

**Propuesta de diseño de estrategia de portafolio de servicio de alojamiento rural bajo la
tendencia “Glamping” para el Agroparque las villas de la ciudad de Popayán- Cauca (2016)**

Fernanda Leon Solano

**Universidad del Cauca
Facultad de ciencias contables económicas y administrativas
Programa de Turismo
Popayán**

Propuesta de diseño de estrategia de portafolio de servicio de alojamiento rural bajo la tendencia “Glamping” para el Agroparque las villas de la ciudad de Popayán- Cauca (2016)

Fernanda Leon Solano

Informe final de la práctica profesional para optar al título de profesional en turismo

Asesora académica: Especialista Enith Velasco Valencia

**Universidad del Cauca
Facultad de ciencias contables económicas y administrativas
Programa de Turismo
Popayán
2016**

Nota de Aceptación

El director y los jurados han leído el presente trabajo, así mismo,
Han escuchado la sustentación por sus autores y lo encuentran satisfactorio.

Enith Velasco Valencia
Asesora Académico

Jurado

Jurado

Popayán, 01 de noviembre de 2016

Dedicado a Dios y a mi familia, especialmente a mis padres que siempre tuvieron en mí la confianza de que podía cumplir esta meta.

AGRADECIMENTOS

Primeramente, mis cordiales agradecimientos a la universidad del cauca por darme la oportunidad de adquirir un título profesional dentro de su institución. En segunda instancia agradezco a la Profesora Enith Velasco quien fue mi asesora académica no solo en el transcurso del trabajo de grado si no durante toda la carrera profesional y a todos los demás profesores que dejaron en mí, conocimientos valiosos para mi futuro. Y finalmente mis gratitudes a la empresa Agroparque las villas quien deposito en mi la confianza para desarrollar una propuesta innovadora para su empresa, especialmente a la señora Diana María Ruiz quien hizo el acompañamiento de asesor empresarial durante todo este proceso.

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	12.
1. PRESENTAR LA PROPUESTA REALIZADA PARA AGROPARQUE LAS VILLAS E INVESTIGACIÓN PREVIA DE LA TENDENCIA GLAMPING, EN CUANTO A MODELOS O INFRAESTRUCTURA QUE PODRÍA ADAPTARSE MEJOR AL ESPACIO CON EL QUE CUENTA AGROPARQUE LAS VILLAS	13.
1.1 METODOLOGÍA	13.
1.2 ACTIVIDADES	14.
1.2.1 Socialización de la propuesta a los principales actores del proyecto que se ejecutara dentro de Agroparque las villas	14.
1.2.2 Visita general al establecimiento Agroparque las villas para conocer el espacio terrenal para adaptación a los Glamping adecuados a dicha zona natural	15.
1.2.3 Recolección general de información e investigación previa del tema en su totalidad relacionado con la tendencia Glamping	25.
1.2.4 Identificación de las posibles infraestructuras que más se adecuan al espacio terrenal de Agroparque las villas	39.
1.3 CONCLUSIONES	42.

2. EVALUAR CADA UNO DE LOS SERVICIOS QUE LA EMPRESA AGROPARQUE LAS VILLAS OFRECE PARA ENCONTRAR LA MANERA DE ARTICULARLO CON EL HOSPEDAJE RURAL SIN AFECTAR SU ESTRUCTURA	44.
2.1 METODOLOGÍA	44.
2.2 ACTIVIDADES	45.
2.2.1 Visita al Agroparque las villas para conocer más de cerca todos los servicios que presta dicho establecimiento	45.
2.2.2 Recorrido y recolección de información de cada uno de los servicios que presta Agroparque las villas	45.
2.2.3 Clasificación del grado de impacto que tiene cada uno de los servicios prestados por Agroparque las villas e identificar cuál de ellos será articulado o no al nuevo portafolio de alojamiento rural.	47.
2.3 CONCLUSIONES	50.
3. REALIZAR UN SONDEO DE MERCADO GENERAL QUE PERMITA IDENTIFICAR LA ACEPTACIÓN O NO DE LA PROPUESTA PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO GLAMPING, ESTRUCTURANDO LA POSIBLE OFERTA Y DEMANDA DEL SERVICIO DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO RURAL BAJO LA MODALIDAD GLAMPING	51.
3.1 METODOLOGÍA	51.
3.2 ACTIVIDADES	52.
3.2.1 Informarse con cifras precisas acerca del número de visitantes y de los perfiles que maneja Agroparque las villas	52.

3.2.2 Realizar una investigación acerca de la posible inversión de capital en tiendas Glamping para Agroparque las villas con todos los gastos que esta genera y arrojar un resultado de recuperación de capital invertido	54.
3.2.3 Diseño de encuestas que se presentaran a los visitantes de Agroparque las villas para obtener la posible demanda que tendrá el nuevo portafolio de alojamiento	78.
3.2.4 inventario del número de encuestas realizadas	80.
3.2.5 Análisis de los resultados arrojado por las encuestas realizadas	80.
3.3 CONCLUSIONES	87.
4. DISEÑAR LA ESTRATEGIA DE PORTAFOLIO DE SERVICIO DE ALOJAMIENTO RURAL BAJO LA TENDENCIA GLAMPING	88.
4.1 METODOLOGÍA.	· · 88.
4 .2 ACTIVIDADES	88.
4.2.1 Análisis de las conclusiones anteriores, para una mejor estructuración de la estrategia final del portafolio de alojamiento rural bajo la tendencia Glamping	88.
4.2.2 Estructurar la propuesta de diseño de estrategia de portafolio de servicio de alojamiento rural bajo la tendencia “Glamping” para el Agroparque las villas	90.
4.3 CONCLUSIONES FINALES	94.
5. BIBLIOGRAFIA	95.

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Autores y páginas web relacionadas con la tendencia Glamping	25.
Tabla 2. Ficha clasificación de modelos de infraestructura de la tendencia Glamping.	42.
Tabla 3. Ficha de identificación de los servicios prestados por Agroparque las villas	48.
Tabla 4. Posibles empresas proveedoras de tiendas de acampar Glamping	55.
Tabla 5. Parques turísticos involucrados con el alojamiento rural Glamping	56.
Tabla 6. Conceptos y las diferentes modalidades relacionadas con importación	63.

LISTA DE GRÁFICOS

	Pág.
Grafico 1. Personas encuestadas - análisis edad	81.
Grafico 2. Personas encuestadas - análisis género	82.
Grafico 3. Personas encuestadas - análisis conocimiento de la tendencia Glamping	83.
Grafico 4. Personas encuestadas - análisis de interés con respecto a la tendencia Glamping	84.
Grafico 5. Personas encuestadas - análisis uso del Glamping	85.
Grafico 6. Personas encuestadas - análisis presupuesto para uso del Glamping	86.

RESUMEN

La ciudad de Popayán, turísticamente conocida como ciudad blanca, posee un potencial no solamente arquitectónico, sino que está cubierta por una biodiversidad natural bastante completa y por lo cual se hace viable desarrollar turismo rural en espacios abiertos y llamativos para los visitantes que vienen a la ciudad en busca de nuevas experiencias. Dentro de la ciudad de Popayán, encontramos un conjunto de lugares pertenecientes a la fundación red de experiencias ambientales FREA, que básicamente son fincas veredales ubicadas en espacios rurales y que se caracterizan por ofrecer un ambiente campestre y por recibir a muchos turistas allegados a la ciudad blanca. Dentro de este conjunto de fincas turísticas se encuentra: Agroparque las villas, situado dentro de la vereda Punta larga baja, por la variante norte entrada principal, que cuenta con una zona verde y campestre bastante amplia y con diferentes servicios para los viajeros que hacen antesala en dicha finca, servicios como lo son: la recreación, organización de eventos sociales , piscina, juegos infantiles entre otros áreas de esparcimiento como como lo es el recorrido por el sendero ecológico el cual brinda , ruta ambiental, ruta cafetera y ruta ganadera. Pese a que los servicios que se prestan en esta zona son notablemente de carácter rural, cuenta con un alojamiento tipo hotel urbano y es a partir de esta situación que se visualiza la posibilidad de desarrollar dentro del Agroparque las villas un nuevo portafolio de servicios de alojamiento rural para quienes deciden pernoctar dentro de las instalaciones del dicho lugar. Por lo anterior se pretende diseñar una estrategia de portafolio de servicio de alojamiento rural bajo una tendencia Europea que está revolucionando e impactando en distintos países del mundo, esta es la denominada Tendencia Glamping, la cual hace referencia a la combinación de glamur y camping, De forma más amplia se podría decir que se trata de una oferta de alojamiento que busca sorprender al viajero mediante la generación de nuevas experiencias. En resumen lo que se pretende es trasladar una tendencia innovadora a la ciudad de Popayán e implementarla dentro del Agroparque las villas para dar complemento y fortaleza a la Misión que tiene la empresa en estudio, que en pocas palabras es la de ofrecer al visitante un espacio totalmente rural, teniendo en cuenta que el nuevo portafolio no será autónomo de los servicios existentes dentro de la finca, al contrario, lo que se pretende es articular esas actividades al nuevo portafolio que se prestará con esta nueva estrategia.

En conclusión: se cuenta con un espacio rural y natural bastante extenso en donde cabe perfectamente la posibilidad de instalar una novedosa infraestructura de alojamiento rural, como lo es el Glamping el cual será articulado a las actividades existentes dentro del Agroparque las villas.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo se realiza con el ánimo de obtener el título de Profesional en Turismo, de la universidad del Cauca, el cual se plasmara por medio de una investigación completa acerca de una novedosa tendencia denominada Glamping que se clasifica dentro del turismo rural y bajo este conocimiento poder diseñar una estrategia de portafolio de alojamiento campestre para una empresa payanesa.

La estrategia se respaldara bajo unos objetivos que serán la base para el desarrollo de dicho trabajo de grado y cada uno de ellos se plantearan bajo una metodología y adicionalmente la descripción de las diferentes actividades que hicieron parte de la agenda de trabajo respecto a los momentos previos y posteriores de la ejecución de las tareas, cabe mencionar un acompañamiento de material visual que permite un mayor acercamiento de los acontecimientos puestos en relación. Es importante destacar que dentro de las actividades a cumplir se harán visitas consecutivas a Agroparque las villas, (Empresa que se pondrá en estudio) para un mejor progreso del diseño de la estrategia.

Se presenta entonces los objetivos correspondientes con la debida explicación de la forma en la que se abordaron los diferentes asuntos y acciones enfocadas hacia la ejecución de los compromisos propuestos, los primeros tres objetivos serán fundamentales y esenciales para la construcción del diseño de la estrategia de alojamiento rural bajo la tendencia Glamping puesta como objetivo final del trabajo y la cual dependerá del completo desarrollo de los objetivos anteriores.

El resultado del presente trabajo será socializado con las partes involucradas en este proyecto como lo es la universidad del Cauca y la empresa Agroparque las villas y con dicho resultado existiría la posibilidad de pasar del diseño de la estrategia del nuevo portafolio de alojamiento a la implementación de esta.

1. PRESENTACION DE LA PROPUESTA REALIZADA PARA AGROPARQUE LAS VILLAS E INVESTIGACIÓN PREVIA DE LA TENDENCIA GLAMPING, EN CUANTO A MODELOS O INFRAESTRUCTURA QUE PODRÍA ADAPTARSE MEJOR AL ESPACIO CON EL QUE CUENTA AGROPARQUE LAS VILLAS

Previo a realizar la investigación completa acerca de la tendencia Glamping y todo lo que dicha tendencia abarca es importante socializar con los actores involucrados en el actual proyecto a elaborar. Es aquí donde entran en participación los funcionarios encargados de las actividades de Agroparque las villas quienes serán los actores principales en la construcción de la propuesta en marcha, dado a que son ellos el pilar de información en cuanto las instalación y servicios prestados en el lugar donde se pretende involucrar la tendencia Glamping como estrategia de alojamiento rural.

La importancia de desarrollar el primer objetivo radica en la necesidad de obtener información y conocimiento para abordar a fondo cualquier tema, en este caso es realizar una investigación acerca de la tendencia Glamping que será la base fundamental para trabajar en la creación de una estrategia de portafolio de alojamiento y la cual es de vital importancia pues esta es una tendencia bastante amplia en cuanto al servicio que presta según su clasificación de estatus, es decir; así como un hotel es clasificado por estrellas y los restaurantes por tenedores, los Glamping se clasifican por triángulos de primera y segunda categoría, según su infraestructura y dependiendo de esa clasificación van acogiendo distintos nombres los cuales adoptan según la cultura de origen. La investigación previa del origen en cuanto a clasificación, infraestructura y servicio que oferta cada uno de estas zonas Glamping, será la herramienta primaria para decidir cuál de ellas encaja perfectamente dentro de los terrenos dispuestos del Agroparque las villas.

1.1 METODOLOGÍA

Básicamente se pretende efectuar la socialización del anteproyecto elaborado previo a la realización del trabajo de grado, con los actores principales interesados en la propuesta de alojamiento rural, que en este caso serían los funcionarios de Agroparque las villas y la estudiante quien realiza el presente trabajo. La socialización se hará de forma directa con la empresaria Diana María Ruiz de

forma presencial y a modo exposición, donde se dará a conocer el tema principal y donde se estará dispuesto a escuchar sugerencias o información importante antes de poner en marcha el producto final.

Para que los resultados de la investigación previa que se quiere obtener en el presente objetivo sean positivos se decide trabajar con material web, ya que internet es en la actualidad la herramienta más usada en el mundo, además de ser la más práctica y manejable para realizar investigaciones de cualquier índole. Se consultará y clasificara varias fuentes que permitan un mejor desenvolvimiento del tema, puesto que en la red hay miles de resultados de búsqueda respecto a esta tendencia, resultados de distintos países, que han acoplado esta tendencia según su cultura y a su economía, no solo presupuestal si no la más importante en este caso que es la natural de cada región.

Lo anterior se ira construyendo dependiendo del espacio natural y terrenal que sea autorizado por la empresa en estudio para la posible construcción de los Glamping después de formalizada la estrategia de alojamiento rural que se quiere obtener como resultado del trabajo a desarrollar.

1.2 ACTIVIDADES

1.2.1 Socialización de la propuesta ejecutada a Agroparque las villas

El día 29 de febrero del 2016 en la oficina principal de la empresa Agroparque las villas, situada en el barrio Santa Clara de la ciudad de Popayán se procedió a brindar la información correspondiente respecto al proyecto por parte de la estudiante Fernanda León hacia la funcionaria Diana María Ruiz, coordinadora financiera y administrativa del establecimiento Agroparque las Villas, empresa a la cual va dirigida el diseño de la estrategia de alojamiento rural.

La información que se presentó fue una descripción detallada del anteproyecto redactado anteriormente al trabajo final, destacando los objetivos propuestos, la metodología y el alcance además de dejar en claro el tiempo requerido y sugerido por la Universidad para validar el proceso de práctica profesional.

Con lo anterior se obtuvo un propósito más visible con relación a la proyección dada, lo cual permitió una respuesta satisfactoria por parte de la asesora de la entidad, exponiendo así un apoyo continuo que facilita un excelente desarrollo del proyecto de grado. Además en esta reunión se deja listada una agenda con las posibles fechas en las que la estudiante que encabeza dicho trabajo deberá visitar las instalaciones de la finca de Agroparque las villas, para recaudar la información necesaria para un exitoso trabajo.

1.2.2 Visita general al establecimiento Agroparque las villas para conocer el espacio terrenal para adaptación a los Glamping adecuados a dicha zona natural

De la actividad expuesta anteriormente, se hace el compromiso con la funcionaria Diana María de que el día 6 de Marzo del presente año se hará la primera visita formal a las instalaciones de la finca Agroparque las villas.

Como es acordado entonces, este día se realiza la visita a la entidad por parte de la estudiante interesada, siendo esta la primera vez que se conoce el establecimiento Agroparque las villas. Dentro de esta visita se logra información útil la cual se conoce de primera mano por la señora Claudia y su esposo Leonardo mayordomos de Agroparque las villas desde hace 8 años, quienes además viven permanentemente dentro de dicho lugar. Estas dos personas nos comentaron que; existen aproximadamente 25 hectáreas dentro del Agroparque que básicamente está conformado por 3 fincas de gran extensión y las cuales se integran para conformar como tal el establecimiento de Agroparque las villas, estos 3 predios son denominados: Villa Liliana, Villa Sandra, y Villa Cecilia, cada una de ellas poseen una infraestructura y un servicio completamente diferente pero sin perder la esencia de ser una misma empresa.

El recorrido por el sendero ecológico permite visualizar más a fondo la integración de estas tres fincas. Se empieza al llegar a la Finca Villa Liliana la cual se dedica al servicio de hotelería y senderismo. En cuanto a la infraestructura hotelera se cuenta con 10 habitaciones, cada una con dos camas dobles y baño personal solo en dos de las habitaciones, y un baño compartido por cada dos habitaciones; Villa Liliana también ofrece un salón de eventos, con capacidad para 120 personas aproximadamente, además de que cuenta con una cocina integrada con todos los implementos necesarios; también podemos observar una casa grande donde habitan los propietarios y

mayordomos del Agroparque; un extenso parqueadero, una cancha de voleibol, una cancha de microfútbol, una piscina y finalmente la zona más extensa abarcada por el sendero ecológico que comienza su recorrido desde este terreno, en segundo lugar se encuentra la finca Villa Sandra, donde se realiza la ruta cafetera que permite concebir no solamente la variedad de café que es cultivado dentro de este lugar sino que se aprecia todo el proceso que tiene el café desde su cultivo, pasando por el proceso de cosecha y recolección hasta su despulpo y secado, por lo cual dentro de esta finca se tienen maquinas especializadas dentro de una habitación que permitirá el proceso de separación de cascara y café final, para luego ser secado dentro de un cuarto artesanal que funciona con luz solar. Por último se encuentra la zona contenida por la Finca Villa Cecilia donde se hace la ruta ganadera, es decir donde se puede observar la variedad de animales equinos que pertenecen al Agroparque y de los cuales en su mayoría son vacas de distinta especie. Todo este recorrido tarda aproximadamente a un paso constante pero sin prisa de 1 hora y 30 minutos, con una capacidad de carga de 20 personas.

