

UNIVERSIDAD NACIONAL
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

“ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CONSTRUCCIÓN DE UN HOSPEDAJE
ESTILO GLAMPING EN LAS CERCANÍAS DEL PARQUE EÓLICO DE SANTA
ANA PARA EL 2022”

MEMORIA DE SEMINARIO DE GRADUACIÓN

MÓNICA AVENDAÑO VALERIO, 402260320

IDALÍ ROJAS VENEGAS, 604260032

SOFÍA TORRES RODRÍGUEZ, 116780381

DAYANA UMAÑA GONZÁLEZ, 116360205

Campus Omar Dengo

Heredia, 2020

UNIVERSIDAD NACIONAL
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

“Estudio de viabilidad para la construcción de un hospedaje estilo Glamping en las cercanías del parque eólico de Santa Ana para el 2022”

Memoria de Seminario de Graduación

Sometido a consideración del tribunal examinador, como requisito parcial para optar por el Grado de Licenciatura en Administración con énfasis en Gestión Financiera.

Estudiantes

Mónica Avendaño Valerio, 402260320

Idalí Rojas Venegas, 604260032

Sofía Torres Rodríguez, 116780381

Dayana Umaña González, 116360205

Responsable Académico

Fernando Montero Cordero

Campus Omar Dengo

Heredia, 2020

CONSTANCIA

La que suscribe, Marian Víquez Soto, Bachiller en Literatura y Lingüística con énfasis en Español y Bachiller en la Enseñanza del Español, de la Universidad Nacional.

HACE CONSTAR

Que se ha realizado la revisión de corrección de estilo dentro de los marcos generales de redacción del informe final – Tesis titulada “Estudio de viabilidad para la construcción de un hospedaje estilo Glamping en las cercanías del Parque Eólico de Santa Ana para el 2022” de las estudiantes responsables de la investigación: **Bachiller Mónica Avendaño Valerio**, cédula #4-0226-0320, **Bachiller Idali Rojas Venegas**, cédula #6-0426-0032, **Bachiller Sofía Torres Rodríguez**, cédula #1-1678-0381 y **Bachiller Dayana Umaña González**, cédula #1-1636-0205, para optar por el grado académico de Licenciatura en Administración con énfasis en Gestión Financiera, de la Universidad Nacional, sede Heredia, Costa Rica; la misma cumple con los requisitos exigidos en la redacción de trabajos finales de graduación.

Por lo tanto, se declara SUFICIENTE y PERTINENTE en todo su contenido.

Se extiende la presente a solicitud de los interesados, Registro académico de la Universidad Nacional, sede Heredia, Costa Rica, para los fines que consideren pertinentes y convenientes, en la ciudad de Heredia, a los veinticinco días del mes de junio del dos mil veintiuno.

Marian Víquez Soto.
Marian Víquez Soto.

Cédula 4-227-133.

Carné 88995.

DEDICATORIAS

Dedico este trabajo de investigación a mi madre Lizeth, por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ella he logrado llegar hasta aquí y convertirme en lo que soy. Ha sido un orgullo y privilegio ser su hija. A mis compañeras de trabajo y todas las personas que me han apoyado (familiares, amigos y académicos), las cuales han hecho que el trabajo se realice con éxito.

Mónica Avendaño Valerio.

Dedico este Trabajo Final de Graduación a mis padres, quienes son mi pilar, los promotores de mis sueños y mayor ejemplo de vida; gracias a Dios por la vida de mis padres, este logro se los debo a ustedes. A mi hermana Magaly, le regalo este trabajo por ser ejemplo de superación y enseñanzas. También, se lo dedico a mi hermana Angie, por ser mi cómplice y aliada. Obsequio los resultados a mi hermano Víctor, hombre de retos y aventuras. A mi sobrina Alissa, le regalo cada minuto de esfuerzo, por ser mi motor de superación. Agradezco, por último, a todos los que formaron parte de este triunfo.

Idalí Rojas Venegas.

A mi madre, Margot Rodríguez Matamoros por su acompañamiento y guía durante cada etapa de mi formación profesional. A mis compañeras de equipo y mi persona por la perseverancia, compromiso y dedicación con que asumimos el desarrollo de esta investigación. A mi familia de corazón, por brindarme cada día ese rayo de felicidad que me impulsa a avanzar y no rendirme en el camino.

Sofía Torres Rodríguez.

En primera instancia quiero agradecer este logro a Dios, por darme la vida, por ser mi gran apoyo y por cumplir todos los anhelos de mi corazón. A mi madre Marixa, por su inmenso amor, comprensión y apoyo en todo momento, por sus palabras diarias de aliento y por ser mi mejor ejemplo de lucha y perseverancia. A mi padre Olivier, quien ya se encuentra en un mejor lugar y sus enseñanzas fueron fundamentales para mi vida. A mi amado esposo Sebastián, por su gran

amor, motivación y apoyo incondicional en todo momento. A mis hermanos Jefry y Fabián, por permitirme ver que se sienten orgullosos de mí.

Dayana Umaña González.

AGRADECIMIENTOS

El equipo investigador expresa sus agradecimientos, primeramente, a Dios por proveer la fuerza y perseverancia necesaria para culminar esta etapa tan importante de la carrera.

A los lectores, Giovanni Badilla Prendas y Steven Antonio Ventura Zamora por el esfuerzo y tiempo dedicado en la revisión oportuna del presente documento.

Al profesor tutor, Fernando Montero Cordero por su guía, experiencia y conocimientos brindados para el desarrollo de la investigación.

Al académico, Gustavo Vallejo Esquivel por su asesoría, apoyo y entrega.

Al emprendedor, Sebastián Porras Guillén y su padre Justiniano Porras Guillén por compartir su idea de negocio para la ejecución de este trabajo.

Por último, a todas aquellas personas que en algún momento formaron parte de este proceso, muchas gracias.

TABLA DE CONTENIDO

DEDICATORIAS	I
AGRADECIMIENTOS	III
LISTA DE TABLAS	VII
LISTA DE FIGURAS	VIII
LISTA DE ANEXOS	X
LISTA DE ABREVIATURAS	XI
RESUMEN EJECUTIVO	XII
INTRODUCCIÓN	XVII
CAPÍTULO I. ASPECTOS METODOLÓGICOS	1
1.1. <i>Planteamiento del problema y Descripción del problema</i>	2
1.1.1. <i>Interrogante(s) de la investigación</i>	4
1.1.2. <i>Justificación de la investigación</i>	4
1.1.3. <i>Delimitación temporal, espacial, institucional y/o empresarial (enfoque, ámbito, área y moneda)</i>	6
1.2. <i>Objetivos de la investigación</i>	7
1.2.1. <i>Objetivo general</i>	7
1.2.2. <i>Objetivos específicos</i>	7
1.3. <i>Modelo de análisis</i>	8
1.3.1. <i>Conceptualización, operacionalización e instrumentalización de las variables</i>	8
1.3.2. <i>Relaciones e interrelaciones</i>	2
1.4. <i>Estrategia de investigación aplicada</i>	3
1.4.1. <i>Tipo de investigación</i>	3
1.4.2. <i>Fuentes de investigación</i>	4
1.4.3. <i>Población</i>	5
1.4.4. <i>Recopilación de los datos</i>	8
1.4.5. <i>Análisis e interpretación de la información</i>	11
CAPÍTULO II. MARCO REFERENCIAL	16
2.1. <i>Generalidad de la institución y/o empresa y desarrollo específico del área o departamento de investigación</i>	17

2.1.1.	Emprendimiento.....	20
2.1.2.	Hospedaje Glamping	25
2.2.	<i>Aspectos legales/ legislación que afecta la investigación en forma directa y/o indirectamente</i>	27
2.2.1.	Registro Nacional	28
2.2.2.	Ministerio de Hacienda	30
2.2.3.	Ministerio de Salud	33
2.2.4.	Caja Costarricense de Seguro Social	36
2.2.5.	Instituto Nacional de Seguros.....	37
2.2.6.	Municipalidad.....	37
2.2.7.	PYMES	40
2.2.8.	Actividad turística: hospedaje	41
CAPÍTULO III.	MARCO TEÓRICO Y/O CONCEPTUAL	49
3.1.	<i>Requisitos legales</i>	50
3.1.1.	Permisos.....	51
3.2.	<i>Estudio de mercado</i>	53
3.2.1.	Población meta.....	54
3.2.2.	Demanda	54
3.2.3.	Oferta.....	55
3.2.4.	Precio del servicio.....	56
3.3.	<i>Factores técnicos</i>	57
3.3.1.	Materiales	58
3.3.2.	Mano de obra.....	59
3.3.3.	Mobiliario, equipo y suministros requeridos	60
3.3.4.	Personal previsto para la operación del servicio	61
3.4.	<i>Viabilidad financiera</i>	62
3.4.1.	Inversión inicial	62
3.4.2.	Fuentes de financiamiento.....	63
3.4.3.	Ingresos y egresos esperados.....	64
CAPÍTULO IV.	ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	69
4.1.	<i>Requisitos legales</i>	70

4.1.1. Permisos.....	70
4.2. <i>Estudio de mercado</i>	75
4.2.1. Población meta	75
4.2.2. Demanda	82
4.2.3. Oferta.....	86
4.2.4. Precio del servicio.....	97
4.3. <i>Factores técnicos</i>	98
4.3.1. Materiales	99
4.3.2. Mano de obra.....	104
4.3.3. Mobiliario, equipo y suministros requeridos	107
4.3.4. Personal previsto para la operación del servicio	112
4.4. <i>Viabilidad financiera</i>	117
4.4.1. Inversión inicial	117
4.4.2. Fuentes de financiamiento.....	119
4.4.3. Ingresos y egresos esperados.....	122
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	134
5.1. <i>Conclusiones</i>	135
5.2. <i>Recomendaciones</i>	140
REFERENCIAS	144
ANEXOS	159

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Afluencia turística a Costa Rica, 1984 y 2015.....	3
Tabla 2. Conceptualización, operacionalización e instrumentalización de las variables.....	2
Tabla 3. Análisis e interpretación de la información.....	11
Tabla 4. Alcances y limitaciones.....	13
Tabla 5. Cantidad de empresas PYME, según rama de actividad económica, 2012-2017	23
Tabla 6. Tramitología para la ejecución de un proyecto	46
Tabla 7. Acciones para protegerse ante la competencia	97
Tabla 8. Precio promedio por noche	98
Tabla 9. Materiales para la instalación de pisos y azulejos	100
Tabla 10. Materiales para la instalación del agua	101
Tabla 11. Materiales para la instalación eléctrica	102
Tabla 12. Materiales para la construcción de cama.....	103
Tabla 13. Vidrio.....	104
Tabla 14. Mano de obra para construcción de hospedaje	105
Tabla 15. Mobiliario de recepción	108
Tabla 16. Mobiliario para una habitación	109
Tabla 17. Mobiliario y suministros para área de cocina	110
Tabla 18. Mobiliario lavandería.....	112
Tabla 19. Salarios del personal requerido	115
Tabla 20. Inversión inicial.....	118
Tabla 21. Tabla de amortización.....	121
Tabla 22. Ingresos esperados.....	123
Tabla 23. Egresos esperados	124
Tabla 24. Depreciación de mobiliario y equipo	127
Tabla 25. Depreciación	128
Tabla 26. Flujo de caja.....	129
Tabla 27. Flujo neto de caja.....	131

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Ubicación Google	6
Figura 2. Relaciones e interrelaciones	2
Figura 3. Fórmula para cálculo de muestra	7
Figura 4. Cálculo de la muestra.....	8
Figura 5. Finca Verde Verde.....	18
Figura 6. Calculadora de clasificación PYME	22
Figura 7. Fórmula periodo de recuperación para flujos iguales	66
Figura 8. Fórmula periodo de recuperación para flujos diferentes.....	66
Figura 9. Fórmula valor actual neto	66
Figura 10. Fórmula índice de deseabilidad.....	68
Figura 11. País de residencia	76
Figura 12. Rango de edad.....	77
Figura 13. Ingresos mensuales	78
Figura 14. Veces que viaja durante el año	79
Figura 15. Meses para realizar viajes de esparcimiento.....	80
Figura 16. Personas con las que viaja.....	81
Figura 17. Aspectos al adquirir un servicio de hospedaje	82
Figura 18. Uso del servicio de hospedaje Glamping	83
Figura 19. Cantidad de dinero dispuestos a pagar	84
Figura 20. Elementos que incorporaría al hospedaje	86
Figura 21. Hospedajes Glamping en Costa Rica.....	90
Figura 22. Años en el mercado.....	91
Figura 23. Precio por noche en temporada alta.....	92
Figura 24. Precio por noche en temporada baja.....	93
Figura 25. Canales para la reservación del servicio	94
Figura 26. Medios para dar a conocer el negocio.....	95
Figura 27. Comportamiento del mercado	96
Figura 28. Materiales para construcción de hospedajes Glamping	99
Figura 29. Cantidad de mano de obra	106
Figura 30. Tiempo para construcción de hospedaje.....	107

Figura 31. Cantidad de empleados.....	113
Figura 32. Áreas de trabajo	114
Figura 33. Tiempo para abrir el hospedaje al público.....	117

LISTA DE ANEXOS

Anexo 1. Cuestionario dirigido a la población meta.....	160
Anexo 2. Cuestionario dirigido a hospedajes Glamping	164
Anexo 3. Entrevista a emprendedor Sebastián Porras Guillén.....	167
Anexo 4. Entrevista a experto Esteban Londoño, dueño del hospedaje glamping “Bubble Sky Glamping”, ubicado en Colombia	170
Anexo 5. Cuestionario dirigido a la población meta, traducido a inglés.....	172
Anexo 6. Factura proforma de EPA y Macopa con materiales para construcción de habitación burbuja	176
Anexo 7. Materiales para una habitación	180
Anexo 8. Factura proforma por el servicio de mano de obra para la construcción del hospedaje glamping	183
Anexo 9. Factura proforma de extintores y computadora.....	184
Anexo 10. Facturas proforma de EPA, Cemaco, Aliss, Almohadas Hoteleras C.R., La Artística, Gollo y El Rafaeleño con mobiliario y suministros para una habitación	186
Anexo 11. Facturas proforma de Universal, Aliss y Gollo con mobiliario y suministros para área de cocina y alimentación.....	193
Anexo 12. Factura proforma de RETECSA con lavadora.....	196
Anexo 13. Porcentaje de ocupación del ICT durante 2016 a 2019.....	197
Anexo 14. Factura proforma de PriceSmart	198
Anexo 15. Factura de referencia de egresos por internet de una familia costarricense	200

LISTA DE ABREVIATURAS

ATV: Administración Tributaria Virtual
BCCR: Banco Central de Costa Rica
CCSS: Caja Costarricense de Seguro Social
CFIA: Colegio Federado de Ingenieros y Arquitectos
EAAS: Ente Administrador del Alcantarillado Sanitario
EIA: Evaluación de Impacto Ambiental
FODESAF: Fondo de Desarrollo Social y Asignaciones Familiares
GAM: Gran Área Metropolitana
ICT: Instituto Costarricense de Turismo
IMAS: Instituto Mixto de Ayuda Social
INEC: Instituto Costarricense de Estadística y Censos
INS: Instituto Nacional de Seguros
IVA: Impuesto sobre el Valor Agregado
MCJD: Ministerio de Cultura, Juventud y Deporte
MEIC: Ministerio de Economía, Industria y Comercio
MINAE: Ministerio de Ambiente y Energía
MIVAH: Ministerio de Vivienda y Asentamientos Humanos
MOPT: Ministerio de Obras Públicas y de Transporte
MTSS: Ministerio de Trabajo y Seguridad Social
NISE: Número de Identificación del Servicio Eléctrico
OMT: Organización Mundial del Turismo
PR: Periodo de Recuperación
PYMES: Pequeñas y Medianas Empresas
RAE: Real Academia Española
SEIC: Sistema de Información Empresarial Costarricense
SETENA: Secretaría Técnica Nacional Ambiental
TBP: Tasa Básica Pasiva
TIC: Tecnologías de Información y Comunicación
TIR: Tasa Interna de Retorno
VAN: Valor Actual Neto

RESUMEN EJECUTIVO

Tema “Estudio de viabilidad para la construcción de un hospedaje estilo Glamping en las cercanías del parque eólico de Santa Ana para el 2022”		
Investigadores		
Nombre	Cédula	Correo electrónico
Mónica Avendaño Valerio	402260320	monica.avendano.valerio@est.una.ac.cr
Idalí Rojas Venegas	604260032	idali.rojas.venegas@est.una.ac.cr
Sofía Torres Rodríguez	116780381	sofia.torres.rodriguez@est.una.ac.cr
Dayana Umaña González	116360205	dayana.umana.gonzalez@est.una.ac.cr
Interrogante ¿Cuál es la viabilidad de construir un hospedaje estilo Glamping en las cercanías del parque eólico de Santa Ana, desde los puntos de vista legal, técnico, de mercado y financiero?		
Problema Costa Rica es un lugar atractivo para la realización de actividades de índole vacacional, en especial por su diversidad de flora y fauna. Los vacacionistas suelen dirigirse a actividades relacionadas con el ecoturismo, aventura, deporte, cultura y visita de zonas protegidas, siendo esto un nicho de mercado que se podría explorar. En este sentido, la promoción de emprendimientos son medios trascendentales, pues promueven la visita de turistas y a la vez, contribuyen con la generación de fuentes de empleo que potencien la activación de la economía de cualquier región. Por lo tanto, se opta por desarrollar un proyecto turístico, que puede significar una alternativa viable como fuente de ingresos, en tiempos difíciles económicamente a nivel país; no solo originando beneficios al propietario de la finca Verde Verde, dedicada a la siembra de café, sino también a otros sujetos mediante fuentes de empleo y encadenamiento productivo.		

