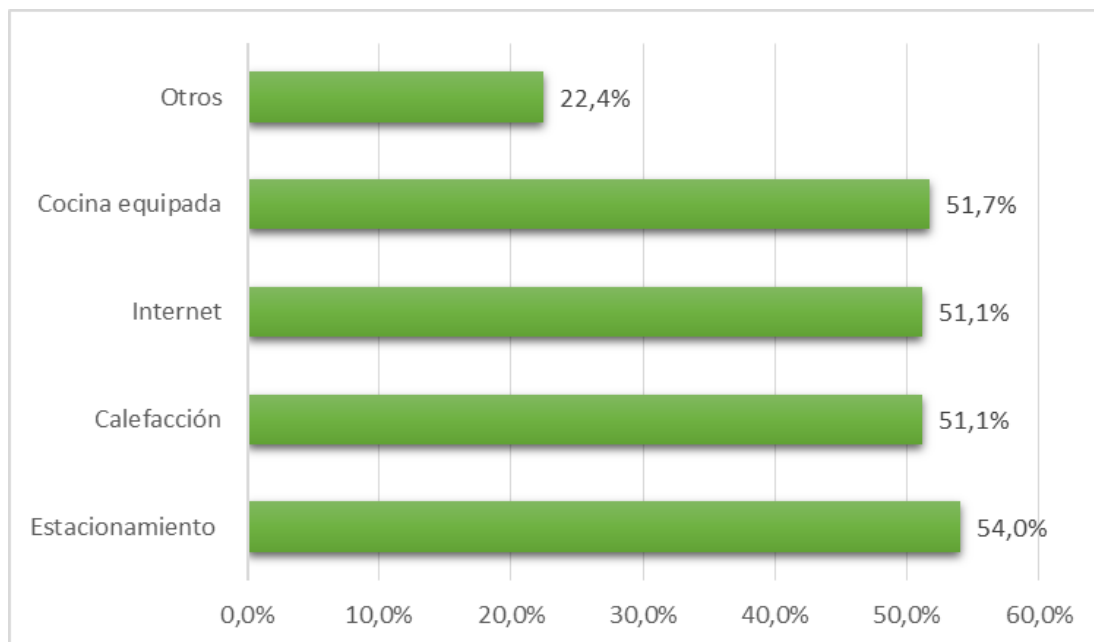
*Comodidades Imprescindibles en un Bungalow*

Opciones	Número de encuestados	Porcentaje
Estacionamiento	94	54,0%

Calefacción	89	51,1%
Internet	89	51,1%
Cocina equipada	90	51,7%
Otros	39	22,4%
<b>Total</b>	<b>401</b>	<b>230%</b>

**Figura 22**

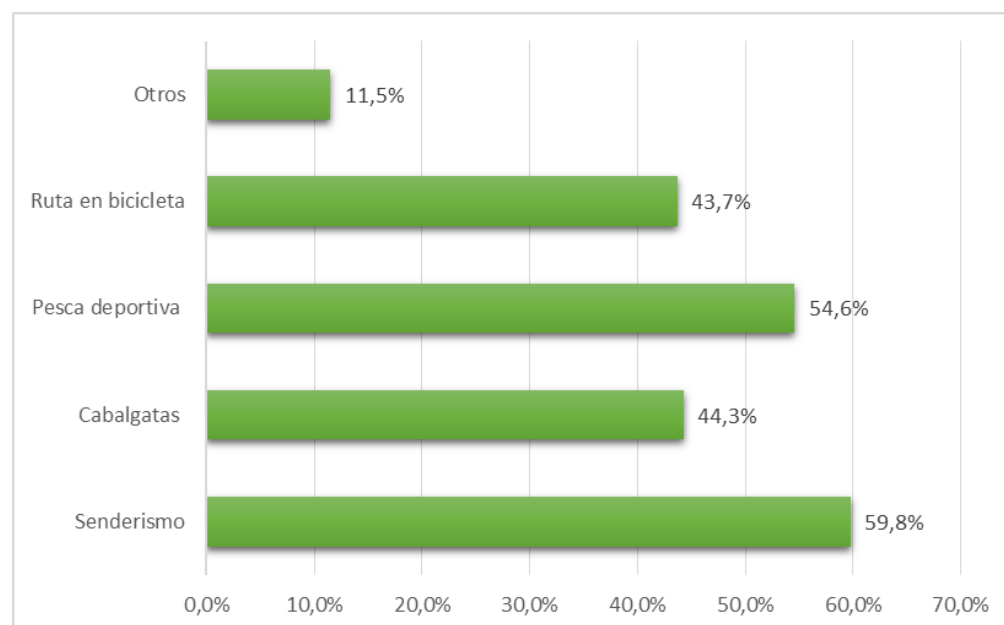
*Comodidades Imprescindibles en un Bungalow*



Interpretación: Al ser una pregunta con respuestas múltiples, se observa las prioridades en servicios para los turistas, considerando porcentajes similares entre las opciones presentadas, las mismas que están entre un 51% y 54%.

**Tabla 15***Preferencia de Actividades al Aire Libre*

Opciones	Número de encuestados	Porcentaje
Senderismo	104	59,8%
Cabalgatas	77	44,3%
Pesca deportiva	95	54,6%
Ruta en bicicleta	76	43,7%
Otros	20	11,5%
<b>Total</b>	<b>372</b>	<b>214%</b>

**Figura 23***Preferencia de Actividades al Aire Libre*

Interpretación: Dado que se trata de una pregunta con opciones múltiples, se observa claramente las preferencias. La actividad de senderismo es la que ha recibido

la mayor aprobación, con un 59.8% de respuestas. Esto es especialmente relevante dado que nuestro público objetivo es mayoritariamente joven, por lo que, prefieren caminar y apreciar cada experiencia. Las actividades como la pesca deportiva, recorridos en bicicleta y paseos a caballo son las opciones siguientes en preferencia, que también han tenido una buena aceptación.

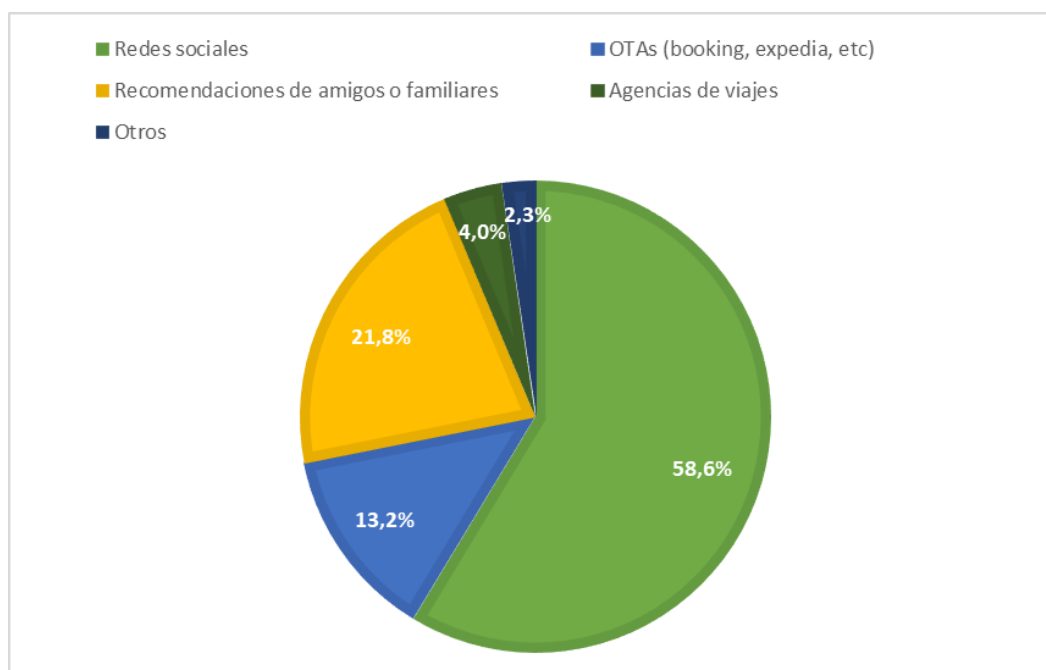
**Tabla 16**

*Medios Utilizados para Buscar un Lugar para Hospedaje*

<b>Medios</b>	<b>Número de encuestados</b>	<b>Porcentaje</b>
Redes sociales	102	58,6%
OTAs (booking, expedia, etc.)	23	13,2%
Recomendaciones de amigos o familiares	38	21,8%
Agencias de viajes	7	4,0%
Otros	4	2,3%
<b>Total</b>	<b>174</b>	<b>100%</b>

**Figura 24**

*Medios Utilizados para Buscar un Lugar para Hospedaje*



Interpretación: En la actualidad, la mayoría de la población dispone de un teléfono inteligente y está presente en redes sociales; por lo tanto, es habitual que las personas descubran establecimientos de alojamiento a través de plataformas en línea y redes sociales como se puede observar en el gráfico anterior.

**Tabla 17**

*Precio Dispuesto a Pagar por una Noche en un Bungalow, para Parejas*

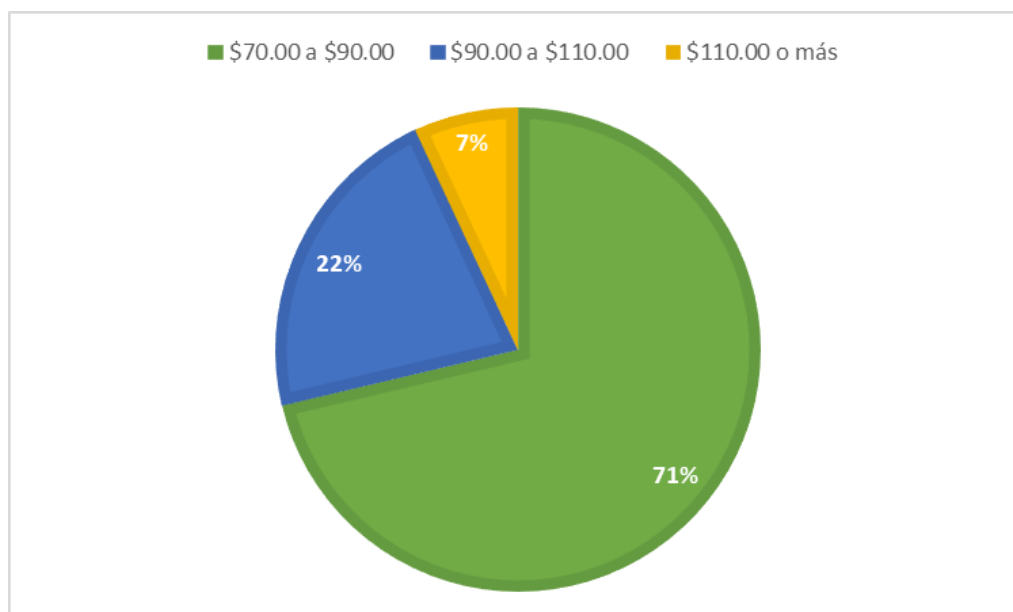
Precios	Número de encuestados	Porcentaje
\$70.00 a \$90.00	124	71,3%
\$90.00 a \$110.00	38	21,8%
\$110.00 o más	12	6,9%



<b>Total</b>	<b>174</b>	<b>100%</b>
--------------	------------	-------------

**Figura 25**

*Precio Dispuesto a Pagar por una Noche en un Bungalow, para Parejas*



Interpretación: El precio de \$70.00 a \$90.00 ha tenido un alto índice de aceptación con un 71%, lo que da a conocer que es un precio accesible para el público que participó en la encuesta.