Lo anterior es una idea general de lo que abarca toda la zona de Agroparque las villas. Esta visita se realizó con dos fines, el primordial conocer personalmente el sitio y el segundo igualmente esencial para la realización del presente trabajo fue la de conocer el espacio de zona verde en el cual sería posible la construcción de los Glamping. Llegando a la conclusión de que estos factiblemente serian construidos en la parte delantera más exactamente en la entrada la finca Villa Liliana , donde hay una extensa zona verde de aproximadamente 500 metros, esta decisión se toma teniendo en cuenta que es la finca Villa Liliana la encargada del Alojamiento dentro del Agroparque.

Después de la investigación que se pretende realizar posteriormente, se podrá establecer un número aproximado de Glamping a construir dentro del Agroparque las Villas.



Entrada Agroparque las Villas.



Parqueadero Villa Liliana.





Zonas Verdes -Villa Liliana.



Instalación Hotelera- Villa Liliana.



Salón de Eventos - Villa Liliana.



Cancha de Voleibol y Futbol - Villa Liliana.



Piscina - Villa Liliana.



Recorrido establecido para el sendero Ecológico.



Entrada al sendero Ecológico.



Entrada- Villa Sandra.



Casa Principal -Villa Sandra.



Maquinas Especializadas para el proceso del café - Villa Sandra.



Cuartos de secado del café- -Villa Sandra.



Entrada- Villa Cecilia.



Casa Principal Villa Cecilia.



Zona Verde Villa Cecilia.

1.2.3 Recolección general de información e investigación previa de todo el tema relacionado con la tendencia Glamping

Es importante destacar que para el presente objetivo se deben manejar algunas técnicas de investigación que en este caso se harán bajo una indagación documental utilizando fuentes documentales, más exactamente fuentes iconográficas de carácter proyectarle como lo son diapositivas, películas, videos, microfilm páginas web etc.

A continuación se presentara una tabla donde se relacionan algunos autores o páginas web que habla acerca del Glamping y el bum mundial que tiene actualmente la tendencia, cada uno de ellos será nombrado brevemente especificando la dirección de página web donde se encontró la información que después será desplegada y descrita totalmente para un mayor conocimiento de todo lo relacionado con la tendencia Glamping a nivel mundial.

Tabla 1. Autores y páginas web relacionadas con la tendencia Glamping

Autor/pagina web	Teoría-concepto	Dirección Pagina web
1. Wikipedia	Historia del Glamping	https://es.wikipedia.org/wiki/Glamping
2. Galmping_Camp	Concepto de que es Glamping	http://www.glamping.camp/Glamping/index.html
3. Columna zero Practicopedía	Sistema de categorías de los Glamping	<ul style="list-style-type: none"> • http://columnazero.com/el-glamping-y-el-irregular-sistema-de-categorias-de-los-campings/sthash.xt6lW8Hh.dpuf • http://medioambiente.practicopedia.lainformacion.com/naturaleza/como-elegir-un-camping-segun-su-categoria-12823

<p>4. Autora María Cecilia Solís (Artículo)</p> <p>Página web eBay</p>	<p>Modalidades en infraestructura de la tendencia Glamping</p>	<ul style="list-style-type: none"> • https://www.academia.edu/11643078/Glamping_Una_nueva_modalidad_tur%C3%ADstica_o_solamente_un_a_lojamiento • http://www.ebay.com/gds/Bell-Tent-Basics-The-Yurt-Tipi-Sibley-Glamping-Tent-/10000000187244726/g.html
<p>5. Wikipedia</p>	<p>Glamping alrededor del mundo</p>	<p>https://es.wikipedia.org/wiki/Glamping</p>

1. Historia del Glamping

“El término Glamping fue acuñado en África a finales del siglo XIX por los exploradores británicos como Gordon Laing, Verney Cameron o David Livingston que abrieron las puertas del turismo al continente negro. Sin embargo, los orígenes del Glamping se remontan a reyes y reinos de siglos atrás, que es cuando surgió la necesidad de viajar, ya sea para visitar a regiones bajo su dominio, para conquistar terrenos nuevos o liderar a sus ejércitos de guerra. La tienda del rey, transportable en su totalidad a la espalda de animales de carga hacia su próximo destino, contaba con todas las comodidades y atractivos del palacio mismo.

Los Otomanos, en torno al año 200 a.C. ya utilizaban las tiendas de campaña para ceremonias culturales. Las primeras tiendas transportables fueron construidas para la comodidad del sultán durante sus viajes. Los tejidos de seda, bordados, alfombras y valiosos muebles son aportaciones otomanas al concepto del Glamping que conocemos hoy en día.

- Edad Media en Asia Central

Las primeras descripciones de palacios móviles aparecieron a mano de los europeos que viajaron a Asia Central durante la Edad Media. Las tiendas, que inicialmente fueron usadas como simples refugios por los pueblos nómadas, rápidamente se convirtieron en verdaderas obras de arte. En la época de Gengis Kan - el conquistador mongol- (s.XII – XIII), las lujosas tiendas se ganaron el apodo de palacios móviles (movable palaces). El considerable tamaño de cada una de ellas impresionaba aún más si se trataba de imperial camps, acampadas imperiales que no solo juntaban miles sino hasta en ocasiones decenas de miles de tiendas. Los imperial camps incluían varias mezquitas, a modo de una ciudad. Las decoraciones de las tiendas-palacios mogolas dependían del gusto personal de su dueño y de la cantidad de dinero invertida en su construcción, pero las características comunes eran, indudablemente, los trabajos textiles, sus bordados dorados y el impresionante colorido de sus interiores.

- Uso ceremonial en China

El uso ceremonial más destacado de la historia del Glamping se observó en China, debido a su frontera en Asia Central. Existen pinturas del siglo XI mostrando a la emperatriz Song dando a luz en una grandiosa tienda-palacio, rodeada de cuarenta y ocho tiendas más pequeñas.

- Expansión hacia Turquía y la India

Durante las sucesivas conquistas del imperio mongol, las tiendas – palacios evolucionaban junto con los pueblos invadidos por los emperadores. Desde aproximadamente el s.XIV la tienda mogola formaba ya parte de la vida cortesana en Turquía y en la India. En Turquía las lujosas tiendas se convirtieron en una parte vital del Imperio Otomano. Las tiendas desempeñaban un papel importante en ceremonias diversas y eran un punto esencial en el equipamiento de esta sociedad, como influencia de su pasado nómada. Su importancia se puede observar en las cifras del personal necesario para instalar cada una de ellas: en el siglo XV eran 38 hombres responsables de su montaje, en el siglo XVII esta cifra asciende a 2000 personas. El impresionante colorido de las tiendas-palacios no servía solamente para satisfacer al sultán. El color marcaba la jerarquía de las

tiendas de esta sociedad altamente militarizada: así el rojo, por ejemplo fue reservado para el sultán y los altos cargos militares. Debido al duro clima de gran parte del territorio otomano, las tiendas – alojamientos, a diferencia de las tiendas ceremoniales- se hacían con dos capas donde la externa, compuesta por un material muy grueso y carente de decoración, cumplía la función de proteger contra el mal tiempo, mientras la capa interna tenía una finalidad estética, sorprendiendo con su elaborado diseño. En la India, ocurrió algo totalmente inverso. Las tiendas-palacios llegaron aquí en la época del emperador Babur (siglo XVI) quien fundó el imperio mogol en la India. En su cálido clima la pesada capa externa que caracterizaba los palacios otomanes desapareció y fue suplantada por una fina marquesina o voladizo. Para su peculiar diseño, aunque igual de colorido y lujoso, se encargaban telas de China, Anatolia y Europa. La llegada de estas tiendas a la India cambió no solamente su apariencia, sino sobre todo la ubicación de estas. Las yurtas indias se construían habitualmente rodeadas de la naturaleza, de tal forma que ella misma formaba parte de su diseño. Tanto si se trataba de los extensos jardines como de maravillas de la naturaleza salvaje, una yurta india siempre contaba con espectaculares vistas, algo que se ha mantenido hasta hoy en día.

- Expansión hacia Europa: Francia y Gran Bretaña

Los europeos, ya desde la Edad Media, miraban con admiración hacia los palacios móviles de emperadores orientales. De hecho, gracias a sus testimonios podemos reproducir ahora el diseño que caracterizaba estas obras del arte otomano o mogol. El embajador español Ruy González de Clavijo plasmó su asombro en el libro Embajada a Tamorlán (1406), el rey polaco Jan III Sobieski describió con detalle las innumerables tiendas que vio durante la batalla en Viena en una carta para su mujer (1683) y Sir Thomas Roe, el embajador inglés paró en detalles como las paredes pintadas a mano o preciosas telas bordadas en rojo. No es de extrañar que esta fascinación de los europeos se tradujese a las tiendas-palacios levantadas para los reyes occidentales, copia del estilo oriental. Así, en Francia, Luis XIV podía presumir no solamente del palacio de Versalles, sino también de otro: móvil y al estilo otomano. Los británicos, al descubrir el legado mogol en la India, incorporaron estas tiendas a sus propias ceremonias. En 1876, la reina Victoria utilizó una de las shamianas indias para su coronación como Emperatriz de la India. Siguiendo el simbolismo otomano, la ceremonia tuvo lugar en una impresionante tienda de color rojo.

- Safari en África

Glamping resurgió de nuevo entre el siglo XIX y XX, junto con las primeras expediciones de americanos y europeos por África. Se cita a Gordon Laing, Verney Cameron y David Livingstone como los exploradores británicos que propiciaron el turismo por el continente africano, tal y como lo entendemos hoy en día. Los viajeros de América y Europa, acostumbrados a ciertas comodidades en sus países, unieron la naturaleza africana con los avances occidentales. Sus tiendas de safari contaban con camas de tamaño king-size, lujosas sábanas, alfombras persas, mobiliario de época y, sobre todo, numeroso personal esperando satisfacer las órdenes de adinerados viajeros. Esta concepción del Glamping es lo más parecido a la tendencia actual”.

2. Concepto de que es Glamping

La página web [Galmping_Camp](#), da un concepto importante acerca del significado principal de la tendencia Glamping, además de abordar una concepción general de su origen: “la palabra Glamping viene de la combinación de glamour y camping. Esto más o menos lo resume todo, aunque en realidad, resulta contradictoria la asociación de ambos conceptos. Más concretamente se trata de una nueva oferta de alojamientos que proponen los campings. Básicamente, significa un estilo de camping con encanto que dístila el lujo de encontrar un alto confort en un alojamiento relativamente sencillo y normalmente en contacto con la naturaleza... Si bien la tendencia Glamping está muy de moda en este momento, su historia se remonta a hace más de un siglo. Los ricos occidentales que viajaban en África hacían que sus viajes fuesen lo más cómodo y lujoso posible. Ha tomado mucho tiempo para que este tipo de acampada se convirtiera en el fenómeno actual que ahora llamamos Glamping.

De forma más amplia digamos que se trata de una oferta de alojamiento que busca sorprender al viajero mediante la generación de nuevas experiencias sensoriales.”

3. Sistema de categorías de los Glamping

Así como los hoteles son clasificados por estrellas según sus lujos y comodidades, los Glamping actúan de la misma manera pero estos se clasifican por “triángulos”, igualmente obedeciendo a sus servicios, esto se puede especificar aún más guiándonos del artículo de origen español escrito por la

Columna Zero titulado El Glamping y el irregular sistema de categorías de los Glamping, donde se menciona que:

“Los campings se clasifican de un modo parecido a los hoteles. Solo que aquí en vez de acumular estrellas, se acumulan triángulos (o siluetas de tiendas de campaña). Según el portal Diario del Viajero son cuatro los niveles de calidad de un camping. Se empieza por aquellos que ofrecen los servicios más básicos. Estos son los de *3ª categoría*, cuyo distintivo es un triángulo. Inmediatamente después vienen los de *2ª Categoría*, dos triángulos, cuya ubicación es algo lejana al lugar ideal, los de *1ª categoría*, tres triángulos y por último, en la categoría superior, nos encontramos con los *campings de lujo*, cuatro triángulos, aquellos que menos se diferencian de una estancia hotelera. Precisamente los campings de este tipo, que han ido un paso más allá, han dado lugar al fenómeno del Glamping, en el que las tiendas de campaña son sustituidas por haimas o lodges de auténtica elegancia”

Para tener una visualización más cercana acerca de cada una de las categorías en las que se clasifican los Glamping, se enumeran a continuación algunos de los servicios que estas ofrecen, basados en la información prestada por la página web Practicopedía, la informacion.com:

- “Camping de lujo (Cuatro triángulos)
 - Oficina de cambio o pago de dinero mediante tarjetas de crédito.
 - Agua caliente en todos los servicios sanitarios y en todas las duchas.
 - Cajas fuertes individuales.
 - Teléfono accesible para los campistas las 24 horas del día.
 - Fregaderos con desagüe para lavar la vajilla, hornillo de dos fuegos.
 - En el recinto está asegurada la venta de alimentos y utensilios higiénicos básicos.
 - Instalación donde se sirven comidas.
 - Sala social con televisión y una capacidad mínima de 10 personas.
 - Campos deportivos especializados.
 - Parque infantil
 - Zona de baño natural o piscina.
 - Estacionamiento de servicios para las caravanas.

- Primera categoría (Tres triángulos).
 - Servicios sanitarios, agua caliente en el 50% de las duchas.
 - Cajas fuertes.
 - Fregaderos lava vajilla así como un hornillo.
 - En el recinto del camping hay una sala social
 - Un campo deportivo multiusos y parque infantil
 - Hay zona de baño natural o piscina en el recinto.
 - Las habitaciones están iluminadas

- Segunda categoría (Dos y un triángulo)
 - La ubicación está dentro de fincas, haciendas, parques o zonas de refugio natural
 - El tamaño de la parcela es menor a la primera categoría
 - El estado de las instalaciones es básica, sin mucho o muebles de lujo
 - Hay zonas para practicar deportes, incluso se cuenta con algún equipamiento deportivo.
 - Conexión eléctrica para el 40% de las unidades del camping.
 - Está disponible agua corriente y caliente para ducharse”.

Por lo expuesto anteriormente y analizando cada una de las clasificaciones encontradas, se puede deducir que; según la primera visita realizada a las instalaciones de Agroparque las villas y teniendo en cuenta la zona natural junto al servicio que presta esta entidad, la tendencia Glamping que más se adaptaría al nuevo portafolio de servicio de alojamiento rural es la clasificación de: SEGUNDA CATEGORIA, es decir que la estrategia que se pretende implementar se hará bajo Glamping uno y dos triángulos.

Pero es importante agregar que se brindaran dentro de la segunda categoría los servicios básicos que existen actualmente dentro del Agroparque las villas en cuanto a alimentación, recorridos y demás servicios que se estudiaran más adelante.

Lo antedicho con respecto a los servicios que existen dentro de la tendencia Glamping y posicionar el nuevo portafolio dentro de la clasificación de segunda categoría es de gran relevancia, pero será

completa al realizar una exploración de la posible infraestructura física del Glamping a implementar, puesto que así como preexiste una clasificación por servicio, existe también una clasificación por infraestructura.

4. Modalidades en infraestructura de la tendencia Glamping

En el artículo Glamping una nueva modalidad turística escrita por María Cecilia Solís, se menciona que: “Según un estudio realizado por el Jesolo International Club Camping, el Glamping al lograr la combinación armónica perfecta entre las instalaciones y los servicios de lujo con la oferta del camping, permite que aquellos “no-campistas” sean atraídos por esta tendencia y así puedan disfrutar y experimentar la naturaleza al mismo tiempo que mantienen las comodidades de un viaje Premium y se conectan con las culturas locales de los destinos. Como cualquier otra tipología de turismo, abarca un gran abanico de gustos, tendencias, modalidades de los clientes que se ven reflejadas en los tipos de servicios que los mismos sitios Glamping ofrecen, adecuándolos a la oferta general pero más particularmente tendiente hacia una oferta personalizada”

Existen una variedad de modalidades en infraestructura de la tendencia Glamping desde las más clásicas y sofisticadas hasta las más modernas, manuales y móviles, dentro del artículo en estudio escrito por María Cecilia Solís se pueden conocer los Glamping clasificados en la modalidad clásica.

“A continuación se exponen las distintas modalidades de alojamientos dedicados al Glamping:

- Yurtas

Son tiendas de campaña utilizadas como casa o habitación, que tienen una antigüedad de por lo menos 2.500 años; eran utilizadas por los nómades mongoles en Asia Central, quienes se trasladaban constantemente, por lo que requerían una vivienda que pueda ser transportada fácilmente siguiendo los rebaños al ritmo de la naturaleza. En sus inicios se encontraba formada por una cubierta gruesa, óptima para soportar las condiciones climáticas que se presentaran, con una estructura de madera y tejidos colgantes con grandes aperturas para el ingreso. Con el paso del

tiempo las mismas fueron convirtiéndose en más ligeras, móviles y fáciles de armar y actualmente, tienen una estructura con un techo más bajo, el antes denominado “tuga” o fuego sobre el suelo se ha cambiado por estufas cerradas, las entradas de telas colgantes por puertas o semi-puertas. Esto decir que se han ido readaptado constantemente a las necesidades y gustos de sus usuarios, logrando finalmente un confort moderno. En cuanto al Glamping específicamente, las Yurtas se encuentran completamente equipadas para brindarle al usuario una experiencia totalmente confortable, siguiendo sus necesidades y gustos, cada una con un valor agregado que permite a quienes los utilicen vivir experiencias únicas, personalizadas e inigualables.



