

numero_registro_mercantil	nombre
7158	HOTEL OICATA
61717	HOTEL DO CRUZEIRO
73215	DISFRUTEMOS DE COLOMBIA
57489	HOTEL CHAYANY
63743	HOTEL MANHATTAN_CITY
59244	SAN LUIS CASA HOTEL SERVICIO TURISTICO Y HOTELERO L G C
39309	AKI INVERSIONES
77132	LA EMBAJADA BOYACENSE EN DUITAMA
83553	COLOMBIAN ROUTES
79542	COMPLEJO TURISTICO Y DEPORTIVO EL JUNCAL CIARA
83820	HOTEL EL MARQUEZ MARQUEZ
29632	CIRCULO DE VIAJES UNIVERSAL S.A.
76272	MI REFUGIO DUITAMA
77960	HOTEL UNIVERSAL
61604	HOTEL LA CUEVA DE LA LUNA
40181	HOTEL HISCA
62753	COOPERATIVA ESPECIALIZADA DE TRANSPORTADORES SIMON BOLIVAR
80043	HOTEL GRAND BOYACA
39753	KUR-HOTEL BIO-SPA
30040	VIAJES CIRCULAR S.A.S.
50929	SHALOM HOTEL DUITAMA
	LILIANA ALEXANDRA SOSSA VIVAS
38163	HOTEL CLASS
83374	HH HACIENDA EL CARMEN CENTRO DE CONVECCIONES
58753	INTERNACIONAL LAURENS CLUB S.A CAMPESTRE
84866	OUTDOOR TRAVEL TURISMO Y RECREACION
73040	HOTEL SANTRIS
35922	HOSPEDAJE JOHN FREDY
18998	HOTEL DEL PARQUE
51019	HOTEL SUAREL CENTER
18095	PROMOTORA DE VIAJES Y TURISMO
77977	ECOADVENTOURX
39952	HOTEL LAS ORQUIDEAS
11851	SOLARIS LTDA
28664	DINASTIA REAL HOTEL
79932	HOTEL MONTECARLO REAL AC
70673	TOUR VACATION CENTRO COMERCIAL INNOVA DUITAMA
75154	HOTEL VILLA INES REAL
82426	HOTEL RESTAURANTE Y ASADERO EL NORTEÑO
42306	HOTEL PARAISO TROPICAL
58910	HOTEL TURQUESA REAL
63736	HOTEL CHANEL
52428	HOTEL TUNJO DORADO
48912	HOTEL MAGISTRAL
74888	JUPAWISS TRAVEL DUITAMA
81115	HOTEL ESMERALDA DUITAMA
	POSADA MAESTRO CARLOS ARANGUREN
82411	CHIE TURISMO VIAJES Y AVENTURA

2944	HOTEL AZUAY
32744	HOTEL VILLA VISTA
80079	HOTEL BOUTIQUE SAMAY
57021	HOTEL LA PERLA REAL
29842	HOTEL FARAON
83215	HOTEL REAL DUITAMA
70361	HOTEL LAS AMERICAS LA 18
72022	CENTRO DE PASTORAL DON BOSCO
77871	PRINCIPAL GRANDES VIAJES POR EL MUNDO
4615	HOTEL PERLA REAL VICTORIA
38164	ESTACION DE SERVICIO COOFLOTAX
79175	HOTEL MILAN DUITAMA
68292	HOTEL MEDIA LUNA LA DORADA
4601	HOTEL Y RESTAURANTE COLONIAL
61261	HOTEL Y RESTAURANTE SANTA ISABEL
20650	HOTEL CATALINA REAL
55470	VILLA SALOME
80253	HOTEL EL PALACIO DEL REY
68360	HOTEL CASTILLA. CO
82917	CENTRO TURISTICO IXCHEL
68851	CASA HOTEL LOS GERANIOS
81032	APASIONATE DE COLOMBIA
69666	HOTEL SIPA
85081	TURISMO SIN LIMITE SS

Hoteles permanentes
Hospedajes no permanentes
Otros

telefono_fijo	telefono_celular	correo_electronico
7603259	3118448625	hoicata9@hotmail.com
7628447	3132108256	hoteldocruzeiro@hotmail.com
3125473678	3125473678	nelsonhe26@hotmail.com
3112225141	3144365602	franciscajoya@hotmail.com
3123297726	3222200216	manhattanhotelrestaurante@hotmail.com
7631151	3106084681	sanluiscasahotel@yahoo.com
3115069298	3115069298	nelosba@gmail.com
3118585867	3108786114	jpclcorredorlopez@hotmail.com
3142077407	3202327818	COLOMBIANROUTES@GMAIL.COM
3208395512	3208395512	hotelaceljuncal@hotmail.com
3212884725	3212884725	chimena_27@hotmail.com
7630200	3143826699	notificacionjudicial@cvu.com.co
3143852521	3143852521	amof2312@yahoo.es
3134942141	3143019058	universaldetornillos@hotmail.com
7622940	3114806350	hotelitoboyacense@yahoo.com
3184095464	3184095464	hiscahotel@gmail.com
7610717	3143129293	gerencia@cootransbol.com
3115452441	3144836328	grandboyaca@gmail.com
3204928288	3204928288	ipsbiosalud@yahoo.com
3209037866	3143826699	notificacionjudicial@viajescircular.com
7630777	3143405353	shalomhotel@hotmail.com
3114564911	3114564911	SOSSALILIANA@HOTMAIL.COM
7623176	3112970836	hotelclass@hotmail.com
3102101030	3102101030	hacienda2002@hotmail.com
3103374280	3103374280	luisantonioruiz2009@hotmail.com
3223070298	3223070298	gerencia.outtravel@gmail.com
3212077642	3212077642	hotelsantris@hotmail.com
7601736	3133500892	hospedajejohnfredy.duitama@gmail.com
7602254	3212154384	mariapaezf@hotmail.com
7612246	3203055032	hotelsuarelc@gmail.com
7604277	3107883612	provitur2001@hotmail.com
3214025519	3224445612	cruzleonduvan@gmail.com
3204510440	3204510440	hotel_las_orquideas30@hotmail.com
7625035	3143341675	solarisduitama@latinmail.com
7616060	3138546815	administracion@hoteldinastiareal.com.co
3103416299	3103416299	alcava22@hotmail.com
3104949	3176366639	JURIDICO@TOURVACATION.COM.CO
3107593896	3042057985	harley0206@hotmail.com
3114736230	3114736230	cacerescarlos12@hotmail.com
3114802280	3114802280	hotelparaisotropicalh@gmail.com
7600234	3125224909	zandraortegon25@hotmail.com
3118682904	3114719828- 3134711693	hotelchanel@hotmail.com
7631992	3202028927	htd_m5@yahoo.es
7605012	3103102927	hotelmagistral@hotmail.com
3187081591	3187081596	gerencia@grupojupawiss.com
3102104602	3102104602	hotelesmeralda2017@gmail.com
311 210-1602	311 210-1602	fernandoaranguren1962@gmail.com
3108004822	3108004822	ginaelizett.ca@gmail.com

7616196	3138830255	hotelazuay@hotmail.com
3112323820	3112323820	carmenrosasabores@gmail.com
3204788757	3204788757	samay@tsgltda.com
7623583	3115490598	tadipijorge@hotmail.com
7624677	3222280345	rudavaca182@gmail.com
3138094925	3138094925	javierriano201409@gmail.com
3118283991	3118283991	luisalejandrcely2013@outlook.com
7606355	3222247816	centrodepastoraldonbosco@hotmail.com
3014152326	3014152326	grandesviajesporelmundo@yahoo.com
7603982	3208531865	hotelvictoriaduitama@hotmail.com
7602888	3133938967	coflotax@yahoo.es
3132094755	3132094755	hotelmilan10@gmail.com
3203565870	3203565870	edelmirapoveda@live.com
3212401773	3212401773	nikirincon@hotmail.com
7602623	3124780427	selesilva476@gmail.com
7606959	3004882221	juventus4485@gmail.com
7611135	3108604233	villasalomeboyaca@gmail.com
3112339544	3112339544	transitocetina2016@gmail.com
3132580709	3108511622	konsoluciones@gmail.com
3115214989	3115214989	gloritainelda@gmail.com
7604355	3126190238	casahotellosgeranios@hotmail.com
7610447	3012965302	apasionatedecolombia@gmail.com
7619775	3105505483	hotelsipa@hotmail.com
3015438644	3173674835	operaciones@turismosinlimite.com

50

3

19

BASE DE DATOS

nombre_gerente	direccion_notificaciones
ANA MARGARITA BECERRA DE RINCON	CARRERA 16 NO 13 02
PEÑA LARA OLGA MARIA	cr 22 20 10
Nelson Efren Jaime	calle14 No. 17- 30 Piso 2
JOSE ALIRIO	CL 18 18 29
Gabriela Sanchez Garcia	Calle 18 No. 19-15
LUIS GUILLERMO CERON GUEVARA	CALLE 15 NO 14 16
Nelson Romero	CARRERA 14 NO 16 61
juan pablo corredor lopez	CL 17 18-52
IEIDY NATALY CABREJO FONSECA	CARRERA 30B N°21-50
ALBERTO CAMARGO	KM 3 VIA DUITAMA PANTANO DE VARGAS
LUZ MELANIA CELY CAMACHO	cr 19 12-15
LUIS FERNANDO QUINTERO URREA	CARRERA 15 NO 14 58 OFICINA 207
DIANA ASTRID JOYA	carrera 19 No.17 - 36
PRIETO AVELLA ROSA DORIS	CRA 42 NRO 13 75
HUMBERTO ANTONIO CARRILLO VARGAS	PUEBLITO BOYACENSE CASA 6-4
Neyla Carolina Sanabria Gomez	Cra 19 N° 16 -58
JOSE EULICES RAMOS RAMOS	CL 15 NRO 16 25 P 6
WILMAR ARNOLDO RINCON	TRANVERSAL 29 # 14-20
MARIA TERESA SANCHEZ OCHOA	KILOMETRO 2 VIA DUITAMA PAIPA
LUIS FERNANDO QUINTERO URREA	CARRERA 15 NO 14 58 PISO 2
Victoria Duarte de Pineda	CARRERA 19 NO 15 32
LILIANA ALEXANDRA SOSSA VIVAS	CARRERA 17 NO 2 110 Torre 4 apto 201 BARRIO ALAMOS
Martha Isabel Orozco	CR 19 18 18
ALFONSO JOSE SALAMANCA	CL 8 CR 35 14
LUIS ANTONIO RUIZ MALAVER	CARRERA 36 NO 11 10
CRISTIAN CAMILO	cra 30 3 13-75
luis hernando sanchez	kra 42 # 17 - 50
MARIA ENGRACIA MARTINEZ DE TORRES	CARRERA 19 NO 18 42
María Amparo Páez Ferro	CALLE 18 NO 17 59
Rosendo Vargas Berdugo	carrera 17 No 17 30
LUZ MERY SANDOVAL HIGUERA	carrera 16 N 16A - 07
Duvan Darío Cruz León	CRA 37A 3 13-101
AMEZQUITA INFANTE ALBA LUZ	CARRERA 35 NO 11 81
ESPERANZA DIAZ DIAZ	CALLE 16 NO 14 63 OFICINA 206
ELBERTO JIMENEZ	CALLE 11 NO 14 70
ALVARO ALFONSO CAMACHO VALDERRAMA	carrera 42 No. 14 - 29
CAMILO MARIÑO HILDEBRAND	Carrera 30 # 72 - 48
VARGAS BENITEZ ALBA LUCIA	CR 41 N 10 37
CARLOS JACOB CACERES ANTOLINEZ	KM 6 VIA DUITAMA - SANTA ROSA
BECERRA CORREDOR HERIBERTO	CARRERA 14 NO 12 63
NORA NANCY MORENO TORRES	CALLE 15 19 76
ROSA ELENA MERCHAN DIAZ	CARRERA 17 NO 18 27
BRICEÑO AVELLANEDA BELQUI RAQUEL	CARRERA 19 NO 13 51
MAURICIO GALEANO	CARRERA 19 No 15-27
Wilson Iván Sepúlveda Salamanca	CRA 38A 13-85
ANDRES MORENO	CL 18 18 43
Julieth Silva	Pueblito Boyacense Ráquira 1-14
GINA ELIZETT CARDENAS ANGARITA	MIRADOR DEL BOSQUE BL D AP 203

ROSALBA BARRERA REYES	CARRERA 18 NO 17 53
GARCIA DE SOLANO CARMEN ROSA	CL 11 NRO 21 69
RICARDO GOMEZ GALVEZ	CL 29 26 75 PUEBLITO BOYACENSE TENZA 5-15
BARRERA SANCHEZ LIDIA BETTY	carrera 41 10 105
RUBEN DARIO VALENCIA CARVAJAL	CALLE 17 No 18-10
JAVIER RIAÑO	cll 15 # 38-14
CELY AGUDELO LUIS ALEJANDRO	CR 18 10 47
MAYRA ALEJANDRA TORRES	CLL 14 # 8A-08
JOSÉ MAXIMILIANO RUIZ	Cra 15 No. 17 38
OLGA MARIA ALBARRIN DE RINCON	CARRERA 19 NO 15 41
CARLOS ENRIQUE CASTILLO ARCOS	CARRERA 18 NO 23 30
Wilson Camargo Becerra	Calle 10 No 39 a 30 P 2-5
Edelmira Poveda Montes	Carrera 20 Nn 20 - 10
JUAN JOSE RINCON TORRES	CL 17 18 32
CELEDONIO SILVA	CARRERA 18 NO 18 59
CUADROS DE CUADROS MARIELA	CARRERA 16 NO 17 25/27
LUIS FERNANDO GRANADOS	MANZANA 7 CASA 15 PUEBLITO BOYACENSE
TRANSITO CETINA	CR 31 NR 8 57 P 2
CRISTIAN HAIDIVER JIMENEZ ZAMORA	CR 17 No. 15 -39
GLORA INELDA GUTIEEREZ MARTIN	PUEBLITO BOYACENSE CASA 2-9 DUITAMA
Aquileo Blanco Martinez	URB PUEBLITO BOYACENSE MZ 1 CA 5 RAQUIRA
Andrea Avellaneda	CARRERA 9 No 14-32
PARRA MARIÑO SILVINO	CR 42 NRO 14 31 AP 202
sandra linares	avenida universitaria 42a - 100 local 9

telefono_notificaciones	nit	dv
3118448625	891856094	9
3132108256	23556948	7
3125473678	74372041	7
3144365602	74372084	3
7650472	40034746	8
7631151	7212730	4
3115069298	79709304	6
3118585867	1052406367	1
3202327818	1077147104	0
3208395512	7220738	6
7626982	23781451	2
7631338	860029002	1
3143852521	1052386579	9
3143019058	51895274	7
(8)7622940	19491963	2
7601188	46457152	0
7610743	800174156	9
3144836328	74374593	1
00000000000000000000000000000000	826003740	2
7631338	800236839	8
7651248	23554652	3
3114564911	46450504	0
7623176	46661757	1
3102101030	901037046	7
3103374280	900303659	9
3223070298	900707000	0
3212077642	900824061	0
3118554757	23542212	4
3212154384	23491130	9
7627041	900147230	4
3107883612	800186988	1
3214025519	74381780	1
7614511	46672815	6
7603687	891856230	4
7616060	7214055	1
3103416299	7229458	1
3104949	900304940	9
3042057985	46670106	3
3114736230	1052315	1
3114802280	7211246	6
7600234	46664104	4
(1) 7625934	46457883	6
7631992	46666758	1
7605012	27984780	7
3187081596	900134282	0
3102104602	80864957	1
311 210-1602	46663942	5
3108004822	900983517	8

7616196	23549947	0
3112323820	23546531	7
3204788757	19465304	9
3115490598	47431077	7
3222280345	1052388421	3
3138094925	7222493	6
3118283991	4271399	1
7606355	900105171	8
3014152326	900783211	1
7603982	23542886	8
7602888	891800043	2
3208347314	900874335	7
3203565870	23545700	0
3212401773	1044393	2
7602623	7216992	5
7606959	23551206	8
3108604233	7227480	3
3112339544	4103184	4
7600409	39613603	4
3115214989	23629307	0
7616633	9515618	5
7610447	900412845	1
3105505483	4242870	4
3173674835	900850760	0

sub_categoria_establecimiento_id
HOTEL
HOTEL
AGENCIAS DE VIAJES OPERADORAS
HOTEL
HOTEL
HOTEL
AGENCIAS DE VIAJES Y DE TURISMO
HOTEL
AGENCIAS DE VIAJES OPERADORAS
HOTEL
HOTEL
EMPRESAS CAPTADORAS DE AHORRO PARA VIAJES Y DE SERVICIOS TURÍSTICOS
HOTEL
HOTEL
HOTEL
HOTEL
TRANSPORTE TERRESTRE AUTOMOTOR ESPECIAL
HOTEL
HOTEL
AGENCIAS DE VIAJES Y DE TURISMO
HOTEL
GUIA DE TURISMO
HOTEL
HOTEL
PROMOTORA Y COMERCIALIZADORA
AGENCIAS DE VIAJES OPERADORAS
HOTEL
HOSTAL (HOSPEDAJE NO PERMANENTE)
HOTEL
HOTEL
AGENCIAS DE VIAJES Y DE TURISMO
AGENCIAS DE VIAJES Y DE TURISMO
HOTEL
AGENCIAS DE VIAJES Y DE TURISMO
HOTEL
HOTEL
AGENCIAS DE VIAJES Y DE TURISMO
HOTEL
HOTEL
HOTEL
HOTEL
HOTEL
HOTEL
HOTEL
HOTEL
AGENCIAS DE VIAJES Y DE TURISMO
HOTEL
VIVIENDA TURISTICA
AGENCIAS DE VIAJES Y DE TURISMO

HOTEL
HOTEL
HOTEL
HOTEL
HOTEL
HOTEL
HOTEL
HOTEL
HOTEL
AGENCIAS DE VIAJES Y DE TURISMO
HOTEL
TRANSPORTE TERRESTRE AUTOMOTOR ESPECIAL
HOTEL
HOTEL
HOTEL
HOTEL
HOTEL
APARTAHOTEL (HOSPEDAJE NO PERMANENTE)
HOTEL
HOTEL
HOSTAL (HOSPEDAJE NO PERMANENTE)
HOTEL
AGENCIAS DE VIAJES Y DE TURISMO
HOTEL
AGENCIAS DE VIAJES MAYORISTAS

[illegible]

[illegible]

Nombre del negocio	Ubicación
Yuva Glamping	San Francisco, Cundinamarca
Glamping El Color de mis Reves	Manizales, Caldas
Glamping Stars	Dapa, Valle del Cauca
Lumbre Glamorous Camping	Km 7 vía Salento, Valle de Cocora, Salento, Quindío
Glamping La Finca	Villa de Leiva, Boyacá
Botánico Glamping	Copacaba, Antioquia

BubbleSky Glamping Colombia	El Retiro, Antioquia
Nativo Glamping	Barichara, Santander
Glamping Entre Rios	Barcelona, Quindío, Calarcá
Glamping Tyquy Suna	Guasca, Cundinamarca
LEVIT Glamping Colombia	Reserva Natural, Guatapé
La Quinta Glamping & Café	Cúitiva, Lago de Tota, Boyacá
Mirari Glamping	Villa de Leyva, Colombia

Montana Glamping	Salento, Quindío
------------------	------------------

Tipo de Glamping	Pagina web	Paginas promocionales
Domo	https://www.yuvaglampping.com/	Tripadvisor, Facebook, Instagram, WhatsApp
Tipi	N.A.	Facebook, Instagram
Tipi, Burbuja	https://www.glampingstars.com/	Facebook, Instagram, YouTube
Tipi	https://www.glampinglumbre.com/es/	Tripadvisor, Facebook, Instagram
Tipi	N.A.	Facebook, Instagram
Rodante	https://www.botanicoglamping.com/	Tripadvisor, Facebook, Instagram

Burbuja y villa Deluxe	http://bubblesky-glamping.com/	Instagram
Tipi	https://nativoglamping.com/	Facebook, Instagram
Carpa safari	http://www.glampingentrerios.com/	Facebook, Instagram
Carpa safari	http://sunacamping.co/glamping-tyquy-suna/tarifas	Facebook, Instagram
Tienda esférica colgante		Facebook, Instagram
Refugio	https://www.laquintaglamping.co/	Tripadvisor, Facebook, Instagram
Tienda esférica colgante	http://mirariglamping.com/porque-villa-de-leyva/	Tripadvisor, Facebook, Instagram, Airbnb

	N.A.	
--	------	--

Servicios	Servicios externos	Observaciones
Préstamo de bicicletas, juegos de mesa, aire acondicionado, minibar, ducha, baño, cocina, toalla, BB-Q, Jacuzzi; con permiso para fumadores, fogata	cabalgatas	La pagina es muy organizada y agradable, el lugar es Pet Friendly y poseen una parte de preguntas frecuentes en su pagina
avistamiento de aves, caminatas, mayas colgantes, fogatas, hot tub, chimenea interna, ducha caliente al aire libre	Cabalgatas	Tiene planes semanales de jueves a lunes
Cama doble 140 x 190, Confortable, sobrecama, cobijas y almohadas de diseñador, colchón ortopédico, Electricidad para cargar tus electrónicos, Baño privado dentro del alojamiento, Ducha exótica al aire libre con agua caliente, Comedor en terraza, Camillas para tomar el sol de lujo, Jacuzzi, Ambiente amigable para cuidar la naturaleza, Parqueadero privado, Vista privilegiada , Especial para parejas	Caminatas libres, cabalgatas, lugares de avistamiento de aves, Juegos de mesa, billar pool, ping pong, rana, dardos, Recorridos en bicicleta	Brinda caminatas de conocimiento del te
Cafetera gourmet, Terraza, Deck privado con hamaca y mesa, fondue de chocolate, Baño privado	Cabalgatas, tours guiados, avistamiento de aves, Pic - nic, bar, Restaurante, Caminatas, fogatas, snacks, eventos especiales	Tiene diferentes categorías y comodidades de alojamiento
avistamiento de aves, caminatas, fogatas,, ducha caliente al aire libre		No tiene pagina web y al realizar la búsqueda aparece otra finca que ofrece el mismo servicio de Glamping en la misma zona y si cuenta con pagina formal (finca corazón
Minibar, ducha, baño, cocina, espacio de trabajo, Toallas, BB-Q, Jacuzzi; con permiso para fumadores, fogata y zona verde	Restaurante, meetings & Eventos	El mal funcionamiento de la pagina genera estrés e inconformidad

Jacuzzi privado, Baño al aire libre, Malla caramaran, aire acondicionado		Hace énfasis en los factores ecológico, comodidad y exclusividad. Tienen chat activo de Messenger. Siembran 3 arboles por cada reservación. Tienen testimonios. Tienen fotos 360 para ver el panorama de cada tipo de alojamiento
Wi fi, room service, Parqueadero	Restaurante, Bar La Machaca, Eventos sociales, Jacuzzi,	Pet friendly, souvenirs. Testimonios, caminos iluminados, hay texto dentro de la pagina que no se puede ver por el contraste, alojamiento para personas con discapacidades, pet friendly
		Paginas en elaboración, es un proyecto en desarrollo
ama doble con cómodo colchón de resortes y espuma, cobijas térmicas y almohadas, desayuno	Transporte desde desde los centros poblacionales cercanos, Parapente, escalada de árbol, alquiler de bicicletas, recorrido guiado de bicicletas	
Kayaks, caminata guiada por el bosque, Playa, cena, picnic y desayuno bufet, Nadar en el lago, Mandalas, juegos de mesa, Fogata, sorpresa de bienvenida	Tienda bar, planes de pareja, masaje, jacuzzi, ingreso en lancha, toallas, almuerzo	
BBQ, fogata	Actividades de la zona, prestadas por otra empresa	es "pet friendly" pero presenta varios inconvenientes extra por ir con su mascota
Parqueadero, wi fi,		La paia principal no brinda ningún tipo de información sobre el servicio

--	--	--

Etapas	Búsqueda
Evidencia Física	Página web (Buen diseño , claridad y fácil uso de la interfase de la página)
Acciones del cliente	Tener un plan/idea de viajar y buscar información
Acciones visibles del empleado	
Acciones no visibles del empleado	Garantizaar el diseño y buen uso de las plataformas de reserva.
Procesos de soporte o apoyo	Mantenimiento y actualización de la página web
Elemnetos emocionales	Descuentos o promociones

y reserva	Llegada y
Página web (Buen diseño , claridad y fácil uso de la interfase de la página)	Recepción (Ambientada con música y buena presentación de limpieza y comodidad)
Seleccionar destino, reservar y hacer pago	Llega a la recepción del <i>Glamping</i>
	El personal lo recibe y valida la reserva y el pago. Si es un cliente que no realizó reserva por plataformas de internet, se recibe, brinda información de como funciona la empresa y del costo que tiene según lo que el requiere.
Hacer el proceso de reserva del <i>Glamping</i> seleccionado por el cliente	Entrada al sistema de pagos.
	Capacitación, limpieza y mantenimiento de la recepción
	Recibir al cliente con un tinton café, coctel o o pasabocas.

Ubicación en el <i>Glamping</i>		
Área común (Áreas donde encontrará jardines, lugares de dispersión y descanso)	<i>Glamping</i> (Lugar donde se podrá hospedar y encontrara en completa limpieza y orden, con toda las comodidades requeridas)	<i>Glamping</i> (Lugar donde se podrá hospedar y encontrara en completa limpieza y orden, con toda las comodidades requeridas)
Se dirige al <i>Glamping</i> designado	Se instala en el <i>Glamping</i>	Toma alguna de las tres comidas, duerme y se relaja
Brinda una inducción sobre las instalaciones y los servicios a su disposición	Hacer un recorrido de las instalaciones y los elementos a su disposición	Presta el servicio de Chef al <i>Glamping</i> y técnicas de relajación.
Designar los inventarios necesarios para la alimentación y relajación		Designa el material necesario para prestar servicios de alimentación y relajación
Limpieza y mantenimiento de áreas comunes	Capacitación, limpieza y mantenimiento del <i>Glamping</i>	Sistema de comunicación mediante vía telefónica y correo electrónico
Tener un chocolate o a masijos de la región como cortesía		

Estancia en el <i>Glamping</i>		Realimentación
Minigranja (En donde se encontrarán ubicados los animales y huerta de la empresa)	Área Social(Donde encontrará un espacio donde pueda cocinar, compartir y disfrutar con las demás personas que esten hospedadas)	Recepción (Ambientada con música y buena presentación de limpieza y comodidad)
Aprende sobre la agricultura y sistemas autosostenibles	Hace uso del BB-Q y mesas de juegos	<i>Check out</i>
Brinda información a los clientes sobre la agricultura y autosostenibilidad	Brindar los materiales requeridos por los clientes (mitigar riesgos de acompañamiento)	Recibir y revisar el <i>Glamping</i>
(Elementos previos para la prestación del servicio)	Control del material requerido por los clientes	
Capacitación, limpieza y mantenimiento de la minigranja	Limpieza y mantenimiento del área social	Hacer limpieza a los <i>Glamping</i> y áreas comunes después de que el cliente deje el lugar

Recepción del servicio
Recepción (Ambientada con música y buena presentación de limpieza y comodidad)
Formato de sugerencias y satisfacción
Entregar el formato de satisfacción y sugerencias
Revisar las respuestas dadas por los clientes
Hacer retroalimentación de las respuestas dadas por los clientes y mejoras

TABLA DE CHEQUE PARA EL CONTROL DE CALIDAD DEL ES			
Número	Descripción por áreas	Check	Cumple/No cumple
1	ESPACIOS FÍSICOS		Verdadero/Falso
2	¿Se cuenta con la iluminación de emergencia adecuada en las áreas públicas y de circulación?	☒	VERDADERO
3	¿Se cuenta con la señalización correspondiente de seguridad?	☒	VERDADERO
4	¿Se cuenta con toma eléctrica en todas las áreas del establecimiento?	☒	VERDADERO
5	¿Se cuenta con el sistema adecuado de prevención de emergencias de servicio de energía y agua?	☐	FALSO
6	¿Hay en la entrada cubierta para lluvias?	☐	FALSO
7	¿El cuenta con área de estacionamiento temporal que sea libre de interferencia con el flujo visibles fácilmente?	☒	VERDADERO
8	¿Cuenta con el estacionamiento mínimo para las habitaciones, que equivalen al 25%?	☒	VERDADERO
9	¿El establecimiento cuenta con detectores de humo y mecanismos de extinción contra incendios?	☒	VERDADERO
10	¿Se tiene alarma contra incendios y esta en un lugar visible?	☐	FALSO
11	¿Se cuenta con un plan de contingencia y emergencia?	☒	VERDADERO
12	¿El establecimiento tiene recepción y área de espera para el cliente?	☒	VERDADERO
13	¿El área exterior al establecimiento cuenta con toda la iluminación adecuada y libres de obstáculos que dificulten la entrada?	☒	VERDADERO
14	¿Se cuentan con convertidores y adaptadores de voltaje?	☒	VERDADERO
15	¿Se cuentan con baños públicos independientes por género, con más de una batería y con mecanismos de ventilación?	☒	VERDADERO
16	¿Los baños cuentan con cesta para papeles con tapa, secador de manos, jabón, porta rollos de sanitario con aro y tapa, orinal, lavamanos, espejo y piso antideslizante?	☒	VERDADERO
17	¿Puertas y ventanas de las habitaciones cuentan con el correcto sistema de seguridad?	☒	VERDADERO

18	¿Las habitaciones estan amobladas con las suficientes camas requeridas y demás elementos para la completa comodidad para el huésped?	☒	VERDADERO
19	¿Las habitaciones cuentan con guía turística de la región?	☐	FALSO
20	¿Los baños cuentan con los requerimientos mínimos de higiene?	☒	VERDADERO
21	¿Las habitaciones cuentan con el inímo de luces y lámparas requeridas?	☒	VERDADERO
22	¿Las habitaciones cuentan por lo menos con dos toma corriente ?	☒	VERDADERO
23	¿El establecimiento cuenta con áreas deportivas?	☒	VERDADERO
24	¿El hotel cuenta con áreas para la relajación y belleza?	☒	VERDADERO
25	¿El establecimiento cuenta con restaurante, para área de bebidas y alimentos?	☒	VERDADERO
26	¿El establecimiento cuenta con depósito para herramientas, cuarto de basuras, manual de manejo de residuos, redes eléctricas protegidas, áreas de mantenimiento general?	☒	VERDADERO
27	¿El establecimiento tiene identificadas las áreas de controles eléctricos?	☒	VERDADERO
28	¿El establecimiento cuenta con un programa de mantenimiento preventivo y registro de mantenimiento correctivo?	☒	VERDADERO
29	¿Los espacio públicos, pisos, lencería, alfombras, cortinas y otros se encuentran en perfecto estado y aseo?	☐	FALSO
30	¿Los baños tienen registro de limpieza y desinfección diaria?	☒	VERDADERO
31	ACCESIBILIDAD	☐	VERDADERO
32	¿Se cuenta con entradas y espacios de fácil acceso a personas con discapacidad?	☐	FALSO
33	SERVICIO	☒	VERDADERO
34	¿Existe ausencia de olores y ruidos?	☐	FALSO
35	¿Las áreas de servicio al cliente estan limpias e higiénicas?	☒	VERDADERO
36	¿Cortinas y persianas estan en perfecto estado y limpieza?	☒	VERDADERO

37	¿El establecimiento cuenta con objetos de arte regional?	☒	VERDADERO
38	¿Los baños tienen todos sus elementos básicos para su funcionamiento adecuado?	☐	FALSO
39	¿El servicio de recepcionista está disponible las 24 horas?	☐	
40	¿El establecimiento cuenta con un sistema de quejas y reclamos documentados?	☐	
41	¿El establecimiento lleva un registro de los huéspedes, de sus entradas, permanencia y sus salidas?	☐	
42	¿Suministra la información necesaria acerca de condiciones y servicios que tiene el huésped?	☒	VERDADERO
43	¿El establecimiento garantiza que el personal cumpla con las normas de cortesía?	☒	VERDADERO
44	¿Se cuenta con servicio de reservas?	☐	
45	¿El establecimiento cuenta con servicio de teléfono, televisión por cable e internet?	☐	
46	¿Se cuentan con los inventarios de todos los elementos?	☐	
47	¿Cuenta el establecimiento con carta de bebidas, alimentos y licores, en español e inglés?	☒	VERDADERO
48	¿Se cuenta con restaurante?	☒	VERDADERO
49	¿La preparación de los platos es con respecto a la solicitud del huésped?	☐	
50	¿El establecimiento facilita la información y obtención de servicios adicionales como seguros, espectáculos, asistencia actividades deportivas y culturales?	☐	
51	¿La llave se le entrega personalmente a la persona registrada?	☐	
52	¿El personal es capacitado en inglés u otro idioma?	☐	
53	¿El personal es capacitado con información acerca de sector turismo de la región?	☐	
54	¿El personal cuenta con uniforme y dotación adecuada que los identifica como los trabajadores oficiales del establecimiento?	☐	
55	¿Los huéspedes tienen una forma de comunicación donde describan el servicio ofrecido?	☐	
56	PRECIOS	☒	VERDADERO

57	¿Los precios son adecuados?	☐	
58	¿El valor cobrado son los ofrecidos inicialmente?	☐	FALSO
59	¿La calidad del servicio ofrecida va de acuerdo con el precio cobrado?	☐	FALSO
60	¿Las instalaciones estan en buen estado y aseo y van acuerdo al precio cobrado?	☒	VERDADERO

ESTABLECIMIENTO				
Valoración				
1	2	3	4	5
	x			
		x		
			x	
				x
		x		
			x	
x				

[illegible]

[illegible]

ESTABLECIMIENTOS DE CRÉDITO
Tasas efectivas anuales con corte al 2019-10-25
No incluye las tarjetas de crédito de consumo.

Entidad	Crédito de consumo		
	Entre 31 y 365 días	Entre 366 y 1095 días	Entre 1096 y 1825 días
"BANCO COLPATRIA", "SCOTIABANK"	14.77 %	19.28 %	17.19 %
Av Villas	17.79 %	15.47 %	15.06 %
BANCO CAJA SOCIAL	22.85 %	22.93 %	21.29 %
BANCO SERFINANZA S.A.	25.56 %	23.42 %	15.41 %
BANCO W S.A.	---	15.56 %	22.51 %
BBVA Colombia	15.40 %	17.56 %	17.82 %
Banagrario	---	11.74 %	14.06 %
Banco Davivienda	18.07 %	15.60 %	14.69 %

A más de 1825 días
14.66 %
11.51 %
14.66 %
13.07 %
16.29 %
11.61 %
14.40 %
14.19 %

de 1 mes a 1año	de 1 año a 3 años	de 3 año a 5 años	Mas de 5 años
-----------------	-------------------	-------------------	---------------

12 meses

36 meses

60 meses

mas de 60
meses

Banco Falabella S.A.	21.22 %	20.97 %	21.65 %
Banco GNB Sudameris	10.90 %	16.61 %	15.97 %
Banco Mundo Mujer S.A.	28.62 %	28.54 %	---
Banco Pichincha S.A.	26.82 %	14.52 %	14.35 %
Banco Popular	14.46 %	14.17 %	14.22 %
Banco Santander	---	18.02 %	13.83 %
Banco de Bogota	18.88 %	21.68 %	18.53 %
Banco de Occidente	10.49 %	14.41 %	14.24 %
Bancolombia	28.04 %	22.06 %	19.63 %
Bancompartir S.A.	28.60 %	27.82 %	18.07 %

20.42 %
14.63 %

13.42 %
13.42 %
14.22 %
15.72 %
14.02 %
13.61 %

Bancoomeva	11.51 %	11.56 %	12.97 %
C.A. Credifinanciera CF	21.56 %	20.56 %	21.01 %
Coltefinanciera	9.82 %	25.32 %	24.79 %
Confiar Cooperativa Financiera	15.74 %	12.30 %	17.50 %
Coofinep Cooperativa Financiera	13.98 %	17.42 %	17.24 %
Coopcentral	12.00 %	15.82 %	17.50 %
Cooperativa Financiera de Antioquia	12.07 %	19.98 %	17.04 %
Cotrafa Financiera	14.39 %	17.57 %	15.17 %
Credifamilia	---	21.62 %	22.81 %
Financiera Dann Regional	---	15.75 %	---

17.90 %
17.27 %
26.34 %
14.00 %
15.88 %
12.67 %
16.97 %
18.01 %
22.87 %

Financiera Juriscoop C.F.	26.29 %	15.29 %	12.95 %
Finandina	15.60 %	18.30 %	18.22 %
Fondo Nacional del Ahorro	---	---	---
GM FINANCIAL COLOMBIA S.A. COMPAÑÍA DE FINANCIAMIENTO	9.08 %	11.80 %	15.01 %
Giros & Finanzas C.F.	28.49 %	28.52 %	28.38 %
ITAÚ; BANCO CORPBANCA;	14.19 %	13.95 %	13.69 %
JFK Cooperativa Financiera	18.27 %	18.24 %	18.55 %
La Hipotecaria	---	---	---
Oicolombia	26.49 %	28.64 %	---
RCI COLOMBIA S.A.	12.91 %	13.71 %	14.25 %

14.31 %
17.69 %
11.87 %
16.41 %
20.35 %
12.85 %
19.57 %
19.35 %

15.46 %

Tuya	28.64 %	23.29 %	23.00 %
------	---------	---------	---------

• La tasa efectiva anual que se presenta corresponde al promedio ponderado de los desembolsos realizados durante la semana de la

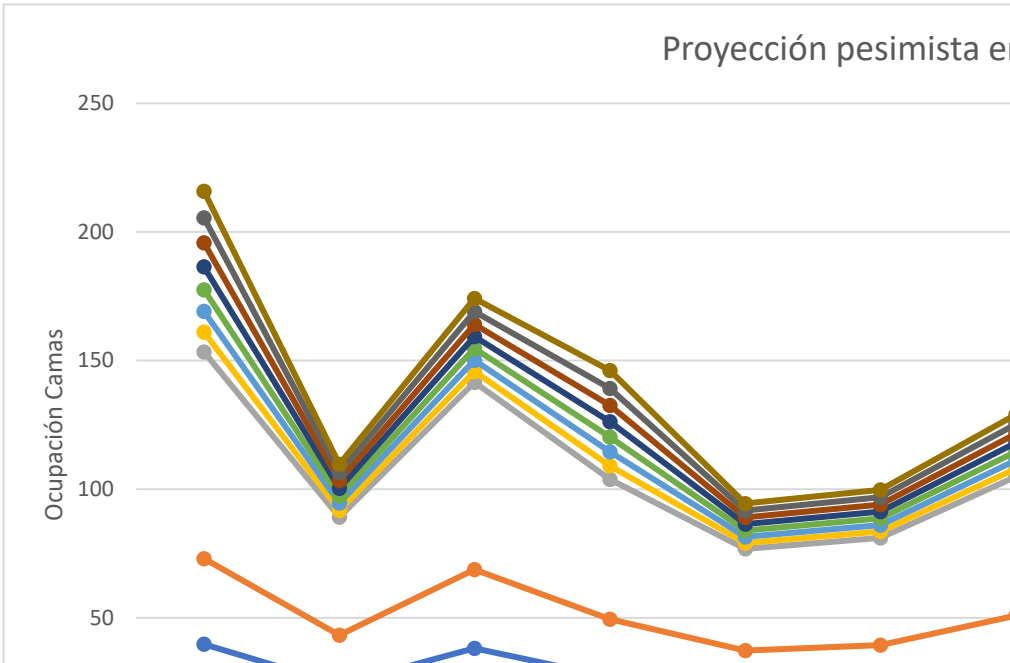
<https://www.superfinanciera.gov.co/publicacion/61298>

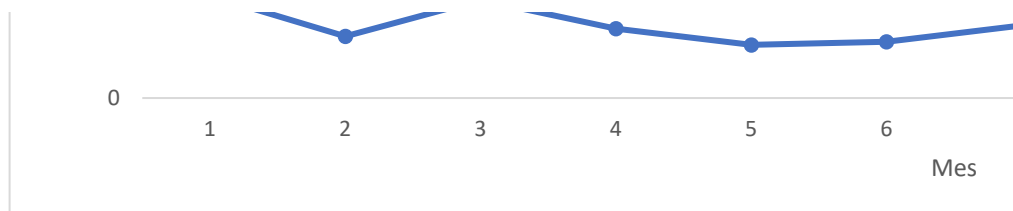
Fecha de reporte.