Modelo de análisis

El modelo de análisis utilizado para conocer la viabilidad del negocio de alojamiento Glamping versa sobre las siguientes cuatro variables:

1. Los requisitos legales constituyen toda aquella tramitología que debe cumplir el emprendedor para garantizar que la construcción y operación del alojamiento, esté conforme a lo establecido en la legislación costarricense.
2. El estudio de mercado está enfocado en identificar la existencia del servicio en el territorio nacional y los clientes potenciales dispuestos a adquirirlo.
3. Los factores técnicos contemplan los materiales, mobiliario, equipo, suministros, mano de obra para la construcción; así como el personal necesario para la operación del servicio.
4. La viabilidad financiera valora la inversión inicial, fuentes de financiamiento, ingresos y egresos esperados, flujo de caja, VAN y TIR, con el propósito de determinar en términos financieros, la posibilidad y conveniencia de ejecutar el emprendimiento.

Objetivos

Objetivo general

Evaluar la viabilidad financiera de la creación de un hospedaje estilo Glamping, mediante el análisis de los factores legales, de mercado, técnicos y financieros que inciden en su construcción y funcionamiento, en las cercanías del parque eólico de la Compañía Nacional de Fuerza y Luz en Santa Ana, durante el año 2022.

Objetivos específicos

- Identificar mediante el estudio de leyes y reglamentos del sistema costarricense, los requisitos legales para la instalación de un hospedaje estilo Glamping en el año 2022.
- Ejecutar un estudio de mercado, mediante la identificación del grado de demanda de clientes potenciales para la comercialización del servicio de hospedaje estilo Glamping.

- Distinguir los factores técnicos necesarios para la construcción y funcionamiento de un hospedaje estilo Glamping en el año 2022, a través de la determinación de las características, tamaño y capacidad del proyecto.
- Estimar la viabilidad financiera del hospedaje estilo Glamping, por medio de la aplicación de herramientas financieras que ayuden a la elaboración de un criterio técnico para la toma de decisiones.

Síntesis del capítulo de análisis de resultados

En respuesta al objetivo general, se realiza un diagnóstico de la viabilidad de construir un hospedaje estilo Glamping, por medio de la exploración de factores legales, de mercado, técnicos y financieros, producto de la cual emanan los siguientes resultados:

1. El estudio legal exhibe una serie de trámites indispensables para la construcción y operación del hospedaje, según la legislación costarricense vigente, ante instancias como el Ministerio de Hacienda, Ministerio de Salud, CCSS, INS, ICT, entre otras.
2. El estudio de mercado identifica que el 71,43% de los usuarios ha vivido experiencias positivas en alojamientos Glamping, el 93,88% estaría interesado en visitar el hospedaje propuesto y el 100% de negocios consultados considera que la competencia está creciendo. Además, se determina con base en hospedajes similares al del proyecto, que en el país el precio promedio por el servicio es de ₡172.398,70 por noche; capturando las estacionalidades, pero discriminando otros factores que podrían elevar el precio hasta en un 50%.
3. En cuanto al estudio técnico, el costo de los materiales para construir una habitación es de ₡5.711.551,12, monto que se debe multiplicar por las tres habitaciones previstas; en mano de obra se requiere de ₡3.955.000,00 por habitación; la inversión en mobiliario, equipo y suministros referentes a las secciones que conforman el hospedaje es de ₡14.378.663,00 y se prevé la contratación de 12 personas, distribuidas entre las áreas de gerencia, recepción, seguridad, mantenimiento y cocina.

4. El estudio financiero parte de una inversión inicial de ₡43.741.085,90. Una porción de ese monto, será cubierta con un fondo de ahorro con el que cuenta el emprendedor, por lo que se debe financiar la cantidad de ₡23.741.085,90. Para este propósito, la opción de financiamiento seleccionada es la del Banco de Costa Rica, por la tasa de interés y el año de gracia que ofrece.
5. Para el cálculo de los ingresos esperados, dos hitos importantes en el análisis financiero son el punto de equilibrio de 58,88 noches al mes y 706,52 noches anuales, y el promedio de los porcentajes de ocupación del ICT durante los años 2016 a 2019 de 65,80%.
6. Dentro de los egresos, se incluyen los salarios del personal, servicios municipales, suministros de cocina y limpieza, servicio eléctrico, entre otros.
7. Por otro lado, en lo referente a los indicadores financieros, el escenario uno muestra un VAN de 335.203.653,77 durante 10 años y un VAN anualizado de 34.918.576,49, mientras que el escenario dos refleja un VAN de 341.478.405,44 y un VAN anualizado de 35.036.770,60; mostrando en ambos escenarios una recuperación de la inversión y a la vez, la generación de rentabilidad. Se opta por el escenario uno con un VAN de 335.203.653,77 sin deuda, que deriva en un VAN ajustado de 351.012.214,44 con deuda, aumentando así, la rentabilidad del proyecto. Adicionalmente, se obtiene una TIR de 74,76% y un índice de deseabilidad de 8,22, monto que refleja la contribución de ganancia del proyecto, con respecto al monto invertido.

Con el análisis y extracción de información, se da paso al emprendimiento de un nuevo negocio con oportunidades laborales y contribución socio-ambiental.

Síntesis de las conclusiones y recomendaciones

Mediante el análisis de las distintas variables, se concluye que el hospedaje Glamping que desea construir el emprendedor es viable, tomando en cuenta que los requisitos legales pertinentes para la construcción y funcionamiento del hospedaje son factibles y realizables; se identifica un potencial mercado interesado en utilizar el alojamiento; los materiales, mobiliario, mano de obra previstos para la construcción y el personal a contratar para la operación, se encuentran en el país y son factibles de

adquirir. Seguidamente, en términos financieros, las proyecciones del proyecto son favorables, en cuanto al retorno de la inversión, sostenibilidad y rentabilidad.

Finalmente, se recomienda al propietario del proyecto planificar con anterioridad, la recopilación y obtención de los requisitos, según los trámites y permisos requeridos. Asimismo, debido al actual desconocimiento del concepto Glamping, se sugiere definir un plan de mercadeo para dar a conocer el hospedaje. Respecto a los factores técnicos, se aconseja planificar y estudiar detalladamente los materiales, mobiliarios y mano de obra requeridos para la construcción. En lo atinente a los factores financieros, se recomienda mantenerse al día con el crédito, estar actualizado con los cambios en el mercado, ingresos, egresos y rentabilidad para una eventual expansión del negocio.

INTRODUCCIÓN

El desarrollo de cualquier proyecto de emprendimiento protagoniza una serie de retos, pues conlleva una preparación previa, con el fin de tener una visión panorámica de los distintos aspectos que se deben ahondar tanto para el inicio como para la puesta en funcionamiento. En concordancia, mediante este trabajo de investigación se estudia la viabilidad de construir un hospedaje estilo Glamping en las cercanías del parque eólico de Santa Ana, para el año 2022.

Desde el punto de vista del emprendedor del proyecto, es necesario identificar si la idea de negocio es funcional en los términos legales, de mercado, técnicos y financieros, ya que la indagación y el análisis de estos temas representan un insumo fundamental, al momento de tomar decisiones referentes a la ejecución del hospedaje en cuestión.

Adicionalmente, se debe considerar que el desarrollo de un proyecto turístico como el planteado, puede tener repercusiones positivas que contribuyan a fortalecer la economía de la zona, al fungir como un atractivo que motive a turistas nacionales y extranjeros a visitar la comunidad, propiciando así, la generación de fuentes de ingresos y una mejora en la calidad de vida de la población.

La presente investigación está estructurada en cinco capítulos, a saber: capítulo I. “Aspectos metodológicos”, capítulo II. “Marco referencial”, capítulo III. “Marco teórico”, capítulo IV. “Análisis e interpretación de los resultados” y capítulo V. “Conclusiones y recomendaciones”.

En el capítulo I, se referencian aspectos metodológicos como la descripción del problema, interrogante y justificación de la investigación, objetivo general y objetivos específicos, modelo de análisis que identifica las variables e indicadores a seguir, muestra y población.

El capítulo II presenta el marco referencial, en el cual se exponen las generalidades de la Finca Verde Verde, el tema de emprendimiento, hospedaje Glamping y los requerimientos legales implicados en el proyecto.

En el capítulo III, se encuentra el marco teórico, donde se explican los conceptos que fundamentan las variables inherentes a cada objetivo planteado, proporcionando de esa forma, mayor claridad sobre los distintos temas involucrados en la investigación.

En el capítulo IV, se analizan los resultados del estudio de cada variable, obtenidos a través de la aplicación de los instrumentos, con el propósito de determinar si existe viabilidad financiera, para la construcción de un hospedaje estilo Glamping. En concreto, se abordan factores legales como leyes, reglamentos, decretos ejecutivos atinentes al establecimiento y funcionamiento del negocio; de mercado que identifican la demanda potencial del servicio; técnicos que contemplan la necesidad de mobiliario, equipo, suministros y factor humano. Finalmente, la variable financiera que determina la rentabilidad de un servicio de alojamiento, mediante un flujo de caja, VAN, TIR e índice de deseabilidad.

Por último, el capítulo V detalla las conclusiones y recomendaciones surgidas a lo largo del trabajo, es decir, puntualiza los hallazgos de mayor relevancia que dan respuesta a cada objetivo específico propuesto.

En síntesis, este trabajo de investigación permite abordar la viabilidad de un negocio relativo a una tendencia de hospedaje en crecimiento, que mezcla los conceptos glamour y camping, generando una experiencia en medio de la naturaleza, con las comodidades de un hotel cinco estrellas.

Fuente de aporte de citas y referencias

La capacitación de APA 7 brindada por la instructora Fabiola Campos Jara, funcionaria de la Biblioteca Joaquín García Monge, fue realizada el martes 23 de marzo del 2021.

CAPÍTULO I. ASPECTOS METODOLÓGICOS

CAPÍTULO I. ASPECTOS METODOLÓGICOS

En este primer capítulo, se exponen los elementos que conforman la base metodológica del proceso de investigación, pues conlleva la formulación, descripción del problema, la definición de los objetivos y la estrategia a emplear para alcanzarlos, mediante la identificación de fuentes, técnicas e instrumentos para la recopilación y el análisis de los datos.

En este contexto, Balestrini (2006) señala que, el fin de la metodología es el de situar en el lenguaje de investigación, los métodos e instrumentos que se emplearán, desde el tipo de estudio y diseño de investigación, su población, su muestra, los instrumentos, técnicas de recolección de datos y la medición hasta la codificación, análisis y presentación de los datos (p.126).

1.1. Planteamiento del problema y Descripción del problema

El turismo es una actividad realizada a nivel global por gran cantidad de personas, propiciando una creciente economía y desarrollo de las regiones. Al respecto, la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2019, p.3) argumenta que, la economía mundial registra un crecimiento de 1.400 millones de llegadas turísticas internacionales, lo que significa un aumento de 5%, en el año 2018.

Costa Rica por su parte, se considera un país con un crecimiento turístico potencial, donde la mayoría de los turistas son extranjeros. El Instituto Costarricense de Turismo (ICT, 2017, p.27) refiere que, en 32 años, la cantidad de llegadas internacionales al país progresa en 800% en el año 2015, con una tasa promedio de crecimiento interanual de 8%. En la tabla 1, se puede observar que, en el año 2015, la afluencia turística al territorio nacional por parte de personas de América del Norte, aumentó en comparación con el periodo del año 1984, por lo que se denota que el mayor impacto proviene de esa zona con 50% de registros de ingreso turístico para el año 2015, seguido de América Central y Europa.

Tabla 1*Afluencia turística a Costa Rica, 1984 2015*

	1984 ¹⁶		2015	
Total de llegadas	273 900	100 %	2 665 608	100 %
América del Norte	88 300	32 %	1 337 755	50 %
Estados Unidos	75 000	27 %	1 077 044	40 %
América Central	126 500	46 %	709 102	27 %
Europa	28 500	10 %	393 115	15 %
América del Sur	20 400	7 %	156 152	6 %
Resto del mundo	10 200	4 %	69 484	3 %

Fuente: ICT. Anuarios estadísticos

Fuente: Elaboración ICT, basada en el desarrollo del plan nacional de desarrollo turístico en Costa Rica, 2017-2021 (2017).

Costa Rica, al ser un destino encantador por su diversidad de flora y fauna tiene alta demanda internacional, principalmente por razones de índole vacacional. Los vacacionistas suelen dirigirse a actividades relacionadas con el ecoturismo, aventura, deporte, cultura y visita a zonas protegidas, siendo esto un nicho de mercado que se podría explorar.

En esta misma línea, la promoción de diversas actividades empresariales o emprendimientos son medios trascendentales para la visita de turistas que, a su vez, contribuye a la generación de más fuentes de empleo, que potencian la activación de la economía de cualquier región.

Asimismo, desde el punto de vista financiero y/o social, permiten mejorar la calidad de vida de las personas que ofrecen el servicio, quienes lo reciben y de la comunidad o población aledaña, porque amplía su productividad y desarrollo, a través de los ingresos salariales que obtengan las familias por medio de los trabajos formales, lo cual posibilita un mayor poder adquisitivo de bienes y servicios.

Por consiguiente, esta investigación tiene como principal enfoque realizar un estudio de viabilidad para la construcción de un hospedaje estilo Glamping en el cantón de Santa Ana, en la finca Verde Verde, con el

propósito de identificar si la idea de negocio es funcional en términos legales, de mercado, técnicos y financieros, ya que la indagación y el análisis de estos temas son un insumo de utilidad para el emprendedor, al momento de tomar decisiones referentes a la ejecución de la construcción del alojamiento en cuestión.

Surgió la necesidad por parte del propietario de darle un uso diferente a la finca dedicada a la producción de café, desde hace 25 años. Por lo tanto, opta por desarrollar un proyecto turístico, que puede significar una alternativa viable como fuente de ingresos en tiempos difíciles económicamente a nivel país; no solo originando beneficios al propietario, sino también a otros sujetos mediante fuentes de empleo y encadenamiento productivo.

En otras palabras, se pretende emprender con el hospedaje, el desarrollo de un área de esparcimiento en la zona para fortalecer la economía, coadyuvando también al progreso financiero, social, cultural y poblacional.

1.1.1. *Interrogante(s)* de la investigación

¿Cuál es la viabilidad de construir un hospedaje estilo Glamping en las cercanías del parque eólico de Santa Ana, desde los puntos de vista legal, técnico, de mercado y financiero?

1.1.2. Justificación de la investigación

La investigación busca presentar información sobre el emprendimiento de un proyecto que se ubicaría en el cantón de Santa Ana en la finca Verde Verde, en el distrito de Salitral. El emprendimiento consiste en la creación de un alojamiento Glamping, también conocido como camping de alta calidad, en donde se combina la naturaleza con la comodidad moderna.

Es decir, una forma de experimentar la estancia en medio de la naturaleza, sin tener que sacrificar las comodidades que ofrece un hotel de alto nivel.

La idea de negocio nace por varias razones, entre las que destaca: la inexistencia de desarrollo económico en la zona, la cual en la actualidad cuenta con cinco restaurantes, un hotel y un salón de eventos. La mayoría del empleo generado corresponde a la agricultura, principalmente la recolección de café y mantenimiento de las fincas.

Existen muy pocas fuentes de trabajo para la comunidad aledaña, lo que provoca que la población, emigre a otras zonas para conseguir empleo. Por consiguiente, con la visita de turistas al hospedaje se pretende fomentar la generación de recursos para la población, mediante la venta de productos y servicios brindados y producidos por los habitantes de la zona. De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, para el año 2020, el distrito de Salitral cuenta con 5.421 habitantes (INEC, 2020).