- Tipis

Su nombre, proveniente del término Lakota significa “lugar para vivir”, son refugios naturales en forma cónica que eran utilizados originalmente por los pueblos indígenas nómades de Estados Unidos, inicialmente eran construidos con pieles de animales (bisonte-búfalo) y palos de madera. Son refugios duraderos, que se adaptan a las condiciones climáticas al ser cálidas y abrigados en invierno, frescos durante el verano e impermeables en caso de lluvias; su máxima ventaja es ser una vivienda portátil fácilmente desarmable, transportable y montable en cualquier parte, siguiendo con la vida nómada de sus ocupantes. Antiguamente, se les daba la forma cónica para permitir el desarrollo de tareas cotidianas en forma simple, una abertura en la cúpula extraía el humo de la hoguera, regulaba la luz y mantenía renovado el aire. En la actualidad, por el contrario la forma sigue simplemente la estructura original para emular los primeros tipis y se encuentran totalmente equipados.



- Tiendas de lujo

Probablemente sean las instalaciones dedicadas al Glamping más características de la modalidad, ya que surgió con los traslados de los antiguos reyes, emperadores y viajeros de las clases pudientes que acampaban en plena sabana africana pero sin renunciar a los lujos a los que se encontraban acostumbrados. Entre las más reconocidas, encontramos las tiendas de lujo africanas ubicadas en el medio de la sabana en predios gigantescos, pero sin perder el lujo y el confort que los usuarios buscan en ellas, algunas de las instalaciones dedicadas al Glamping ofrecen paseo en globo de aire caliente, kayak, tiro con arco, paseos por la naturaleza.” Son estas las tiendas más lujosas que existen en la clasificación por servicio.



- Domos

Las casas-domo son populares gracias a sus ventajas relacionadas a la eco-sustentabilidad, su rápida construcción, estructura resistente a los sismos, un uso de energía menor y la conservación de la temperatura. Su desarrollo como un tipo residencial es relativamente nuevo y moderno, aunque anteriormente ya eran utilizados para otro tipo de actividades. El concepto original surge de los iglús utilizados por los esquimales, en la actualidad la gama de materiales que pueden implementarse para su construcción es muy amplia, como así también la forma de edificarlos o decorarlos. La forma estándar de los mismos se basa en la estabilidad, realizados en forma de copa invertida, tienen una pared única y curva que se cierra arriba en el centro, formando el techo”.



Las anteriores son un claro ejemplo de la elegancia y la sofisticada tendencia Glamping, quizás las que se deben posicionar dentro de un servicio de primera categoría. Pero existe otro tipo de Glamping clasificados dentro de una modalidad más moderna, que se caracteriza por su fácil armado y desarmado. Ebay, página encargada de la subasta de productos por internet no muestra alguna de ella:

- Sibley

“Fue inventado en la década de 1800 por un oficial del Ejército de Estados Unidos en servicio Frontier en el suroeste. Era una adaptación a la American Tipi nativo. La tienda de Bell es una tienda de campaña con forma cónica de la lona, con un único centro de polos, tirantes para atar la carpa hacia abajo, y una entrada de porche.



- Tipis

Aunque los Tipis son una modalidad catalogada en las estructuras de modalidad clásica, se ha hecho algunas reformaciones en su estructura y se han actualizado con materiales más manejables y portátiles y se ha logrado una imitación casi exacta de la infraestructura original.”



5. Glamping alrededor del mundo

- “África

En África hay profusión de safari tents que ofrecen un alojamiento sofisticado en medio de la naturaleza más salvaje. Kichwa Tembo Tented Safari Camp es un refugio exclusivo para los que quieran explorar la Reserva Nacional de Masai Mara, de Kenia. Las comodidades de sus tiendas se pueden combinar con los tratamientos spa que el mismo resort ofrece a los amantes de sabana.

- América del Norte

El tipo de Glamping más representativo en América del Norte son sus tipis. Estas cónicas tiendas, traídas de Grandes Llanuras, se expanden actualmente no solo por la famosa meseta. En el estado de Nevada, también podemos encontrar la tradición norteamericana del tipi en forma de Glamping. Mustang Monument deja a disposición del viajero sus grandes y cómodos tipis y colabora al mismo

tiempo con la fundación Saving America's Mustangs. Naturaleza y lujo unidos en apoyo del medio ambiente.

- América del Sur

América del Sur se está sumando a esta tendencia mundial y lo hace con gran glamour. EcoCamp en Patagonia es una de las primeras iniciativas de Glamping en Chile. El lujoso complejo está ubicado en el corazón de Torres del Paine, uno de los parques nacionales más importantes y uno de los más grandes del país. La prestigiosa revista National Geographic calificó este terreno como el quinto lugar más hermoso del mundo.

- Antártida

Antártida no suele considerarse como un destino cómodo ni lujoso, pero esto ha cambiado gracias al Glamping y el campamento Whichaway. La iniciativa inaugurada por White Desert es totalmente ecológica: confortables cápsulas de fibra de vidrio funcionan con energía solar y eólica, y al final de la temporada, los iglús se desmontan siguiendo la política del mínimo impacto medioambiental.

- Asia

En Asia las lujosas tiendas de Glamping cuentan con una tradición que remonta a pueblos otomanes. Siguiendo la historia, cada tienda de Vanyavilas -de la cadena hotelera The Oberoi- cuenta con más de 80m² para la disposición del viajero, completamente equipada y diseñada al estilo imperial. El complejo turístico está situado en el parque nacional de Ranthambore, en la India y cada año cosecha importantes premios internacionales y excelentes críticas de sus huéspedes.

- Australia y Oceanía

En el corazón del continente australiano se encuentra Longitud de 131, un resort de los más lujosos del mundo y al mismo tiempo el ejemplo estrella del Glamping. Ubicado con las vistas a Ayers Rock y Kata Tjuta, las sagradas formaciones rocosas que forman parte del Parque Nacional Uluru-

Kata Tjuta, es un campamento único y exclusivo, con sus cenas gourmet bajo el cielo estrellado, gran piscina y un sinfín de comodidades.

- Europa

Europa, el paraíso de los bosques frondosos, lleva el liderazgo en el Glamping en casas en árbol. Entre muchos alojamientos destaca Treehotel en Suecia. Ubicado en el bosque Harads, tan solo a una hora del aeropuerto Kallax. El complejo cuenta con 10 habitaciones y cada una de ellas está diseñada por uno de los arquitectos más prestigiosos de Suecia. The MirrowCube, una de ellas, está totalmente camuflado para los ojos de un ser humano y fácilmente identificable para los pájaros.”

Con la información anterior y basada en cada una de las estructuras del Glamping tradicionales y actuales y al tener en cuenta la zona natural con la que cuenta Agroparque las villas se destacaron dos tipos de Glamping, uno por cada modalidad (una clásica y una moderna) las cuales podrían ser favorablemente construidos dentro de la estrategia de portafolio de servicio de alojamiento en curso, estas dos son: Clásica: Tipis; modernas: Sibley

Esta elección, se hace bajo el concepto de que son tiendas rurales fáciles de construir en cualquier zona natural, con herramientas y utensilios de fácil acceso en nuestro país, además de que se adaptan perfectamente al clima impredecible de la ciudad de Popayán en la actualidad, otra de las causas de dicha elección es debido a que estos tipos de Glamping son adaptables al servicio de segunda categoría que se manejara dentro de la estrategia de portafolio de servicios de alojamiento en la cual se está trabajando.

1.2.4 Identificación de las posibles infraestructuras que más se adecuan al espacio terrenal de Agroparque las villas

- Modalidad Clásica –Tipi

Tomando información directa de la página: <http://www.tipiwakan.net/> podemos conocer más a fondo las características principales del tipi de modalidad clásica.

“Es una tienda sostenible que al no necesitar cimentación y estar construido con materiales naturales no genera impactos negativos en el planeta. Gracias a su diseño y materiales, es un hábitat armónico para sus habitantes, el diseño tradicional del tipi, la elaboración reforzada y los materiales de calidad que se utilizan para dicha tienda la hace muy resistente, apto para todo el año, posee un sistema de ventilación natural en tiempo de verano tiene la posibilidad de levantar los lados de la tienda lo que resulta más fresco y aireado. Completamente portátil, como buena vivienda nómada tradicional, el tipi es fácil de desmontar, transportar y volver a montar en otro sitio. Duradero con un correcto montaje y cuidado y dependiendo del clima, su duración supera cómodamente los 7 años siempre montado”.



- Modalidad moderna- Sibley

EBay, sitio destinado a la subasta de productos a través de Internet nos presenta características fundamentales de la tienda Sibley.

“Las tiendas de campaña Sibley son sublimes y elegantes, rápidas de montar y guardar sin ocupar mucho espacio. El diseño es simple: Lona natural de algodón cubierta desde el mástil, que crea la forma tradicional por fuera y una atmósfera fantástica y romántica por dentro. Se disfruta de los

beneficios de dormir en esta tienda de campaña, en un ambiente donde nada pueda incomodar al turista que pernoctara dentro de ella.”



A continuación se presenta por medio de una tabla, la ficha de clasificación de los modelos correspondientes a la infraestructura existente en la tendencia Glamping escogidos como posible fachada para implementar dentro de Agroparque las villas, con las características principales de cada una de ellas, los materiales que se necesitan para su construcción y un valor aproximado del costo de la carpa Glamping, además de un visto bueno o no por parte de los funcionarios de Agroparque las villas.

Tabla 2. Ficha clasificación de modelos de infraestructura de la tendencia Glamping.

<i>Ficha clasificación de modelos de infraestructura de la tendencia Glamping</i>				
Modalidad de Glamping encontrado.	Características principales	Materiales indispensables para la construcción	Valor aproximado	Favorable Si/No
TIPIS 5,5 mtrs de diámetro: capaz de albergar hasta 6 adultos	<ul style="list-style-type: none"> - Tienda cónica - Durable - Brinda abrigo y confort - Desarmados y embalados con rapidez - Proporciona comodidad 	<ul style="list-style-type: none"> - Cubierta - Palos - Faldón 	\$ 1'100.000	X
SIBLEY 4x4 Comodidad asegurada para 4 personas	<ul style="list-style-type: none"> - Durable - Rápida de montar y desmontar - Se guarda en espacio pequeño moderna 	<ul style="list-style-type: none"> - Tensores - vientos - piquetas - Resortes de acero - Lona 	\$ 700.000	✓

1.3 CONCLUSIONES

En resumen la tendencia Glamping está revolucionando el mundo y es una novedad que hace un llamado a todas las personas que buscan experiencias fuera de lo común, y en especial para los amantes de la naturaleza y los que buscan refugiarse dentro del turismo rural. El Glamping que

combina glamur y campings, satisface al turista con comodidad en medio de un ambiente natural y campestre. Es tan amplia dicha tendencia que se clasifica en distintas modalidades dependiendo de dos factores, los cuales son: Servicio que presta; Tiendas de lujo, de primera categoría y de segunda categoría y por la Infraestructura física; están las Clásicas: Yurtas, Tipis, tiendas de lujo, domos; y las modernas: Sibley y tipis.

En conclusión y para dar cierre a este objetivo se aprueba satisfactoria la investigación elaborada, arrojando el siguiente resultado: después de un estudio arduo acerca de cada una de estas clasificaciones se concluye y se decide por parte del estudiante quien realiza el presente trabajo, diseñar la estrategia de portafolio de servicio de alojamiento rural para la empresa Agroparque mediante la tendencia Glamping con un servicio de segunda categoría y con una infraestructura Sibley dentro de las instalaciones de la finca Villa Liliana especializada en servicio de alojamiento y senderismo que hace parte del establecimiento Agroparque las Villas, lo anterior con el visto bueno y aprobación por parte de la funcionaria del Agroparque que encabeza dicha propuesta.

2 EVALUAR CADA UNO DE LOS SERVICIOS QUE LA EMPRESA AGROPARQUE LAS VILLAS OFRECE PARA ENCONTRAR LA MANERA DE ARTICULARLO CON EL HOSPEDAJE RURAL SIN AFECTAR SU ESTRUCTURA

La idea de realizar un análisis de cada uno de los servicios con los que cuenta Agroparque las villas, será el resultado que permitirá saber cuáles de ellos impacta más al turista a la hora de visitar u hospedarse en las instalaciones de dicho lugar, esto con el fin de integrar o articular las actividades más llamativas e interesantes para el visitantes a la nueva estrategia de portafolio de servicio de alojamiento rural bajo la tendencia Glamping. En esta segunda visita se pretende hacer un recorrido más pausado y detallado de cada lugar perteneciente a dicho establecimiento, recorrido que se realiza a partir de la Finca Villa Liliana, en segunda instancia Villa Sandra y por último y como fin del recorrido Villa Cecilia.

2.1 METODOLOGÍA

Al igual que el anterior objetivo este se regirá por algunas actividades a realizar dentro del Agroparque definiendo cada una de sus 3 villas, que al integrarse logran resultados óptimos para el cumplimiento del presente objetivo, puesto que la labor de cada una de ellas ya en conjunto arrojará la información necesaria para el planteamiento de los servicios que se articularán al nuevo portafolio de alojamiento rural.

El estudiante de la mano del empresario y de algunas personas que permanecen diariamente en las instalaciones del Agroparque hace ya algunos años atrás, harán el recorrido pertinente por cada uno de los puntos naturales y de servicios adicionales presentes en la finca y así mismo se proyecta realizar un sondeo muy general de cuales de estos crea más impacto, emoción o interés al turista a la hora de visitar este lugar y por consiguiente tener en cuenta cuales de estos encajarían perfectamente a la estrategia que se quiere diseñar.

2.2 ACTIVIDADES

2.2.1 Visita al Agroparque las villas para conocer más de cerca todos los servicios que presta dicho establecimiento

Se consulta con la señora Diana María Ruiz cual sería el espacio para realizar la segunda visita al Agroparque las villas y se acuerdan que dicha visita se realizara el día 20 de Marzo del presente Año.

Dicho así este día se hace la segunda visita y el recorrido formal por cada una de las instalaciones de Agroparque las villas, recorrido guiado por el señor Leonardo, Mayordomo del establecimiento quien brindo información de primera mano de todo lo que se necesita saber del lugar mencionado, y así de esta manera obtener información no sólo hablada si no fotográfica que permitirá una mayor visibilidad de los espacios naturales y arquitectónicos que posee Agroparque las Villas para quienes no lo conocen personalmente. Este recorrido se realizó a partir de las 10 de la mañana comenzando su recorrido desde Villa Liliana, donde se pudo apreciar los servicios de parqueadero, hotelería, salón de eventos, piscina y canchas de voleibol y futbol, pasando luego a Villa Sandra donde se aprecia el servicio de ruta cafetera y se culmina el recorrido en Villa Cecilia con el servicio de ruta ganadera terminando el recorrido a las 12 del mediodía.

2.2.2 Recorrido y recolección de información de cada uno de los servicios que presta Agroparque las villas

Para la presente actividad se usan técnicas de investigación de campo, utilizando herramientas como el cuestionario y la entrevista a las personas pertenecientes a las instalaciones tanto internas como personal externo de Agroparque las villas que conocen más a fondo y desde hace ya un tiempo atrás todo lo relacionado con el lugar.

Dentro del recorrido realizado al Agroparque, se recolecta la siguiente información acerca de los servicios prestados en Agroparque las villas el cual se encuentra situado en el municipio de Popayán dentro de la Vereda Punta larga baja, por la variante norte entrada principal, frente al

conjunto cerrado la Rioja, a tan solo 20 minutos del centro histórico de Popayán. Este lugar es un sitio adecuado para el descanso, la recreación, organización de eventos sociales y recorridos por el sendero ecológico, ruta ganadera, ruta ambiental, piscina, juegos infantiles entre otros espacios de esparcimiento.

Este sitio es básicamente la unión de tres fincas de un mismo propietario, el cual las ha separado por villas y les ha dado por nombre: Villa Liliana, Villa Sandra y Villa Cecilia, cada una con una especialidad diferente pero sin perder la esencia de ser una sola empresa, que brinda a turistas nacionales y extranjeros un espacio de relajación y de esparcimiento rural.

La primera villa, que es llamada Villa Liliana se encarga de los servicios de Alojamiento, salón de eventos, Espacios de recreación, como lo son las zonas verdes, Canchas de Voleibol y futbol, una piscina y un amplio parqueadero. Además de ser este el punto de partida del sendero ecológico.

La segunda Villa que se encuentra en el Agroparque, es Villa Sandra, dedicada y especializada en mostrar al visitante todo lo relacionado con el cultivo, cosecha, recolección y secado de las diferentes especies de café existentes dentro del establecimiento. Las familias de la vereda Punta larga baja son los encargados desde hace mucho tiempo de la recolección del café cultivado en el Agroparque, haciendo parte fundamental de la empresa y el desarrollo productivo Caucaño.

Agroparque las villas cuenta con aproximadamente 55.000 matas de café variedad castillo los cuales están certificados y hace más fácil la comercialización de dicho producto. Además los trabajadores que hacen parte de esta empresa también hacen parte de otros proyectos productivos como la producción de hortalizas destinadas a la comercialización y el autoconsumo, además del semillero de plantas ornamentales para la venta.

Agroparque las villas hace parte de los asociados a la fundación red de experiencias ambientales FREA, grupo Café ambiental y el círculo de la excelencia acercando a los visitantes y turistas a interactuar con la biodiversidad de la flora y fauna.