	Enero	Febrero	Marzo
Año	1	2	3
Base (2018)	19%	12%	19%
2020	17%	10%	16%
2021	17%	10%	16%
2022	18%	11%	17%
2023	19%	11%	17%
2024	20%	11%	18%
2025	21%	12%	18%
2026	22%	12%	19%
2027	23%	12%	20%
2028	24%	13%	20%
2029	26%	13%	21%

Año	1	2	3
2020	40	24	38
2021	73	43	69
2022	153	89	142
2023	161	92	146
2024	169	95	150
2025	178	97	155
2026	186	100	159
2027	196	103	164
2028	206	106	169
2029	216	110	174

Meses	Crecimiento de ocupación anual
Festividades en Duitama o A	5%
Otros meses	3%





Factor	Ocupación mes	Valor Promedio Noche	Personas
1	17%	\$ 378.652	70
2	10%	\$ 378.652	42
3	16%	\$ 378.652	67
4	10%	\$ 378.652	42
5	9%	\$ 378.652	36
6	9%	\$ 378.652	38
7	12%	\$ 378.652	49
8	9%	\$ 378.652	39
9	13%	\$ 378.652	55
10	13%	\$ 378.652	55
11	14%	\$ 378.652	57
12	16%	\$ 378.652	68
Total			618

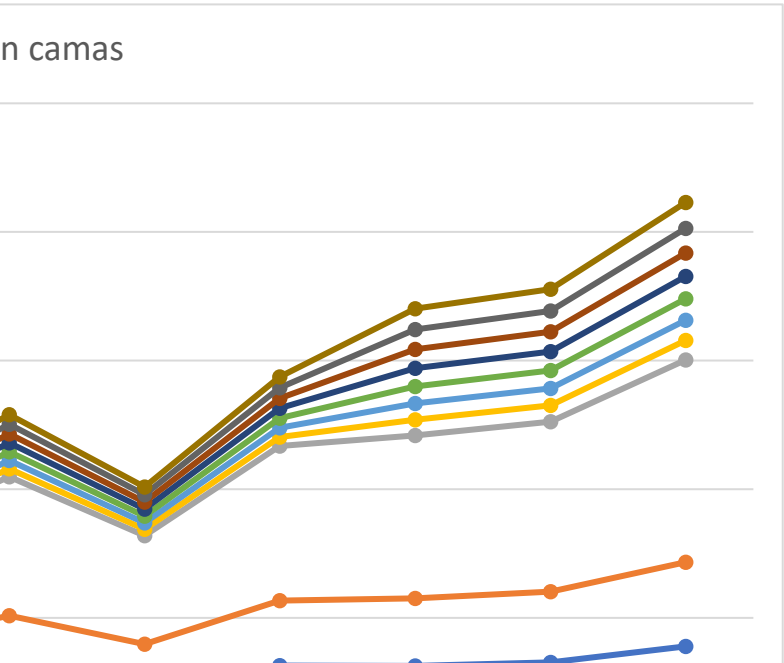
Tamaño del mercado	75.331	100%
Participación Año 1	356	0,47%
Participación Año 2	648	0,86%
Participación Año 3	1347	1,79%
Participación Año 4	1401	1,86%
Participación Año 5	1457	1,93%
Participación Año 6	1515	2,01%
Participación Año 7	1575	2,09%
Participación Año 8	1638	2,17%
Participación Año 9	1704	2,26%
Participación Año 10	1773	2,35%

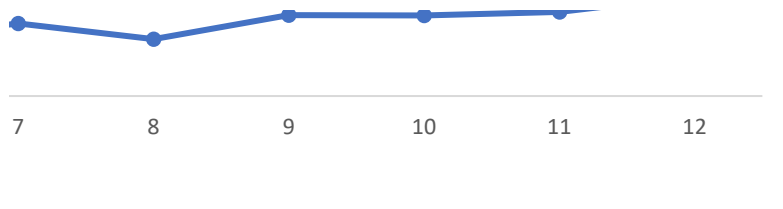
356,1674231
647,9315617
1347,212558
1400,726153
1456,500017
1514,634701
1575,235409
1638,412222
1704,280327
1772,960262

356,1674231

Pesimista					
Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre
Meses					
4	5	6	7	8	9
13%	10%	11%	14%	11%	15%
11%	9%	9%	12%	9%	13%
12%	9%	9%	12%	9%	13%
12%	9%	10%	12%	10%	14%
13%	9%	10%	13%	10%	14%
14%	10%	10%	13%	10%	15%
14%	10%	11%	14%	11%	15%
15%	10%	11%	14%	11%	16%
16%	11%	11%	14%	11%	16%
17%	11%	12%	15%	12%	17%
17%	11%	12%	15%	12%	17%

Meses					
4	5	6	7	8	9
27	21	22	28	22	31
49	37	39	51	40	57
104	77	81	105	82	117
109	79	84	108	84	120
115	81	86	111	87	124
120	84	89	115	90	128
126	86	91	118	92	131
133	89	94	122	95	135
139	92	97	125	98	139
146	94	100	129	101	144





Total mes	
\$	26.342.108
\$	15.914.738
\$	25.262.982
\$	15.914.738
\$	13.707.614
\$	14.478.988
\$	18.716.373
\$	14.632.275
\$	20.842.660
\$	20.766.360
\$	21.690.494
\$	25.814.315
\$	234.083.644

<http://inducoturismoduitama.gov.co/>
<https://www.calendario-colombia.com/calendario-2019>

647,9315617 1347,212558 1400,726153 1456,500017 1514,634701 1575,235409

Octubre Noviembre Diciembre

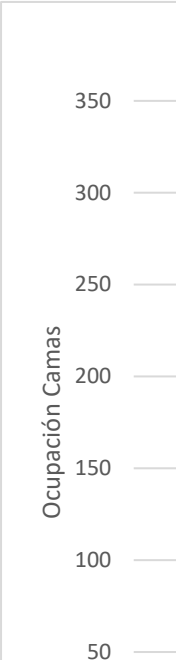
10	11	12	Total anual
15%	16%	19%	15%
13%	14%	16%	12%
14%	14%	17%	13%
14%	15%	18%	13%
15%	16%	19%	14%
16%	17%	20%	14%
17%	17%	21%	15%
17%	18%	22%	16%
18%	19%	23%	16%
19%	20%	24%	17%
20%	21%	25%	18%

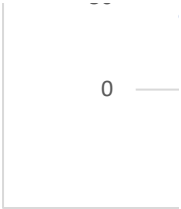
10	11	12	Total anual
31	33	39	356
58	60	72	648
121	126	150	1347
127	133	158	1401
133	139	166	1457
140	146	174	1515
147	154	183	1575
154	161	192	1638
162	169	201	1704
170	178	212	1773

Año
Base (2018)
2020
2021
2022
2023
2024
2025
2026
2027
2028
2029

Año
2020
2021
2022
2023
2024
2025
2026
2027
2028
2029

Meses
Festividades e
Otros meses





Factor
1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12

1638,412222 1704,280327 1772,960262

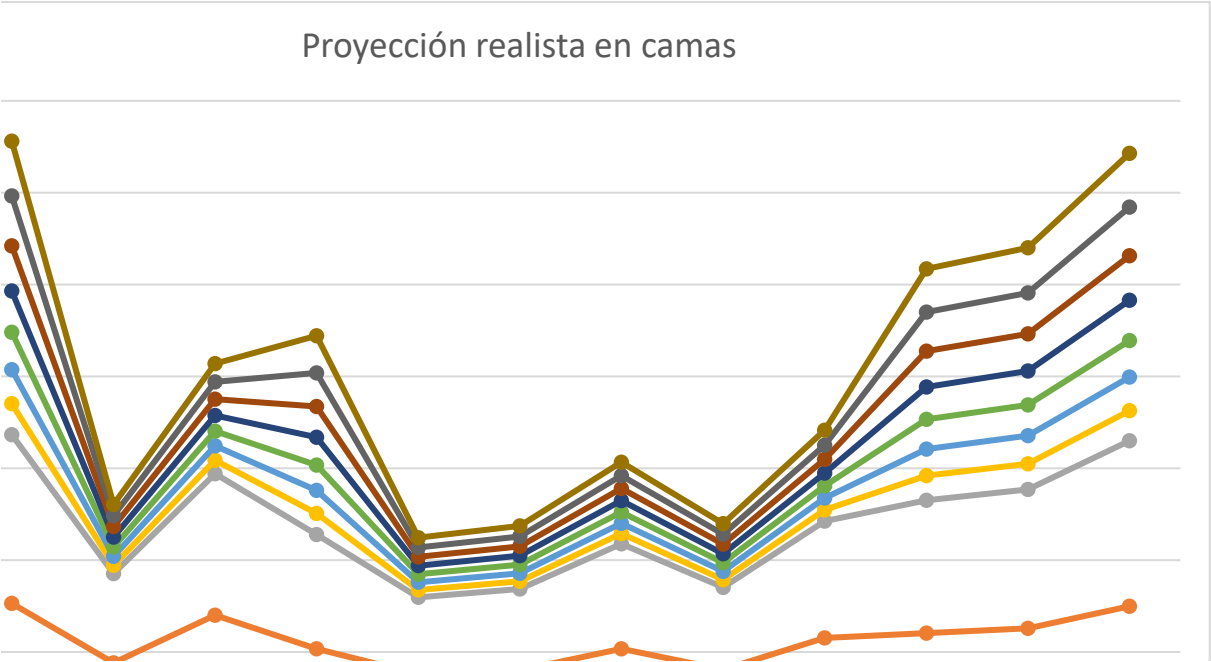
Real

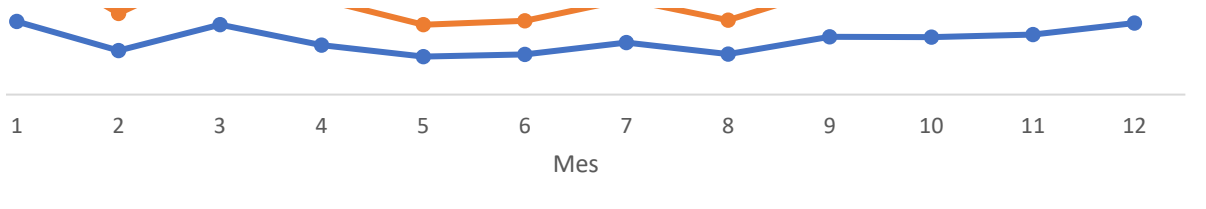
Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Me:
1	2	3	4	5	
19%	12%	19%	13%	10%	
17%	10%	16%	11%	9%	
18%	11%	17%	12%	9%	
20%	11%	18%	14%	10%	
22%	12%	18%	15%	10%	
24%	12%	19%	16%	10%	
27%	13%	20%	18%	11%	
29%	13%	21%	20%	12%	
32%	14%	22%	22%	12%	
36%	15%	23%	24%	13%	
39%	16%	25%	26%	13%	

					Me:
1	2	3	4	5	
40	24	38	27	21	
77	44	70	52	38	
168	93	147	114	80	
185	97	154	125	84	
204	102	162	138	88	
224	107	170	152	92	
246	113	179	167	97	
271	118	188	184	102	
298	124	197	202	107	
328	130	207	222	112	

Crecimiento de ocupación anual

10%
5%





Ocupación mes	Valor Promedio Noche	Personas	Total mes
17%	\$ 378.652	70	\$ 26.342.108
10%	\$ 378.652	42	\$ 15.914.738
16%	\$ 378.652	67	\$ 25.262.982
10%	\$ 378.652	42	\$ 15.914.738
9%	\$ 378.652	36	\$ 13.707.614
9%	\$ 378.652	38	\$ 14.478.988
12%	\$ 378.652	49	\$ 18.716.373
9%	\$ 378.652	39	\$ 14.632.275
13%	\$ 378.652	55	\$ 20.842.660
13%	\$ 378.652	55	\$ 20.766.360
14%	\$ 378.652	57	\$ 21.690.494
16%	\$ 378.652	68	\$ 25.814.315
Total		618	\$ 234.083.644

Tamaño del mercado	75.331	100%
Participación Año 1	356	0,47%
Participación Año 2	669	0,89%
Participación Año 3	1438	1,91%
Participación Año 4	1546	2,05%
Participación Año 5	1663	2,21%
Participación Año 6	1790	2,38%
Participación Año 7	1927	2,56%
Participación Año 8	2076	2,76%
Participación Año 9	2237	2,97%
Participación Año 10	2413	3,20%

<http://inducot>
<https://www.c>

356,1674231 356,167 669,3070938 1438,213696
669,3070938
1438,213696
1546,060059
1662,892308
1789,519094
1926,825436
2075,780135
2237,443911
2412,978352

lista

Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
ses						
6	7	8	9	10	11	12
11%	14%	11%	15%	15%	16%	19%
9%	12%	9%	13%	13%	14%	16%
10%	12%	10%	14%	14%	15%	18%
10%	13%	10%	14%	16%	17%	20%
11%	14%	11%	15%	17%	18%	22%
11%	14%	11%	16%	19%	20%	24%
12%	15%	12%	17%	21%	22%	26%
12%	16%	12%	18%	23%	24%	29%
13%	17%	13%	18%	25%	27%	32%
13%	17%	14%	19%	28%	29%	35%
14%	18%	14%	20%	31%	32%	38%

ses						
6	7	8	9	10	11	12
22	28	22	31	31	33	39
40	52	41	58	60	63	75
84	109	85	121	133	139	165
89	114	89	127	146	152	181
93	120	94	134	161	168	200
98	126	99	141	177	185	220
102	132	104	148	194	203	242
108	139	109	155	214	223	266
113	146	114	163	235	246	292
119	153	120	171	259	270	322

urismoduitama.gov.co/
:alendario-colombia.com/calendario-2019

1546,060059 1662,892308 1789,519094 1926,825436 2075,780135 2237,443911 2412,978352

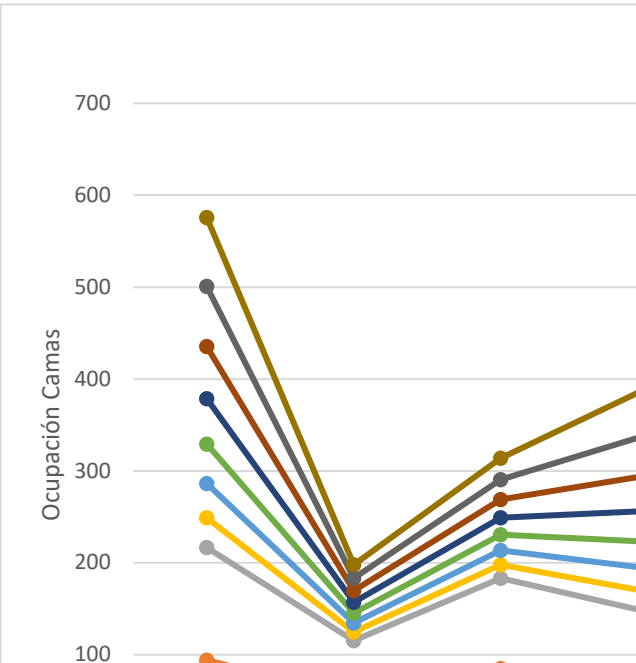
Total anual
15%
12%
13%
14%
15%
16%
18%
19%
21%
22%
24%

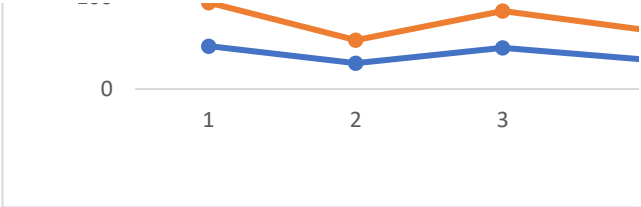
Total anual
356
669
1438
1546
1663
1790
1927
2076
2237
2413

Enero	
Año	
Base (2018)	19%
2020	19%
2021	22%
2022	26%
2023	30%
2024	34%
2025	39%
2026	45%
2027	52%
2028	60%
2029	69%

Año	
2020	47
2021	94
2022	216
2023	249
2024	286
2025	329
2026	379
2027	435
2028	501
2029	576

Meses	Crecimiento de ocupación anual
Festividades e	15%
Otros meses	8%





Factor	Ocupación mes
1	19%
2	12%
3	19%
4	12%
5	10%
6	11%
7	14%
8	11%
9	15%
10	15%
11	16%
12	19%
Total	

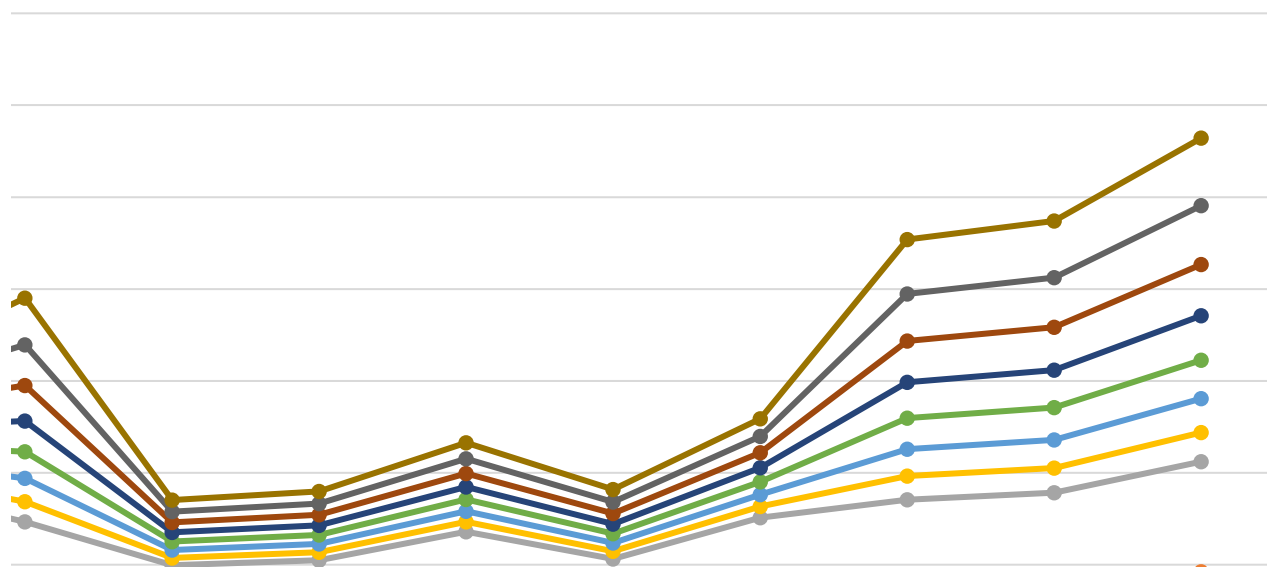
Tamaño del mercado
Participación Año 1
Participación Año 2
Participación Año 3
Participación Año 4
Participación Año 5
Participación Año 6
Participación Año 7
Participación Año 8
Participación Año 9
Participación Año 10

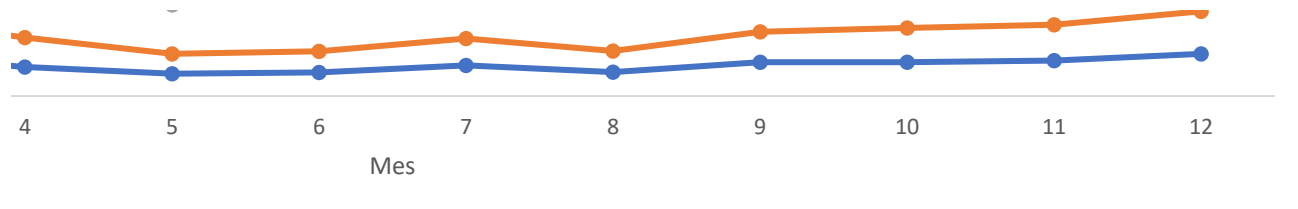
419,0204978
816,4066648
1819,691621
2029,95816
2266,749703
2533,643803
2834,722549
3174,645682
3558,734464
3993,067919

			Optimista		
Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio
Meses					
2	3	4	5	6	7
12%	19%	13%	10%	11%	14%
12%	19%	13%	10%	11%	14%
13%	20%	15%	11%	12%	15%
14%	22%	17%	12%	12%	16%
15%	24%	20%	13%	13%	17%
16%	25%	23%	14%	15%	19%
17%	27%	27%	15%	16%	20%
19%	30%	31%	16%	17%	22%
20%	32%	35%	17%	18%	24%
22%	35%	40%	19%	20%	26%
24%	37%	46%	20%	21%	28%

Meses						
2	3	4	5	6	7	
28	45	32	24	26	33	
53	85	64	46	49	63	
115	183	147	99	105	136	
125	198	169	107	113	147	
135	214	194	116	122	158	
145	231	223	125	132	171	
157	249	256	135	143	185	
169	269	295	146	154	199	
183	291	339	158	167	215	
198	314	390	170	180	232	

Proyección realista en camas





Valor Promedio Noche	Personas	Total mes
\$ 378.652	82	\$ 30.990.716
\$ 378.652	49	\$ 18.723.221
\$ 378.652	78	\$ 29.721.155
\$ 378.652	49	\$ 18.723.221
\$ 378.652	43	\$ 16.126.605
\$ 378.652	45	\$ 17.034.104
\$ 378.652	58	\$ 22.019.263
\$ 378.652	45	\$ 17.214.441
\$ 378.652	65	\$ 24.520.776
\$ 378.652	65	\$ 24.431.011
\$ 378.652	67	\$ 25.518.228
\$ 378.652	80	\$ 30.369.782
	727	\$ 275.392.523

75.331	100%
419	0,56%
816	1,08%
1820	2,42%
2030	2,69%
2267	3,01%
2534	3,36%
2835	3,76%
3175	4,21%
3559	4,72%
3993	5,30%

<http://inducoturismoduitama.gov.co/>
<https://www.calendario-colombia.com/cale>

419,0204978 816,4066648 1819,691621 2029,95816

Agosto Septiembre Octubre Noviembre Diciembre

					Total anual
8	9	10	11	12	
11%	15%	15%	16%	19%	15%
11%	15%	15%	16%	19%	15%
12%	17%	18%	18%	22%	16%
13%	18%	20%	21%	25%	18%
14%	19%	23%	24%	29%	20%
15%	21%	27%	28%	33%	22%
16%	23%	31%	32%	38%	25%
17%	24%	36%	37%	44%	28%
19%	26%	41%	43%	51%	31%
20%	29%	47%	49%	58%	35%
22%	31%	54%	56%	67%	40%

					Total anual
8	9	10	11	12	
26	37	37	39	46	419
49	70	74	78	92	816
106	151	171	178	212	1820
115	163	196	205	244	2030
124	176	226	236	281	2267
134	190	260	271	323	2534
144	206	298	312	371	2835
156	222	343	359	427	3175
168	240	395	412	491	3559
182	259	454	474	564	3993

ndario-2019

2266,749703 2533,643803 2834,722549 3174,645682 3558,734464 3993,067919

Factor	Año Inicio	Año_1	Año_2
Unidades		419,0204978	816,4066648
Precio unitario		\$ 378.652	\$ 378.652
Ventas		\$ 158.662.950	\$ 309.134.016
Venta de Activos		\$ -	\$ 219.950
Costos Variables		-\$ 18.855.922	-\$ 32.656.267
Costos Fijos		-\$ 431.085.774	-\$ 431.085.774
Depreciación Construcción		\$ -	\$ -
Depreciación Maquinaria		-\$ 17.229.640	-\$ 17.229.640
Valor Libro			
Utilidad Antes de Impuestos		-\$ 308.508.388	-\$ 171.617.715
Impuesto		-\$ 58.616.594	-\$ 32.607.366
Utilidad Neta		-\$ 249.891.794	-\$ 139.010.349
Depreciación construcción		\$ -	\$ -
Depreciación Maquinaria		\$ 17.229.640	\$ 17.229.640
Valor Libro			
Terreno			
Construcción	\$ -	-\$ 8.249.500	-\$ 60.122.925
Activos operativos	-\$ 38.724.520	-\$ 1.528.200	-\$ 1.528.200
Capital de trabajo	-\$ 224.970.848	-\$ 6.900.172	-\$ 20.065.699
Valor de desecho			
Flujo del Proyecto	-\$ 263.695.368	-\$ 249.340.026	-\$ 203.497.533

Compra de Activos Fijos			
Terreno, Maquinaria y Telecomunicaciones			
Criterio		Cantidad	Valor Unitario
			\$ COP
Terreno	hm2	1	\$ 150.000.000
Adecuación del terreno	m2	1.600	\$ 25.000
Adecuación de servicios	Unidad	1	\$ 17.325.600
Elementos de la mini granja	Unidad	1	\$ 3.573.000
Senderos	m2	500	\$ 20.000
Estructura Glamping tipo tepe	Unidad	2	\$ 3.069.500
Estructura Glamping tipo domo	Unidad	1	\$ 5.180.000
Estructura Glamping tipo burbuja	Unidad	2	\$ 1.750.000
Estructura Glamping área social	Unidad	1	\$ 2.170.000
Adecuación de baños	Unidad	1	\$ 6.743.800
Estructura Mini granja	m2	4.970	\$ 10.000
Cocina	Unidad	5	\$ 6.363.265
Baños	Unidad	1	\$ 6.743.800
Malla catamarán 2m x 2m	Unidad	4	\$ 315.000
Hot Tub	Unidad	3	\$ 2.190.000
Cubierta térmica aislante	Unidad	3	\$ 229.900
Capital en especie			
Capital de inversión			
Gran total			

Baños			
Elemento	Cantidad	Valor unitario	Valor total

Ducha	5	\$ 75.900,00	\$ 379.500,00
Sanitario	5	\$ 193.900,00	\$ 969.500,00
Lavamanos	5	\$ 384.900,00	\$ 1.924.500,00
Tina	2	\$ 1.372.900,00	\$ 2.745.800,00
Accesorios de baño	5	\$ 144.900,00	\$ 724.500,00
Total			\$ 6.743.800,00

Muebles			
Elemento	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Cama King	3	\$ 300.000,00	\$ 900.000
Colchón ortopédico King	3	\$ 700.000,00	\$ 2.100.000
Cama sencilla	4	\$ 150.000,00	\$ 600.000
Colchón ortopédico sencillo	4	\$ 300.000,00	\$ 1.200.000
Juego de sábanas	18	\$ 84.900,00	\$ 1.528.200
Almohadas	14	\$ 69.900,00	\$ 978.600
Cojines	14	\$ 69.900,00	\$ 978.600
Edredón	14	\$ 292.900,00	\$ 4.100.600
Mesas de noche x2	3	\$ 199.900,00	\$ 599.700
Mantas	5	\$ 89.900,00	\$ 449.500
Dosel	5	\$ 271.900,00	\$ 1.359.500
Armarios	5	\$ 279.900,00	\$ 1.399.500
Cofre	5	\$ 174.900,00	\$ 874.500
Zapatero	5	\$ 119.950,00	\$ 599.750
Comedor dos personas	3	\$ 149.990,00	\$ 449.970
Comedor 4 personas	2	\$ 175.000,00	\$ 350.000
Mesa de área social	5	\$ 69.900,00	\$ 349.500
Mostrador bar	1	\$ 450.000,00	\$ 450.000
Sala de estar	1	\$ 1.213.900,00	\$ 1.213.900
Escritorio recepción	1	\$ 880.000,00	\$ 880.000
Silla ortopédica	1	\$ 199.900,00	\$ 199.900
Presupuesto decoración área	7	\$ 1.500.000,00	\$ 10.500.000
Total			\$ 32.061.720

Cocina	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Lavaplatos	5	\$ 273.900,00	\$ 1.369.500
Estufa	5	\$ 399.900,00	\$ 1.999.500
Juego de cubiertos	5	\$ 66.990,00	\$ 334.950
Juego de platos	12	\$ 14.000,00	\$ 168.000
Juego de ollas	5	\$ 84.163,00	\$ 420.815
Juego de vasos	1	\$ 121.000,00	\$ 121.000
Mini bar	5	\$ 389.900,00	1949500
Total			\$ 6.363.265

Página web	
Factor	Costo
Diseño y desarrollo	\$ 2.720.000,00
Dominio anual	\$ 102.000,00
Hosting anual	\$ 1.224.000,00
Mantenimiento y actualización anual	\$ 1.088.000,00

USD - COP

3400

Dotación de personal	Precio	Cantidad	total
Operativo			
Vestimenta	\$ 38.900	3	\$ 116.700
Calzado de seguridad	\$ 164.900	3	\$ 494.700
Guantes de trabajo	\$ 8.000	12	\$ 96.000
Administrativo			
Vestimenta	\$ 150.000	3	\$ 450.000
Calzado	\$ 135.000	3	\$ 405.000

Elemento de la minigranja	Valor
Cultivos	\$ 1.383.000
Animales	\$ 2.190.000
Total	\$ 3.573.000

Cultivos	Valor	Cantidad	Total
Papa	\$ 54.400	6	\$ 326.400
Hortalizas	\$ 71.900	6	\$ 431.400
Plantas medicinales	\$ 36.500	6	\$ 219.000
Arboles y arbustos frutales	\$ 12.000	12	\$ 144.000
Legumbres	\$ 43.700	6	\$ 262.200
			\$ 1.383.000

Animales	Valor	Cantidad	Total
Vaca	\$ 1.200.000	1	\$ 1.200.000
Cabra	\$ 300.000	1	\$ 300.000
Gallinas ponedoras	\$ 18.000	5	\$ 90.000
Cerdo	\$ 200.000	3	\$ 600.000
			\$ 2.190.000

Adecuaiones	Valor	Cantidad	Total
Moderos de cercado	\$ 11.000	161	\$ 1.771.000
Alambre x 500 metros	\$ 204.600	1	\$ 204.600
Red Electrica	\$ 3.200.000	1	\$ 3.200.000
Canalizaciones	\$ 2.900.000	1	\$ 2.900.000
Paneles solares	\$ 1.850.000	5	\$ 9.250.000
			\$ 17.325.600

Año_3	Año_4	Año_5	Año_6	Año_7
1819,691621	2029,95816	2266,749703	2533,643803	2834,722549
\$ 378.652	\$ 378.652	\$ 378.652	\$ 378.652	\$ 378.652
\$ 689.029.872	\$ 768.647.717	\$ 858.309.308	\$ 959.369.293	\$ 1.073.373.363
\$ 1	\$ 219.950	\$ 2	\$ 219.950	\$ 3
-\$ 72.787.665	-\$ 81.198.326	-\$ 90.669.988	-\$ 101.345.752	-\$ 113.388.902
-\$ 431.085.774	-\$ 431.085.774	-\$ 431.085.774	-\$ 431.085.774	-\$ 431.085.774
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
-\$ 17.229.640	-\$ 17.229.640	-\$ 17.229.640	-\$ 17.229.640	-\$ 17.229.640
\$ 167.926.793	\$ 239.353.926	\$ 319.323.907	\$ 409.928.076	\$ 511.669.049
\$ 31.906.091	\$ 45.477.246	\$ 60.671.542	\$ 77.886.334	\$ 97.217.119
\$ 136.020.702	\$ 193.876.680	\$ 258.652.365	\$ 332.041.742	\$ 414.451.930
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
\$ 17.229.640	\$ 17.229.640	\$ 17.229.640	\$ 17.229.640	\$ 17.229.640
-\$ 1.528.200	-\$ 1.528.200	-\$ 1.528.200	-\$ 1.528.200	-\$ 1.528.200
-\$ 4.205.331	-\$ 4.735.831	-\$ 10.073.713	-\$ 16.095.288	-\$ 22.893.750
\$ 147.516.812	\$ 204.842.290	\$ 264.280.093	\$ 331.647.894	\$ 407.259.620

Valor Total
\$ COP
\$ 150.000.000
\$ 40.000.000
\$ 17.325.600
\$ 3.573.000
\$ 10.000.000
\$ 6.139.000
\$ 5.180.000
\$ 3.500.000
\$ 2.170.000
\$ 6.743.800
\$ 49.700.000
\$ 31.816.325
\$ 6.743.800
\$ 1.260.000
\$ 6.570.000
\$ 689.700
\$ 150.000.000
\$ 191.411.225
\$ 341.411.225

Compra de activos operativos		
Criterio	Cantidad	Valor Unitario
		\$ COP
Sistema de control d	1	\$ 622.000
Extintores	7	\$ 155.000
Muebles y enseres	1	\$ 32.061.720
Sistema de vigilanci	1	\$ 789.900
Computador	2	\$ 949.000
Dispensador de agu	1	\$ 399.900
Cafetera	1	\$ 72.900
Teléfono	2	\$ 100.200
Celular	2	\$ 439.900
Juegos de mesa	5	\$ 100.000
Equipo de sonido	1	\$ 214.900
Capital de Inversión		

Capital de inversión	
Criterio	Valor mes
Activos Fijos	\$ 191.411.225,00
Activos operativos	\$ 38.724.520
Total	\$ 230.135.745,00

Personal Nomina	Cantidad	Salario/mes antes d
Guardia de Seguridad	3	\$ 1.073.816,00
Recepcionista	3	\$ 1.887.000,00
Encargado de la mir	2	\$ 1.889.668,00

Administrador/Gerente	2	\$ 2.900.000,00
Total		

Personal Prestación de servicios	Salario	
	Mensual	Hora
Chef	\$ 1.179.652,00	\$ 5.754,40
Ama de llaves	\$ 1.181.282,00	\$ 5.762,35
Terapeuta	\$ 1.200.000,00	\$ 5.853,66
Abogado	Por honorarios	
Administrador de recursos	\$	
Contador	\$	

Servicio	Cantidad	Costo unitario
Energía KW/h	1352,166667	\$ 445,30
Agua m ³ cúbicos / h	565,8333333	\$ 2.055,26
Telefonía local en internet	1	\$ 144.900,00
Telefonía celular	2	\$ 100.000,00
Publicidad	1	\$ 311.050,00
Total		

<https://www.larepublica.co/especiales/efecto-hidroituango/>
https://www.ambientum.com/enciclopedia_medioambiental/
https://promocionesetb.com/?gclid=EAlaIQobChMIveGV_dL
<https://compras.tigo.com.co/movil>

Intermediario	Comisión
Booking	16.5% - 18%
Tripadvisor	14% - 18%
Airbnb	16% - 20%

Promoción	Presupuesto mensual	Alcance poblacional
Instagram	\$ 150.000,00	111000
Facebook	\$ 130.000,00	200000
Folleto	\$ 138.950,00	50
Total	\$ 418.950,00	311050

<https://www.printu.co/folletos-plegables?gclid=EAlaIQobCh>

Variables	Costo unidad
Set de cubiertos regalo	\$ 40.000,00
Plataformas intermedias	16%
Promoción de apertura	\$ 45.000

Costos fijos		
Factor	Valor Mensual	Valor Anual
	\$ COP	\$ COP
Préstamo + Interés	\$ 3.162.829,43	\$ 37.953.953,21
Salario personal	\$ 27.920.914,00	\$ 335.050.968,00

Servicios públicos	\$ 2.109.954,43	\$ 25.319.453,20
Promoción y administración	\$ 311.050,00	\$ 3.732.600,00
Contabilidad	\$ 600.000,00	\$ 7.200.000,00
Software Contable e	\$ 90.000,00	\$ 1.080.000,00
Dotación del personal	\$ 1.562.400,00	\$ 18.748.800,00
Arriendo del terreno	\$ 166.666,67	\$ 2.000.000,00
Total	\$ 35.923.814,53	\$ 431.085.774,41

<https://www.alegra.com/colombia/>

Costos variables	
Regalo	\$ 40.000
Comisión intermedi	\$ 11.360
Total	\$ 51.360

Año_8	Año_9	Año_10
3174,645682	3558,734464	3993,067919
\$ 378.652	\$ 378.652	\$ 378.652
\$ 1.202.085.937	\$ 1.347.521.922	\$ 1.511.983.154
\$ 219.950	\$ 4	\$ 219.950
-\$ 126.985.827	-\$ 142.349.379	-\$ 159.722.717
-\$ 431.085.774	-\$ 431.085.774	-\$ 431.085.774
\$ -	\$ -	\$ -
-\$ 17.229.640	-\$ 17.229.640	-\$ 17.229.640
\$ 627.004.645	\$ 756.857.133	\$ 904.164.972
\$ 119.130.882	\$ 143.802.855	\$ 171.791.345
\$ 507.873.762	\$ 613.054.278	\$ 732.373.627
\$ -	\$ -	\$ -
\$ 17.229.640	\$ 17.229.640	\$ 17.229.640
-\$ 1.528.200	-\$ 1.528.200	-\$ 1.528.200
-\$ 30.575.526	-\$ 39.262.195	379.778.354
		38.634.520
\$ 492.999.676	\$ 589.493.523	\$ 1.166.487.941

Valor Total
\$ COP
\$ 622.000
\$ 1.085.000
\$ 32.061.720
\$ 789.900
\$ 1.898.000
\$ 399.900
\$ 72.900
\$ 200.400
\$ 879.800
\$ 500.000
\$ 214.900
\$ 38.724.520

Av Villas	Tasa efectiva anual	11,51%
	Tasa mes vencida	0,912%
	Plazo	120
	Prestamo	-\$ 230.135.745
	Cuota mensual	\$ 3.162.829,43

209237145

Salario/mes después	Total
\$ 1.846.556,00	\$ 5.539.668
\$ 2.771.160,00	\$ 8.313.480
\$ 2.775.078,00	\$ 5.550.156

\$ 4.258.805,00	\$ 8.517.610
	\$ 27.920.914

Dia
\$ 46.035,20
\$ 46.098,81
\$ 46.829,27
2.500.000,00
600.000,00

Costo/mes
\$ 602.119,82
\$ 1.162.934,62
\$ 144.900,00
\$ 200.000,00
\$ 311.050
\$ 2.109.954,43

'el-consumo-per-capita-de-energia-fue-de-1159-kwh-durante-el-ano-pasado-2829778
il/aguas/el-consumo-de-agua-en-porcentajes.asp
f5AIVBW6GCh3qCATPEAAYASAAEglw6fD_BwE

mensual

MIyO3Zw9nf5AIVD2yGCh0uFwxIEAAYASAAEgl1pvD_BwE

>60 meses

Factor	Año Inicio	Año_1	Año_2
Unidades		356,1674231	647,9315617
Precio unitario		\$ 378.652	\$ 378.652
Ventas		\$ 134.863.507	\$ 245.340.582
Venta de Activos		\$ -	\$ 219.950
Costos Variables		-\$ 16.027.534	-\$ 25.917.262
Costos Fijos		-\$ 431.085.774	-\$ 431.085.774
Depreciación Construcción		\$ -	\$ -
Depreciación Maquinaria		-\$ 17.229.640	-\$ 17.229.640
Valor Libro			
Utilidad Antes de Impuestos		-\$ 329.479.442	-\$ 228.672.146
Impuesto		-\$ 62.601.094	-\$ 43.447.708
Utilidad Neta		-\$ 266.878.348	-\$ 185.224.438
Depreciación construcción		\$ -	\$ -
Depreciación Maquinaria		\$ 17.229.640	\$ 17.229.640
Valor Libro			
Terreno			
Construcción	\$ -	-\$ 8.249.500	-\$ 60.122.925
Activos operativos	-\$ 38.724.520	-\$ 1.528.200	-\$ 1.528.200
Capital de trabajo	-\$ 223.556.654	-\$ 4.944.864	-\$ 13.985.620
Valor de desecho			
Flujo del Proyecto	-\$ 262.281.174	-\$ 264.371.272	-\$ 243.631.542

Compra de Activos Fijos			
Terreno, Maquinaria y Telecomunicaciones			
Criterio		Cantidad	Valor Unitario
			\$ COP
Terreno	hm2	1	\$ 150.000.000
Adecuación del terreno	m2	1.600	\$ 25.000
Adecuación de servicios	Unidad	1	\$ 17.325.600
Elementos de la mini granja	Unidad	1	\$ 3.573.000
Senderos	m2	500	\$ 20.000
Estructura Glamping tipo tepe	Unidad	2	\$ 3.069.500
Estructura Glamping tipo domo	Unidad	1	\$ 5.180.000
Estructura Glamping tipo burbuja	Unidad	2	\$ 1.750.000
Estructura Glamping área social	Unidad	1	\$ 2.170.000
Adecuación de baños	Unidad	1	\$ 6.743.800
Estructura Mini granja	m2	4.970	\$ 10.000
Cocina	Unidad	5	\$ 6.363.265
Baños	Unidad	1	\$ 6.743.800
Malla catamarán 2m x 2m	Unidad	4	\$ 315.000
Hot Tub	Unidad	3	\$ 2.190.000
Cubierta térmica aislante	Unidad	3	\$ 229.900
Capital en especie			
Capital de inversión			
Gran total			

Baños			
Elemento	Cantidad	Valor unitario	Valor total

Ducha	5	\$ 75.900,00	\$ 379.500,00
Sanitario	5	\$ 193.900,00	\$ 969.500,00
Lavamanos	5	\$ 384.900,00	\$ 1.924.500,00
Tina	2	\$ 1.372.900,00	\$ 2.745.800,00
Accesorios de baño	5	\$ 144.900,00	\$ 724.500,00
Total			\$ 6.743.800,00

Muebles			
Elemento	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Cama King	3	\$ 300.000,00	\$ 900.000
Colchón ortopédico King	3	\$ 700.000,00	\$ 2.100.000
Cama sencilla	4	\$ 150.000,00	\$ 600.000
Colchón ortopédico sencillo	4	\$ 300.000,00	\$ 1.200.000
Juego de sábanas	18	\$ 84.900,00	\$ 1.528.200
Almohadas	14	\$ 69.900,00	\$ 978.600
Cojines	14	\$ 69.900,00	\$ 978.600
Edredón	14	\$ 292.900,00	\$ 4.100.600
Mesas de noche x2	3	\$ 199.900,00	\$ 599.700
Mantas	5	\$ 89.900,00	\$ 449.500
Dosel	5	\$ 271.900,00	\$ 1.359.500
Armarios	5	\$ 279.900,00	\$ 1.399.500
Cofre	5	\$ 174.900,00	\$ 874.500
Zapatero	5	\$ 119.950,00	\$ 599.750
Comedor dos personas	3	\$ 149.990,00	\$ 449.970
Comedor 4 personas	2	\$ 175.000,00	\$ 350.000
Mesa de área social	5	\$ 69.900,00	\$ 349.500
Mostrador bar	1	\$ 450.000,00	\$ 450.000
Sala de estar	1	\$ 1.213.900,00	\$ 1.213.900
Escritorio recepción	1	\$ 880.000,00	\$ 880.000
Silla ortopédica	1	\$ 199.900,00	\$ 199.900
Presupuesto decoración área	7	\$ 1.500.000,00	\$ 10.500.000
Total			\$ 32.061.720

Cocina	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Lavaplatos	5	\$ 273.900,00	\$ 1.369.500
Estufa	5	\$ 399.900,00	\$ 1.999.500
Juego de cubiertos	5	\$ 66.990,00	\$ 334.950
Juego de platos	12	\$ 14.000,00	\$ 168.000
Juego de ollas	5	\$ 84.163,00	\$ 420.815
Juego de vasos	1	\$ 121.000,00	\$ 121.000
Mini bar	5	\$ 389.900,00	1949500
Total			\$ 6.363.265

Página web	
Factor	Costo
Diseño y desarrollo	\$ 2.720.000,00
Dominio anual	\$ 102.000,00
Hosting anual	\$ 1.224.000,00
Mantenimiento y actualización anual	\$ 1.088.000,00

USD - COP

3400

Dotación de personal	Precio	Cantidad	total
Operativo			
Vestimenta	\$ 38.900	3	\$ 116.700
Calzado de seguridad	\$ 164.900	3	\$ 494.700
Guantes de trabajo	\$ 8.000	12	\$ 96.000
Administrativo			
Vestimenta	\$ 150.000	3	\$ 450.000
Calzado	\$ 135.000	3	\$ 405.000

Elemento de la minigranja	Valor
Cultivos	\$ 1.383.000
Animales	\$ 2.190.000
Total	\$ 3.573.000

Cultivos	Valor	Cantidad	Total
Papa	\$ 54.400	6	\$ 326.400
Hortalizas	\$ 71.900	6	\$ 431.400
Plantas medicinales	\$ 36.500	6	\$ 219.000
Arboles y arbustos frutales	\$ 12.000	12	\$ 144.000
Legumbres	\$ 43.700	6	\$ 262.200
			\$ 1.383.000

Animales	Valor	Cantidad	Total
Vaca	\$ 1.200.000	1	\$ 1.200.000
Cabra	\$ 300.000	1	\$ 300.000
Gallinas ponedoras	\$ 18.000	5	\$ 90.000
Cerdo	\$ 200.000	3	\$ 600.000
			\$ 2.190.000

Adecuaiones	Valor	Cantidad	Total
Moderos de cercado	\$ 11.000	161	\$ 1.771.000
Alambre x 500 metros	\$ 204.600	1	\$ 204.600
Red Electrica	\$ 3.200.000	1	\$ 3.200.000
Canalizaciones	\$ 2.900.000	1	\$ 2.900.000
Paneles solares	\$ 1.850.000	5	\$ 9.250.000
			\$ 17.325.600

Año_3	Año_4	Año_5	Año_6	Año_7
1347,212558	1400,726153	1456,500017	1514,634701	1575,235409
\$ 378.652	\$ 378.652	\$ 378.652	\$ 378.652	\$ 378.652
\$ 510.124.730	\$ 530.387.759	\$ 551.506.645	\$ 573.519.459	\$ 596.466.038
\$ 1	\$ 219.950	\$ 2	\$ 219.950	\$ 3
-\$ 53.888.502	-\$ 56.029.046	-\$ 58.260.001	-\$ 60.585.388	-\$ 63.009.416
-\$ 431.085.774	-\$ 431.085.774	-\$ 431.085.774	-\$ 431.085.774	-\$ 431.085.774
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
-\$ 17.229.640	-\$ 17.229.640	-\$ 17.229.640	-\$ 17.229.640	-\$ 17.229.640
\$ 7.920.813	\$ 26.263.248	\$ 44.931.231	\$ 64.838.606	\$ 85.141.210
\$ 1.504.955	\$ 4.990.017	\$ 8.536.934	\$ 12.319.335	\$ 16.176.830
\$ 6.415.859	\$ 21.273.231	\$ 36.394.297	\$ 52.519.271	\$ 68.964.380
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
\$ 17.229.640	\$ 17.229.640	\$ 17.229.640	\$ 17.229.640	\$ 17.229.640
-\$ 1.528.200	-\$ 1.528.200	-\$ 1.528.200	-\$ 1.528.200	-\$ 1.528.200
-\$ 1.070.272	-\$ 1.115.477	-\$ 2.278.171	-\$ 3.490.185	-\$ 4.753.721
\$ 21.047.027	\$ 35.859.194	\$ 49.817.567	\$ 64.730.526	\$ 79.912.099

Valor Total
\$ COP
\$ 150.000.000
\$ 40.000.000
\$ 17.325.600
\$ 3.573.000
\$ 10.000.000
\$ 6.139.000
\$ 5.180.000
\$ 3.500.000
\$ 2.170.000
\$ 6.743.800
\$ 49.700.000
\$ 31.816.325
\$ 6.743.800
\$ 1.260.000
\$ 6.570.000
\$ 689.700
\$ 150.000.000
\$ 191.411.225
\$ 341.411.225

Compra de activos operativos		
Criterio	Cantidad	Valor Unitario
		\$ COP
Sistema de control d	1	\$ 622.000
Extintores	7	\$ 155.000
Muebles y enseres	1	\$ 32.061.720
Sistema de vigilancia	1	\$ 789.900
Computador	2	\$ 949.000
Dispensador de agua	1	\$ 399.900
Cafetera	1	\$ 72.900
Teléfono	2	\$ 100.200
Celular	2	\$ 439.900
Juegos de mesa	5	\$ 100.000
Equipo de sonido	1	\$ 214.900
Capital de Inversión		

Capital de inversión	
Criterio	Valor mes
Activos Fijos	\$ 191.411.225,00
Activos operativos	\$ 38.724.520
Total	\$ 230.135.745,00

Personal Nomina	Cantidad	Salario/mes antes d
Guardia de Seguridad	3	\$ 1.073.816,00
Recepcionista	3	\$ 1.887.000,00
Encargado de la mir	2	\$ 1.889.668,00

Administrador/Gerente	2	\$ 2.900.000,00
Total		

Personal Prestación de servicios	Salario	
	Mensual	Hora
Chef	\$ 1.179.652,00	\$ 5.754,40
Ama de llaves	\$ 1.181.282,00	\$ 5.762,35
Terapeuta	\$ 1.200.000,00	\$ 5.853,66
Abogado	Por honorarios	
Administrador de recursos	\$	
Contador	\$	

Servicio	Cantidad	Costo unitario
Energía KW/h	1352,166667	\$ 445,30
Agua m ³ cúbicos / h	565,8333333	\$ 2.055,26
Telefonía local en internet	1	\$ 144.900,00
Telefonía celular	2	\$ 100.000,00
Publicidad	1	\$ 311.050,00
Total		

<https://www.larepublica.co/especiales/efecto-hidroituango/>
https://www.ambientum.com/enciclopedia_medioambiental/
https://promocionesetb.com/?gclid=EAIaIQobChMIveGV_dL
<https://compras.tigo.com.co/movil>

Intermediario	Comisión
Booking	16.5% - 18%
Tripadvisor	14% - 18%
Airbnb	16% - 20%

Promoción	Presupuesto mensual	Alcance poblacional
Instagram	\$ 150.000,00	111000
Facebook	\$ 130.000,00	200000
Folleto	\$ 138.950,00	50
Total	\$ 418.950,00	311050

<https://www.printu.co/folletos-plegables?gclid=EAIaIQobChI>

Variables	Costo unidad
Set de cubiertos regalo	\$ 40.000,00
Plataformas intermedias	16%
Promoción de apertura	\$ 45.000

Costos fijos		
Factor	Valor Mensual	Valor Anual
	\$ COP	\$ COP
Préstamo + Interés	\$ 3.162.829,43	\$ 37.953.953,21
Salario personal	\$ 27.920.914,00	\$ 335.050.968,00

Servicios públicos	\$ 2.109.954,43	\$ 25.319.453,20
Promoción y administración	\$ 311.050,00	\$ 3.732.600,00
Contabilidad	\$ 600.000,00	\$ 7.200.000,00
Software Contable e	\$ 90.000,00	\$ 1.080.000,00
Dotación del personal	\$ 1.562.400,00	\$ 18.748.800,00
Arriendo del terreno	\$ 166.666,67	\$ 2.000.000,00
Total	\$ 35.923.814,53	\$ 431.085.774,41

<https://www.alegra.com/colombia/>

Costos variables	
Regalo	\$ 40.000
Comisión intermedi	\$ 11.360
Total	\$ 51.360

Año_8	Año_9	Año_10
1638,412222	1704,280327	1772,960262
\$ 378.652	\$ 378.652	\$ 378.652
\$ 620.388.065	\$ 645.329.154	\$ 671.334.949
\$ 219.950	\$ 4	\$ 219.950
-\$ 65.536.489	-\$ 68.171.213	-\$ 70.918.410
-\$ 431.085.774	-\$ 431.085.774	-\$ 431.085.774
\$ -	\$ -	\$ -
-\$ 17.229.640	-\$ 17.229.640	-\$ 17.229.640
\$ 106.756.111	\$ 128.842.530	\$ 152.321.074
\$ 20.283.661	\$ 24.480.081	\$ 28.941.004
\$ 86.472.450	\$ 104.362.450	\$ 123.380.070
\$ -	\$ -	\$ -
\$ 17.229.640	\$ 17.229.640	\$ 17.229.640
-\$ 1.528.200	-\$ 1.528.200	-\$ 1.528.200
-\$ 6.071.083	-\$ 7.444.682	268.710.731
		38.634.520
\$ 96.102.807	\$ 112.619.208	\$ 446.426.761

Valor Total
\$ COP
\$ 622.000
\$ 1.085.000
\$ 32.061.720
\$ 789.900
\$ 1.898.000
\$ 399.900
\$ 72.900
\$ 200.400
\$ 879.800
\$ 500.000
\$ 214.900
\$ 38.724.520

Av Villas	Tasa efectiva anual	11,51%
	Tasa mes vencida	0,912%
	Plazo	120
	Prestamo	-\$ 230.135.745
	Cuota mensual	\$ 3.162.829,43

209237145

Salario/mes después	Total
\$ 1.846.556,00	\$ 5.539.668
\$ 2.771.160,00	\$ 8.313.480
\$ 2.775.078,00	\$ 5.550.156

\$ 4.258.805,00	\$ 8.517.610
	\$ 27.920.914

Dia
\$ 46.035,20
\$ 46.098,81
\$ 46.829,27
2.500.000,00
600.000,00

Costo/mes
\$ 602.119,82
\$ 1.162.934,62
\$ 144.900,00
\$ 200.000,00
\$ 311.050
\$ 2.109.954,43

'el-consumo-per-capita-de-energia-fue-de-1159-kwh-durante-el-ano-pasado-2829778
il/aguas/el-consumo-de-agua-en-porcentajes.asp
f5AIVBW6GCh3qCATPEAAYASAAEglw6fD_BwE

mensual

MlyO3Zw9nf5AIVD2yGCh0uFwxIEAAYASAAEgl1pvD_BwE

>60 meses

Factor	Año Inicio	Año_1	Año_2
Unidades		356	669
Precio unitario		\$ 378.652	\$ 378.652
Ventas		\$ 134.863.507	\$ 253.434.470
Venta de Activos		\$ -	\$ 219.950
Costos Variables		-\$ 16.027.534	-\$ 26.772.284
Costos Fijos		-\$ 431.085.774	-\$ 431.085.774
Depreciación Construcción		\$ -	\$ -
Depreciación Maquinaria		-\$ 17.229.640	-\$ 17.229.640
Valor Libro			
Utilidad Antes de Impuestos		-\$ 329.479.442	-\$ 221.433.279
Impuesto		-\$ 62.601.094	-\$ 42.072.323
Utilidad Neta		-\$ 266.878.348	-\$ 179.360.956
Depreciación construcción		\$ -	\$ -
Depreciación Maquinaria		\$ 17.229.640	\$ 17.229.640
Valor Libro			
Terreno			
Construcción	\$ -	-\$ 8.249.500	-\$ 60.122.925
Activos operativos	-\$ 38.724.520	-\$ 1.528.200	-\$ 1.528.200
Capital de trabajo	-\$ 223.556.654	-\$ 5.372.375	-\$ 15.378.132
Valor de desecho			
Flujo del Proyecto	-\$ 262.281.174	-\$ 264.798.782	-\$ 239.160.573