**Tabla 18**

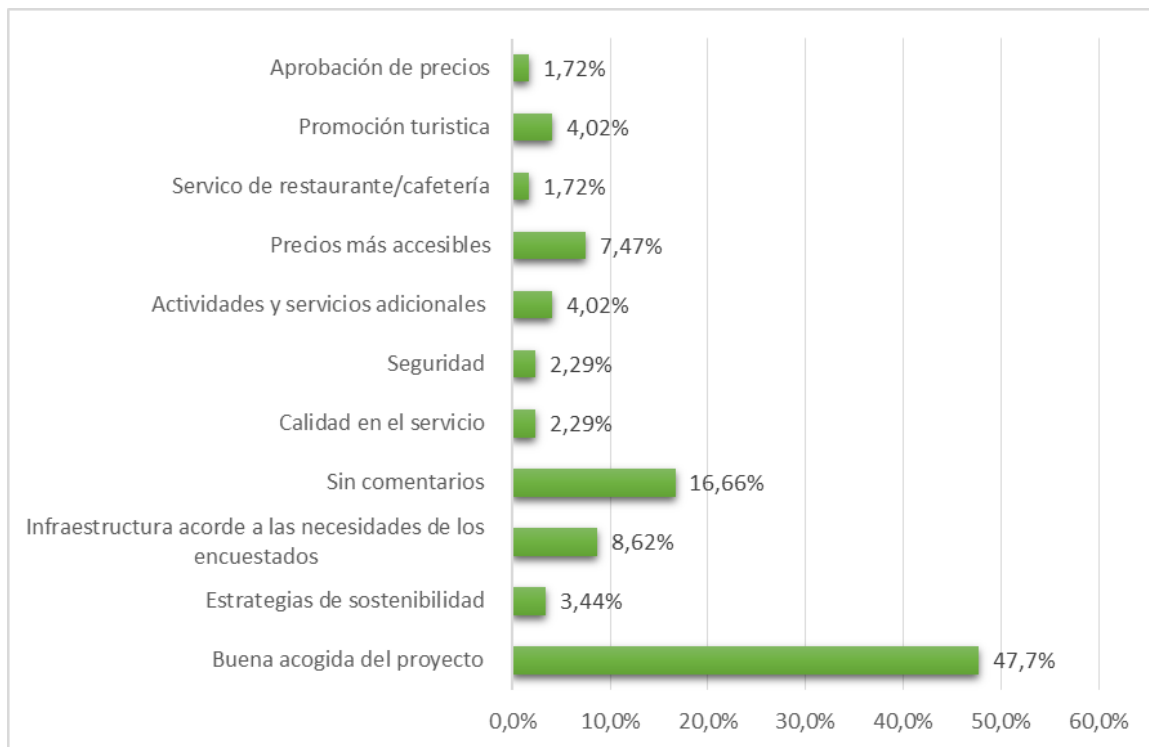
*Comentarios y Sugerencias para la Implementación de Bungalows en San Fernando*

<b>Comentarios</b>	<b>Número de encuestados</b>	<b>Porcentaje</b>
Buena acogida del proyecto	83	47,7%
Estrategias de sostenibilidad	6	3,44%

Infraestructura acorde a las necesidades de los encuestados	15	8,62%
Sin comentarios	29	16,66%
Calidad en el servicio	4	2,29%
Seguridad	4	2,29%
Actividades y servicios adicionales	7	4,02%
Precios más accesibles	13	7,47%
Servicio de restaurante/cafetería	3	1,72%
Promoción turística	7	4,02%
Aprobación de precios	3	1,72%
<b>Total</b>	<b>174</b>	<b>100%</b>

**Figura 26**

*Comentarios y Sugerencias para la Implementación de Bungalows en San Fernando*



Interpretación: Se evidencia una acogida al proyecto por gran parte de las personas encuestadas, las mismas que consideran que es una buena idea para poder disfrutar del campo y vivir nuevas experiencias. Otro grupo comenta que la infraestructura del establecimiento sea adecuada y amigable con el medio ambiente por lo que da una visión que parte de los interesados son personas conscientes con respecto al cuidado de la naturaleza. En algunos comentarios sugieren precios más accesibles lo que permite suponer que si los precios fueran menores, las personas que no estaban tan convencidas si les agradaría hospedarse en los *bungalows* en la parroquia Chumblin del cantón San Fernando.

#### **2.5.4 Resultados de la Tabulación de las Encuestas**

El cuestionario aplicado consta de 16 preguntas, diseñadas con el propósito de obtener una comprensión más profunda de la percepción de los turistas, tanto

locales como extranjeros, con respecto al proyecto de implementación de *bungalows* en el cantón San Fernando.

A partir de los datos recopilados en las encuestas, se identifica un público mayoritariamente joven, con edades comprendidas entre los 18 y 39 años, representando el 78.7% del total de encuestados. La mayoría de ellos son hombres y poseen al menos un título de educación superior, lo que está relacionado con sus niveles de ingresos y su capacidad para viajar y acceder a servicios de hospedaje. Por lo tanto, se determina que un rango de precio accesible para la mayoría de nuestros potenciales clientes sería de \$70.00 a \$90.00 por noche por pareja.

Las encuestas se enfocaron en el cantón Cuenca, que es el principal punto de entrada a la provincia del Azuay y actúa como un punto de partida para otras áreas; esto ha permitido comprender que la mayoría de los encuestados conocen el cantón San Fernando, que es visitado anualmente por razones turísticas o festividades. Además, muchas personas viajan con sus familias o parejas, lo que es relevante para la organización de nuestros *bungalows* en términos de capacidad.

La mayoría de los encuestados tienden a utilizar sus propios vehículos como medio de transporte. No obstante, también se nota la presencia de extranjeros que visitan la ciudad y optan por alquilar vehículos para moverse.

Es importante mencionar que el término "*bungalow*" es desconocido para muchas personas; sin embargo, se observa una respuesta positiva porque en su mayoría expresaron interés en hospedarse en un *bungalow* en el cantón San Fernando.

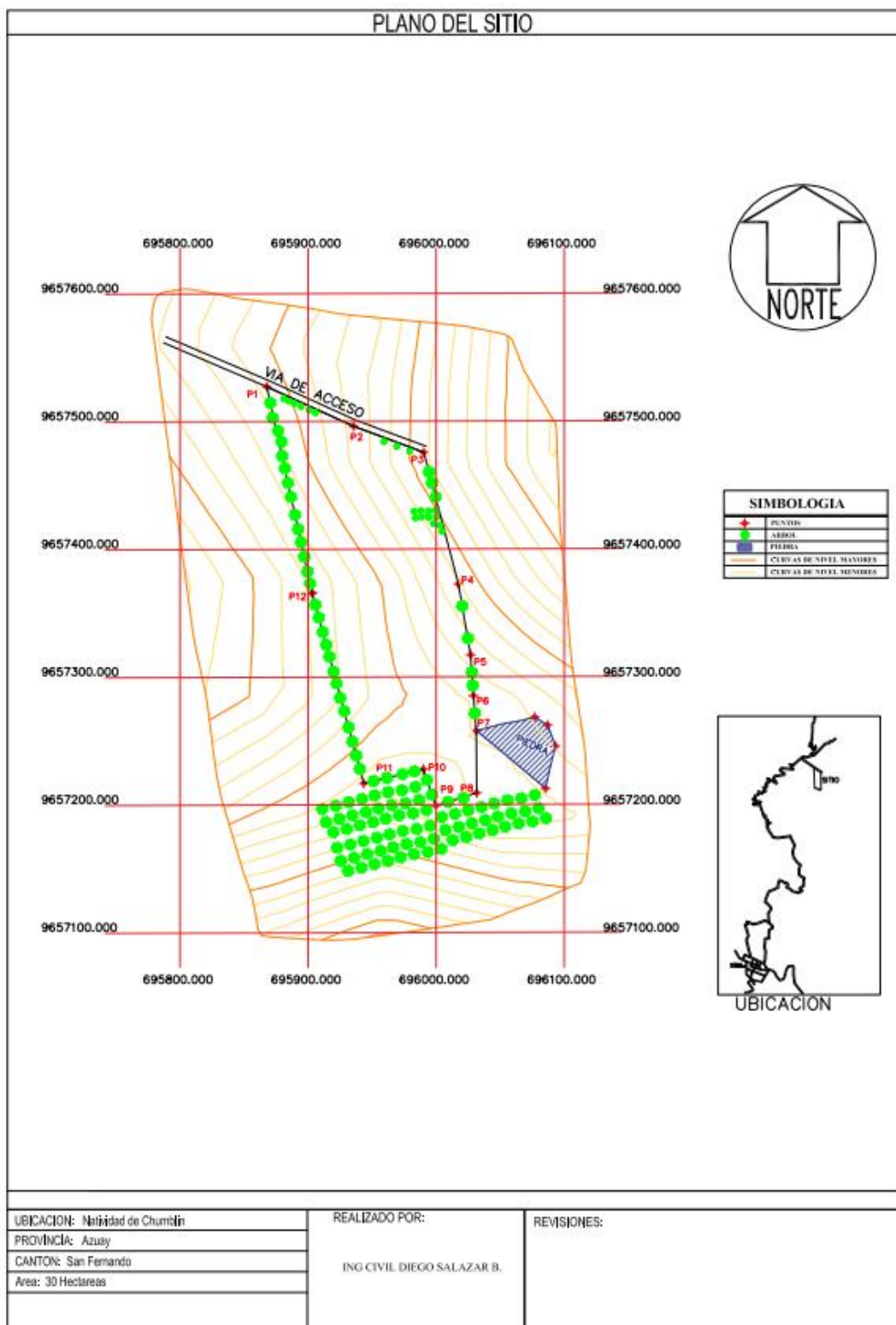
Se concluye que, al ser un proyecto novedoso, varias personas están interesadas en poder experimentar este tipo de establecimiento. Algunos sugieren unos precios más accesibles, lo que permite suponer que, si el precio es menor, más personas acudirían al *bungalow*.

## 2.6 Layout

La investigación sobre el diseño del *Layout* se centra en la organización y disposición visual de los elementos en un entorno específico, abarcando tanto aspectos físicos como funcionales. En el actual proyecto, se presenta el diseño arquitectónico elaborado por el Ing. Civil Diego Salazar, que expone los planos de los cuatro *bungalows*.