En tercer lugar está la Villa, denominada Villa Cecilia, encargada de la ganadería. Espacio que cuenta con una variedad de ganado llamativo al visitante. Además en esta zona hay espacio para la lechería en el ámbito de la recolección y comercialización y fue certificada en buenas prácticas

ganaderas por el Instituto Agropecuario ICA, siendo una de las dos fincas del departamento del Cauca que ha logrado obtener este certificado.

En resumen los servicios que presta Agroparque las villas en conjunto con sus tres villas son los de Alojamiento, salón de eventos, piscina, canchas para deporte, ruta ambiental, ruta cafetera y ruta ganadera.

2.2.3 Clasificación del grado de impacto que tiene cada uno de los servicios prestados por Agroparque las villas e identificar cuál de ellos será articulado o no al nuevo portafolio de alojamiento rural

Después de hacer el recorrido concreto por el Agroparque y conocer de primera mano las instalaciones, servicios, empleados, especies animales y vegetales y en sí el funcionamiento activo de dicho lugar, se hace un pequeño análisis por medio de un recuento de los principales servicios prestados y de esta manera clasificar pertinentemente aquellas actividades que se articularán a la estrategia de alojamiento rural bajo la tendencia Glamping, que se pretende ofertar dentro del Agroparque junto con unas actividades de esparcimiento y es en este punto donde se seleccionará algunas de ellas o llegado el caso articular todos los servicios que presta la empresa Agroparque las villas.

A modo de resumen y utilizando la técnica de investigación de campo, y complementando con la herramienta de la observación “en donde se hace un examen atento de los diferentes aspectos de un fenómeno a fin de estudiar sus características y comportamiento dentro del medio en donde se desenvuelve éste”, se presenta a continuación un cuadro que permite visualizar: el nombre del servicio, la descripción del servicio y el grado de impacto recibido por parte del turista, este último ítem permitirá visualizar si el impacto es mayor o menor y dicha conclusión se tomara con respecto a la información que se ha obtenido por parte de los funcionarios y empleados de Agroparque las Villas puesto que son ellos los principales testigos de los gustos y preferencias de los visitantes que se han hospedado dentro de sus instalaciones y por consiguiente en base a esa información se determinara el impacto del servicios que presta dicha entidad. Por último y para dar cierre al cuadro, se tomara la decisión por parte de la estudiante involucrada si se debe o no articular al nuevo portafolio de servicio de alojamiento rural bajo la tendencia Glamping.

Tabla 3. Ficha de identificación de los servicios prestados por Agroparque las villas

<i>Ficha de identificación de los servicios prestados por Agroparque las villas</i>					
Nombre del servicio	Descripción del servicio	Grado de impacto que recibe por parte del turista		Se articula al nuevo portafolio de alojamiento	
		Mayor Interés por el servicio	Menor interés por el servicio	Si	No
Parqueadero	De aproximadamente 18 ancho x 20 largo ubicado a la entrada de Villa Liliana es decir en el ingreso principal de Agroparque las villas. Se encuentra en buen estado y es lo suficientemente grande para hospedar a un número grande de turistas que se movilizan o se transportan en carro, moto o bus.	X		✓	
Hotel	Posee 10 habitaciones de las cuales cada una cuenta con dos camas dobles y baño personal solo en dos de las habitaciones, y un baño compartido por cada dos habitaciones restantes. Se ofrece un hospedaje de un día con desayuno incluido y derecho a realizar el recorrido ecológico si así lo desea el cliente, de igual manera puede recurrir al servicio de piscina si así lo desea. Cuenta con Área WiFi permanente y Televisión por cable Areas sociales: Dos comedores, social y familiar.		X		-
Salón de eventos	Agroparque las Villas cuenta también con un salón de eventos conocido como la terraza, con capacidad hasta para 50 personas. El salón de eventos principal de Agroparque las Villas tiene capacidad para 180 personas en acomodación tipo fiesta, está dotado con un área WiFi permanente, posee sillas y tableros de lujo según la necesidad del usuario. Dentro de los eventos que se contratan se realizan actividades sociales, empresariales y familiares. El servicio de restaurante se presta para la atención de eventos con un manejo de menú campestre y una oferta gourmet.	X		✓	
Piscina	De aproximadamente 7 largo x 5 ancho, llama la atención de gran parte de los turistas, especialmente en épocas de calor, debido a que este servicio está incluido en el hospedaje son muchos los visitantes que disfrutan un rato del día, dentro de ella.	X		✓	

	<p align="center">Ruta ambiental :</p> <p>Esta ruta da apertura al recorrido ecológico ofrecido por Agroparque las villas, ubicado más específicamente en la primera villa llamada Villa Liliana, entrada principal del establecimiento. Aquí se comienza el recorrido y se puede observar una variedad de fauna y flora bastante diversa, el recorrido da también apertura a la ruta cafetera puesto que en todo el camino se puede observar la variedad de café que posee Agroparque, entre ellas variedad caturro, y castilla.</p>				✓
<p>Recorrido</p> <p>Ecológico</p> <p>Algunos de los atractivos turísticos son: Dos nacimientos de agua los cuales alimentan el lago Arboretum, Casita del guardián del bosque, Hormiguero, Parque de los inodoros Mirador cafetero, Parque del palo bobo. (1.6 kilómetros)</p>	<p align="center">Ruta Cafetera:</p> <p>Esta ruta comienza al llegar a la segunda villa llamada Villa Sandra, en la cual el turista tiene la posibilidad de conocer el proceso del Café, desde su cultivo, hasta su secado y proceso terminado. Posee una casa principal, habitada por personas de la vereda punta larga, además de un cuarto grande donde están las maquinas especializadas para el despulpo del café después de ser cosechado y recogido de su mata, consecutivamente están los cuartos de secado, los cuales han sido fabricados artesanalmente con plástico que ayuda a que el calor se encierre y permita así un secado más rápido. Tiene tres certificaciones obtenidas a través de la Federación Nacional de Cafeteros</p> <p align="center">Nespresso Triple A Rain Forest Alliance Practices.</p>	X			✓
	<p align="center">Ruta Ganadera:</p> <p>Esta ruta comienza en la tercera y última villa, nombrada Villa Cecilia, donde se aprecia la fauna principal de Agroparque las villas, el cual es el ganado. Al igual que las demás villas posee su casa principal y una zona verde bastante extensa además de un lugar único de esparcimiento y contacto con la naturaleza construida en guadua. En el Agroparque las Villas se encuentra la finca Villa Sandra; cuenta con una certificación en Buenas Prácticas Ganaderas otorgada por el ICA Es una de las dos fincas del departamento del Cauca certificada en Buenas Prácticas Ganaderas.</p> <p>Su proceso de Ordeño es Mecánico Debido a su alta calidad, la leche es comercializada directamente para Alpina SA.</p>				✓

2.3 CONCLUSIONES

En este punto donde ya se conoce más afondo todo lo relacionado con Agroparque las villas se puede concluir que el establecimiento se encuentra constituido por 3 villas, llamadas Villa Liliana, Villa Sandra y Villa Cecilia, cada una de ella con una especialidad diferente pero sin perder la esencia de ser una sola empresa. La primera villa es la encargada de recibir al turista, puesto que es en ella donde se ubica todo lo relacionado con el hospedaje, la segunda villa, se encarga de mostrar al cliente el proceso del café en todos sus ámbitos, y por último la tercera villa apoderada de exponer la diversidad de ganado existente en Agroparque las Villas. El recorrido por estas villas hace parte de uno de los tantos servicios que presta el lugar en estudio, este llamado recorrido ecológico, pero además están 4 servicios más en los que el turista puede acceder a la hora de pernoctar en dicho lugar, estos son: parqueadero, hotel, salón de eventos y piscina.

Al hacer un análisis de cada uno de los servicios que presta Agroparque se llega a dos puntos importantes, el primero conocer una descripción breve de cada uno de ellos y con esto saber cuál es el grado de interés del turista con respecto al servicio prestado, lo que arrojo que 4 de 5 de los servicios fueron de mayor interés para el cliente: Parqueadero, Piscina, recorrido ecológico y salón de eventos, en la parte hotelera se obtuvo un menor interés dado a que la mayoría de ingresos al Agroparque son solo visita de día y aquellas que involucrar pernoctar no son tan constantes. En este punto es evidente que todos los servicios que se clasificaron de mayor interés serán incluidos y el hecho de que el hotel no clasificara en este grupo, es una ventaja para el nuevo portafolio de servicio de alojamiento rural, dado que la idea de dicho diseño impide que el servicio de hotelería que se encuentra actualmente en este sitio sea inmerso en el portafolio, puesto que al diseñar la nueva propuesta el alojamiento ya no se haría dentro del hotel existente en el Agroparque, si no en los Glamping que se construyan en la zona verde escogidas, llegando a la conclusión final de que los servicios que se incluirán en el diseño del portafolio de servicio de alojamiento rural serán: parqueadero, piscina, salón de eventos y recorrido por el sendero ecológico.

3 REALIZAR UN SONDEO DE MERCADO GENERAL QUE PERMITA IDENTIFICAR LA ACEPTACIÓN O NO DE LA PROPUESTA PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO GLAMPING, ESTRUCTURANDO LA POSIBLE OFERTA Y DEMANDA DEL SERVICIO DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO RURAL BAJO LA MODALIDAD GLAMPING

La idea de realizar un sondeo de mercado al diseño de la estrategia de alojamiento rural bajo la tendencia Glamping permitirá identificar con mayor certeza que es lo que los turistas que visitan el Agroparque las villas quieren encontrar dentro de su estadía en dicho lugar y si es o no es de su agrado la idea de alojarse en campamentos rurales con comodidades básicas, abreviando así el concepto de la estadía Glamping. Con lo anterior se podría llegar a conclusiones como la de modificar la propuesta o la de seguir en marcha con todo lo que se tiene en mente.

Dado que los sondeos de mercado se resumen en la recopilación, registros y análisis de datos o investigaciones relacionados con el problema encontrado, se sugiere para el presente trabajo sintetizar ese sondeo de mercado por medio de encuestas escritas que serán entregadas directamente a todos los visitantes de Agroparque las villas, teniendo así una base fundamental para encontrar resultados factibles y de primera mano un visto bueno o no de un nuevo alojamiento rural dentro de las instalaciones del Agroparque.

3.1 METODOLOGÍA

Comenzando por la parte de investigación en cuanto a cotizaciones y viabilidad de materiales y herramientas necesarias para implementar la tendencia Glamping en la ciudad de Popayán dicha indagación se hará vía internet dado a la facilidad de comunicación e información que posee, por medio de esta herramienta informática se dará a conocer un valor general el cual se deberá aportar por parte de la administración de Agroparque si se implementa como tal el proyecto en marcha.

Como se nombró anteriormente el sondeo de mercado que se aplicara en el Agroparque se realizara por medio de encuestas escritas que se entregaran directamente al turista, están serán elaboradas por la estudiante en proceso del presente trabajo de grado, quien al terminar la elaboración de dichas

encuestas solicitará el visto bueno de la profesora Enith Velazco, quien guía dicho trabajo de grado y por supuesto de la funcionaria Diana María Ruiz, coordinadora financiera y administrativa del establecimiento Agroparque las Villas, para que sean ellas las que decidan realizar modificaciones o sugerencias de las preguntas que serán plantadas a las encuestas.

3.2 ACTIVIDADES

3.2.1 Informarse con cifras precisas acerca del número de visitantes y de los perfiles que maneja Agroparque las villas

Agroparque las villas es un lugar llamativo para cientos de turistas que visitan la ciudad de Popayán, no solo en temporadas altas si no que maneja estadías en todos los meses del año con visitas nacionales e internacionales. Según las cifras suministradas por la señora Diana María Ruiz coordinadora financiera y administrativa del establecimiento Agroparque las Villas: a nivel nacional, se puede detallar un porcentaje del 40% de visitas provenientes del departamento del Valle, 10% de la ciudad de Bogotá y un 50% del departamento del Cauca. Es importante destacar dentro de estos porcentajes que no todos los turistas que visitan o deciden pernoctar dentro de las instalaciones del Agroparque lo hacen con motivo de descanso y recreación, puesto que alguna de estas visitas se hacen por eventos empresariales que son organizados dentro de las mismas instalaciones, siendo esta la de mayor porcentaje de motivo de visita al Agroparque.

Internamente se manejan cifras exactas del número de visitantes anuales que llegan a pernoctar en las instalaciones de Agroparque las Villas, por ejemplo se puntualizan a continuación datos encontrados en el año anterior (2015):

Por motivo de óseo y recreación:	206 Turistas
Por motivo de Eventos empresariales y sociales:	5.443 Turistas

Lo anterior llevado en asuntos de capital y haciendo una comparación con años anteriores, desde el 2012 hasta el 2015 arroja los siguientes resultados:

HOSTAL	2015	2014	2013	2012
Total Vtas Hostal	22008774	24.912.161	12.010.572	9.116.985
IVA	3003007	1.518.839	564.958	911.698
Rete fuente	103264	308.145	69.844	
Rete IVA			0	
Vtas Totales Neto	24.908.517	26.122.855	12.505.686	10.028.683
			2,09	1,25
			26122855	12505686

EVENTOS	2015	2014	2013	2012
Total Vtas Eventos	94797816	\$ 81.659.875	54.462.587	3.068.667
IVA	13213344	\$ 6.605.976	2.765.647	490.987
Rete fuente	2419481	\$ 2.463.977	445.468	0
Cree imptoconsumo	172223		117.167	0
Reiteiva	59523			
Reteica	18103			
wVtas Totales Neto	110.680.490	88.265.851	57.228.234	3.559.654
			1,54	16,08
			88265851	57228234

La información anterior también permite obtener datos acerca de un porcentaje aproximado de cuantas personas realizan o disfrutan de los servicios que ofrece el actual portafolio del Agroparque, uno de estos servicios es el del sendero ecológico el cual es ficha esencial para conocer las tres villas pertenecientes al Agroparque, pero dado que existe un porcentaje mayor en el motivo de visita por eventos sociales y empresariales, solo el 60% realizan la ruta por el sendero ecológico puesto que no el 100% de los turistas van por razones de óseo y recreación. Con la información previa se puede además deducir que el perfil del turista de Agroparque las villas oscila en edades entre los 28 y 45 años de edad, ya que la mayoría de las visitas son de personas pertenecientes a empresas con importantes trayectorias.

3.2.2 Realizar una investigación acerca de la posible inversión de capital en tiendas Glamping para Agroparque las villas con todos los gastos que esta genera y arrojar un resultado de cómo recuperar dicho capital invertido

Las investigaciones anteriores, arrojaron que el nuevo portafolio de servicio de alojamiento rural para el Agroparque las villas de la ciudad de Popayán se manejaran bajo la infraestructura Sibley (Tienda de campaña moderna y desarmable), estas serán las tiendas que inauguraran la tendencia Glamping en el Agroparque las villas.

Es de gran importancia mencionar que no solo se debe hacer una inversión de capital en la infraestructura de la tienda de campaña, si no que esta viene acompañada de otros elementos fundamentales que permitirán que el servicio de alojamiento sea completo. Lo anterior hace mención a que dentro de la tienda Glamping se debe incluir una cama y un mueble pequeño en donde el huésped pueda dormir y guardar sus elementos personales. Además de que los Glamping pueden llevar algunos objetos opcionales como una silla o un sofá cama, también debe saberse que estas tiendas necesitan iluminación para las noches, lo que hace que se haga una inversión en electricidad, asimismo, con la investigación detallada que se hizo a cada una de las instalaciones del Agroparque las villas y sus servicios, se conoció que este no posee un baño adicional o fuera de la infraestructura hotelera que permitiera ser usado en caso de que alguien decida pernoctar en los Glamping, lo que hace que deba hacerse una inversión en la construcción de un baño rural fuera de las instalaciones hoteleras.

1. Inversión en tiendas Glamping – Sibley

Para la presente actividad se realizó una investigación con una técnica documental de carácter iconográfica y por consiguiente proyectable, donde se hizo una búsqueda en varias páginas de internet con el fin de encontrar empresas que pudieran dotar o suministrar información directa acerca de precios, modelos, herramientas, medidas, materiales entre otras tantas características que interesan a la hora de querer adquirir un Glamping.

Dado que la tendencia Glamping es de origen Europeo, las compañías encargadas de la elaboración de dichas tiendas pertenecen a dicho continente y por consiguiente son ellas las encargadas de la

exportación a varios países Europeos y a otros que no están inmerso en esa parte del mundo, conjuntamente de que existen grande industrias fabricantes de tiendas de campañas igualmente en el continente Asiático, más exactamente en China. Por lo anterior se intentara conseguir un contacto vía E-mail con dichas empresas para que puedan dar respuesta a las inquietudes correspondientes a la compra de los Glamping.

A continuación se presenta una tabla donde se relacionan los resultados de la búsqueda de empresas que pueden aportar en la obtención de tiendas de campaña Sibley que será establecida en Agroparque las villas dentro de la tendencia de alojamiento Glamping.