Compra de Activos Fijos			
Terreno, Maquinaria y Telecomunicaciones			
Criterio		Cantidad	Valor Unitario
			\$ COP
Terreno	hm2	1	\$ 150.000.000
Adecuación del terreno	m2	1.600	\$ 25.000
Adecuación de servicios	Unidad	1	\$ 17.325.600
Elementos de la mini granja	Unidad	1	\$ 3.573.000
Senderos	m2	500	\$ 20.000
Estructura Glamping tipo tepe	Unidad	2	\$ 3.069.500
Estructura Glamping tipo domo	Unidad	1	\$ 5.180.000
Estructura Glamping tipo burbuja	Unidad	2	\$ 1.750.000
Estructura Glamping área social	Unidad	1	\$ 2.170.000
Adecuación de baños	Unidad	1	\$ 6.743.800
Estructura Mini granja	m2	4.970	\$ 10.000
Cocina	Unidad	5	\$ 6.363.265
Baños	Unidad	1	\$ 6.743.800
Malla catamarán 2m x 2m	Unidad	4	\$ 315.000
Hot Tub	Unidad	3	\$ 2.190.000
Cubierta térmica aislante	Unidad	3	\$ 229.900
Capital en especie			
Capital de inversión			
Gran total			

Baños			
Elemento	Cantidad	Valor unitario	Valor total

Ducha	5	\$ 75.900,00	\$ 379.500,00
Sanitario	5	\$ 193.900,00	\$ 969.500,00
Lavamanos	5	\$ 384.900,00	\$ 1.924.500,00
Tina	2	\$ 1.372.900,00	\$ 2.745.800,00
Accesorios de baño	5	\$ 144.900,00	\$ 724.500,00
Total			\$ 6.743.800,00

Muebles			
Elemento	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Cama King	3	\$ 300.000,00	\$ 900.000
Colchón ortopédico King	3	\$ 700.000,00	\$ 2.100.000
Cama sencilla	4	\$ 150.000,00	\$ 600.000
Colchón ortopédico sencillo	4	\$ 300.000,00	\$ 1.200.000
Juego de sábanas	18	\$ 84.900,00	\$ 1.528.200
Almohadas	14	\$ 69.900,00	\$ 978.600
Cojines	14	\$ 69.900,00	\$ 978.600
Edredón	14	\$ 292.900,00	\$ 4.100.600
Mesas de noche x2	3	\$ 199.900,00	\$ 599.700
Mantas	5	\$ 89.900,00	\$ 449.500
Dosel	5	\$ 271.900,00	\$ 1.359.500
Armarios	5	\$ 279.900,00	\$ 1.399.500
Cofre	5	\$ 174.900,00	\$ 874.500
Zapatero	5	\$ 119.950,00	\$ 599.750
Comedor dos personas	3	\$ 149.990,00	\$ 449.970
Comedor 4 personas	2	\$ 175.000,00	\$ 350.000
Mesa de área social	5	\$ 69.900,00	\$ 349.500
Mostrador bar	1	\$ 450.000,00	\$ 450.000
Sala de estar	1	\$ 1.213.900,00	\$ 1.213.900
Escritorio recepción	1	\$ 880.000,00	\$ 880.000
Silla ortopédica	1	\$ 199.900,00	\$ 199.900
Presupuesto decoración área	7	\$ 1.500.000,00	\$ 10.500.000
Total			\$ 32.061.720

Cocina	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Lavaplatos	5	\$ 273.900,00	\$ 1.369.500
Estufa	5	\$ 399.900,00	\$ 1.999.500
Juego de cubiertos	5	\$ 66.990,00	\$ 334.950
Juego de platos	12	\$ 14.000,00	\$ 168.000
Juego de ollas	5	\$ 84.163,00	\$ 420.815
Juego de vasos	1	\$ 121.000,00	\$ 121.000
Mini bar	5	\$ 389.900,00	1949500
Total			\$ 6.363.265

Página web	
Factor	Costo
Diseño y desarrollo	\$ 2.720.000,00
Dominio anual	\$ 102.000,00
Hosting anual	\$ 1.224.000,00
Mantenimiento y actualización anual	\$ 1.088.000,00

USD - COP

3400

Dotación de personal	Precio	Cantidad	total
Operativo			
Vestimenta	\$ 38.900	3	\$ 116.700
Calzado de seguridad	\$ 164.900	3	\$ 494.700
Guantes de trabajo	\$ 8.000	12	\$ 96.000
Administrativo			
Vestimenta	\$ 150.000	3	\$ 450.000
Calzado	\$ 135.000	3	\$ 405.000

Elemento de la minigranja	Valor
Cultivos	\$ 1.383.000
Animales	\$ 2.190.000
Total	\$ 3.573.000

Cultivos	Valor	Cantidad	Total
Papa	\$ 54.400	6	\$ 326.400
Hortalizas	\$ 71.900	6	\$ 431.400
Plantas medicinales	\$ 36.500	6	\$ 219.000
Arboles y arbustos frutales	\$ 12.000	12	\$ 144.000
Legumbres	\$ 43.700	6	\$ 262.200
			\$ 1.383.000

Animales	Valor	Cantidad	Total
Vaca	\$ 1.200.000	1	\$ 1.200.000
Cabra	\$ 300.000	1	\$ 300.000
Gallinas ponedoras	\$ 18.000	5	\$ 90.000
Cerdo	\$ 200.000	3	\$ 600.000
			\$ 2.190.000

Adecuaiones	Valor	Cantidad	Total
Moderos de cercado	\$ 11.000	161	\$ 1.771.000
Alambre x 500 metros	\$ 204.600	1	\$ 204.600
Red Electrica	\$ 3.200.000	1	\$ 3.200.000
Canalizaciones	\$ 2.900.000	1	\$ 2.900.000
Paneles solares	\$ 1.850.000	5	\$ 9.250.000
			\$ 17.325.600

Año_3	Año_4	Año_5	Año_6	Año_7
1438	1546	1663	1790	1927
\$ 378.652	\$ 378.652	\$ 378.652	\$ 378.652	\$ 378.652
\$ 544.582.492	\$ 585.418.733	\$ 629.657.498	\$ 677.604.984	\$ 729.596.305
\$ 1	\$ 219.950	\$ 2	\$ 219.950	\$ 3
-\$ 57.528.548	-\$ 61.842.402	-\$ 66.515.692	-\$ 71.580.764	-\$ 77.073.017
-\$ 431.085.774	-\$ 431.085.774	-\$ 431.085.774	-\$ 431.085.774	-\$ 431.085.774
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
-\$ 17.229.640	-\$ 17.229.640	-\$ 17.229.640	-\$ 17.229.640	-\$ 17.229.640
\$ 38.738.531	\$ 75.480.866	\$ 114.826.393	\$ 157.928.755	\$ 204.207.876
\$ 7.360.321	\$ 14.341.365	\$ 21.817.015	\$ 30.006.464	\$ 38.799.496
\$ 31.378.210	\$ 61.139.502	\$ 93.009.378	\$ 127.922.292	\$ 165.408.379
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
\$ 17.229.640	\$ 17.229.640	\$ 17.229.640	\$ 17.229.640	\$ 17.229.640
-\$ 1.528.200	-\$ 1.528.200	-\$ 1.528.200	-\$ 1.528.200	-\$ 1.528.200
-\$ 2.156.927	-\$ 2.336.645	-\$ 4.869.181	-\$ 7.615.308	-\$ 10.594.402
\$ 44.922.723	\$ 74.504.297	\$ 103.841.638	\$ 136.008.425	\$ 170.515.418

Valor Total
\$ COP
\$ 150.000.000
\$ 40.000.000
\$ 17.325.600
\$ 3.573.000
\$ 10.000.000
\$ 6.139.000
\$ 5.180.000
\$ 3.500.000
\$ 2.170.000
\$ 6.743.800
\$ 49.700.000
\$ 31.816.325
\$ 6.743.800
\$ 1.260.000
\$ 6.570.000
\$ 689.700
\$ 150.000.000
\$ 191.411.225
\$ 341.411.225

Compra de activos operativos		
Criterio	Cantidad	Valor Unitario
		\$ COP
Sistema de control de	1	\$ 622.000
Extintores	7	\$ 155.000
Muebles y enseres	1	\$ 32.061.720
Sistema de vigilancia	1	\$ 789.900
Computador	2	\$ 949.000
Dispensador de agua	1	\$ 399.900
Cafetera	1	\$ 72.900
Teléfono	2	\$ 100.200
Celular	2	\$ 439.900
Juegos de mesa	5	\$ 100.000
Equipo de sonido	1	\$ 214.900
Capital de Inversión		

Capital de inversión	
Criterio	Valor mes
Activos Fijos	\$ 191.411.225,00
Activos operativos	\$ 38.724.520
Total	\$ 230.135.745,00

Personal Nomina	Cantidad	Salario/mes antes d
Guardia de Seguridad	3	\$ 1.073.816,00
Recepcionista	3	\$ 1.887.000,00
Encargado de la mir	2	\$ 1.889.668,00

Administrador/Gerente	2	\$ 2.900.000,00
Total		

Personal Prestación de servicios	Salario	
	Mensual	Hora
Chef	\$ 1.179.652,00	\$ 5.754,40
Ama de llaves	\$ 1.181.282,00	\$ 5.762,35
Terapeuta	\$ 1.200.000,00	\$ 5.853,66
Abogado	Por honorarios	
Administrador de recursos	\$	
Contador	\$	

Servicio	Cantidad	Costo unitario
Energía KW/h	1352,166667	\$ 445,30
Agua m ³ cúbicos / h	565,8333333	\$ 2.055,26
Telefonía local en internet	1	\$ 144.900,00
Telefonía celular	2	\$ 100.000,00
Publicidad	1	\$ 311.050,00
Total		

<https://www.larepublica.co/especiales/efecto-hidroituango/>
https://www.ambientum.com/enciclopedia_medioambiental/
https://promocionesetb.com/?gclid=EAIaIQobChMIveGV_dL
<https://compras.tigo.com.co/movil>

Intermediario	Comisión
Booking	16.5% - 18%
Tripadvisor	14% - 18%
Airbnb	16% - 20%

Promoción	Presupuesto mensual	Alcance poblacional
Instagram	\$ 150.000,00	111000
Facebook	\$ 130.000,00	200000
Folleto	\$ 138.950,00	50
Total	\$ 418.950,00	311050

<https://www.printu.co/folletos-plegables?gclid=EAIaIQobChI>

Variables	Costo unidad
Set de cubiertos regalo	\$ 40.000,00
Plataformas intermedias	16%
Promoción de apertura	\$ 45.000

Costos fijos		
Factor	Valor Mensual	Valor Anual
	\$ COP	\$ COP
Préstamo + Interés	\$ 3.162.829,43	\$ 37.953.953,21
Salario personal	\$ 27.920.914,00	\$ 335.050.968,00

Servicios públicos	\$ 2.109.954,43	\$ 25.319.453,20
Promoción y administración	\$ 311.050,00	\$ 3.732.600,00
Contabilidad	\$ 600.000,00	\$ 7.200.000,00
Software Contable e	\$ 90.000,00	\$ 1.080.000,00
Dotación del personal	\$ 1.562.400,00	\$ 18.748.800,00
Arriendo del terreno	\$ 166.666,67	\$ 2.000.000,00
Total	\$ 35.923.814,53	\$ 431.085.774,41

<https://www.alegra.com/colombia/>

Costos variables	
Regalo	\$ 40.000
Comisión intermedi	\$ 11.360
Total	\$ 51.360

Año_8	Año_9	Año_10
2076	2237	2413
\$ 378.652	\$ 378.652	\$ 378.652
\$ 785.998.300	\$ 847.212.612	\$ 913.679.079
\$ 219.950	\$ 4	\$ 219.950
-\$ 83.031.205	-\$ 89.497.756	-\$ 96.519.134
-\$ 431.085.774	-\$ 431.085.774	-\$ 431.085.774
\$ -	\$ -	\$ -
-\$ 17.229.640	-\$ 17.229.640	-\$ 17.229.640
\$ 254.871.629	\$ 309.399.444	\$ 369.064.480
\$ 48.425.610	\$ 58.785.894	\$ 70.122.251
\$ 206.446.020	\$ 250.613.550	\$ 298.942.229
\$ -	\$ -	\$ -
\$ 17.229.640	\$ 17.229.640	\$ 17.229.640
-\$ 1.528.200	-\$ 1.528.200	-\$ 1.528.200
-\$ 13.827.677	-\$ 17.338.366	303.045.666
		38.634.520
\$ 208.319.783	\$ 248.976.625	\$ 656.323.855

Valor Total
\$ COP
\$ 622.000
\$ 1.085.000
\$ 32.061.720
\$ 789.900
\$ 1.898.000
\$ 399.900
\$ 72.900
\$ 200.400
\$ 879.800
\$ 500.000
\$ 214.900
\$ 38.724.520

Av Villas	Tasa efectiva anual	11,51%
	Tasa mes vencida	0,912%
	Plazo	120
	Prestamo	-\$ 230.135.745
	Cuota mensual	\$ 3.162.829,43

209237145

Salario/mes después	Total
\$ 1.846.556,00	\$ 5.539.668
\$ 2.771.160,00	\$ 8.313.480
\$ 2.775.078,00	\$ 5.550.156

\$ 4.258.805,00	\$ 8.517.610
	\$ 27.920.914

Dia
\$ 46.035,20
\$ 46.098,81
\$ 46.829,27
2.500.000,00
600.000,00

Costo/mes
\$ 602.119,82
\$ 1.162.934,62
\$ 144.900,00
\$ 200.000,00
\$ 311.050
\$ 2.109.954,43

'el-consumo-per-capita-de-energia-fue-de-1159-kwh-durante-el-ano-pasado-2829778
il/aguas/el-consumo-de-agua-en-porcentajes.asp
f5AIVBW6GCh3qCATPEAAYASAAEglw6fD_BwE

mensual

MIyO3Zw9nf5AIVD2yGCh0uFwxIEAAYASAAEgl1pvD_BwE

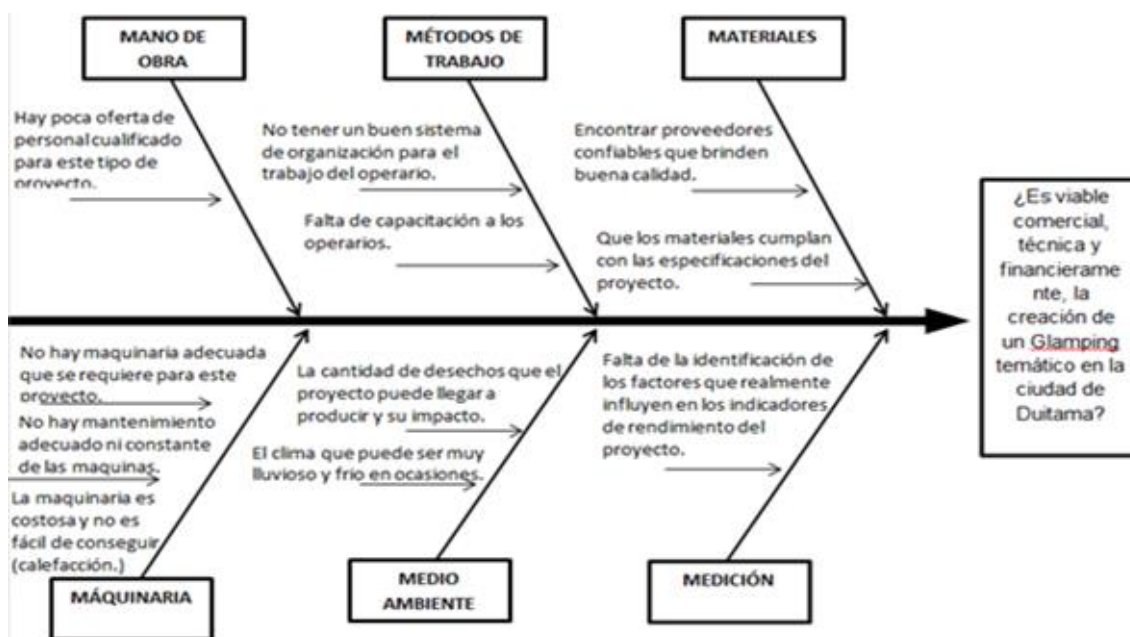
>60 meses

Anexos

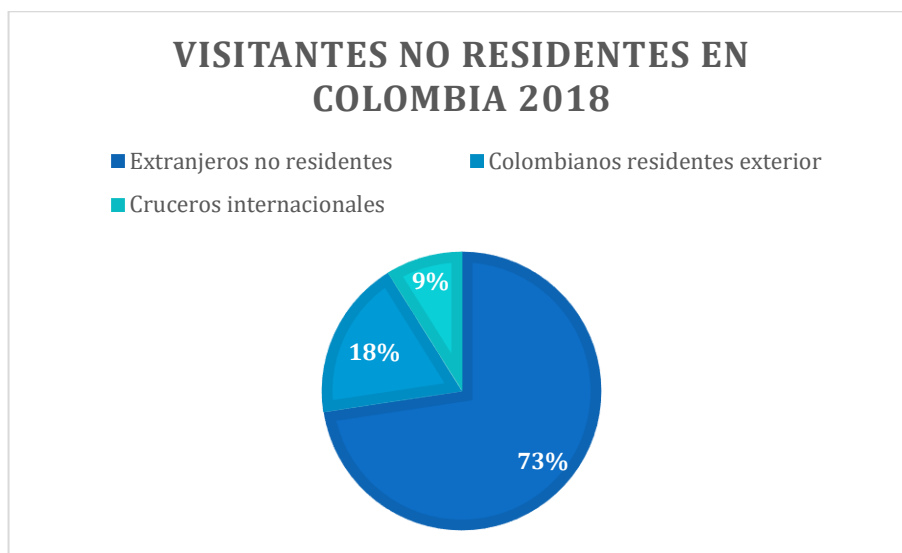
Anexo A Base de datos de hoteles de Duitama

Disponible en anexos externos.

Anexo B Diagrama Ishikawa

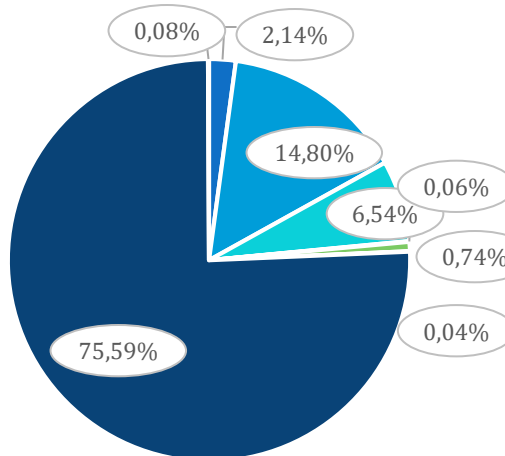


Anexo C Turismo Colombia 2017



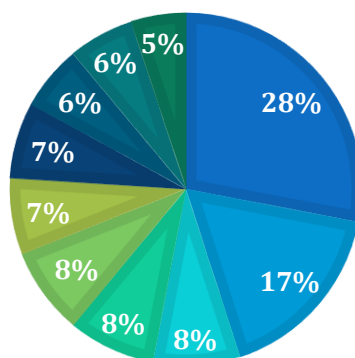
MOTIVO DE VIAJES

- Educación y formación
- Negocios y motivos profesionales
- Otros motivos
- Religión y peregrinación
- Salud y atención médica
- Tránsito



EXTRANJEROS NO RESIDENTES

- Estados Unidos
- Venezuela
- Argentina
- Brasil
- México
- Ecuador
- Perú
- Chile



Anexo D Matriz de los 5 ¿Por qué?

¿Por qué es viable comercial, técnica y financieramente, la creación de un <i>Glamping</i> temático en la ciudad de Duitama?	Porque hay un interés por parte de las personas en realizar viajes turísticos ecológicos.	¿Por qué hay interés por parte de las personas? Porque las personas están buscando otros tipos de entretenimiento al convencional y que tengan todas las comodidades de un hospedaje 5 estrellas.	¿Por qué la gente busca este tipo de entretenimiento? Porque hay una nueva tendencia de las personas que busca un entretenimiento diferente y original en la naturaleza.
	Porque actualmente Duitama carece de un espacio para acampar con esta modalidad.	¿Por qué Duitama carece de un espacio glamuroso para acampar? Porque se ha centrado en ofrecer el servicio hotelero tradicional	¿Por qué se ha centrado en ofrecer el servicio tradicional? Porque no se ha percatado de la nueva tendencia del sector turístico hotelero.

Anexo E Benchmarking

Disponible en anexos externos

Anexo F Cuestionario para evaluación de población

Glamping

Se conoce como *Glamping* al servicio de alojamiento que pretende brindar la experiencia de acampar con los lujos propios de los alojamientos más sofisticados, brindando de esta manera lo mejor de la naturaleza sin renunciar a las comodidades.

¿Alguna vez ha estado en un *Glamping*?

- Si
- No

Respuesta si:

¿Volvería a utilizaría esta modalidad de alojamiento? ¿Por qué?

- Si
- No

Respuesta no:

¿Utilizaría esta modalidad de alojamiento? ¿Por qué?

- Si
- No

Información demográfica

1. ¿Cuál es su sexo?
 - a. Hombre
 - b. Mujer
 - c. Otro
2. ¿Cuál es su rango de edad?
 - a. 17 o menor
 - b. 18-20
 - c. 21-29
 - d. 30-39
 - e. 40-49
 - f. 50-59
 - g. 60 o mayor
3. ¿Cuál es su nivel educativo?
 - a. Sin estudios o enseñanza primaria incompleta
 - b. Primaria
 - c. Secundaria
 - d. Pregrado
 - e. Posgrado
4. ¿Cuál es su actividad actual?
 - a. Estudiante o Empleado (1 - 40 horas semanales)
 - b. Estudiante o Empleado (41 horas o más)
 - c. Desempleado (en búsqueda de trabajo)
 - d. Desempleado (sin búsqueda de trabajo)
 - e. Jubilado
 - f. Discapacitado (sin posibilidad de trabajar)
 - g. Otra
5. ¿A qué estrato socioeconómico pertenece?
 - a. 1
 - b. 2
 - c. 3
 - d. 4
 - e. 5
 - f. 6
6. ¿Practica algún deporte?

- a. Si
 - b. No
7. ¿Cuál es su lugar de origen?
- a. Antioquia
 - b. Boyacá
 - c. Cundinamarca
 - d. Huila
 - e. Norte de Santander
 - f. Quindío
 - g. Risaralda
 - h. Santander
 - i. Tolima
 - j. Otro

Percepción del *Glamping* (Personas que no han experimentado el servicio)

1. ¿Qué tan interesante encuentra la idea?
 - a. Muy Interesante
 - b. Interesante
 - c. Poco interesante
 - d. Nada interesante
2. ¿Qué tan innovadora le parece la idea?
 - a. Extremadamente innovadora
 - b. Muy innovadora
 - c. Un poco innovadora
 - d. Ligeramente innovadora
 - e. Nada innovadora
3. ¿Qué tipo de *Glamping* le gusta más?
 - a. Tipi
 - b. Refugio
 - c. Domo
 - d. Burbuja
 - e. Otra

Tendencias de Consumo (Personas que si han experimentado el servicio)

8. ¿Qué tipo de *Glamping* le gusta más?
 - a. Tipi
 - b. Refugio
 - c. Domo
 - d. Burbuja
 - e. Otra
9. ¿Qué es lo que más le ha gustado de su experiencia en el *Glamping*?
10. ¿Qué cambios haría para mejorar su experiencia en el *Glamping*?

11. ¿Cuánto ha pagado por el hospedaje en estos sitios por noche?
12. Si ha estado en más de un *Glamping* ¿En qué se han diferenciado estos establecimientos?
13. Aparte del producto, ¿qué otros factores influyen en la decisión de su compra?
 - a. Experiencia de otros clientes
 - b. El personal
 - c. Publicidad
 - d. Tendencias
 - e. Otro

Características elementales de servicio

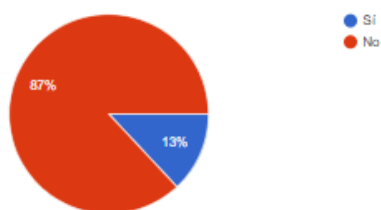
14. ¿Qué tan importante es el que los prestadores de servicio de hospedaje tengan conocimiento del turismo del sector?
 - a. Extremadamente importante
 - b. Muy importante
 - c. Un poco importante
 - d. Ligeramente importante
 - e. Nada importante
15. ¿Qué tan importante es la antigüedad comercial a la hora de elegir su lugar de hospedaje?
 - a. Extremadamente importante
 - b. Muy importante
 - c. Un poco importante
 - d. Ligeramente importante
 - e. Nada importante
16. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este servicio por noche?
 - a. \$150.000 - \$250.000
 - b. \$250.000 - \$350.000
 - c. \$350.000 - \$450.000
 - d. Más de \$450.000
17. ¿Qué tan importantes son las herramientas y tecnologías ofrecidas a la hora de elegir su lugar de hospedaje? (Ejemplos de herramientas o tecnologías: juegos de mesa, bicicletas, binoculares, telescopios, etc.)
 - a. Extremadamente importante
 - b. Muy importante
 - c. Un poco importante
 - d. Ligeramente importante
 - e. Nada importante
18. ¿De qué manera suele hacer sus reservaciones?
 - a. Teléfono
 - b. Páginas web intermediarias
 - c. Página web oficial del establecimiento
 - d. Otra
19. ¿Qué método de pago utiliza para realizar sus compras?

- a. Efectivo
- b. Tarjeta de crédito
- c. PayPal
- d. Transferencia bancaria
- e. Otra

Anexo G Resumen de encuestas

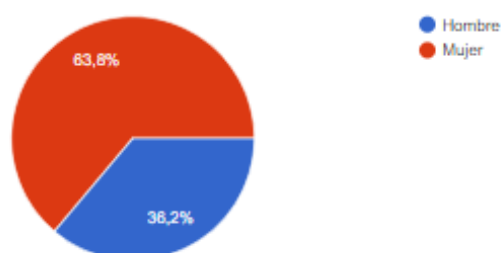
¿Alguna vez ha estado en un *Glamping*?

407 respuestas



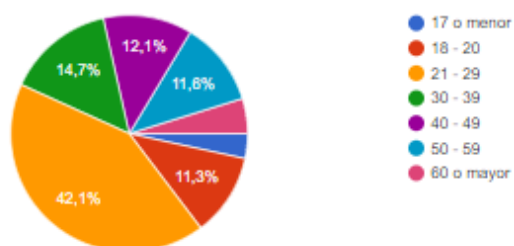
¿Cuál es su género?

354 respuestas



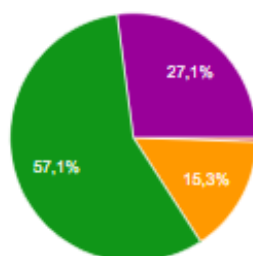
¿Cuál es su rango de edad?

354 respuestas



¿Cuál es su nivel educativo?

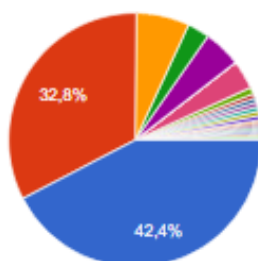
354 respuestas



- Sin estudios o enseñanza primaria incompleta
- Primaria
- Secundaria
- Pregrado
- Posgrado

¿Cuál es su actividad actual?

354 respuestas

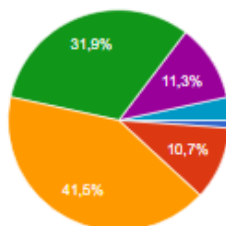


- Estudiante o Empleado (1 - 40 horas o más)
- Estudiante o Empleado (41 horas o más)
- Desempleado (en búsqueda de trabajo)
- Desempleado (sin Búsqueda de trabajo)
- Jubilado
- Discapacitado (sin posibilidad de trabajar)
- Independiente
- Empresario

▲ 1/3 ▼

¿A qué estrato socioeconómico pertenece?

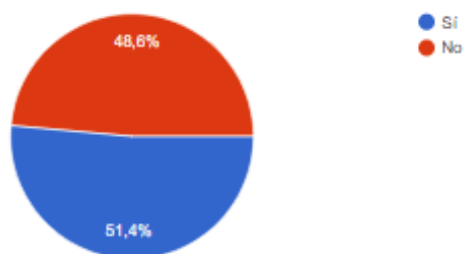
354 respuestas



- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6

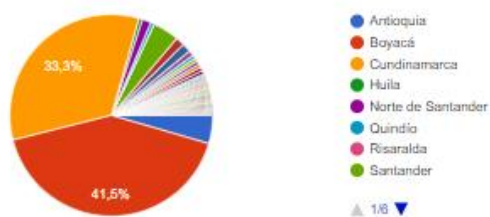
¿Practica algún deporte?

354 respuestas



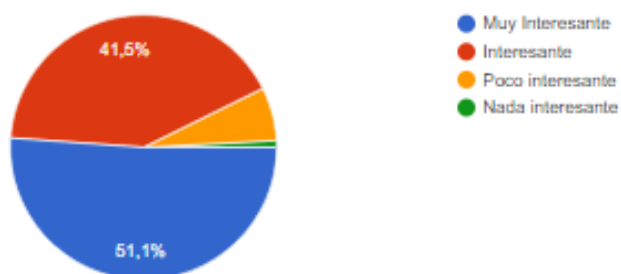
¿Cuál es su lugar de origen?

354 respuestas



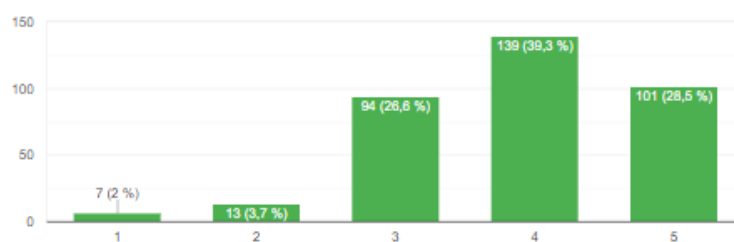
¿Qué tan interesante le parece este en este tipo de alojamiento?

354 respuestas



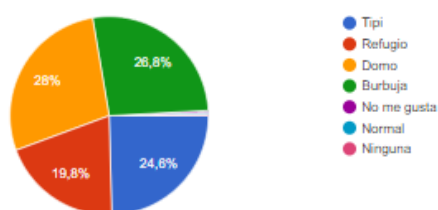
¿Qué tan innovadora le parece la idea?

354 respuestas

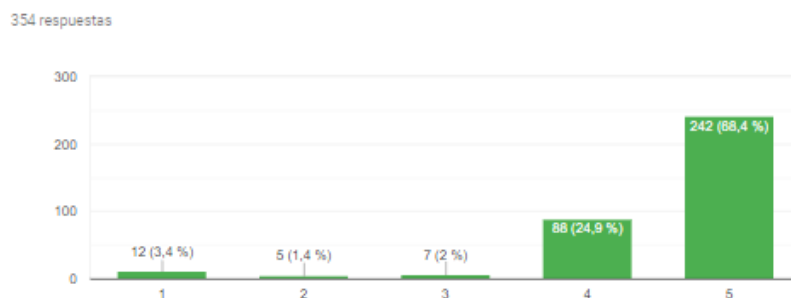


¿Qué tipo de *Glamping* le gusta más?

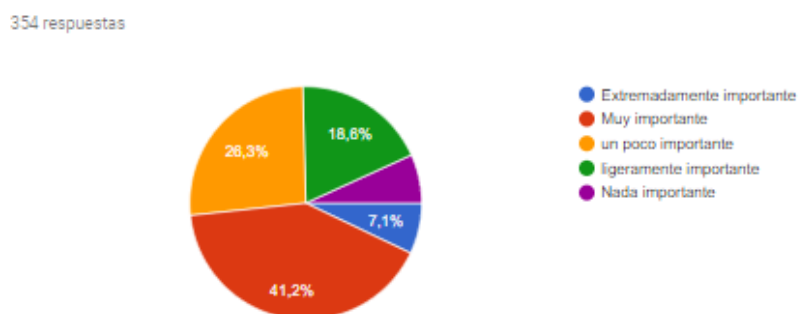
354 respuestas



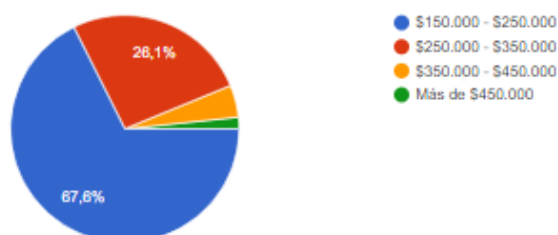
¿Qué tan importante es que los prestadores del servicio de hospedaje tengan conocimiento del turismo del sector?



¿Qué tan importante es la antigüedad a la hora de elegir su lugar de hospedaje?

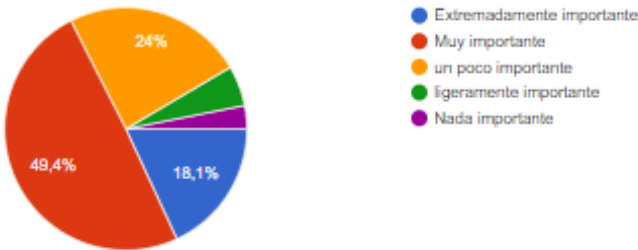


¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por noche?



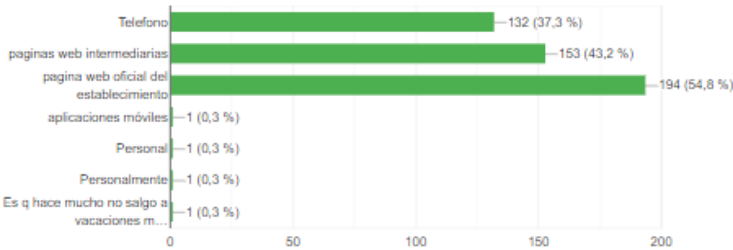
¿Qué tan importantes son las herramientas y tecnologías ofrecidas a la hora de elegir su lugar de hospedaje?

354 respuestas



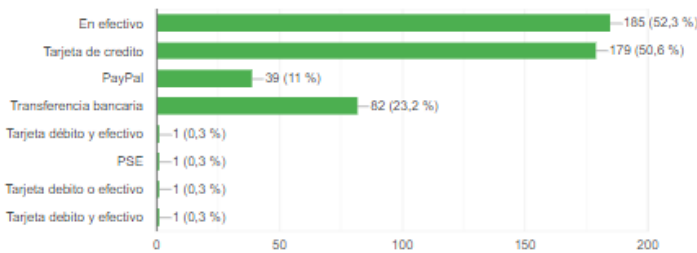
¿De qué manera hace sus reservaciones?

354 respuestas



¿Qué método de pago utiliza para hacer sus compras?

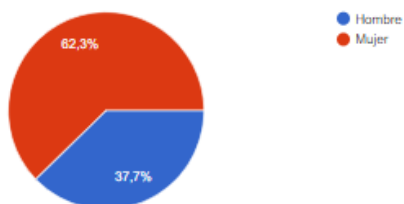
354 respuestas



CLIENTES USUARIOS

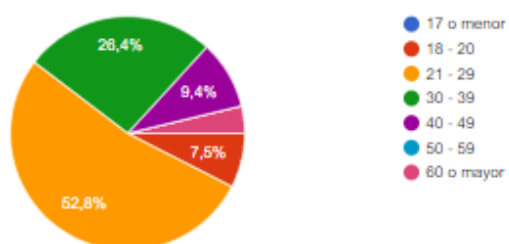
¿Cuál es su género?

53 respuestas



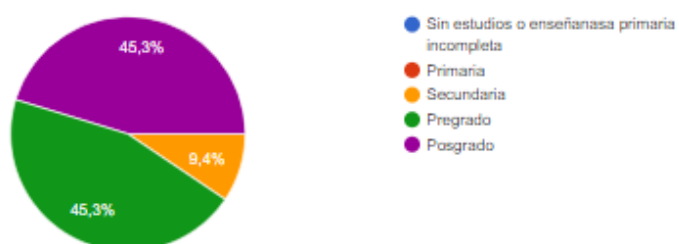
¿Cuál es su rango de edad?

53 respuestas



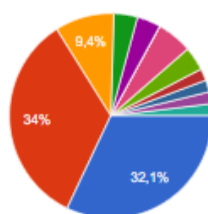
¿Cuál es su nivel educativo?

53 respuestas



¿Cuál es su actividad actual?

53 respuestas

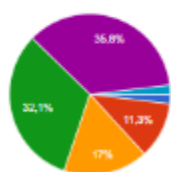


● Estudiante - Empleado (1 - 40 hora...
 ● Estudiante - Empleado (41 horas o...
 ● Desempleado (en búsqueda de trab...
 ● Desempleado (sin Búsqueda de tra...
 ● Jubilado
 ● Discapacitado (sin posibilidad de tr...
 ● Independiente
 ● Empleado

1/2 ▼

¿A qué estrato socioeconómico pertenece?

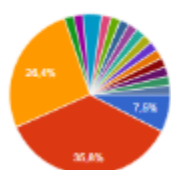
53 respuestas



● 1
 ● 2
 ● 3
 ● 4
 ● 5
 ● 6

¿Cuál es su lugar de origen?

53 respuestas



● Antioquia
 ● Boyacá
 ● Cundinamarca
 ● Huila
 ● Norte de Santander
 ● Quindío
 ● Risaralda
 ● Santander

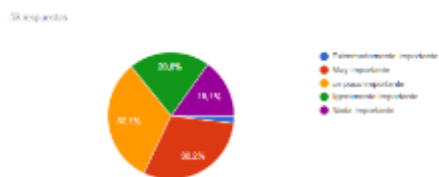
1/3 ▼

¿Qué tan importante es que los prestadores del servicio de hospedaje tengan conocimiento del turismo del sector?

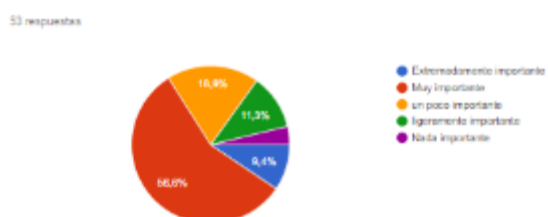
53 respuestas



¿Qué tan importante es la antigüedad a la hora de elegir su lugar de hospedaje?



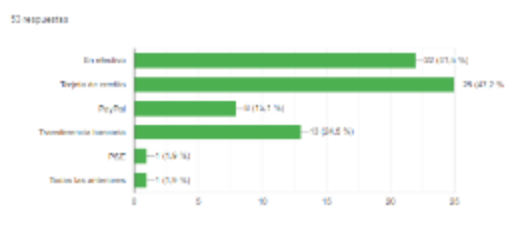
¿Qué tan importantes son las herramientas y tecnologías ofrecidas a la hora de elegir su lugar de hospedaje?



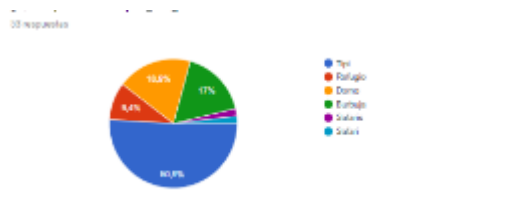
¿De qué manera hace sus reservaciones?



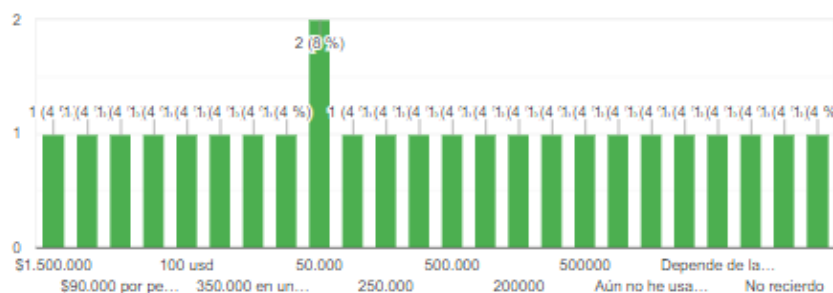
¿Qué método de pago utiliza para hacer sus compras?



¿Qué tipo de *Glamping* le gusta más?



¿Cuánto ha pagado por el hospedaje en estos sitios por noche?



Anexo H Empresas de Glamping en Colombia

El formulario presente tiene como finalidad recolectar información de entidades prestadoras de servicio tipo *Glamping* para su aplicación académica sobre levantamiento de información de dicho sector.

1. Dirección de correo electrónico
2. ¿Cuántos años lleva en el mercado?
3. ¿Cuál es su razón social?
4. ¿En dónde se encuentra ubicado?
5. ¿El establecimiento ingreso al mercado con la idea del *Glamping* o adopto esta idea posteriormente y la adecuo a su actividad comercial?
 - a. El establecimiento ingreso al mercado con la idea del *Glamping*.

- b. El establecimiento adopto esta idea posteriormente y la adecuo a su actividad comercial.
6. ¿La prestación del servicio de *Glamping* actualmente es la actividad principal o secundaria de la empresa?
- a. Principal
 - b. Secundaria
7. ¿Cuáles son los servicios que se ofrecen en compañía del *Glamping*?
- a. Minibar
 - b. Ducha
 - c. Jacuzzi
 - d. Elementos de aseo personal
 - e. Toalla
 - f. Cocina
 - g. Wi – fi
 - h. Otra
8. ¿Qué actividades además del *Glamping* presta el establecimiento?
- a. Caminatas
 - b. Cabalgatas
 - c. Préstamo de bicicletas
 - d. Juegos de mesa
 - e. Fogatas
 - f. Avistamiento de aves
 - g. Servicio de restaurante
 - h. Eventos especiales
 - i. Otros
9. ¿En qué cree usted que se diferencia respecto a otras empresas de *Glamping*?
10. Realiza las ventas por medio de:
- a. Directamente con el cliente
 - b. Mediante empresas intermediarias
 - c. Ambas
 - d. Otra
11. ¿Qué tipo de *Glamping* ofrece?
- a. Teepee
 - b. Refugio
 - c. Domo
 - d. Burbuja
 - e. Yurt
 - f. Carpa de Safari
 - g. Otro



Anexo J Cotizaciones competidores

Aspectos	Característica	Glamping Lumbré	La Quinta Glamping	Glamping Colombia	Glamping Stars	Nativo Glamping	El Monte Teepee Hostel
Modalidad de alojamiento	Yurta	X					
	Refugio		X				
	Domo			X			
	Burbuja				X		
	Tienda de campaña				X		
	Teepee					X	X
	Doble	X	X	X	X	X	X
	Triple	X			X	X	X
	Grupal	X	X			X	X
	Suites	X				X	
Modalidad de pago	Tarjeta debito	X	X	X			
	Tarjeta crédito	X	X	X			
	PayPal		X	X			
	Transferencia o consignación Bancaria		X	X			
	Efectivo			X			
	Efecty			X			
	PSE			X			
	Transferencia a monederos Criptomonedas			X			

	Transferencia a monedero Nequi			X			
	Sin información			X	X	X	
Servicios Incluidos	Desayuno	X		X	X	X	
	Impuestos	X			X		
	Seguro hotelero	X			X		
	Jacuzzi			X	X		
	Wifi			X			
	Parqueadero			X		X	
	Sin información		X	X			
Restaurantes	En el establecimiento	X		X	X	X	
	Opción Vegetariana	X		X	X	X	
	Comida por encargo		X	X	X		
Mascotas	PetFiendly				X	X	
	Sin información		X	X			
Otros aspectos	• Servicio accesibles: o Ingreso a un sendero privado que conduce a dos cascadas	• Precio: 2 personas por noche (incluye desayuno) o Casa de árbol: \$55.000 persona	• Servicios accesibles: o Caminata a la reserva de Tominé o Uso de las rutas de ciclismo con bicicleta propia	• Precio: por parejas desde \$390.000 • Actividad dentro del hotel: o Alquiler	• Precio: \$377.000 - \$550.000 por noche. • Actividad dentro del hotel: o Yoga o Meditación	• Precio: o miércoles o jueves: \$325.000 noche por pareja o Fines de semana: \$365.00	

s en medio del bosque o Los servicios de la zona de fogata y zona de picnic no tienen costo adicional.	adiciona l (máximo 2 personas) § Sábados (o domingos de festivo): \$380.00 § Viernes: \$360.00 § Otros días: \$330.00 o El triángulo: § Sábados (o domingos de festivo): \$290.00 § Viernes: \$260.00 § Otros días: \$230.00 • Actividades dentro del hotel: o Recorrido al	• Precio: o Alojamiento: \$360.00n oche para dos personas o SPA: dos personas § Cuidado facial: \$110.000 § Masaje relajante: \$200.000 § Masaje con Piedras Temperadas: \$240.000 § Rituales de Cacao: \$350.000 • Actividades dentro del hotel o aliados de la región: o Vuelo Helicóptero: desde 1'200.000 o Fogata o Chimenea: \$50.000 con Vino \$100.000 o Cata de 6 tipos de Cervezas: \$120.000 Dos	de caballos o Bicicleta s todoterreno o Caminatas libres o Juegos de mesa o Billar pool o Ping pong o Rana o Fogata o Paquetes especiales de servicio § Para aniversarios, cumpleaños, declaraciones de matrimonio etc. § El valor es de \$230.000 § El paquete incluye: cena romántica, botella de vino y	o Concierto de cuencos o Taller de astronomía o Senderismo o Deportes extremos o Clases de cerámica, culinaria, parapente, entre otros • Se ha posicionado como una de las mejores ofertas gastronómicas de Barichara .	0 noche por pareja o Semana santa: \$385.00 0 noche por pareja • Actividades dentro del hotel: o Servicio de bar o Sendero ecológico o • Actividades en el sector: o Más de 14 reservas ecológicas o Sitios para pesca deportiva o Parapente o Cabalgatas o
--	---	---	--	---	---

mirador y cascada s o Zona de picnic o Zona de fogata o Juegos de mesa o Restaur ante o Menú de bar • Activid ades en el sector: o Pueblo de Salento o Caminat as y cabalgat as en el Valle de Cócora o Río Quindío o Parque del Café	hotel: o Sendero para bajar al lago o Picnic o Hamaca gigante para acostart e a ver el lago o Asador para hacer BBQ o zona de fogata	personas o Parapente: § \$130.000: por persona § de 20 a 25 minutos dependien do el clima o Recorrido en Velero sobre el Embalse Tomine: § \$ 280.000: dos personas § Recorrido privado de 1:30- 2:00h. o Kayak: \$180.000 Dos personas o Recorrido lagunas Siecha: § Por persona cuesta \$180.000 § Incluye reserva y boleta al parque natural Chingaza,	decoraci ón. • Activida des en el sector: o Campos de Te o Restaura ntes en el área a partir de 5 minutos o Paisajes de la ciudad de Cali	Termale s
---	---	--	---	--------------

refrigerio
y guía.
• Servicio
de
restaurante
:
o
Desayuno:
\$18.000
persona
o
Almuerzo:
Por
solicitud
o Cena:
\$25.000 -
\$27.000
persona

Anexo K Análisis de encuestas

Sector turismo

El cuestionario pretende obtener recaba información de gran importancia sobre el sector turismo.