El inversionista, particularmente, busca la obtención de recursos propios y la contribución con el desarrollo económico del país, al aumentar la presencia de turistas nacionales y/o extranjeros; al mismo tiempo que se procura reducir la huella ecológica y promover la salud mental de los huéspedes, a través de un servicio inigualable, alrededor de la flora y fauna.

El emprendedor tiene conocimientos y experiencia en el área de turismo y la siembra, así como en la administración; sin embargo, no cuenta con la experiencia, en cuanto a las pautas y lineamientos para crear un negocio. Es por este motivo que, el estudio de viabilidad le servirá para la toma de decisiones financieras, al verificar si el proyecto es asequible desde la óptica legal, de mercado, técnica y financiera.

La recolección y el análisis de datos conducirán a una serie de conclusiones y recomendaciones que se le presentarán al inversionista y le permitirán tomar decisiones financieras, para validar la viabilidad o reestructurar el proyecto.

Con la introducción de este modelo innovador, que viene a reactivar el turismo, la economía de la zona del parque eólico de Santa Ana y la del país, en equilibrio con el medio ambiente, se motivará al sector productivo y turístico a la incorporación de nuevos nichos de mercado, que son tendencia a nivel mundial.

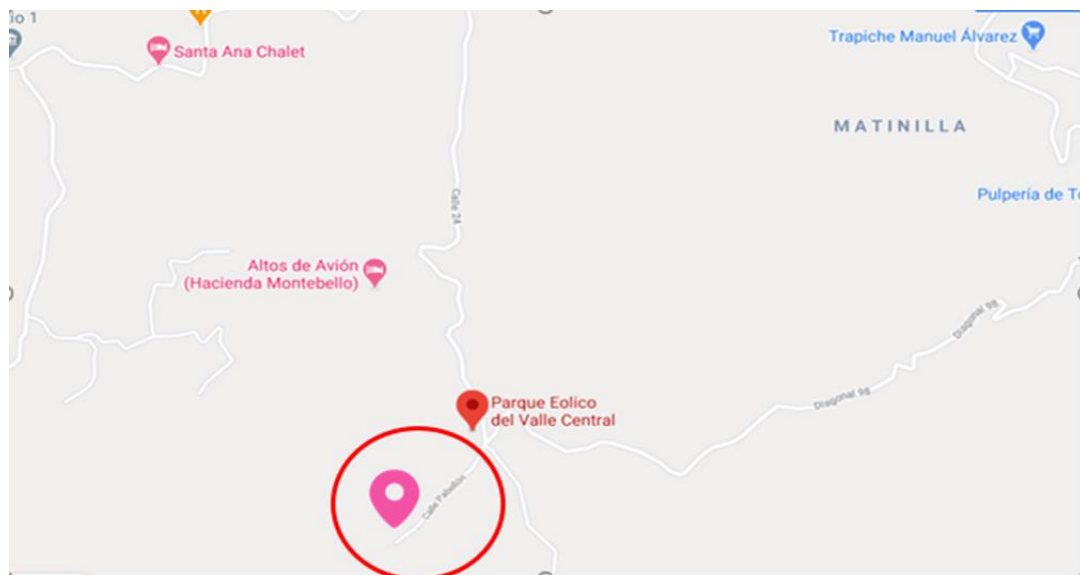
1.1.3. Delimitación temporal, espacial, institucional y/o empresarial (enfoque, ámbito, área y moneda)

Delimitación Temporal: el trabajo de investigación comprende un tiempo establecido de once meses; de agosto de 2020 a junio del año 2021.

Delimitación Espacial: se lleva a cabo en los alrededores del parque eólico de la Compañía Nacional de Fuerza y Luz, cantón de Santa Ana, distrito de Salitral de la provincia de San José, tal como se observa en la figura 1.

Figura 1

Ubicación Google



Fuente: Elaboración propia, a partir de datos de Google Maps (2021).

Delimitación Institucional: Finca Verde Verde.

Enfoque: el enfoque es de tipo cuantitativo, dado que es un análisis financiero.

Ámbito: el ámbito es el de Administración con énfasis en gestión financiera.

Área: la creación de la infraestructura de hospedaje estilo Glamping, en la provincia de San José, cantón de Santa Ana y distrito de Salitral.

Moneda: es el colón costarricense y su símbolo es ₡.

1.2. *Objetivos de la investigación*

A continuación, se definen los objetivos que trazan la dirección de la investigación.

1.2.1. Objetivo general

Evaluar la viabilidad financiera de la creación de un hospedaje estilo Glamping, mediante el análisis de los factores legales, de mercado, técnicos y financieros que inciden en su construcción y funcionamiento, en las cercanías del parque eólico de la Compañía Nacional de Fuerza y Luz en Santa Ana, durante el año 2022.

1.2.2. Objetivos específicos

- Identificar mediante el estudio de leyes y reglamentos del sistema costarricense, los requisitos legales para la instalación de un hospedaje estilo Glamping en el año 2022.
- Ejecutar un estudio de mercado, mediante la identificación del grado de demanda de clientes potenciales para la comercialización del servicio de hospedaje estilo Glamping.
- Distinguir los factores técnicos necesarios para la construcción y funcionamiento de un hospedaje estilo Glamping en el año 2022, a

través de la determinación de las características, tamaño y capacidad del proyecto.

- Estimar la viabilidad financiera del hospedaje estilo Glamping, por medio de la aplicación de herramientas financieras, que ayuden a la elaboración de un criterio técnico para la toma de decisiones.

1.3. *Modelo de análisis*

Este apartado se integra por las variables establecidas, de acuerdo con el tema de investigación, su conceptualización, operacionalización e instrumentos que se utilizan; aspectos que se vinculan entre sí, con el propósito de guiar el proceso de recopilación de la información que se requiere.

1.3.1. Conceptualización, operacionalización e instrumentalización de las variables

En la tabla 2, se enuncian cada una de las variables planteadas en la investigación con su respectiva conceptualización, operacionalización e instrumentalización, de manera que haya mayor claridad en la recopilación de los datos.

Tabla 2*Conceptualización, operacionalización e instrumentalización de las variables*

Variables	Conceptualización	Operacionalización	Instrumentalización
Requisitos legales	Tramitología legal necesaria para la construcción y operación de un negocio, según la legislación costarricense vigente.	Indagar e identificar en las leyes, reglamentos y decretos, los requisitos establecidos para iniciar un negocio, tales como permisos sanitarios, municipales, ambientales, construcción, entre otros.	Revisión documental y consulta a las instituciones competentes.
Estudio de mercado	Sondeo en el mercado para identificar la existencia de determinado servicio y los clientes potenciales dispuestos a adquirirlo.	Determinar la población meta, la demanda del servicio a ofrecer, la oferta existente y los precios del servicio en el mercado.	Encuestas y consultas a hospedajes similares.
Factores técnicos	Determinación de la cantidad de materiales, mobiliario, equipo, suministros, mano de obra e inversión requerida para la construcción; así como personal necesario para la operación del servicio.	Identificar y cuantificar los recursos necesarios para levantar la infraestructura y brindar el servicio de hospedaje, por ejemplo, recurso humano, materiales, equipos, suministros u otros.	Consultas a profesionales en la materia y empresas afines. Revisión documental.
Viabilidad financiera	Comprende el análisis de un negocio a partir de las entradas y salidas de efectivo esperadas, con el propósito de valorar su viabilidad en términos financieros.	Estimar la inversión inicial, fuentes de financiamiento, ingresos y egresos esperados, entre otros.	Herramientas financieras como flujo de caja, periodo de recuperación, VAN, TIR, VAN anualizado e índice de deseabilidad.

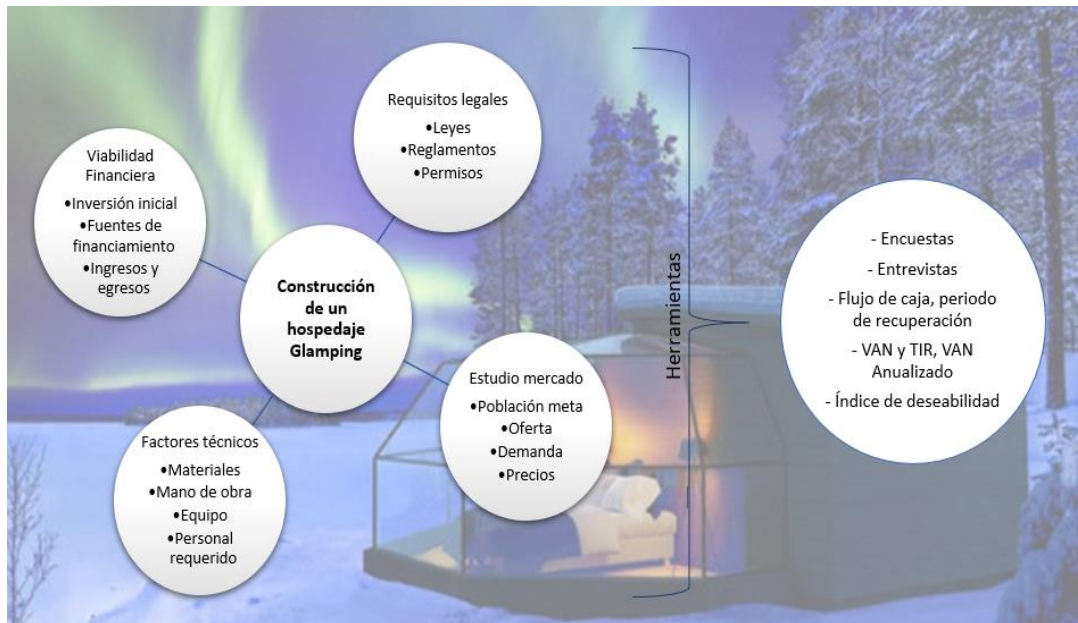
Fuente: Elaboración propia (2021).

1.3.2. Relaciones e interrelaciones

La figura 2, muestra las relaciones e interrelaciones entre las variables definidas en el apartado anterior y los indicadores que se asocian a cada una de ellas.

Figura 2

Relaciones e interrelaciones



Fuente: Elaboración propia (2021) e imagen de fondo tomada de Arctic Fox Igloo (2020).

Como parte de una adecuada planificación, para iniciar cualquier emprendimiento y en este caso, la creación de un hospedaje Glamping es preciso contemplar un conjunto de aspectos, a saber: legales, de mercado, técnicos y financieros, que conforman las principales aristas dentro del estudio de viabilidad que se ejecuta, en esta investigación.

Dichos aspectos corresponden a las variables, mediante las cuales se desea recopilar información, con el propósito de que el emprendedor tenga criterios sustentados para la toma de decisiones en el proceso de inversión en el hospedaje.

Para cada una de las variables, se establecen una serie de indicadores y herramientas a utilizar. Así pues, en la parte legal se aborda

la normativa que regula la ejecución de construcciones y el funcionamiento de un servicio, siendo una guía para determinar la cantidad de permisos o requerimientos que se deben cumplir.

En el estudio de mercado, se contempla la población meta, demanda, oferta y precios del servicio. En cuanto a los elementos técnicos se puntualizan, por ejemplo, cantidad de materiales, mano de obra requerida para realizar la construcción, equipo para el acondicionamiento de las instalaciones y la cantidad de personal que se prevé para la operación del servicio. Por último, el estudio financiero se enfoca en la inversión inicial, fuentes de financiamiento, ingresos y egresos esperados.

Para llevar a cabo lo planteado en las distintas variables, se recurre a herramientas, como la revisión documental; consultas por teléfono y/o correo electrónico a instituciones o empresas relacionadas con el tema de estudio; encuestas a clientes potenciales; entrevista al emprendedor y el empleo de instrumentos financieros, como flujo de caja, periodo de recuperación, VAN, TIR e índice de deseabilidad.

1.4. Estrategia de investigación aplicada

A continuación, se exponen los parámetros que enmarcan el curso de este trabajo, en torno a elementos, tales como: enfoque metodológico y tipo de investigación, fuentes de información, población y muestra, así como las técnicas e instrumentos que se emplean.

1.4.1. Tipo de investigación

El enfoque de la investigación es cuantitativo, pues “requiere del uso de instrumentos de medición y comparación, que proporcionan datos cuyo estudio necesita la aplicación de modelos matemáticos y estadísticos” (Palella y Martins, 2012, p.46).

En el presente estudio, se obtienen este tipo de datos producto de la aplicación de instrumentos de recolección de información, tales como:

encuestas, cuestionarios u otras herramientas que permitan dar respuesta al problema; además, de la utilización de métodos estadísticos.

Aunado a lo anterior, el tipo de investigación también es descriptiva. Pues como su nombre lo indica, describe fenómenos, mediante la exploración y exposición de situaciones al especificar propiedades, características, procesos, objetos que se expongan a un análisis (Hernández et al., 2014, p.92).

Esta cualidad se aprecia principalmente, en el estudio legal y técnico al detallar la tramitología legal y recursos necesarios para la construcción del Glamping y en el estudio de mercado, al especificar la población meta, competencia y precios del servicio en el mercado.

1.4.2. Fuentes de investigación

Se refiere a los recursos o medios de los cuales se puede obtener información relevante, con el fin de dar sustento a la temática que se aborde. Se divide en fuentes primarias, secundarias y terciarias, estas son las que usualmente, se utilizan para realizar una investigación.

- Fuentes primarias

De acuerdo con Del Cid et al. (2011), las fuentes primarias son aquellas que proporcionan información de primera mano, dentro de las que se encuentran: empresarios, empleados, vecinos de una comunidad, gerentes, alcaldes, entre otros (p.84).

En concordancia, contempla revistas, libros, monografías, publicaciones o cualquier otra fuente que se considere confiable y de primera mano como, por ejemplo, los entrevistados a los que se les aplica una encuesta y resultados de investigaciones similares (Maranto y González, 2015).

En lo que respecta al presente trabajo de investigación, se utilizan datos proporcionados por el cliente meta, mediante la aplicación de una encuesta y consultas, ya sea de forma presencial, telefónica o

por correo electrónico; a profesionales en áreas afines; instituciones o empresas para solicitar información referente a la temática de estudio.

- Fuentes secundarias

Las fuentes secundarias son definidas como la información que ha sido obtenida de datos generados con anterioridad, por lo que se les estudia a través de lo que otros han escrito, es decir, no se llega directamente a los hechos; algunos ejemplos de estas fuentes son documentos institucionales, publicaciones periódicas como revistas, boletines, informes, censos, noticias, entre otros (Del Cid et al., 2011, p.85).

Es la fuente de información que se considera de segunda mano (citas de un libro). Son una serie de listas, extracción, recopilación e interpretación de información de la fuente primaria (Maranto y González, 2015).

En esta investigación, se consultan libros, artículos de revistas, trabajos finales de graduación y otros, tanto en formato impreso como digital. Para ello, se recurre a bibliotecas o centros de documentación; así como, diversos sitios Web, relacionados con el tema de estudios de viabilidad.

1.4.3. Población

Según Lerma (2016), “la población es el conjunto de todos los elementos de la misma especie que representa una característica determinada o que corresponden a una misma definición, y a cuyos elementos se les estudiarán sus características y relaciones” (p.72). Basado en dicha definición, es importante determinar la población de estudio e identificar sus características principales.

- Definición y caracterización de la población de estudio

La población con la que se realiza la investigación corresponde a turistas extranjeros y nacionales, que buscan una experiencia de hospedaje de primer nivel, en medio de la naturaleza. Se incluye tanto hombres como mujeres en el rango de edad de 25 a 75 años, con base en la segmentación establecida de clase media. Respecto a las características deseadas, se destacan aquellos turistas interesados en la naturaleza y dispuestos a vivir experiencias novedosas, con todas las comodidades de un hotel cinco estrellas.

- Diseño muestral

Spiegel y Stephens (2009) refieren que “la teoría del muestreo es el estudio de la relación que existe entre una población y las muestras que se obtienen de esa población. La teoría del muestreo se emplea en muchos contextos” (p.203).

Para este trabajo, se utiliza una muestra aleatoria simple, a partir de la población descrita. Dicha muestra es aplicable a la unidad de estudio, por medio de una encuesta y recolección de datos.

En este sentido, Spiegel y Stephens (2009) plantean que, “una manera de obtener una muestra representativa es mediante un proceso llamado muestreo aleatorio, mediante el cual cada uno de los miembros de la población tiene la misma posibilidad de ser incluido en la muestra” (p.203).

- Técnicas, métodos e instrumentos para determinar el tamaño de la muestra

Para determinar el tamaño de la muestra, se utilizan datos sobre población turística manejados por una agencia de viajes que prefiere mantenerse en el anonimato.