Tabla 4. Posibles empresas proveedoras de tiendas de acampar Glamping

Empresa	Detalles de la Empresa	Contacto	Respuesta
YIWU QQcamp Co. Ltd.	<p>“Yiwu QQcamp Co., Ltd es uno del fabricante de la tienda del professional y exportador en Yiwu China, tenemos experiencia de la tienda y de algunos otros productos al aire.”</p> <p>CHINA</p>	https://qqcamp.en.alibaba.com/featureproductlist.html	Envió de cotización
Canvascamp	<p>“CanvasCamp está especializada en la venta y el alquiler de tiendas de campaña de algodón o algodón-poliéster tanto para fines privados como para fines profesionales.”</p> <p>ESPAÑA</p>	www.canvascamp.com	Envió de cotización
Tipiwakan	<p>“En la actualidad continuamos principalmente dedicados a la bioconstrucción elaborando Tipis pero también Longhouses (shaputuán) y otras viviendas nómadas tradicionales, y distribuimos Yurtas originales de Mongolia.”</p> <p>ESPAÑA</p>	www.tipiwakan.net	Sin respuesta

Hangzhou Leshade Outdoors Co., Ltd	<p>“Somos una empresa pequeña, pero llena de entusiasmo inspirados en el diseño y fabricación de tiendas de lona de alta calidad. Apoyados con técnicos altamente profesionales y trabajadores cualificados, estamos orgullosos de ofrecer excelentes soluciones de alojamiento.”</p> <p>CHINA</p>	https://leshade.en.alibaba.com/company_profile.html	<p>Sin respuesta</p>
---	---	---	----------------------

En la búsqueda de empresas se da un caso muy particular y es que, existen empresas proveedoras y fabricadoras de Glamping y existen empresas que no fabrican ni proveen los Glamping pero que trabajan de la mano con ellos, es decir compañías que cuentan con parques turísticos o lugares llamativos para viajeros donde proyectan la idea del Glamping rural. A continuación se mencionan los que se consideran más importantes y que están establecidos en el continente americano:

Tabla 5. Parques turísticos involucrados con el alojamiento rural Glamping.

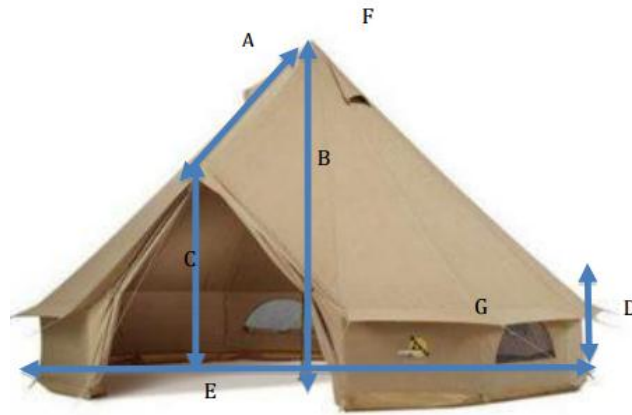
Lugar	Detalles	contacto
<p>Luxury Camping</p>	<p>“Para los amantes de la naturaleza y el lujo hemos creado Luxury Camping Panamá; un nuevo concepto de hospedaje siendo una manera diferente de experimentar la naturaleza, ubicado en uno de los puntos más exuberantes de Altos del María; donde usted disfrutará de una impresionante vista del Océano Pacífico y sus alrededores.”</p> <p>PANAMA</p>	<p>www.luxurycampingpanama.net</p>

Ecocamping Patagonia	<p>“Ubicado en el corazón del Parque Nacional Torres del Paine. En los últimos veinte años ha estado funcionando por medio de viajes ecológicos en la Patagonia, Chile, Argentina y Bolivia”.</p> <p>CHILE</p>	<p>www.ecocamp.travel</p>
AdventurCamp	<p>“Un campamento de lujo, con todas las comodidades que permiten el entorno, espera a los viajeros después de días llenos de emoción. Caída de la noche alrededor de una fogata rugiente, debajo de un cielo estrellado uno-de-uno-bueno, es una experiencia para ser saboreada.”</p> <p>CHILE</p>	<p>www.AdventurCamp.htm</p>

Los resultados de la investigación con llevan a que se logró conseguir respuesta de dos empresas, consideradas proveedoras de Glamping: la primera de ellas es la compañía Yiwu QQcamp co. Ltd empresa situada en china, continente asiático una de las proveedores más importantes en la fabricación de tiendas Sibley y por último la empresa Canvascamp situada en España continente europeo y con los cuales se logró tener contacto para cotizaciones e inquietudes, vía correo electrónico, obteniendo las siguientes respuestas de su parte.

YIWU QQcamp Co. Ltd.

- Tienda Sibley 4x4



- A. Parte superior de la tienda al inicio del umbral 4 M = 200cm
- B. altura de polea 4 M = 250cm
- C. altura del umbral 4 M = 160cm
- D. Altura de la pared 4M=60cm
- E. Diámetro 4M = 400cm
- F. Ventanas de aire con un mosquitero
- G. Ventanas de aire 4 con un mosquitero

- Tienda

Lona de algodón - 285g por metro cuadrado, de color crema, 4 salidas de aire con un mosquitero (F), 4 postal ventanas con mosquitero (G), Partes pueden descomprimir de tela impermeable y atar – tiras de algodón, Impermeable.

HOJA DE TIERRA

540g de PVC por metro cuadrado, Cremalleras en la tienda 10 cm de alto, pero está plano cuando descomprimido, el umbral tiene cremalleras adicionales para permitir que la sección de puerta de entrada al establecer los planos el resto de la hoja de tierra está comprimido en agujeros clavados para clavijas. Retardante de fuego.

POLOS

Acero galvanizado, poste central, poste del marco de puerta con pico en la parte superior de un caballete (Con arandela de goma redonda para proteger la lona más remachado agujero en la lona).

CLAVIJAS

24 (Para hoja de tierra y cuerdas individuales) de acero fuerte - no debe doblarse al martillar.

TENSORES

Buena calidad del cordón, 11 unidades y 1 extra largo para la puerta

BOLSA

Todos los contenidos de cremalleras, bolsa de transporte con asa. La bolsa es lo suficientemente grande como para hacer el embalaje de distancia fácil.

PESO TOTAL

22 kg

- Costos adicionales

Coste de la muestra: 220 USD

Pesos colombianos: \$ 648.119

Coste de la carga y envió + impuesto de aduana:

780USD

Pesos colombianos: \$ 2' 255.000

(UPS 7-10 días)

TOTAL INVERSION GLAMPING: \$ 2' 903.119

CanvasCamp

- SIBLEY 400 DELUXE
 - Tamaño y peso
 - Diámetro: 13 pies 1 pulgada
 - Centro Polo Altura: 8 pies y 2 pulgadas
 - altura A-marco de la puerta: 5 pies 1 pulgada
 - Ancho de la puerta: 5 pies 9 pulgadas
 - Tiene una área de 134ft 2
 - Altura lado de la pared: 2 pies
 - Peso: 55 libras
 - En caja Dimensiones: 40 "x 12" x 12 "

Incluye

YARDAS

Yarda cuadrada ripstop PVC, la cremallera de entrada / salida, completamente desmontable, 4 "de alto. Yarda cuadrada 100% tela de algodón. Tratado ligeramente por el agua, los rayos UV, resistencia al moho y la máxima transpirabilidad.

POLOS

1 polo central de acero niquelado con resorte con patas de goma. Nuestra duradera de níquel plateado robar polos tienen cables internos por resorte que guían las secciones del poste juntos por un montaje rápido y fácil. El polo central tiene una anilla de sujeción soldada que se puede utilizar para colgar una tienda interior o lámpara de araña.

POSTE	3/4 niquelado poste de acero en forma de A "con resorte con patas de goma. Puerta de la firma en forma de A de la Sibley permite una fácil entrada y salida, y sostiene el lienzo a 90 grados del suelo evitando la lluvia caiga en la tienda cuando entran y salen. Polos cargados por resorte se encajan de forma rápida para una fácil instalación y se pliegan juntas para tomar rápidamente hacia abajo y el almacenamiento organizado.
TENSORES	13 Tensores de 3 mm con tensores, deben estar vinculados por primera bola. Nuestra Serie Pro viene con cuerdas tensoras pre-adjunta y tensores para aquellos clientes que buscan un out-of-the-box establecido. Tensores de plástico evitan que los bordes de corte en las líneas del individuo y prolongar la vida de su tienda de campaña.
ESTACAS	13 estacas de acero. Las apuestas de lujo y las clavijas groundsheet están diseñados para facilitar la inserción y extracción de la tierra media, como la hierba o el suelo del bosque. Para vinculando una tela impermeable para suelos especialmente duro o rocoso, clavos D60 son baratos, de fácil origen, y se pueden colocar y quitar con un martillo estándar.
CLAVIJAS	Clavijas hoja de tierra.

VENTANAS Y RESPIRADORES

3-seeum sin cubierta de malla respiraderos pico. 4-seeum sin malla media luna ventanas con cremallera/lona. Cada Sibley se completa con ventanas y rejillas de ventilación cubiertas con una malla sin seeum para mantener los insectos a cabo mientras que proporciona ventilación y circulación de aire. Nuestras ventanas de media luna tienen cremallera hasta cubiertas para que pueda personalizar el nivel deseado de ventilación y privacidad. Cada ventana está equipado con cierres de lazo para mantener cuidadosamente las cubiertas cuando se descomprimen las ventanas.

- Diversos factores influyen en la duración de tu tienda: hasta 15 años.
 - El terreno sobre el que montes tu tienda.
 - La manera en la que instales tu tienda.
 - La forma de limpiarla y ordenarla.
 - La contaminación del aire, los rayos UV, etc.
 - Condiciones atmosféricas generales.
 - Impurezas naturales: arena, sal, excrementos, resina de los árboles, etc.
 - Contaminación casera: debido a la cocina.
 - Frecuencia de uso.
 - Ventilación.
- Costos adicionales

Coste de la muestra: 305€

Pesos colombianos: \$ 1'000.000

Coste de la carga y envío + impuesto de aduana:

700€

Pesos colombianos: \$ 2'300.000

(UPS 7-10 días)

TOTAL INVERSION GLAMPING: \$ 3' 300.000

Al realizar las anteriores cotizaciones se evidencia que las tiendas de acampar serán enviadas desde países diferentes al nuestro, es importante entrar entonces al tema de importación de productos a Colombia. Primeramente tener un concepto claro de lo que es importación, seguido de las clases de importación que existen y por ultimo conocer un poco acerca de la empresa encargada de realizar él envió los envíos que en este caso como opción de las empresas cotizadas fue la empresa FedEx Express. Para encontrar dicha información se tendrán varias fuentes de internet que serán nombradas a continuación:

Tabla 6. Conceptos y diferentes modalidades relacionadas con importación.

TEMA	DIRECCION WEB
Concepto de importación	https://krmmoblog.wordpress.com/importacion/ http://www.definicionabc.com/economia/importacion.php
Modalidades de importación	http://comercioleo.blogspot.com.co/2008/05/clases-de-importacion.html
Empresa Fedex Express	http://www.fedex.com/

- Concepto de importación

“La importación es el Régimen Aduanero mediante al cual se autoriza el ingreso legal de mercancías procedentes del exterior, para ser destinadas al consumo. Si bien es cierto que la importación es una actividad comercial de compra de un bien a un proveedor extranjero, es preciso puntualizar que ello debe significar el acto de introducir legalmente en un territorio aduanero una mercancía cualquiera.

Esta definición contiene dos elementos de fondo:

- Ingreso Legal

Es decir nacionalización de la mercancía a su paso por la aduana y el pago de los derechos de ley. Lo contrario significa contrabando.

- Territorio Aduanero

Donde las disposiciones de la legislación aduanera son plenamente aplicables. Es el territorio nacional de un estado. Sin embargo, determinadas partes del territorio nacional pueden estar excluidas de él, como es el caso de los puertos y zonas francas”.



Otro concepto de importación que puede aportar a la presente investigación es la siguiente:

“Se denomina importación a la acción comercial que implica y desemboca en la introducción de productos foráneos en un determinado país con la misión de comercializarlos. Básicamente, en la importación, un país le adquiere bienes y productos a otro.

Entonces, la importación lo que hace es trasladar de manera formal y legal productos que se producen en otro país y que son demandados para el consumo y el uso del país al que se llevan. Las importaciones, es decir, los productos que se importan, ingresan al país de recepción a través de las fronteras y normalmente están sujetos al pago de cánones que establece el país en cuestión. Asimismo, existen otras tantas condiciones que se imponen para regular esta actividad comercial.

El objetivo primordial que se persigue con la importación es el de poder adquirir, disponer, productos, bienes, que no se producen en un país y sí en otro, o que se consiguen más baratos en otra nación, o son de mejor calidad. Ahora bien, como en toda acción comercial, la importación,

implicará ventajas y desventajas. Por el lado de los beneficios, en el caso que los productos importados dispongan de un valor comercial menor, el consumidor se verá más alentado a adquirirlos y por caso, circulará más dinero. Y en cuanto a lo estrictamente negativo, nos encontramos con que si los productos importados tienen un valor muchos más bajo a sus símiles nacionales, eso sin dudas, terminará perjudicando a la industria nacional.

- Modalidades de importación

“De acuerdo con la legislación de comercio exterior colombiana (Decreto 2685 de 1999) se encuentran diferentes modalidades de importación, las cuales se definen a continuación:

- Importaciones Ordinarias

Es la importación de productos a nuestro país, de procedencia extranjera, con permanencia indefinida, y con libre disposición, pagando los tributos aduaneros necesarios y siguiendo los procedimientos establecidos.

- Importaciones con franquicia

Son las importaciones que por tratados, convenios o leyes, goza de exenciones a los tributos aduaneros parcial o total, pero queda en disposición restringida, según lo que diga el beneficio.

- Reimportación por perfeccionamiento pasivo

Es la reimportación de mercancía que fue exportada temporalmente para ser elaborada, reparada o transformada, y los tributos aduaneros van ligados al valor agregado en el exterior.

- Reimportación en el mismo estado

La mercancía que haya sido exportada temporalmente y no haya sido modificada en el exterior no pagara los tributos aduaneros, siempre y cuando se compruebe plenamente que la mercancía es la misma que fue exportada.

- Importación en cumplimiento de garantía

La mercancía que sea importada por cumplimiento de garantía del fabricante o remplazo de mercancía exportada previamente por defectuosa, no pagara tributos aduaneros.

- Importación temporal para reexportación en el mismo estado

Es la importación al territorio aduanero nacional, con suspensión de tributos aduaneros, de determinadas mercancías destinadas a la reexportación en un plazo señalado, sin haber experimentado modificación alguna, con excepción de la depreciación normal originada en el uso que de ellas se haga, y con base en la cual su disposición quedará restringida.

- Importación Temporal para perfeccionamiento activo

Es aquella importación temporal que permite recibir dentro del territorio aduanero colombiano, con suspensión total o parcial de derechos de importación, mercancías destinadas a ser reexportadas parcial o totalmente en un plazo determinado, después de haber sufrido transformación, elaboración o reparación, así como los insumos necesarios para estas operaciones. Bajo esta modalidad podrán importarse también las maquinarias, equipos, repuestos, y las partes o piezas para fabricarlos en el país, que vayan a ser utilizados en la producción y comercialización, en forma total o parcial, de bienes y servicios destinados a la exportación. Las clases de importación temporal para perfeccionamiento activo son: a) Importación temporal para perfeccionamiento activo de bienes de capital. b) Importación temporal en desarrollo de Sistemas Especiales de Importación - Exportación. c) Importación temporal para procesamiento industrial.

- Importación para transformación o ensamble

Es la modalidad bajo la cual se importan mercancías que van a ser sometidas a procesos de transformación o ensamble, por parte de industrias reconocidas como tales por la autoridad competente, y autorizadas para el efecto por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, y con base en la cual su disposición quedará restringida.

- Tráfico postal y envíos urgentes por avión

Podrán ser objeto de importación por esta modalidad los envíos de correspondencia, los paquetes postales y los envíos urgentes siempre que su valor no exceda de mil dólares de los Estados Unidos y requieran ágil entrega a su destinatario. La mercancía importada, según lo establecido para esta modalidad, queda en libre disposición.

- Entregas urgentes

La DIAN podrá autorizar sin trámite previo alguno, la entrega directa al importador, de determinadas mercancías que así lo requieran, bien sea porque ingresen como auxilio para damnificados de catástrofes o siniestros, por su especial naturaleza o porque respondan a la satisfacción de una necesidad apremiante. En los dos últimos casos, se causarán los tributos aduaneros a que haya lugar y la Aduana, si lo considera conveniente, exigirá garantía para afianzar la finalización de los trámites de la respectiva importación.

- Viajeros

La modalidad de importación de viajeros sólo es aplicable a las mercancías que no constituyan expedición comercial y sean introducidas por los viajeros. Para tales efectos, no se consideran expediciones comerciales aquellas mercancías que se introduzcan de manera ocasional y consistan exclusivamente en bienes reservados al uso personal o familiar, o bienes que estén destinados a ser ofrecidos como regalo, sin que por su naturaleza o su cantidad reflejen intención alguna de carácter comercial, hasta por un valor total de un mil quinientos dólares de los Estados Unidos (US\$ 1.500) o su equivalente y con franquicia del tributo único.

- Empresa FedEx Express

“FedEx Express inventó la distribución exprés y sigue siendo el líder global del sector, ofreciendo entregas rápidas, fiables y puntuales a más de 220 países y territorios, conectando mercados que suponen más del 90 por ciento del producto interior bruto mundial en un plazo de uno a tres días laborables. Sus rutas aéreas e infraestructura de transporte sin comparación, combinadas con tecnologías de la información de vanguardia, convierten a FedEx Express en la mayor compañía de

transporte express del mundo, que ofrece servicios rápidos y fiables para más de 3,6 millones de envíos cada día laborable.

- Servicio Expres

Nuestra extensa red global lo conecta rápidamente, en forma confiable, a más de 220 países y territorios con entregas garantizadas de puerta a puerta, con tiempo establecido.

- Para paquetes hasta 68 kg

Entregas garantizadas en tiempo definido con la exclusiva garantía de devolución de su dinero.

- Para paquetes de 68 kg o más

Controle el costo de sus envíos utilizando las opciones flexibles de recolección y entrega. Toda la carga debe poder apilarse, estar paletizada y envuelta en plástico. Cada pieza puede pesar de 68 kg a 1000 kg, o más con aprobación previa.