### Figura 27

*Geomorfología del Terreno*

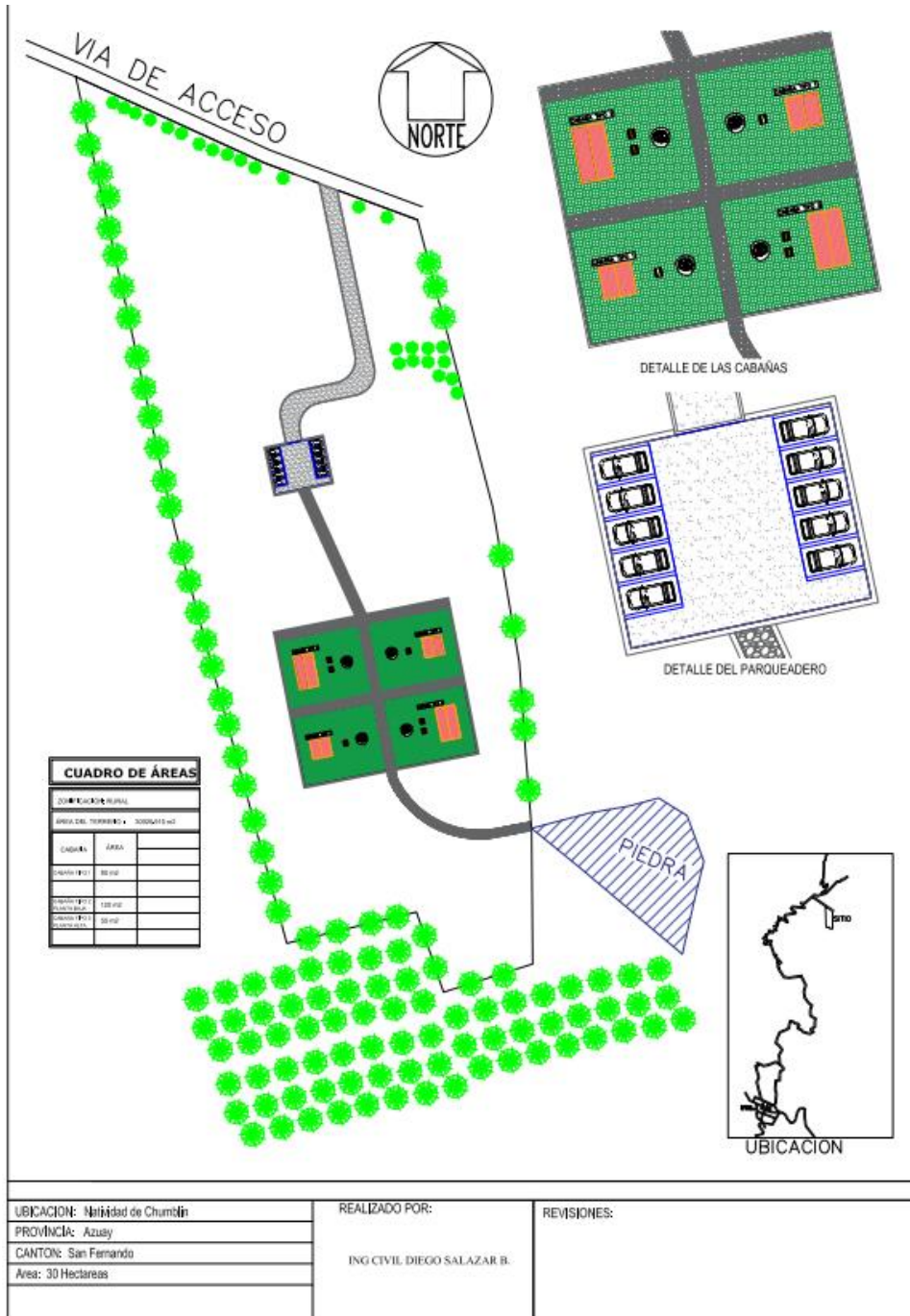


Nota: Levantamiento topográfico realizado por el Ing. Civil Diego Salazar

2.6.1 Diseño Global del Conjunto de Bungalows

Figura 28

Diseño Global de los Bungalows

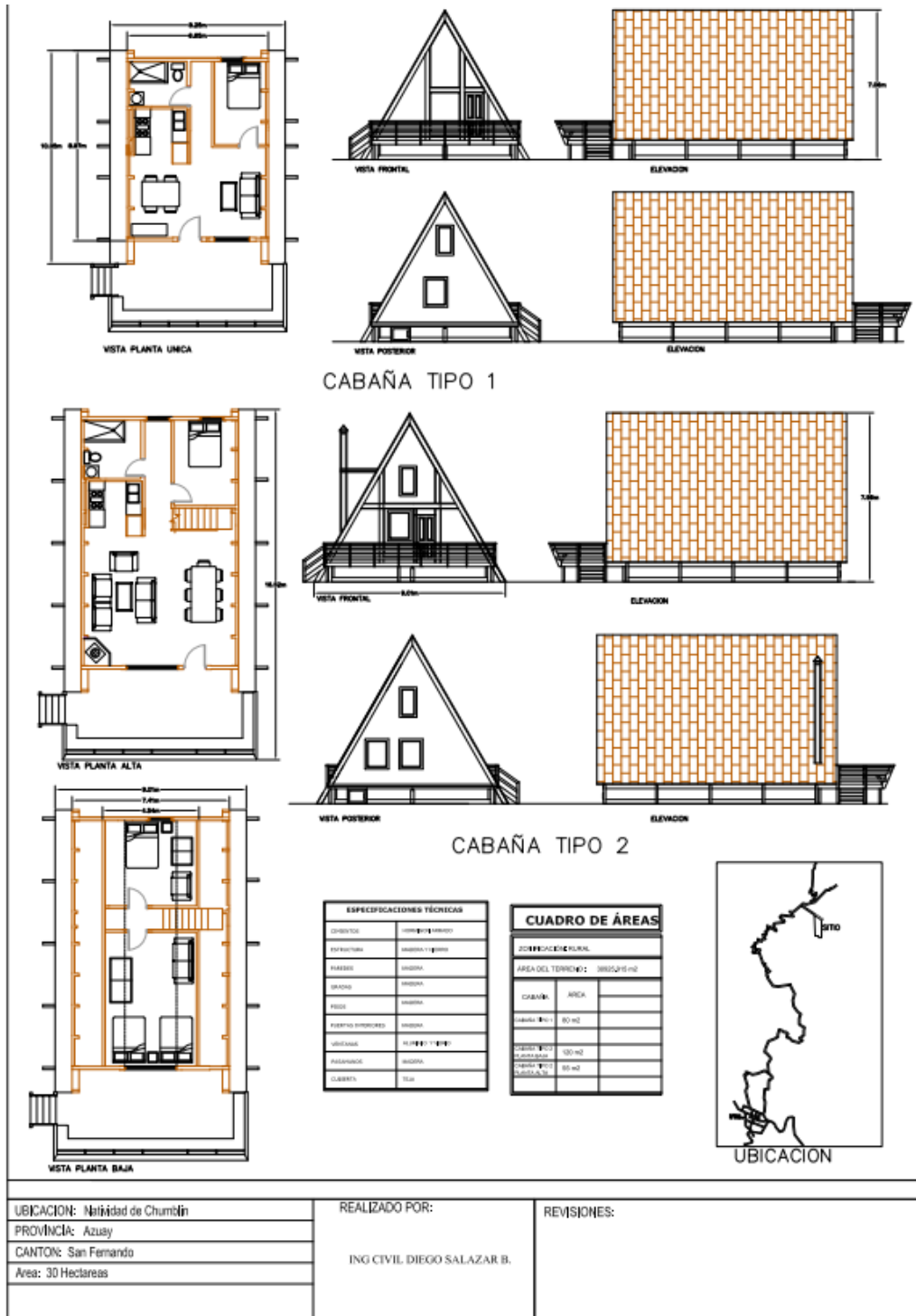


Nota: Diseño arquitectónico realizado por el Ing. Civil Diego Salazar

2.6.2 Diseño Arquitectónico de los Bungalows

Figura 29

Diseño Arquitectónico de los dos Tipos de Bungalows (Familiar y Pareja)



Nota: Diseño arquitectónico de los *bungalows* realizado por el Ing. Civil Diego Salazar



Figura 30

*Diseño Exterior del Bungalow*



Nota: Obtenido de AchiLine Wooden Houses, 2023, Cabaña en forma de A de casa triangular, 114-49, Necrasov str., Minsk, Republic of Belarus, 220049

### 2.6.3 Materiales, Infraestructura y Mano de Obra

Tabla 19

*Presupuesto de los dos Tipos de Bungalows*

	Costo por m2	m2	Costo o	% cos. Indirecto	Costo indirecto	# Cabañas	Total
<b>Bungalow tipo 1</b>	200	35	7000	10%	700	2	\$15.400
<b>Bungalow tipo 2</b>	200	89,6 8	1793 6	10%	1793,6	2	\$39459, 2
<b>Costo parqueadero y camineras</b>			3750	10%	375		\$4.125

<b>Total</b>	<b>\$58.984,20</b>
--------------	--------------------

### 2.6.4 Equipo, Mobiliario y Suministros

Con el objetivo de elaborar un presupuesto para el proyecto se examinaron los cuadros de costos por áreas correspondientes a equipos, mobiliario y suministros. El análisis detallado de costos y financiamientos se abordará en el próximo capítulo.

#### 2.6.4.1 Habitaciones

**Tabla 20**

*Equipo, Mobiliario e Inventario de Habitaciones*

Detalle	Proveedor	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Base de Cama (2 1/2)	Carpintero	4	\$ 170,00	\$ 680,00
Base de cama Full (1 1/2)	Carpintero	4	\$ 150,00	\$ 600,00
Colchón de 2 ½	Coral Hipermercados	4	\$ 236,08	\$ 944,32
Colchón de 1 ½	Coral Hipermercados	4	\$ 199,88	\$ 799,52
Lámpara	Coral Hipermercados	6	\$ 11,23	\$ 67,38
Velador	Coral Hipermercados	12	\$ 140,63	\$ 1.687,56

Basurero Acero Inox c/pedal 5L	Coral Hipermercado s	6		\$ 13,74	\$ 82,44
Mesa/escritorio	Carpintero	6		\$ 40,00	\$ 240,00
Silla	Carpintero	6	\$	15,00	\$ 90,00
Juego de sábanas de 2 ½	PYCCA	6	\$	23,18	\$ 139,08
Juego de sabanas de 1 ½	PYCCA	6	\$	19,19	\$ 115,14
Duvet de 2 ½	Tempo Design	4	\$	124,00	\$ 496,00
Duvet de 1 ½	Tempo Design	4	\$	99,00	\$ 396,00
Cobertor de colchón de 2 ½	Paraíso	4	\$	38,08	\$ 152,32
Cobertor de colchón de 1 ½	Paraíso	4	\$	28,00	\$ 112,00
Almohadas Cloud- Plumón 70x50	Coral Hipermercado s	20	\$	7,32	\$ 146,40
<b>Total</b>					\$ <b>6.748,16</b>

#### 2.6.4.2 Baño

**Tabla 21**

*Mobiliario e Inventario del Baño*

Detalle	Proveedor	Cantida d	Valor Unitario	Valor Total
Set de toallas (3)	Chaide	12	\$ 29,41	\$ 352,92
Kit amenities (Jabón, shampoo y acondicionador)	Hotelería Store.com	30	\$ 0,88	\$ 26,40
Papel Higiénico 200m	Coral Hipermercado s	12	\$ 2,46	\$ 29,52
Dispensador Papel Higiénico	Coral Hipermercado s	4	\$ 7,25	\$ 29,00
Espejo Biselado 60 X 80	Coral Hipermercado s	4	\$ 13,73	\$ 54,92
Basurero Acero Inox c/pedal 5L	Coral Hipermercado s	4	\$ 13,74	\$ 54,96
<b>Total</b>				<b>\$ 547,72</b>

### 2.6.4.3 Cocina

**Tabla 22**

*Equipo, Mobiliario e Inventario de Cocina*

Detalle	Proveedor	Cantida d	Valor unitario	Valor total
---------	-----------	--------------	-------------------	-------------

Cocina RCA 4 quemadores	Coral Hipermercados	4	\$ 141,04	\$ 564,16
Refrigerador pequeño	Coral Hipermercados	4	\$ 232,06	\$ 928,24
Licadora Hamilton beach	Coral Hipermercados	4	\$ 52,19	\$ 208,76
Microondas 20LT negro	Coral Hipermercados	4	\$ 92,48	\$ 369,92
Tabla de picar Bamboo	Coral Hipermercados	4	\$ 3,00	\$ 12,00
Juego de cuchillos 2 pzs	Coral Hipermercados	4	\$ 7,17	\$ 28,68
Juego sartén IMUSA 2 pzs	Coral Hipermercados	4	\$ 14,86	\$ 59,44
Juego de cucharón y espátula	Coral Hipermercados	4	\$ 7,62	\$ 30,48
Juego de ollas	Coral Hipermercados	4	\$ 18,94	\$ 75,76
Juego de cubiertos completos	Coral Hipermercados	4	\$ 17,98	\$ 71,92
Juego de vajilla Canary	Coral Hipermercados	4	\$ 36,15	\$ 144,60

Juego de jarra + vasos	Coral Hipermercados	4	\$ 12,59	\$ 50,36
Basurero Acero Inox c/pedal 5L	Coral Hipermercados	4	\$ 13,74	\$ 54,96
<b>Total</b>				<b>\$ 2.599,28</b>

#### 2.6.4.4 Sala

**Tabla 23**

*Equipo y Mobiliario de Sala*

Detalle	Proveedor	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Juego de sala	Coral Hipermercados	4	\$ 450,80	\$ 1.803,20
Mesa de centro	Coral Hipermercados	4	\$ 35,13	\$ 140,52
Alfombra	Coral Hipermercados	4	\$ 67,00	\$ 268,00
Cuadro decorativo	Coral Hipermercados	8	\$ 14,00	\$ 112,00
Planta decorativa interior	Coral Hipermercados	8	\$ 5,50	\$ 44,00

Televisor 40 pulgadas	Coral Hipermercado s	4	\$ 216,33	\$ 865,32
<b>Total</b>				<b>\$3.233,04</b>

#### 2.6.4.5 Comedor

**Tabla 24**

*Mobiliario e Inventario del Comedor*

Detalle	Proveedor	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Juego de comedor 6 personas	Carpintero	2	\$ 60,00	\$ 120,00
Juego de comedor 4 personas	Carpintero	2	\$ 150,00	\$ 300,00
<b>Total</b>				<b>\$ 420,00</b>

#### 2.6.4.6 Recepción

**Tabla 25**

*Equipo, Mobiliario e Inventario de Recepción*

Detalle	Proveedor	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Computador AIO Lenovo	Computron	1	\$ 840,00	\$ 840,00

Impresora EPSON	Computron	1		\$ 329,99	\$ 329,99
TV 50 pulgadas	Coral Hipermercado s	1		\$ 504,12	\$ 504,12
Celular Samsung	Computron	1		\$ 259,99	\$ 259,99
Caja fuerte	Coral Hipermercado s	1	\$	39,74	\$ 39,74
Teléfono Panasonic	Computron	1		\$ 89,99	\$ 89,99
Silla giratoria	Coral Hipermercado s	1	\$	93,50	\$ 93,50
Mostrador de recepción	Mercado libre	1	\$	250,00	\$ 250,00
Cafetera	Coral Hipermercado s	1	\$	32,84	\$ 32,84
Sofá pequeño	Divani	1	\$	320,00	\$ 320,00
Basurero	Coral Hipermercado s	1	\$	13,74	\$ 13,74
Suministros de oficina	Coral Hipermercados	-	\$	41,64	\$ 41,64
<b>Total</b>					<b>\$ 2.815,55</b>



## 2.6.4.7 Bodega

Tabla 26

*Mobiliario e Inventario de la Bodega*

Detalle	Proveedor	Cantida d	Valor Unitario	Valor Total
Suministros de limpieza	Coral Hipermercado s	-	\$ 25,00	\$ 25,00
Basurero	Coral Hipermercado s	1	\$ 3,04	\$ 3,04
Estante metálico	Mercado libre	3	\$ 85,00	\$ 255,00
<b>Total</b>				<b>\$ 283,04</b>

## 2.6.4.8 Actividades al Aire Libre

Tabla 27

*Suministros para Actividades al Aire Libre*

Detalle	Proveedor	Cantida d	Valor Unitario	Valor Total
Kit caña de pescar	Marketplac e	4	\$ 22,00	\$ 88,00
Bicicletas Raptor 27,5	Bici Cuenca Shop	8	\$ 250,00	\$ 2.000,00

<b>Total</b>	<b>\$</b>
	<b>2.088,00</b>

---

## 2.7 Servicios

La propuesta es brindar el servicio de alojamiento con todas las comodidades características del *bungalow* y con su cocina totalmente equipada para que los huéspedes puedan preparar sus alimentos a su gusto y sin necesidad de movilizarse a otro lugar. Además, se pretende ofrecer diferentes actividades al aire libre que estarían incluidas dentro de la tarifa del hospedaje.