¿Cuáles son los puntos de turismo mas conocidos del sector?

Parque Bepanay, la zona, la bahía.

¿Cuáles son los puntos de turismo mas conocidos del sector?

¿Qué días tiene mayor fluencia de turistas?

Fin de semana

¿Cuáles son las fiestas mas importantes de la región?

Los días de fiesta, por las fiestas

¿Cuáles son las competencias deportivas mas importantes del sector?

por el agua

¿Qué diferencia a Duitama de otros lugares?

La calidad de agua y la cultura de los personas

¿Qué clase de turistas son los que mas frecuentan Duitama?

Turismo de negocios

¿Qué entidades gubernamentales y privadas prestan servicios de turismo en la zona?

Sociedad de Industria Pesquera y Turismo

Sector turismo

El cuestionario pretende obtener recaba información de gran importancia sobre el sector turismo.

¿Cuáles son los puntos de turismo mas conocidos del sector?

O del Centro + Cultural - Roldán Bayona - "Duitama"

¿Cuáles son los puntos de turismo mas conocidos del sector?

¿Qué días tiene mayor fluencia de turistas?

Fin de semana

¿Cuáles son las fiestas mas importantes de la región?

F.I.C. - "Carnaval Turístico"

¿Cuáles son las competencias deportivas mas importantes del sector?

"La Vaca" - "Carnaval de los Libres" - "Carnaval de los Libres"

¿Qué diferencia a Duitama de otros lugares?

En el campo Social - Económico - Cultural - Turístico

¿Qué clase de turistas son los que mas frecuentan Duitama?

Turistas

¿Qué entidades gubernamentales y privadas prestan servicios de turismo en la zona?

Agencia de Viajes - P.I.T.

Sector turismo

En este formulario se pretende recabar información de gran importancia sobre el sector turístico.

¿Cuáles son los puntos de turismo más conocidos del sector?

POTENCIAL BOYACENSES SECTOR DEL LA JAZZ

¿Cuáles son los puntos de turismo más conocidos del sector?

¿Qué días tiene mayor fluencia de turistas?

LOS FINES DE SEMANA

¿Cuáles son las fiestas más importantes de la región?

FESTAS BOYACENSES EL FINANCIAL

¿Cuáles son las competencias deportivas más importantes del sector?

LA MARATON DE LOS UNICORNIOS BOYACENSES

¿Qué diferencia a Duitama de otros lugares?

LA CALIDAD TURISTICA

¿Qué clase de turistas son los que más frecuentan Duitama?

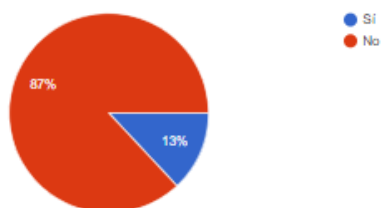
GRUPOS TURISTICOS, RESERVACIONES DEL SECTOR TURISTICO

¿Qué entidades gubernamentales y privadas prestan servicios de turismo en la zona?

AGENCIA VIVA, SPARKS DE INVESTIGACION TURISTICA

Anexo L Bluepint

407 respuestas

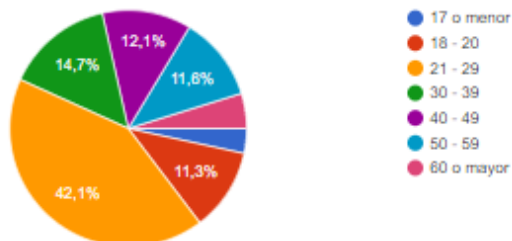


¿Alguna vez ha estado en un *Glamping*?

Fuente: Construcción por los autores

De las 407 personas encuestadas, 354 respondieron que no han asistido nunca a un *Glamping*, y el restante que fueron 53 personas respondió que por lo menos una vez han estado en un *Glamping*.

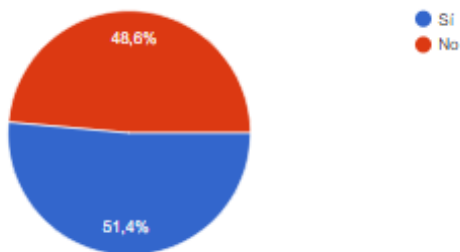
354 respuestas



¿Cuál es su rango de edad?

Fuente: Construcción por los autores

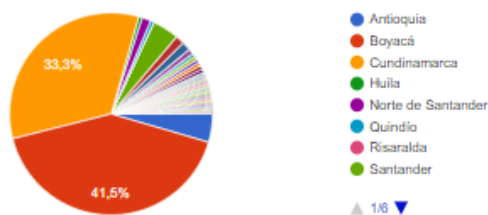
Se puede observar que las 354 personas que respondieron no, el 63.8% son mujeres y 36.2% son hombres. La mayoría de estas personas se encuentran en un rango de edad entre los 21 y 29 años con un porcentaje de 42.1%, seguida de personas entre los 30 y 39 con un 14.7% y, por último, con un rango de edad entre los 40 y 49 años con un 12.1%.



¿Practica algún deporte?

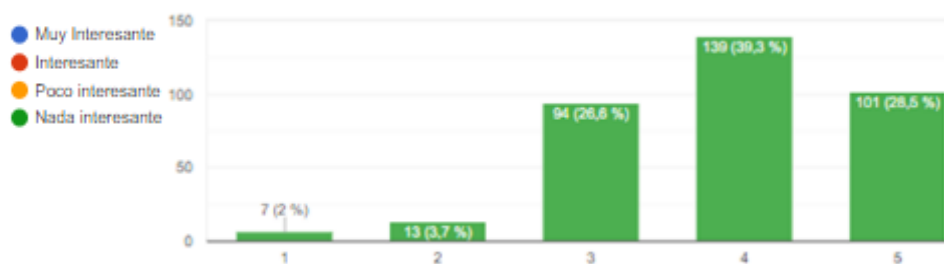
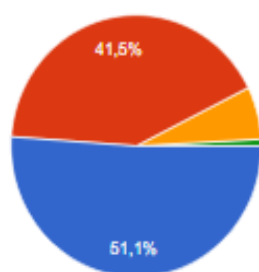
Fuente: Construcción por los autores

Debido a que uno de los clientes objetivos son aquellas personas deportistas, entonces se les preguntó a los encuestados si realizan algún deporte, se evidencia que un 51.4% de las 354 personas practican un deporte y el 48.6% no practican deporte.



¿Cuál es su lugar de origen?
Fuente: Construcción por los autores

Para conocer la procedencia de los encuestados, se les pregunta acerca de qué región de Colombia provenían o de que país eran. Se obtuvo que el 41.5% de las personas son provenientes del departamento de Boyacá, seguido del departamento de Cundinamarca con un 33.3% y provenientes de otras regiones de Colombia con un porcentaje de 25.2%.

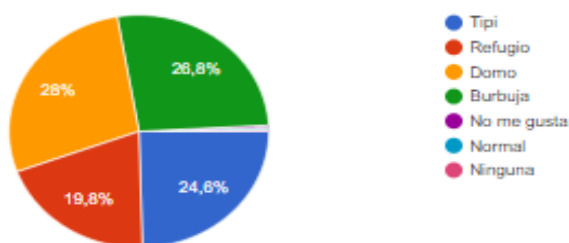


¿Qué tan interesante le parece este tipo de alojamiento? ¿Qué tan innovadora le parece la idea?

Fuente: Construcción por los autores

Se quería conocer la opinión de que tan interesante es la idea para las personas que nunca han asistido a un *Glamping*, se evidenció que el 51.1% de las personas lo encuentran muy interesante, seguida de un 41.5% lo encuentran interesante. Estos datos muestran que el *Glamping* es una idea buena que llama la atención. Además, estas personas encuentran este negocio muy innovador,

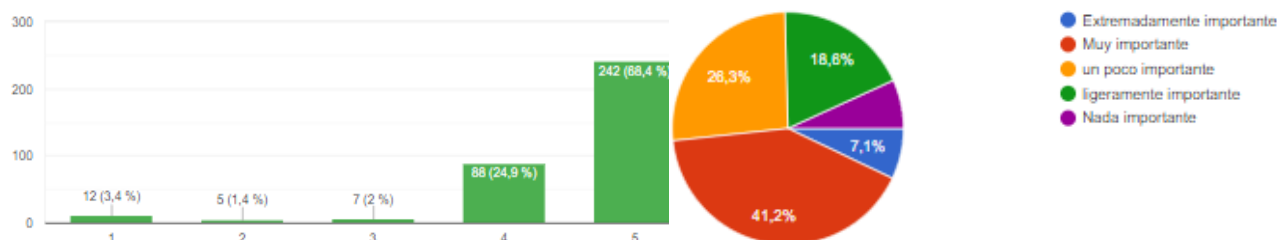
debido al nuevo concepto que tiene esta idea, es algo diferente a los hospedajes tradicionales que están acostumbrados a reservar.



¿Qué tipo de Glamping le gusta más?

Fuente: Construcción por los autores

En vista de que, en este proyecto se van a tener diferentes tipos de *Glamping*, se les mostro mediante imágenes a los encuestados que tipo les gustaba más, los resultados obtenidos acerca de esto fueron que el *Glamping* Domo les gusto a la mayoría de los encuestados con un 28%, seguido de Tipo Burbuja con 26.8%, el tipo Tipi con 24.6% y el menos que gusto fue el tipo refugio con un 19.8%. Por estas razones, se tendrían en cuenta tener los dos o tres con más puntaje para el desarrollo inicial del proyecto.

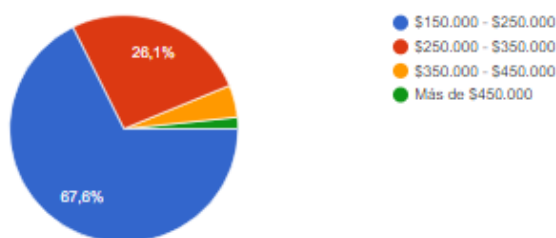


¿Qué tan importante es que los prestadores del servicio de hospedaje tengan conocimiento del turismo del sector? ¿Qué tan importante es la antigüedad a la hora de elegir su lugar de hospedaje?

Fuente: Construcción por los autores

Considerando que el proyecto tiene un enfoque turista, se les pregunto a los encuestados que tan importante era para ellos que el negocio de hospedaje tuviera conocimiento acerca de turismo que el sector puede ofrecer. Para ellos es extremadamente importante que el servicio de hospedaje tenga conocimiento suficiente sobre el turismo de la región con un 68.4% y un 24.9% muy

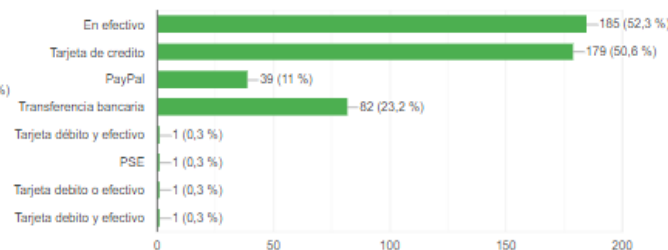
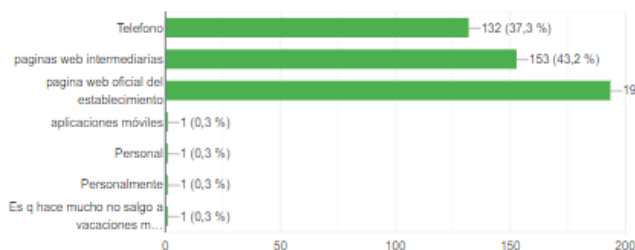
importante. Solo para una pequeña cantidad no es nada importante con un 3.4%. También para estas personas es importante la antigüedad de lugar al cual se van a hospedar, se obtuvo como resultado que es muy importante para el 41.2%, un poco importante 26.3% y, por último, ligeramente importante 18.6%.



¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por noche?

Fuente: Construcción por los autores

Las personas estarían dispuestas a pagar entre \$150.000 - \$250.000 con un 67.6%, entre \$250.000 - \$350.000 con un 26.1% y el resto estaría dispuesto a pagar más de \$350.000.



¿De qué manera hace sus reservaciones? ¿Qué método de pago utiliza para hacer su compra?

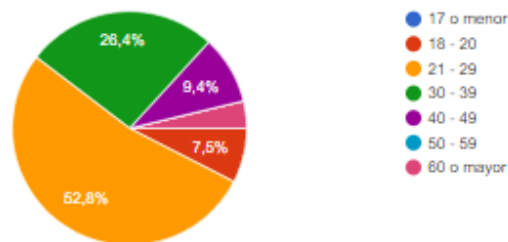
Fuente: Construcción por los autores

Finalmente, es importante tener en cuenta el medio por el cual las personas realizan sus reservación y su pago, ya que con esto se tomarían para aplicarlo al desarrollo del negocio, como se ha hablado anteriormente las plataformas de internet han tenido un auge muy importante, y en

este análisis se puede comprobar, debido a que 43.2% de los encuestados realizan sus reservaciones por páginas web intermediarias o por la de la página oficial del establecimiento 54.8%, sin embargo hay un 37.3% de personas que lo hacen mediante llamada telefónica. El porcentaje de este resultado da más de 100%, debido a que las personas podían elegir más de una opción. También, se les pregunto a los clientes en general que método de pago a la hora de reservar el hotel suelen usar más y se evidencio que el 52.3% de las personas lo suelen hacer con tarjeta de crédito o efectivo, un 23.2% transferencia bancaria y el 11% por PayPal.

CLIENTES USUARIOS

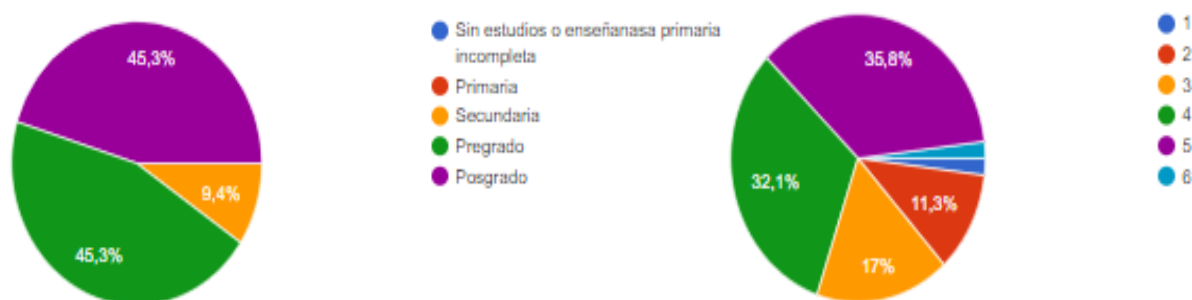
53 respuestas



¿Cuál es su rango de edad?

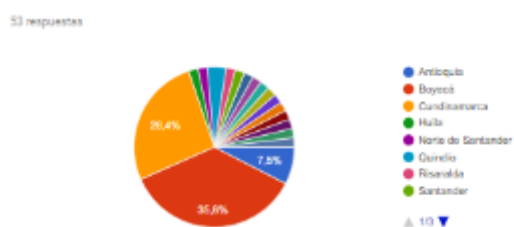
Fuente: Construcción por los autores

De las 53 personas que respondieron si, se evidencio que el 62.3% son mujeres y el 37.7% son hombres. Con un rango de edad entre 21 y 29 años con un porcentaje de 52.8%, seguida de personas entre los 30 y 39 con un 26.4% y con un 9.4% personas con un rango de edad entre los 40 y 49 años. Lo anterior, permite evidenciar que los clientes a los cuales estaría dirigido el proyecto son personas adultas y jóvenes.



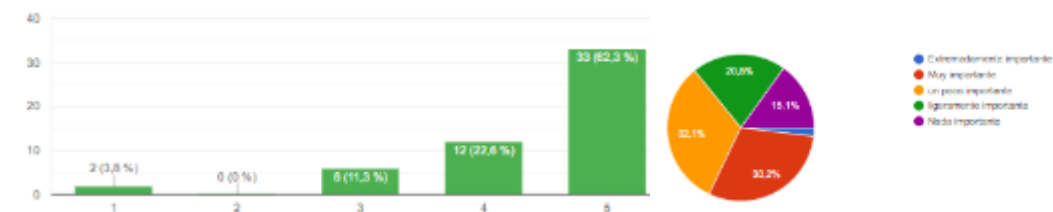
¿Cuál es su nivel educativo? ¿A qué estrato socioeconómico pertenece?
Fuente: Construcción por los autores

Se les pregunto también a los clientes usuarios de *Glamping* cuál era su nivel educativo, se encontró que 45.3% de las personas cuentan con un pregrado y posgrado cada uno. Se quiso conocer el estrato socioeconómico de estas personas, para tener una idea de lo que estarían dispuestos a pagar. Como se evidencia en el gráfico, el 35.8% son estrato 5 y el 32.1% son estrato 4. Se infiere que los usuarios de *Glamping* son personas con un nivel tanto educativo como socioeconómico muy alto. Además, los clientes usuarios son estudiantes y trabajadores, que laboran o estudian entre 1 y 40 horas por semana o entre 41 y más horas a la semana.



¿Cuál es su lugar de origen?
Fuente: Construcción por los autores

Las personas que más han hecho uso de *Glamping*, provienen de regiones de Boyacá con 35.8% y Cundinamarca con 26.4%, seguida de Antioquia con 7.5% y las demás son provenientes de Santander, Norte de Santander, Quindío, Risaralda y Huila. Si se compara con el estudio anteriormente nombrado de SITUR, son las regiones las cuales las personas más sales de viaje.



¿Qué tan importante es que los prestadores del servicio de hospedaje tengan conocimiento del turismo del sector? ¿Qué tan importante es la antigüedad a la hora de elegir su lugar de hospedaje?

Fuente: Construcción por los autores

Considerando que el proyecto tiene un enfoque turístico, se les pregunto a los clientes usuarios que tan importante era para ellos que el negocio de hospedaje tuviera conocimiento acerca de turismo que el sector puede ofrecer. Para la mayoría de ellos es extremadamente importante que el servicio de hospedaje tenga conocimiento suficiente sobre el turismo de la región con un 62.3%, para el 22.6% es muy importante y no es tan importante el conocimiento sobre el turismo del sector para el resto de los encuestados. Además, para la mayoría de los clientes usuarios no es tan importante la antigüedad del negocio, el 32.1% solo un poco importante y es muy importante para el 30.2%.

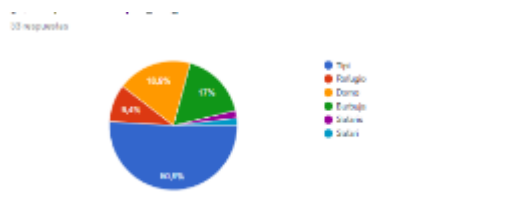


¿De qué manera hace sus reservaciones? ¿Qué método de pago utiliza para hacer sus compras?

Fuente: Construcción por los autores

Es importante tener en cuenta el medio por el cual las personas realizan sus reservación y pagos, ya que con esto se tomarían para aplicarlo al desarrollo del negocio, como se ha hablado anteriormente las plataformas de internet han tenido un auge muy importante, y en este análisis se puede comprobar, debido a que 52.6% de los encuestados realizan sus reservaciones por páginas web intermediarias o por la de la página oficial del establecimiento 50.9%, sin embargo hay un

porcentaje más pequeño de personas que lo hacen mediante llamada telefónica el 37.7%. Estos porcentajes suman más de 100%, debido a que las personas podían elegir más de una opción. También el método de pago que más usan a la hora de reservar el hotel es con tarjeta de crédito con un 47.2%, seguida de pago con efectivo con un 47.2%, por transferencia bancaria 24.5% y el menos utilizado es por PayPal con un 15.1%.



¿Qué tipo de Glamping le gusta más?
Fuente: Construcción por los autores

En vista de que, este proyecto se van a tener diferentes tipos de *Glamping*, se quiso conocer cuáles son los tipos que más les gusta a los clientes usuarios, por esta razón, se les mostro mediante imágenes que tipo les gustó más, los resultados obtenidos acerca de esto fueron que el *Glamping* Tipi con un 50.9% y el tipo Domo con un 18.9% les gustó mucho, seguido de Tipo Burbuja con 17%, el menos que gusto fue el tipo refugio con un 9.4%. Por estas razones, se tendrían en cuenta los dos o tres con más puntaje para el desarrollo del proyecto.

PÚBLICO GENERAL

En términos del nivel educativo de las personas que nunca han asistido a un *Glamping* se encontró, que de las 354 personas 203 cuentan con un pregrado con un porcentaje del 57.1, después 96 personas tienen posgrado con un 27.1%, y solo un 15.3% de estas personas cuentan con secundaria. Y el estrato socioeconómico de los entrevistados que nunca han estado en un *Glamping* está entre el estrato 3 y 4 con un 41.54% y 31.9% respectivamente, y solo una minoría tienen un nivel estrato económico de 5 con un 11.3%.

Las actividades más comunes que realizan los entrevistados son ser estudiante y trabajadores que laboran o estudian entre 1 a 41 horas a la semana con un 42.4%, seguida de 32.8% que estudian o trabajan más de 41 horas a la semana, y cabe resaltar que hay un 6.7% de desempleados.

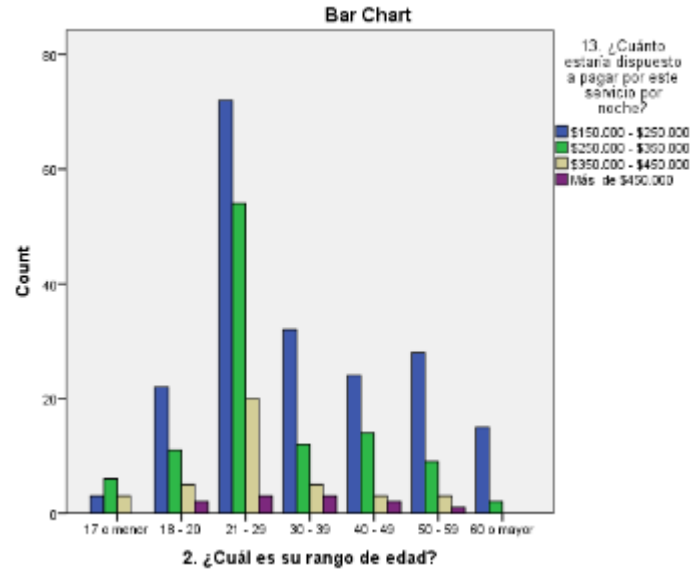
CLIENTES USUARIO

Finalmente, se quiso conocer cuáles son los factores que más influenciaban a la hora de tomar la decisión de su compra y el factor que más influencia tiene es el de la experiencia de otros clientes con un porcentaje del 63.2% y de la experiencia personal con un 32.4%. Por estas razones, es importante que se brinde un servicio al cliente para que la voz a voz sea el mejor para el negocio.

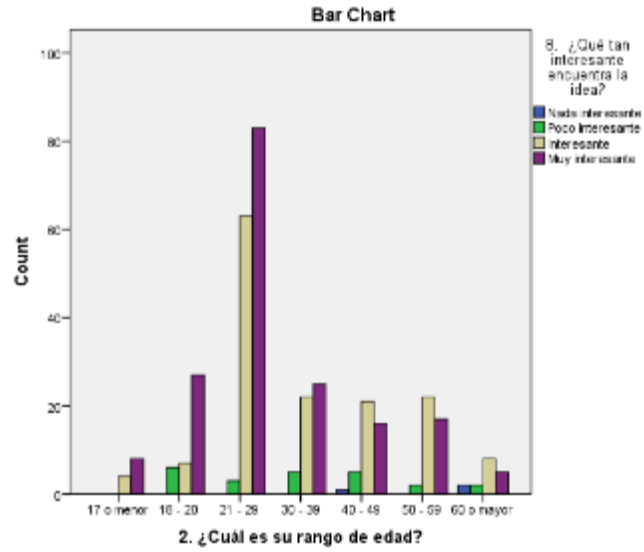
Resumen de Tablas cruzadas

PRECIO

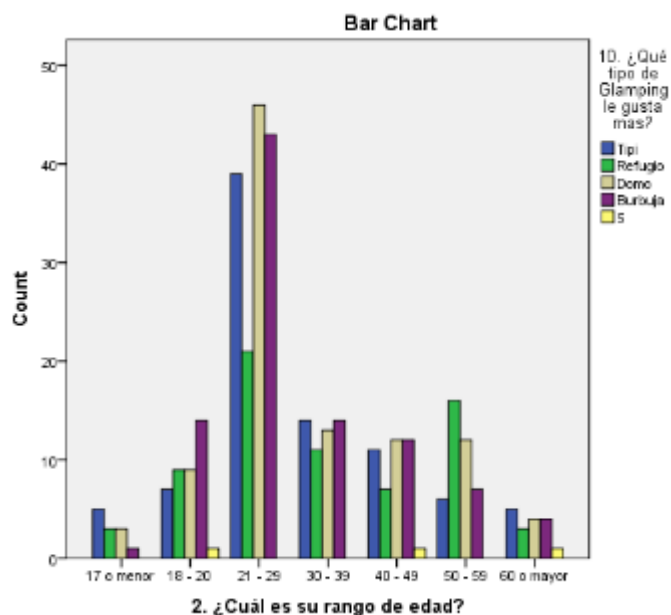
			13. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este servicio por noche?				Total
			\$150,000 - \$250,000	\$250,000 - \$350,000	\$350,000 - \$450,000	Más de \$450,000	
2. ¿Cuál es su rango de edad?	17 o menor	Count	3	0	3	0	12
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	25,0%	50,0%	25,0%	0,0%	100,0%
	18 - 20	Count	22	11	5	2	40
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	55,0%	27,5%	12,5%	5,0%	100,0%
	21 - 28	Count	72	54	20	3	149
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	48,3%	36,2%	13,4%	2,0%	100,0%
	30 - 39	Count	32	12	5	3	52
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	61,5%	23,1%	9,6%	5,0%	100,0%
	40 - 49	Count	24	14	3	2	43
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	55,8%	32,6%	7,0%	4,7%	100,0%
	50 - 59	Count	20	9	3	1	33
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	60,6%	27,3%	9,1%	2,9%	100,0%
	60 o mayor	Count	10	2	0	0	12
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	83,3%	16,7%	0,0%	0,0%	100,0%
	Total	Count	156	108	39	11	314
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	56,4%	38,5%	12,7%	3,9%	100,0%



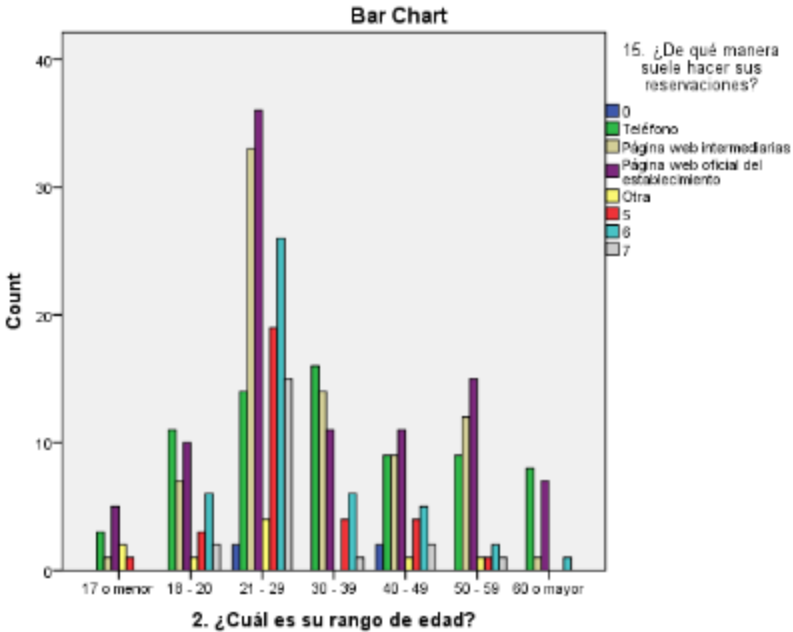
		8. ¿Qué tan interesante encuentra la idea?				Total
		Nada interesante	Poco interesante	Interesante	Muy interesante	
2. ¿Cuál es su rango de edad?	17 o menor	Count	0	0	4	12
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	0,0%	0,0%	33,3%	100,0%
	18 - 20	Count	0	6	7	40
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	0,0%	15,0%	17,5%	100,0%
	21 - 29	Count	0	3	63	149
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	0,0%	2,0%	42,3%	100,0%
	30 - 39	Count	0	6	22	52
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	0,0%	9,6%	42,3%	100,0%
	40 - 49	Count	1	6	21	43
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	2,3%	11,6%	48,8%	100,0%
	50 - 59	Count	0	2	22	41
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	0,0%	4,9%	53,7%	100,0%
	60 o mayor	Count	2	2	8	17
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	11,8%	11,8%	47,1%	100,0%
	Total	Count	3	23	147	354
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	0,8%	6,5%	41,5%	100,0%



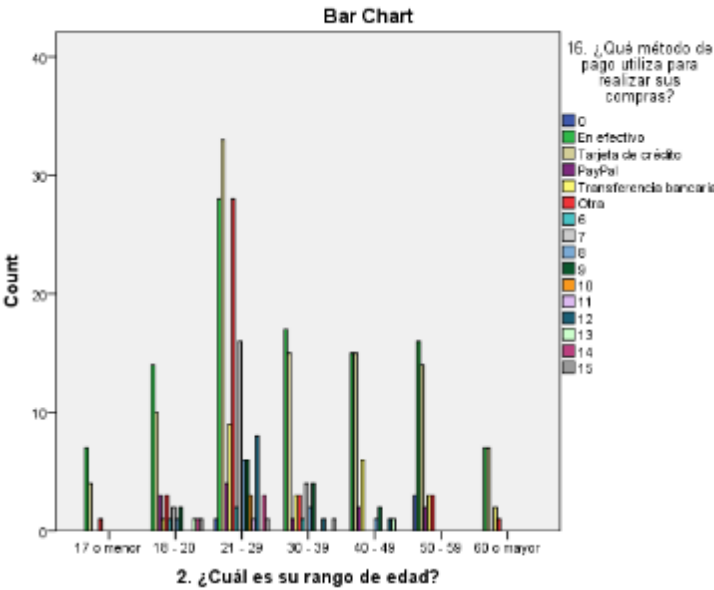
			10. ¿Qué tipo de Clamping le gusta mas?					
			Tipi	Refugio	Domo	Burbuja	5	Total
2. ¿Cuál es su rango de edad?	17 o menor	Count	5	3	3	1	0	12
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	41,7%	25,0%	25,0%	9,3%	0,0%	100,0%
	18 - 20	Count	7	9	9	14	1	40
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	17,5%	22,5%	22,5%	35,0%	2,5%	100,0%
	21 - 29	Count	39	21	46	43	0	149
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	26,2%	14,1%	30,8%	28,9%	0,0%	100,0%
	30 - 39	Count	14	11	13	14	0	52
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	26,9%	21,2%	25,0%	26,9%	0,0%	100,0%
	40 - 49	Count	11	7	12	12	1	43
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	25,6%	16,3%	27,9%	27,9%	2,3%	100,0%
	50 - 59	Count	6	16	12	7	0	41
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	14,6%	39,0%	29,3%	17,1%	0,0%	100,0%
	60 o mayor	Count	5	3	4	4	1	17
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	29,4%	17,6%	23,5%	23,5%	5,9%	100,0%
Total	Count	87	70	99	85	3	354	
	% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	24,6%	19,6%	28,0%	26,8%	0,6%	100,0%	



			15. ¿De qué manera suele hacer sus reservaciones?								
			0	Teléfono	Página web Información	Página web oficial del establecimiento	Otra	5	6	7	Total
2. ¿Cuál es su rango de edad?	17 o menor	Count	0	3	1	5	2	1	0	0	12
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	0.0%	25.0%	8.3%	41.7%	16.7%	8.3%	0.0%	0.0%	100.0%
	18 - 20	Count	0	11	7	10	1	3	6	2	40
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	0.0%	27.5%	17.5%	25.0%	2.5%	7.5%	15.0%	5.0%	100.0%
	21 - 29	Count	2	14	33	36	4	19	26	15	149
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	1.3%	9.4%	22.1%	24.2%	2.7%	12.8%	17.4%	10.1%	100.0%
	30 - 39	Count	0	16	14	11	0	4	6	1	52
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	0.0%	30.8%	26.9%	21.2%	0.0%	7.7%	11.5%	1.9%	100.0%
	40 - 49	Count	2	9	9	11	1	4	5	2	43
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	4.7%	20.9%	20.9%	25.6%	2.3%	9.3%	11.5%	4.7%	100.0%
	50 - 59	Count	0	9	12	15	1	1	2	1	41
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	0.0%	22.0%	29.3%	36.6%	2.4%	2.4%	4.9%	2.4%	100.0%
	60 o mayor	Count	0	0	1	7	0	0	1	0	17
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	0.0%	47.1%	5.9%	41.2%	0.0%	0.0%	5.9%	0.0%	100.0%
Total		Count	4	70	77	95	9	32	46	21	354
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	1.1%	19.8%	21.8%	26.8%	2.5%	9.0%	13.2%	5.9%	100.0%

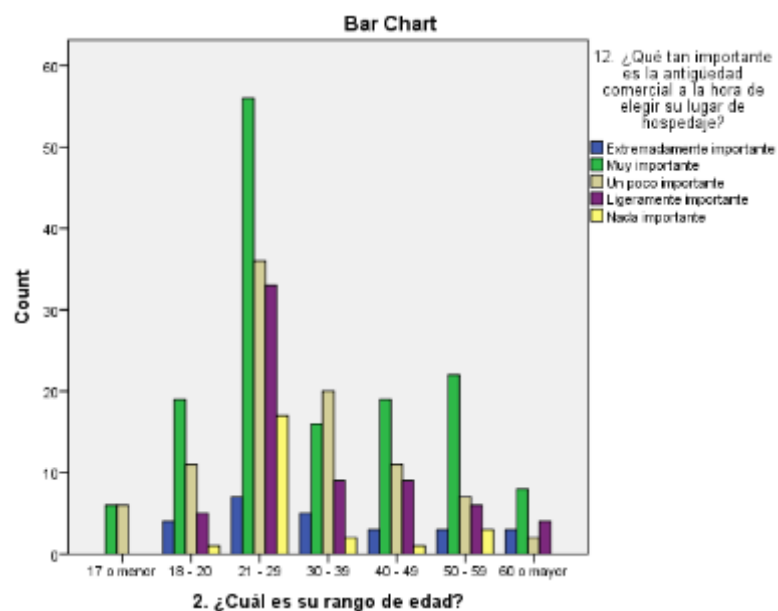


2. ¿Cuál es su rango de edad?	17 o menor	Count													13	14	15	Total
			0	7	4	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	17
	17 o menor	% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	0,0%	58,3%	33,3%	0,0%	0,0%	8,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
		Count	0	14	10	3	1	3	1	2	1	2	0	0				43
	18 - 20	% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	0,0%	35,0%	25,0%	7,5%	2,5%	7,5%	2,5%	5,0%	2,5%	5,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
		Count	0	28	33	4	9	28	2	16	6	6	3	1				149
	21 - 29	% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	0,7%	18,8%	22,1%	2,7%	6,0%	18,8%	1,3%	10,7%	4,0%	4,0%	2,0%	0,7%	5,4			100,0%
		Count	0	17	15	1	3	3	1	4	2	4	0	0				92
	30 - 39	% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	0,0%	32,7%	28,8%	1,9%	5,8%	5,8%	1,9%	7,7%	3,8%	7,7%	0,0%	0,0%	1,9			100,0%
		Count	0	15	15	2	6	0	0	0	1	2	0	0				41
	40 - 49	% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	0,0%	34,9%	34,9%	4,7%	14,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,3%	4,7%	0,0%	0,0%	2,3			100,0%
		Count	3	16	14	2	3	3	0	0	0	0	0	0				37
	50 - 59	% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	7,3%	39,0%	34,1%	4,9%	7,3%	7,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0			100,0%
		Count	0	7	7	0	2	1	0	0	0	0	0	0				354
	60 o mayor	% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	0,0%	1,1%	0,0%										0,0			100,0%
		Count	0	7	7	0	2	1	0	0	0	0	0	0				354

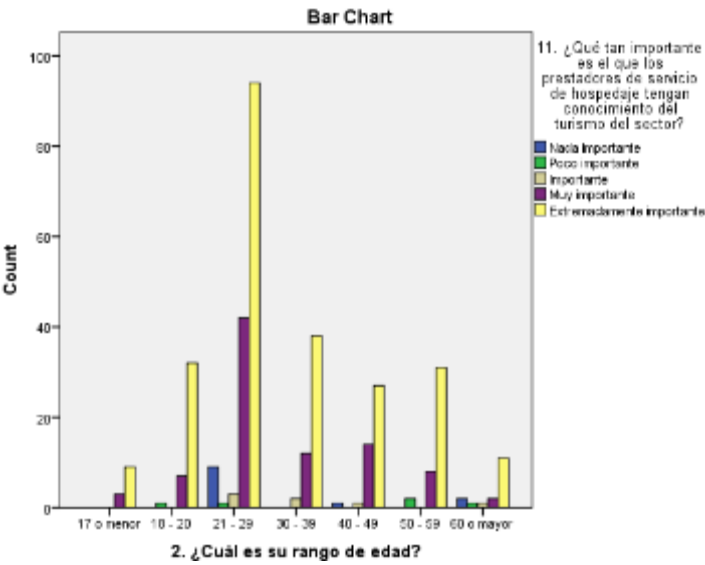


PLAZA

			12. ¿Qué tan importante es la antigüedad comercial a la hora de elegir su lugar de hospedaje?					
			Extremadamente importante	Muy importante	Un poco importante	Ligeramente importante	Nada importante	Total
2. ¿Cuál es su rango de edad?	17 o menor	Count	0	6	6	0	0	12
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	0,0%	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	18 - 20	Count	4	19	11	5	1	40
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	10,0%	47,5%	27,5%	12,5%	2,5%	100,0%
	21 - 29	Count	7	56	36	33	17	149
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	4,7%	37,6%	24,2%	22,1%	11,4%	100,0%
	30 - 39	Count	5	16	20	9	2	52
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	9,5%	30,8%	38,5%	17,3%	3,8%	100,0%
	40 - 49	Count	3	19	11	9	1	43
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	7,0%	44,2%	25,6%	20,9%	2,3%	100,0%
	50 - 59	Count	3	22	7	6	3	41
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	7,3%	53,7%	17,1%	14,6%	7,3%	100,0%
	60 o mayor	Count	3	8	2	4	0	17
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	17,6%	47,1%	11,8%	23,5%	0,0%	100,0%
Total		Count	26	146	80	66	24	354
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	7,1%	41,2%	22,3%	18,6%	6,8%	100,0%

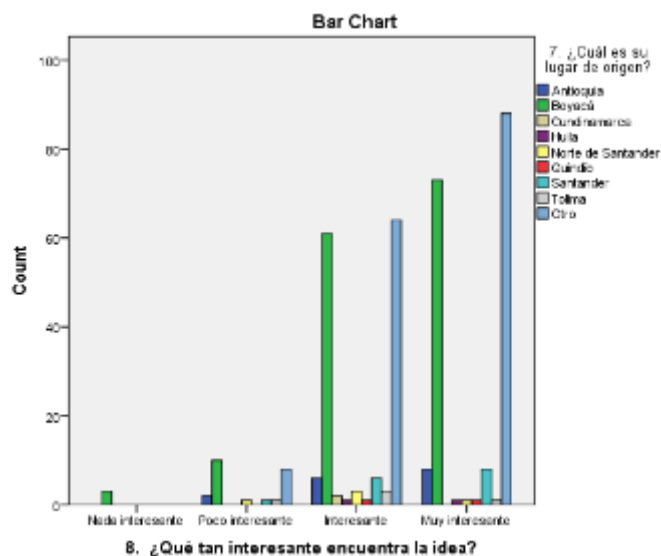


11. ¿Qué tan importante es el que los prestadores de servicio de hospedaje tengan conocimiento del turismo del sector?								
			Nada importante	Poco importante	Importante	Muy importante	Extremadamente importante	Total
2. ¿Cuáles su rango de edad?	17 o menor	Count	0	0	0	3	9	12
		% within 2. ¿Cuáles su rango de edad?	0,0%	0,0%	0,0%	25,0%	75,0%	100,0%
	18 - 20	Count	0	1	0	7	32	40
		% within 2. ¿Cuáles su rango de edad?	0,0%	2,5%	0,0%	17,5%	80,0%	100,0%
	21 - 29	Count	9	1	3	42	94	149
		% within 2. ¿Cuáles su rango de edad?	6,0%	0,7%	2,0%	28,2%	63,1%	100,0%
	30 - 39	Count	0	0	2	12	38	52
		% within 2. ¿Cuáles su rango de edad?	0,0%	0,0%	3,8%	23,1%	73,1%	100,0%
	40 - 49	Count	1	0	1	14	27	43
		% within 2. ¿Cuáles su rango de edad?	2,3%	0,0%	2,3%	32,6%	62,8%	100,0%
	50 - 59	Count	0	2	0	8	31	41
		% within 2. ¿Cuáles su rango de edad?	0,0%	4,9%	0,0%	19,5%	75,6%	100,0%
	60 o mayor	Count	2	1	1	2	11	17
		% within 2. ¿Cuáles su rango de edad?	11,8%	5,9%	5,9%	11,8%	64,7%	100,0%
Total	Count	12	5	7	88	242	354	
	% within 2. ¿Cuáles su rango de edad?	3,4%	1,4%	2,0%	24,9%	68,4%	100,0%	



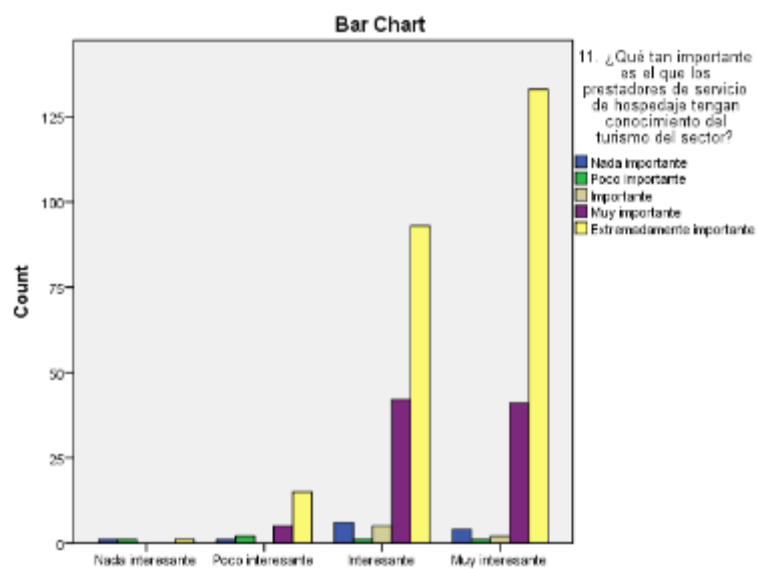
PROMOCIÓN

			7. ¿Cuál es su lugar de origen?									
			Antioquia	Bogotá	Cundinamarca	Huila	Norte de Santander	Quindío	Santander	Tolima	OTRO	Total
8. ¿Qué tan interesante encuentra la idea?	Nada interesante	Count	0	3	0	0	0	0	0	0	0	3
		% within 8. ¿Qué tan interesante encuentra la idea?	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	Poco interesante	Count	2	10	0	0	1	0	1	1	8	23
		% within 8. ¿Qué tan interesante encuentra la idea?	8,7%	43,5%	0,0%	0,0%	4,3%	0,0%	4,3%	4,3%	34,5%	100,0%
	Interesante	Count	6	81	2	1	3	1	6	3	54	147
		% within 8. ¿Qué tan interesante encuentra la idea?	41,5%	41,2%	1,4%	0,7%	2,0%	0,7%	4,1%	2,0%	42,2%	100,0%
Muy interesante	Count	8	73	0	1	1	1	8	1	58	181	
	% within 8. ¿Qué tan interesante encuentra la idea?	4,4%	40,3%	0,0%	0,6%	0,6%	0,6%	4,4%	0,6%	48,6%	100,0%	
Total			16	147	2	2	5	2	16	6	180	354
			4,2%	41,2%	0,6%	0,6%	1,4%	0,6%	4,2%	1,4%	42,2%	100,0%



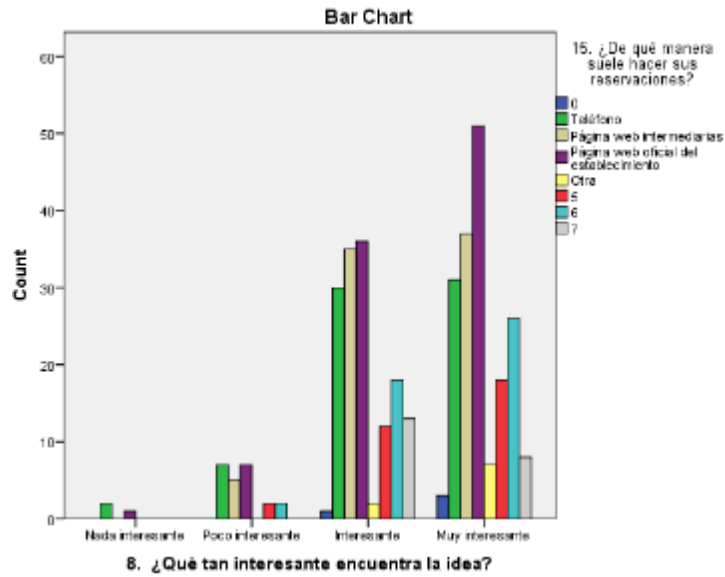
11. ¿Qué tan importante es el que los prestadores de servicio de hospedaje tengan conocimiento del turismo del sector?

			Nada importante	Poco importante	Importante	Muy importante	Extremadamente importante	Total
8. ¿Qué tan interesante encuentra la idea?	Nada interesante	Count	1	1	0	0	1	3
		% within 8. ¿Qué tan interesante encuentra la idea?	33,3%	33,3%	0,0%	0,0%	33,3%	100,0%
	Poco interesante	Count	1	2	0	0	15	23
		% within 8. ¿Qué tan interesante encuentra la idea?	4,3%	8,7%	0,0%	21,7%	65,2%	100,0%
	Interesante	Count	6	1	5	42	93	147
		% within 8. ¿Qué tan interesante encuentra la idea?	4,1%	0,7%	3,4%	28,6%	63,3%	100,0%
	Muy interesante	Count	4	1	2	41	133	181
		% within 8. ¿Qué tan interesante encuentra la idea?	2,2%	0,5%	1,1%	22,7%	73,5%	100,0%
Total		Count	12	5	7	88	242	354
		% within 8. ¿Qué tan interesante encuentra la idea?	3,4%	1,4%	2,0%	24,8%	68,4%	100,0%



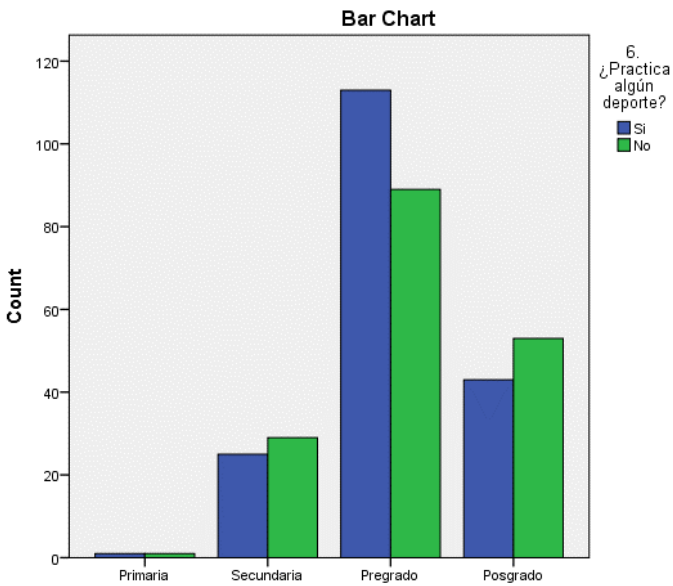
8. ¿Qué tan interesante encuentra la idea?