- Cargos Aduaneros

Importante - Los nuevos "Cargos Aduaneros" serán efectivas a partir del 4 de Enero de 2016.

Nombre del Servicio	Regla	Tarifa*
Servicio de Nacionalización para envíos con valor declarado hasta US\$2,000	Con base en valor declarado	Ver tabla a continuación.
Servicio de Liberación de Guía	Con base en el peso del envío	Menor o igual a 50 Kg.: COP \$58,400 Mayor a 50 Kg.: COP\$ 100,200

Valor Declarado del envío (USD)	Tarifa COP\$ *
0-10	\$0
10.01-50	\$34,800
50.01-100	\$45,900
100.01-300	\$55,800
300.01-500	\$66,900
500.01-1000	\$75,100
1000.01-1500	\$89,900
1500.01-2000	\$105,800

Estos cargos incluyen IVA

Información Importante

- Recargo Adicional por Manejo - No Apilable (AHS-NS)

A partir de Feb.25, 2013 para los envíos que no son apilables, un Recargo por Manipulación Adicional será aplicable. Para los servicios de carga FedEx Express, el recargo será de \$ 175 por envío.

- Peso Mínimo Facturable por los Embalajes de FedEx Express

A partir Enero 21, 2013 envíos de FedEx Express utilizando cajas y tubos de FedEx Express estarán sujetos a un peso mínimo facturable. El peso mínimo facturable será 4 kg para el tubo FedEx y de 1 kg para las cajas FedEx.

- Aranceles e Impuestos

Para asegurar una entrega rápida, FedEx prepa los aranceles de aduana e impuestos estimados de sus envíos, y deben ser reembolsados a FedEx en efectivo al momento de la entrega.

- Beneficios de Cuenta Corriente

FedEx le brinda a sus clientes preferenciales la conveniencia de cargar en una sola cuenta todos sus envíos, entrantes o salientes, cargos de aduana, o costos relacionados. Con una cuenta FedEx en vigencia no hace falta dinero en efectivo al recibir o enviar paquetes.

- Cargos Adicionales por Combustible

Todos los envíos están sujetos a un costo adicional ajustable por combustible. Esta cifra se ajustará mensualmente usando un promedio ponderado de la tasa USCG (US Gulf Coast) por galón de kerosén para aviones jet, según lo publica mensualmente el Departamento de Energía de EE.UU.

- Condiciones de Pago

El transporte debe pagarse dentro de los 30 días de la fecha de factura. Las facturas por aranceles y costos de aduana deben pagarse contra entrega.

- Límites de Responsabilidad

FedEx se hace responsable por pérdida, daño, retraso u otro reclamo con un límite de US\$100.00 ó US\$20.00 por kg de peso (se aplica el máximo valor), a menos que el remitente haya declarado un valor de mercancía superior y haya pagado el cargo correspondiente.

En conclusión con el tema relacionado a la importación y después de hacer la previa investigación de las clases que existen, se dice entonces de que la modalidad de importación que se maneja en el presente proyecto será la de tráfico postal y envíos urgentes por avión, dado a que el valor que esta importación contrae no exceda de mil dólares de los Estados Unidos, además de que es una entrega que se hará vía aérea lo que hace que sea una importación de ágil entrega a su destinatario, porque no supera el peso máximo de 50 kilogramos, lo que hace que el valor de aduana no influya en asuntos legales puesto que será un valor en pesos muy bajo.

2. Inversión en muebles al interior del Glamping

Como se mencionó previamente, el Glamping será equipado con muebles que permitirán una estadía completa del huésped. Como sugerencia de la Gerente de Agroparque las villas se hará una

cotización de muebles portátiles que al igual que el Glamping puedan trasladarse de un lugar a otro con una gran facilidad, esto dado a que si se llegara a implementar la idea en el Agroparque, los funcionarios

Decidirán sacar o trasportar el Glamping y todos su elementos solo cuando sea necesario, es decir cuando haya un reserva, un evento o algún suceso donde se tenga planeado el uso del Glamping para alguna estadía, de lo contrario ellos tienen en mente tener almacenado todos estos materiales en bodega, para que de esta manera se alargue la vida útil que tiene dicho Glamping y cada uno de sus complementos internos.

- Camas portátiles



- Características

Es perfecta para todo tipo de uso al aire libre y de interior. El marco de aluminio robusto y goma con punta de patas de acero permite la cuna ser cómoda, ligero y fácilmente portable. Con unas dimensiones de 75" de largo, por 25" de ancho y 18" de la tierra, la cuna permite mucho espacio y mantendrá hasta 250 libras todo se pliega en las dimensiones de 36" L x 7 "W x 4" H y pesa 12 libras. Esta cuna resistente al agua está recubierta de poliéster denier 600 y viene en color verde. Incluido con el capazo es una resistente Bolsa de transporte con correa para el hombro. Una vez sacado de la bolsa, la cuna está inmediatamente lista para configurar. Es ideal para los campistas, exploradores, e incluso el invitado inesperado de la casa.

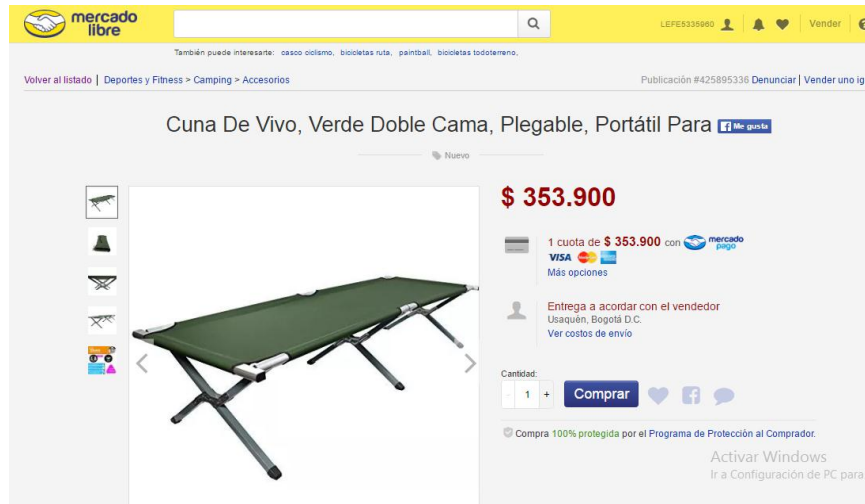
Alto: 11 cm

Largo: 96 cm

Peso: 1220

Ancho: 20 cm

El precio se cotiza vía internet, por la aplicación “Mercado libre” donde se llega a un precio de \$353.900 sin cargo en el envío.



- Closet portátiles



- Características

La cubierta de tela trae un ambiente de la ventilación para la ropa sin polvo y hediondos no tejidos. El guardarropa se utiliza para almacenar la ropa, zapatos, organiza el dormitorio. Varias capas, buenas para organizar la ropa, elegante en el aspecto, cubierta respirable. Espacio estupendo para el almacenaje. De múltiples funciones, fácil montar y desmontar.

El precio se cotiza vía internet, por la aplicación “Mercado libre” donde se llega a un precio de \$68.900, con un cargo de envío de \$20. 000 para un total de \$88.900.



Cama portátil	\$ 353.900
Closet portátil	\$ 88.900

TOTAL INVERSION ELEMENTOS INTERNOS: \$ 442.800

Se debe tener en cuenta para la inversión de estos elementos que la durabilidad de estas herramientas portátiles es de 5 a 7 años.

3. Inversión en electricidad

Los resultados de la siguiente cotización se consiguen después de visitar la Finca Agroparque las villas en compañía del señor CESAR VARGAS, maestro de construcción, quien al revisar toda la zona saco las siguientes conclusiones y la lista de materiales necesarias para instalaciones energía, así mismo el valor de la mano de obra y el tiempo que se gastara en dicha instalación.

Se hace un recorrido por las instalaciones de la finca, donde se concluye, que dado a que los Glamping Sibley que serán ubicados en la zona verde de la entrada de Agroparque las Villas, son totalmente desarmable y que existe la posibilidad de ser cambiados de sitios por algún motivo, la electricidad que debe ser manejada será la que se conoce como “Encauchetado” lo que hace referencia a que la energía que dará luz a los Glamping se operara por medio de extensiones conectadas desde la infraestructura hotelera existente dentro de Villa Liliana. Para lo cual se necesitan los siguientes materiales:

MATERIALES	VALOR
1 Extensión de 200 metros	330.000
1 Regulador de tomas	5.000
1 Interruptor de luz	4.300
1 Plafón	1.600
6 Metros dúplex centella	7.800
Mano de obra	50.000
TOTAL	<u>\$398.700</u>

El señor Cesar Vargas asegura que el tiempo de instalación de electricidad para los Glamping se hace en tan solo un día.

Cotización de la Ferretería:

“Deposito Fernández de la ciudad de Popayán”

DEPOSITO FERNÁNDEZ
 VENTA DE MATERIALES DE CONSTRUCCION
 Calle 14 No. 100-100, Popayán, Cauca, Colombia
 Teléfono: 321 734 77 70

FECHA: 13/05/16 COTIZACIÓN: N°: 28489

CLIENTE: *Ferretería Leon* C.C.O.NIT.:

Cant.	DETALLE	V. UNID.	V. TOTAL
1/2	caño		30000
1/2	caño		30000
300	caño 1/2" x 1/2" x 1650		330000
1	interruptor		4300
1	plafón		1600
6	caño dúplex x 14 pul	1300	7800
1	toma de caño		5000
1	mano		50000
			7
TOTAL \$			424600

4. Inversión construcción de un baño rural de 2 X 1.20

Como se mencionó antes, Agroparque las villas no posee un baño adicional o fuera de la infraestructura hotelera que permitiera ser usado en caso de que alguien decida pernoctar en los Glamping, lo que hace que deba hacerse una inversión en la construcción de un baño rural fuera de las instalaciones hoteleras.

En la misma visita al Agroparque y aprovechando los conocimientos del señor Cesar Vargas se hace la cotización de la construcción del baño, con materiales, mano de obra y tiempo empleado, arrojando la siguiente información. Dado a que el lugar cuenta con alcantarillado se hace más fácil la instalación de aguas que requiere la construcción de un baño y por el cual se necesita los siguientes materiales:

MATERIALES	VALOR
8 bultos de cemento gris	224.000
16 tubos strio 4 tubosa	992.000
15 uniones St 4 tubosa	39.000
1 sifon 3 tubosa	3.500
1 Codos 45 c X c 3 tubosa	2.600
1 Codos 90 c X c 4 tubosa	3.800
2 Codos 90 c X c 2 tubosa	2.600
2 Tb cond ½ Tubosa	7.000
1 caja octagonal tubosa	1.100
1 caja 4 X 2 tubosa	800
1 Sol ¼ - Megasolder	29.000
12 Malla Vena	42.000
5 Tejas 8 eternit	160.000
20 Amarras	2.000
Pared océano bige	446.000
Piso pizarra	78.400
Cobo sanitario	209.000
Mano de obra	1'000.000

TOTAL INVERSION BAÑO RURAL: 3'242800

- Total inversión Hospedaje Rural Tendencia Glamping.

Empresa YIWU QQcamp Co. Ltd.

Inversión Glamping	\$ 2' 903. 119
Inversión muebles internos	\$ 442.800
Inversión electricidad	\$ 398.700
Inversión baño rural	\$ 3'242.800
TOTAL INVERSION DE HOSPEDAJE RURAL	<u>\$ 6'987.419</u>

Empresa Canvas Camp

Inversión Glamping	\$ 3' 300.000
Inversión muebles internos	\$ 442.800
Inversión electricidad	\$ 398.700
Inversión baño rural	\$ 3'242.800
TOTAL INVERSION DE HOSPEDAJE RURAL	<u>\$ 7'784.300</u>

Con la información anterior se tienen entonces el resultado total de cuál sería la inversión que debe hacerse para poder instalar un Glamping dentro de Agroparque las villas con todos los elementos necesarios para dar al huésped una estadía completa y satisfactoria, se obtiene dos resultados como propuesta para la gerente de Agroparque las villas quien decidirá con cuál de las dos empresas que se logró cotizar quiere hacer el proceso de compra. La primera de ellas YIWU QQcamp Co. Ltd. Con un precio total de \$ 6'987.419 y la segunda empresa Canvas Camp \$ 7'784.300.

Teniendo el valor total de inversión, se puede hacer un cálculo general de cómo podría recuperarse el capital invertido y en qué tiempo si se hiciera la compra. Haciendo un cálculo general con la tarifa actual de hospedaje manejada por Agroparque las villas que hace referencia a \$ 60.000 por persona, se presenta continuación un simulacro de recuperación de capital:

- RECUPERACION DEL CAPITAL

- Empresa YIWU QQcamp Co. Ltd.

Hospedaje por día = \$60.000

\$ 60.000 X 7 días o 1 semana = \$ 420.000

Semanalmente se recupera: \$420.000

Mensualmente se recupera: \$1'680.000

Si hacemos un cálculo general y multiplicamos el valor de la noche en días podríamos decir que en aproximadamente 116 días se podría recuperar el capital	Si hacemos un cálculo general y multiplicamos el valor de la noche por meses podríamos decir que en aproximadamente 4 meses y una semana se podría recuperarse el capital.
$\\$ 60.000 \times 116 \text{ días} = \\$ 6'960.000$	$(\\$ 1'680.000 \times 4 \text{ meses}) + 420.000 \text{ una semana} = \\$ 7'140.000$

- Empresa Canvas Camp

Hospedaje por día = \$60.000

\$ 60.000 X 7 días o 1 semana = \$ 420.000

Semanalmente se recupera: \$420.000

Mensualmente se recupera: \$1'680.000

Si hacemos un cálculo general y multiplicamos el valor de la noche en días podríamos decir que en aproximadamente 130 días se podría recuperar el capital	Si hacemos un cálculo general y multiplicamos el valor de la noche por meses podríamos decir que en aproximadamente 4 meses y una semana se podría recuperarse el capital.
$\\$ 60.000 \times 130 \text{ días} = \\$ 7'800.000$	$(\\$ 1'680.000 \times 4 \text{ meses}) + 1'260.000 \text{ tres semanas} = \\$ 7'980.000$

Es importante tener en cuenta que todos los precios que se consultaron anteriormente se sostendrán hasta febrero del año 2017.

3.2.3 Diseño de encuestas que se presentaran a los visitantes de Agroparque las villas para obtener la posible demanda que tendrá el nuevo portafolio de alojamiento

Lo visitantes que llegan al Agroparque serán los encargados de dar el visto bueno o no a la idea que se tiene en marcha de crear un nuevo portafolio de alojamiento rural, esto con el fin de saber que tan agradable o llamativa es la propuesta de que ellos puedan pernoctar en tiendas de campañas, con comodidades similares a las de un hotel pero en las zonas rurales que tiene Agroparque las Villas.

Para tener control de esta información, se pretende realizar un sondeo por medio de encuestas que serán entregadas a los turistas que lleguen a hospedarse en dicho lugar. Serán estas encuestas las que ratifiquen la viabilidad o no viabilidad del proyecto en marcha, asimismo al analizar los resultados se podrá conocer si se debe o no efectuar modificaciones a la oferta que hasta el momento se ha estructurado, además de que se podrá conocer si los turistas están dispuestos a pagar una tarifa mayor por pernoctar en esta nueva modalidad.

A continuación se presenta el modelo de la encuesta que será repartida a cada uno de los visitantes que lleguen al Agroparque:



La modalidad **GLAMPING**, se refiere a tiendas de acampar pero con comodidades similares a las de un cuarto de hotel. Podrás disfrutar de una confortable habitación pero esta estará dentro de una Carpa en medio de la naturaleza.

Genero

Hombre Mujer

Edad

Entre 18 y 25 años Entre 26 y 35 años
 Entre 36 y 45 años Más de 45 años

1. ¿Había escuchado antes acerca de la modalidad Glamping?

Sí No

2. Del 1 al 4 ¿Que tan llamativa le resulta esta nueva modalidad de alojamiento?

1. Nada llamativa	<input type="checkbox"/>
2. Poco llamativa	<input type="checkbox"/>
3. llamativa	<input type="checkbox"/>
4. Muy llamativa	<input type="checkbox"/>

3. ¿Si se construyeran estos Glamping dentro del Agroparque las villas para que los visitantes puedan hospedarse dentro de ellos usted lo usaría?

Sí No

4. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por persona y por una sola noche en el Glamping, incluyendo los servicios que presta Agroparque (Desayuno, Sendero ecológico, piscina, parqueadero, zonas verdes)?

Entre 60 y 80 mil pesos Entre 80 y 100 mil pesos Más de 100 mil pesos

Gracias por su aporte.

3.2.4 Inventario del número de encuestas realizadas

Las encuestas se pretenden realizar dentro del Agroparque las villas en los diferentes eventos que dicha empresa efectúe, estas encuestas serán echas presencialmente por la estudiante líder del proyecto, la cual explicara previo a ejecutar la encuesta sobre el tema Glamping, su significado, su estructura y como se pretende imponer dentro del Agroparque.

Después de consultar con los administrativos de Agroparque las villas sobre los eventos que se efectuaran y del marco de personas que asistirán, se hace un sondeo general del número de encuestas que se pueden hacer dentro de dichos eventos y se llegó a tener una meta de 500 encuestas en 3 eventos que se harán consecutivos dentro de la finca.

Después de tener el total de las encuestas serán tabuladas en el programa sistemático SPSS “programa estadístico informático usado en las ciencias exactas, sociales y aplicadas, además de las empresas de investigación de mercado” dicho programa arrojará resultados más exactos de la información recogida en las encuestas y permitirá una visualización más clara de la viabilidad del proyecto por medio de porcentajes puntuales que decidirán si es o no factible el diseño de un portafolio de alojamiento rural bajo la tendencia Glamping dentro del Agroparque las villas.