### 2.7.1 Alojamiento

Después de un análisis con los propietarios del terreno y con personas profesionales en el campo de la arquitectura se pudo determinar que el establecimiento contará inicialmente con 4 cabañas (*bungalows*), dos de éstas diseñadas para parejas y las otras dos para familias o grupos. Además, se contará con un parqueadero para que los huéspedes tengan en donde dejar sus vehículos.

#### 2.7.1.1 Tarifa de Alojamiento

**Tabla 28**

*Tarifas de Alojamiento*

<b>Tipo de cabaña</b>	<b>P.V. P</b>	<b>Capacidad por cabaña</b>
-----------------------	---------------	-----------------------------

---

Pareja	\$130,00 inc. Impuestos	2 personas
<hr/>		
Familiar/Grupal	\$220,00 inc. Impuestos	6 personas
<hr/>		

Check in: 14:00

Check out: 12:00 mediodía

### Tabla 29

#### *Servicios Incluidos en la Tarifa*

Amenities
Wifi
Calefacción
Cocina equipada
Ducha con agua caliente
Estacionamiento
Housekeeping
Senderismo
Pesca deportiva
Cabalgatas
Ruta en bicicleta

### **2.7.2 Entretenimiento y Recreación**

El objetivo de esto es crear experiencias al aire libre y sobre todo que los huéspedes disfruten con sus seres queridos.

**2.7.2.1 Actividades al Aire Libre.** De acuerdo al lugar en donde estará ubicado el establecimiento y con la ayuda de los resultados obtenidos en las encuestas, se tienen las siguientes actividades:

- **Senderismo:** Se ofrece la posibilidad de llevar a cabo actividades físicas y visitar diferentes lugares turísticos cercanos a la propiedad, como las lagunas de Quimsacocha y las cuevas de Machaiguaico, además del avistamiento de flora y fauna propias del lugar.
- **Pesca deportiva:** En las lagunas ya mencionadas se puede pescar a total libertad, se les proveerá los implementos necesarios para esta actividad a quienes deseen realizarla.
- **Cabalgatas:** Esta actividad va de la mano con el senderismo, las personas que deseen podrán dar el paseo a caballo para visitar los diferentes lugares solo hasta donde sea posible llevar a los equinos para precautelar la seguridad tanto de la persona como del animal. Para este servicio se pretende trabajar junto con la comunidad, quienes facilitarán los caballos (alquiler) para la actividad programada.
- **Ruta en bicicleta:** La propiedad y sus alrededores contarán con senderos adecuados para el ciclismo de montaña con todas las medidas de seguridad. Se proveerá las bicicletas y demás implementos propios para esta actividad.

### **Capítulo 3. Estudio Económico y Financiero**

Un estudio financiero es la base para determinar el costo de la operación del proyecto (González et al; s.f), presentando el estudio financiero, costos, gastos, inversión que decretan la factibilidad o no del mismo.

#### **3.1 Aspectos Legales**

La implementación de un establecimiento de alojamiento está sujeta a diversas consideraciones legales para garantizar el cumplimiento de normativas y regulaciones. Para tener presente todos los requisitos legales se debe adquirir del GAD cantonal de San Fernando.

##### **3.1.1 Patente Municipal**

Para poder construir un tipo de establecimiento de alojamiento, se debe obtener algunos aspectos legales los cuales se pueden obtenerse del departamento de planificación del GAD cantonal de San Fernando, encargado por el Arq. Julio Quiridumbay, director.

1. Copia de la escritura
2. Permiso de construcción menor (formulario)
3. Carta de pago del predio
4. Certificado de no adeudar al municipio

### 3.1.2 Autorización Cuerpo de Bomberos

El permiso del cuerpo de bomberos es primordial en estos establecimientos de tipo comercial y se cataloga como tipo 8 e implica una inspección exhaustiva para cumplir con el reglamento de prevención, mitigación y protección contra incendios establecidos en la ley.

## 3.2 Inversión

Según Gabriel Baca (2006), la inversión es “un plan al cual se le asigna determinado monto de capital y se le proporcionan insumos de varios tipos para producir un bien o servicio útil para la sociedad en general”.

Inversión implica asignar recursos con el propósito de obtener beneficios en el futuro. En el ámbito económico, la inversión se refiere a la utilización de estos recursos para obtener ganancias posteriores. Cada inversión conlleva un nivel de riesgo y las ganancias o pérdidas se concretan después de un periodo de tiempo específico.

### 3.2.1 Inversión por Áreas

En las siguientes tablas se pueden observar los componentes que integran la inversión del proyecto.

**Tabla 30**

*Inversión en Terreno*

<b>Terreno</b>	<b>Valor</b>
----------------	--------------

10,000 m <sup>2</sup>	\$24.000,00
<b>Total</b>	<b>\$24.000,00</b>

**Tabla 31***Inversión en Infraestructura*

	<b>Cantida d</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total</b>
<i>Bungalow tipo 1</i>	2	\$ 7.700,00	\$ 15.400,0 0
<i>Bungalow tipo 2</i>	2	\$ 19.729,6 0	\$ 39.459,2 0
Parqueadero y camineras			\$ 4.125,00
<b>Total</b>			<b>\$ 58.984,20</b>

**Tabla 32***Inversión en Equipo y Mobiliario*

Habitaciones	\$ 5.191,22
--------------	----------------

Baño	\$	138,88
Cocina	\$	2.126,04
Sala	\$	3.077,04
Comedor	\$	420,00
Recepción	\$	2.773,91
Bodega	\$	258,04
Actividades al aire libre	\$	2.000,00
<b>Total</b>	<b>\$</b>	<b>15.985,13</b>

**Tabla 33***Inversión en Inventario*

Habitaciones	\$	1.556,94
Baño	\$	408,84
Cocina	\$	473,24
Sala	\$	156,00



Recepción	\$	41,64
<hr/>		
Bodega	\$	25,00
<hr/>		
Actividades al aire libre	\$	88,00
<hr/>		
<b>Total</b>	<b>\$</b>	<b>2.749,66</b>

Para el estudio de este proyecto se necesita invertir en el terreno, el mismo que tiene una valoración de \$24.000,00, en cuanto a la infraestructura de los 4 *bungalows* el valor es de \$58.984.20, finalmente para la inversión de equipo, mobiliario e inventario de las diferentes áreas que conforman los *bungalows* es de \$18.734,79, dándonos un total de inversión de \$101.718,99.

### 3.3 Financiamiento

El financiamiento se refiere a la adquisición y la eficiente gestión de recursos financieros, que incluyen dinero, líneas de crédito y fondos de fuentes internas y externas, destinados a respaldar la ejecución de un proyecto o el funcionamiento de una empresa.

Las fuentes de financiamiento internas se originan dentro de la empresa como resultado de sus actividades operativas, mientras que las externas son proporcionadas por terceras personas como por ejemplo una entidad bancaria.

### 3.3.1 Financiamiento Propio

La familia Gualpa cuenta con un capital de \$80.000,00 de los cuales \$24.000,00 corresponde al valor de terreno y la diferencia de \$56.000,00 pertenece a ahorros y estarán destinados a la infraestructura de los *bungalows*.

### 3.3.2 Financiamiento Externo

El valor pendiente para cubrir la inversión es de \$45.718,99; por lo que se realizará un crédito de \$50.000,00 al Banco del Pacífico para solventar los diferentes gastos correspondientes a la implementación del establecimiento.

**Tabla 34**

*Tabla de Amortización*

Cuota	Capital inicial	Amortización mensual de capital	Interés mensual	Total cuota financiera	Saldo Capital	Total a pagar
1	\$ 50,000.00	\$ 1,041.67	\$ 456.00	\$ 1,497.67	\$ 48,958.33	\$ 1,497.67
2	\$ 48,958.33	\$ 1,041.67	\$ 446.40	\$ 1,488.07	\$ 47,916.66	\$ 1,488.07
3	\$ 47,916.66	\$ 1,041.67	\$ 437.10	\$ 1,478.77	\$ 46,874.99	\$ 1,478.77
4	\$ 46,874.99	\$ 1,041.67	\$ 427.50	\$ 1,469.17	\$ 45,833.32	\$ 1,469.17
5	\$ 45,833.32	\$ 1,041.67	\$ 417.90	\$ 1,459.57	\$ 44,791.65	\$ 1,459.57
6	\$ 44,791.65	\$ 1,041.67	\$ 408.60	\$ 1,450.27	\$ 43,749.98	\$ 1,450.27
7	\$ 43,749.98	\$ 1,041.67	\$ 399.00	\$ 1,440.67	\$ 42,708.31	\$ 1,440.67
8	\$ 42,708.31	\$ 1,041.67	\$ 389.40	\$ 1,431.07	\$ 41,666.64	\$ 1,431.07
9	\$ 41,666.64	\$ 1,041.67	\$ 380.10	\$ 1,421.77	\$ 40,624.97	\$ 1,421.77
10	\$ 40,624.97	\$ 1,041.67	\$ 370.50	\$ 1,412.17	\$ 39,583.30	\$ 1,412.17
11	\$ 39,583.30	\$ 1,041.67	\$ 360.90	\$ 1,402.57	\$ 38,541.63	\$ 1,402.57
12	\$ 38,541.63	\$ 1,041.67	\$ 351.60	\$ 1,393.27	\$ 37,499.96	\$ 1,393.27
13	\$ 37,499.96	\$ 1,041.67	\$ 342.00	\$ 1,383.67	\$ 36,458.29	\$ 1,383.67
14	\$ 36,458.29	\$ 1,041.67	\$ 332.40	\$ 1,374.07	\$ 35,416.62	\$ 1,374.07
15	\$ 35,416.62	\$ 1,041.67	\$ 323.10	\$ 1,364.77	\$ 34,374.95	\$ 1,364.77
16	\$ 34,374.95	\$ 1,041.67	\$ 313.50	\$ 1,355.17	\$ 33,333.28	\$ 1,355.17
17	\$ 33,333.28	\$ 1,041.67	\$ 303.90	\$ 1,345.57	\$ 32,291.61	\$ 1,345.57
18	\$ 32,291.61	\$ 1,041.67	\$ 294.60	\$ 1,336.27	\$ 31,249.94	\$ 1,336.27
19	\$ 31,249.94	\$ 1,041.67	\$ 285.00	\$ 1,326.67	\$ 30,208.27	\$ 1,326.67
20	\$ 30,208.27	\$ 1,041.67	\$ 275.40	\$ 1,317.07	\$ 29,166.60	\$ 1,317.07
21	\$ 29,166.60	\$ 1,041.67	\$ 266.10	\$ 1,307.77	\$ 28,124.93	\$ 1,307.77
22	\$ 28,124.93	\$ 1,041.67	\$ 256.50	\$ 1,298.17	\$ 27,083.26	\$ 1,298.17
23	\$ 27,083.26	\$ 1,041.67	\$ 246.90	\$ 1,288.57	\$ 26,041.59	\$ 1,288.57