			15. ¿De qué manera suele hacer sus reservas?									
			0	Teléfono	Página web intermediarias	Página web oficial del establecimiento	Otro	5	6	7	Total	
8. ¿Qué tan interesante encuentra la idea?	Nada interesante	Count	0	2	0	1	0	0	0	0	3	
		% within 8. ¿Qué tan interesante encuentra la idea?	0.0%	66.7%	0.0%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	Poco interesante	Count	0	7	5	7	0	2	2	0	23	
		% within 8. ¿Qué tan interesante encuentra la idea?	0.0%	31.4%	21.7%	30.4%	0.0%	8.7%	8.7%	0.0%	100.0%	
	Interesante	Count	1	30	35	38	2	12	18	13	147	
		% within 8. ¿Qué tan interesante encuentra la idea?	0.7%	21.4%	23.8%	24.5%	1.4%	8.2%	12.2%	8.8%	100.0%	
	Muy interesante	Count	3	31	37	57	7	18	28	8	181	
		% within 8. ¿Qué tan interesante encuentra la idea?	1.7%	17.1%	20.4%	28.2%	3.8%	9.8%	14.4%	4.4%	100.0%	
Total	Count	4	70	77	93	9	32	48	21	354		
	% within 8. ¿Qué tan interesante encuentra la idea?	1.1%	19.5%	21.8%	26.0%	2.5%	9.0%	13.0%	5.9%	100.0%		



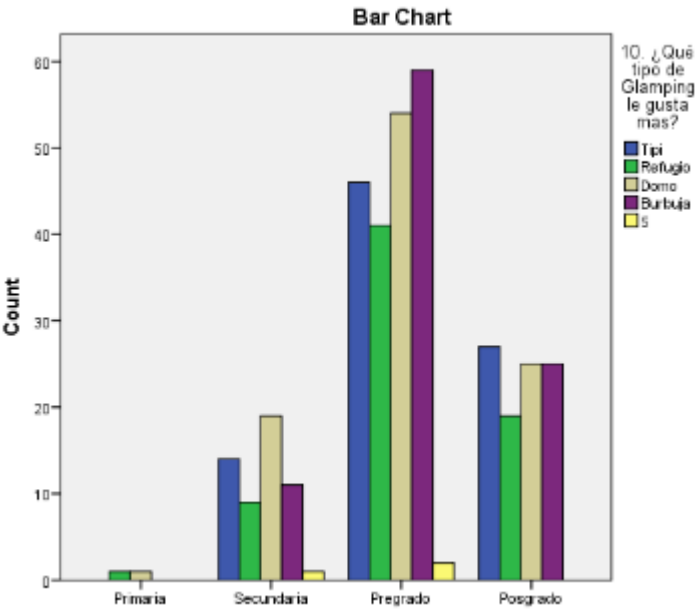
PRODUCTO

			6. ¿Practica algún deporte?		
			Si	No	Total
3. ¿Cuál es su nivel educativo?	Primaria	Count	1	1	2
		% within 3. ¿Cuál es su nivel educativo?	50,0%	50,0%	100,0%
	Secundaria	Count	25	29	54
		% within 3. ¿Cuál es su nivel educativo?	46,3%	53,7%	100,0%
	Pregrado	Count	113	89	202
		% within 3. ¿Cuál es su nivel educativo?	55,9%	44,1%	100,0%
	Posgrado	Count	43	53	96
		% within 3. ¿Cuál es su nivel educativo?	44,8%	55,2%	100,0%
Total	Count	182	172	354	
	% within 3. ¿Cuál es su nivel educativo?	51,4%	48,6%	100,0%	



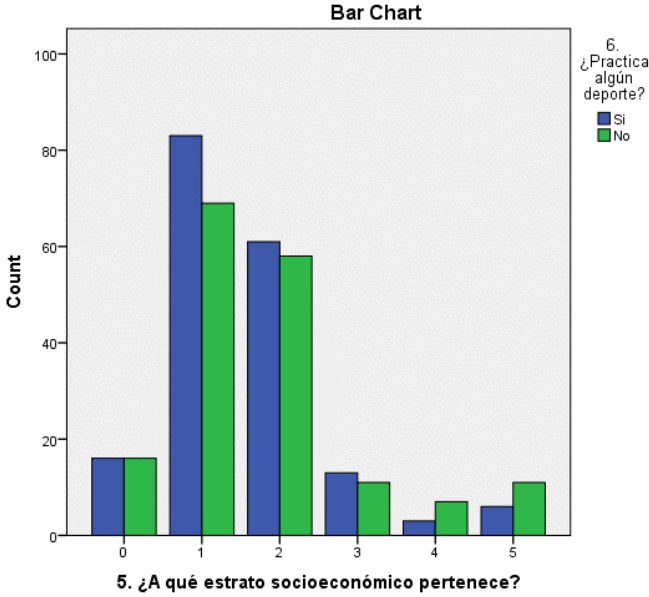
3. ¿Cuál es su nivel educativo?

			10. ¿Qué tipo de Glamping le gusta más?					
			Tipi	Refugio	Domo	Burbuja	5	Total
3. ¿Cuáles su nivel educativo?	Primaria	Count	0	1	1	0	0	2
		% within 3. ¿Cuál es su nivel educativo?	0,0%	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	Secundaria	Count	14	9	19	11	1	54
		% within 3. ¿Cuál es su nivel educativo?	25,9%	16,7%	35,2%	20,4%	1,9%	100,0%
	Pregrado	Count	46	41	54	59	2	202
		% within 3. ¿Cuál es su nivel educativo?	22,9%	20,3%	26,7%	29,2%	1,0%	100,0%
	Posgrado	Count	27	19	26	25	0	98
		% within 3. ¿Cuál es su nivel educativo?	28,1%	19,6%	26,0%	25,0%	0,0%	100,0%
Total	Count	87	70	99	95	3	354	
	% within 3. ¿Cuál es su nivel educativo?	24,5%	19,8%	28,0%	26,6%	0,8%	100,0%	

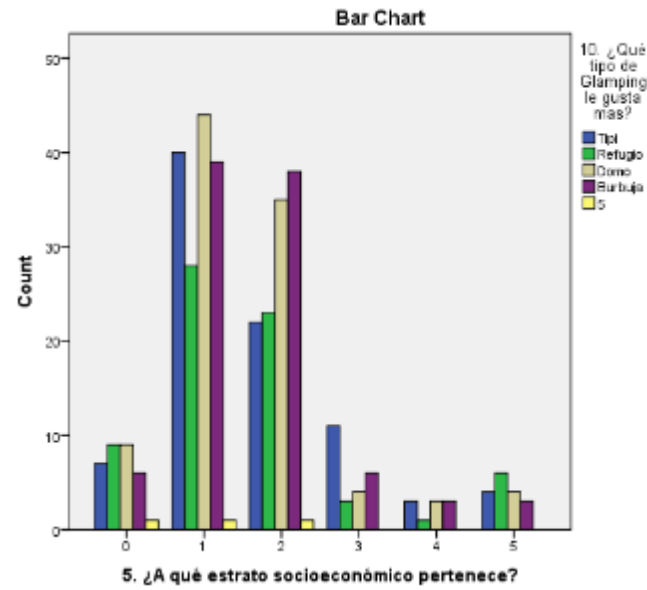


3. ¿Cuál es su nivel educativo?

		6. ¿Practica algún deporte?		Total	
		Si	No		
5. ¿A qué estrato socioeconómico pertenece?	0	Count	18	16	32
		% within 5. ¿A qué estrato socioeconómico pertenece?	56,3%	50,0%	100,0%
	1	Count	83	69	152
		% within 5. ¿A qué estrato socioeconómico pertenece?	54,6%	45,4%	100,0%
	2	Count	61	58	119
		% within 5. ¿A qué estrato socioeconómico pertenece?	51,3%	48,7%	100,0%
	3	Count	13	11	24
		% within 5. ¿A qué estrato socioeconómico pertenece?	54,2%	45,8%	100,0%
	4	Count	3	7	10
		% within 5. ¿A qué estrato socioeconómico pertenece?	30,0%	70,0%	100,0%
	5	Count	5	11	17
		% within 5. ¿A qué estrato socioeconómico pertenece?	35,3%	64,7%	100,0%
Total		Count	182	172	354
		% within 5. ¿A qué estrato socioeconómico pertenece?	51,4%	48,6%	100,0%

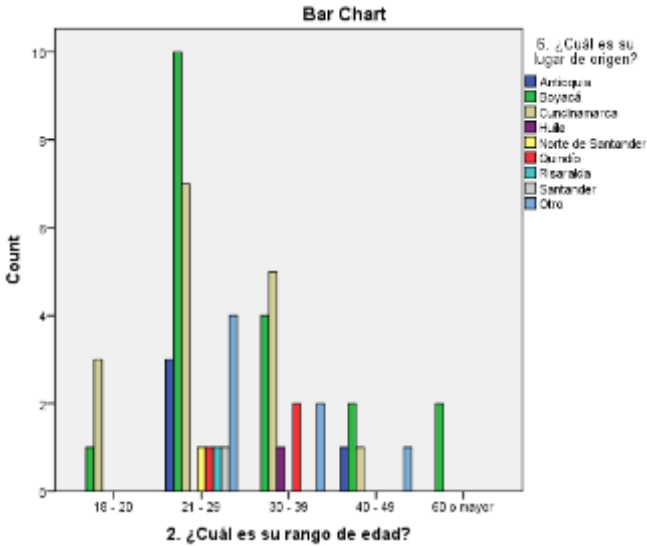


			10. ¿Qué tipo de Glamming le gustamos?					
			Tisi	Refugio	Domo	Burbuja	S	Tota
5. ¿A qué estrato socioeconómico pertenece?	0	Count	7	9	9	6	1	32
		% within 5. ¿A qué estrato socioeconómico pertenece?	21,3%	28,1%	28,1%	18,8%	3,1%	100,0%
	1	Count	40	28	44	39	1	152
		% within 5. ¿A qué estrato socioeconómico pertenece?	26,3%	18,4%	28,8%	25,7%	0,7%	100,0%
	2	Count	22	23	35	38	1	119
		% within 5. ¿A qué estrato socioeconómico pertenece?	18,5%	19,3%	29,4%	31,9%	0,8%	100,0%
	3	Count	11	3	4	6	0	24
		% within 5. ¿A qué estrato socioeconómico pertenece?	45,8%	12,5%	16,7%	25,0%	0,0%	100,0%
	4	Count	3	1	3	3	0	10
		% within 5. ¿A qué estrato socioeconómico pertenece?	30,0%	10,0%	30,0%	30,0%	0,0%	100,0%
	5	Count	4	6	4	3	0	17
		% within 5. ¿A qué estrato socioeconómico pertenece?	23,5%	35,3%	23,5%	17,6%	0,0%	100,0%
Total		Count	87	70	89	86	3	334
		% within 5. ¿A qué estrato socioeconómico pertenece?	24,5%	19,5%	26,0%	25,5%	0,8%	100,0%

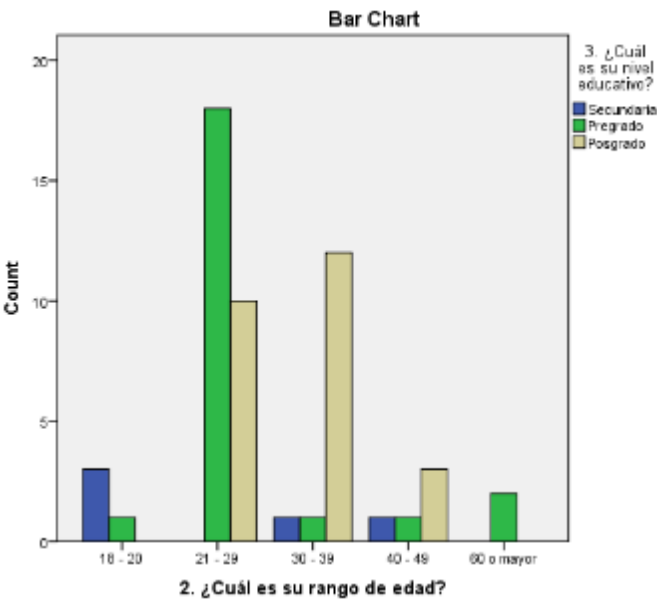


TABLAS CRUZADAS CLIENTES USUARIOS

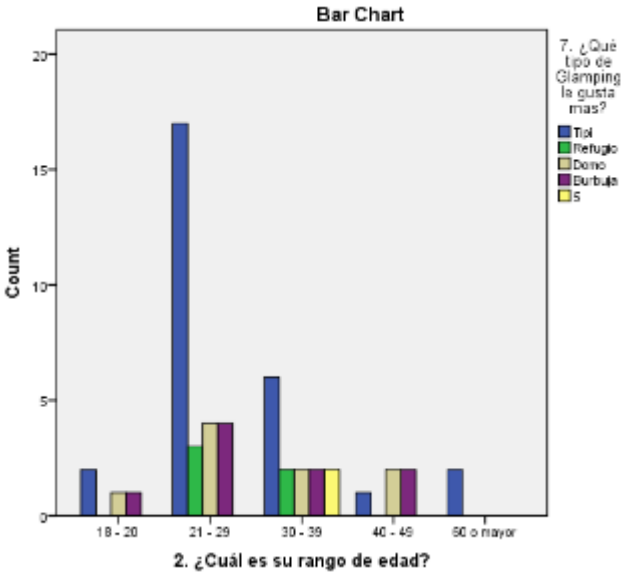
			6. ¿Cuál es su lugar de origen?									
			Antioquia	Boyacá	Cundinamarca	Huila	Norte de Santander	Quindío	Risaralda	Santander	Otro	Total
2. ¿Cuál es su rango de edad?	18 - 20	Count	0	1	3	0	0	0	0	0	0	4
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	0,0%	25,0%	75,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	21 - 29	Count	3	10	7	0	1	1	1	1	4	28
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	10,7%	35,7%	25,0%	0,0%	3,6%	3,6%	3,6%	3,6%	14,3%	100,0%
	30 - 39	Count	0	4	5	1	0	2	0	0	2	14
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	0,0%	28,6%	35,7%	7,1%	0,0%	14,3%	0,0%	0,0%	14,3%	100,0%
	40 - 49	Count	1	2	1	0	0	0	0	0	1	5
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	20,0%	40,0%	20,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	20,0%	100,0%
	60 o mayor	Count	0	2	0	0	0	0	0	0	0	2
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	Total	Count	4	19	16	1	1	3	1	1	7	53
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	7,5%	35,8%	30,2%	1,9%	1,9%	5,7%	1,9%	1,9%	13,2%	100,0%



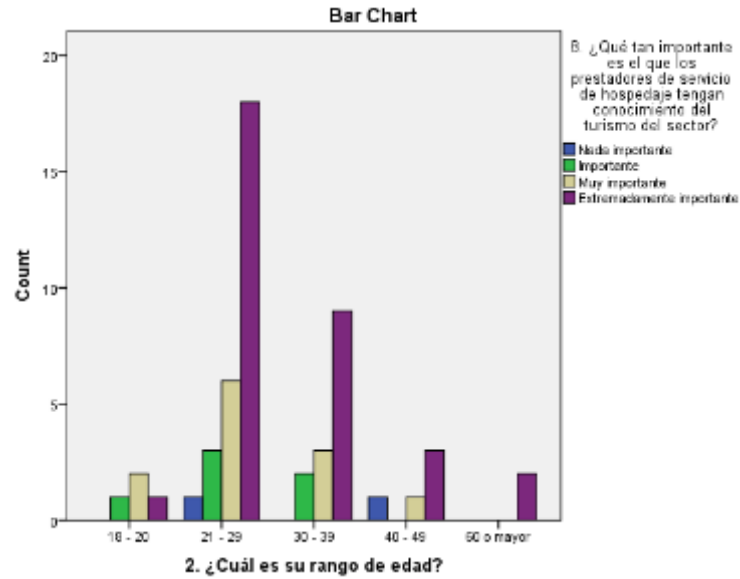
			3. ¿Cuál es su nivel educativo?			Total
			Secundaria	Pregrado	Posgrado	
2. ¿Cuál es su rango de edad?	18 - 20	Count	3	1	0	4
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	75,0%	25,0%	0,0%	100,0%
	21 - 29	Count	0	18	10	28
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	0,0%	64,3%	35,7%	100,0%
	30 - 39	Count	1	1	12	14
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	7,1%	7,1%	85,7%	100,0%
	40 - 49	Count	1	1	3	5
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	20,0%	20,0%	60,0%	100,0%
	50 o mayor	Count	0	2	0	2
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
	Total	Count	5	23	25	53
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	9,4%	43,4%	47,2%	100,0%



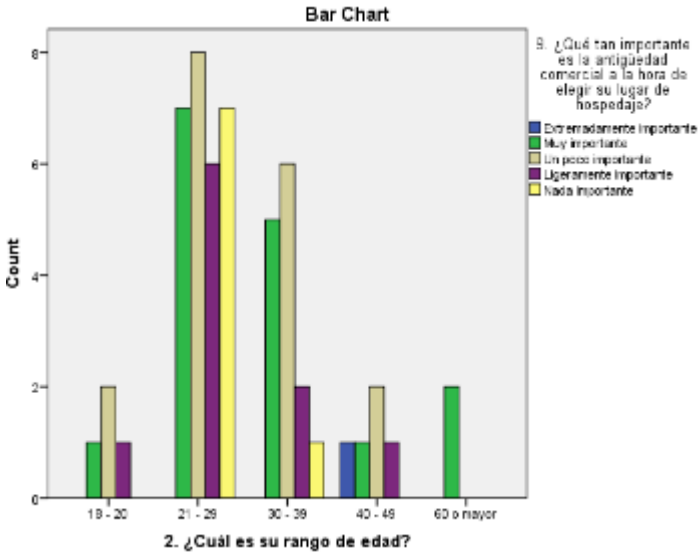
			7. ¿Qué tipo de Glamping le gusta mas?					
			Tipi	Refugio	Domo	Burbuja	5	Total
2. ¿Cuál es su rango de edad?	18 - 20	Count	2	0	1	1	0	4
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	50,0%	0,0%	25,0%	25,0%	0,0%	100,0%
	21 - 29	Count	17	3	4	4	0	28
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	60,7%	10,7%	14,3%	14,3%	0,0%	100,0%
	30 - 39	Count	6	2	2	2	2	14
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	42,9%	14,3%	14,3%	14,3%	14,3%	100,0%
	40 - 49	Count	1	0	2	2	0	5
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	20,0%	0,0%	40,0%	40,0%	0,0%	100,0%
	60 o mayor	Count	2	0	0	0	0	2
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Total	Count	28	5	9	9	2	53	
	% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	52,8%	9,4%	17,0%	17,0%	3,8%	100,0%	



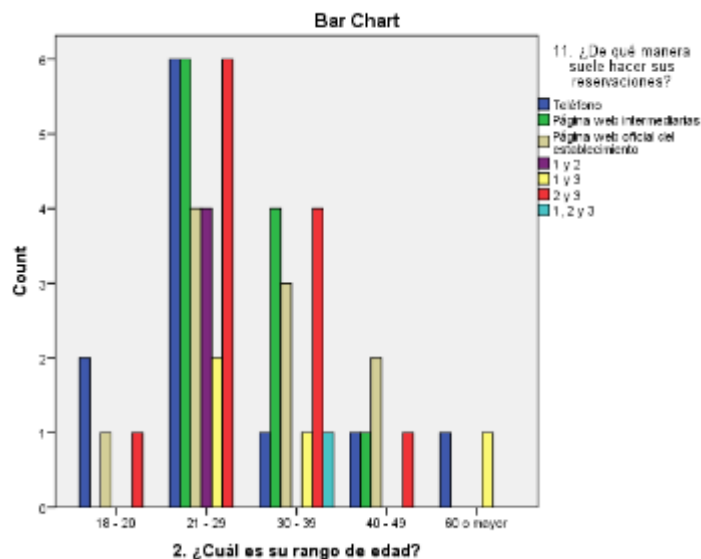
			8. ¿Qué tan importante es el que los prestadores de servicio de hospedaje tengan conocimiento del turismo del sector?				
			Nada importante	Importante	Muy importante	Extremadamente importante	Total
2. ¿Cuál es su rango de edad?	18 - 20	Count	0	1	2	1	4
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	0,0%	25,0%	50,0%	25,0%	100,0%
	21 - 29	Count	1	3	6	18	28
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	3,6%	10,7%	21,4%	64,3%	100,0%
	30 - 39	Count	0	2	3	9	14
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	0,0%	14,3%	21,4%	64,3%	100,0%
	40 - 49	Count	1	0	1	3	5
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	20,0%	0,0%	20,0%	60,0%	100,0%
	50 o mayor	Count	0	0	0	2	2
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Total	Count		2	6	12	33	53
	% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?		3,8%	11,3%	22,6%	62,3%	100,0%



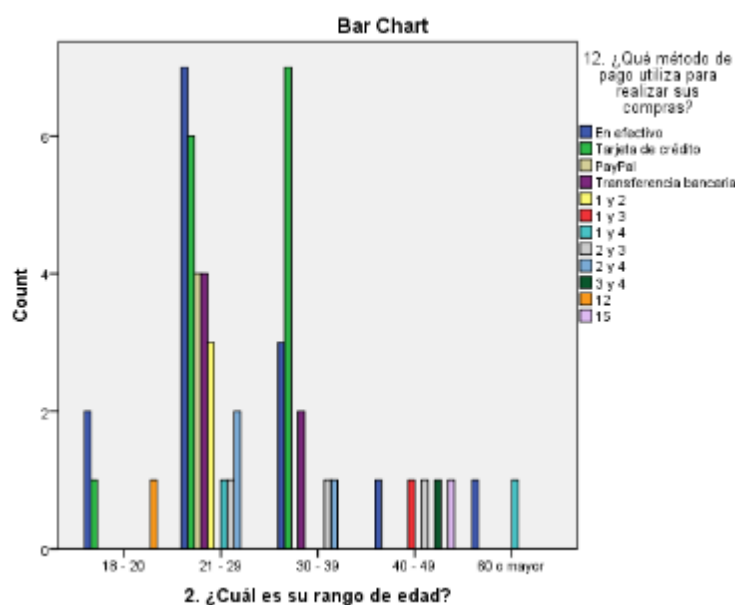
			9. ¿Qué tan importante es la antigüedad comercial a la hora de elegir su lugar de hospedaje?					
			Extremadamente importante	Muy importante	Un poco importante	Ligeramente importante	Nada importante	Total
2. ¿Cuál es su rango de edad?	18 - 20	Count	0	1	2	1	0	4
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	0,0%	25,0%	50,0%	25,0%	0,0%	100,0%
	21 - 29	Count	0	7	8	6	7	28
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	0,0%	25,0%	28,6%	21,4%	25,0%	100,0%
	30 - 39	Count	0	5	5	2	1	14
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	0,0%	35,7%	42,9%	14,3%	7,1%	100,0%
	40 - 49	Count	1	1	2	1	0	5
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	20,0%	20,0%	40,0%	20,0%	0,0%	100,0%
	50 o mayor	Count	0	2	0	0	0	2
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	Total	Count	1	16	18	10	8	53
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	1,9%	30,2%	34,0%	18,9%	15,1%	100,0%



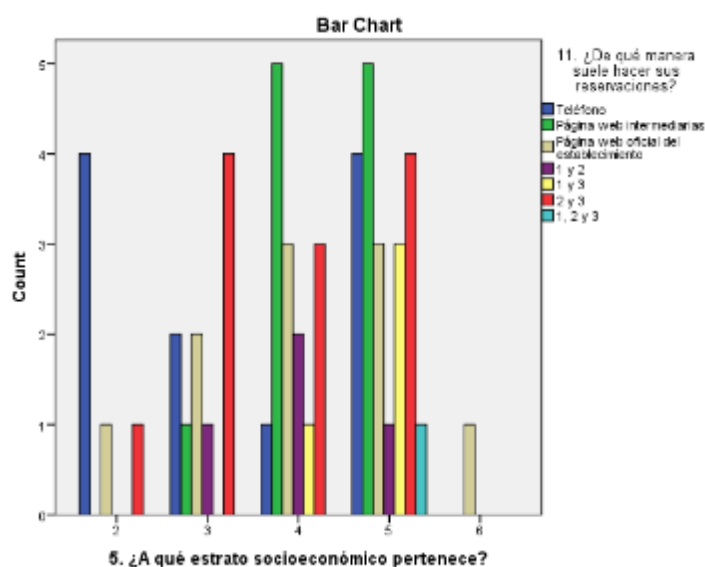
			11. ¿De qué manera suele hacer sus reservaciones?							
			Teléfono	Página web intermediarias	Página web oficial del establecimiento	1 y 2	1 y 3	2 y 3	1, 2 y 3	Total
2. ¿Cuáles su rango de edad?	18 - 20	Count	2	0	1	0	0	1	0	4
		% within 2. ¿Cuáles su rango de edad?	50.0%	0.0%	25.0%	0.0%	0.0%	25.0%	0.0%	100.0%
	21 - 29	Count	6	6	4	4	2	6	0	26
		% within 2. ¿Cuáles su rango de edad?	21.4%	21.4%	14.3%	14.3%	7.1%	21.4%	0.0%	100.0%
	30 - 39	Count	1	4	3	0	1	4	1	14
		% within 2. ¿Cuáles su rango de edad?	7.1%	28.6%	21.4%	0.0%	7.1%	28.6%	7.1%	100.0%
	40 - 49	Count	1	1	2	0	0	1	0	6
		% within 2. ¿Cuáles su rango de edad?	20.0%	20.0%	40.0%	0.0%	0.0%	20.0%	0.0%	100.0%
	60 o mayor	Count	1	0	0	0	1	0	0	2
		% within 2. ¿Cuáles su rango de edad?	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	Total	Count	11	11	10	4	4	12	1	53
		% within 2. ¿Cuáles su rango de edad?	20.8%	20.0%	18.9%	7.6%	7.6%	22.6%	1.9%	100.0%



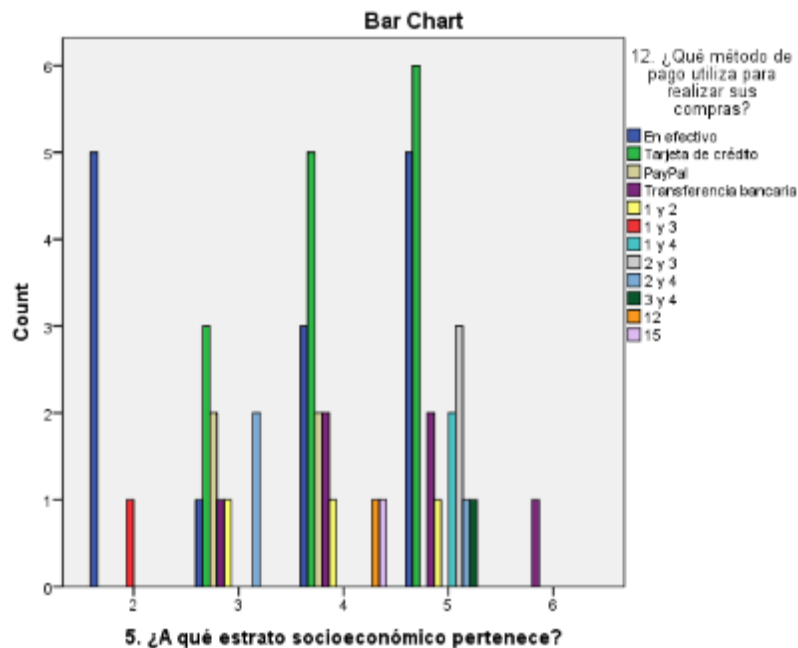
			12. ¿Qué método de pago utiliza para realizar sus compras?													
			Efectivo	Tarjeta de crédito	PayPal	Transferencia bancaria	1 y 2	1 y 3	1 y 4	2 y 3	2 y 4	3 y 4	12	15	Total	
2. ¿Cuál es su rango de edad?	18 - 20	Count	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	4
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	50.0%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%	0.0%	100.0%
	21 - 29	Count	7	6	4	4	3	0	1	1	2	0	0	0	0	28
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	25.0%	21.4%	14.3%	14.3%	10.7%	0.0%	3.6%	3.6%	7.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	30 - 39	Count	3	7	0	2	0	0	0	1	1	0	0	0	0	14
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	21.4%	50.0%	0.0%	14.3%	0.0%	0.0%	0.0%	7.1%	7.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
40 - 49	Count	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	5
	% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	20.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	20.0%	0.0%	20.0%	0.0%	20.0%	0.0%	20.0%	0.0%	100.0%
50 o mayor	Count	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	2
	% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
Total			14	14	4	6	3	1	2	3	3	1	1	1	0	53
			26.4%	26.4%	7.5%	11.3%	5.7%	1.9%	3.8%	5.7%	5.7%	1.9%	1.9%	1.9%	0.0%	100.0%



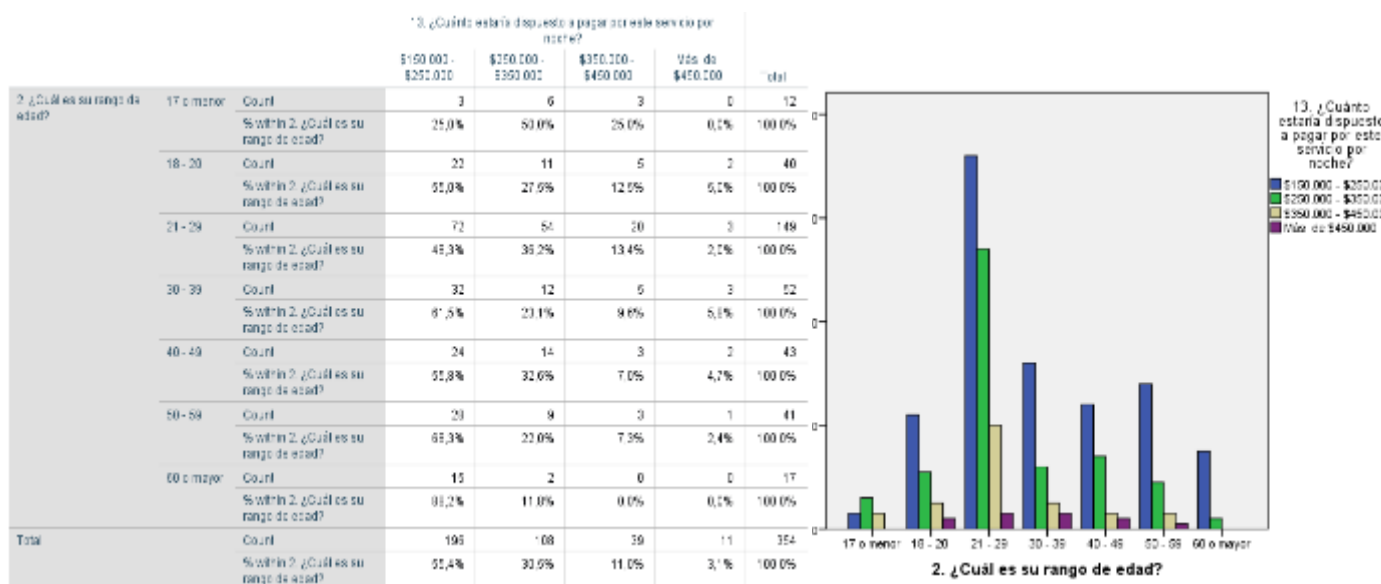
			11. ¿De qué manera suele hacer sus reservaciones?						
			Teléfono	Página web intermedia- ria	Página web oficial del establecimi- ento	1 y 2	1 y 3	2 y 3	1, 2 y 3
5. ¿A qué estrato socioeconómico pertenece?	2	Count	4	0	1	0	0	1	0
		% within 5. ¿A qué estrato socioeconómico pertenece?	66,7%	0,0%	16,7%	0,0%	0,0%	16,7%	0,0%
	3	Count	2	1	2	1	0	4	0
		% within 5. ¿A qué estrato socioeconómico pertenece?	20,0%	10,0%	20,0%	10,0%	0,0%	40,0%	0,0%
	4	Count	1	5	3	2	1	3	0
		% within 5. ¿A qué estrato socioeconómico pertenece?	6,7%	33,3%	20,0%	13,3%	6,7%	20,0%	0,0%
	5	Count	4	5	3	1	3	4	1
		% within 5. ¿A qué estrato socioeconómico pertenece?	19,0%	23,8%	14,3%	4,8%	14,3%	19,0%	4,8%
	6	Count	0	0	1	0	0	0	0
		% within 5. ¿A qué estrato socioeconómico pertenece?	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	Total	Count	11	11	10	4	4	12	1
		% within 5. ¿A qué estrato socioeconómico pertenece?	20,0%	20,0%	10,0%	7,5%	7,5%	22,6%	1,9%



			12. ¿Qué método de pago utiliza para realizar sus compras?												
			En efectivo	Tarjeta de crédito	PayPal	Transferencia bancaria	1 y 2	1 y 3	1 y 4	2 y 3	2 y 4	3 y 4	12	15	Total
5. ¿A qué estrato socioeconómico pertenece?	2	Count	5	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	6
		% within 5. ¿A qué estrato socioeconómico pertenece?	83,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	16,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	3	Count	1	3	2	1	1	0	0	0	2	0	0	0	10
		% within 5. ¿A qué estrato socioeconómico pertenece?	10,0%	30,0%	20,0%	10,0%	10,0%	0,0%	0,0%	0,0%	20,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	4	Count	3	5	2	2	1	0	0	0	0	0	1	1	15
		% within 5. ¿A qué estrato socioeconómico pertenece?	20,0%	31,3%	13,3%	13,3%	6,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	6,7%	6,7%	0,0%
	5	Count	5	6	0	0	1	0	2	3	1	1	0	0	21
		% within 5. ¿A qué estrato socioeconómico pertenece?	23,8%	28,6%	0,0%	0,0%	4,8%	0,0%	9,5%	14,3%	4,8%	4,8%	0,0%	0,0%	0,0%
	6	Count	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
		% within 5. ¿A qué estrato socioeconómico pertenece?	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	Total	Count	14	14	4	5	3	1	2	3	3	1	1	1	53
		% within 5. ¿A qué estrato socioeconómico pertenece?	26,4%	26,4%	7,6%	9,4%	5,7%	1,9%	3,8%	5,7%	5,7%	1,9%	1,9%	1,9%	0,0%



Análisis tablas cruzadas



PRECIO

Como se puede observar en la figura # (Grafico) las personas entre los 21 y 49 años que es el target del proyecto estaría dispuestos a pagar por el servicio desde \$150.000 y hasta \$450.000 por noche.

		8. ¿Qué tan interesante encuentra la idea?					
		Nada interesante	Poco interesante	Interesante	Muy interesante	Total	
2. ¿Cuál es su rango de edad?	17 o menor	Count	0	0	4	8	12
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	0,0%	0,0%	33,3%	66,7%	100,0%
	18 - 20	Count	0	6	7	27	40
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	0,0%	15,0%	17,5%	67,5%	100,0%
	21 - 29	Count	0	3	63	63	149
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	0,0%	2,0%	42,3%	55,7%	100,0%
	30 - 39	Count	0	6	22	25	52
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	0,0%	9,6%	42,3%	48,1%	100,0%
	40 - 49	Count	1	6	21	16	43
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	2,3%	11,6%	48,8%	37,2%	100,0%
	50 - 59	Count	0	2	22	17	41
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	0,0%	4,9%	53,7%	41,5%	100,0%
	60 o mayor	Count	2	2	8	5	17
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	11,8%	11,8%	47,1%	29,4%	100,0%
Total	Count	3	23	147	181	354	
	% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	0,8%	6,5%	41,5%	51,1%	100,0%	

Tabla cruzada ¿Cuál es su rango de edad? vs ¿Qué tan interesante encuentra la idea?

Fuente: Construcción por los autores

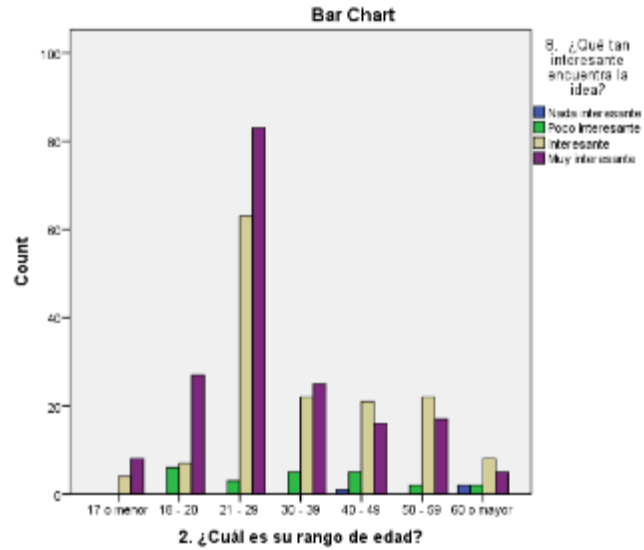


Gráfico de la tabla cruzada ¿Cuál es su rango de edad? vs ¿Qué tan interesante encuentra la idea?

Fuente: Construcción por los autores

Se puede observar que las personas entre los 21 y 49 años que es el target del proyecto les parece muy interesante e interesante la idea de *Glamping*.

			10. ¿Qué tipo de Glamping le gusta mas?					Total
			Tipi	Refugio	Domo	Burbuja	5	
2. ¿Cuál es su rango de edad?	17 o menor	Count	5	3	3	1	0	12
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	41,7%	25,0%	25,0%	9,3%	0,0%	100,0%
	18 - 20	Count	7	9	9	14	1	40
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	17,5%	22,5%	22,5%	35,0%	2,5%	100,0%
	21 - 29	Count	39	21	46	43	0	149
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	26,2%	14,1%	30,9%	28,9%	0,0%	100,0%
	30 - 39	Count	14	11	13	14	0	52
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	26,9%	21,2%	25,0%	26,9%	0,0%	100,0%
	40 - 49	Count	11	7	12	12	1	43
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	25,6%	16,3%	27,9%	27,9%	2,3%	100,0%
	50 - 59	Count	6	16	12	7	0	41
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	14,6%	39,0%	29,3%	17,1%	0,0%	100,0%
	60 o mayor	Count	5	3	4	4	1	17
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	29,4%	17,6%	23,5%	23,5%	5,9%	100,0%
	Total	Count	87	70	99	85	3	354
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	24,6%	19,8%	28,0%	28,8%	0,8%	100,0%

Tabla cruzada ¿Cuál es su rango de edad? vs ¿Qué tipo de Glamping le gusta más?

Fuente: Construcción por los autores

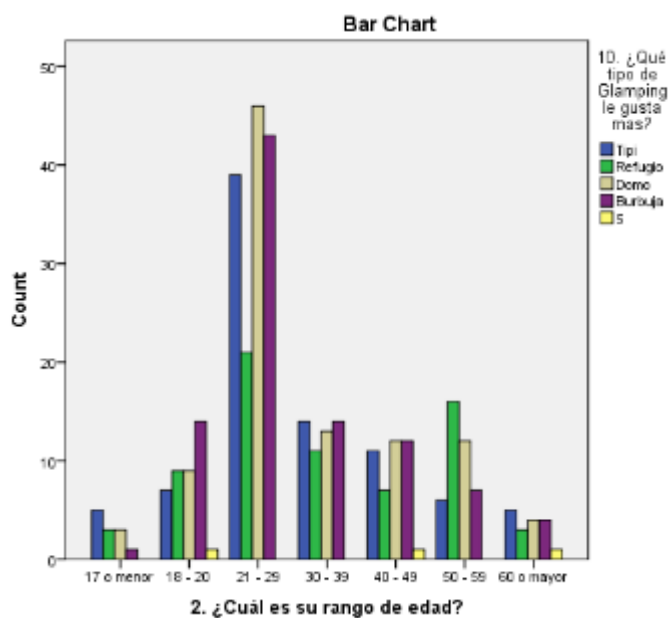


Gráfico de la tabla cruzada ¿Cuál es su rango de edad? vs ¿Qué tipo de *Glamping* le gusta más?

Fuente: Construcción por los autores

Se puede observar que las personas entre los 21 y 29 años que les gusta más tipo Domo, seguida de Burbuja y Tipi, a la edad entre los 30 y 39 años les gusta Tipi y Domo por igual, y entre los 40 y 49 les gusta por igual Burbuja y Domo también, seguida de Tipi.

			15. ¿De qué manera suele hacer sus reservaciones?								
			0	Teléfono	Página web intermediarias	Página web oficial del establecimiento	Otra	5	6	7	Total
2. ¿Cuál es su rango de edad?	17 o menor	Count	0	3	1	5	2	1	0	0	12
		% within 2. ¿Cuáles su rango de edad?	0.0%	25.0%	8.3%	41.7%	16.7%	8.3%	0.0%	0.0%	100.0%
	18 - 20	Count	0	11	7	10	1	3	6	2	40
		% within 2. ¿Cuáles su rango de edad?	0.0%	27.5%	17.5%	25.0%	2.5%	7.5%	15.0%	5.0%	100.0%
	21 - 29	Count	2	14	33	36	4	19	26	15	149
		% within 2. ¿Cuáles su rango de edad?	1.3%	9.4%	22.1%	24.2%	2.7%	12.8%	17.4%	10.1%	100.0%
	30 - 39	Count	0	16	14	11	0	4	6	1	52
		% within 2. ¿Cuáles su rango de edad?	0.0%	30.8%	26.9%	21.2%	0.0%	7.7%	11.5%	1.9%	100.0%
	40 - 49	Count	2	9	9	11	1	4	5	2	43
		% within 2. ¿Cuáles su rango de edad?	4.7%	20.9%	20.9%	25.6%	2.3%	9.3%	11.5%	4.7%	100.0%
	50 - 59	Count	0	9	12	15	1	1	2	1	41
		% within 2. ¿Cuáles su rango de edad?	0.0%	22.0%	29.3%	36.6%	2.4%	2.4%	4.9%	2.4%	100.0%
	60 o mayor	Count	0	0	1	7	0	0	1	0	12
		% within 2. ¿Cuáles su rango de edad?	0.0%	47.1%	5.9%	41.2%	0.0%	0.0%	5.9%	0.0%	100.0%
	Total	Count	4	70	77	95	9	32	46	21	354
		% within 2. ¿Cuáles su rango de edad?	1.1%	19.8%	21.8%	26.8%	2.5%	9.0%	13.0%	5.9%	100.0%

Tabla cruzada ¿Cuál es su rango de edad? vs ¿De qué manera suele hacer sus reservaciones?
Fuente: Construcción por los autores

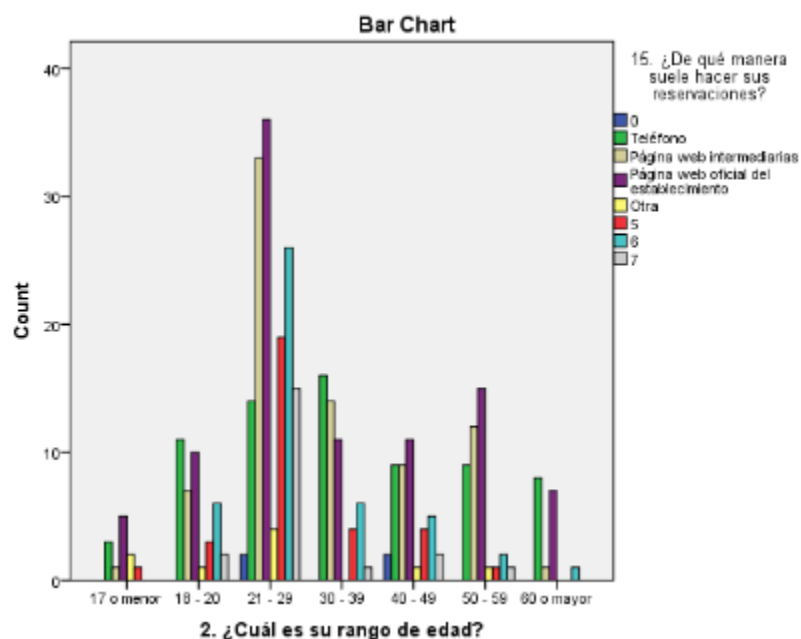


Gráfico de la tabla cruzada ¿Cuál es su rango de edad? vs ¿De qué manera suele hacer sus reservaciones?

Fuente: Construcción por los autores

Fuente: Construcción por los autores

Se puede observar que las personas entre los 21 y 29 años suelen hacer sus compras con tarjeta de crédito y efectivo, las personas entre los 30 y 49 años hacen sus compras principalmente con efectivo y tarjeta de crédito.

PLAZA

			12. ¿Qué tan importante es la antigüedad comercial a la hora de elegir su lugar de hospedaje?					
			Extremadamente no importante	Muy importante	Un poco importante	Ligeramente importante	Nada importante	Total
2. ¿Cuál es su rango de edad?	17 o menor	Count	0	6	6	0	0	12
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	0,0%	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	18 - 20	Count	4	19	11	5	1	40
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	10,0%	47,5%	27,5%	12,5%	2,5%	100,0%
	21 - 29	Count	7	56	36	33	17	149
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	4,7%	37,6%	24,2%	22,1%	11,4%	100,0%
	30 - 39	Count	5	16	20	9	2	52
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	9,6%	30,8%	38,5%	17,3%	3,8%	100,0%
	40 - 49	Count	3	19	11	9	1	43
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	7,0%	44,2%	25,6%	20,9%	2,3%	100,0%
	50 - 59	Count	3	22	7	6	3	41
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	7,3%	53,7%	17,1%	14,6%	7,3%	100,0%
	60 o mayor	Count	3	8	2	4	0	17
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	17,6%	47,1%	11,8%	23,5%	0,0%	100,0%
Total		Count	26	146	83	68	24	354
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	7,1%	41,2%	23,3%	19,2%	6,8%	100,0%

Tabla cruzada ¿Cuál es su rango de edad? vs ¿Qué tan importante es la antigüedad comercial a la hora de elegir su lugar de hospedaje?