3.2.5 Análisis de los resultados arrojado por las encuestas realizadas

	Edad	Genero	Conocimiento	Interes	Uso	Pago	var
1	31 a 40 años	Hombre	No	Llamativa	Si 80.000 y 100.000...		
2	18 a 25 años	Hombre	No	Llamativa	Si 60.000 a 80.000...		
3	31 a 40 años	Hombre	No	Llamativa	Si mas de 100.000...		
4	31 a 40 años	Mujer	No	Muy llamativa	Si 60.000 a 80.000...		
5	Mas de 45 años	Mujer	No	Muy llamativa	Si 60.000 a 80.000...		
6	Mas de 45 años	Mujer	No	Muy llamativa	Si 60.000 a 80.000...		
7	18 a 25 años	Mujer	No	Muy llamativa	Si 60.000 a 80.000...		
8	18 a 25 años	Mujer	No	Muy llamativa	Si 80.000 y 100.000...		
9	18 a 25 años	Hombre	Si	Muy llamativa	Si 60.000 a 80.000...		
10	26 a 30 años	Hombre	No	Llamativa	Si 60.000 a 80.000...		
11	18 a 25 años	Mujer	No	Llamativa	Si 60.000 a 80.000...		
12	26 a 30 años	Hombre	No	Llamativa	Si 60.000 a 80.000...		
13	Mas de 45 años	Mujer	No	Muy llamativa	Si 60.000 a 80.000...		
14	26 a 30 años	Mujer	No	Muy llamativa	Si 60.000 a 80.000...		
15	Mas de 45 años	Mujer	No	Muy llamativa	Si 60.000 a 80.000...		
16	31 a 40 años	Hombre	No	Muy llamativa	Si 80.000 y 100.000...		
17	Mas de 45 años	Hombre	No	Muy llamativa	Si 60.000 a 80.000...		
18	Mas de 45 años	Hombre	Si	Muy llamativa	Si 60.000 a 80.000...		
19	Mas de 45 años	Mujer	No	Muy llamativa	Si 80.000 y 100.000...		
20	18 a 25 años	Hombre	No	Llamativa	Si 80.000 y 100.000...		
21	Mas de 45 años	Hombre	No	Llamativa	Si 80.000 y 100.000...		
22	Mas de 45 años	Mujer	No	Muy llamativa	Si 60.000 a 80.000...		
23	31 a 40 años	Mujer	No	Muy llamativa	Si 80.000 y 100.000...		

	Edad	Genero	Conocimiento	Interes	Uso	Pago	var
480	18 a 25 años	Mujer	No	Llamativa	Si 80.000 y 100.000...		
481	Mas de 45 años	Mujer	No	Muy llamativa	Si 60.000 a 80.000...		
482	26 a 30 años	Mujer	No	Muy llamativa	Si 60.000 a 80.000...		
483	31 a 40 años	Hombre	No	Llamativa	Si 60.000 a 80.000...		
484	31 a 40 años	Mujer	No	Muy llamativa	Si 60.000 a 80.000...		
485	26 a 30 años	Mujer	No	Llamativa	Si 60.000 a 80.000...		
486	31 a 40 años	Mujer	No	Muy llamativa	Si 60.000 a 80.000...		
487	31 a 40 años	Mujer	No	Llamativa	Si 60.000 a 80.000...		
488	18 a 25 años	Hombre	No	Llamativa	Si 60.000 a 80.000...		
489	26 a 30 años	Mujer	No	Llamativa	Si 60.000 a 80.000...		
490	31 a 40 años	Mujer	No	Muy llamativa	Si 60.000 a 80.000...		
491	26 a 30 años	Hombre	No	Llamativa	Si 60.000 a 80.000...		
492	18 a 25 años	Mujer	No	Llamativa	Si 60.000 a 80.000...		
493	26 a 30 años	Mujer	No	Llamativa	Si 60.000 a 80.000...		
494	Mas de 45 años	Hombre	No	Muy llamativa	Si 60.000 a 80.000...		
495	26 a 30 años	Mujer	No	Llamativa	Si 80.000 y 100.000...		
496	Mas de 45 años	Mujer	No	Muy llamativa	Si 80.000 y 100.000...		
497	18 a 25 años	Hombre	No	Llamativa	Si 80.000 y 100.000...		
498	18 a 25 años	Hombre	No	Llamativa	Si 80.000 y 100.000...		
499	Mas de 45 años	Mujer	No	Muy llamativa	Si 60.000 a 80.000...		
500	31 a 40 años	Mujer	No	Muy llamativa	Si 80.000 y 100.000...		
501							
502							

Después de tabular las 500 encuestas en el programa SPSS como se acordó en la anterior actividad se dará evidencia del resultado de cada pregunta formulada en la encuesta que se realizó a los visitantes de Agroparque las villas, cada pregunta con un análisis numérico exacto de cuantas personas estuvieron o no estuvieron de acuerdo a cada interrogante planteado, además de un análisis proyectado en un gráfico para una mayor claridad de los resultados arrojados a dichas encuestas.

1. Edad

Edad			
18 a 25 años	26 a 30 años	31 a 40 años	Más de 45 años
106	103	163	128

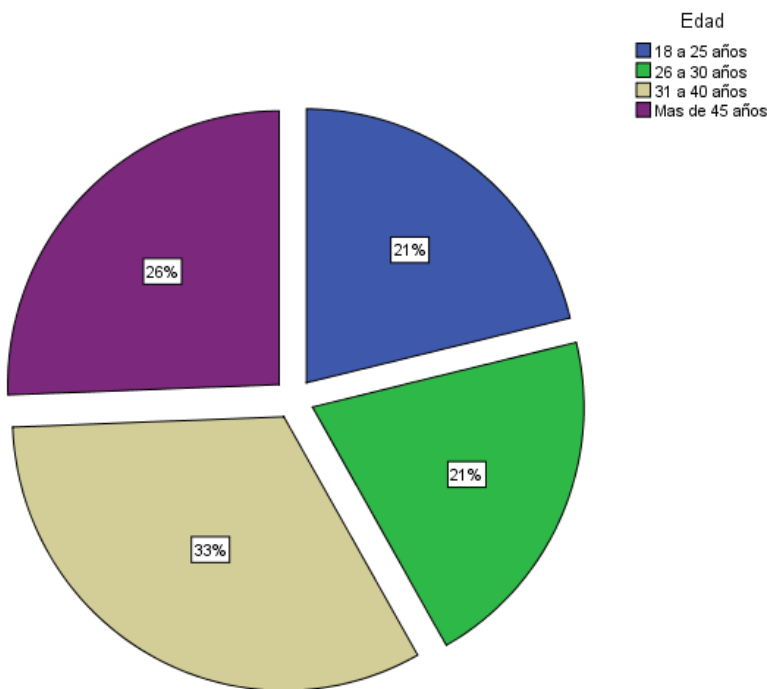
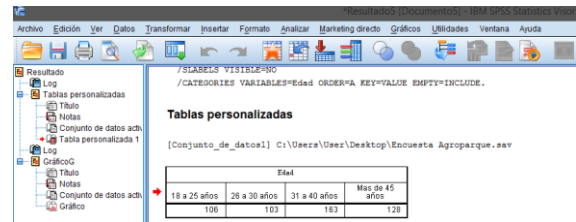


Gráfico 1. Personas encuestadas - análisis edad

Según la información recogida en este ítem de la encuesta se puede hacer el siguiente análisis:

La mayoría de las personas encuestadas se encuentran en el rangos de edad de 31 a 40 años con un 33% seguido de personas mayores a 45 años de edad con un porcentaje del 26% y en tercero y cuarto lugar se encuentran personas en rangos de edad de 18 a 25 años y de 26 a 30 años con un porcentaje igual del 21%.

Con lo anterior se puede intuir que el perfil de los turistas que llegan a Agroparque las villas en su mayoría son personas mayores a 30 años.

2. Genero

Genero	
Mujer	Hombre
287	213

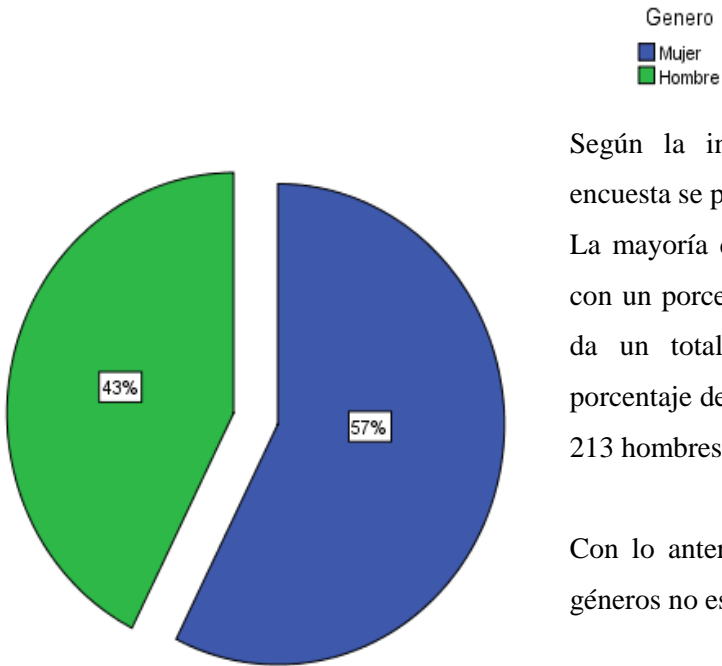
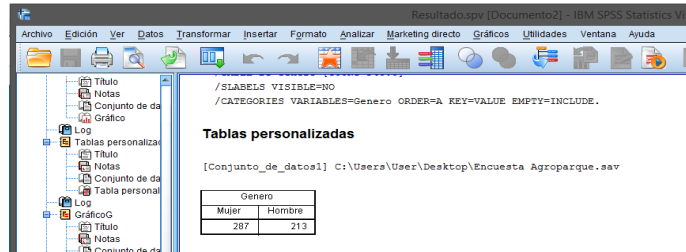


Gráfico 2. Personas encuestadas - análisis género

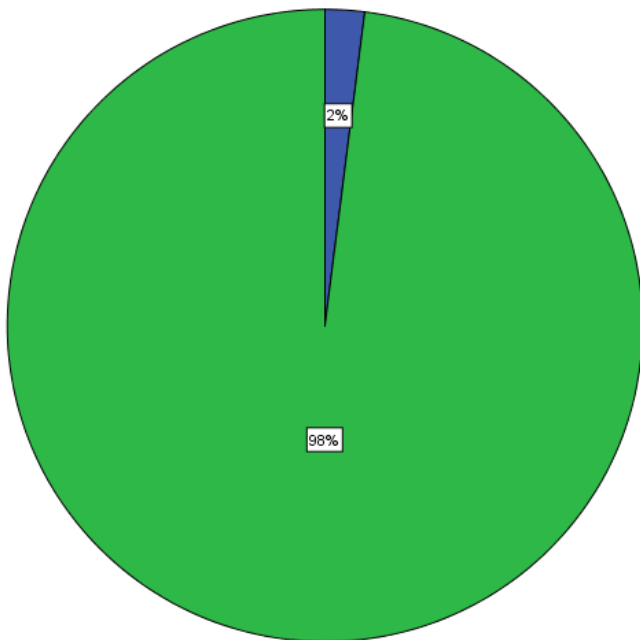
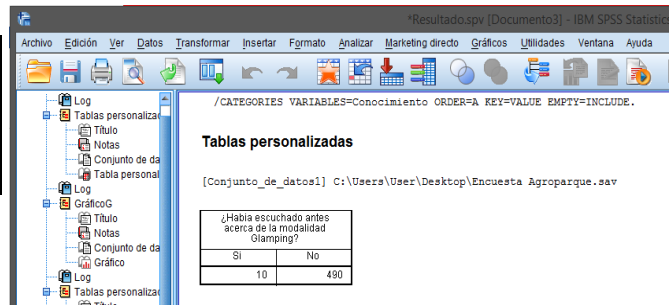
Según la información recogida en este ítem de la encuesta se puede hacer el siguiente análisis:

La mayoría de las personas encuestadas fueron mujeres con un porcentaje del 57% que en números más exactos da un total de 287 mujeres encuestadas frente al porcentaje de los hombres que llegaron a un 43% es decir 213 hombres encuestados.

Con lo anterior se puede intuir que la diferencia entre géneros no es muy relevante.

3. ¿Había escuchado antes acerca de la modalidad Glamping?

¿Había escuchado antes acerca de la modalidad Glamping?	
Si	No
10	490



¿Había escuchado antes acerca de la modalidad Glamping?

- Si
- No

Según la información recogida en la primera pregunta de la encuesta se puede hacer el siguiente análisis:

Debido a que la tendencia Glamping es novedad en nuestro continente y que es desconocida en nuestro país la mayoría de las personas son ignorantes a dicha modalidad de turismo como es reflejado en la encuesta realizada con un 98% de desconocimiento y solo 10 personas de 500 encuestadas tiene conocimiento de la tendencia

Gráfico 3. Personas encuestadas - análisis conocimiento de la tendencia Glamping

4. Del 1 al 4 ¿Que tan llamativa le resulta esta nueva modalidad de alojamiento? Siendo 1 Nada llamativa, 2 Poco llamativa, 3 Llamativa y 4 Muy llamativa.

Del 1 al 4 ¿Que tan llamativa le parece esta modalidad? siendo 1 Nada llamativa, 2 Poco llamativa, 3 Llamativa y 4 Muy llamativa.			
Nada llamativa	Poco llamativa	Llamativa	Muy llamativa
Recuento	Recuento	Recuento	Recuento
0	0	219	281

IBM SPSS Statistics - Resultado.spv [Documento2] - IBM SPSS Statistics

FILE BY INTERES [COUN: PSU-U] /CATEGORIES VARIABLES=Interes ORDER=A KEY=VALUE EMPTY=INCLUDE.

Tablas personalizadas

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\User\Desktop\Encuesta Agroparque.sav

Del 1 al 4 ¿Que tan llamativa le parece esta modalidad? siendo 1 Nada llamativa, 2 Poco llamativa, 3 Llamativa y 4 Muy llamativa			
Nada llamativa	Poco llamativa	Llamativa	Muy llamativa
Recuento	Recuento	Recuento	Recuento
0	0	219	281

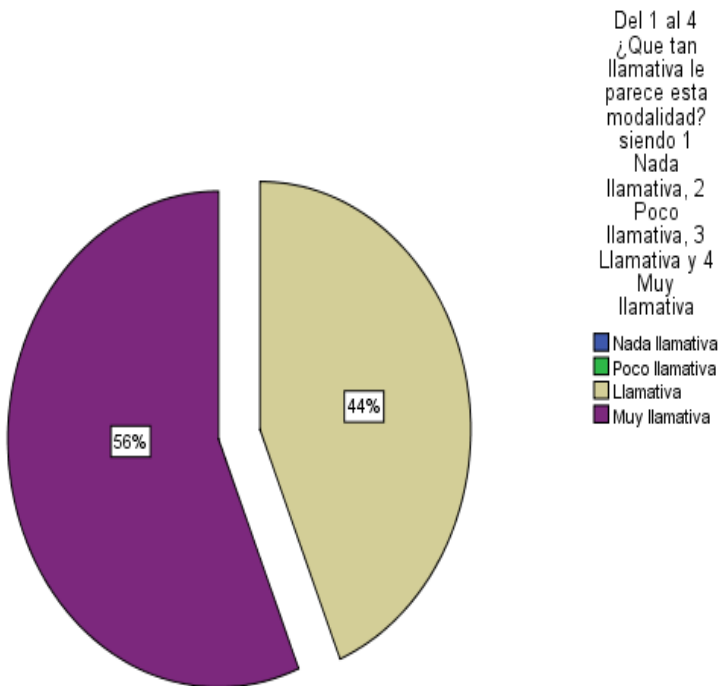


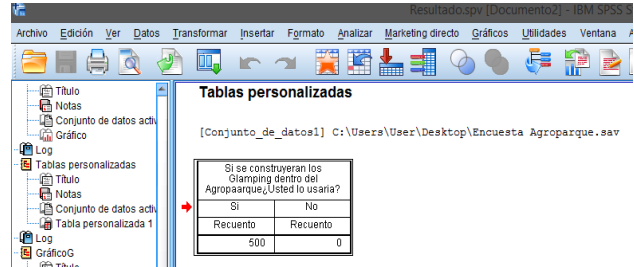
Gráfico 4. Personas encuestadas - análisis de interés con respecto a la tendencia Glamping

Según la información recogida en la segunda pregunta de la encuesta se puede hacer el siguiente análisis:

Esta propuesta de alojamiento rural trae consigo innovación y una perspectiva que intriga a las personas a poder ver físicamente estructuras tan nuevas en el sector turismo, esto se refleja en el resultado del presente ítem, dado a que los visitantes encuestados solo dieron respuestas a dos de las elecciones presentadas y estas fueron la opción llamativa y muy llamativa, la primera con un 44% y la segunda con un 56% dejando así a las otras opciones nada llamativa y poco llamativa con un 0% lo que da a entender que esta propuesta de alojamiento rural trae consigo una aceptación total de las personas

5. Si se construyeran los Glamping dentro del Agroparque las Villas ¿usted lo usaría?

Si se construyeran los Glamping dentro del Agroparque ¿Usted lo usaría?	
Si	No
Recuento	Recuento
500	0



Si se construyeran los Glamping dentro del Agroparque ¿Usted lo usaría?