Cuota	Capital inicial	Amortización mensual de capital	Interés mensual	Total cuota financiera	Saldo Capital	Total a pagar
24	\$ 26,041.59	\$ 1,041.67	\$ 237.60	\$ 1,279.27	\$ 24,999.92	\$ 1,279.27
25	\$ 24,999.92	\$ 1,041.67	\$ 228.00	\$ 1,269.67	\$ 23,958.25	\$ 1,269.67
26	\$ 23,958.25	\$ 1,041.67	\$ 218.40	\$ 1,260.07	\$ 22,916.58	\$ 1,260.07
27	\$ 22,916.58	\$ 1,041.67	\$ 209.10	\$ 1,250.77	\$ 21,874.91	\$ 1,250.77
28	\$ 21,874.91	\$ 1,041.67	\$ 199.50	\$ 1,241.17	\$ 20,833.24	\$ 1,241.17
29	\$ 20,833.24	\$ 1,041.67	\$ 189.90	\$ 1,231.57	\$ 19,791.57	\$ 1,231.57
30	\$ 19,791.57	\$ 1,041.67	\$ 180.60	\$ 1,222.27	\$ 18,749.90	\$ 1,222.27
31	\$ 18,749.90	\$ 1,041.67	\$ 171.00	\$ 1,212.67	\$ 17,708.23	\$ 1,212.67
32	\$ 17,708.23	\$ 1,041.67	\$ 161.40	\$ 1,203.07	\$ 16,666.56	\$ 1,203.07
33	\$ 16,666.56	\$ 1,041.67	\$ 152.10	\$ 1,193.77	\$ 15,624.89	\$ 1,193.77
34	\$ 15,624.89	\$ 1,041.67	\$ 142.50	\$ 1,184.17	\$ 14,583.22	\$ 1,184.17
35	\$ 14,583.22	\$ 1,041.67	\$ 132.90	\$ 1,174.57	\$ 13,541.55	\$ 1,174.57
36	\$ 13,541.55	\$ 1,041.67	\$ 123.60	\$ 1,165.27	\$ 12,499.88	\$ 1,165.27
37	\$ 12,499.88	\$ 1,041.67	\$ 114.00	\$ 1,155.67	\$ 11,458.21	\$ 1,155.67
38	\$ 11,458.21	\$ 1,041.67	\$ 104.40	\$ 1,146.07	\$ 10,416.54	\$ 1,146.07
39	\$ 10,416.54	\$ 1,041.67	\$ 95.10	\$ 1,136.77	\$ 9,374.87	\$ 1,136.77
40	\$ 9,374.87	\$ 1,041.67	\$ 85.50	\$ 1,127.17	\$ 8,333.20	\$ 1,127.17
41	\$ 8,333.20	\$ 1,041.67	\$ 75.90	\$ 1,117.57	\$ 7,291.53	\$ 1,117.57
42	\$ 7,291.53	\$ 1,041.67	\$ 66.60	\$ 1,108.27	\$ 6,249.86	\$ 1,108.27
43	\$ 6,249.86	\$ 1,041.67	\$ 57.00	\$ 1,098.67	\$ 5,208.19	\$ 1,098.67
44	\$ 5,208.19	\$ 1,041.67	\$ 47.40	\$ 1,089.07	\$ 4,166.52	\$ 1,089.07
45	\$ 4,166.52	\$ 1,041.67	\$ 38.10	\$ 1,079.77	\$ 3,124.85	\$ 1,079.77
46	\$ 3,124.85	\$ 1,041.67	\$ 28.50	\$ 1,070.17	\$ 2,083.18	\$ 1,070.17
47	\$ 2,083.18	\$ 1,041.67	\$ 18.90	\$ 1,060.57	\$ 1,041.51	\$ 1,060.57
48	\$ 1,041.51	\$ 1,041.51	\$ 9.60	\$ 1,051.11	\$ 0.00	\$ 1,051.11
		\$ 50,000.00	\$ 11,172.00	\$ 61,172.00		\$ 61,172.00

Nota. Adaptado de *Simulador de créditos*, de Banco del Pacífico, 2023

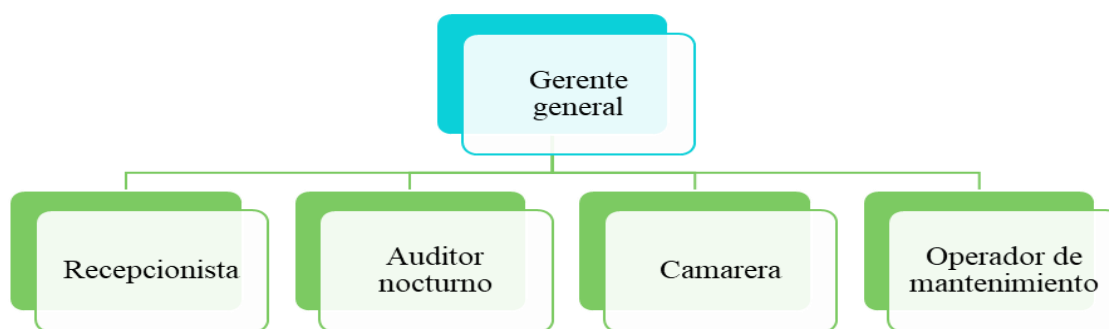
### 3.4. Organigrama Funcional

Un organigrama es una representación de la estructura jerárquica y la organización de una empresa, además, proporciona una manera clara de visualizar las relaciones de autoridad, las líneas de mando y los grupos de empleados dentro de la misma.

Para el proyecto se propone el siguiente organigrama, con el personal necesario para llevar a cabo las actividades dentro del *bungalow* en sus inicios.

#### Figura 31

##### *Organigrama Funcional*



### 3.4.1 Pagos del Personal

**Tabla 35**

#### Costo Mano de Obra

Cargo	Días trabajados	Salario unificado	Horas Noc.	Vacaciones	Fondos de reserva	Décimo tercer	Décimo cuarto	Aporte patronal	Costo mano de obra	
Gerente general	30	\$ 479,82		\$ 19,99	\$ 39,97	\$ 41,65	\$ 39,99	\$ 60,73	\$ 560,69	
Recepcionista	30	\$ 463,51		\$ 19,31	\$ 38,61	\$ 40,24	\$ 38,63	\$ 58,66	\$ 541,63	
Auditor nocturno	30	\$ 464,41	177	\$ 85,63	\$ 19,35	\$ 38,69	\$ 47,45	\$ 38,70	\$ 69,18	\$ 625,05
Camarera	30	\$ 463,51		\$ 19,31	\$ 38,61	\$ 40,24	\$ 38,63	\$ 58,66	\$ 541,63	
Operador de mant.	30	\$ 463,96		\$ 19,33	\$ 38,65	\$ 40,27	\$ 38,66	\$ 58,72	\$ 542,16	
<b>Total</b>		<b>\$ 2.335,21</b>	<b>177</b>	<b>\$ 85,63</b>	<b>\$ 97,30</b>	<b>\$ 194,52</b>	<b>\$ 209,85</b>	<b>\$ 194,60</b>	<b>\$ 305,95</b>	<b>\$ 2.811,16</b>

El costo mensual de la mano de obra que conforma el proyecto, es de \$2.811,16.

### 3.5 Proyecciones de Ventas

Una proyección de venta es un cálculo aproximado de ingresos que una empresa debe generar en un determinado periodo de tiempo (Salesforce, 2021).

Las tarifas que se asignó a los dos tipos de *bungalows* fueron tomadas en consideración en base a precios de establecimientos que brindan los mismos servicios o similares.

**Tabla 36***Tarifas Rack*

<b>Tipo de <i>bungalow</i></b>	<b>Tarifa rack</b>
<i>Bungalow</i> pareja 1	\$ 130,00
<i>Bungalow</i> pareja 2	\$ 130,00
<i>Bungalow</i> familiar 1	\$ 220,00
<i>Bungalow</i> familiar 2	\$ 220,00
<b>Total</b>	<b>\$ 700,00</b>

Para poder tener una proyección de ventas a lo largo de un año, se ha analizado el movimiento en base a las temporadas, alta, media y baja de ventas. Esta evaluación se sustenta en datos recopilados de diferentes páginas del ministerio de turismo, y las proyecciones de ventas de distintos establecimientos de alojamiento.

**Tabla 37***Tarifa Anual Según Temporadas*

<b>Temporada</b>		
Alta	Media	Baja
100%	60%	30%
<b>Mes</b>	<b>Valor mensual</b>	
Enero	\$ 3.780,00	
Febrero	\$ 20.300,00	
Marzo	\$ 11.305,00	

Abril	\$ 10.710,00
Mayo	\$ 11.305,00
Junio	\$ 3.780,00
Julio	\$ 11.305,00
Agosto	\$ 11.305,00
Septiembre	\$ 10.710,00
Octubre	\$ 11.305,00
Noviembre	\$ 21.000,00
Diciembre	\$ 21.700,00
<b>Total</b>	<b>\$ 148.505,00</b>

Al año se tendrá un ingreso de \$148.505,00 de los *bungalows*.

### 3.6 Presupuesto de Costos y Gastos

**Tabla 38**

*Costos Fijos en la Gestión del Establecimiento*

<b>Costos/Gastos fijos</b>		
<b>Detalle</b>	<b>Valor mensual</b>	<b>Valor anual</b>

Mano de obra	\$ 2.811,16	\$ 33.733,92
Servicio de guianza	\$ 260,00	\$ 3.120,00
Depreciación	\$ 133,21	\$ 1.598,51
Servicio de arrendamiento equino	\$ 540,00	\$ 6.480,00
Publicidad y marketing	\$ 200,00	\$ 2.400,00
Contador (servicios profesionales)	\$ 160,00	\$ 1.920,00
<b>Total</b>	<b>\$ 4.104,37</b>	<b>\$ 49.252,43</b>

Tabla 39

*Costos Variables en la Gestión del Establecimiento*

<b>Costos/Gastos variables</b>		
<b>Detalle</b>	<b>Valor mensual</b>	<b>Valor anual</b>
Materia prima	\$ 961,92	\$ 12.681,31
Servicios básicos	\$ 102,00	\$ 1.326,00
Otros CIF	\$ 1.200,00	\$ 15.600,00
<b>Total</b>	<b>\$ 2.263,92</b>	<b>\$ 29.607,31</b>

### 3.7 Punto de Equilibrio

Punto de equilibrio en dólares

$$\frac{\text{Costos fijos}}{1-(CV/V)} = \frac{\$ 49.252,43}{0,86} = \$ 57.370,74$$

Punto de equilibrio en unidades

$$\frac{\text{Costos fijos}}{\text{PVU} - \text{CVU}} = \frac{\$49.252,43}{122,69} = 401 \quad \text{Anual}$$

Para lograr un equilibrio entre pérdidas y ganancias, es necesario alcanzar una venta anual de \$57.370,74, lo que implica la venta de 401 cabañas al año y 33 cabañas cada mes.

### 3.8 Valor Actual Neto y Tasa Interna de Retorno

El valor actual neto (VAN) sirve para evaluar inversiones, esto implica ajustar los cobros y pagos de un proyecto con el fin de determinar las ganancias o pérdidas asociadas a dicha inversión (Velayos, 2020).

La Tasa Interna de Retorno (TIR) se utiliza para conocer la rentabilidad de una inversión, el porcentaje determina la ganancia o pérdida de un proyecto (Sevilla, 2020).



**Tabla 40***Flujo de Efectivo para Cálculos del VAN y TIR*

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Inversión</b>	\$ -101.718,99					
<b>Ingresos</b>		\$ 148.505,00	\$ 151.579,05	\$ 154.716,74	\$ 157.919,38	\$ 161.188,31
<b>(-) Costos fijos</b>		\$ 49.252,43	\$ 50.271,96	\$ 51.312,59	\$ 52.374,76	\$ 53.458,92
<b>(-) Costos variables</b>		\$ 29.607,31	\$ 30.220,18	\$ 30.845,74	\$ 31.484,25	\$ 32.135,97
<b>(-) Prestamo</b>		\$ 17.345,04	\$ 15.977,04	\$ 14.609,04	\$ 13.240,88	\$ -
<b>(+) Depreciacion</b>		\$ 1.598,51	\$ 1.598,51	\$ 1.598,51	\$ 1.598,51	\$ 1.598,51
<b>Flujo efectivo</b>		\$ 53.898,73	\$ 56.708,38	\$ 59.547,88	\$ 62.418,00	\$ 77.191,93

Inflación: 2.07%

Tasa de rendimiento: 11.51%

VAN: \$120.309,55

TIR: 50%

Con base en los resultados obtenidos del VAN, se evidencia la viabilidad del proyecto al obtener un valor positivo. Este indicador financiero positivo sugiere que los flujos de efectivo generados por el proyecto superan los costos asociados, respaldando su factibilidad económica.

Adicionalmente, al analizar la TIR, se corrobora la viabilidad del proyecto al revelar un rendimiento superior a la tasa de descuento utilizada. Este resultado refleja

que la inversión generará retornos que superan las expectativas de rendimiento requeridas, consolidando aún más la solidez financiera del proyecto.

### Conclusiones

El estudio permitió conocer muchos aspectos de la parroquia Chumblín, los atractivos turísticos cercanos, pero sobre todo este tipo de establecimientos como son los *bungalows*.

La encuesta que se realizó fue una herramienta efectiva para conocer la demanda interesada, lo que permitió identificar las preferencias y necesidades de las personas para tomar en cuenta al momento de elaborar el diseño de las cabañas, los servicios y actividades a ofrecer.