Fuente: Construcción por los autores

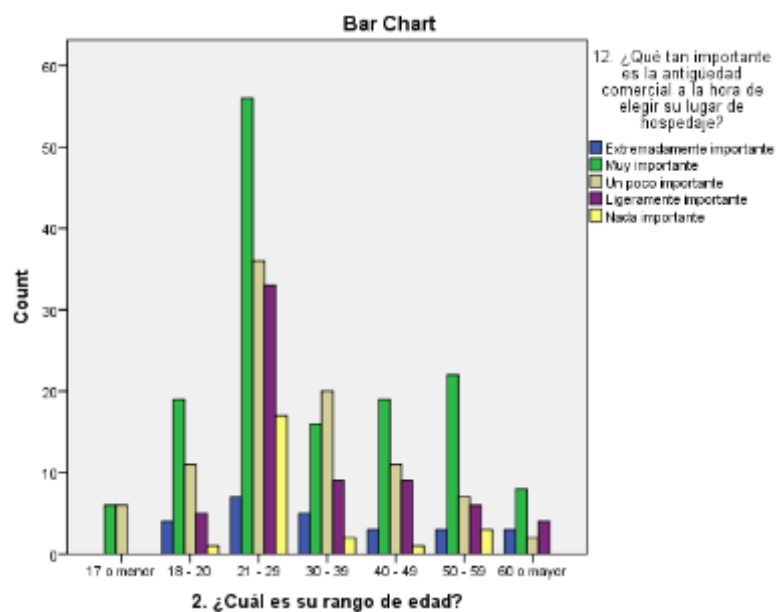


Gráfico de la tabla cruzada ¿Cuál es su rango de edad? vs ¿Qué tan importante es la antigüedad comercial a la hora de elegir su lugar de hospedaje?

Fuente: Construcción por los autores

Se puede observar que la mayoría de las personas entre los 21 y 29 y 40 y 49 lo encuentran muy importante, seguida de poco importante, mientras que la mayoría de las personas entre los 30 y 39 años lo encuentran solo un poco importante.

			11. ¿Qué tan importante es el que los prestadores de servicio de hospedaje tengan conocimiento del turismo del sector?					Total
			Nada importante	Poco importante	Importante	Muy importante	Extremadamente importante	
2. ¿Cuáles su rango de edad?	17 o menor	Count	0	0	0	3	9	12
		% within 2. ¿Cuáles su rango de edad?	0,0%	0,0%	0,0%	25,0%	75,0%	100,0%
	18 - 20	Count	0	1	0	7	32	40
		% within 2. ¿Cuáles su rango de edad?	0,0%	2,5%	0,0%	17,5%	80,0%	100,0%
	21 - 29	Count	9	1	3	42	94	149
		% within 2. ¿Cuáles su rango de edad?	6,0%	0,7%	2,0%	28,2%	63,1%	100,0%
	30 - 39	Count	0	0	2	12	38	52
		% within 2. ¿Cuáles su rango de edad?	0,0%	0,0%	3,8%	23,1%	73,1%	100,0%
	40 - 49	Count	1	0	1	14	27	43
		% within 2. ¿Cuáles su rango de edad?	2,3%	0,0%	2,3%	32,6%	62,8%	100,0%
	50 - 59	Count	0	2	0	8	31	41
		% within 2. ¿Cuáles su rango de edad?	0,0%	4,9%	0,0%	19,5%	75,6%	100,0%
	60 o mayor	Count	2	1	1	2	11	17
		% within 2. ¿Cuáles su rango de edad?	11,8%	5,9%	5,9%	11,8%	54,7%	100,0%
	Total	Count	12	5	7	88	242	354
		% within 2. ¿Cuáles su rango de edad?	3,4%	1,4%	2,0%	24,9%	68,4%	100,0%

Tabla cruzada ¿Cuál es su rango de edad? vs ¿Qué tan importante es que los prestadores de servicio de hospedaje tengan conocimiento del turismo del sector?

Fuente: Construcción por los autores

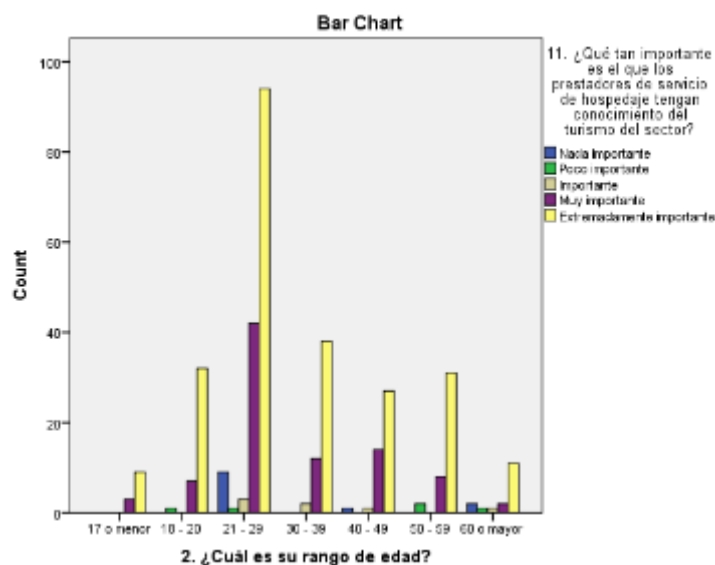


Gráfico de la tabla cruzada ¿Cuál es su rango de edad? vs ¿Qué tan importante es que los prestadores de servicio de hospedaje tengan conocimiento del turismo del sector?

Fuente: Construcción por los autores

Se puede observar que la mayoría de las personas entre los 21 y 49 y 40 y 49 lo encuentran extremadamente importante y muy importante que el establecimiento tenga un buen manejo de la información acerca del turismo de la región.

PROMOCIÓN

			7. ¿Cuál es su lugar de origen?									
			Antioquia	Boyacá	Cundinamarca	Huila	Norte de Santander	Quindío	Santander	Tolima	Ciudad	Total
8. ¿Qué tan interesante encuentra la idea?	Nada interesante	Count	0	3	0	0	0	0	0	0	0	3
		% within 8. ¿Qué tan interesante encuentra la idea?	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	Poco interesante	Count	2	10	0	0	1	2	1	1	8	23
		% within 8. ¿Qué tan interesante encuentra la idea?	8,7%	43,5%	0,0%	0,0%	4,3%	8,7%	4,3%	4,3%	34,8%	100,0%
	Interesante	Count	6	21	2	1	2	1	6	3	54	147
		% within 8. ¿Qué tan interesante encuentra la idea?	4,1%	41,7%	1,4%	0,7%	2,0%	0,7%	4,1%	2,0%	43,7%	100,0%
	Muy interesante	Count	8	73	0	1	1	1	8	1	58	151
		% within 8. ¿Qué tan interesante encuentra la idea?	4,4%	40,3%	0,0%	0,8%	0,8%	0,8%	4,4%	0,8%	40,8%	100,0%
Total		Count	16	147	2	2	5	2	16	6	100	354
		% within 8. ¿Qué tan interesante encuentra la idea?	4,2%	41,2%	0,6%	0,6%	1,4%	0,6%	4,2%	1,4%	42,2%	100,0%

Tabla cruzada ¿Qué tan interesante encuentra la idea? vs ¿Cuál es su lugar de origen?

Fuente: Construcción por los autores

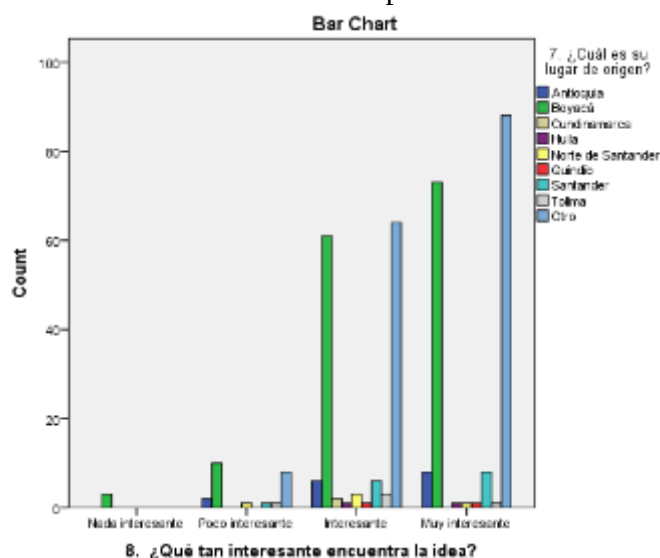


Gráfico de la tabla cruzada ¿Qué tan interesante encuentra la idea? vs ¿Cuál es su lugar de origen?

Fuente: Construcción por los autores

Para tener un poco más de información acerca de cómo y dónde se realizaría la promoción del servicio se tuvieron en cuenta estas preguntas cruzadas como se ve en la figura anterior las personas pertenecientes a la región de Boyacá, Cundinamarca, Antioquia y otras les parece muy interesante e interesante esta idea.

			11. ¿Qué tan importante es que los prestadores de servicio de hospedaje tengan conocimiento del turismo del sector?					
			Nada importante	Poco importante	Importante	Muy importante	Extremadamente importante	Total
8. ¿Qué tan interesante encuentra la idea?	Nada interesante	Count	1	1	0	0	1	3
		% within 8. ¿Qué tan interesante encuentra la idea?	33,3%	33,3%	0,0%	0,0%	33,3%	100,0%
	Poco interesante	Count	1	2	0	5	15	23
		% within 8. ¿Qué tan interesante encuentra la idea?	4,3%	8,7%	0,0%	21,7%	65,2%	100,0%
	Interesante	Count	6	1	5	42	93	147
		% within 8. ¿Qué tan interesante encuentra la idea?	4,1%	0,7%	3,4%	28,6%	63,3%	100,0%
	Muy interesante	Count	4	1	2	41	133	181
		% within 8. ¿Qué tan interesante encuentra la idea?	2,2%	0,5%	1,1%	22,7%	73,5%	100,0%
Total		Count	12	5	7	88	242	354
		% within 8. ¿Qué tan interesante encuentra la idea?	3,4%	1,4%	2,0%	24,9%	68,4%	100,0%

Tabla cruzada ¿Qué tan interesante encuentra la idea? vs ¿Qué tan importante es que los prestadores de servicio de hospedaje tengan conocimiento del turismo del sector?

Fuente: Construcción por los autores

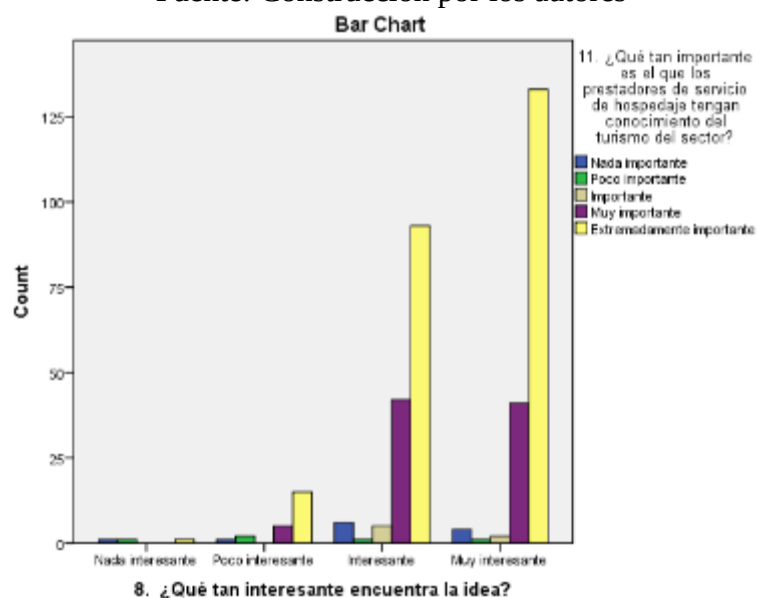


Gráfico de la tabla cruzada ¿Qué tan interesante encuentra la idea? vs ¿Qué tan importante es que los prestadores de servicio de hospedaje tengan conocimiento del turismo del sector?

Fuente: Construcción por los autores

Las personas que respondieron que les parece muy interesante e interesante la idea, encuentran extremadamente y muy importante que el establecimiento de hospedaje tenga conocimiento acerca del sector turístico de la región donde este esté ubicado cruzadas, como se ve en la figura anterior.

			15. ¿De qué manera suele hacer sus reservaciones?								
			0	Teléfono	Página web intermediarias	Página web oficial del establecimiento	Otro	5	6	7	Total
8. ¿Qué tan interesante encuentra la idea?	Nada interesante	Count	0	2	0	1	0	0	0	0	3
		% within 8. ¿Qué tan interesante encuentra la idea?	0.0%	66.7%	0.0%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	Poco interesante	Count	0	7	5	7	0	2	2	0	23
		% within 8. ¿Qué tan interesante encuentra la idea?	0.0%	30.4%	21.7%	30.4%	0.0%	8.7%	8.7%	0.0%	100.0%
	Interesante	Count	1	30	35	36	2	12	18	13	147
		% within 8. ¿Qué tan interesante encuentra la idea?	0.7%	20.4%	23.8%	24.5%	1.4%	8.2%	12.2%	8.8%	100.0%
	Muy interesante	Count	3	31	37	57	7	18	28	8	181
		% within 8. ¿Qué tan interesante encuentra la idea?	1.7%	17.1%	20.4%	30.9%	3.8%	9.9%	15.5%	4.4%	100.0%
	Total	Count	4	70	77	91	9	32	48	21	354
		% within 8. ¿Qué tan interesante encuentra la idea?	1.1%	19.8%	21.8%	26.0%	2.5%	9.0%	13.0%	5.9%	100.0%

Tabla cruzada ¿Qué tan interesante encuentra la idea? vs ¿Qué tan importante es que los prestadores de servicio de hospedaje tengan conocimiento del turismo del sector?

Fuente: Construcción por los autores

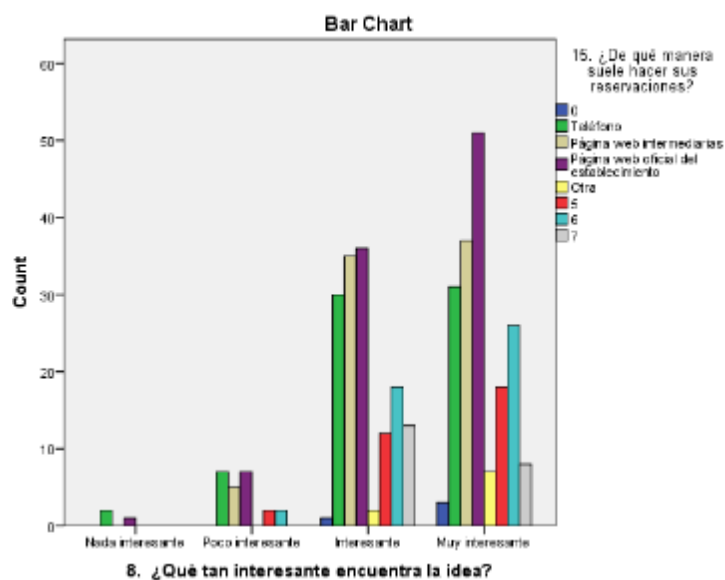


Gráfico de la tabla cruzada ¿Qué tan interesante encuentra la idea? vs ¿Qué tan importante es que los prestadores de servicio de hospedaje tengan conocimiento del turismo del sector?

Fuente: Construcción por los autores

Las personas que respondieron que les parece muy interesante e interesante la idea, encuentran extremadamente y muy importante que el establecimiento de hospedaje tenga conocimiento acerca del sector turístico de la región donde este esté ubicado cruzadas, como se ve en la figura anterior.

PRODUCTO

			6. ¿Practica algún deporte?		
			Si	No	Total
3. ¿Cuál es su nivel educativo?	Primaria	Count	1	1	2
		% within 3. ¿Cuál es su nivel educativo?	50,0%	50,0%	100,0%
	Secundaria	Count	25	29	54
		% within 3. ¿Cuál es su nivel educativo?	46,3%	53,7%	100,0%
	Pregrado	Count	113	89	202
		% within 3. ¿Cuál es su nivel educativo?	55,9%	44,1%	100,0%
	Posgrado	Count	43	53	96
		% within 3. ¿Cuál es su nivel educativo?	44,8%	55,2%	100,0%
Total	Count	182	172	354	
	% within 3. ¿Cuál es su nivel educativo?	51,4%	48,6%	100,0%	

Tabla cruzada ¿Cuál es su nivel educativo? vs ¿Practica algún deporte?
Fuente: Construcción por los autores

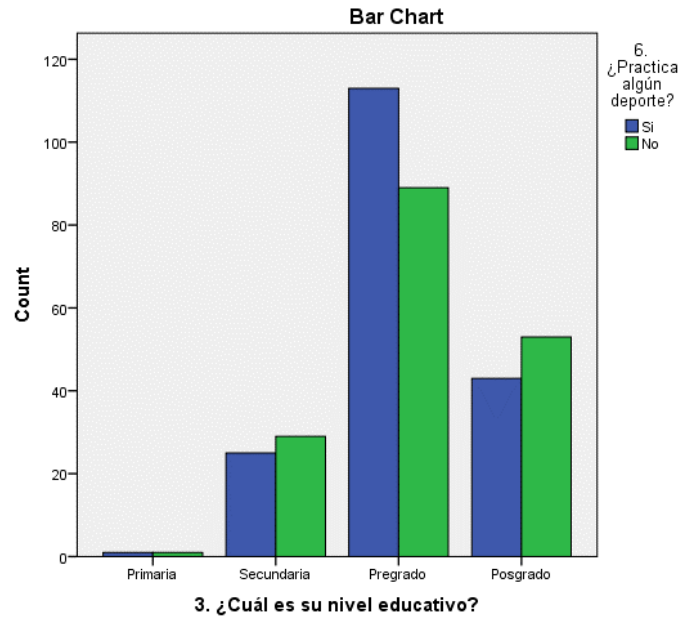


Gráfico de la tabla cruzada ¿Cuál es su nivel educativo? vs ¿Practica algún deporte?

Fuente: Construcción por los autores

La mayoría de las personas que respondieron que tienen pregrado son las que más hacen deporte, mientras que las que tienen posgrado dijeron que no practican ningún deporte., como se ve en la figura anterior.

			10. ¿Qué tipo de Glamping le gusta más?					Total
			Tipi	Refugio	Domo	Burbuja	5	
3. ¿Cuál es su nivel educativo?	Primaria	Count	0	1	1	0	0	2
		% within 3. ¿Cuál es su nivel educativo?	0,0%	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	Secundaria	Count	14	9	19	11	1	54
		% within 3. ¿Cuál es su nivel educativo?	25,9%	16,7%	35,2%	20,4%	1,9%	100,0%
	Pregrado	Count	46	41	54	59	2	202
		% within 3. ¿Cuál es su nivel educativo?	22,9%	20,3%	26,7%	29,2%	1,0%	100,0%
	Posgrado	Count	27	19	26	25	0	96
		% within 3. ¿Cuál es su nivel educativo?	28,1%	19,6%	26,0%	26,0%	0,0%	100,0%
Total	Count	87	70	99	95	3	354	
	% within 3. ¿Cuál es su nivel educativo?	24,5%	19,8%	28,0%	26,6%	0,8%	100,0%	

Tabla cruzada ¿Cuál es su nivel educativo? vs ¿Qué tipo de Glamping le gusta más?
Fuente: Construcción por los autores

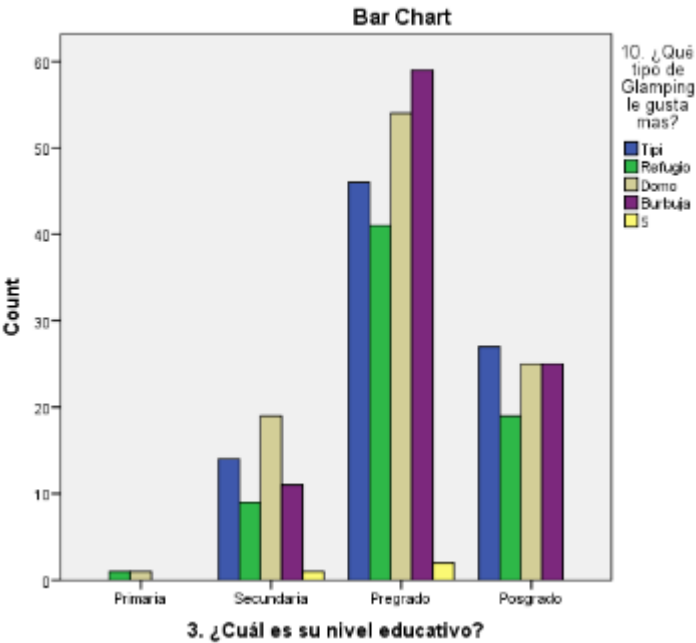


Gráfico de la tabla cruzada ¿Cuál es su nivel educativo? vs ¿Qué tipo de Glamping le gusta más?

Fuente: Construcción por los autores

La mayoría de las personas que tienen pregrado les gusta más el *Glamping* tipo Burbuja y Domo, mientras que a los de posgrado se inclinan más por el tipo Tipi, como se ve en la figura anterior.

		6. ¿Practica algún deporte?			
		Si	No	Total	
5. ¿A qué estrato socioeconómico pertenece?	0	Count	18	18	32
		% within 5. ¿A qué estrato socioeconómico pertenece?	50,0%	50,0%	100,0%
	1	Count	83	69	152
		% within 5. ¿A qué estrato socioeconómico pertenece?	54,6%	45,4%	100,0%
	2	Count	61	58	119
		% within 5. ¿A qué estrato socioeconómico pertenece?	51,3%	48,7%	100,0%
	3	Count	13	11	24
		% within 5. ¿A qué estrato socioeconómico pertenece?	54,2%	45,8%	100,0%
	4	Count	3	7	10
		% within 5. ¿A qué estrato socioeconómico pertenece?	30,0%	70,0%	100,0%
	5	Count	5	11	17
		% within 5. ¿A qué estrato socioeconómico pertenece?	35,3%	64,7%	100,0%
	Total	Count	182	172	354
		% within 5. ¿A qué estrato socioeconómico pertenece?	51,4%	48,6%	100,0%

Tabla cruzada ¿A qué estrato socioeconómico pertenecen? vs ¿Practica algún deporte?

Fuente: Construcción por los autores

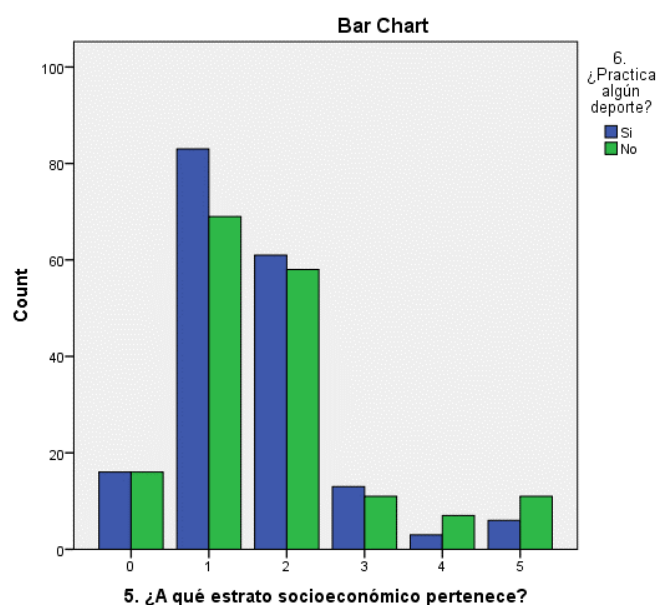


Figura # Gráfico de la tabla cruzada ¿A qué estrato socioeconómico pertenecen? vs ¿Practica algún deporte?

Fuente: Construcción por los autores

Como se puede observar en la figura, las personas con un estrato socioeconómico bajo son las que más deporte realizan, mientras que las personas con un estrato más alto no realizan ningún deporte.

			10. ¿Qué tipo de Glamping le gusta más?					
			Tipi	Refugio	Domos	Burbuja	S	Total
5. ¿A qué estrato socioeconómico pertenecen?	0	Count	7	9	9	6	1	32
		% within 5. ¿A qué estrato socioeconómico pertenecen?	21,3%	28,1%	28,1%	18,2%	3,1%	100,0%
	1	Count	40	28	44	39	1	152
		% within 5. ¿A qué estrato socioeconómico pertenecen?	26,3%	18,4%	29,3%	25,7%	0,7%	100,0%
	2	Count	22	23	35	38	1	119
		% within 5. ¿A qué estrato socioeconómico pertenecen?	18,5%	19,3%	29,4%	31,8%	0,8%	100,0%
	3	Count	11	3	4	6	0	24
		% within 5. ¿A qué estrato socioeconómico pertenecen?	45,8%	12,5%	16,7%	25,0%	0,0%	100,0%
	4	Count	3	1	3	3	0	10
		% within 5. ¿A qué estrato socioeconómico pertenecen?	30,0%	10,0%	30,0%	30,0%	0,0%	100,0%
	5	Count	2	6	4	3	0	15
		% within 5. ¿A qué estrato socioeconómico pertenecen?	23,0%	35,3%	23,0%	17,0%	0,0%	100,0%
Total	Count	87	70	89	86	3	334	
	% within 5. ¿A qué estrato socioeconómico pertenecen?	24,8%	19,8%	26,0%	25,8%	0,8%	100,0%	

Figura # Tabla cruzada ¿A qué estrato socioeconómico pertenecen? vs ¿Qué tipo de Glamping le gusta más?

Fuente: Construcción por los autores

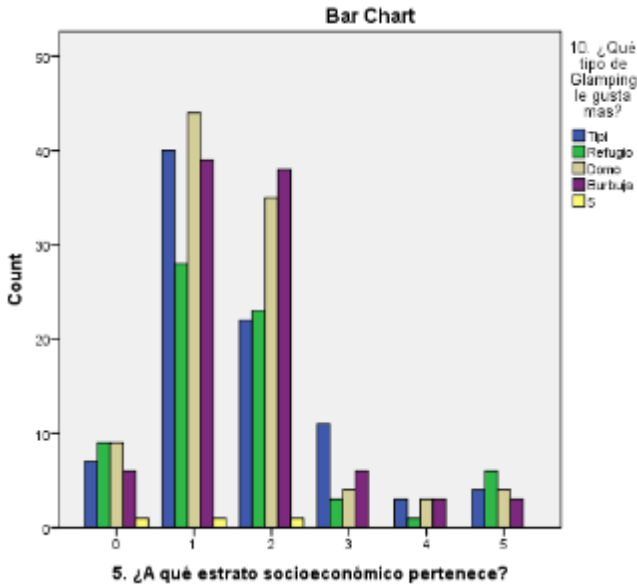


Gráfico de la tabla cruzada ¿A qué estrato socioeconómico pertenecen? vs ¿Qué tipo de Glamping le gusta más?

Fuente: Construcción por los autores

Como se puede observar en la figura, las personas con un estrato socioeconómico bajo se inclinan más por los *Glamping* tipo Domo y burbuja, mientras que los de estratos un poco más altos por los *Glamping* tipo Tipi, Domo y burbuja, muy pocos les gustan el tipo refugios.

TABLAS CRUZADAS CLIENTES USUARIOS

			6. ¿Cuál es su lugar de origen?									
			Antioquia	Boyacá	Cundinamarca	Huila	Norte de Santander	Quindío	Risaralda	Santander	Otro	Total
2. ¿Cuál es su rango de edad?	18 - 20	Count	0	1	3	0	0	0	0	0	0	4
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	0,0%	25,0%	75,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	21 - 29	Count	3	10	7	0	1	1	1	1	4	28
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	10,7%	35,7%	25,0%	0,0%	3,6%	3,6%	3,6%	3,6%	14,3%	100,0%
	30 - 39	Count	0	4	5	1	0	2	0	0	2	14
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	0,0%	28,6%	35,7%	7,1%	0,0%	14,3%	0,0%	0,0%	14,3%	100,0%
	40 - 49	Count	1	2	1	0	0	0	0	0	1	5
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	20,0%	40,0%	20,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	20,0%	100,0%
	60 o mayor	Count	0	2	0	0	0	0	0	0	0	2
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	Total	Count	4	19	16	1	1	3	1	1	7	53
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	7,5%	35,8%	30,2%	1,9%	1,9%	5,7%	1,9%	1,9%	13,2%	100,0%

Tabla cruzada ¿Cuál es su rango de edad? vs ¿Cuál es su lugar de origen?
Fuente: Construcción por los autores

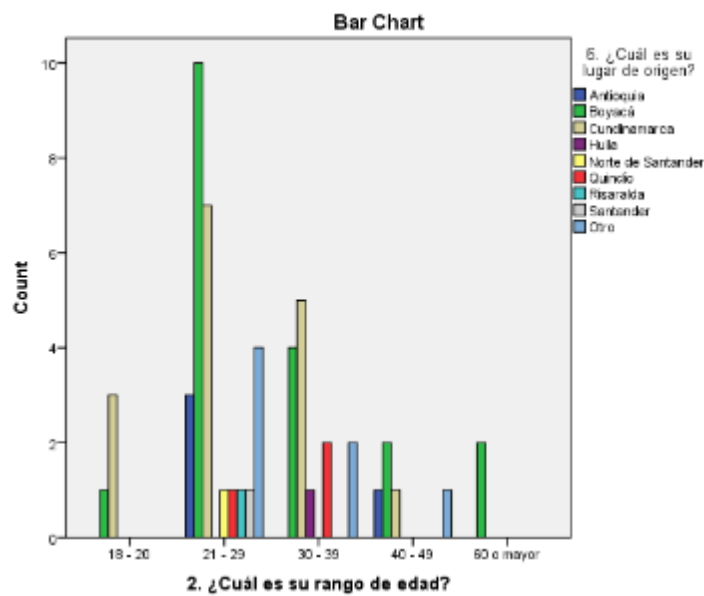


Gráfico de la tabla cruzada ¿Cuál es su rango de edad? vs ¿Cuál es su lugar de origen?
Fuente: Construcción por los autores

			3. ¿Cuál es su nivel educativo?			Total
			Secundaria	Pregrado	Posgrado	
2. ¿Cuáles su rango de edad?	18 - 20	Count	3	1	0	4
		% within 2. ¿Cuáles su rango de edad?	75,0%	25,0%	0,0%	100,0%
	21 - 29	Count	0	18	10	28
		% within 2. ¿Cuáles su rango de edad?	0,0%	64,3%	35,7%	100,0%
	30 - 39	Count	1	1	12	14
		% within 2. ¿Cuáles su rango de edad?	7,1%	7,1%	85,7%	100,0%
	40 - 49	Count	1	1	3	5
		% within 2. ¿Cuáles su rango de edad?	20,0%	20,0%	60,0%	100,0%
	60 o mayor	Count	0	2	0	2
		% within 2. ¿Cuáles su rango de edad?	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Total	Count	5	23	25	53	
	% within 2. ¿Cuáles su rango de edad?	9,4%	43,4%	47,2%	100,0%	

Tabla cruzada ¿A qué estrato socioeconómico pertenecen? vs ¿Cuál es su nivel educativo?
Fuente: Construcción por los autores

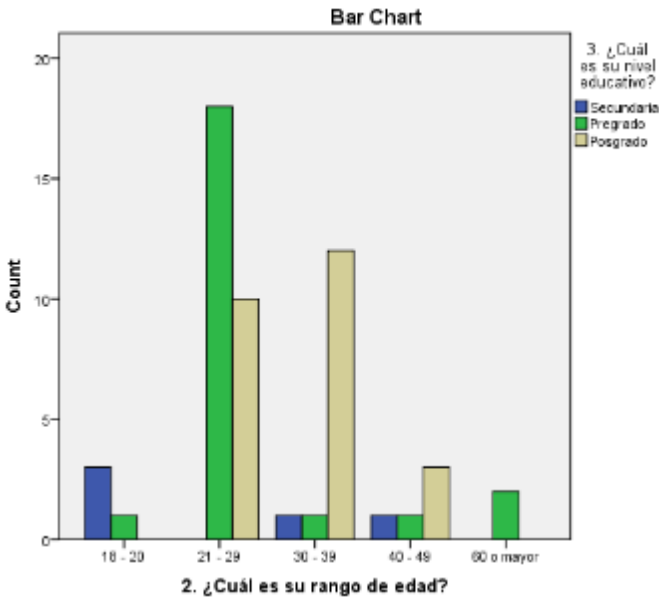


Gráfico de la tabla cruzada ¿A qué estrato socioeconómico pertenecen? vs ¿Cuál es su nivel educativo?

Fuente: Construcción por los autores

La mayoría de las personas que se encuentran entre los 21 y 29 años tienen pregrado y solo algunas cuentan con posgrado, las que están entre los 30 y 49 años de edad la mayoría tienen posgrado, como se puede observar en la figura.

			7. ¿Qué tipo de Glamping le gusta mas?					Total
			Tipi	Refugio	Domo	Burbuja	5	
2. ¿Cuál es su rango de edad?	18 - 20	Count	2	0	1	1	0	4
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	50,0%	0,0%	25,0%	25,0%	0,0%	100,0%
	21 - 29	Count	17	3	4	4	0	28
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	60,7%	10,7%	14,3%	14,3%	0,0%	100,0%
	30 - 39	Count	6	2	2	2	2	14
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	42,9%	14,3%	14,3%	14,3%	14,3%	100,0%
	40 - 49	Count	1	0	2	2	0	5
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	20,0%	0,0%	40,0%	40,0%	0,0%	100,0%
	60 o mayor	Count	2	0	0	0	0	2
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	Total	Count	28	5	9	9	2	53
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	52,8%	9,4%	17,0%	17,0%	3,8%	100,0%

Figura # Tabla cruzada ¿Cuál es su rango de edad? vs ¿Qué tipo de Glamping le gusta más?

Fuente: Construcción por los autores

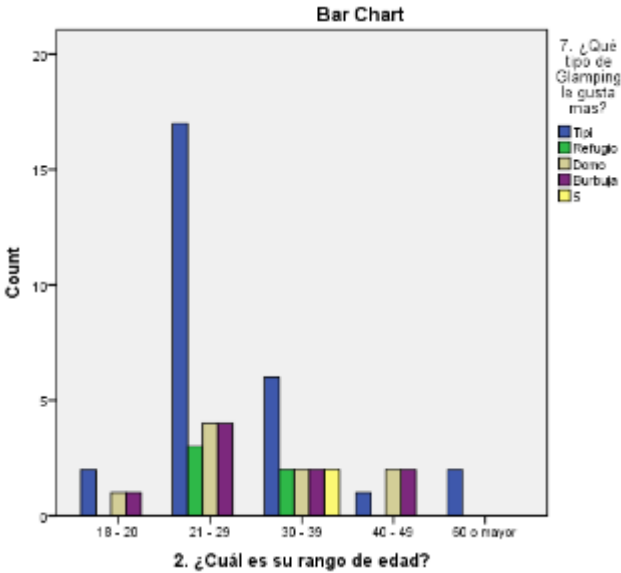


Figura # Gráfico de la tabla cruzada ¿Cuál es su rango de edad? vs ¿Qué tipo de Glamping le gusta más?
Fuente: Construcción por los autores

La mayoría de las personas han estado alguna vez en un *Glamping* y que se encuentran entre los 21 y 39 años tienen preferencia por los *Glamping* tipo Tipi, seguido de tipo Domo y Burbuja, mientras los que se encuentran entre los 40 y 49 años les gusta más tipo Domo y Burbuja, como se ve reflejado en la Figura # (Grafico)

			8. ¿Qué tan importante es el que los prestadores de servicio de hospedaje tengan conocimiento del turismo del sector?				Total
			Nada importante	Importante	Muy importante	Extremadamente importante	
2. ¿Cuál es su rango de edad?	18 - 20	Count	0	1	2	1	4
		% within 2. ¿Cuáles su rango de edad?	0,0%	25,0%	50,0%	25,0%	100,0%
	21 - 29	Count	1	3	6	18	28
		% within 2. ¿Cuáles su rango de edad?	3,6%	10,7%	21,4%	64,3%	100,0%
	30 - 39	Count	0	2	3	9	14
		% within 2. ¿Cuáles su rango de edad?	0,0%	14,3%	21,4%	64,3%	100,0%
	40 - 49	Count	1	0	1	3	5
		% within 2. ¿Cuáles su rango de edad?	20,0%	0,0%	20,0%	60,0%	100,0%
	50 o mayor	Count	0	0	0	2	2
		% within 2. ¿Cuáles su rango de edad?	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
	Total	Count	2	6	12	33	53
		% within 2. ¿Cuáles su rango de edad?	3,6%	11,3%	22,6%	62,3%	100,0%

Figura # Tabla cruzada ¿Cuál es su rango de edad? vs ¿Qué tan importante es que los prestadores de servicio de hospedaje tengan conocimiento del turismo del sector?
Fuente: Construcción por los autores

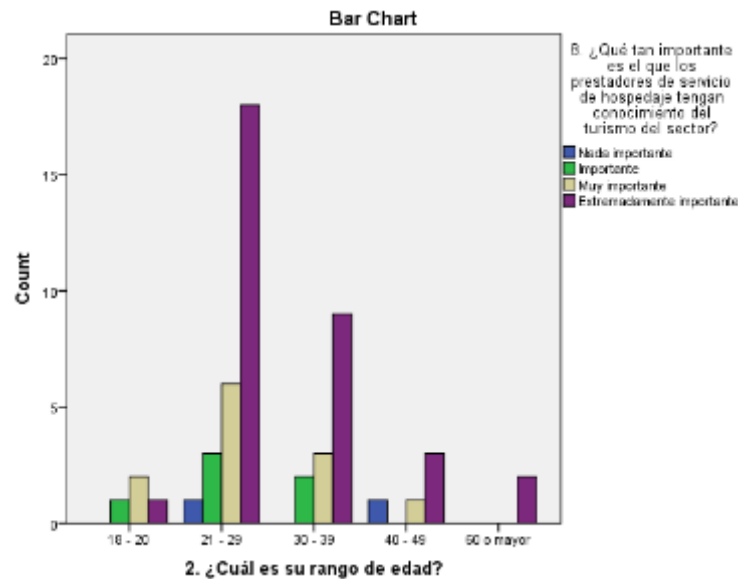


Figura # Gráfico de la tabla cruzada ¿Cuál es su rango de edad? vs ¿Qué tan importante es que los prestadores de servicio de hospedaje tengan conocimiento del turismo del sector?
Fuente: Construcción por los autores

En la figura #(Grafico) se observa que la mayoría de las personas entre los 21 y 49 que han estado alguna vez en un *Glamping*, encuentran extremadamente importante que el establecimiento tenga un buen manejo de la información acerca del turismo de la región.

			9. ¿Qué tan importante es la antigüedad comercial a la hora de elegir su lugar de hospedaje?				
			Extremadamente importante	Muy importante	Un poco importante	Ligeramente importante	Nada importante
2. ¿Cuál es su rango de edad?	18 - 20	Count	0	1	2	1	0
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	0,0%	25,0%	50,0%	25,0%	0,0%
	21 - 29	Count	0	7	8	6	7
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	0,0%	25,0%	26,6%	21,4%	25,0%
	30 - 39	Count	0	5	5	2	1
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	0,0%	35,7%	42,9%	14,3%	7,1%
	40 - 49	Count	1	1	2	1	0
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	20,0%	20,0%	40,0%	20,0%	0,0%
	50 o mayor	Count	0	2	0	0	0
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	Total	Count	1	16	18	10	8
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	1,9%	30,2%	34,0%	18,9%	15,1%

Figura # Tabla cruzada ¿Cuál es su rango de edad? vs ¿Qué tan importante es la antigüedad comercial a la hora de elegir su lugar de hospedaje?
Fuente: Construcción por los autores

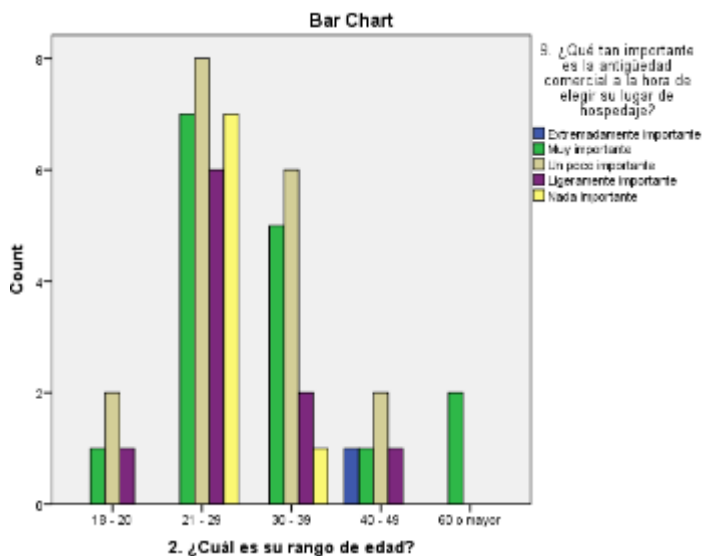


Figura # Gráfico de la tabla cruzada ¿Cuál es su rango de edad? vs ¿Qué tan importante es la antigüedad comercial a la hora de elegir su lugar de hospedaje?

Fuente: Construcción por los autores

De la figura #(Gráfico) se observa que la mayoría de las personas entre los 21 y 49 encuentran solo un poco importante la antigüedad comercial de lugar de hospedaje y solo a unas pocas personas les parece muy importante.

11. ¿De qué manera suele hacer sus reservaciones?

			Teléfono	Página web intermediana	Página web oficial del establecimiento	1 y 2	1 y 3	2 y 3	1, 2 y 3	Total
2. ¿Cuáles su rango de edad?	18 - 20	Count	2	0	1	0	0	1	0	4
		% within 2. ¿Cuáles su rango de edad?	50,0%	0,0%	25,0%	0,0%	0,0%	25,0%	0,0%	100,0%
	21 - 29	Count	8	6	4	4	2	6	0	26
		% within 2. ¿Cuáles su rango de edad?	21,4%	21,4%	14,3%	14,3%	7,1%	21,4%	0,0%	100,0%
	30 - 39	Count	1	4	3	0	1	4	1	14
		% within 2. ¿Cuáles su rango de edad?	7,1%	28,6%	21,4%	0,0%	7,1%	28,6%	7,1%	100,0%
	40 - 49	Count	1	1	2	0	0	1	0	5
		% within 2. ¿Cuáles su rango de edad?	20,0%	20,0%	40,0%	0,0%	0,0%	20,0%	0,0%	100,0%
	60 o mayor	Count	1	0	0	0	1	0	0	2
		% within 2. ¿Cuáles su rango de edad?	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%	50,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	Total	Count	11	11	10	4	4	12	1	53
		% within 2. ¿Cuáles su rango de edad?	20,8%	20,0%	18,9%	7,5%	7,5%	22,6%	1,9%	100,0%

Figura # Tabla cruzada ¿Cuál es su rango de edad? vs ¿De qué manera suele hacer sus reservaciones?

Fuente: Construcción por los autores

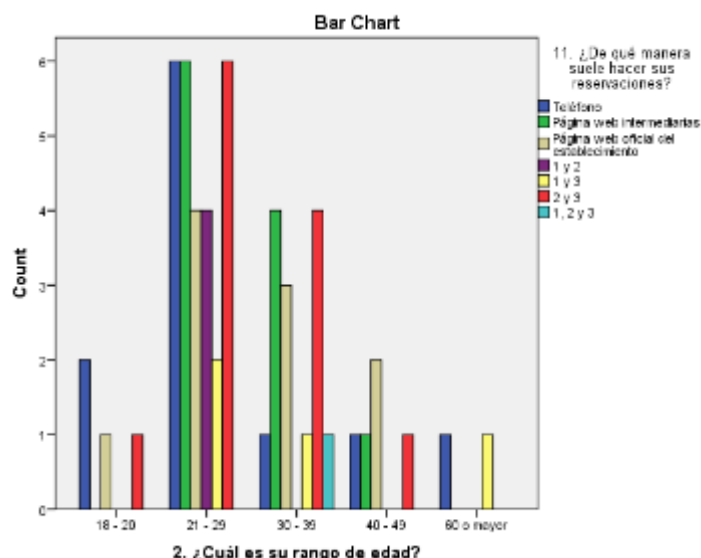


Figura # Gráfico de la tabla cruzada ¿Cuál es su rango de edad? vs ¿De qué manera suele hacer sus reservaciones?

Fuente: Construcción por los autores

Para las personas que han esta alaguna vez en un *Glamping* y que están entre la edad de los 21 y 29 se inclinan más por hacer su reservaciones por Teléfono, páginas web intermediarias o por la página web oficial del establecimiento, las personas que están entre los 30 y 39 años de edad suelen hacerla mediante páginas web intermediarias y/o páginas web oficial del establecimiento, mientras que las personas entre los 40 y 49 se inclinan más por páginas web oficial del establecimiento, como se ve en la figura #(Grafico).

			12. ¿Qué método de pago utiliza para realizar sus compras?												
			Efectivo	Tarjeta de crédito	PayPal	Transferencia bancaria	1 y 2	1 y 3	1 y 4	2 y 3	2 y 4	3 y 4	1 2	1 3	Total
1. ¿Cuál es su rango de edad?	18-20	Count	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	4
		% within 1. ¿Cuál es su rango de edad?	50.0%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%	0.0%	100.0%
	21-29	Count	7	8	4	4	3	0	1	1	2	0	0	0	20
		% within 2. ¿Cuál es su rango de edad?	35.0%	40.0%	20.0%	20.0%	15.0%	0.0%	5.0%	5.0%	10.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	30-39	Count	3	7	0	2	0	0	0	1	1	0	0	0	14
		% within 3. ¿Cuál es su rango de edad?	21.4%	50.0%	0.0%	14.3%	0.0%	0.0%	0.0%	7.1%	7.1%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	40-49	Count	1	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0	1	5
		% within 4. ¿Cuál es su rango de edad?	20.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	20.0%	0.0%	20.0%	0.0%	20.0%	0.0%	20.0%	100.0%
	50 o mayor	Count	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	2
		% within 5. ¿Cuál es su rango de edad?	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
Total			14	14	4	6	3	1	2	3	3	1	1	1	53
			26.4%	26.4%	7.5%	11.3%	5.7%	1.9%	3.8%	5.7%	5.7%	1.9%	1.9%	1.9%	100.0%

Figura # Tabla cruzada ¿Cuál es su rango de edad? vs ¿Qué método de pago utiliza para realizar sus compras?

Fuente: Construcción por los autores

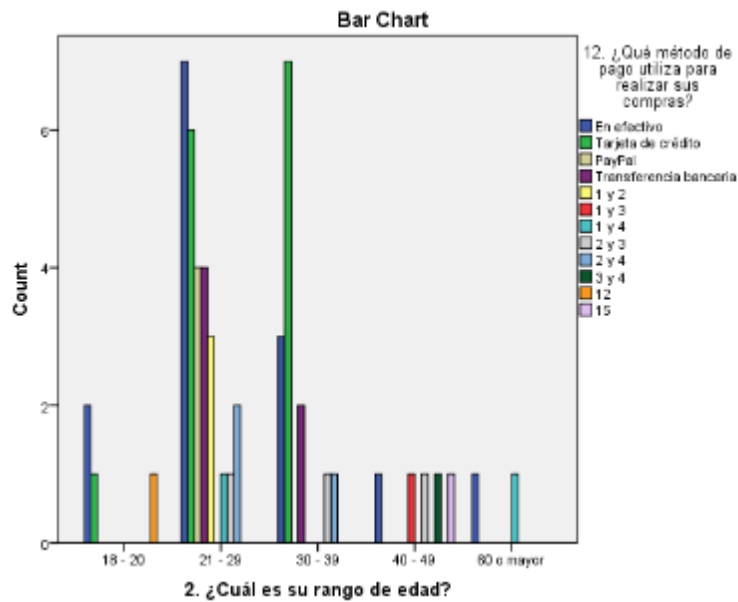


Figura # Gráfico de la tabla cruzada ¿Cuál es su rango de edad? vs ¿Qué método de pago utiliza para realizar sus compras?