■ Si
■ No

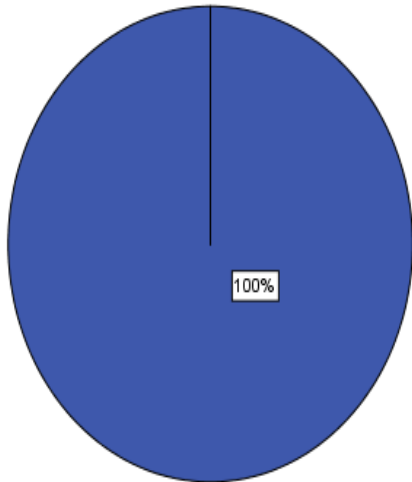


Gráfico 5.

Personas encuestadas - análisis uso del Glamping

Según la información recogida en la tercera pregunta de la encuesta se puede hacer el siguiente análisis:

Como se ha comentado anteriormente esta tendencia Glamping resulto ser de gran atracción para las personas encuestadas, la perspectiva de que sean construidos dentro de la ciudad de Popayán, más exactamente en el Agroparque las villas da el resultado de que todas las 500 personas participantes de la encuesta hayan respondido que si usarían este modo de alojamiento con un 100% en dicha respuesta.

6. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por persona y por una sola noche en el Glamping, incluyendo los servicios que presta Agroparque (Desayuno, Sendero ecológico, piscina, parqueadero, zonas verdes)?

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por persona en los Glamping, incluyendo todos los servicios que presta Agroparque las villas?		
60.000 a 80.000 mil pesos	80.000 y 100.000 pesos	más de 100.000 pesos
Recuento	Recuento	Recuento
358	128	14

Tablas personalizadas

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\User\Desktop\Encuesta Agroparque.sav

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por persona en los Glamping, incluyendo todos los servicios que presta Agroparque las villas?		
60.000 a 80.000 mil pesos	80.000 y 100.000 pesos	más de 100.000 pesos
Recuento	Recuento	Recuento
358	128	14

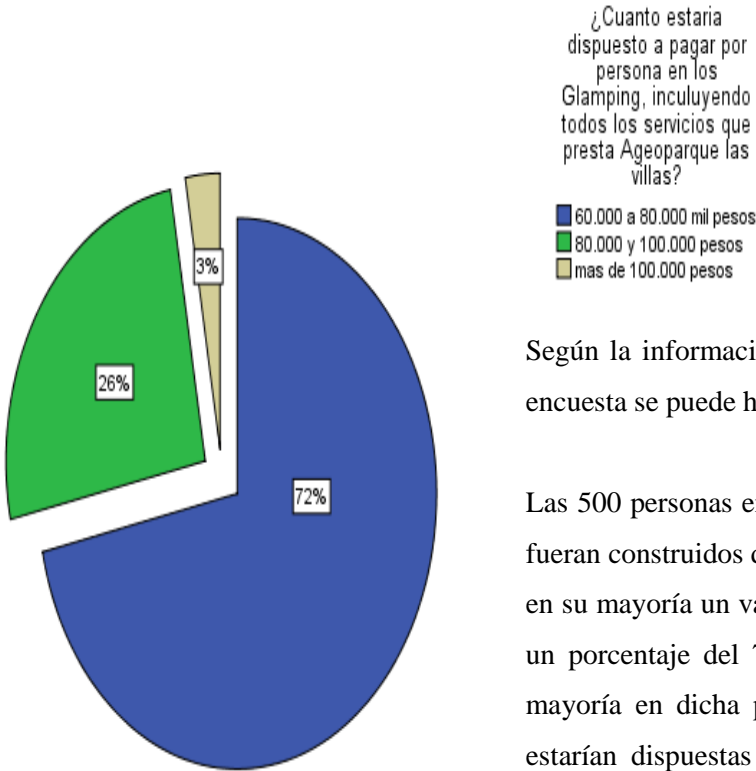


Grafico 6. Personas encuestadas - análisis presupuesto para uso del Glamping

Según la información recogida en la cuarta pregunta de la encuesta se puede hacer el siguiente análisis:

Las 500 personas encuestadas decidieron que si los Glamping fueran construidos dentro del Agroparque las villas pagarían en su mayoría un valor de 60.000 a 80.000 mil pesos, con un porcentaje del 72% es decir 358 personas ganaron en mayoría en dicha pregunta, seguida de 128 personas que estarían dispuestas a pagar de 80.000 mil a 100.000 mil pesos con un porcentaje de 26% el en su minoría un 3% es decir 14 personas pagarían más de 100.000 pesos por pernoctar una noche dentro de los Glamping.

3.3 CONCLUSIONES

En el presente objetivo se logró visualizar un sondeo de mercado donde se pudo identificar la aceptación total de la propuesta para la prestación del servicio Glamping. Una parte de este sondeo se dio al realizar la investigación acerca de la posible inversión de capital en tiendas Glamping para Agroparque las villas con todos los gastos que esta genera y así se arrojó un resultado de recuperación de capital invertido, dicha investigación se realizó virtualmente debido a que las tiendas de acampar que se adecuan para la tendencia Glamping son fabricadas y originadas en países Europeos, encontrando así dos empresas que nos facilitó cotizaciones específicas de todo lo que incluía traer una carpa de acampar Glamping a nuestro continente y por consiguiente a Colombia y más específicamente a la ciudad de Popayán, lo anterior incluye entonces los materiales y herramientas necesarias para implementar el Glamping dentro del Agroparque las villas y los impuestos que generan una importación de un productos de un país a otro. Además se cotizó los elementos complementarios para dicha modalidad, como lo son las camas y los closets que se instalaran dentro de dichas tiendas, así mismo instalaciones de energías y un baño opcional para hacer de la tendencia Glamping un servicio de alojamiento completo y satisfactorio para los visitantes de Agroparque as villas.

En segundo lugar y para dar cierre al tercer objetivo se ratifica la viabilidad de la presente propuesta con la opinión de las personas que visitan Agroparque y esto se realizó por medio de encuestas físicas hechas a 500 visitantes distribuidos en 3 eventos que se dieron lugar en el Agroparque las villas, sondeo que corroboró que la tendencia Glamping como alojamiento rural si es llamativa y atractiva para la totalidad de las individuos encuestados, dando así también una seguridad de que el 100% de la personas participantes de la encuesta usarían y pernoctarían dentro de estas tiendas de acampar.

Como conclusión final del tercer objetivo se tiene entonces que en cuanto al capital que se debe invertir para traer y establecer como tal la tendencia Glamping dentro del Agroparque las villas como alojamiento rural es viable, debido a que el dinero que se pretende invertir no es una suma muy alta y es de fácil recuperación en poco tiempo. También es de gran importancia concluir que el 100% de las personas encuestadas están a favor de la construcción de dichas tiendas de acampar y que además ese 100% de personas encuestadas estarían dispuesta a pernoctar y a pagar un valor agregado para dicha visita.

4. DISEÑAR LA ESTRATEGIA DE PORTAFOLIO DE SERVICIO DE ALOJAMIENTO RURAL BAJO LA TENDENCIA GLAMPING.

Después de haber desarrollado cada uno los anteriores objetivos se hace indispensable desplegar como tal la propuesta final del diseño de un portafolio de servicio de alojamiento rural bajo la tendencia Glamping para el Agroparque las villas de la ciudad de Popayán. Dicho portafolio sustentado y argumentado bajo los resultados obtenidos de toda la investigación que a lo largo se ha venido desarrollando en el presente trabajo escrito.

4.1 METODOLOGÍA

Para hacer un recuento del presente trabajo y tener más clara la información que a lo largo se ha obtenido, será de vital importancia hacer un resumen basado en cada una de las conclusiones finales que se hizo en los objetivos desarrollados hasta el momento, lo cual será la conexión directa para el desarrollo final del diseño un nuevo servicio de alojamiento rural bajo la tendencia Glamping.

4.2 ACTIVIDADES

4.2.1 Análisis de las conclusiones anteriores, para una mejor estructuración de la estrategia final del portafolio de alojamiento rural bajo la tendencia Glamping

Para el primer objetivo se obtuvo como conclusión el resumen de lo que es como tal la tendencia Glamping, todo acerca de su origen, su historia, los estilos físicos existente en cuanto a estructura y después de revisar esa información se decide además que infraestructura y que grado o nivel de glamur tendrá dicha tendencia dentro del Agroparque las villas: “El Glamping que combina glamur y campings, satisface al turista con comodidad en medio de un ambiente natural y campestre. Es tan amplia dicha tendencia que se clasifica en distintas modalidades dependiendo de dos factores, los cuales son: Servicio que presta; Tiendas de lujo, de primera categoría y de segunda categoría y por la Infraestructura física; están las Clásicas: Yurtas, Tipis, tiendas de lujo, domos; y las modernas: Sibley y tipis” “Se concluye y se decide por parte del estudiante quien realiza el presente trabajo,

diseñar la estrategia de portafolio de servicio de alojamiento rural para la empresa Agroparque mediante la tendencia Glamping con un servicio de segunda categoría y con una infraestructura Sibley”.

Para el segundo objetivo se pudo conocer más a fondo todo lo relacionado a la finca Agroparque las villas, su historia, su estructura, sus servicios, sus trabajadores, además algunos datos precisos de las visitas que se generan y el capital que reciben por dichas visitas. Lo anterior también conlleva a definir en qué lugar geográfico del Agroparque serán establecidas las carpas de acampar Glamping y cuáles de los servicios existentes dentro del presente portafolio de servicios que presta Agroparque será incluido o no incluido al nuevo portafolio de alojamiento rural: “El establecimiento se encuentra constituido por 3 villas, llamadas Villa Liliana, Villa Sandra y Villa Cecilia, cada una de ellas con una especialidad diferente pero sin perder la esencia de ser una sola empresa. La primera villa es la encargada de recibir al turista, puesto que es en ella donde se ubica todo lo relacionado con el hospedaje, la segunda villa, se encarga de mostrar al cliente el proceso del café en todos sus ámbitos, y por último la tercera villa apoderada de exponer la diversidad de ganado existente en Agroparque las Villas” “4 de 5 de los servicios fueron de mayor interés para el cliente: Parqueadero, Piscina, recorrido ecológico y salón de eventos, en la parte hotelera se obtuvo un menor interés dado a que la mayoría de ingresos al Agroparque son solo visita de día y aquellas que involucrar pernoctar no son tan constantes. En este punto es evidente que todos los servicios que se clasificaron de mayor interés serán incluidos y el hecho de que el hotel no clasificara en este grupo, es una ventaja para el nuevo portafolio de servicio de alojamiento rural, dado que la idea de dicho diseño impide que el servicio de hotelería que se encuentra actualmente en este sitio sea inmerso en el portafolio, puesto que al diseñar la nueva propuesta el alojamiento ya no se haría dentro del hotel existente en el Agroparque, si no en los Glamping que se construyan en la zona verde escogidas, llegando a la conclusión final de que los servicios que se incluirán en el diseño del portafolio de servicio de alojamiento rural serán: parqueadero, piscina, salón de eventos y recorrido por el sendero ecológico”

Para el tercer objetivo se logró obtener datos numéricos y análisis a fondo acerca del capital que debe ser invertido para llevar a cabo la implementación de la tendencia Glamping en Agroparque las villas, además de un sondeo de satisfacción y aceptación por parte de los visitantes del establecimiento por medio de encuestas que fueron realizadas, tabuladas y analizadas con ayuda de programas informáticos, lo cual conlleva a dar plena satisfacción y aceptación para el diseño del

presente portafolio de alojamiento rural: “La investigación se realizó virtualmente debido a que las tiendas de acampar que se adecuan para la tendencia Glamping son fabricadas y originadas en países Europeos, encontrando así dos empresas que nos facilitó cotizaciones específicas de todo lo que incluía traer una carpa de acampar Glamping a nuestro continente y por consiguiente a Colombia y más específicamente a la ciudad de Popayán, lo anterior incluye entonces los materiales y herramientas necesarias para implementar el Glamping dentro del Agroparque las villas y los impuestos que generan una importación de un productos de un país a otro. Además se cotizo los elementos complementarios para dicha modalidad” “En segundo lugar y para dar cierre al tercer objetivo se ratifica la viabilidad de la presente propuesta con la opinión de las personas que visitan Agroparque y esto se realizó por medio de encuestas físicas hechas a 500 visitantes distribuidos en 3 eventos que se dieron lugar en el Agroparque las villas, sondeo que corroboró que la tendencia Glamping como alojamiento rural si es llamativa y atractiva para la totalidad de las individuos encuestados, dando así también una seguridad de que el 100% de la personas participantes de la encuesta usarían y pernoctarían dentro de estas tiendas de acampar”.

4.2.2 Estructurar la propuesta de diseño de estrategia de portafolio de servicio de alojamiento rural bajo la tendencia “Glamping” para el Agroparque las villas.

Después de recopilar toda la información que se propuso como meta para la realización final de un diseño de estrategia de portafolio de servicio de alojamiento rural bajo la tendencia Glamping para Agroparque las villas se presenta a continuación el resultado de dicha compilación:

PORTAFOLIO DE SERVICIOS



Agroparque Las Villas es el resultado de una trayectoria familiar, la cual inicio con la compra de un pequeño lote en el año de 1970, el cual tuvo como fin ser la finca de recreo de una familia típica de la meseta de Popayán. Poco a poco, al familia inició el cultivo, el cual se fue expandiendo cada vez más, lo que implicó el crecimiento de las actividades y la organización de las zonas de recreo de manera pausada pero constante, reflejando el esfuerzo y cariño que el grupo familiar colocó en el desarrollo de este proyecto, buscando especialmente el bienestar de todos sus integrantes.

MISION:

Brindar espacios de sano esparcimiento y conocimiento frente a temas agropecuarios, al igual que espacios para el desarrollo de eventos, logrando que sus visitantes puedan gozar de una experiencia lúdica y a la vez formativa, gracias a la estructuración de un importante proyecto ecológico centrado en la protección del medio ambiente y la sostenibilidad.

VISION:

En el año 2015 Agroparque las villas será reconocida como uno de los centros de esparcimiento y desarrollo de eventos más importantes del departamento de Cauca, especialmente por sus dinámicas agropecuarias y medioambientales, lo que les permitirá ser ejemplo de proyectos empresariales con sentido ambiental, que propende por la conservación ambiental y la sensibilización del agroturismo.

CERTIFICACIONES:

Gracias al importante trabajo que viene realizando frente al cultivo de Café y el manejo de cabezas de ganado, el Agroparque Las Villas ha logrado obtener diferentes certificaciones como:



Raint Forest Alliance



Nespresso AAA



Buenas Prácticas Ganaderas

Igualmente, el Agroparque Las Villas viene trabajando en pro del medio ambiente, estableciendo procesos de protección y cuidado, que permitan mantener la flora y fauna, por lo cual hace parte de:



Fundación Red de Experiencias Ambiental



Cafiambiente del Cauca



Círculos de Excelencia Tecnig@n

NUESTROS SERVICIOS:

Sendero ecológico

Ganadería

Café



Organización de eventos

Pisana

Parqueadero



Hospedaje

Nuevo servicio Glamping



CONTACTENOS



Oficina principal:

Carrera 10 norte No. 8 – 90 B/ Santa Clara

Teléfonos: 8 361089

Cel.: 3105968642 – 3103914457

agroparquelasvillas@gmail...com

www.agroparquelasvillas.com

4.3 CONCLUSIONES FINALES

Para dar fin al presente trabajo de grado se rescata como conclusión que la propuesta de un diseño de estrategia de portafolio de servicio de alojamiento rural bajo la tendencia “Glamping” para el Agroparque las villas de la ciudad de Popayán- Cauca es totalmente viable, debido a todo el estudio investigativo que se plasma en dicho trabajo.

La viabilidad se ve reflejada no solo en la aceptación e interés que la tendencia tomo por parte de las personas visitantes del Agroparque, sino que también es una tendencia que aunque no es originaria de nuestro continente, es de fácil importación a nuestro país, sumado a esto no es tendencia relativamente costosa a los ingresos que obtiene el Agroparque anualmente, por consiguiente el capital invertido se recuperaría muy fácil y en poco tiempo.

La tendencia Glamping es una forma de turismo rural completamente innovadora que vale la pena no solo practicarla y disfrutarla, si no que como profesional en turismo sería de gran orgullo implementar una modalidad como esta en nuestra ciudad y hacer que algo tan novedoso este en los planes de óseo y descanso de nuestro entorno.

BIBLIOGRAFÍA

PAGINA WEB ARAMCOWORLD

<http://archive.aramcoworld.com/issue/201004/movable.palaces.htm>

PAGINA WEB CANVASCAMP

<http://www.canvascamp.com/es/tiendas-de-algodon/tiendas-de-campana-sibley.html>

PAGINA WEB CASARBOL

<http://www.glamping.camp/Glamping/index.html>

PAGINA WEB COLUMNA CERO

<http://columnazero.com/el-glamping-y-el-irregular-sistema-de-categorias-de-los-campings/#sthash.xt6lW8Hh.dpuf>

PAGINA WEB EBAY

<http://www.ebay.com/gds/Bell-Tent-Basics-The-Yurt-Tipi-Sibley-Glamping-Tent-/10000000187244726/g.html>

PAGINA WEB LA ACADEMIA

https://www.academia.edu/11643078/Glamping_Una_nueva_modalidad_tur%C3%ADstica_o_sola_mente_un_alojamiento

PAGINA WEB MERCADO LIBRE COLOMBIA

http://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-425566939-closet-armario-de-tela-portable-armable-desarmable-_JM (mercado Libre)

PAGINA WEB PRACTICOPEDIA

<http://medio-ambiente.practicopedia.lainformacion.com/naturaleza/como-elegir-un-camping-segun-su-categoria-12823>

PAGINA WEB TIPIWAKAN

<http://www.tipiwakan.net/>