Con base en los datos, se procede al cálculo de la muestra con un muestreo simple al azar, conocido también como “muestreo

irrestringido aleatorio” o bien, diseños experimentales de una vía, completamente aleatorizados. A la vez, se realiza una revisión bibliográfica previa, para buscar estimaciones sobre la variabilidad de la población.

La muestra de la investigación se obtiene, a través de la fórmula estadística para tamaños de muestra tradicional para una proporción y como requisito se encuentra el nivel de confianza para una estimación por intervalo. Los cálculos son realizados con la fórmula de la figura 3.

Figura 3

Fórmula para cálculo de muestra

$$n = \left(\frac{z_{1-\alpha/2} * \sqrt{P * Q}}{d} \right)^2$$

Z _{1-α/2}	Cuantil de la distribución normal estándar, asociado a un nivel de confianza del 1-α o a una significancia de α
P	Proporción esperada
d	Margen de error

Fuente: Mora (2015).

Dentro de los datos para extraer la muestra, se tiene que la proporción esperada es del 20%, el margen de error es del 95% y el nivel de confianza es del 5%. A partir de ello, en la figura 4 se deriva una muestra de 245,86 personas.

Figura 4

Cálculo de la muestra

$$n = \left(\frac{z_{1-\frac{\alpha}{2}} * \sqrt{P * Q}}{d} \right)^2 = \left(\frac{z_{0.975} * \sqrt{0.20 * (1 - 0.20)}}{0.05} \right)^2 =$$
$$n = \left(\frac{1.96 * 0.4}{0.05} \right)^2 = 245.86$$

Fuente: Elaboración propia (2021) con base en la fórmula de Mora (2015).

De acuerdo con el resultado, se encuestan a 245 personas al azar de la lista de turistas y clientes potenciales de la agencia, refiriéndola por correo electrónico y redes sociales. Además, se utiliza Excel como herramienta para crear la lista aleatoria de clientes, para emplear la encuesta.

1.4.4. Recopilación de los datos

El proceso de recopilación de datos es una parte fundamental, dado que aporta la materia prima que permite profundizar en el tema de estudio, con el propósito de adquirir las bases para generar el conocimiento, que sustente el desarrollo de los objetivos planteados.

- Métodos, técnicas e instrumentos utilizados, procedimientos aplicados y presentación.

Para llevar a cabo una adecuada recopilación de los datos, el equipo investigador selecciona técnicas, tales como: el análisis documental, encuestas, entrevista semiestructurada y la definición de herramientas.

- Análisis documental: De acuerdo con Balestrini (2006), el análisis de las fuentes documentales se da mediante una lectura general de textos. Esta lectura inicial, es seguida de lecturas más detenidas y

rigurosas de los textos, con el fin de captar planteamientos esenciales y aspectos lógicos de contenido, para extraer los datos bibliográficos y útiles para el estudio que se está realizando (p.152).

Adicionalmente, para Castillo (2005), el análisis documental es un conjunto de operaciones encaminadas a representar un documento y su contenido bajo una forma diferente de su forma original, con la finalidad de posibilitar su recuperación posterior e identificarlo. El análisis documental es una operación intelectual, que da lugar a un subproducto o documento secundario, que actúa como intermediario o instrumento de búsqueda obligado entre el documento original y el usuario que solicita información (p.1).

- Encuestas: Barrantes (2005) define el cuestionario como un instrumento que consta de una serie de preguntas escritas, para ser resuelto sin la intervención del investigador (p.188).

Por otra parte, Balestrini (2006) señala que facilita la traducción de objetivos y variables de la investigación, a través de una serie de preguntas muy particulares, previamente preparadas de una forma cuidadosa y susceptibles de analizarse, en relación con el problema estudiado (p.155).

- Entrevista semiestructurada: Barrantes (2005) menciona que, la entrevista es una conversación, generalmente oral, entre dos personas, de las cuales uno es el entrevistador y el otro el entrevistado (p.194). Para Gómez (2016), las entrevistas semiestructuradas se basan en una guía de asuntos o preguntas y el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales, para precisar conceptos u obtener más información sobre los temas específicos, que vayan apareciendo durante la entrevista (p.132).
- Definición de herramientas: se escogen las siguientes herramientas financieras: flujo de caja, periodo de recuperación, VAN, TIR, VAN

anualizado y el índice de deseabilidad, con el objeto de verificar si el proyecto es o no viable, financieramente.

Cardona (2015) indica que el flujo de caja confronta los ingresos y egresos de efectivo, en un periodo dado (p.127). Por su parte, el periodo de recuperación es utilizado para calcular el tiempo que se tardará en recuperar la inversión inicial (Block et al., 2013, p.325).

Según Jiménez et al. (2007), el Valor Actual Neto (VAN) consiste en encontrar la diferencia del valor actualizado de los flujos de beneficio y el valor también actualizado, de las inversiones y otros egresos de efectivo (p.81).

También indican que, cuando todas las estimaciones de efectivo se convierten en valor anual uniforme, este valor se aplica a cada año del ciclo de vida y para cada ciclo de vida adicional (p.84). Es decir, consiste en calcular el rendimiento que genera la inversión en un proyecto, durante un período determinado.

En cuanto al VAN anualizado, Gitman y Zutter (2012) lo definen como: un “método para evaluar proyectos con vidas diferentes que convierte el valor presente neto de proyectos mutuamente excluyentes, con vidas desiguales, en una anualidad equivalente” (p.425).

Por otro lado, Hamilton y Pezo (2005) mencionan que, la Tasa Interna de Retorno (TIR) es aquella tasa de actualización máxima que reduce a cero el VAN (p.175).

Finalmente, el índice de deseabilidad se define como: una medida de rendimiento que expresa en términos absolutos, la contribución económica de una inversión al patrimonio de la empresa (Marín y Ketelhöhn, 1993, p.82).

1.4.5. Análisis e interpretación de la información

En la tabla 3, se exponen los elementos que se utilizan para realizar el análisis e interpretación de la información, a saber: las variables, indicadores, instrumentos y fuentes establecidas para cada uno de los objetivos de estudio.

Tabla 3

Análisis e interpretación de la información

Objetivos	Variables	Indicadores	Instrumentos	Fuentes
Identificar mediante el estudio de leyes y reglamentos del sistema costarricense, los requisitos legales para la instalación de un hospedaje estilo Glamping en el año 2022.	Requisitos legales	<ul style="list-style-type: none"> - Cantidad de requisitos - Cantidad de permisos sanitarios, municipales, ambientales, construcción, entre otros. 	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión documental - Consulta a las instituciones competentes 	<ul style="list-style-type: none"> - Códigos, leyes y reglamentos - Sitio Web de la municipalidad del cantón
Ejecutar un estudio de mercado, mediante la identificación del grado de demanda de clientes potenciales, para la comercialización del servicio de hospedaje estilo Glamping.	Estudio de mercado	<ul style="list-style-type: none"> - Población meta - Demanda - Oferta - Precios del servicio 	<ul style="list-style-type: none"> - Encuestas - Consultas a hospedajes similares 	<ul style="list-style-type: none"> - Población de estudio - Hospedajes similares
Distinguir los factores técnicos necesarios, para la construcción y funcionamiento de un hospedaje estilo Glamping en el	Factores técnicos	<ul style="list-style-type: none"> - Cantidad de materiales - Cantidad de mano de obra 	<ul style="list-style-type: none"> - Consultas a profesionales en la materia y empresas afines 	<ul style="list-style-type: none"> - Expertos - Empresas afines

Objetivos	Variables	Indicadores	Instrumentos	Fuentes
año 2022, a través de la determinación de las características, tamaño y capacidad del proyecto.		<ul style="list-style-type: none"> - Cantidad de mobiliario y equipo - Cantidad de personal previsto para la operación del servicio 	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión documental - Entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> - Disertaciones académicas, libros, revistas, entre otros. - Emprendedor
Estimar la viabilidad financiera del hospedaje estilo Glamping, por medio de la aplicación de herramientas financieras, que ayuden a la elaboración de un criterio técnico para la toma de decisiones.	Viabilidad financiera	<ul style="list-style-type: none"> - Inversión inicial - Fuentes de financiamiento - Ingresos y egresos esperados 	<ul style="list-style-type: none"> - Flujo de caja - Periodo de recuperación de la inversión - VAN y TIR - VAN anualizado - Índice de deseabilidad 	<ul style="list-style-type: none"> - Estudios legales, de mercado y técnicos realizados - Entidades financieras

Fuente: Elaboración propia (2021).

- Alcances y limitaciones

La tabla 4, enlista los alcances y limitaciones surgidos durante el desarrollo de la investigación, para cada variable establecida.

Tabla 4

Alcances y limitaciones

Variables	Indicadores	Alcances	Limitaciones
Requisitos legales	<ul style="list-style-type: none"> - Cantidad de requisitos - Cantidad de permisos sanitarios, municipales, ambientales, construcción, entre otros. 	Se identifican los requisitos de carácter legal que se deben cumplir, para la construcción y funcionamiento del hospedaje Glamping.	No se presentan limitantes en esta variable.
Estudio de mercado	<ul style="list-style-type: none"> - Población meta - Demanda - Oferta - Precios del servicio 	Se conoce mediante la aplicación de encuestas, la potencial demanda del servicio y la oferta de hospedajes Glamping en Costa Rica.	<ul style="list-style-type: none"> - Imposibilidad de obtener la totalidad de las respuestas, a la encuesta dirigida a turistas de una sola agencia de viajes. - Se contacta un total de 10 hospedajes estilo Glamping, de los cuales únicamente ocho, acceden a contestar la encuesta. - Imposibilidad de entrevistar a dueños de hospedajes Glamping, ubicados en Colombia y Costa Rica.

VARIABLES	INDICADORES	ALCANCES	LIMITACIONES
			<ul style="list-style-type: none"> - Los resultados obtenidos en esta investigación, podrían estar sujetos a la presencia de variables externas, como una pandemia, puesto que, el trabajo ha sido realizado bajo el supuesto de que no hay Covid-19.
Factores técnicos	<ul style="list-style-type: none"> - Cantidad de materiales - Cantidad de mano de obra - Cantidad de mobiliario y equipo - Cantidad de personal previsto para la operación del servicio 	Se detallan los materiales, mobiliario, equipo, suministros y personal necesario para el hospedaje.	No se presentan limitantes en esta variable.
Viabilidad financiera	<ul style="list-style-type: none"> - Inversión inicial - Fuentes de financiamiento - Ingresos y egresos esperados 	Se determina el monto de inversión inicial, la forma en que se financiará, los ingresos y egresos previstos, insumos fundamentales para la elaboración del flujo de caja, VAN, TIR e índice de deseabilidad.	<ul style="list-style-type: none"> - Información limitada, al no tener acceso a datos exactos de algunos egresos. - Los resultados obtenidos en esta investigación, podrían estar sujetos a la presencia de variables externas, como una pandemia, puesto que, el trabajo ha sido realizado bajo el supuesto de que no hay Covid-19.

Fuente: Elaboración propia (2021).

El primer capítulo funge de guía, respecto a qué tema se planea abordar y cómo se pretende desarrollar en los capítulos siguientes, pues establece el problema a investigar, los objetivos a alcanzar, las variables e instrumentos a utilizar, a lo largo del proceso.

En este sentido y a partir de lo mencionado anteriormente, el punto focal de esta investigación consiste en evaluar la viabilidad de la creación de un hospedaje Glamping, desde los ámbitos legal, de mercado, técnico y financiero, mediante la aplicación de los distintos elementos dispuestos, en esta primera parte.

CAPÍTULO II. MARCO REFERENCIAL

CAPÍTULO II. MARCO REFERENCIAL

En este capítulo, se abordan aspectos generales sobre el emprendimiento relativo al hospedaje Glamping, sometido al estudio de viabilidad. Al ser un negocio que aún no se ha implementado, solamente se dispone de información acerca del sitio donde se ubicaría, además, de la idea clara que el emprendedor tiene referente, al diseño de la obra.

Adicionalmente, se expone información relacionada con emprendimientos, PYMES, concepto de Glamping, sus antecedentes y tipos. Por último, se menciona aquella legislación que afecte, directa o indirectamente, la formulación y desarrollo del proyecto.

2.1. Generalidad de la institución y/o empresa y desarrollo específico del área o departamento de investigación

El propietario de la Finca Verde Verde, Justiniano Porras Umaña, realizó la compra de la finca, la cual se observa en la figura 5, hace más de 25 años. Cuando la compró era totalmente inhabitable, pues no existían caminos, luz, ni accesos. Sin embargo, él hizo la compra, ya que observó gran belleza panorámica, riqueza en la tierra para el cultivo, nacientes de agua y, además, quedó cautivado por las cinco cataratas que posee la propiedad.

Figura 5

Finca Verde Verde



Fuente: Elaboración propia (2021).

Don Justiniano decidió comprar la finca con una extensión de 23 hectáreas, con la ilusión de construir una cabaña en donde sus seis hijos y su esposa, pudieran ir a vacacionar, sembrar y cosechar sus propios alimentos.

Posterior a la compra de la propiedad, el dueño invirtió sus ahorros en la remodelación de la finca; comenzó analizando el lugar en que construiría la cabaña, las zonas en las que sembraría el café y demás productos como: frijoles, maíz, naranjas.

Visualizó los senderos que realizaría para acceder a las cataratas, también el lugar idóneo para la crianza de gallinas. Asimismo, pagó un backhoe para despejar el camino de acceso a la finca y posteriormente, con herramientas como el pico y la pala, él elaboró los desagües para la lluvia. Con ayuda de algunos trabajadores, fue construyendo la cabaña que tanto anhelaba y preparando el terreno para la siembra.

Pasaron los primeros años y la finca comenzaba a dar frutos con la siembra del café. Fue así como el propietario contrató recolectores y trasladaba el grano, a un beneficio cercano de la zona. El café que se

recolectaba fue catalogado como café de altura, debido a sus altos estándares de calidad, actualmente mantiene aún esa misma categoría. La siembra de café abarca un área de nueve hectáreas del territorio de la finca.

La propiedad colinda con un área protegida, por lo que está rodeada de bosque virgen y debido a ello, es posible encontrar gran variedad de flora y fauna.

En la primera categoría, se ubican helechos, heliconias y orquídeas; mientras que, en la segunda se tienen distintos insectos, anfibios como ranas y sapos, reptiles como serpientes, especies de aves, entre ellas, los seis tipos de tucanes de Costa Rica que son: Pico Iris, Tucán Collarejo, Tucán Orejiamarillo, Tucán Piquianaranjado, Tucán Pico Castaño y el Tucán Esmeralda. Otras aves que se pueden observar fácilmente en la zona, son: pájaros bobo y colibríes. Además, animales terrestres como: monos y osos perezosos.

En cuanto al clima, en la zona se presenta un clima tropical de montaña con una estación seca que abarca desde diciembre hasta abril y una estación lluviosa que va desde mayo a noviembre. Usualmente, cuenta con temperaturas altas durante el día y muy bajas durante la noche.

Como ya se mencionó, la propiedad posee cinco cataratas con varias pozas, a las cuales se accede a través de senderos, pasando por un bosque. Cada una, se encuentra a una distancia aproximada de 100 metros.

La población aledaña es de clase baja, agricultores y mayormente cafetaleros, ésta es una de las principales razones del poco desarrollo económico de la zona, que cuenta actualmente con cinco restaurantes, un hotel y un salón de eventos, que han sido emprendidos por turistas extranjeros, que compran fincas alrededor de las eólicas de Santa Ana.

Actualmente, uno de los hijos de don Justiniano, Sebastián Porras Guillén, quien es amante de la naturaleza y posee estudios en administración hotelera y guía turista, busca la generación de recursos

económicos, tanto para él y su familia como para los habitantes de la zona, de una manera amigable y sostenible con el medio ambiente, sin grandes construcciones y edificaciones.

Por lo anterior, es que el microempresario explora opciones de hospedaje que sean de alta calidad, sin dañar el ambiente y aprovechando los recursos naturales, que la finca posee.

Mediante la investigación realizada, decide emprender un hospedaje Glamping, con estructuras fácilmente manejables y con vistas panorámicas 180° desde la comodidad de la habitación. Él cuenta con un capital propio que desea invertir en su proyecto, con el cual pretende innovar y generar recursos económicos para los habitantes de la zona.

2.1.1. Emprendimiento

En este estudio, surge el concepto de emprendimiento, que ayuda a comprender la idea de negocio sobre el proyecto Glamping. Según la Real Academia Española (RAE), “emprender” significa “acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño” y para Poncio (2010), un emprendedor es quien aborda la aventura de un negocio, lo organiza, busca capital para financiarlo y asume toda o la mayor acción de riesgo (p.21).