Fuente: Construcción por los autores

La mayoría de las personas que se encuentran entre los 21 y 29 años preferencia a pagar más con efectivo y luego con tarjeta de crédito, los que están entre los 30 y 39 años prefieren más tarjeta de crédito y luego con efectivo, como se ve reflejado en la Figura # (Grafico)

		11. ¿De qué manera suele hacer sus reservaciones?									
			Teléfono	Página web intermedias	Página web oficial del establecimiento	1 y 2	1 y 3	2 y 3	1, 2 y 3	Total	
5. ¿A qué estrato socioeconómico pertenece?	2	Count	4	0	1	0	0	1	0	6	
		% within 5. ¿A qué estrato socioeconómico pertenece?	66,7%	0,0%	16,7%	0,0%	0,0%	16,7%	0,0%	100,0%	
	3	Count	2	1	2	1	0	4	0	10	
		% within 5. ¿A qué estrato socioeconómico pertenece?	33,3%	16,7%	33,3%	16,7%	0,0%	66,7%	0,0%	100,0%	
	4	Count	1	5	3	2	1	3	0	15	
		% within 5. ¿A qué estrato socioeconómico pertenece?	16,7%	83,3%	50,0%	33,3%	16,7%	50,0%	0,0%	100,0%	
6	5	Count	4	5	3	1	3	4	1	21	
		% within 6. ¿A qué estrato socioeconómico pertenece?	19,0%	23,8%	14,3%	4,8%	14,3%	19,0%	4,8%	100,0%	
	6	Count	0	0	1	0	0	0	0	1	
		% within 6. ¿A qué estrato socioeconómico pertenece?	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	
	Total	Count	11	11	10	4	4	12	1	53	
		% within 5. ¿A qué estrato socioeconómico pertenece?	20,8%	20,8%	18,9%	7,5%	7,5%	22,6%	1,9%	100,0%	

Figura # Tabla cruzada ¿A qué estrato socioeconómico pertenecen? vs ¿De qué manera suele hacer sus reservaciones?

Fuente: Construcción por los autores

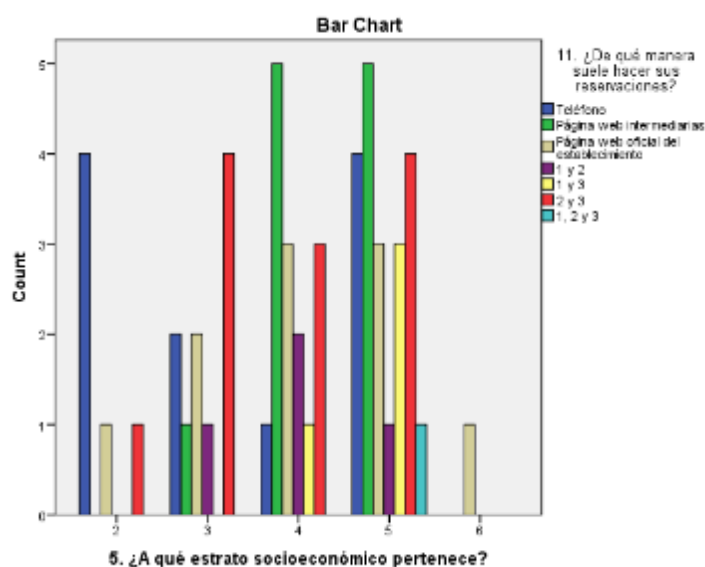


Figura # Gráfico de la tabla cruzada ¿A qué estrato socioeconómico pertenecen? vs ¿De qué manera suele hacer sus reservaciones?

Fuente: Construcción por los autores

La mayoría de las personas que tienen un estrato socioeconómico entre 4 y 5 hacen sus reservaciones por medio de páginas web intermediarias y/o por la página web oficial del establecimiento, como se ve reflejado en la Figura # (Grafico)

			12. ¿Qué método de pago utiliza para realizar sus compras?												
			En efectivo	Tarjeta de crédito	PayPal	Transferencia bancaria	1 y 2	1 y 3	1 y 4	2 y 3	2 y 4	3 y 4	12	13	Total
5. ¿A qué estrato socioeconómico pertenece?	2	Count	5	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	6
		% within 5. ¿A qué estrato socioeconómico pertenece?	83,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	16,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	3	Count	1	3	0	0	1	0	0	0	2	0	0	0	10
		% within 5. ¿A qué estrato socioeconómico pertenece?	10,0%	30,0%	0,0%	0,0%	10,0%	0,0%	0,0%	0,0%	20,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	4	Count	3	5	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	10
		% within 5. ¿A qué estrato socioeconómico pertenece?	30,0%	50,0%	0,0%	0,0%	10,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	10,0%	10,0%	100,0%
6	5	Count	5	6	0	0	1	0	2	3	1	1	0	0	21
		% within 5. ¿A qué estrato socioeconómico pertenece?	23,8%	28,6%	0,0%	0,0%	4,8%	0,0%	9,5%	14,3%	4,8%	4,8%	0,0%	0,0%	100,0%
	6	Count	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
		% within 5. ¿A qué estrato socioeconómico pertenece?	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	Total	Count	14	14	0	0	3	1	2	3	3	1	1	1	53
		% within 5. ¿A qué estrato socioeconómico pertenece?	26,4%	26,4%	0,0%	0,0%	5,7%	1,9%	3,8%	5,7%	5,7%	1,9%	1,9%	1,9%	100,0%

Figura # Tabla cruzada ¿A qué estrato socioeconómico pertenecen? vs ¿Qué método de pago utiliza para realizar sus compras?

Fuente: Construcción por los autores

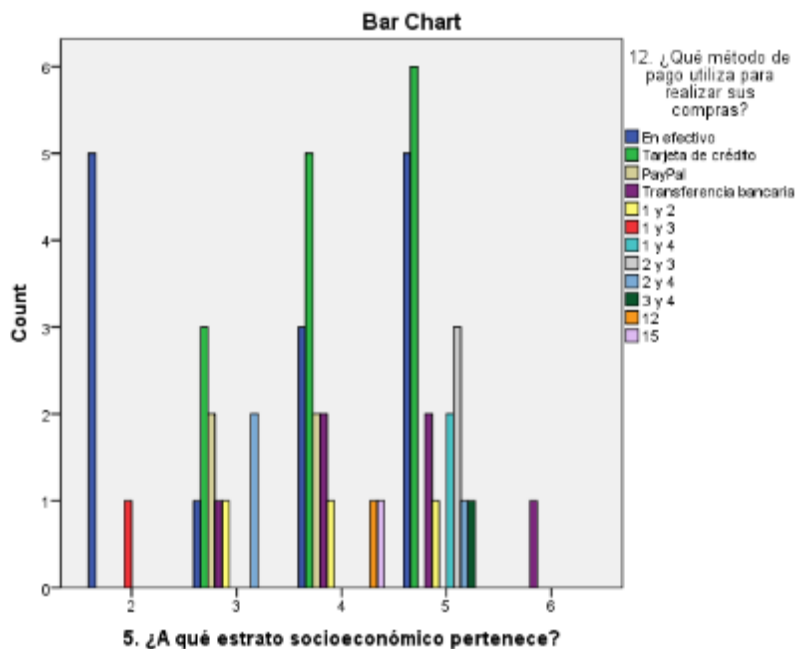
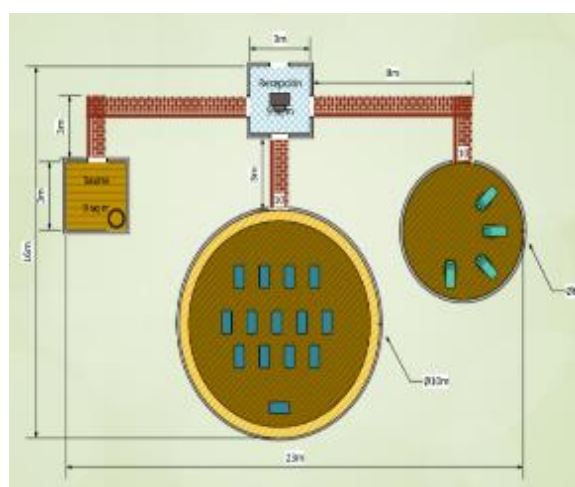
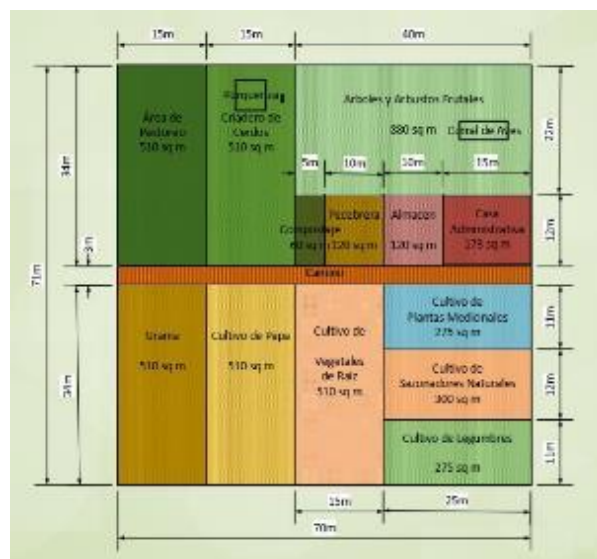


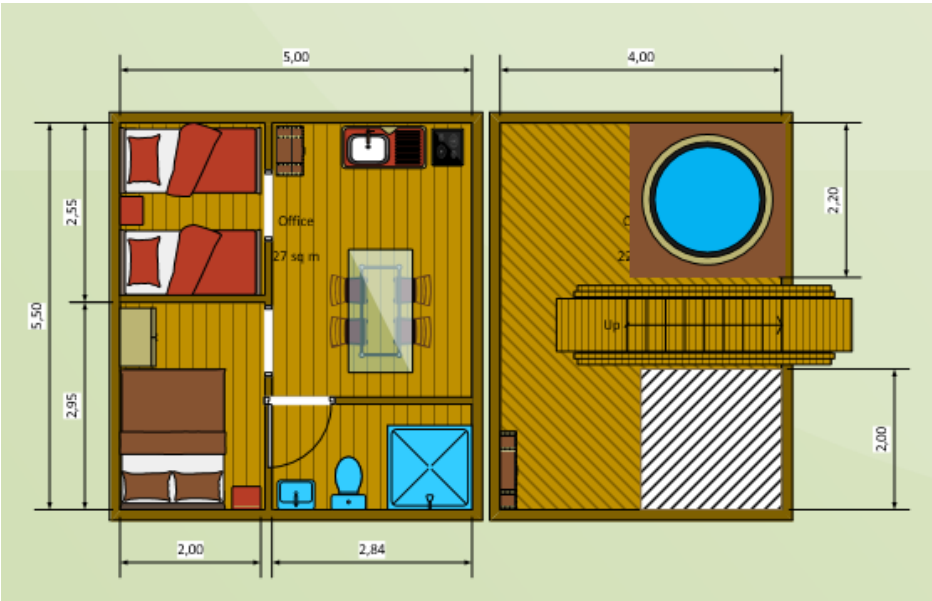
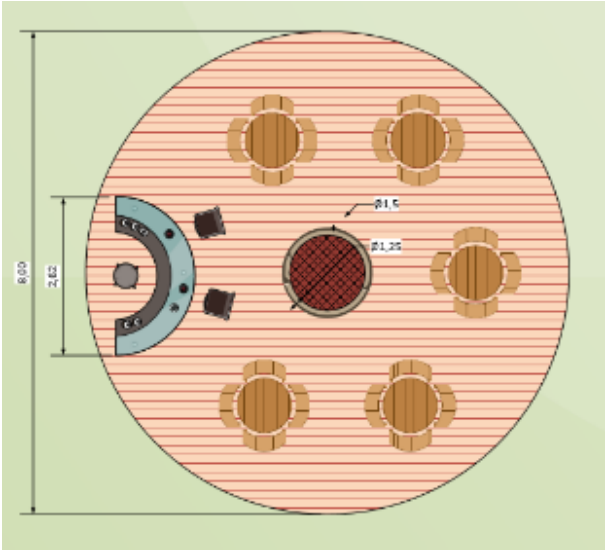
Figura # Gráfico de la tabla cruzada ¿A qué estrato socioeconómico pertenecen? vs ¿Qué método de pago utiliza para realizar sus compras?

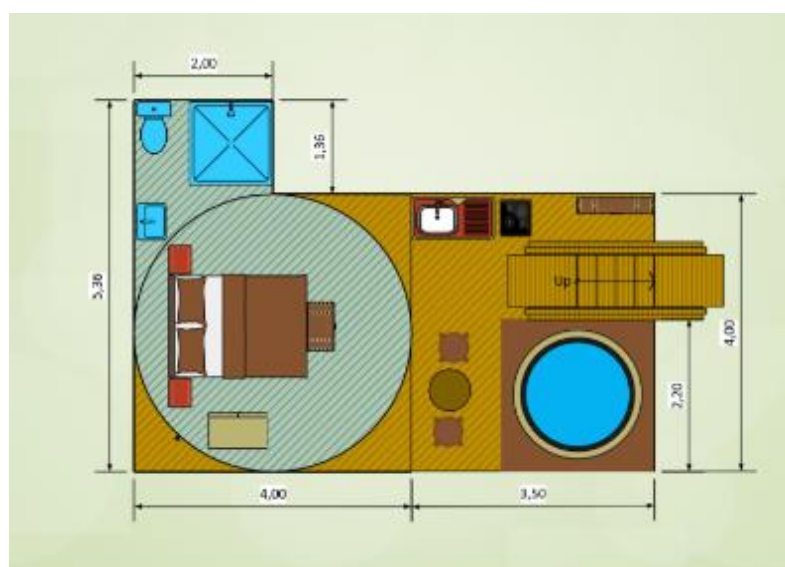
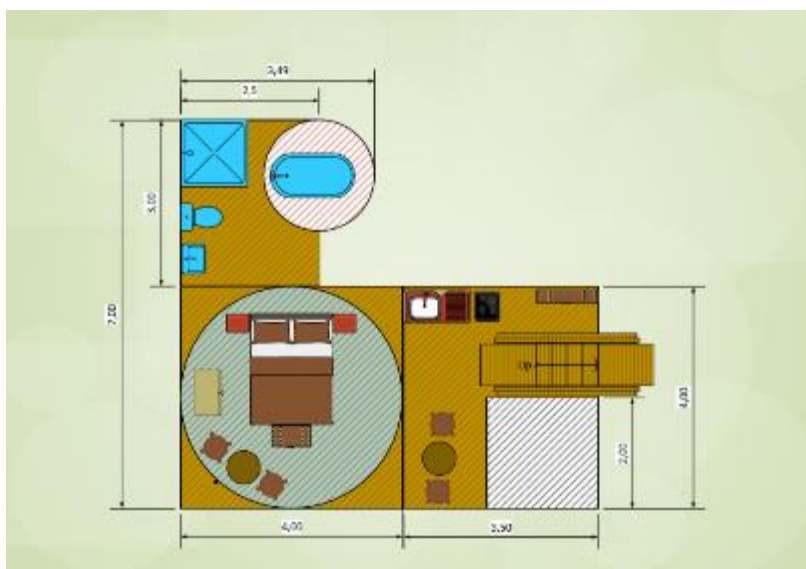
Fuente: Construcción por los autores

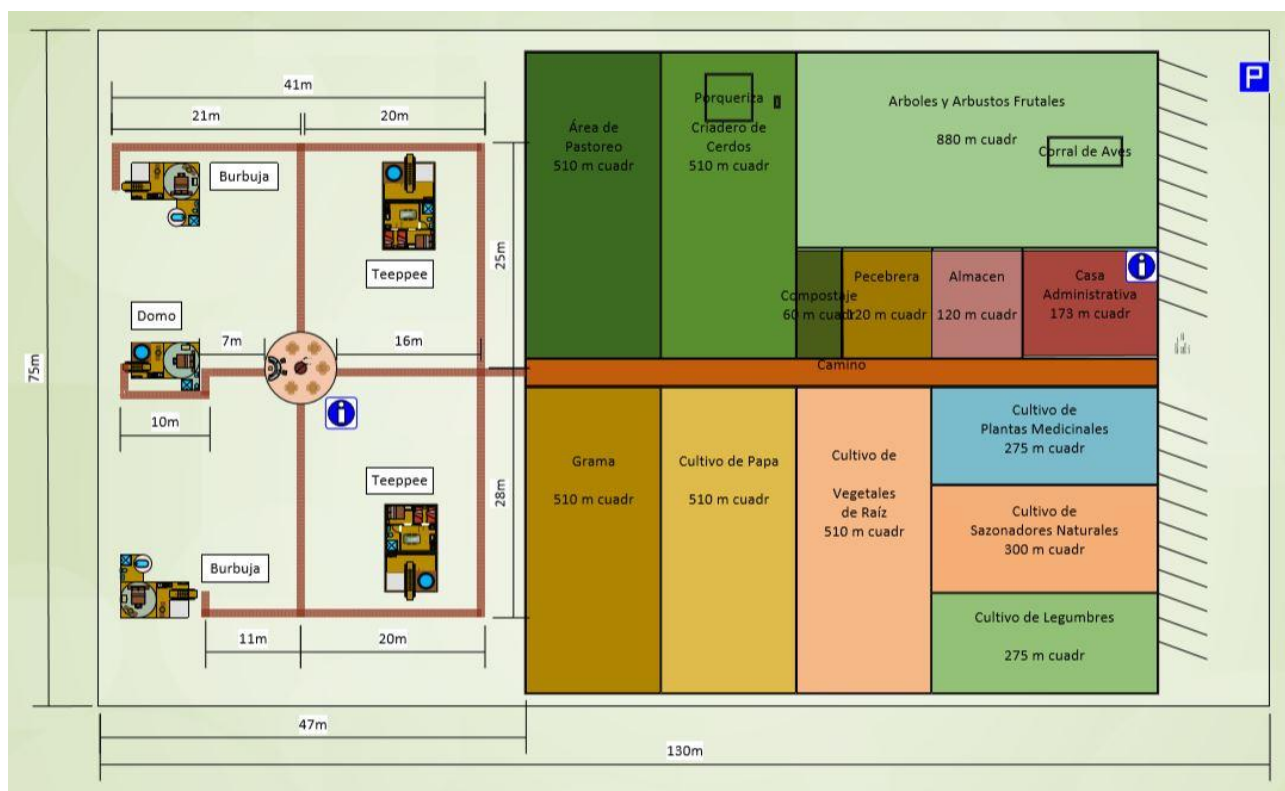
La mayoría de las personas que se han estado alguna vez en un *Glamping* y tienen un estrato socioeconómico 4 y 5 hacen sus pagos más con tarjeta de crédito que en efectivo,

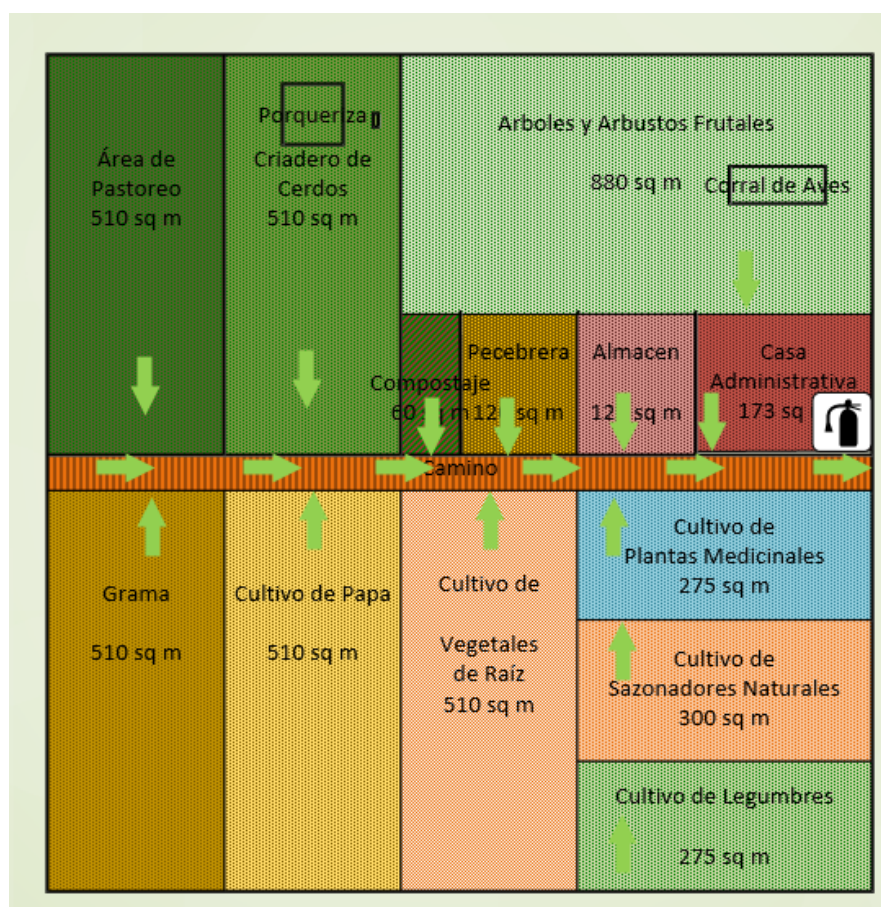
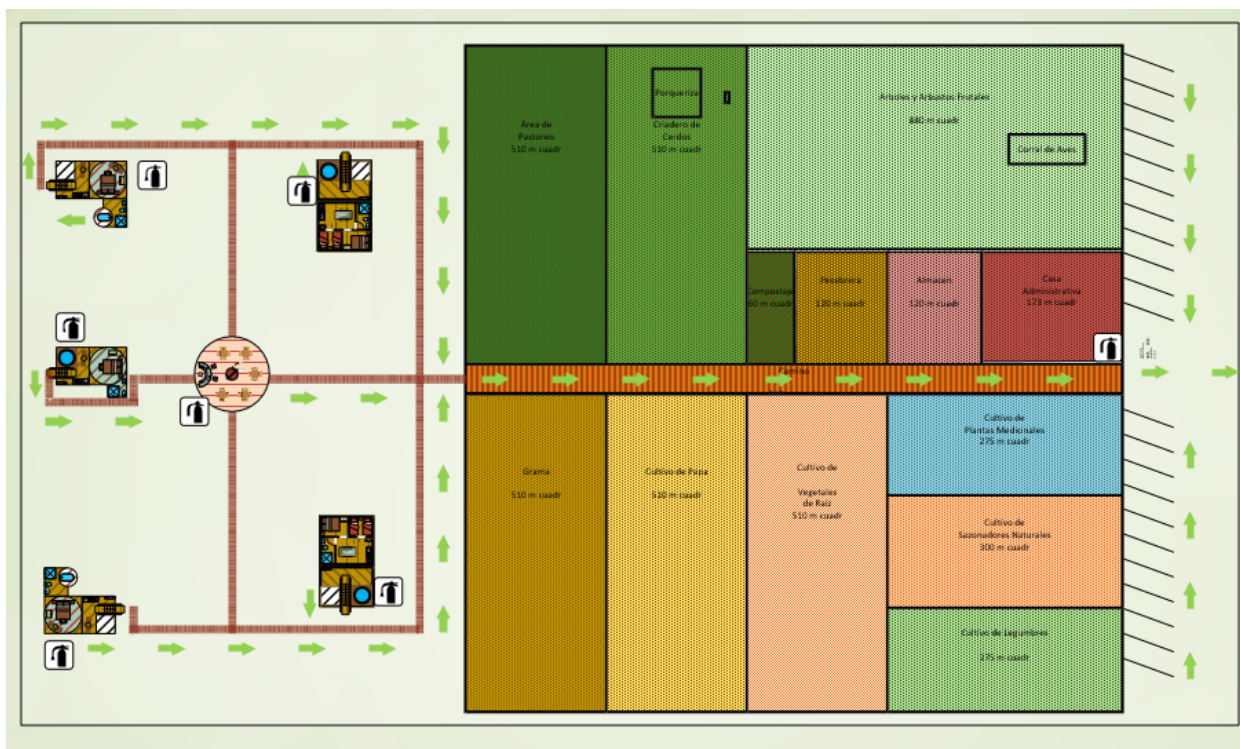
Anexo M Planos de infraestructura

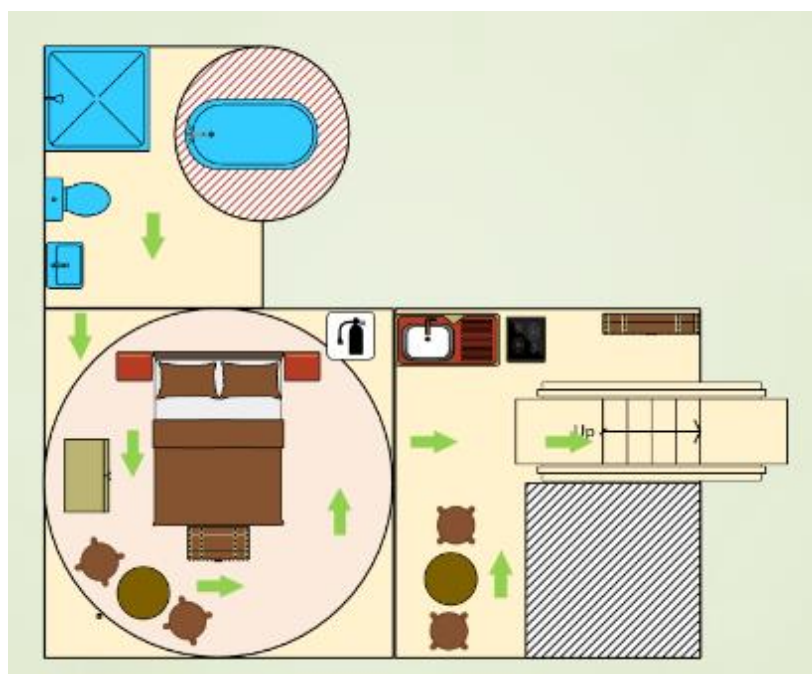
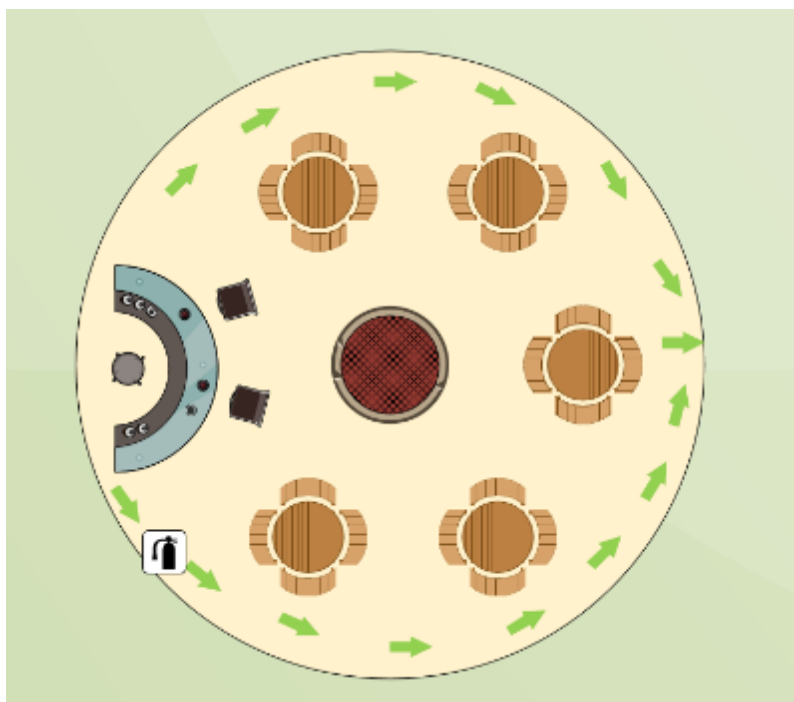


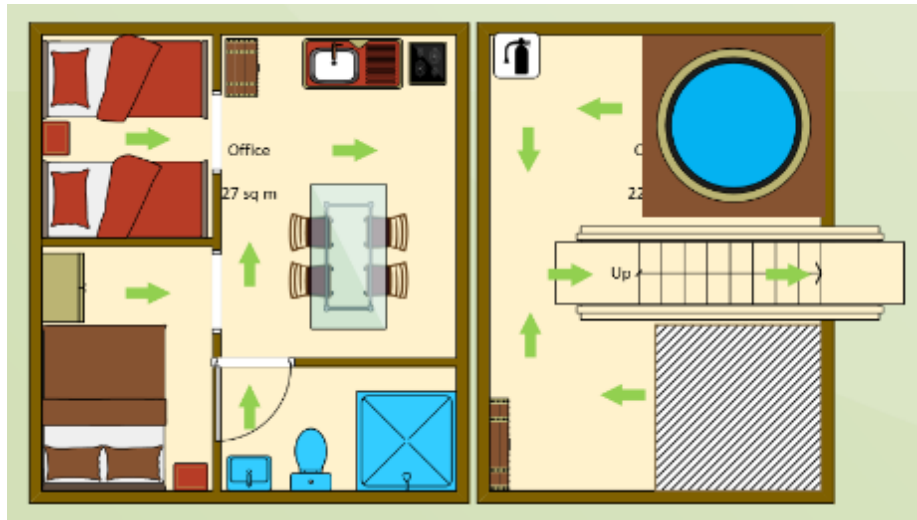
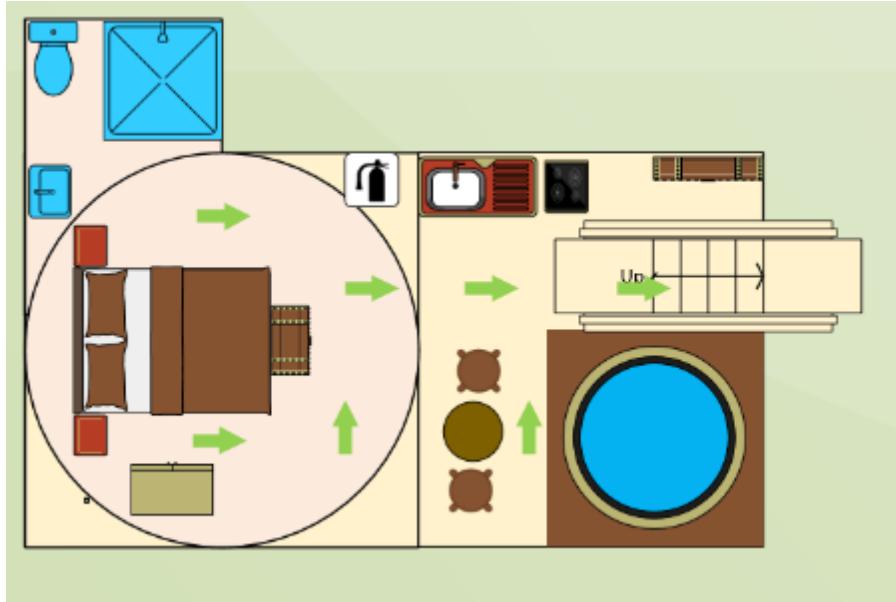












Anexo N Elementos del Glamping

- Terraza

Hot Tub

- HOT TUB MADERA THERMOWOOD 8 PERSONAS CALEFACCIÓN INTERIOR

Dimensiones del Hot Tub Thermowood 2.2m Calefactor Interno:

Diámetro: 2.2 metros

Altura: 1.1 metro
\$ 2.190.000

- CUBIERTA TÉRMICA AISLANTE PARA HOT-TUB 210,5CM

\$ 229.900

- Dimensiones Baño

Cabina de ducha
Medidas 218 x 120 x 80 cm

- Lavamanos Farzi 52cm Ancho x 42cm Largo x 34cm Alto + Grifería Petit Blanco

Incorporar

\$384.900

The screenshot shows the ALKOSTO website interface. At the top, there is a search bar with the text "Escribe el producto que buscas..." and a "Buscar" button. Below the search bar, there is a navigation menu with links to "Categorías", "Hiperofertas", "Catálogo", "Sigue Tu Pedido", "Nuestras Tiendas", and "Ayuda". On the right side of the header, there are links for "Venta telefónica" and "Servicio al Cliente" with phone numbers (031) 746 9001 and (031) 407 5033 respectively. The main content area features a large image of a white refrigerator with its door open, showing shelves and drawers. To the left of the image are several smaller thumbnail images. Below the main image, there is a section titled "Características" with a sub-section "Dimensiones de Producto" showing three icons with their respective dimensions: Ancho: 48.3cm, Alto: 61.7cm, and Fondo: 46.3cm. On the right side of the product page, the price "\$ 389.900" is prominently displayed in red. Below the price, there is a "Disponibilidad: En stock" status, a "ENVÍO GRATIS" label, and a "Cantidad:" dropdown menu. A yellow button labeled "Agregar al carrito" is positioned below these elements. Further down, there is a "Compra en tienda" section with a location pin icon and the text "Ver disponibilidad en tienda". Below this, there is an "Opciones de entrega" section with two options: "Entrega a domicilio" (highlighted with a truck icon) and "Recoge en tienda" (with a store icon). At the bottom, there is a "Venta telefónica" section with the text "Boquén: (031) 354 9734" and "Línea gratuita nacional: 018000 160".

- Calentador electrónico de paso 10 lt bifásico Aquaforte

\$629.900
Alto 35 cm
Ancho 21 cm

- Sanitario Happy Redondo Descarga Single 4.8 litros Blanco Corona

\$193.900

Alto 35 cm

Ancho 73,5 cm

- Tina Calima 152x80 cm – Blanco Firplak

\$1.372.900

- Dimensiones Muebles

– Camas

Twin/Single o tamaño individual: Si duermes solo está es la medida más común, 90 cm de ancho x 190/200 cm de largo. Además, en España existe un estándar de medida ligeramente superior para camas individuales que es 105 cm de ancho x 190/200 cm de largo.

Double / full o tamaño doble / matrimonio: Esta solía ser la medida estándar en las habitaciones de pareja. Y decimos solía ser porque el tamaño es ligeramente escaso para que dos adultos duerman de manera confortable. También es la elección de muchas personas que, aunque duermen solas prefieren hacerlo en camas de mayor tamaño. Las dimensiones son, 135 cm de ancho x 190/200 centímetros de largo.

Queen size o tamaño doble / matrimonio: Con un tamaño ligeramente superior al anterior, ofrece un espacio mayor para dormir dos adultos. Las medidas son; 150 cm de ancho x 190/200 cm de largo.

King size: Más grandes que la anterior, se está empezando a poner de moda. Es la mejor solución para personas grandes que comparten colchón. Entre 180 cm de ancho x 200 cm de largo.

Presidential King size: Esta medida es la utilizada en los países anglosajones para el mayor tamaño de colchón. Nos permite el máximo espacio por persona así se puede disfrutar de una experiencia perfecta de descanso. Las medidas son; 200 cm de ancho x 200 cm de largo.

– Mesas de noche

Juego x2 Mesas de Noche Nápoles 50.7x40.7x 33cm Siena/WengueRta

Medidas 50.7x40.7x 33cm

Alto 50,7 centímetros

Ancho 40,7 centímetros

Fondo 33 centímetros

\$199.900

-Closet

Closet Entre Eco 2 Puertas 2 Cajones 121x83x52.5cm WengueRta

Largo 52,5 centímetros

Ancho 83 centímetros

Profundo 52,5 centímetros

Alto 121 centímetros

\$279.900

-Banco baul

Puff Baúl Ecocuero Café Magic Class

Largo 70 centímetros

Ancho 40 centímetros

\$174.900

-Zapatero

Zapatero Bambú 2 Niveles

\$123.450

\$119.950

Zapatero Honey Can Do Sho

\$205.450

\$199.950

Zapatero Expandible 2 Niveles Gris Rejiplas

Alto 39 centímetros

Ancho 24 centímetros

Medidas 39 x 111,5 x 24 Centímetros

\$84.900

-Sala de estar

Sala Citadela Anatolia Café - Santana Beige Romance Relax

Medidas

Sofá Cama 110x178x74cm

Silla 71x55x73cm

Puff 71x40x36cm

\$799.900

-Sala de terraza Ibiza

Sofá 3 puestos Ibiza

Alto total: 64 cm.

Profundidad total: 92 cm.

Largo: 215 cm.

Sofá 1 puesto Ibiza

Alto total: 64 cm.

Profundidad total: 92 cm.

Largo: 109 cm.

Mesa de Centro Ibiza

Alto total: 37 cm.

Profundidad total: 68 cm.

Largo: 130 cm

\$ 3.899.990 Internet

\$ 7.999.990 Precio normal

-Set Caño 4 Piezas Rimini Rojo

Medida de la mesa 51 x 90 cm

Medidas Silla 75 x 60 x 72,7 cm

\$500,790

-Comedor

Juego Comedor Cerdeña 6 Sillas

Medidas Mesa

Alto: 75 cm

Ancho: 90 cm

Profundidad diagonal: 175 cm

Largo sin extensión: 150 cm

Medidas Sillas

Alto silla total: 94 cm

Ancho silla: 56 cm

Profundidad silla: 63 cm

\$ 1.649.990 Internet

\$ 2.499.990 Precio normal


mercado libre




Ofertas de Aniversario | Hasta 50% OFF


Envíos a
MDR3451M

[Categorías](#) [Historial](#) [Títulos favoritos](#) [Ofertas de la semana](#) [Móvil](#) [Ayuda](#) [PQR](#)

[Crea tu cuenta](#) [Ingresar](#) [Comprar](#)

También puede interesarte: [nuestros socios](#) [muebles](#) [oferta](#) [restaurantes](#) [organizaciones](#) [plataformas](#)

[Volver al Estado](#) [Hogar y Muebles](#) [Muebles de Exterior](#) [Otro](#)

[Compartir](#) [Vender uno igual](#)






Nuevo - 68 vendidos

Mesas Y Sillas Para Bar O Restaurante

\$ 69.900


38 cuotas de \$ 1.942





[Más información](#)


Entrega a acordar con el vendedor

Somos Cuidadores
[Ver cómo de serio](#)

Compartir: **Unidad** ▼ (37 disponibles)

Comprar


Compra Protegida: recibe el producto que esperas o te devolvemos tu dinero.


Suma 34 Mercado Puntos

mercado libre Buscar productos, marcas y más...

Ofertas de Aniversario | Hasta 60% OFF

Crear tu cuenta | Ingresar | Comprar

También puede interesarte: muebles usados - sillas reclinables - mesas plegables - organizadores plásticos - alacenas reclinables

Volver al inicio | Hogar y Muebles | Salas | Asientos de Sala

Compartir | Vender uno igual

Nuevo - 17 vendidos

Sala Porto En Tela + Mesa De Centro Nova

\$4.999.000

\$1.213.900 32% OFF

12 cuotas de \$ 901.156 sin interés

VISA

Más información

Entrega a acordar con el vendedor

Traga, Bogotá

Ver estado de envío

Color: Gris

Cantidad: 1 unidad (10 disponibles)

Comprar

Publicación

Categorías | Hogar | Muebles modernos | Muebles de la cocina | Vender | Ayuda / PQR

Crear tu cuenta | Ingresar | Comprar

También puede interesarte: escritorios plásticos - sillas reclinables - mesas plegables - alacenas reclinables - alacenas reclinables

Volver al inicio | Industrias y Oficinas | Trápidas para Oficinas | Muebles para Oficinas | Escritorios y Mesas

Compartir | Vender uno igual

Nuevo - 15 vendidos

Industrias Y Oficinas, Recepción, Oficinas Modernas

\$880.000

28 cuotas de \$ 24.444

VISA

Más información

Entrega a acordar con el vendedor

Bogotá, Bogotá D.C.

Ver estado de envío

Último disponible

Comprar

Controla Protegida: recibe el producto que esperabas o te devolvemos tu dinero.

Suma 440 Mercado Puntos

Publicaciones promocionadas que pueden interesarte

[Inicio](#) [Categorías](#) [Historial](#) [Tiempos oficiales](#) [Ofertas de la semana](#) [Vender](#) [Ayuda / PQR](#)

[Crear tu cuenta](#) [Iniciar](#) [Mis compras](#)

[También puede interesarte:](#) [galaxias](#) [proceder de libros](#) [asagapalapa fúts](#) [galaxia bogrefia](#) [maquina rospeddyre](#)

[Volver al Estado](#) [Industria y Ciencias](#) [Cinco](#)

[Compartir](#) [Vender uno igual](#)



Nuevo 1 vendedor

Mostrador Barra En Madera Nuevas

\$ 450.000


 12 cuotas de \$ 37,500 sin interés

[Más información](#)


 Entrega a acordar con el vendedor
 Bogotá, Bogotá D.C.
[Ver opciones de envío](#)

¿Llama disponible?

Comprar


 Compra Protegida: recibe el producto que esperabas o te devolvemos tu dinero.


 Sumas 225 Mercado Puntos

Más publicaciones del vendedor

ALKOSTO **HiperAhorro**

Escribe el producto que buscas... [Buscar](#)

[Categorías](#) [Hiperofertas](#) [Catálogo](#) [Sigue Tu Pedido](#) [Nuestras Tiendas](#) [Ayuda](#)

[Venta telefónica](#) [Servicio al Cliente](#)

(001) 746 9001 (001) 407 3000

[Mi cuenta](#) [Mi carrito](#)

4.5/5 22 Opiniones Código: 7700940711611



ver más

Precio Normal: \$ 359.900
Hoy \$ 339.900

Disponibilidad: En existencia*


ENVÍO GRATIS

Cantidad:


Agregar al carrito

Compra en tienda

[Ver disponibilidad en tienda](#)

Opciones de entrega


Entrega a domicilio
[Ver más información](#)


Recoger en tienda
[Ver más información](#)

Venta telefónica

¿Qué estás buscando?

CONSTRUCCIÓN Y REPARACIÓN | Pisos, Paredes y Acabados | HERRAMIENTAS Y EQUIPO | BAÑO Y COCINA | ELECTRO, TENDIDO Y CLIMATIZACIÓN | MUEBLES Y ORGANIZACIÓN | DECORACIÓN E ILUMINACIÓN | AIRE LIBRE, LINDOS Y PASADIZOS | AUTOMÓVILES Y EQUIPO | PRODUCTOS E EQUIPO | SERVICIOS Y PROYECTOS

370 Unidades disponibles



Producto correspondiente a la ubicación de CUNDINAMARCA
El precio puede cambiar al modificar la zona de envío o recibir.

\$ 72.900 UND
Acumulas 72 CMR Puntos

Características del producto ▾

1

Calcula el valor de tu cuota CMR

Nº de cuotas	Valor de la cuota
1	\$ 72.900

Métodos de envío y retiro

- ☐ Envío a domicilio [Ver opciones](#)
- ☐ Retira tu compra en tienda [Ver opciones](#)
- ☐ Disponibilidad en tiendas [Ver stock](#)

HOME CENTER

¿Qué estás buscando?

CONSTRUCCIÓN Y REPARACIÓN | Pisos, Paredes y Acabados | HERRAMIENTAS Y EQUIPO | BAÑO Y COCINA | ELECTRO, TENDIDO Y CLIMATIZACIÓN | MUEBLES Y ORGANIZACIÓN | DECORACIÓN E ILUMINACIÓN | AIRE LIBRE, LINDOS Y PASADIZOS | AUTOMÓVILES Y EQUIPO | PRODUCTOS E EQUIPO | SERVICIOS Y PROYECTOS

Silla Ejecutiva Cromada con Brazos Negra Just Home Collection

SKU 139583 | ★★★★★ 4.9 (34) [Compartir](#)

2.308 Unidades disponibles



Producto correspondiente a la ubicación de CUNDINAMARCA
El precio puede cambiar al modificar la zona de envío o recibir.

\$ 199.900 UND
Acumulas 199 CMR Puntos

Características del producto ▾

1

Calcula el valor de tu cuota CMR

Nº de cuotas	Valor de la cuota
1	\$ 199.900

Métodos de envío y retiro

- ☐ Envío a domicilio [Ver opciones](#)
- ☐ Retira tu compra en tienda [Ver opciones](#)
- ☐ Disponibilidad en tiendas [Ver stock](#)

KTRONIX
pasión por la tecnología

Escríbelo al producto que buscas.

Venta Telefónica
0241 746 0001 0241 407 5003

Categorías **Ofertas** **Catálogo** **Sigue Tu Pedido** **Nuestras Tiendas** **Ayuda** **Mi cuenta** **Mi carrito**

PC All in One HP 22-c001la AMD A6 21.5" Pulgadas Disco Duro 500Gb Negro

★★★★★ 2 Opiniones Código: 152345170420

Ahorrate \$ 550.000

Preço Normal: \$ 1.499.000
Hoy \$ 949.000

Disponibilidad: En existencia

ENVIO GRATIS

Cantidad:

Compra en tienda

Opciones de entrega

Entrega a domicilio
[Ver más información](#)

Recoge en tienda
[Ver más información](#)

Características

Teclazo Magic Desktop aplicación educativa para niños

-Set de Mesa + 2 Sillas Metálicas de Mica

Medidas

Mesa: 72 (alto) x 60 (diámetro) cm.

Silla: 81 (alto) x 42 (profundo) cm.

\$ 149.990 Internet

\$ 399.990 Precio normal

Cocina

Mesón Clásico Liso 120x60 cm con Poceta Izquierda Mezclador Acero Inoxidable Socoda

Medidas 120x60 centímetros

Ancho mesón 60 centímetros

Largo mesón 120 centímetros

Ancho poceta 37 centímetros

Largo poceta 49 centímetros

Profundidad de la poceta 17.5 centímetros

\$273.900

-Cubierta a Gas 60cm Acero Inoxidable 4 Puestos PBP6B5B80V Bosch

Ancho 59 cm

Alto 4 cm

Fondo 52 cm

\$399.900

-Utensilios

Elementos de cama:

Juego de sábanas 300 hilos cama King, \$84.900



Para evitar las picaduras y molestias de los mosquitos, se utilizará un dosel en las camas para evitar esto, el precio de cada uno es de \$26.282.



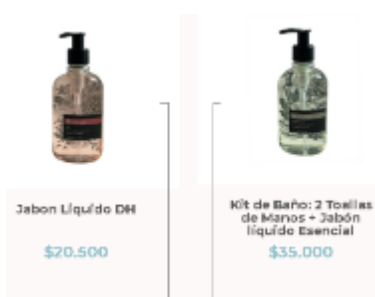
El edredón que se utilizará para las camas es de tamaño king de 180 hilos y tiene un precio de \$292.900 por unidad.



Para las camas se compraran almohadas confortables para los clientes, cada una de las almohadas tiene un precio de \$69.900.