Se pudo observar también que al ser un tipo de cabaña que se encuentra principalmente en las zonas costeras y sobre todo por su infraestructura particular, es aún más llamativo el establecimiento para las personas que disfrutan de vivir experiencias en medio de la naturaleza.

Finalmente, se obtuvo el valor de la inversión del proyecto, el cual será respaldado por los dueños del terreno, así como del Banco del Pacífico, entidad financiera tomada en cuenta para solicitar un préstamo. Mediante los cálculos correspondientes se determinó el monto que debe tener el establecimiento para evitar pérdidas y sobre todo gracias a los resultados obtenidos del TIR y VAN, se pudo afirmar que es un negocio viable.

### Recomendaciones

Luego de finalizado el estudio de factibilidad de la propuesta, se recomienda la ejecución del proyecto, considerando todos los procesos desarrollados e implementar el *bungalow* en la parroquia Chumblin, pues se demostró que sí es un negocio viable.

Una vez puesto en marcha el establecimiento, contribuir positivamente en la conservación de los recursos naturales de la parroquia y trabajar de manera conjunta con la comunidad local, instruyéndolos adecuadamente, pues son ellos los que mejor conocen los alrededores y atractivos turísticos cercanos, lo que puede generar plazas de trabajo dando como resultado beneficios para ambas partes.

Un plan de marketing eficaz es importante considerar, ya que hoy en día las redes sociales son un medio muy grande para darse a conocer, contar con una buena publicidad ayudará a que más personas estén interesadas en visitar el *bungalow*.

Se debe evaluar constantemente las fortalezas y debilidades del establecimiento y contar con planes para manejar adecuadamente alguna situación y tener un buen manejo de las ganancias del negocio para evitar problemas de insolvencia.

## Referencias

- Aceves et al. (s. f.). *Que integra el estudio financiero en un plan de Negocios*. [https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/documents/no56/estudio\\_financiero.pdf](https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/documents/no56/estudio_financiero.pdf)
- Anónimo. (2022). *Fuentes de financiamiento a mediano y largo plazo y su costo*. <https://www.fcca.umich.mx/descargas/apuntes/academia%20de%20finanzas/finanzas%20ii%20mauricio%20a.%20chagolla%20farias/administracion%20financiera%20capitulo%206.pdf>
- Asana. (2023, 24 abril). *Qué es un organigrama y cómo hacerlo con plantillas gratis*. <https://asana.com/es/resources/organizational-chart>
- Azanza, D. (2011). *Estudio de factibilidad para la creación de un complejo turístico en el cantón Shushufindi, provincia de Sucumbíos*. [Tesis pregrado, Universidad Técnica de Cotopaxi]. Repositorio Institucional Universidad Técnica de Cotopaxi. <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/1274/1/T-UTC-1313%281%29.pdf>
- Azkue, I. (2018). *Análisis FODA*. Enciclopedia Humanidades. <https://humanidades.com/analisis-foda/>
- Barcelona Treball. (s. f.). *Jefe/a de Mantenimiento*. <https://treball.barcelonactiva.cat/porta22/es/fitxes/C/fitxa5484/jefe-a-de-mantenimiento.do#:~:text=Tiene%20la%20responsabilidad%20de%20asegurar,ausencia%20de%20paradas%20no%20planificadas.>

Bungalow de California – HiSoUR Arte Cultura Historia. (s.f.). Hisour.com. Recuperado 27 de junio de 2023, de <https://www.hisour.com/es/california-bungalow-30864/>

Cando, M. (2019). *Diagnóstico de posicionamiento competitivo del hostel Posada del Ángel en el mercado turístico de Cuenca*. [Tesis pregrado, Universidad de Cuenca]. Repositorio Institucional Universidad de Cuenca. <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/33079/1/Trabajo%20de%20titulacion.pdf>

Chávez, J. (2022, 9 mayo). *Inversión: Qué es, características y tipos*. Ceupe. <https://www.ceupe.com/blog/inversion.html>

Chiner, E. (2011). *Investigación descriptiva mediante encuestas*. <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/19380/34/Tema%208-Encuestas.pdf>

Da Silva, D. (2023, 18 septiembre). *Guía completa para entender qué es el estudio de mercado y para qué sirve*. Zendesk MX. <https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-estudio-de-mercado/#:~:text=Un%20estudio%20de%20mercado%20es,tambi%C3%A9n%20su%20grado%20de%20rentabilidad.>

Doctrina Qualitas. (2022). *Tipos de Alojamiento Turístico y sus Características*. <https://cursoderepcionistadehotel.es/tipos-de-alojamiento-turistico/#ftoc-heading-7>

- El Mercurio. (2020, 31 octubre). *El “glamping”, una tendencia de lujo en Ecuador para tiempos de pandemia*. Diario El Mercurio. <https://elmercurio.com.ec/2020/10/31/el-glamping-una-tendencia-de-lujo-en-ecuador-para-tiempos-de-pandemia/>
- GAD Parroquial Chumblin. (2020). Actualización del plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la parroquia Chumblin perteneciente al cantón San Fernando, provincia del Azuay. <https://chumblin.gob.ec/azuay/wp-content/uploads/2022/06/PDOT-CHUMBLIN-2021.pdf>
- Gobierno de México. (2008). *Glosario*. Secretaría de Turismo. <https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx>
- GoRaymi. (2022). *Quimsacocha Área Nacional de Recreación*. <https://www.goraymi.com/es-ec/azuay/san-fernando/areas-nacionales-recreacion/quimsacocha-area-nacional-recreacion-a9qzmrqcq>
- Guía Turística. (2023, octubre 19). *Contador de un hotel: Conoce sus funciones 2023*. <https://guiaturistica.org/contador-de-un-hotel-conoce-sus-funciones/>
- Homify. (s. f.). *Bungalows: ideas, arquitectura e imágenes*. <https://www.homify.es/espacios/bungalows>
- Ina. (s.f.). *Fórmulas para calcular la muestra*. Instituto Nacional de Aprendizaje. [https://www.inapidte.ac.cr/pluginfile.php/15090/mod\\_resource/content/10/idm-2/pdf/pdf-formulas.pdf](https://www.inapidte.ac.cr/pluginfile.php/15090/mod_resource/content/10/idm-2/pdf/pdf-formulas.pdf)
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). Fascículo provincial Azuay. Informe sobre estadísticas y censo de la provincia del Azuay, INEC.

<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manualateral/Resultadosprovinciales/azuay.pdf>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). Población y Demografía. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>

Jaramillo et al. (2017). *Marketing aplicado en el sector empresarial*. <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14270/1/Cap.2-Segmentaci%C3%B3n%20del%20mercado.pdf>

Junta de política y regulación financiera, (2024). *Tasa de interés activas efectivas máximas vigentes para el sistema financiero nacional*. [Tasas\\_Enero\\_2024.pdf](https://www.jprf.gob.ec/Tasas_Enero_2024.pdf) (jprf.gob.ec)

Lexus. (2022, 11 de abril). *Más que cabañas*. <https://www.lexusauto.es/estilolexus/lifestyle/mas-que-cabanass>

Llivichuzca F. (2010). *Estudio histórico geográfico de las parroquias que conforman los cantones de Girón y San Fernando* [Tesis pregrado, Universidad de Cuenca]. Repositorio Institucional Universidad de Cuenca. <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/1989/1/thg389.pdf>

López, G. (2023, agosto 25). *Estudio de mercado, que es y por qué es necesario*. Slowfashionnext. <https://slowfashionnext.com/blog/estudio-mercado-necesario/>

Mankiw, N. (2012). *Principios de economía*. <https://clea.edu.mx/biblioteca/files/original/bd2711c3969d92b67fcf71d844bcbaed.pdf>

- Méndez, C. (2022). *Los caminos del agua y de la luna*. Catálogo Turístico del Azuay. [https://www.azuay.gob.ec/wp-content/uploads/2022/04/Catalogo\\_Turistico\\_del\\_Azuay\\_2022\\_LR.pdf](https://www.azuay.gob.ec/wp-content/uploads/2022/04/Catalogo_Turistico_del_Azuay_2022_LR.pdf)
- Ministerio del Turismo. (2015). Sistema Nacional de Áreas Protegidas del Ecuador. *Área Nacional de Recreación Quimsacocha*. <http://areasprotegidas.ambiente.gob.ec/es/areas-protegidas/%C3%A1rea-nacional-de-recreaci%C3%B3n-quimsacocha>
- Pérez Porto, J., Gardey, A., & Merino, M. (2012, 24 octubre). Bungalow. Definición.de; Definicion.de. <https://definicion.de/bungalow/>
- Purcell, S. (2023). *Análisis FODA de una empresa: qué es, cómo se hace y ejemplos*. <https://blog.hubspot.es/marketing/analisis-foda>
- Rochi. (2022, 20 mayo). *¿Cómo realizar el cálculo del tamaño de la muestra?* Rochiconsulting. <https://www.rochiconsulting.com/blog/calculo-del-tamano-de-la-muestra-online/>
- Sevilla, A. (2020). *Tasa interna de retorno (TIR)*. economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/tasa-interna-de-retorno-tir.html>
- Statista Research Department, (15 oct 2023). *Evolución anual de la tasa de inflación en Ecuador desde 2015 hasta 2028*. Tasa de inflación en Ecuador 2022 | Statista
- Universidad Europea en Ecuador. (2022, 22 diciembre). *¿Cuáles son las funciones del Departamento de Recursos Humanos?* Universidad Europea de Ecuador. <https://ecuador.universidadeuropea.com/blog/funciones-departamento-recursos-humanos/>



Velayos, V. (2020). *Valor actual neto (VAN)*. economipedia.  
<https://economipedia.com/definiciones/valor-actual-neto.html>

Anexos

Anexo A

Resolución del Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad

<b>UCUENCA</b>	FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD	Página: 1 de 2
	RESOLUCIÓN DE CONSEJO DIRECTIVO	Versión: 1
	CÓDIGO: UC-FCH-RES-001	Vigencia desde: 22-03-2022
Elaborado por: Secretario Abogado	Revisado por: Subdecano	Aprobado por: Decano

Santa Ana de los Ríos de Cuenca, 24 de mayo de 2023  
Código: UC-CD-RES-090-2023

Señoritas  
Claudia Melissa Bacuilima Gualpa  
Yajaira Viviana Ramón Espinoza  
Estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad  
Universidad de Cuenca  
Presente. –

Por medio de la presente nos permitimos informar que en sesión llevada a cabo el día de hoy miércoles 24 de mayo de 2023, el Consejo Directivo, conoció el diseño de su trabajo de titulación, intitulado “Estudio de factibilidad para la implementación de Bungalows para alojamiento turístico en la parroquia Chumblin, San Fernando, Azuay”; y, en uso de sus atribuciones RESOLVIÓ: Aprobarlo; y, nombrar como director del mismo a la Mg. Tania Ávila.

Se les recuerda a las señoritas Claudia Melissa Bacuilima Gualpa, que a la presente fecha esta incurso, en los segundos seis meses que comprenden (marzo 2023– agosto 2023); y, luego de transcurrido éste periodo perderá la gratuidad y deberá cursar y aprobar la actualización de conocimientos; y, Yajaira Viviana Ramón Espinoza, que a la presente fecha esta incurso, en los primeros seis meses, que comprende (marzo – agosto 2023); los segundos seis meses que comprenden (septiembre 2023 – febrero 2024); y, luego de transcurrido éste periodo perderá la gratuidad y deberá cursar y aprobar la actualización de conocimientos.

Para desarrollar y sustentar el trabajo de titulación tienen un mínimo de 6 meses y un máximo de un año y medio.

Con base en el Reglamento de Régimen Académico: “DISPOSICIÓN GENERAL SEGUNDA.- Los estudiantes que no hayan podido titularse en los tiempos establecidos para el efecto, podrán continuar sus estudios acogiéndose a los mecanismos de reconocimiento y homologación de asignaturas, cursos o sus equivalentes, según corresponda, en los plazos y términos establecidos en la norma.”