El emprendimiento es un reto que adquieren una o varias personas, que desean crear una fuente de empleo y sustento para ellos y sus familias. Siguiendo la línea de Poncio (2010), él destaca que en los países en vías de desarrollo, el emprendimiento es más que aprovechar una oportunidad, dado que nace de la necesidad (p.21).

No existe una fórmula adecuada para ser emprendedor, sin embargo, Lázaro (2014) brinda una guía que puede ayudar:

- Si la familia es o ha sido emprendedora, se tienen mayores posibilidades de ser también emprendedor, ya que se conoce la incertidumbre y el riesgo que conlleva, lo que ayudará a soportarlo.

- Si se tiene la formación adecuada, se puede tener más posibilidades de triunfar. Como el riesgo es inherente a la actividad de emprender, no es seguro que una buena formación proporcione el éxito, pero seguro que ayudará a conseguirlo.
- Si conoce el sector donde se va a lanzar el proyecto, será más fácil el camino. Es necesario, saber cómo funciona, sus carencias y qué se podría aportar como solución.
- Si se tiene experiencia de gestión, el camino puede ser más fácil.
- La motivación, persistencia y compromiso componen la estructura mental que va a permitir, soportar las futuras tensiones con las que se puede encontrar.
- Confianza en sí mismo.
- Tolerancia a la ambigüedad y a la incertidumbre. Se debe ser consciente, de que los planes muchas veces no se realizan.
- Determinación. Es fácil empezar un negocio, pero es más difícil mantenerlo y hacerlo crecer.
- Si se tiene una personalidad inquieta, si quiere cambiar las cosas que no le gustan, busca nuevos caminos y nuevas soluciones, entonces cuenta con las condiciones para empezar a caminar.
- Siempre que se realice cualquier actividad se lleva implícito el riesgo, por lo que habrá que aceptarlo.

El emprendimiento nace de una idea de proyecto personal, de una necesidad o de una oportunidad de negocio. Por lo que, es necesario recalcar que la palabra emprendimiento, está enlazada al concepto de PYME.

Para Urano y Toledano (2008), en el ámbito de las actitudes y las actividades emprendedoras, las PYMES y las nuevas empresas ocupan un lugar esencial (p.20).

Según el Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC, 2020), se entiende por PYMES:

Toda unidad productiva de carácter permanente que disponga de los recursos humanos, los maneje y opere, bajo las figuras de persona física o de persona jurídica, en actividades industriales, comerciales, de servicios o agropecuarias que desarrollen actividades de agricultura orgánica. (párr.1)

Las PYMES se caracterizan por ser familiares, tienen una reducida cantidad de trabajadores y pueden desarrollarse en cualquier sector económico. La clasificación que tiene el MEIC, con respecto a las PYMES se basa en una calculadora disponible en su página Web, la cual se observa en la figura 6.

En ésta, se debe agregar el sector de la empresa (Industrial, Comercial, Servicio, TIC), seguido del número de trabajadores, luego el valor de ventas anuales netas y, por último, el valor de los activos en colones. Dependiendo del resultado, así se clasificará la empresa.

Figura 6

Calculadora de clasificación PYME



The image shows a web-based calculator for PYME classification. It features a form with the following elements:

- Sector de la Empresa:** A dropdown menu with the text "Seleccione" and a downward arrow.
- # Personal Promedio Empleado:** A text input field.
- Valor de Ventas Anuales Netas (¢):** A text input field.
- Valor de los Activos* (¢):** A text input field.
- Instructions:** Two lines of red text: "*Para el Sector Industrial colocar el valor de los Activos Fijos." and "*Para los Sectores Comercio, Servicios y TIC colocar el valor de los Activos Totales."
- Buttons:** "Calcular" and "Limpiar" buttons.
- Output:** "Valor de P" and "Tamaño" labels, with the value "0.00" displayed next to "Valor de P".

Fuente: Elaboración del MEIC, Conozca el Tamaño de su Empresa (2020).

En este contexto, el MEIC cataloga las PYMES en microempresa, si el resultado es igual o menor a 10; en pequeña empresa, si el resultado es mayor que 10, pero menor o igual a 35 y en mediana empresa, si el resultado es mayor que 35, pero menor o igual a 100.

Asimismo, en la tabla 5 se muestra un diagnóstico que realizó el MEIC sobre PYMES en Costa Rica, entre los años 2012-2017, donde se aprecia la cantidad de empresas PYMES, según rama de actividad económica.

Tabla 5

Cantidad de empresas PYME, según rama de actividad económica, 2012-2017

Sección CIU 4	Descripción	2012	2013	2014	2015	2016	2017
A	Agricultura, Ganadería, Silvicultura y Pesca	8.859	8.970	8.969	8.777	8.725	8.774
B	Explotación de minas y canteras	210	209	203	205	212	205
C	Industrias Manufactureras	7.525	7.453	7.368	7.119	7.065	7.115
D	Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	115	116	110	109	108	111
E	Suministro de agua; alcantarillado, gestión de desechos y actividades de saneamiento	849	929	944	946	962	978
F	Construcción	10.949	10.831	11.006	11.238	11.927	12.055
G	Comercio al por mayor y al por menor; reparación de los vehículos de motor y de las motocicletas	29.057	28.915	28.727	28.618	29.173	29.919
H	Transporte y almacenamiento	8.732	8.769	8.763	8.683	8.756	8.872
I	Alojamiento y servicios de comida.	9.286	9.221	9.207	9.226	9.598	10.172
J	Información y comunicación.	2.016	2.058	2.059	2.092	2.148	2.181
K	Actividades financieras y de seguros.	1.878	1.899	1.907	1.891	1.888	1.914
L	Actividades inmobiliarias	4.660	4.760	4.828	4.828	4.875	4.922
M	Actividades profesionales, científicas y técnicas	10.597	10.819	10.905	10.872	11.002	11.057
N	Actividades administrativas y servicios de apoyo	4.990	4.974	4.932	4.840	4.916	5.009
P	Enseñanza	1.606	1.637	1.676	1.682	1.707	1.742
Q	Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social	6.599	6.823	6.988	6.946	7.030	7.090
R	Actividades artísticas, de entretenimiento y recreativas	1.666	1.708	1.732	1.755	1.824	1.861
S	Otras actividades de servicio	5.848	6.011	6.076	6.077	6.266	6.505
	ND	9.756	10.343	10.946	11.213	11.817	13.283
Total general		125.198	126.445	127.346	127.117	129.999	133.765

Fuente: Elaboración MEIC, con base a los datos proporcionados por el BCCR (2019).

En el punto “I” referente a alojamiento y servicios de comida, se observa que desde el 2012 hasta el 2017, esta actividad económica es una de las más grandes, que conforme pasan los años tiende a aumentar.

Como lo indica Benavides (2020), uno de los sectores más dinámicos y versátiles de la economía es, sin ninguna duda, el turismo; éste trae consigo mayor inversión, divisas, empleos directos e indirectos, encadenamientos productivos con otros sectores e ingresos fiscales; que gestionados adecuadamente, pueden impactar de manera positiva en el bienestar y desarrollo de las sociedades, en las cuales se lleva a cabo este tipo de actividades (párr. 5).

Igualmente, Benavides (2020), menciona que Costa Rica posee una oferta de productos turísticos amplia y variada; cuenta con un sistema de parques nacionales y áreas protegidas, que cubren alrededor de un 25% del territorio nacional, en los cuales se encuentran variedad de flora y fauna; se estima que el país alberga el 5% de la biodiversidad del mundo, en menos del 0,1% de la masa terrestre del planeta, todo ello permite contar con una amplia oferta de actividades y servicios turísticos para diferentes segmentos, tanto local como internacional (párr. 27).

El país cuenta con gran belleza natural, ubicación geográfica estratégica, clima tropical, sello “Esencial Costa Rica” que representa un país verde amigable con el ambiente, con miras de ser carbono neutral y con una oferta aérea que crece año con año; aspectos atractivos para turistas de distintas partes del mundo.

El gobierno con el apoyo de instituciones públicas y privadas están apostando al ingreso por divisas; el Plan Nacional de Desarrollo Turístico de Costa Rica en los años 2017- 2021, señala la estrategia y la línea de acción que, en resumen, se centra en un desarrollo turístico sostenible, innovador e inclusivo.

Costa Rica cuenta con las mejores condiciones para la atracción del turismo, tiene el apoyo del gobierno y además, se observa que los

empresarios o PYMES, presentan una tendencia al aumento. Por lo tanto, el proyecto de alojamiento planteado en esta investigación, es una opción de crecimiento para un emprendedor, que puede beneficiar al país en temas de empleo y captación de divisas.

2.1.2. Hospedaje Glamping

Para mayor entendimiento acerca de qué se trata el hospedaje Glamping, Aragón citado por Burón (2019), explica que el término “Glamping” es procedente del inglés y representa la unión entre los conceptos “Glamour” y “Camping”, por lo que propone la práctica del camping tradicional, pero con todas las comodidades que se encuentran en un hotel (p.14).

En concreto, es un tipo de alojamiento elegante que se posiciona en medio de la naturaleza, de manera que los huéspedes pueden disfrutar de una estadía rodeados de paisajes y a la vez, contar con los acondicionamientos óptimos, que le generen una experiencia placentera.

El estilo de hospedaje camping viene desde el siglo XVI, con los “tipis” que eran viviendas nómadas de las tribus de Norteamérica, construidas con pieles de animales. En el siglo XX, llegan las tiendas de acampar, creadas muy simples para dar refugio a soldados en la II Guerra Mundial; en la actualidad son utilizadas para esparcimiento al aire libre.

Posteriormente, en los años 60, se utilizan las tiendas llamadas “Hippy” con el movimiento de los hippies, dados los desplazamientos sociales por Europa y Estados Unidos. Por su parte, las tiendas Glamping surgen en el 2005, mostrando una forma de acampar cómoda, con todos los servicios a disposición (López, 2017).

Con base en Glamping Tour (2020), este estilo de alojamiento surgió por medio de turistas estadounidenses y europeos, que viajaban a África de safari y que no querían desprenderse de sus comodidades. Al respecto, se manifiesta que “al tener que pasar días en territorios donde no encontraban hoteles de gran lujo, estos decidieron armar sus campamentos lo más

cómodos y lujosos posible. Desde ese momento hasta que esta forma de acampar se convirtiera en algo que se practica en todo el mundo ha pasado mucho tiempo”.

En concordancia, González citado por Tschrister (2018) indica que, en un Glamping deben existir exigencias mínimas, tales como: una cama de calidad con colchón cómodo y ropa de cama; buena iluminación e instalaciones eléctricas; un baño privado con ducha de agua caliente y accesorios que complementan la estancia y un jacuzzi en el exterior (p.28).

En este sentido, su diseño es lo suficientemente espacioso como para introducir camas King size con colchones eco-látex y ropa de cama de algodón orgánico (Chávez y Montesdeoca, 2018, p.3).

Esta modalidad de hospedaje, está enfocada en las clases media y alta de la sociedad, es decir, aquellas personas dispuestas a pagar una cantidad considerable de dinero, a cambio de recibir servicios especializados y del nivel de un hotel de cinco estrellas, siendo la motivación principal, el contacto con el mundo natural (Tschrister, 2018, p.27).

Al encontrarse entre la naturaleza, su estructura varía de acuerdo con las condiciones de la zona donde se ubique, a fin de potenciar el disfrute de los distintos escenarios. Por lo tanto, existen diversas opciones que se pueden elegir, Guarín y Pradilla (2017, p.33) mencionan las siguientes:

- Casa en el árbol: estructuras robustas construidas en las ramas de los árboles, que casi siempre están hechas de madera. Situadas en zonas montañosas o con muchos árboles.
- Tipis: tienda cónica instalada en el suelo con paredes hechas, a partir de una tela resistente a las condiciones meteorológicas y que aísla, el frío o el calor.
- Domos: construcciones en forma circular, cuyos materiales son adecuados para cualquier tipo de clima y terreno. Puede armarse y

desarmarse, además brinda la posibilidad de tener un ventanal, para aprovechar la vista del lugar.

- Eco-Pods: contruidos con materiales completamente naturales o reciclados, que protegen contra viento y lluvia.

En adición, en la plataforma de reservas Glamping Hub (2020) se presentan, entre otros, las burbujas como alternativas para acampar a cielo abierto, ya que se caracterizan por tener forma de cúpula con techo transparente.

Como se ha podido apreciar, el hospedaje estilo Glamping es una oportunidad, para quienes gustan de adentrarse en un ambiente natural y apreciar su belleza, al mismo tiempo se evitan los inconvenientes que conlleva el camping convencional, entre ellos: la inexistencia de baños, temperaturas extremas e inseguridad.

Situación que le otorga al visitante mayor satisfacción y despierta el interés de las personas que se rehúsan a acampar, por cualquiera de las razones antes señaladas.

En lo referente al hospedaje Glamping que se pretende construir, se contemplan tres habitaciones, una recepción y un área de cocina.

2.2. *Aspectos legales/ legislación que afecta la investigación en forma directa y/o indirectamente*

En este apartado, se abordan los aspectos legales inherentes a la creación del hospedaje, desde los ámbitos que involucran al Registro Nacional, Ministerio de Hacienda, Ministerio de Salud, gobierno local, PYMES, la actividad turística, entre otros.

Cumplir con una serie de requisitos que fortalezcan la conformación de un nuevo emprendimiento es fundamental, por esa razón, emerge la necesidad de conocer las leyes, reglamentos, permisos, acuerdos y decretos establecidos en la legislación costarricense, para emprender el hospedaje.

2.2.1. Registro Nacional

Como parte de la gestión para formalizar el emprendimiento, se requiere de la creación de una sociedad y de su inscripción ante el Registro Público Nacional. En este contexto, se debe definir el tipo de sociedad que se utilizará, a saber: sociedad en nombre colectivo, sociedad en comandita simple, sociedad de responsabilidad limitada o sociedad anónima.

En cualquiera de las opciones que se elija, el artículo 18 del Código de Comercio (1964), detalla que la escritura constitutiva debe contener:

- Lugar y fecha en que se celebra el contrato.
- Nombre y apellidos, nacionalidad, profesión, estado civil y domicilio de las personas físicas que la constituyan.
- Nombre o razón social de las personas jurídicas, que intervengan en la fundación.
- Clase de sociedad que se constituye.
- Objeto que persigue.
- Razón social o denominación.
- Duración y posibles prórrogas.
- Monto del capital social, forma y plazo en que deba pagarse.
- Expresión del aporte de cada socio en dinero, en bienes o en otros valores.
- Domicilio de la sociedad.
- Forma de administración y facultades de los administradores.
- Nombramiento de los administradores.
- Nombramiento de un agente residente que cumpla con ser abogado, tener oficina abierta en el territorio nacional, posea facultades suficientes para atender notificaciones judiciales y administrativas en nombre de la sociedad, cuando ninguno de sus representantes tenga su domicilio en el país.
- Modo de elaborar los balances y de distribuir las utilidades o pérdidas entre los socios.

- Estipulaciones sobre la reserva legal, cuando proceda.
- Casos en que la sociedad haya de disolverse anticipadamente.
- Bases para practicar la liquidación de la sociedad.
- Modo de proceder a la elección de los liquidadores, cuando no hayan sido designados anticipadamente y facultades que se les confieren.
- Cualquier otra convención, en que hubieren consentido los fundadores.

Para efectos de la actividad comercial del hospedaje Glamping que se desea construir, se constituiría una personería jurídica nueva y aparte de la ya existente, para la actividad cafetalera que se desarrolla actualmente en la finca.

Por otra parte, con el fin de realizar el registro del hospedaje y obtener los permisos de utilizar la marca para comercializar el bien o servicio, se dispone de la Ley 7978 “Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos” que en su artículo 2, define marca como: “cualquier signo o combinación de signos que permita distinguir los bienes o servicios de una persona de los de otra, por considerarse éstos suficientemente distintivos o susceptibles de identificar los bienes o servicios a los que se apliquen frente a los de su misma especie o clase” (Ley 7978, 2000).

En relación con el procedimiento correspondiente para registrar la marca, el artículo 9 explica que la solicitud de registro, debe ser presentada ante el Registro de Propiedad Industrial y que deberá contener:

- Nombre y dirección del solicitante.
- Lugar de constitución y domicilio del solicitante, cuando sea una persona jurídica.
- Nombre del representante legal, cuando sea el caso.
- Nombre y dirección del apoderado en el país, cuando el solicitante no tenga domicilio ni establecimiento mercantil real y efectivo en el país.
- La marca cuyo registro se solicite, cuando se trate de una marca denominativa sin grafía, forma ni color especial.