-Elementos baño



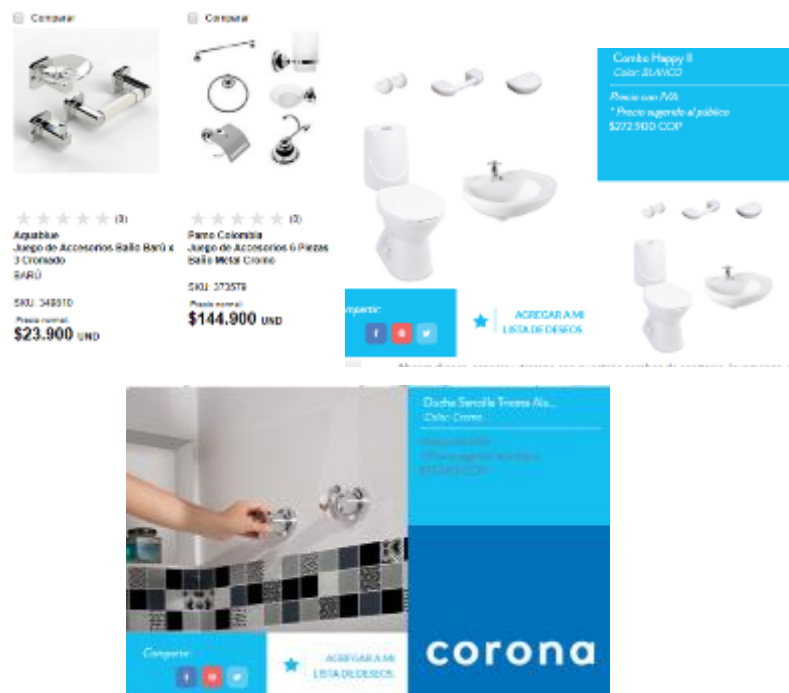


<https://www.distrihogar.com.co/colecciones/hotel-linen-collection>

-Cojín Chenille

Para que las camas se vean más agradables y cómodas para los clientes se utilizarán los cojines estos tienen un precio de \$ 69.990 por unidad.

-Kits accesorios de baño (Homecenter) (Corona)



-Kit cocina (Mercado libre)



Flexzion Camping Ollas Cocina Kit Compacto 10pc Senderismo

\$ 84.163

36x \$ 2.337

Envío gratis

Bogotá D.C.



Vajilla De Bebida De Calidad De Restaurante De Plástico R...

\$ 121.777

36x \$ 3.382

Envío gratis

Bogotá D.C.



Plato Copero en Loza Melamina Para Restaurante 10x10

\$ 3.700

36x \$ 102

8 vendidos - Bogotá D.C.



Plato De Loza Melamina Para Restaurante

\$ 14.000

36x \$ 388

Bogotá D.C.



Platos Loza Melamina Reponco - Restaurantes 100% Colombianos

\$ 11.500

Plato 10x10 en 10x10

Envío gratis

Bogotá D.C.



Vajilla Laurie Gases Melamina 12 Piezas 4 Puestos Ref: Zoey

\$ 149.900

36x \$ 4.163

Envío gratis

1 vendido - 453.7500



Juego Cubiertos 106418 Lugano 24pzas por Pkay

\$ 66.990

36x \$ 1.860

11 vendidos

-Kit elementos de aseo personal baño (simonaweddings)



HOME / DETALLES BODA / FIESTA

KIT DE BAÑO Para guapos

\$38,900

Kit para baño de hombres incluye:
Desodorante en spray, enjuague bucal, jabón, crema, lustrapantalones,
alcohol en gel, cotonetes, maquinilla de afeitar, 10 profumados, pañuelos desodorantes,
barbacoas de menta, pastillas de menta, sal de frutas.
Bandaja contenedora en algodón. De este kit los
señores también tienen sus urgencias durante un matrimonio.

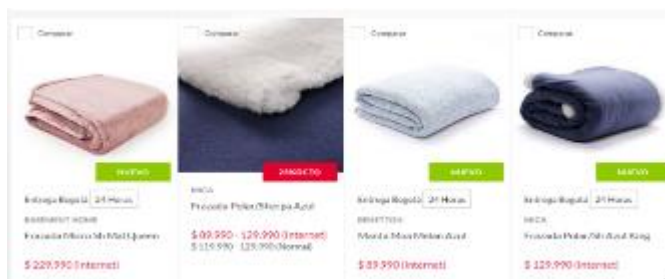
1

+

-

AGREGAR AL CARRITO

-Manta



-Sistema de alarmas

Para cumplir con los requerimientos de seguridad se contará con un sistema de sensores y alarmer contra incendios, el cual tiene un precio de \$662.000.




mercado libre


Ofertas de Aniversario | Hasta 60% OFF


Innovación


Categorías


Marcas


Ofertas de aniversario


Ventas


Ayuda


Cuenta


Ingresar


Comprar

Te ofrecemos descuentos en tus compras. [Ver ofertas](#) [Ver descuentos](#) [Ver ofertas](#) [Ver descuentos](#)

[Ver el sitio](#) |
 [Innovación](#) |
 [Categorías](#) |
 [Marcas](#) |
 [Ofertas de aniversario](#) |
 [Ventas](#)

[Compartir](#) |
 [Ver una guía](#)








Nombre: **Extintor**

Extintor Solkaflam Certificado 3700 Grs (10 Libras)

★★★★★ 24.000.000

\$155.000

 36 cuotas de \$ 4.306





[Ver información](#)


[Carrito](#)


[Carrito](#)


[Carrito](#)


[Carrito](#)


[Carrito](#)


[Carrito](#)


[Carrito](#)


[Carrito](#)


[Carrito](#)


[Carrito](#)



Wanna probarlo? [\\$499.990](#) - [Pide a domicilio: \\$473.000](#)

¿Qué estás buscando?





0 items

VER CATEGORÍAS

OFERTAS

CATÁLOGOS

BIENAS Y COBERTURAS

DOMICILIOS Y ENTREGAS

FINDE XL **hasta 65% DTO** AHORA EL FINDE ES MÁS LARGO [Ver ofertas](#)



18%

Telefono IP Grandstream GXP1610

GRANDSTREAM Código de producto: 3454343

★★★★★ (3 valoraciones)

Características principales:

El GXP1610 es un teléfono IP simple de usar para pequeñas y medianas empresas (PYMEs) y oficinas en casa. Este modelo basado en Linux ofrece una sola cuenta SIP, hasta 2 extensiones de llamada y 3 líneas SIM programables. Una pantalla LCD de 128 x 48 [pix] con una interfaz clara para una fácil identificación. 7 botones de acceso directo, dos puertos USB, un teclado de 12-100 MHz, soporte multi-línea, soporte de línea por línea Switch para múltiples extensiones, llamada en espera y conferencia de 3 vías permiten al GXP1610 ser un teléfono IP con todo, fácil de usar y excelente calidad.

Precio Regular: \$139.000

Precio Ahora: \$110.200





MEDIO DE PAGOS

vacio



Envío gratuito con pago de mercado superior a \$250.000



Tu compra es 100% segura



Con todas tus compras de productos, puedes acceder a **Puntos Cerezo**



ALKOSTO
HiperAhorro

Escribe el producto que buscas...

Buscar

Venta Telefónica: (001) 748 8001
Servicio al Cliente: (001) 467 5000

Categorías: Hiperofertas, Catálogo, Sigue Tu Pedido, Nuestras Tiendas, Ayuda

Mi cuenta, Mi carrito

★★★★★ / Opiniones

Código: 620164763645

Características
El Huawei Y6 2018 es un smartphone con una pantalla más grande, mayor memoria, y mejor desempeño que lo permite disfrutar las aventuras, captar grandes recuerdos y responder mejor por más.

Precio Normal: \$ 599.900
Hoy \$ 439.900
Disponibilidad: En existencia
ENVÍO GRATIS
Cantidad:
Agregar al carrito

Compra en tienda
Ver disponibilidad en tienda

Opciones de entrega
Entrega a domicilio: Ver disponibilidad
Recoge en tienda: No disponible

Venta telefónica

mercado libre

Busca productos, marcas y más

Ofertas de Amazon en 1 hasta 80% OFF

Envío gratis en compras de \$100.000

Categorías: Hogar, Tecnología, Deportes y Recreación, Moda y Accesorios, Belleza, Salud y Bienestar, Alimentos y Bebidas, Autos y Motores, Viajes, Otros

Crear la cuenta, Iniciar, Comprar

También puede interesarte por: aparatos de audio, aparatos de audio, aparatos de audio

Volver al Estado: Computador, Perifericos y Accesorios de PC, Perifericos, Logitech, 5.1

Comprar, Ver más opciones

Parlante Logitech Sistema De Sonido Z506 5.1 Envolverte
★★★★★ 105 opiniones

\$ 214,900
16 cuotas de \$ 5.969
VISA, MasterCard, American Express

Lo retiramos al domicilio del vendedor. Opción de entrega y los tiempos de entrega. Cobrar en todo tiempo.

Cantidad: 1 unidad (disponible)

Comprar

Compra el producto real y el producto que necesitas

-Precio Glamping

Para la creación completa del proyecto, se necesita la construcción de la estructura de los *Glamping*, los cuales son de diferentes precios estos se ven en las figuras que se muestran a continuación.

			
Tin Sandstone Canvas Hut Tent	Tin Sandstone Canvas Red Tent - Dual Door	Tin Sandstone Canvas Red Tent - Double Color	Tin Sandstone Canvas Red Tent - Single Door
SALE In Stock Now Now: \$1,301.00 Was: \$1,445.00	SALE In Stock Now Now: \$877.00 Was: \$925.00	SALE In Stock Now Now: \$838.00 Was: \$887.00	SALE In Stock Now Now: \$743.00 Was: \$819.00

			
Bell Lona Bell Tent - Rainbow	Bell Sandstone Canvas Bell Tent - Single Door	Bell Lona Bell Tent - Rainbow	Bell Lona Bell Canvas Bell Tent
SALE In Stock Now Now: \$722.00 Was: \$1,002.00	SALE In Stock Now Now: \$619.00 Was: \$654.00	SALE In Stock Now Now: \$619.00 Was: \$667.00	SALE In Stock Now Now: \$432.00 Was: \$444.00

[Volver al Inicio](#) [Herramientas y Construcción](#) [Otro](#)

[Compartir](#) [Ver detalles](#)



Nuevo

**Carpas Para Glamping
Económicas, Livianas
Durables Fuertes**

\$ 2.800.000

36 cuotas de \$ 77.778



Más información

Entrega a acordar con el vendedor

Modelo: Anteoque

Ver estado de envío

Cantidad: 1 unidad (5 disponibles)

Comprar

Compra Protegida: recibe el producto que necesitas



Nuevo

**5m Lona Bell Carpa
Impermeable Glamping
Familia Yurta Lujo**

\$ 4.452.990

12 cuotas de \$ 371.082 sin interés



Más información

Envío gratis a nivel nacional

Cobrar cuando llega

Cantidad: 1 unidad (5 disponibles)

Comprar

Compra Protegida: recibe el producto que necesitas
o lo devolvemos tu dinero.



Circle returned on 10/1/2004

Cra 68 #13b - 61, La
Hacienda, Cali

\$ 8.000.000

Quiero que me llamen

Vende

Abstract

www.intel.com



14. *Journal of the American Medical Association*, 273, 1995, 1000-1001.

Carpas Para Glamping
Modelo Flor De Loto, Con
Ventanas.

\$ 4.955.000

36 cartas de \$ 137.639

More information:

g. Lo retiro en el domicilio del vendedor

Conoce las formas y las formas de decirlo

Calcular usando Regra

Committed Funded of 100% (0%)

See images with google

© 2013 Springer Science+Business Media Dordrecht

Tienda de campaña al aire libre de burbujas tienda de iglú inflexible cúpula transparente

[illegible]

US\$ 400,00 - US\$ 1.000,00 / Issue(s) 1 Issue(s) No Precomposed

Load Time:

Contaminant	1-10	>10
-------------	------	-----

Horas de Est./dia(s)	15	Negociable
----------------------	----	------------

Comcast Provider

© Hablebrone

Asistencia del...  **Garantía comercial** Tea garantizando el cumplimiento del pago a la mercancíaPage: [VISA](#) [MasterCard](#) [TT](#) [Online Bank Payment](#) [Pay Later](#) [More](#)

União Europeia com serviços de ensino interactivais de 17 anos.

Unit 10

© Elsevier Ltd. All rights reserved.

Inicio > Todo el mundo > Equipo de servicio > Equipo de jardinería > Inflables de decoración (15430634) > [Recomendar a un amigo](#)



¡ATENCIÓN! 3 M, 4 M, 5M para acampar al aire libre transparente inflable de burbujas de cristal/carpa inflable de cúpula de burbujas con 2 compresores

FOB Referencia Precio: [Consultar el último precio](#)

US\$ 275,00 - US\$ 498,00 / Unidad 1 Unidad (Precio mínimo)

Lead Time	Cantidad(es)	1 - 1	>1
Uso del (al (del))	0	Negociable	

[Contactar al proveedor](#)

[Hacer ahora](#)

Asistencia del [Garantía comercial](#) Para proteger sus pedidos del pago de garantía

Pago: [VISA](#) [TT](#) [Online Bank Payment](#) [Pay Later](#) [More](#)

Envío: [Alibaba.com](#) con servicio de envío internacional de China a Egipto



¡ATENCIÓN! Evento al aire libre gigante transparente burbujas tienda hinchable transparente

FOB Referencia Precio: [Consultar el último precio](#)

US\$ 50,00 - US\$ 500,00 / Unidad 1 Unidad (Precio mínimo)

[Contactar al proveedor](#)

[Hacer ahora](#)

Asistencia del [Garantía comercial](#) Para proteger sus pedidos del pago de garantía

Pago: [VISA](#) [TT](#) [Online Bank Payment](#) [Pay Later](#) [More](#)

Envío: [Alibaba.com](#) con servicio de envío internacional de China a Estados Unidos

[Obtenga cotizaciones de envío](#)

[Volver al inicio](#) > [Deportes y Mismo](#) > [Camping](#) > [Carpas](#) [Compartir](#) [Vender ahora](#)



Nuevo

Carpas Glamping Doble Puerta Lona De Algodón, 4mts Diametro

\$ 4.960.000

36 cuotas de \$ 137.778

[VISA](#) [MasterCard](#)

[Más información](#)

[Lo retiro en el domicilio del vendedor](#)
Control los tiempos y las formas de envío
[Calcular cuánto paga](#)

Cantidad: 1 unidad 1 (disponibles)

[Comprar](#)



Tienda de lujo con cúpula de 6,4 m a prueba de agua

1-4 Set	5-9 Set	+10 Set
US\$ 1.480,00	US\$ 1.380,00	US\$ 1.280,00

Color:  - 1 +

1 Set seleccionado
US\$ 1.480,00 en total [Ver de](#)

Shipping fee: [Ampliación de la carga, por favor póngase en contacto con el vendedor! Colombia](#)

Lead Time: 10 day(s) after payment received

Customization: Logotipo personalizado (Pedido mínimo: 1 Set)
Embalaje personalizado (Pedido mínimo: 1 Set)

[Comprar ya](#) [Contactar Proveedor](#)



5m de diámetro de la casa de la cúpula de la zona del resto de la tienda de la cúpula para el glamping

1 Set	+2 Set
US\$ 971,10	US\$ 953,10
US\$ 1.076,00	US\$ 1.083,00

10% OFF para el envío gratuito (Pedido mínimo: 1 Set) [Ver de](#)

Color:  - 0 +

Shipping fee: US\$ 200,00 to Colombia by Express Seller's Shipping Method [Ver de](#)

Lead Time: 8 day(s) after payment received

Customization: Logotipo personalizado (Pedido mínimo: 1 Set)
Embalaje personalizado (Pedido mínimo: 1 Set) [Ver de](#)



US\$ 2.500,00 - US\$ 5.000,00 / Unidad / 1 Unidad (Pedido mínimo)

Lead Time: Cantidad(es) 1-20 >20
Hora del Est. (días) 20 Negociable

[Contactar Proveedor](#)

[Hacer un pedido](#)

Asistencia del [Garantía comercial](#) Para proteger sus pedidos del pago la entrega

Popo: [VISA](#) [MasterCard](#) [T/T](#) [Debit Bank Payment](#) [Pay Later](#) [MORO](#)

Envío: [Admite como servicio de envío internacional de China](#) [1 selectos](#)
Unidos [Obtener cotizador de envío](#)

conSentido
verde

PRODUCTOS [BLOG](#) [CONTACTO](#) [REGISTRO](#) [Carrito](#)

Tienda / Productos



SET DE CUBIERTOS EN BAMBÚ PARA NIÑOS

\$ COP 40.000

Set de cubiertos reutilizables hecho en bambú durable y renovable compuesto por cuchara, cuchillo y tenedor. Viene en una funda hecha en lona y un gancho para llevarlo a todo lugar, en todo momento. Sirve para enseñar a los niños (a partir de los 18 meses de edad) a ser responsables con su entorno, deteniendo la generación de basura y reduciendo el consumo de plástico. No observe sabores.






Ofertas de Aniversario | Hasta 60% OFF


Ingresar la ubicación

Categorías ▾
Historial
Tiempos oficiales
Ofertas de la semana
Vender
Ayuda / PQR

Crear la cuenta
Ingresar
Comprar

También puede interesarte muebles, regalos infantiles, accesorios electrónicos, ropa de bebé, productos para mascotas.

Volver al listado
Hogar y Muebles >
Jardín y Exteriores >
Jardinera >
Semillas

Compartir
Vender uno igual










Nuevo 10 vendidos

Kit De Semillas Para Huerto Aromaticas 8 Sobres Pequeños

★★★★★ 1 opinión

\$ 36.500

 36 cuotas de \$ 1.014





[Más Información](#)

 1 o retiro en el domicilio del vendedor
Conoce los tiempos y las formas de envío

[Calcular cuánto llega](#)

Cantidad: 1 unidad ▾ [Disponibles]

Comprar

 Compra Protegida, recibe el producto que esperabas

mercado libre Buscar productos, marcas y más...

Ingresar tu ubicación Categorías Historial Tiendas oficiales Ofertas de la semana Vender Ayuda / PQR Crear tu cuenta Ingresar Comprar

También puede interesarte: muebles usados - rapisá - mesa - locutores palmados - individuales mesa

Volver al listado Hogar y Muebles > Jardín y Exteriores > Jardinería > Semillas

Compartir Vender uno igual

Vender Semillas Y Arboles Frutales Y Maderables Etc

\$12.000

12 cuotas de \$ 1.000 sin interés

VISA

Más información

1 a retiro en el domicilio del vendedor
Conoce los tiempos y las formas de envío
Cancelar cuando llega

Único disponible

Comprar

Compra Protegida: recibe el producto que esperabas o te devolvemos tu dinero.

Suma 6 Mercado Puntos

mercado libre Buscar productos, marcas y más...

Ingresar tu ubicación Categorías Historial Tiendas oficiales Ofertas de la semana Vender Ayuda / PQR Crear tu cuenta Ingresar Comprar

También puede interesarte: conejos - conejito globo - venta de ganado lechero novillos - conejito grito - uterinos para dar fuerza gato de papa

Volver al listado Animales y Mascotas > Corderos

Compartir Vender uno igual

Terneros Destetados

\$1.000.000

36 cuotas de \$ 27.778

VISA

Más información

Entrega e acordar con el vendedor
Engativá, Bogotá D.C.
Ver costos de envío

Único disponible

Comprar

Compra Protegida: recibe el producto que esperabas o te devolvemos tu dinero.

mercado libre Buscar productos, marcas y más...

Ofertas de Aniversario | Hasta 60% OFF

Ingresa tu ubicación Categorías Historial Tiendas oficiales Ofertas de la semana Vender Ayuda / PQR Crea tu cuenta Ingresa Compras

También puede interesarte: mini pig - mini pig uando - gata en adopción (gata) - leonquero - venta de marfil (marfil rojo)

Volver al Estado Animales y Mascotas > Otros Compartir Vender uno igual



Cabras Lecheras Disponibles

\$ 200.000

36 cuotas de \$ 5.556

VISA Mastercard

Más información

Le entregas en el domicilio del vendedor
Conoce los tiempos y las formas de envío.
[Crea tu cuenta de pago](#)

Único disponible

Comprar

Compra Protegida: recibe el producto que esperabas, o te devolvemos su dinero.

mercado libre Buscar productos, marcas y más...

Ofertas de Aniversario | Hasta 60% OFF

Ingresa tu ubicación Categorías Historial Tiendas oficiales Ofertas de la semana Vender Ayuda / PQR Crea tu cuenta Ingresa Compras

También puede interesarte: mini pig - guinea pig uando - leonquero - gata en adopción (gata) - leonquero - venta de marfil (marfil rojo)

Volver al Estado Animales y Mascotas > Aves > Aves > Otros Compartir Vender uno igual



Pollas Ponedoras: Barradas Huevo Color - Envío Sin Costo

\$ 3.500

12 cuotas de \$ 292 sin interés

VISA Mastercard

Más información

Entrega a acordar con el vendedor
Analiza, Cuidadísimo
Ver costos de envío

Único disponible

Comprar

Compra Protegida: recibe el producto que esperabas, o te devolvemos su dinero.





 Ingrese su ubicación

Categorías
 Historial
 Tiendas oficiales
 Ofertas de la semana
 Vender
 Ayuda / PQR

Crear tu cuenta
 Ingreso
 Compras

También puede encontrar: [materiales para pila](#) - [guirnalda guita](#) - [borejes](#) - [accesorios mascotas](#) - [fuentes de agua para gatos](#)

[Volver al listado](#) [Animales y Mascotas](#) [Otras](#) [Compartir](#) [Vender uno igual gratis!](#)







Usado

Cerdo, Lechones, Cerdas Cria

\$135.000

36 cuotas de \$ 3.750

[Más información](#)

 Envío a nivel nacional

[Calcular cuánto llevo](#)

Cantidad: 1 unidades [▼](#) (30 disponibles)

[Comprar](#)

 Compra Protegida: recibe el producto que esperabas o te devolvemos tu dinero.





 Ingrese su ubicación

Categorías
 Historial
 Tiendas oficiales
 Ofertas de la semana
 Vender
 Ayuda / PQR

Crear tu cuenta
 Ingreso
 Compras

También puede encontrar: [accesorios para coches](#) - [cerámica](#) - [diy wall](#) - [accesorios para niños](#) - [accesorios para coches](#)

[Volver al listado](#) [Decoraciones y Construcción](#) [Construcción](#) [Materiales de Construcción](#) [Otras](#) [Compartir](#) [Vender uno igual gratis!](#)








Nuevo

Postes Para Cerca De Madera - kg a \$0

\$11.000

12 cuotas de \$ 917 sin interés

[Más información](#)

 Entrega a acordar con el vendedor

Bogotá, Bogotá D.C.

[Ver costos de envío](#)

Único disponible!

[Comprar](#)

 Compra Protegida: recibe el producto que esperabas o te devolvemos tu dinero.

 [Ver perfil de vendedor](#)

¿Qué estás buscando?

CONSTRUCCIÓN Y REPARACIÓN | Pisos, Paredes y Acabados | HERRAMIENTAS Y MAQUINARIA | BAÑO Y COCINA | ELECTRODOMESTICOS Y CLIMATIZACIÓN | MUEBLES Y ORGANIZACIÓN | DECORACIÓN E ILUMINACIÓN | JARDÍN, VIVERIN Y MASCOTAS | AUTOMÓVILES Y CARCINTER | PROYECTOS E IDEAS | SERVICIOS Y PROVEEDORES

Envío corresponde a la ubicación de CUNDINAMARCA. El precio puede cambiar al modificar la zona de envío o recibir.

\$204.600 UND
 Kilogramo: \$5384,21
 Accesorios: 201 CMR Puntos.

Características del producto

1

Calcula el valor de la cuota CMR

N° de cuotas	Valor de la cuota
1	\$ 204.600

Métodos de envío y retiro

- ☐ Envío a domicilio [Ver opciones](#)
- ☐ Retira tu compra en tienda [Ver opciones](#)
- ☐ Disponibilidad en tiendas [Ver stock](#)



\$ 105.000
 Hasta 12x \$ 8.750 sin interés
 Envío gratis
 Bota Trooper Seguridad Dotación Trabajo Industrial Medellín



\$ 57.900
 36x \$ 1.608
 Botas De Seguridad Workman Dotación Para Trabajo Industrial

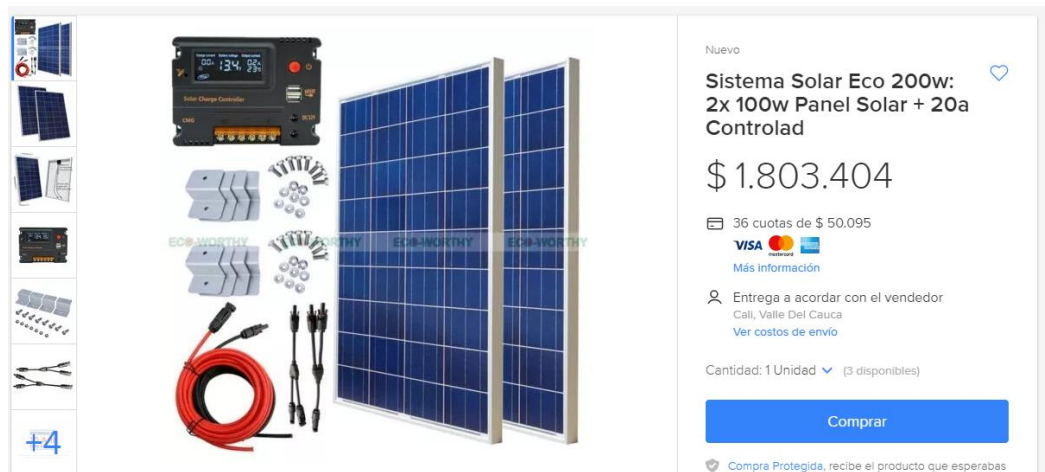


Guante Industrial Crinkle Látex + Obsequio
\$ 8.000
 36x \$ 222
 Bogotá D.C.



Overol, Drill Enterizo, Industrial, Para Trabajo O Dotación
\$ 38.900
 36x \$ 1.080
 Bogotá D.C.

[https://listado.mercadolibre.com.co/dotaciones-industriales-guantes#D\[A:dotaciones%20industriales%20guantes\]](https://listado.mercadolibre.com.co/dotaciones-industriales-guantes#D[A:dotaciones%20industriales%20guantes])



https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-506776342-sistema-solar-eco-200w-2x-100w-panel-solar-20a-controlad-JM?matt_tool=99382133&matt_word&gclid=Cj0KCQiAtf_tBRDtARIsAIbAKe1TvFURfFI22I-otsMJNNRT59tscTmz2SMPJsKFGEP2SAzvgNRFfkaAlpREALw_wcB&quantity=1

--

Anexo O Análisis de proveedores

Plaza de mercado de Duitama					
CUADRO RESUMEN DE EVALUACION DE PROVEEDORES					
No.	TITULO / CONCEPTO	DETALLE	CALIFICACIÓN	LOGRO	CALIFICACIÓN DEL GRUPO
1	TIEMPO DE RESPUESTA A SOLICITUD DE COTIZACIÓN				
	Cotización entregada en un tiempo máximo de un día	5	5	25	25,00
	Demora de cotización entre 2 y 3 días		4	0	
	Demora de cotización entre 4 y 5 días		3	0	
	Demora de cotización mayor a 5 días		2	0	
2	CUMPLIMIENTO EN EL TIEMPO DE ENTREGA				
	Pedidos entregados oportunamente según orden de compra		5	0	16,00
	Pedidos entregados con retraso de 1 a 5 días	4	4	16	
	Pedidos entregados con retraso de 6 a 10 días		3	0	
	Pedidos entregados con retraso más de 10 días		2	0	
3	DISTANCIA ENTRE EL PROVEEDOR Y LA UBICACIÓN DEL GLAMPING				
	El proveedor lo lleva hasta el lugar del Glamping		5	0	16,00
	Hay que ir por el a una distancia de 3 a 5 Km	4	4	16	
	Hay que ir por el a una distancia de 5 a 10 Km		3	0	
	Hay que ir por el a una distancia de más de 10 Km		2	0	
4	CALIDAD				
	No hubo devoluciones, producto de excelente calidad y buen estado		5	0	9,00
	Las devoluciones estuvieron entre el 1% y el 5%, el producto no estaba completo, ni en buen estado.		4	0	
	Las devoluciones estuvieron entre el 6% y el 10%, el producto no estaba completo, ni en buen estado.	3	3	9	
	Las devoluciones fueron mayores al 10%, el producto no estaba completo, ni en buen estado.		2	0	
5	PROMOCIONES				
	Oa un descuento de más del 20% por compras por mayor		5	0	16,00
	Oa un descuento entre 10 - 20% por compras por mayor	4	4	16	
	Oa un descuento de 5% por compras por mayor		3	0	
	No tiene promociones		2	0	
6	SERVICIO POSVENTA				
	Su producto requiere garantía?				
	El producto cuenta con garantía de más de 1 mes (Dependiendo el producto)		5	0	4,00
	El producto cuenta con garantía de 2 a 3 semanas (Dependiendo el producto)		4	0	
	El producto cuenta con garantía de 1 semana (Dependiendo el producto)		3	0	
	El producto no cuenta con garantía (Dependiendo el producto)	2	2	4	
7	PRECIO				
	El precio es de aproximadamente \$150.000 por compra		5	0	16,00
	El precio es de aproximadamente \$200.000 por compra	4	4	16	
	El precio es de aproximadamente \$250.000 por compra		3	0	
	El precio es de aproximadamente más de \$250.000 por compra		2	0	
TOTAL DEL PERIODO					12,76

1	TIEMPO DE RESPUESTA A SOLICITUD DE COTIZACIÓN	10%
2	CUMPLIMIENTO EN EL TIEMPO DE ENTREGA	23%
3	PORCENTAJE DE ARTICULOS ENTREGADOS CORRECTAMENTE DE ACUERDO CON LOS PEDIDOS SOLICITADOS	18%
4	CALIDAD	10%
5	DOCUMENTACION ACOMPAÑANTE	15%
6	SERVICIO POSVENTA	10%
7	PRECIO	14%

Campesinos directos propios de la región					
CUADRO RESUMEN DE EVALUACION DE PROVEEDORES					
No.	TITULO / CONCEPTO	DETALLE	CALIFICACIÓN	LOGRO	CALIFICACIÓN DEL GRUPO
1	TIEMPO DE RESPUESTA A SOLICITUD DE COTIZACIÓN				
	Cotización entregada en un tiempo máximo de un día	5	5	25	25,00
	Demora de cotización entre 2 y 3 días		4	0	
	Demora de cotización entre 4 y 5 días		3	0	
	Demora de cotización mayor a 5 días		2	0	
2	CUMPLIMIENTO EN EL TIEMPO DE ENTREGA				
	Pedidos entregados oportunamente según orden de compra	5	5	25	25,00
	Pedidos entregados con retraso de 1 a 5 días		4	0	
	Pedidos entregados con retraso de 6 a 10 días		3	0	
	Pedidos entregados con retraso más de 10 días		2	0	
3	DISTANCIA ENTRE EL PROVEEDOR Y LA UBICACIÓN DEL GLAMPING				
	El proveedor lo lleva hasta el lugar del Glamping	5	5	25	25,00
	Hay que ir por el a una distancia de 3 a 5 Km		4	0	
	Hay que ir por el a una distancia de 5 a 10 Km		3	0	
	Hay que ir por el a una distancia de más de 10 Km		2	0	
4	CALIDAD				
	No hubo devoluciones, producto de excelente calidad y buen estado		5	0	9,00
	Las devoluciones estuvieron entre el 1% y el 5%, el producto no estaba completo, ni en buen estado.		4	0	
	Las devoluciones estuvieron entre el 6% y el 10%, el producto no estaba completo, ni en buen estado.	3	3	9	
	Las devoluciones fueron mayores al 10%, el producto no estaba completo, ni en buen estado.		2	0	
5	PROMOCIONES				
	Da un descuento de más del 20% por compras por mayor		5	0	9,00
	Da un descuento entre 10 - 20% por compras por mayor		4	0	
	Da un descuento de 5% por compras por mayor	3	3	9	
	No tiene promociones		2	0	
6	SERVICIO POSVENTA				
	Su producto requiere garantía?				
	El producto cuenta con garantía de más de 1 mes (Dependiendo el producto)		5	0	4,00
	El producto cuenta con garantía de 2 a 3 semanas (Dependiendo el producto)		4	0	
	El producto cuenta con garantía de 1 semana (Dependiendo el producto)		3	0	
	El producto no cuenta con garantía (Dependiendo el producto)	2	2	4	
7	PRECIO				
	El precio es de aproximadamente \$150.000 por compra	5	5	25	25,00
	El precio es de aproximadamente \$200.000 por compra		4	0	
	El precio es de aproximadamente \$250.000 por compra		3	0	
	El precio es de aproximadamente más de \$250.000 por compra		2	0	
TOTAL DEL PERIODO					15,40

1	TIEMPO DE RESPUESTA A SOLICITUD DE COTIZACIÓN	10%
2	CUMPLIMIENTO EN EL TIEMPO DE ENTREGA	23%
3	PORCENTAJE DE ARTICULOS ENTREGADOS CORRECTAMENTE DE ACUERDO CON LOS PEDIDOS SOLICITADOS	18%
4	CALIDAD	10%
5	DOCUMENTACION ACOMPAÑANTE	15%
6	SERVICIO POSVENTA	10%
7	PRECIO	14%

Supermecados Locales					
CUADRO RESUMEN DE EVALUACION DE PROVEEDORES					
No.	TITULO / CONCEPTO	DETALLE	CALIFICACIÓN	LOGRO	CALIFICACIÓN DEL GRUPO
1	TIEMPO DE RESPUESTA A SOLICITUD DE COTIZACIÓN				
	Cotización entregada en un tiempo máximo de un día		5	0	9,00
	Demora de cotización entre 2 y 3 días		4	0	
	Demora de cotización entre 4 y 5 días	3	3	9	
	Demora de cotización mayor a 5 días		2	0	
2	CUMPLIMIENTO EN EL TIEMPO DE ENTREGA				
	Pedidos entregados oportunamente según orden de compra	5	5	25	25,00
	Pedidos entregados con retraso de 1 a 5 días		4	0	
	Pedidos entregados con retraso de 6 a 10 días		3	0	
	Pedidos entregados con retraso más de 10 días		2	0	
3	DISTANCIA ENTRE EL PROVEEDOR Y LA UBICACIÓN DEL GLAMPING				
	El proveedor lo lleva hasta el lugar del Glamping		5	0	9,00
	Hay que ir por el a una distancia de 3 a 5 Km		4	0	
	Hay que ir por el a una distancia de 5 a 10 Km	3	3	9	
	Hay que ir por el a una distancia de más de 10 Km		2	0	
4	CALIDAD				
	No hubo devoluciones, producto de excelente calidad y buen estado	5	5	25	25,00
	Las devoluciones estuvieron entre el 1% y el 5%, el producto no estaba completo, ni en buen estado.		4	0	
	Las devoluciones estuvieron entre el 6% y el 10%, el producto no estaba completo, ni en buen estado.		3	0	
	Las devoluciones fueron mayores al 10%, el producto no estaba completo, ni en buen estado.		2	0	
5	PROMOCIONES				
	Da un descuento de más del 20% por compras por mayor		5	0	4,00
	Da un descuento entre 10 - 20% por compras por mayor		4	0	
	Da un descuento de 5% por compras por mayor		3	0	
	No tiene promociones	2	2	4	
6	SERVICIO POSVENTA				
	¿Su producto requiere garantía?				
	El producto cuenta con garantía de más de 1 mes (Dependiendo el producto)		5	0	6,00
	El producto cuenta con garantía de 2 a 3 semanas (Dependiendo el producto)		4	0	
	El producto cuenta con garantía de 1 semana (Dependiendo el producto)	2	3	6	
	El producto no cuenta con garantía (Dependiendo el producto)		2	0	
7	PRECIO				
	El precio es de aproximadamente \$150.000 por compra		5	0	9,00
	El precio es de aproximadamente \$200.000 por compra		4	0	
	El precio es de aproximadamente \$250.000 por compra	3	3	9	
	El precio es de aproximadamente más de \$250.000 por compra		2	0	
	TOTAL DEL PERIODO				11,97

1	TIEMPO DE RESPUESTA A SOLICITUD DE COTIZACIÓN	10%
2	CUMPLIMIENTO EN EL TIEMPO DE ENTREGA	23%
3	PORCENTAJE DE ARTICULOS ENTREGADOS CORRECTAMENTE DE ACUERDO CON LOS PEDIDOS SOLICITADOS	18%
4	CALIDAD	10%
5	DOCUMENTACION ACOMPAÑANTE	15%
6	SERVICIO POSVENTA	10%
7	PRECIO	14%

Corabastos					
CUADRO RESUMEN DE EVALUACION DE PROVEEDORES					
No.	TITULO / CONCEPTO	DETALLE	CALIFICACIÓN	LOGRO	CALIFICACIÓN DEL GRUPO
1	TIEMPO DE RESPUESTA A SOLICITUD DE COTIZACIÓN				
	Cotización entregada en un tiempo máximo de un día		5	0	9,00
	Demora de cotización entre 2 y 3 días		4	0	
	Demora de cotización entre 4 y 5 días	3	3	9	
	Demora de cotización mayor a 5 días		2	0	
2	CUMPLIMIENTO EN EL TIEMPO DE ENTREGA				
	Pedidos entregados oportunamente según orden de compra		5	0	16,00
	Pedidos entregados con retraso de 1 a 5 días	4	4	16	
	Pedidos entregados con retraso de 6 a 10 días		3	0	
	Pedidos entregados con retraso más de 10 días		2	0	
3	DISTANCIA ENTRE EL PROVEEDOR Y LA UBICACIÓN DEL GLAMPING				
	El proveedor lo lleva hasta el lugar del Glamping		5	0	4,00
	Hay que ir por el a una distancia de 3 a 5 Km		4	0	
	Hay que ir por el a una distancia de 5 a 10 Km		3	0	
	Hay que ir por el a una distancia de más de 10 Km	2	2	4	
4	CALIDAD				
	No hubo devoluciones, producto de excelente calidad y buen estado		5	0	9,00
	Las devoluciones estuvieron entre el 1% y el 5%, el producto no estaba completo, ni en buen estado.		4	0	
	Las devoluciones estuvieron entre el 6% y el 10%, el producto no estaba completo, ni en buen estado.	3	3	9	
	Las devoluciones fueron mayores al 10%, el producto no estaba completo, ni en buen estado.		2	0	
5	PROMOCIONES				
	Da un descuento de más del 20% por compras por mayor		5	0	9,00
	Da un descuento entre 10 - 20% por compras por mayor		4	0	
	Da un descuento de 5% por compras por mayor	3	3	9	
	No tiene promociones		2	0	
6	SERVICIO POSVENTA				
	Su producto requiere garantía?				
	El producto cuenta con garantía de más de 1 mes (Dependiendo el producto)		5	0	4,00
	El producto cuenta con garantía de 2 a 3 semanas (Dependiendo el producto)		4	0	
	El producto cuenta con garantía de 1 semana (Dependiendo el producto)		3	0	
	El producto no cuenta con garantía (Dependiendo el producto)	2	2	4	
7	PRECIO				
	El precio es de aproximadamente \$150.000 por compra		5	0	16,00
	El precio es de aproximadamente \$200.000 por compra	4	4	16	
	El precio es de aproximadamente \$250.000 por compra		3	0	
	El precio es de aproximadamente más de \$250.000 por compra		2	0	
TOTAL DEL PERIODO					7,95

1	TIEMPO DE RESPUESTA A SOLICITUD DE COTIZACIÓN	10%
2	CUMPLIMIENTO EN EL TIEMPO DE ENTREGA	23%
3	PORCENTAJE DE ARTICULOS ENTREGADOS CORRECTAMENTE DE ACUERDO CON LOS PEDIDOS SOLICITADOS	18%
4	CALIDAD	10%
5	DOCUMENTACION ACOMPAÑANTE	15%
6	SERVICIO POSVENTA	10%
7	PRECIO	14%

Central de abastos Boyacá					
CUADRO RESUMEN DE EVALUACION DE PROVEEDORES					
No.	TITULO / CONCEPTO	DETALLE	CALIFICACIÓN	LOGRO	CALIFICACIÓN DEL GRUPO
1	TIEMPO DE RESPUESTA A SOLICITUD DE COTIZACIÓN				
	Cotización entregada en un tiempo máximo de un día	5	5	25	25,00
	Demora de cotización entre 2 y 3 días		4	0	
	Demora de cotización entre 4 y 5 días		3	0	
	Demora de cotización mayor a 5 días		2	0	
2	CUMPLIMIENTO EN EL TIEMPO DE ENTREGA				
	Pedidos entregados oportunamente según orden de compra	5	5	25	25,00
	Pedidos entregados con retraso de 1 a 5 días		4	0	
	Pedidos entregados con retraso de 6 a 10 días		3	0	
	Pedidos entregados con retraso más de 10 días		2	0	
3	DISTANCIA ENTRE EL PROVEEDOR Y LA UBICACIÓN DEL GLAMPING				
	El proveedor lo lleva hasta el lugar del Glamping		5	0	16,00
	Hay que ir por el a una distancia de 3 a 5 Km	4	4	16	
	Hay que ir por el a una distancia de 5 a 10 Km		3	0	
	Hay que ir por el a una distancia de más de 10 Km		2	0	
4	CALIDAD				
	No hubo devoluciones, producto de excelente calidad y buen estado		5	0	16,00
	Las devoluciones estuvieron entre el 1% y el 5%, el producto no estaba completo, ni en buen estado.	4	4	16	
	Las devoluciones estuvieron entre el 6% y el 10%, el producto no estaba completo, ni en buen estado.		3	0	
	Las devoluciones fueron mayores al 10%, el producto no estaba completo, ni en buen estado.		2	0	
5	PROMOCIONES				
	Da un descuento de más del 20% por compras por mayor		5	0	9,00
	Da un descuento entre 10 - 20% por compras por mayor		4	0	
	Da un descuento de 5% por compras por mayor	3	3	9	
	No tiene promociones		2	0	
6	SERVICIO POSVENTA				
	Su producto requiere garantía?				
	El producto cuenta con garantía de más de 1 mes (Dependiendo el producto)		5	0	4,00
	El producto cuenta con garantía de 2 a 3 semanas (Dependiendo el producto)		4	0	
	El producto cuenta con garantía de 1 semana (Dependiendo el producto)		3	0	
	El producto no cuenta con garantía (Dependiendo el producto)	2	2	4	
7	PRECIO				
	El precio es de aproximadamente \$150.000 por compra		5	0	16,00
	El precio es de aproximadamente \$200.000 por compra	4	4	16	
	El precio es de aproximadamente \$250.000 por compra		3	0	
	El precio es de aproximadamente más de \$250.000 por compra		2	0	
TOTAL DEL PERIODO					14,48

1	TIEMPO DE RESPUESTA A SOLICITUD DE COTIZACIÓN	10%
2	CUMPLIMIENTO EN EL TIEMPO DE ENTREGA	23%
3	PORCENTAJE DE ARTICULOS ENTREGADOS CORRECTAMENTE DE ACUERDO CON LOS PEDIDOS SOLICITADOS	18%
4	CALIDAD	10%
5	DOCUMENTACION ACOMPAÑANTE	15%
6	SERVICIO POSVENTA	10%
7	PRECIO	14%

Anexo P Plan de contingencia del Glamping AMLU

Introducción

El objetivo del plan de contingencia es asegurar y proteger la seguridad de todos los trabajadores, huéspedes y del medio ambiente, donde será ubicado el *Glamping* y donde se desarrollarán las actividades tanto del personal de la empresa como de los clientes. Además, dar a conocer la información necesaria de cualquier evento natural en el cual corran riesgo las personas e instalaciones y muchas veces se omiten.

Con este plan se quiere evitar y controlar las posibles ocurrencias de los efectos negativos en el medio ambiente por situaciones de origen natural, que afecta directamente al entorno. Si estos riesgos suceden, puede llegar a impactar la seguridad e integridad del personal de la empresa y los huéspedes de una manera potencial.

El plan se desarrolló mediante la identificación de los posibles riesgos y situaciones que en el *Glamping* pueda llegar a ocurrir, como también las actividades que el personal y los huéspedes realizan.

Objetivo General

Establecer cómo se debe afrontar, actuar y reaccionar cuando ocurre una emergencia, para evitar al máximo cualquier accidente o riesgo para los trabajadores o huéspedes del *Glamping*.

Objetivos Específicos

- Informar al personal y huéspedes acerca de los posibles eventos naturales que puedan llegar a ocurrir.
- Identificar los riesgos e inseguridades con que cuenta el establecimiento.
- Diseñar el plan de contingencia del *Glamping*.
- Capacitar al personal sobre cómo actuar en estas situaciones.

IDENTIFICACIÓN:

Infraestructura:

Debido a la ubicación de *Glamping*, que es una zona rural y que antiguamente una parte del terreno era un humedal, podría haber riesgo de posibles inundaciones.

Otro riesgo, es que la ciudad de Duitama se encuentra en una zona de alto riesgo sísmico.

Por otro lado, *Glamping* estará ubicado en una zona donde hay vegetación como árboles y césped y, además, la temperatura puede llegar en ocasiones hasta los 24 Grados Celsius, hay riesgo de incendios.

COMO AFRONTAR UNA EMERGENCIA:

Se contará con toda la señalización de seguridad adecuada en caso de emergencia, como salidas de emergencia, puntos de encuentro, extintores, botiquín de primeros auxilios, alarmas de emergencia.

Se harán capacitaciones a los empleados acerca de cómo afrontar estas situaciones y como hacer un plan de evacuación en caso de algún desastre sísmico. La recepcionista se encargará de dar la información adecuada a los huéspedes, acerca de las medidas a tomar en caso de alguna emergencia.

Se debe tener siempre al alcance, de forma visible y clara los números de emergencia como los de la policía, bomberos, defensa civil, ambulancia, Sijín, entre otros.

Para evitar incendios, se hará revisiones periódicas de la toma eléctrica para llevar un control y verificación que las conexiones y cables se encuentre en perfecto estado. Evitar que los líquidos inflamables, agua, llaves de gas se encuentren distanciados de estas conexiones o estén perfectamente cerradas.

Anexo Q Check List

Disponible en anexos externos

Anexo R Tabla financiera

Disponible en anexos externos

Anexo S Cotización Arriendo de Terreno

Duitama, 01 de Noviembre de 2019

Señores,
ANA MARÍA INFANTE CELY
LUIS ALFREDO ROCHA PIMIENTA
Ciudad

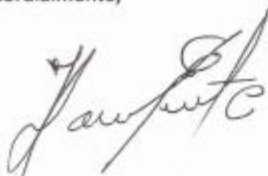
REF.: COTIZACION

Por medio de ésta, presento cotización a saber:

- 1.- Bien en arrendamiento: terreno rural ubicado hacia la parte sur occidente de la ciudad de Duitama, dentro de la finca denominada "Villa Miryan".
- 2.- Área: una hectárea.
- 3.- Cualidades del terreno: cuenta con servicios públicos.
Apto para construcción de dos plantas más altillo.
Excelentes vías rurales.
Fácil acceso a transporte vehicular.
- 4.- Valor del arrendamiento: será de dos millones de pesos (\$2.000.000) m/cte. al año, con el incremento del IPC, establecido por el gobierno.
- 5.- Según el planteamiento establecido por ustedes, de construcción, se les arrendaría como mínimo por un período de ocho (8) años, en adelante.

En espera de su respuesta, quedo de ustedes.

Cordialmente,



JORGE HERNAN INFANTE SEPULVEDA
Propietario terreno

AMLU

Servicio de Calidad al Natural

**VEN Y VISITANOS
¡TE ESPERAMOS!**

Contactanos

Teléfono: 3125244042

Correo electrónico: glampingamlu@gmail.com

Redes sociales: Facebook, Twitter e Instagram (GlampingAMLU)

**PRESENTANDO ESTE VOLANTE OBTÉN UN 10% DE
DESCUENTO EN TU PRIMERA NOCHE**



Anexo U Analisis de Entidades de Creditos de Consumo

Disponible en anexos externos

Anexo V Pronostico Segun la Promocion

Disponible en anexos externos