Artículo 83.- Validación de conocimientos.- inciso segundo:

“Este procedimiento será obligatorio para quienes hayan cursado o culminado sus estudios en un periodo mayor a diez (10) años”

Atentamente,

  
Mg. Ana Luefa Serrano López  
DECANA

  
Dra. María Dolores Insch Quintero  
SECRETARIA ABOGADA



<b>UCUENCA</b>	FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD	Página: 2 de 2
	RESOLUCIÓN DE CONSEJO DIRECTIVO	Versión: 1
	CÓDIGO: UC-FCH-RES-001	Vigencia desde: 22-03-2022
Elaborado por: Secretario Abogado	Revisado por: Subdecano	Aprobado por: Decano

c.c.: Mg. Ana Lucía Serrano López, Decana de la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad  
Director/a de Carrera  
Director/a de trabajo de Titulación: Mg. Tania Ávila.  
Tribunal: Mg. Darwin Sandoval / Mg. Gustavo Iñiguez  
Asistente de Gestión de Carrera

## **Anexo B**

*Diseño Aprobado por el Consejo Directivo*



Aprobado  
Andrés Sere  
28/Mayo/23

**UCUENCA**

**UNIVERSIDAD DE CUENCA**

**FACULTAD CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD**

**CARRERA DE HOSPITALIDAD Y HOTELERÍA**

**Estudio de factibilidad para la implementación de *Bungalows* para alojamiento turístico en  
la parroquia Chumblin, San Fernando, Azuay**

**Línea de investigación:**

**Emprendimiento, gestión de empresas, contabilidad y finanzas en el ámbito turístico, de  
hospitalidad, alimentos y bebidas.**

**Proyecto de intervención previo a la obtención del título de:**

**Licenciado en Hospitalidad y Hotelería**

**Tutor:**

**CPA. Tania Ávila Vélez, MsC.**

**Cuenca- Ecuador**

**Febrero 2023**

### 1. TÍTULO DEL PROYECTO DE INTERVENCIÓN

Estudio de factibilidad para la implementación de *Bungalows* para alojamiento turístico en la parroquia Chumblin, San Fernando, Azuay.

### 2. NOMBRE DEL ESTUDIANTE / CORREO ELECTRÓNICO

Bacuilima Gualpa Claudia Melissa/ [claudia.bacuilimag@ucuenca.edu.ec](mailto:claudia.bacuilimag@ucuenca.edu.ec)

Ramón Espinoza Yajaira Viviana / [yajaira.ramon@ucuenca.edu.ec](mailto:yajaira.ramon@ucuenca.edu.ec)

### 3. RESUMEN DEL DISEÑO DEL PROYECTO DE INTERVENCIÓN

La parroquia Chumblin está ubicada en el cantón San Fernando a 64 km de la ciudad de Cuenca. El lugar en donde se quiere hacer el estudio de factibilidad, se denomina como Pajón (pajonales) a 30 minutos del centro de la parroquia, cuenta con un clima frío todo el año, este lugar está rodeado de mucha vegetación y lugares atractivos poco conocidos pero muy bellos e interesantes por visitar, como la cueva de Machaihuaico, tres lagunas, cascadas y varios emprendimientos de las personas de la localidad, es por ellos que surge la necesidad de realizar el estudio.

El propósito de este trabajo es verificar la factibilidad de implementar *bungalows* en esta zona para lo cual se propone realizar un estudio de mercado en el que se analizará la oferta y demanda que pueda tener, además se conocerá las diferentes costumbres y tradiciones, historia, festividades del lugar como un complemento del estudio.

Para finalizar, se llevará a cabo un análisis económico que permitirá evaluar las posibles opciones de financiamiento adecuadas para la ejecución del proyecto propuesto.

#### 4. PLANTEAMIENTO DEL PROYECTO DE INTERVENCIÓN

El alojamiento en *bungalows* es una de las formas de pernoctación reconocida, gracias al auge que ha tenido el turismo en varios países del mundo incluido el Ecuador. En nuestro país podemos encontrar *bungalows* en las zonas costeras principalmente, sin embargo, en otros países es común que estén ubicados en medio de la naturaleza. Por lo tanto, una experiencia agradable al aire libre hace que muchas personas opten por este tipo de establecimientos.

En la parroquia Chumblin no existen establecimientos de alojamiento, los más cercanos se encuentran en el cantón San Fernando junto a la famosa laguna llamada “Busa”. Sin embargo, Chumblin cuenta con sus propios atractivos naturales para visitar, además de estar rodeado de una inmensa diversidad de flora y fauna, lo que lo convierte en el lugar propicio para la implementación de un establecimiento de alojamiento, específicamente *bungalows* en el que la convivencia con el entorno sea su mayor atractivo y que además contribuya en el desarrollo y aumento del flujo turístico del sector.

La propuesta a desarrollar es fruto del interés de la familia Gualpa, quienes son los propietarios de un terreno de 2 hectáreas en el pajón de la parroquia Chumblin y que están interesados en conocer la viabilidad del proyecto, el cual contribuirá a la toma de decisiones en un futuro.

#### 5. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

Para definir el concepto de *bungalow*, utilizaremos el artículo de Pérez (2012), quien explica que: “Un bungalow es una especie de cabaña o de casa de dimensiones reducidas que, por lo general, está orientada al turismo. Se trata de una construcción sencilla, de una única planta o piso, que cuenta con las comodidades básicas”.



Para conocer el origen de este tipo de establecimientos de alojamiento turístico y su evolución utilizaremos el artículo Bungalow de California, el cual nos presentará su historia en diferentes países, y demás características que son de gran importancia para nuestro proyecto. (Hisour Arte Cultura Historia, s.f.)

Según Jiménez (2017), en su artículo, nos brinda información importante sobre este tipo de establecimientos y su historia, y que el alojamiento en estos se ha dado ya que las familias y viajeros prefieren salir a lugares abiertos, rodeados de la naturaleza para mejores experiencias.

Para la recopilación de información de la parroquia, nos ayudaremos del PDOT (actualización del plan de desarrollo ordenamiento territorial) de la parroquia Chumblin. Este documento nos servirá como base para conocer varios puntos importantes del lugar como ubicación geográfica, destinos turísticos, costumbres, etc.

El estudio de mercado es una estrategia de marketing que permite obtener información, referencias y resultados que se pueden analizar y procesar para evaluar la aceptación del producto en el mercado, así como identificar cualquier posible desfase. (Vera, 2014)

Se tomará en cuenta el estudio de factibilidad para la implementación de un *Glamping* en el cantón Gualaceo de la provincia del Azuay de Mejía (2016), pues existen ciertos puntos importantes los cuales servirán de guía para nuestro trabajo de titulación.

El estudio integral de factibilidad de proyectos de inversión de Miranda (2007) propone un sistema de análisis de factibilidad basado en: estudio de mercado, estudio técnico, estudio medio

ambiental, estudio económico-financiero, donde cada uno de estos elementos posee igual nivel de importancia para la toma de decisiones del inversor, por lo tanto, tomaremos en cuenta este estudio como un aporte para nuestro trabajo a realizar.

En el análisis de mercado para la apertura de un hostel en la ciudad de Cali de Hernández (2013), podemos encontrar las bases de un correcto estudio de mercado, necesarias para el desarrollo de nuestro proyecto.

## 6. OBJETIVOS, METAS, TRANSFERENCIA DE RESULTADOS E IMPACTOS

### Objetivo General:

Elaborar un estudio de factibilidad para la implementación de *bungalows* para alojamiento turístico en la parroquia Chumblin, San Fernando, Azuay.

### Objetivos Específicos:

1. Analizar la situación actual de la parroquia Chumblin y sus atractivos turísticos.
2. Desarrollar un estudio de mercado e identificar la viabilidad del proyecto.
3. Elaborar un estudio económico y financiero para establecer la factibilidad del proyecto.

### Metas:

Dar a conocer un estudio de factibilidad de implementación de *bungalow* para alojamiento turístico en la parroquia Chumblin, San Fernando, Azuay, en donde los propietarios: Familia Guallpa, puedan determinar si se realiza o no la construcción del mismo.



**Transferencia de resultados:**

El presente trabajo será entregado en formato físico y digital al Centro de Documentación “Juan Bautista Vásquez” de la Universidad de Cuenca para la consulta y revisión de estudiantes interesados en trabajos relacionados con el tema.

De igual manera, se dará a conocer a la familia Guallpa como una guía para la toma de decisiones en cuanto a la construcción o no del establecimiento.

**Impactos:**

Se busca que el proyecto tenga efectos positivos tanto en el económico, social y ambiental. Pues en lo económico se generarán oportunidades de trabajo y nuevos negocios por la afluencia de gente, en cuanto a lo social se darán a conocer las costumbres y tradiciones de la parroquia y, por último, en lo ambiental el proyecto buscará tener el menor impacto posible para no afectar en gran medida al medio ambiente.

**7. TÉCNICAS DE TRABAJO**

Las técnicas a implementar para este proyecto de intervención tendrán un enfoque mixto.

Dentro del enfoque cualitativo se buscará identificar y recolectar información respecto a Chumblin, sus costumbres, festividades, el pajón, así como también el turismo en la parroquia.

Se realizará también un estudio de mercado mediante el uso de una herramienta estadística como la encuesta, la información obtenida luego será tabulada, finalmente interpretada y analizada.

En cuanto al enfoque cuantitativo se realizará un estudio económico y financiero que proporcione información sobre la inversión, plazos de amortización y posibles fuentes de financiamiento, para así determinar la viabilidad financiera del proyecto.

## 8. BIBLIOGRAFÍA

- Altamirano, A. (2021). *Estudio de mercado para el diseño de un alojamiento tipo glamping en Puerto Engabao* [Tesis pregrado, Universidad de Guayaquil]. Repositorio Institucional de la Universidad de Guayaquil. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/57587>
- Alvarado, M. (2015). *Estudio de factibilidad de un hospedaje tipo glamping en Puerto Cayo* [Tesis pregrado, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil]. Repositorio Digital UCSG. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/4838>
- Álvarez, V. (2014). *Estudio de factibilidad para la implementación de una hostería en la comunidad Pungal Santa Marianita parroquia la Matriz, cantón Guano, provincia de Chimborazo* [Tesis pregrado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo]. DSpace ESPOCH. <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/3291>
- Alvear, A. (2015). *Estudio de factibilidad para la implementación de un hotel boutique rústico Cantón Pujilí- Quilotoa Provincia Cotopaxi* [Tesis pregrado, Universidad Tecnológica Equinoccial]. Repositorio Digital UTE. <http://repositorio.ute.edu.ec/handle/123456789/15245>
- Bungalow de California – HiSoUR Arte Cultura Historia. (s.f.). *Hisour.com*. Recuperado 26 de abril de 2023, de <https://www.hisour.com/es/california-bungalow-30864/>

- Bungalows: la forma rápida de ampliar los servicios de los alojamientos. (2021, 4 febrero). TecnoHotel. <https://tecnohotelnews.com/2021/02/bungalows-ampliar-servicios-alojamientos/>
- GAD Parroquial Chumblin. (2020). *Actualización del plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la parroquia Chumblin perteneciente al cantón San Fernando, provincia del Azuay*. <https://chumblin.gob.ec/azuay/wp-content/uploads/2022/06/PDOT-CHUMBLIN-2021.pdf>
- Hernández, S. (2013). Análisis de mercado para la apertura de un hostel en la ciudad de Cali [Tesis pregrado, Universidad ICESI]. Biblioteca Digital- Universidad ICESI. [http://repository.icesi.edu.co/biblioteca\\_digital/handle/10906/76589](http://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/handle/10906/76589)
- Hervás, M. (2016) *Plan de negocios para la creación de una comercializadora de puertas de seguridad, en la ciudad de Quito* [Tesis pregrado, Universidad Técnica Particular de Loja]. Repositorio Institucional de la UTPL (RiUTPL). <http://dspace.utpl.edu.ec/jspui/handle/123456789/5525>
- Jiménez, R. (2017). *Bungalows origen antecedentes históricos de hospedaje*. [https://www.academia.edu/30969870/BUNGALOWS\\_ORIGEN\\_ANTECEDENTES\\_HIST%C3%93RICOS\\_DE\\_HOSPEDAJE](https://www.academia.edu/30969870/BUNGALOWS_ORIGEN_ANTECEDENTES_HIST%C3%93RICOS_DE_HOSPEDAJE)
- Medina, E. y Vera, J. (2014). *Proyecto de inversión para la creación de "Bungalow Sun Resort" ubicado en Cumbres de Ayangue, Provincia de Santa Elena enfocado en turistas solteros nacionales y extranjeros* [Tesis pregrado, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil]. Repositorio Digital UCSG. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/2397>

- Mejía, J. (2016). *Estudio de factibilidad para la creación de un campamento para fomentar el turismo Glamping en el cantón Gualaceo, Azuay* [Tesis pregrado, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil]. Repositorio Digital UCSG. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/5057>
- Miranda, D. D. (2007, 4 octubre). Estudio integral de factibilidad de proyectos de inversión. gestiopolis; [gestiopolis.com](http://gestiopolis.com). <https://www.gestiopolis.com/estudio-integral-de-factibilidad-de-proyectos-de-inversion/>
- Pérez Porto, J., Gardey, A., & Merino, M. (2012, 24 octubre). Bungalow. [Definición.de](http://definicion.de); [Definicion.de. https://definicion.de/bungalow/](https://definicion.de/bungalow/)
- Pinto, D. (2016). *Análisis de factibilidad para la creación de un hotel temático en Cartagena de Indias* [Tesis postgrado, Universidad Tecnológica de Bolívar]. Biblioteca UTB. <https://biblioteca.utb.edu.co/notas/tesis/0074414.pdf>
- Qualitas, D. (2022, 1 abril). *Tipos de Alojamiento Turístico y sus Características*. Curso de Recepcionista de Hotel; Curso Recepcionista de Hotel Online. <https://cursoderecepcionistadehotel.es/tipos-de-alojamiento-turistico/>