- Una reproducción de la marca en el número de ejemplares que determine el reglamento, cuando se trate de marcas denominativas con grafía, forma o color especial o por otro lado, de marcas figurativas, mixtas o tridimensionales con color o sin él.
- Una traducción de la marca, cuando esté constituida por algún elemento denominativo con significado, en un idioma distinto del castellano.
- Una lista de los nombres de los productos o servicios, para los cuales se use o se usará la marca.
- El comprobante de la tasa establecida (Ley 7978, 2000).

El Registro Nacional (2013) recomienda que antes de realizar la solicitud formal, se lleve a cabo una consulta de antecedentes, con el fin de verificar que no exista ninguna marca o patente igual, debidamente inscrita. La consulta se puede ejecutar en el sistema digitalizado para tal fin, ubicado en las instalaciones del Registro de Propiedad Industrial.

2.2.2. Ministerio de Hacienda

El Ministerio de Hacienda tiene como función principal establecer y ejecutar la política fiscal y a la vez, el compromiso de la recaudación de impuestos y la distribución del presupuesto público. En el artículo 99 del Código de Normas y Procedimientos Tributarios, Ley 4755 (1971), se faculta a la Administración Tributaria para sugerir las leyes tributarias, dentro de los límites que fijen las disposiciones legales y reglamentarias pertinentes.

Adicionalmente, el Decreto Ejecutivo 38277 (2014) “Reglamento de Procedimiento Tributario” en su artículo 22, manifiesta que las personas físicas, jurídicas y entidades que carezcan de personalidad jurídica, que realicen cualquier actividad económica por la que estén obligados a inscribirse en su condición de contribuyente, responsable o declarante, deben hacerlo dentro de los diez días hábiles siguientes a la fecha, en que inicie actividades u operaciones.

El propietario de la finca cuenta con registro ante Hacienda, por la actividad de recolección del café; sin embargo, la persona que va a emprender el negocio de hospedaje es su hijo, a quien se le cedería el terreno para ese fin, como parte de una herencia. Por lo tanto, este último inscribiría su negocio por separado.

En el artículo 128 de la Ley 4755 (1971), se menciona que las obligaciones del contribuyente son:

- Cuando lo requieran las leyes, los reglamentos o lo exija dicha Administración, en virtud de las facultades que le otorga este Código:
 - Llevar los registros financieros, contables y de cualquier otra índole, a que alude el inciso a) del artículo 104 de este Código.
 - Inscribirse en los registros pertinentes, a los que deben aportar los datos necesarios y comunicar oportunamente, sus modificaciones.
 - Presentar las declaraciones que correspondan.
- Conservar, de forma ordenada, los registros financieros, contables y de cualquier índole, así como, los antecedentes de las operaciones o situaciones que constituyan hechos gravados.
- Dar facilidades a los funcionarios fiscales autorizados, para que realicen las inspecciones o verificaciones en sus establecimientos comerciales o industriales, inmuebles, oficinas, depósitos o en cualquier otro lugar.
- Presentar o exhibir en las oficinas de la Administración Tributaria o ante los funcionarios autorizados, los registros financieros, contables y de cualquier índole, relacionados con hechos generadores de sus obligaciones tributarias y formular las aplicaciones o aclaraciones, que se les soliciten.
- Comunicar a la Administración, el cambio del domicilio fiscal.
- Concurrir personalmente o por medio de sus representantes debidamente autorizados, a las oficinas de la Administración Tributaria, cuando su presencia sea requerida.

La Resolución DGT-R-043-2018 (2018), establece en su artículo 1: “el uso obligatorio del portal Administración Tributaria Virtual (ATV), como único medio para que los obligados tributarios elaboren y presenten la Declaración de inscripción, modificación de datos y desinscripción en el Registro Único Tributario”.

En esta línea, la Resolución 060 (2017), “Inscripción, modificación de datos y desinscripción en el registro único tributario” especifica en el artículo 8, que los requisitos generales para realizar la inscripción y que serán validados automáticamente por el portal ATV, son:

- Documento de identificación original, vigente y en buen estado de la persona física que realiza el trámite.
- Certificación de personería jurídica.
- Número de medidor, Número de Identificación del Servicio Eléctrico (NISE) o el número de contrato del servicio público de electricidad, del domicilio fiscal, del obligado tributario y del domicilio de residencia del representante legal, según corresponda. Este requisito se podrá omitir, si el obligado tributario demuestra, por los medios que resulten idóneos y a satisfacción de la Administración Tributaria, que no tiene suscrito ningún servicio eléctrico, por generar su propia electricidad.

Es importante aclarar que, se deberá aportar otra documentación como parte del trámite, según corresponda (Resolución 060, 2017).

En los artículos 1 y 2 de la Ley 6826 (1982), “Ley de Impuesto al Valor Agregado (IVA)” y sus reformas, se establece un impuesto sobre el valor agregado, cuando los servicios sean prestados por personas físicas, jurídicas, entidades públicas o privadas que realicen actividades que impliquen, la ordenación de factores de producción, materiales y humanos. La declaración de dicho impuesto, se realiza por medio del formulario D-104.

Aunado a lo anterior, para presentar la Declaración de inscripción en el Registro Único Tributario por medio del Portal de la Administración

Tributaria Virtual, existe un manual de usuario que indica que, los pasos a seguir son: selección de formulario, identificación del obligado tributario, anotación del domicilio fiscal, datos del contacto, información de representante legal, datos de la actividad económica, sucursales o agencias, registro en el Régimen Tributario, selección de la clasificación, método de facturación, fecha de presentación y anexo de los documentos que verifiquen la información.

2.2.3. Ministerio de Salud

Uno de los requerimientos indispensables para el funcionamiento de cualquier establecimiento, es el permiso otorgado por el Ministerio de Salud que mediante el Decreto Ejecutivo 39472 (2016), "Reglamento general para Autorizaciones y Permisos Sanitarios de Funcionamiento otorgados por el Ministerio de Salud", expone las condiciones previas y requisitos para la obtención del permiso sanitario de funcionamiento. En su artículo 9 manifiesta que, para instalar un establecimiento, independientemente del grupo de riesgo al que pertenezca, se podrá iniciar el trámite por primera vez, cuando se cumpla con lo siguiente:

- Documento sobre Uso de Suelo, emitido por la municipalidad respectiva.
- Planos constructivos del establecimiento (incluye sistema de tratamiento de aguas residuales) tramitados y revisados, conforme al Decreto Ejecutivo 36550-MP-MIVAH-S-MEIC "Reglamento para el Trámite de Revisión de los Planos para la Construcción".
- Viabilidad (Licencia) ambiental, únicamente para aquellos proyectos nuevos y que no se encuentren en operación; a excepción de los establecimientos o actividades que no están contemplados en la lista taxativa definida en los Anexos 1 y 2 del Decreto Ejecutivo 31849-MINAE-S-MOPT-MAG-MEIC "Reglamento General sobre los Procedimientos de Evaluación de Impacto Ambiental (EIA)".

- Nota de disponibilidad de alcantarillado sanitario del Ente Administrador del Alcantarillado Sanitario (EAAS) correspondiente, cuando el establecimiento vierta aguas residuales, directamente a la red del alcantarillado sanitario.
- Permiso de vertido otorgado por el Ministerio de Ambiente y Energía (MINAE), si corresponde según Decreto Ejecutivo 34431-MINAE-S "Reglamento del Canon Ambiental por Vertidos".
- Concesión de aprovechamiento del agua otorgada por el MINAE, si corresponde, según Decreto Ejecutivo 32868-MINAE "Reglamento de canon por concepto de aprovechamiento de agua".
- Permiso de instalación y de funcionamiento para calderas, otorgado por el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, cuando el establecimiento utilice calderas, según Decreto Ejecutivo 26789-MTSS "Reglamento de Calderas".
- Cuando utilicen emisores de radiaciones ionizantes deben contar para su funcionamiento, con autorización por parte del Ministerio de Salud para el uso del emisor, según el Decreto Ejecutivo 24037-S "Reglamento sobre protección contra las radiaciones ionizantes".
- Estar inscrito y al día con la Caja Costarricense de Seguro Social (CCSS) sea como patrono, trabajador independiente o en ambas modalidades, según corresponda, según la Ley 17 "Ley Constitutiva de la Caja Costarricense de Seguro Social", y de las obligaciones con el Fondo de Desarrollo Social y Asignaciones Familiares (FODESAF), según lo establecido en el artículo 22 de la Ley 5662 "Ley de Desarrollo Social y Asignaciones Familiares".
- Regencia autorizada por el colegio profesional respectivo, cuando la Ley 5395 "Ley General de Salud" o alguna ley especial lo requiere, según el tipo de establecimiento y la actividad que desarrolle.
- Autorización y registro del establecimiento extendido por el colegio profesional correspondiente, cuando así lo establezca la Ley 5395 "Ley General de Salud" u otra ley especial.

- En el caso de pequeñas y microempresas, deberán estar inscritas en el Sistema de Información Empresarial Costarricense (SIEC) que para dichos efectos, lleva el Ministerio de Economía, Industria y Comercio.

En adición, según el artículo 10, la persona interesada deberá presentar una declaratoria jurada ante el Ministerio de Salud, dando fe del cumplimiento de las condiciones previas y manifestando que conoce y cumple todas las regulaciones específicas vigentes, aplicables a su establecimiento (Decreto Ejecutivo 39472, 2016).

En concreto, el artículo 11 señala que, se deben presentar ante la Dirección Área Rectora de Salud correspondiente o mediante el sistema informático o digital que se habilite para tales efectos, los documentos que se citan a continuación:

- Formulario de solicitud de permiso sanitario de funcionamiento, según el formato establecido en el reglamento en cuestión.
- Declaración jurada, según el formato establecido en el reglamento en cuestión.
- Copia del comprobante de pago de servicios, otorgado por el banco recaudador, según lo establece el Decreto Ejecutivo 32161-S "Reglamento de Registro Sanitario de Establecimientos Regulados por el Ministerio de Salud".
- Calificación del IMAS como beneficiario, en el caso de solicitar exoneración del pago por el trámite de Permiso Sanitario de Funcionamiento.
- Copia de la cédula de identidad o el Documento de Identidad Migratoria para Extranjeros del responsable legal. En caso de persona jurídica, debe aportar certificación registral o notarial de la personería jurídica vigente, con no más de un mes de emitida (Decreto Ejecutivo 39472, 2016).

2.2.4. Caja Costarricense de Seguro Social

En lo referente al emprendedor como patrono, el artículo 66 del Reglamento 7082 (1997), “Reglamento del Seguro de Salud de la Caja Costarricense de Seguro Social” apunta que, es obligación del patrono inscribirse como tal ante la CCSS, en los primeros ocho días hábiles posteriores al inicio de la actividad, para lo cual deberá aportar la siguiente información mínima:

- Brindar el nombre del negocio y la actividad a la que se dedica y señalar la dirección, números de teléfono, apartado y facsímil, si los hubiere.
- Si se trata de personas jurídicas, deben aportarse fotocopias de la escritura de constitución y de la cédula jurídica.
- Variaciones que se produzcan referentes a cambios en el nombre, representación legal, actividad o domicilio.

Además, el Acuerdo 0 (2014), “Requisitos de Trámites del Servicio de Inspección” añade que, los requisitos para el trámite de solicitud de inscripción o reanudación, en el caso de patronos jurídicos, son:

- Original de Certificación de Personería Jurídica extendida por el Registro Nacional o por un Notario Público o certificación digital, con no más de un mes de emitida.
- Fotocopia de la escritura de constitución de la sociedad.
- Fotocopia de la cédula de identidad del representante legal.
- Fotocopia de la cédula de identidad de cada trabajador. En caso de contar con trabajadores extranjeros, aportar fotocopia del documento de identificación migratorio (ya sea cédula de residencia, carné de refugiado, pasaporte u otro) de cada trabajador, es deseable presentar fotocopia del carné de asegurado de cada trabajador.
- Fotocopia del recibo de electricidad, a efectos de registrar el número de localización, como dirección de correspondencia.

- Llenar el formato de solicitud de inscripción o reanudación patronal. Debe ser firmado por el patrono o representante patronal.
- Indicar lugar o medio para notificaciones.
- Brindar un correo electrónico, para la presentación de planillas en línea.
- Es deseable que, en caso de contar con Póliza de Riesgos del Trabajo del Instituto Nacional de Seguros (INS), se detalle el número de póliza.

2.2.5. Instituto Nacional de Seguros

El Código de Trabajo en su título IV, artículo 193 expresa que: “todo patrono, sea persona de Derecho Público o de Derecho Privado, está obligado a asegurar a sus trabajadores contra riesgos del trabajo, por medio del Instituto Nacional de Seguros”.

Asimismo, agrega que esa responsabilidad, subsiste aun cuando el trabajador esté bajo la dirección de intermediarios, de quienes el patrono se valga para la ejecución o realización de los trabajos.

En concordancia, el artículo 15 del capítulo III del Reglamento 0 (2016), “Norma Técnica del Seguro Obligatorio de Riesgo del Trabajo”, puntualiza que para tramitar el seguro de riesgos del trabajo, el tomador del seguro deberá completar la información requerida en el formulario de solicitud de seguro y presentar su identificación en original, vigente y buen estado.

2.2.6. Municipalidad

La Ley 4240 (1968), “Ley de Planificación Urbana”, en su artículo 15 reconoce, conforme al artículo 169 de la Constitución Política, la competencia y autoridad de los gobiernos municipales para planificar y controlar el desarrollo urbano, dentro de los límites de su territorio jurisdiccional.

Por lo tanto, entre las principales funciones de las municipalidades, se encuentra la de analizar y brindar los permisos para construcciones, certificaciones de uso de suelo y patentes municipales. Para el proyecto de

negocio en investigación, se deben realizar los trámites anteriores, en la Municipalidad de Santa Ana.

En lo atinente al permiso de construcción, la Ley 833 (1949), “Ley de Construcciones” en su artículo 74, explica que: “toda obra relacionada con la construcción que se ejecute en las poblaciones de la República, sea de carácter permanente o provisional, deberá ejecutarse con licencia de la Municipalidad correspondiente”.

Según la página Web de la Municipalidad de Santa Ana (2018), los requisitos para obtener los permisos de construcción para obras generales, las cuales corresponden a todo tipo de obra que no sea de mantenimiento, son los siguientes:

- Copia del plano catastrado.
- Certificado de uso de suelo.
- Certificación de la propiedad emitida por el Registro Público o por notario público.
 - En caso de que el dueño de la propiedad sea una sociedad, debe aportar la certificación de la personería jurídica vigente.
 - Si se trata de un fideicomiso, se debe aportar la certificación de quien aparece como fiduciario y copia de certificado de registro del traspaso de fideicomiso original (conocido como microfilm).
 - Si fuera el caso de copropiedades o alguna otra figura similar, se debe aportar el estudio registral de cada derecho y copia de la cédula de cada propietario.
 - Si el propietario está fallecido, se debe aportar la albacea nombrada por un juez.
 - Carta de autorización de los copropietarios.
- Constancia de póliza de riesgos, emitida por el INS.
- Comprobante de pago del permiso de construcción.
- Estar al día con las obligaciones municipales.

- Visto bueno del Centro de Cultura y Patrimonio del Ministerio de Cultura y Juventud y Deportes (MCJD), cuando el inmueble sea declarado con valor patrimonial.
- Estar al día con las obligaciones con la CCSS.
- Carta de disponibilidad de agua potable.
- Carta de disponibilidad de desfogue pluvial.
- Carta de disponibilidad eléctrica. Debe presentarse solo para condominios, urbanizaciones, centros comerciales u oficentros.

Por otra parte, en cuanto a los requisitos para el certificado de uso de suelo, la página Web de la municipalidad menciona:

- Ingresar y registrarse en la plataforma de trámites digitales, en el ícono “Mi sitio” ubicado en la página principal.
- Número de finca.
- Imagen del plano catastrado en formato jpg, tiff, pdf con un tamaño no mayor a 20 mb.
- Hacer el pago del trámite (2.400 colones), que se puede ejecutar al finalizar el registro o físicamente en plataforma (Municipalidad de Santa Ana, 2018).

Con relación a la solicitud de la patente municipal, la página Web nombra los siguientes requisitos:

- Formulario de Solicitud de la Licencia de Funcionamiento Municipal.
- Fotocopia de la póliza de riesgos del INS.
- Autorización del dueño registral de la propiedad hacia el nuevo patentado.
- Estar al día con la CCSS, como trabajador independiente o patrono activo.
- Inscripción al Registro Único de Contribuyentes del local, que operará en el cantón.
- Copia de la cédula del solicitante y del propietario.
- Original y copia del permiso sanitario de funcionamiento.