## 9. TALENTO HUMANO

Recurso	Dedicación	Valor Total \$
Director	4 horas / semana / 12 meses	\$ 600.00
Estudiantes	10 horas semana / 12 meses (por cada estudiante)	\$1200.00 (a los 12 meses por las <u>dos</u> estudiantes)
<b>Total</b>		<b>\$1800.00</b>

**Nota:** Manual de trabajos de titulación de la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad,  
Universidad de Cuenca

## 10. RECURSOS MATERIALES

**Estudio de factibilidad para la implementación de *Bungalows* para alojamiento turístico en  
la parroquia Chumblin, San Fernando, Azuay**

Cantidad	Rubro	Valor total \$
2 u	Carpetas	\$0.50
2 u	Esferos	\$0.80
2 u	Cuadernos	\$4.00
250	Copias	\$5.00
1u	Memoria USB	\$10.00
<b>Total</b>		<b>\$20.30</b>

Nota: Manual de trabajos de titulación de la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad,  
 Universidad de Cuenca

**11. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES**

**Estudio de factibilidad para la implementación de *Bungalows* para alojamiento turístico en  
 la parroquia Chumblin, San Fernando, Azuay  
 (febrero 2023 - febrero 2024)**

ACTIVIDAD	MES												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1. Recolección y organización de la información	X	X											
2. Discusión y análisis de la información			X	X									
3. Trabajo de campo				X	X	X							
4. Trabajo de laboratorio					X	X							
5. Integración de la información de acuerdo a los objetivos						X	X	X					
6. Redacción del trabajo				X	X	X	X	X	X	X	X	X	
7. Revisión final											X	X	

Nota: Manual de trabajos de titulación de la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad,  
 Universidad de Cuenca

## 12. PRESUPUESTO

Estudio de factibilidad para la implementación de *Bungalows* para alojamiento turístico en la parroquia Chumblin, San Fernando, Azuay

Concepto	Aporte del estudiante \$	Otros aportes \$	Valor total \$
<b>Talento Humano</b>			
Director de tesis		\$600,00	\$600,00
Investigadores:			
Claudia Melissa Bacuilima Guallpa	\$1.920,00		\$1.920,00
Yajaira Viviana Ramón Espinoza	\$1.920,00		\$1.920,00
<b>Gastos de movilización</b>			
Transporte	\$40,00		\$40,00
Subsistencias			
Alimentación	\$30,00		\$30,00
<b>Gastos de la investigación</b>			
Insumos	\$20,00		\$20,00
Material de escritorio	\$20,30		\$20,30
Internet	\$180,00		\$180,00
<b>Equipos, laboratorios y maquinaria</b>			
Computador y accesorios	\$200,00		\$200,00

Celular	\$30,00	\$30,00
Otros	\$30,00	\$30,00
<b>Total</b>		<b>\$4.990,3</b>

**Nota:** Manual de trabajos de titulación de la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad,

Universidad de Cuenca

**13. ESQUEMA**



**Índice****Abstract****Agradecimientos****Dedicatoria****Introducción****Capítulo 1. Diagnóstico del sector**

## 1.1 Localización

## 1.2 Ubicación geográfica

## 1.3 Atractivos turísticos

## 1.4 Atractivos culturales y religiosos

## 1.5 Bungalow

## 1.5.1 Concepto

## 1.5.2 Antecedentes

## 1.5.3 Características

## 1.6 Análisis FODA

## 1.6.1 Macro entorno

## 1.6.2 Micro entorno

**Capítulo 2. Estudio de mercado**

## 2.1 Análisis de la oferta

## 2.1.1 Factores que afectan la oferta

## 2.2 Análisis de la demanda

## 2.2.1 Factores que afectan la demanda

2.3 Relación oferta y demanda

2.4 Segmentación de mercado

2.5 Investigación de mercado

2.5.1 Desarrollo de la encuesta

2.5.2 Método estadístico

2.5.3 Tabulación de las encuestas

2.5.4 Resumen y conclusión de la tabulación de la encuesta

### Capítulo 3. Estudio económico y financiero

3.1 Inversión

3.2 Financiamiento

3.2.1 Propio

3.2.2 Externo

3.3 Presupuesto de costos y gastos

3.4 Proyecciones de ventas

3.5 Valor Actual Neto y Tasa Interna de Retorno

## 14. ANEXOS

ANEXO 1: DISEÑO APROBADO POR EL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD

AUTORIZACIÓN



**CARTA COMPROMISO**

Cuenca, 28 de abril de 2023

Yo María Manuela Gualpa Gualpa, dueña del terreno ubicado en los pajonales de la Parroquia Chumbilín del cantón San Fernando, estoy familiarizada con el proyecto de titulación "Estudio de factibilidad para la implementación de Bungalows para alojamiento turístico en la parroquia Chumbilín, San Fernando, Azuay" presentado por las estudiantes Claudia Melissa Bacuilima Gualpa con cédula 0107615445 y Yajaira Viviana Ramón Espinoza con cédula 0106184617, estudiantes de la facultad Ciencias de la Hospitalidad, carrera de Hotelería de la Universidad de Cuenca.

Me comprometo a proporcionar toda la colaboración, asistencia y datos necesarios para el desarrollo del presente proyecto, que sin duda contribuirá significativamente.

Atentamente

Sra. María Manuela Gualpa Gualpa

C.I. 0103180790

Propietaria

**Anexo C***Encuesta Aplicada*

## ENCUESTA DIRIGIDA A TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS

El objetivo de la siguiente encuesta, es obtener información para realizar un estudio de implementación de *Bungalows* como opción de hospedaje para quienes deseen disfrutar de la riqueza natural en el cantón San Fernando. Su ayuda es de vital importancia; pues, nos permitirá comprender mejor las necesidades y preferencias de los turistas potenciales. Sus respuestas serán tratadas de forma confidencial y se utilizarán únicamente con fines académicos.

1. Seleccione el rango de su edad.
    - 18 a 39 años
    - 40 a 59 años
    - 60 años en adelante
  
  2. ¿Con qué género se identifica?
    - Femenino
    - Masculino
    - Otro
  
  3. Seleccione su nacionalidad
    - Ecuatoriano
    - Extranjero
  - A
  4. Seleccione su nivel educativo
    - Bachillerato
    - Estudios tercer nivel
    - Estudios cuarto nivel
  
  5. ¿Conoce el cantón San Fernando de la provincia del Azuay?
    - Si
    - No
  
  6. Si la respuesta a la pregunta anterior es Sí, especifique el número de veces que ha visitado San Fernando.
    - Una vez por semana
    - Una vez por mes
-

- En festividades
- Una vez por año

7. ¿Cuándo viaja, lo hace?

- Solo
- Con pareja
- Con familia
- Con amigos
- Con compañeros de trabajo/estudios

8. Cuando viaja por turismo, ¿qué medio de transporte utiliza?

- Vehículo propio
- Transporte público
- Otro

9. Seleccione las opciones que le motivan al conocer un lugar

- Atractivos naturales/turísticos
- Alojamiento
- Gastronomía
- Fiestas religiosas
- Otro

10. ¿Conoce qué es un *bungalow* o ha escuchado de este tipo de establecimiento?

- Si
- No



11. Si existiera un *bungalow* en el cantón San Fernando, ¿se hospedaría?

- Si
- No
- Tal vez

12. ¿Qué tipo de comodidades considera imprescindibles en un *bungalow*?

- Estacionamiento
- Calefacción
- Internet
- Cocina equipada
- Otros

13. ¿Qué actividades al aire libre le gusta realizar?

- Senderismo
- Cabalgatas
- Pesca deportiva
- Ruta en bicicleta
- Otros

14. ¿Cuando busca un lugar para descansar con pernoctación, qué medios utiliza?

- Redes sociales
- OTAs (booking, expedia, etc.)
- Recomendaciones de amigos o familiares
- Agencias de viajes
- Otros

15. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una noche de alojamiento para una pareja, en un *bungalow*?

- \$70.00 a \$90.00
- \$90.00 a \$110.00
- \$110.00 o más

16. Mencione algún comentario o sugerencia relacionada con la implementación de *bungalow* en San Fernando

---

---

---

---

## Anexo D

### Cotización de Bungalows



**INGENIERO CIVIL  
DIEGO SALAZAR B.  
CUENCA**

Cuenca, diciembre de 2023

#### Ciudad

**ASUNTO:** Cotización Obra Civil para la construcción de cuatro (4) Bungalows turísticos, ubicados en el Cantón San Fernando.

Cordial saludo.

Respondiendo a su solicitud me permito hacerle entrega de la cotización para lo mencionado en el asunto como los alcances de la misma de acuerdo con la información suministrada y tomando como referencia planos esquemáticos y unas áreas de información para la ejecución de las obras.

#### ALCANCES OBRA CIVIL

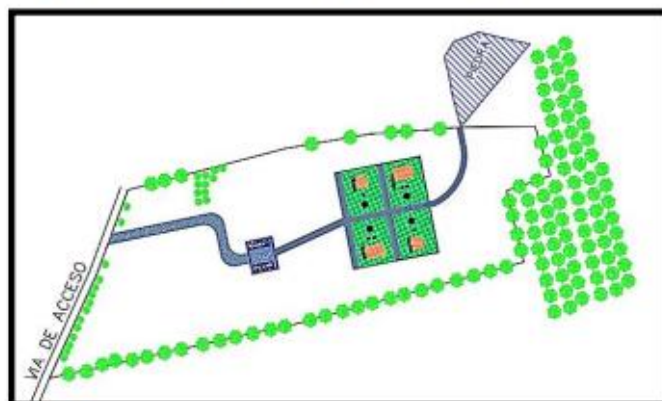
- Residencia de Obra a cargo de personal autorizado y capacitado para control diario, dedicación 50% (Ingeniero Civil y/o Arquitecto), Informe Semanal y Mensual
- Dirección de Obra a cargo de personal autorizado y capacitado para control periódico, dedicación 25% (Ingeniero Civil), Informes Mensuales
- Acompañamiento para procesos constructivos y de estructuras.

#### PERSONAL EN OBRA

El personal en la obra a cargo será el siguiente:

Ingeniero Director de Obra, disponibilidad 25% mensual.

Ingeniero y/o Arquitecto Residente de obra con dedicación del 50% mensual.





INGENIERO CIVIL  
DIEGO SALAZAR B.  
CUENCA

PRESUPUESTO #1 DE BUNGALOWS							
	Costo por m2	m2	Costo	% cos. indirecto	Costo indirecto	# Cabañas	Total
Bungalows tipo 1	200	35	7000	10%	700	2	\$15400
Bungalows tipo 2	200	89,68	17936	10%	1793,6	2	\$39459,2
Costo parqueadero y camineras			3750	10%	375		\$4125
						<b>PRECIO TOTAL</b>	\$58984,2

Bungalows de gama económica: Materiales y acabados más sencillos y económicos, con materiales y equipamientos de calidad básica

PRESUPUESTO #2 DE BUNGALOWS							
	Costo por m2	m2	Costo	% cos. indirecto	Costo indirecto	# Cabañas	Total
Bungalows tipo 1	320	35	11200	10%	1120	2	\$24640
Bungalows tipo 2	320	89,68	28697,6	10%	2869,76	2	\$63134,72
Costo parqueadero y camineras			5225	10%	522,5		\$5747,5
						<b>PRECIO TOTAL</b>	\$93522,22

Bungalows de gama media: Materiales y acabados de calidad media, con materiales y equipamientos de buena calidad, pero no tan exclusivos como los de la Gama Alta

PRESUPUESTO #3 DE BUNGALOWS							
	Costo por m2	m2	Costo	% cos. indirecto	Costo indirecto	# Cabañas	Total
Bungalows tipo 1	443	35	15505	10%	1550,5	2	\$34111
Bungalows tipo 2	443	89,68	39728,24	10%	3972,824	2	\$87402,128
Costo parqueadero y camineras			8600	10%	860		\$9460
						<b>PRECIO TOTAL</b>	\$130973,128

Bungalows de gama alta: Acabados y materiales de alta calidad, instalaciones de máximo nivel, en equipo sanitario y equipo eléctrico.