- Verificación en pantalla de pago al día de impuestos y tributos municipales.
- Certificación literal original y con no más de un mes de emitida de la propiedad.
- Cuando la propiedad está en derechos, debe presentar la documentación de los copropietarios, entre los que se destacan: copia de la cédula, certificación literal, estar al día con impuestos municipales y autorización.
- Personería jurídica original del propietario y del solicitante de la patente cuando se requiera, así como copia de la cédula del representante legal (Municipalidad de Santa Ana, 2018).

2.2.7. PYMES

En cuanto a la legalidad de las PYMES para Costa Rica, rige la Ley 8262 (2002), Ley de Fortalecimiento de las Pequeñas y Medianas Empresas, cuyo objeto es crear un marco normativo que permita el desarrollo de las PYMES y posicione a este sector como protagónico, con un dinamismo que contribuya al proceso de desarrollo económico y social del país, mediante la generación de empleo, mejoramiento de las condiciones productivas y de acceso a la riqueza.

Algunos de los objetivos específicos señalados en la Ley 8262 (2002) son:

- Fomentar el desarrollo integral de las PYMES, en consideración de sus aptitudes para la generación de empleo, la democratización económica, el desarrollo regional, los encadenamientos entre sectores económicos, el aprovechamiento de pequeños capitales y la capacidad empresarial de los costarricenses.
- Establecer la organización institucional de apoyo a las PYMES, mediante la definición del ente rector, sus funciones y relación sistémica con las instituciones de apoyo a los programas específicos, así como los mecanismos y las herramientas de coordinación.

- Procurar la formación de mercados altamente competitivos, mediante el fomento de la creación permanente y el funcionamiento de mayor cantidad de PYMES.
- Inducir el establecimiento de mejores condiciones del entorno institucional para la creación y operación de PYMES.
- Facilitar el acceso de PYMES, a mercados de bienes y servicios.

Además, la ley no sólo le proporciona herramientas a las PYMES, sino que dota de ciertas funciones al MEIC; se encarga de desarrollar herramientas de coordinación, que permitan orientar y guiar la acción de los entes públicos y entidades privadas que desarrollen programas y proyectos relacionados con las PYMES, con el fin de armonizar esfuerzos y lograr una adecuada satisfacción de las necesidades de ese sector (Ley 8262, 2002).

Para el registro por primera vez de una PYME, el MEIC en su página Web, apunta que se deberá aportar dos de los siguientes tres requisitos:

- Recibo de la Póliza de Riesgos del Trabajo que emite el INS, al día.
- El Formulario de Declaración de Impuesto sobre la Renta: sea el Formulario D101 del Régimen Tradicional o el Formulario D105 del Régimen Simplificado del último periodo fiscal.
- Planilla de la CCSS o el comprobante de trabajador independiente, donde se demuestre que está al día con las obligaciones ante esa institución. Igual este requisito, se puede verificar en línea ante CCSS.

Además de lo anterior, debe de aportar el documento “Formulario de Inscripción Registro PYME”, que funciona como declaración jurada; descargable en la plataforma del Sistema de Información Empresarial Costarricense (SIEC) o en la sección de trámites del MEIC.

2.2.8. Actividad turística: hospedaje

De acuerdo con el Decreto Ejecutivo 11217 (1980), denominado “Reglamento Empresas Hospedaje Turístico”, las empresas turísticas de hospedaje son “todas aquellas que se dediquen permanentemente a brindar

servicios complementarios o sin ellos y que sean clasificados dentro de las categorías aquí establecidos” (art. 2).

En concordancia, los principales tipos de empresa de hospedaje turístico, se dividen en: hoteles, apartoteles, boteles, pensiones, albergues, villas, posadas de turismo rural, hotel boutique y posada de turismo rural comunitario.

Con base en los conceptos y características que se asocian a las clasificaciones de hospedaje antes mencionadas y al no existir una categoría específica para el hospedaje tipo Glamping, se considera que podría contemplarse dentro del hotel boutique, el cual es definido en el artículo 4, inciso h del Decreto Ejecutivo 11217 (1980), como un establecimiento caracterizado por su servicio personalizado, con un mínimo de cinco habitaciones, con baños privados, servicios de cafetería, restaurante, bar, spa, y asistente personal.

Predomina un estilo con identidad propia, donde sobresalen el confort, la calidad y el buen gusto. Sus diseños y sus espacios tanto interiores como exteriores, lucen finamente decorados resaltando tanto lo ambiental, lo artístico como lo cultural de su entorno. Además, se clasifican en el rango de 3 a 5 estrellas.

Al respecto, el artículo 10 del citado decreto, indica que: “los proyectos o establecimientos nuevos deberán necesariamente obtener su clasificación como requisito previo a su apertura” (Decreto Ejecutivo 11217, 1980).

Cabe destacar que, según el artículo 8, para poder clasificarse en alguna de las categorías de empresas de hospedaje, se deberán primero reunir los requisitos mínimos para calificar como “turístico”, de lo contrario su funcionamiento quedará bajo la exclusiva responsabilidad de las autoridades de policía y salud. Además, tampoco serán clasificados los establecimientos que se dediquen al negocio de alquiler, sin el registro de huéspedes (Decreto Ejecutivo 11217, 1980).

En relación con la declaratoria turística, el Decreto Ejecutivo 41370 (2018), titulado “Reglamento de Empresas y Actividades Turísticas”, la define como: el acto mediante el cual, la Gerencia del ICT declara a una empresa o actividad como turística, una vez haya cumplido con los requisitos técnicos, económicos y legales correspondientes.

En su artículo 4, se explica que para llevar a cabo el trámite voluntario para obtener esta declaratoria, se deberá presentar ante el ICT, la solicitud suscrita por el interesado o por el representante legal. En ella, se deberá comprometer a lo siguiente:

- Que la empresa o actividad turística tendrá como objeto exclusivo, la operación declarada turística, además debe indicar la naturaleza de dicha operación, lugar específico donde opera y nombre comercial que utiliza.
- Que el solicitante no posee antecedentes penales y que autoriza al ICT para que, en caso de duda, realice las respectivas investigaciones.
- Reportar dentro del plazo de un mes calendario, a partir de su inscripción en el Registro Público, cualquier cambio de personas propietarias, administradoras o apoderadas, razón social, nombre comercial del establecimiento u otro que modifique los alcances de la Declaratoria Turística otorgada.
- Indicar un medio electrónico o lugar exacto, donde recibir notificaciones relacionadas con el trámite.
- En el caso de establecimientos de hospedaje y de actividades turísticas temáticas, se deberá indicar el número de finca y de plano catastrado, correspondiente al establecimiento comercial en el que opera la empresa o actividad turística, que opta por la Declaratoria Turística.
- Los solicitantes con proyectos nuevos, sea que incluyan o no construcción y que no estén en operación al momento de solicitar la Declaratoria Turística, adicionalmente deberán indicar su compromiso de iniciar la construcción u operación del establecimiento, en un plazo

máximo de seis meses, contados a partir del otorgamiento de la Declaratoria Turística.

- Las empresas y actividades turísticas que deban realizar construcción o remodelación de infraestructura, deberán presentar un cronograma debidamente firmado por ingeniero o arquitecto, incorporado al colegio respectivo.

Adicionalmente, el artículo 5 menciona que, los propietarios de empresas o actividades turísticas que se encuentren en operación, deberán presentar:

- Original o copia auténtica del permiso sanitario de funcionamiento, emitido por el Ministerio de Salud y de la licencia comercial, emitida por la Municipalidad competente.
- Estar al día con las obligaciones obrero-patronales, establecidas en la Ley Constitutiva de la Caja Costarricense de Seguro Social y sus reformas, así como con el Fondo de Desarrollo Social y Asignaciones Familiares (FODESAF), según la Ley de Desarrollo Social y Asignaciones Familiares y sus reformas y en el caso que le sea aplicable, estar al día con el impuesto a las sociedades anónimas, según lo establece la Ley de Impuesto a las Personas Jurídicas.
- Toda persona física o jurídica solicitante deberá, además, cumplir con los siguientes requisitos de tipo técnico:
 - Las empresas y actividades turísticas en operación serán inspeccionadas, calificadas o categorizadas por el ICT, conforme a las Herramientas de Evaluación contenidas en el Anexo único de este reglamento. En este sentido, las empresas de hospedaje deberán obtener y mantener una calificación de 20%.
 - Indicar de forma clara y precisa, en qué consiste la actividad y operación que realiza, así como la cantidad de empleos directos y la inversión generada por la empresa (valor del terreno, infraestructura, mobiliario y equipo o el monto de alquiler, cuando corresponda).

En lo referente a las Herramientas de Evaluación, el reglamento especifica que para empresas de hospedaje, la evaluación toma en cuenta aspectos tales como: arquitectura, jardinería y señalamiento claro; vestíbulos, corredores, pasillos, escaleras, ascensores, detectores de fuego y extinguidores; en las habitaciones, muebles de decoración, colchones, cortinas, iluminación, amenidades, entre otros; en los cuartos de baño, tamaño de las toallas, ducha, espejo, artículos de cortesía, entre otros; equipo recreativo como piscina, mobiliario de ejercicio, sauna y jacuzzi; en los restaurantes y comedores, apariencia del mobiliario, iluminación, acceso a servicios sanitarios; en la cocina, aparatos, utensilios, material de limpieza, entre otros; apariencia de los empleados, mostrador de recepción, limpieza, estacionamiento seguro, personal bilingüe; y finalmente limpieza y mantenimiento de espacios públicos (Decreto Ejecutivo 41370, 2018).

A modo de resumen, la tabla 6 muestra la tramitología que se debe llevar a cabo para la ejecución del proyecto de hospedaje Glamping.

Tabla 6*Tramitología para la ejecución de un proyecto*

Trámites	Instituciones	Fundamento Legal	Documentación
Creación de sociedad e inscripción ante el Registro Público Nacional	Registro Nacional	Ley 3284 "Código de Comercio"	Escritura Constitutiva
Inscripción de marca	Registro Nacional	Ley 7978 "Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos"	Formulario "Solicitud de marca"
Inscripción como contribuyente	Ministerio de Hacienda	Ley 4755 "Código de Normas y Procedimientos Tributarios"	Formulario "Declaración de inscripción en el Registro Único Tributario"
		Decreto Ejecutivo 38277 "Reglamento de Procedimiento Tributario"	
		Resolución DGT-R-043-2018	
		Resolución 060 "Inscripción, modificación de datos y desinscripción en el registro único tributario"	
		Ley 6826 "Ley de Impuesto al Valor Agregado"	

Trámites	Instituciones	Fundamento Legal	Documentación
Obtención de permiso sanitario de funcionamiento	Ministerio de Salud	Decreto Ejecutivo 39472 "Reglamento general para Autorizaciones y Permisos Sanitarios de Funcionamiento otorgados por el Ministerio de Salud"	Formulario Unificado de Solicitud de Permiso de Funcionamiento
Inscripción como patrono	Caja Costarricense de Seguro Social	Reglamento 7082 "Reglamento del Seguro de Salud de la Caja Costarricense de Seguro Social" Acuerdo 0 "Requisitos de Trámites del Servicio de Inspección"	Formulario "Solicitud de inscripción patronal persona jurídica"
Obtención de póliza obligatoria de riesgos del trabajo	Instituto Nacional de Seguros (INS)	Ley 2 "Código de Trabajo" Reglamento 0 "Norma Técnica del Seguro Obligatorio de Riesgo del Trabajo"	Formulario de solicitud de seguro
Obtención de permiso de construcción		Ley 833 "Ley de Construcciones"	Solicitud para permiso de construcción de forma digital
Obtención de certificación de uso de suelo	Municipalidad de Santa Ana	Ley 7779 "Ley de Uso, Manejo y Conservación de Suelos"	Trámite en línea, a través del sitio Web de la municipalidad en el ícono "Mi Sitio"
Obtención de patente municipal		Ley 7794 "Código Municipal"	Formulario "Solicitud de Licencia de Funcionamiento Municipal"
Registro de la PYME	Ministerio de Economía, Industria y Comercio	Ley 8262 "Ley de Fortalecimiento de las Pequeñas y Medianas Empresas"	Formulario de Inscripción "Registro PYME"

Trámites	Instituciones	Fundamento Legal	Documentación
Declaración turística	Instituto Costarricense de Turismo	Decreto Ejecutivo 11217 "Reglamento Empresas Hospedaje Turístico" Decreto Ejecutivo 41370 "Reglamento de Empresas y Actividades Turísticas"	Formulario "Solicitud de declaratoria turística"

Fuente: Elaboración propia, basada en la legislación costarricense (2021).

A partir de este capítulo, se detalla información relevante sobre el contexto en el que se pretende desarrollar la idea de negocio, atinente a la construcción del hospedaje Glamping. En concordancia, se ha profundizado en la historia y características físicas que posee la propiedad destinada para dicha construcción, se ha puntualizado sobre el tema de emprendimiento, PYMES, el estilo de alojamiento seleccionado y finalmente, la normativa aplicable, tanto para la edificación como para el funcionamiento del hospedaje, a través de los trámites que se deben gestionar ante diversas instancias.

CAPÍTULO III. MARCO TEÓRICO Y/O CONCEPTUAL

CAPÍTULO III. MARCO TEÓRICO Y/O CONCEPTUAL

El presente capítulo constituye el sustento teórico de los temas o áreas del conocimiento, que se vinculan con cada uno de los objetivos planteados en la investigación. Se recurre a la revisión de fuentes bibliográficas atinentes a la temática, con la finalidad de proporcionar los conceptos necesarios que argumentan los contenidos de los demás capítulos y contribuyan a la comprensión de los aspectos que en ellos se esbozan.

En este sentido, se aborda información relacionada con requisitos legales, estudio de mercado, factores técnicos y viabilidad financiera de un proyecto.

3.1. *Requisitos legales*

Todos los países están conformados por leyes, en diferentes ámbitos, que rigen o dictan el actuar de la ciudadanía, instituciones y empresas. En relación con este concepto, Cabanellas (1993), define el término “legislación” como: “la ciencia de las leyes. Conjunto o cuerpo de leyes que integran el Derecho positivo vigente en un Estado. Totalidad de las disposiciones legales de un pueblo de una época determinada”.

En este contexto, Cabanellas define la “ley” como:

Regla, norma, precepto de la autoridad pública, que manda, prohíbe o permite algo. La expresión positiva del Derecho. Regla de conducta obligatoria dictada por el Poder legislativo, o por el ejecutivo cuando lo sustituye o se arroga sus atribuciones. Ampliamente, todo reglamento, ordenanza, estatuto, decreto, orden u otro mandamiento de una autoridad en ejercicio de sus atribuciones. El Derecho escrito, como contraposición a la costumbre. Cualquier norma jurídica obligatoria. El Derecho objetivo. (1993)

Por su parte, un “decreto” se entiende como la “decisión de un gobernante o de una autoridad, o de un tribunal o juez, sobre la materia o negocio en que tengan competencia” (RAE, s.f.).

Adicionalmente, la RAE (s.f.) define el “reglamento” como “norma jurídica general y con rango inferior a la ley, dictada por una autoridad administrativa”.

Al respecto, Fernández (2010) afirma que, es necesario determinar todas las regulaciones de tipo legal que podrían afectar el desarrollo del proyecto ya que, dependiendo del tipo de actividad, se requerirá cumplir con una serie de trámites para el otorgamiento de permisos (p.46).

El tener conocimiento de la legislación vigente en materia de emprendimiento es fundamental, pues establece los deberes comerciales, financieros, técnicos y legales que se deben seguir al momento de efectuar un proyecto; por lo que, a través del cumplimiento de los requisitos estipulados en la normativa correspondiente, se adquiere el respaldo para operar.

La legislación costarricense rige a cada empresa, emprendedor o negocio y a la vez, apoya, guía y sustenta su actuación, por medio de una serie de normas y requisitos que se deben cumplir. En el marco jurídico, se establecen las reglas del sistema para presentar ante la gestión pública, la actividad o negocio por emprender.

Por ello, para el desarrollo del Glamping es importante informarse sobre la legislación atinente e identificar las entidades autorizadas que otorgan los permisos de construcción y funcionamiento.

3.1.1. Permisos

Cabanellas (1993) afirma que, un permiso es: una “licencia, autorización, consentimiento para hacer o decir”. Así mismo, lo recalca Casado (2009), quien lo define como: una “autorización otorgada para la válida ejecución de una conducta o celebración de un acto determinado, por parte de una autoridad legitimada al efecto” (p.632).

En Costa Rica, existen una serie de permisos para concretar un proyecto, como son: los permisos municipales, sanitarios, de construcción y comercio.

Una “municipalidad” es un “ayuntamiento de un término municipal” (RAE, s.f.). Es una institución de derecho público que rige y administra los intereses de una comunidad asentada en un territorio determinado y que para atender a sus necesidades ha sido dotado de potestades tributarias (Casado, 2009, p.561).

Por consiguiente, los permisos municipales son otorgados por cada municipio, según corresponda para el desarrollo de una actividad comercial, bajo una serie de requisitos.

Respecto a los permisos sanitarios, el Ministerio de Salud de Costa Rica (s.f.) argumenta que:

De acuerdo a la Ley General de Salud y el Reglamento General para Autorizaciones y Permisos Sanitarios de Funcionamiento otorgados por el Ministerio de Salud, todos los establecimientos industriales, comerciales y de servicio deben contar la autorización o permiso sanitario de Funcionamiento para operar en el territorio nacional, según sea la actividad.

Por su parte, Arévalo (2019) manifiesta que, los permisos de construcción en Costa Rica son una etapa de todo proyecto e indica que:

Es la etapa más temida de un proyecto de construcción, ya que no aporta nada a la calidad, cuesta dinero y consume tiempo. Tiene un único objetivo y es obtener el visto bueno para la construcción de un proyecto en un lote específico, por parte de todas las instituciones del Estado que tengan injerencia en ese sitio.

Los trámites para comercializar un hospedaje, los concede el ICT bajo una serie de trámites y requisitos.

3.2. *Estudio de mercado*

Raffino (2020) plantea que, un “estudio de mercado” es una revisión hecha por las empresas a los consumidores de un mercado, con la finalidad de determinar qué tan viable es y qué tan conveniente sería invertir su dinero en desarrollarlo, es decir, si dicha actividad económica es lucrativa o no (párr.2-3). En otras palabras, su importancia está en que recoge toda la información sobre los productos o servicios que suministrará el proyecto, aportando información valiosa para la decisión final de invertir o no (Meza, 2013, p.22).

Concretamente, “es un trabajo de estudio sobre lo que se ofrece, a quién se le ofrece y quién más está ofreciendo algo igual o parecido en ese mercado” (Sánchez, s.f., párr.6). Por lo tanto, conlleva la definición de la población a la que va dirigido el servicio, la identificación de la demanda, la oferta y la fijación del precio del servicio que se brindará.

Córdoba (2011) manifiesta que, con éste se “busca estimar la cantidad de bienes y servicios que la comunidad adquiriría a determinado precio” (p.52). Por consiguiente, según Fernández (2010), dicho estudio es quizá el más importante, dado que define los posibles ingresos por ventas del proyecto, los cuales serán la base para estimar los flujos que servirán para pagar la inversión, su costo y generar las ganancias esperadas (p.34).

En síntesis, Raffino (2020) considera que, un estudio de mercado:

- Brinda toda la información posible de patrones de consumo de un sector de la población en una ubicación geográfica y social determinada.
- Suele hacerse dos veces al año, para vigilar cómo se mueven los mercados y qué posibles mercados nacen.
- Sirve para prever oportunidades y riesgos venideros y con base en ello, sacar un mejor provecho a los activos.

- Es un análisis interdisciplinario, que involucra especialistas de la economía aplicada, la filosofía, la estadística, la comunicación, la administración y gerencia, entre otras áreas.

3.2.1. Población meta

De acuerdo con la RAE (s.f.), la “población” se refiere a: un “conjunto de individuos de la misma especie que ocupan determinada área geográfica”.

En concreto, la población de estudio es concebida como: el “conjunto de casos, definido, limitado y accesible, que formará el referente para la elección de la muestra que cumple con una serie de criterios predeterminados” (Arias et al., 2016, p.202).

En este sentido, el mercado meta es el sector de la población al que se dirige un bien o servicio y al que una organización, dirigirá sus esfuerzos de mercadotecnia (García, 2018, párr.1). Al respecto, Lamb et al., (2011) agregan que, un mercado meta es un grupo de personas u organizaciones, para los cuales una organización diseña, implementa y mantiene una mezcla de marketing, que satisfaga las necesidades de dicho grupo (p.276).

En el caso del presente estudio, la población meta contempla turistas extranjeros y nacionales, hombres y mujeres entre los 25 y 75 años, de clase media y que disfrutan de la naturaleza, con las comodidades de un hotel cinco estrellas.

3.2.2. Demanda

Con base en Cue y Quintana (2014), la “demanda de mercado” es la cantidad de bienes que los consumidores están dispuestos a comprar a los diferentes precios, manteniendo lo demás constante, *ceteris paribus* (p.68).

Lamb et al. (2011) agregan que, la “demanda” es: la cantidad de un producto que se venderá en el mercado, a distintos precios durante un periodo específico. Mientras más alto sea el precio, menos servicios

solicitarán los consumidores y, por el contrario, entre más bajo sea el precio, más servicios solicitarán (p.634).

Cue y Quintana (2014) mencionan que, los principales determinantes de la demanda son:

- Los precios de los bienes relacionados, es decir, bienes sustitutos y bienes complementarios.
- Los ingresos de los consumidores: los niveles de ingresos de los consumidores actúan como una restricción presupuestal, que puede limitar a su demanda.
- Las preferencias de los consumidores: generalmente se mantienen en el tiempo ya que, dependen de los factores históricos y culturales.
- Información del consumidor: la información que reciben los consumidores acerca de los bienes y servicios disponibles en el mercado, puede afectar a su demanda.
- Las expectativas de los consumidores, las personas son previsoras y tienden a realizar expectativas sobre su ingreso y el precio (p.70).

3.2.3. Oferta

De acuerdo con De Jesús et al. (2008), “en economía, la oferta se define como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a ofrecer a un precio y condiciones dadas, en un determinado momento” (p.297). Los autores señalan que la oferta también, se puede definir como la cantidad de producto y servicio disponible para ser consumido (p.297).

En adición, Lamb et al. (2011) anotan que: “la oferta es la cantidad de un producto que un proveedor o varios proveedores, ofrecerán al mercado a diversos precios por un periodo específico” (p.635).

En consecuencia, es preciso agregar que, dentro de la determinación de la oferta, se estudian aspectos relacionados con la identificación de la posible competencia que tendrá el proyecto, por lo que se deberá definir el

número de competidores, calidad de sus productos o servicios, localización, participación en el mercado y precios (Córdoba, 2011, p.76).

3.2.4. Precio del servicio

Según Prieto (2009), el “precio” es la cantidad de dinero que se está dispuesto a pagar para comprar o alquilar un producto o servicio en el mercado (p.44).

Para Lamb et al. (2011) “un servicio es el resultado de aplicar esfuerzos humanos o mecánicos a personas u objetos” (p.389). Los servicios generalmente son intangibles, es decir, no se pueden tocar, ver, probar, escuchar o sentir de la misma forma, en que puede hacerse con los productos. Lamb et al. (2011) proponen una inseparabilidad sobre la producción, por cuanto se venden, se producen y se consumen al mismo tiempo.

La oferta de servicios es un producto intangible que consiste en gran medida, en un proceso o una serie de procesos (Lamb et al., 2011, p.394). En este sentido, los autores consideran que los servicios como un proceso, tienen relación con las personas y los objetos. Por consiguiente, en algunos casos, el proceso es físico o tangible, mientras que, en otros es intangible.

Para efectos de este estudio y siguiendo con la línea de Lamb et al., se determina que el servicio que se brindará en el hospedaje Glamping, es el procesamiento de personas. Según los autores, “se realiza cuando el servicio se dirige a un cliente” y requiere que los clientes, ingresen a la fábrica del servicio, la cual es una ubicación física, por lo tanto, el ingreso al hospedaje Glamping (2011, p.394).

Las estrategias de marketing se enfocarán más en un entorno atractivo y cómodo, además de la capacitación del personal, en temas de interacción entre trabajadores y clientes (Lamb et al., 2011, p.394).

Existen muchas formas de fijar precios en el mercado. Para dicha labor, Córdoba (2011) menciona que se deben tomar en cuenta algunos aspectos:

- Los costos de producción, que incluyen: materia prima, mano de obra directa, costos indirectos, gastos administrativos y ventas, costos de oportunidad e impuestos, entre otros.
- Los factores de la demanda: la intensidad de la demanda presiona los precios, ya sea hacia arriba o hacia abajo.
- Los precios de la competencia: si se considera la sensibilidad del cliente ante una diferencia de precios. Con base en la calidad del servicio que se ofrece, los precios del proyecto deben estar acorde con los precios del mercado.
- Políticas gubernamentales: los precios pueden ser influenciados por el Estado, mediante medidas como impuestos, aranceles, subsidios y otras, para proteger y estimular sectores económicos, lo mismo que para estimular consumo o favorecer a los consumidores.
- Margen de rentabilidad esperado: se asocia con la contribución esperada por el inversionista, a partir de su costo de producción.

Asimismo, Córdoba (2011) agrega que la combinación de los aspectos mencionados anteriormente, permite la fijación de precios de venta del servicio y deben ser revisados permanentemente, en la medida que dichos factores se modifiquen (p.78).

3.3. *Factores técnicos*

La principal razón, por la que se lleva a cabo un estudio técnico es para demostrar la viabilidad técnica del proyecto, conocer todas las etapas del servicio o producto a ejecutar, así como su justificación y los recursos necesarios para su ejecución.

En esta línea, Meza (2013) revela que, con el estudio técnico, se pretende verificar la posibilidad técnica de fabricación del producto o producción del servicio, para alcanzar los objetivos del proyecto. Su

propósito es determinar, si es posible producir y vender el producto o servicio con la calidad, cantidad y costo requerido, para lo cual, es necesario identificar tecnologías, maquinarias, equipos, insumos, materias primas, procesos, recursos humanos, etcétera (p.23).

Además, el autor comenta que:

El estudio técnico debe ir coordinado con el estudio de mercado, pues la producción se realiza para atender las ventas que se identifican en este último estudio. El estudio técnico es realizado por expertos en el campo objetivo del proyecto de inversión (ingenieros, técnicos, arquitectos, etc.) y constituye una de las etapas que mayor atención requiere debido a que toda la arquitectura financiera del proyecto, que corresponde a la estimación de inversiones, costos e ingresos, está montada sobre sus resultados. (Meza, 2013, p.25)

Adicionalmente, Córdoba (2011) expresa que el estudio técnico busca responder a las interrogantes: ¿cuánto?, ¿dónde?, ¿cómo? y ¿con qué producirá la empresa? (p.106). Tal estudio puede subdividirse a su vez, en partes, las cuales son “determinación del tamaño óptimo de la planta, la determinación de la localización óptima de la planta, la ingeniería del proyecto y el análisis organizativo, administrativo” (Baca, 2010, p.7).

3.3.1. Materiales

Los materiales constituyen “elementos básicos que se transformarán en productos terminados, a través del uso de la mano de obra y de los costos indirectos de fabricación en el proceso de producción” (Polimeni et al., 1994, p.76). Es la materia prima que se identifica directamente con un producto, por lo que es posible cuantificarla (Rodríguez, 2012, p.54).

De acuerdo con Polimeni et al. (1994), los materiales se dividen en materiales directos y materiales indirectos:

- Los materiales directos: son aquellos que pueden identificarse con la producción de un artículo terminado, que pueden asociarse fácilmente

al producto y que representan un costo importante del producto terminado. Un ejemplo sería el acero, utilizado en la fabricación de un automóvil. Los materiales directos, junto con la mano de obra directa, se clasifican como costos primos.

- Los materiales indirectos: son los demás materiales o suministros involucrados en la producción de un artículo, que no se clasifican como materiales directos; por ejemplo, el pegante que se emplea en la fabricación de muebles y los remaches utilizados para ensamblar un automóvil; es decir, costos necesarios, pero relativamente insignificantes. Los materiales indirectos de fabricación se consideran costos indirectos de fabricación (p.76).

Con base en Rojas (2015), se deben precisar las características y requerimientos de las materias primas e insumos necesarios para la producción de los bienes o servicios, así como prever su disponibilidad y costos (p.38).

3.3.2. Mano de obra

En lo referente a la mano de obra, Polimeni et al. (1994) la definen como:

El esfuerzo físico o mental que se emplea en la elaboración de un producto. El costo de la mano de obra es el precio que se paga por emplear los recursos humanos. La compensación que se paga a los empleados que trabajan en las actividades relacionadas con la producción representa el costo de la mano de obra de fabricación. (p.84)

Es la labor de las personas que contribuyen de manera directa o indirecta en la transformación de la materia prima, para la elaboración de un bien (Jiménez, 2010, p.60).

Polimeni et al. (1994) añaden que la mano de obra se divide, al igual que los materiales, en mano de obra directa y mano de obra indirecta:

- La mano de obra directa: es la que se involucra de manera directa, en la producción de un artículo terminado, que fácilmente puede asociarse al producto y que representa un costo de mano de obra importante, en la producción de dicho artículo. Los trabajadores de una línea de ensamblaje en una fábrica automotriz o los operarios de una máquina de tejer en una fábrica de sacos, son ejemplos.
- La mano de obra indirecta: es el trabajo de fabricación que no se asigna directamente a un producto; además, no se considera relevante determinar el costo de la mano de obra indirecta, con relación a la producción. Entre los trabajadores cuyos servicios están indirectamente relacionados con la producción, se incluyen los diseñadores de productos, los supervisores de trabajo y los inspectores del producto. La mano de obra indirecta hace parte del costo indirecto de fabricación (p.85).

Dependiendo de las necesidades y objetivos del proyecto, la mano de obra será clasificada con base en las especialidades requeridas (Rojas, 2015, p.40).

3.3.3. Mobiliario, equipo y suministros requeridos

Según Meza (2013), los equipos y maquinarias son de gran importancia, debido a que comprenden todos aquellos elementos que se necesitan en el proceso de producción o prestación de un servicio y su selección, debe realizarse con base en los siguientes rubros: características técnicas, costos, vida útil, capacidad instalada y requisitos especiales (p.27).

Representan los inmuebles, maquinaria y equipo adquiridos y/o construidos para apoyar las actividades que realiza el negocio, por ejemplo, la maquinaria empleada para la producción de bienes y/o edificaciones para la prestación de servicios (Chu, 2016, p.49).

Por consiguiente, el mobiliario y equipo comprende el conjunto de inmuebles y utensilios esenciales para la ejecución de las actividades diarias de una empresa. Forman parte de los activos, los cuales se espera que rindan beneficios económicos en el futuro. Guajardo y Andrade (2014), expresan que: “los edificios, equipos, mobiliario, enseres, maquinarias, automóviles y camiones son ejemplos de activos fijos que se deprecian a lo largo de su vida útil” (p.330).

En el caso de un servicio de hospedaje, corresponde a las instalaciones, las camas, televisores, bañeras, entre otros.

3.3.4. Personal previsto para la operación del servicio

Las empresas están conformadas por múltiples componentes, sin embargo, el más importante corresponde al recurso humano. Amador (2015), lo define como aquel que, es “dinámico, creativo y con disposición de aportar y trabajar en equipo para el logro de objetivos” (p.28). Son las personas que participan en la organización, aportando sus habilidades y conocimientos, además, constituyen el único recurso vivo que decide cómo operar los demás recursos (Chiavenato, 2011, p.81).

La planeación y estimación del tamaño de la fuerza laboral requerida, implica predecir las habilidades y competencias que la empresa necesitará, así como conocer la demanda del producto o servicio (Dessler y Varela, 2011, p.92).

En esta misma línea, Baca (2016) manifiesta que es necesario elaborar un organigrama general de la empresa, mediante el cual se observe la cantidad total de personal, interno y externo, que trabajará en ella y que será considerado en el análisis económico, para incluirse en el pago de nómina.

Por otro lado, de acuerdo con Meza (2013), la operación de un proyecto comienza con la idea y posteriormente, con la puesta en marcha del plan, mediante la movilización de los recursos humanos, financieros y logísticos que se expresan en salidas de dinero, como los costos de

producción, administrativos, de ventas y financieros, y en ingresos por la venta del bien o servicio (p.20).

3.4. *Viabilidad financiera*

De acuerdo con Sapag et al. (2014), la “viabilidad financiera” mide la rentabilidad que retorna una inversión, por lo que sirve para determinar en última instancia, la aprobación o rechazo de un proyecto (p.26). Por su parte, Pérez y Segundo (s.f.) añaden que, por medio de su ejecución, se analizan las inversiones y la financiación necesaria para el funcionamiento de una empresa (p.7).

La viabilidad financiera conlleva la ejecución de un estudio financiero, que tiene como objetivo ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que hayan proporcionado los estudios anteriores, así como la evaluación del proyecto (Sapag et al., 2014, p.34).

En concordancia, la información utilizada en dicho estudio proviene, principalmente, del estudio de mercado que proporciona los posibles ingresos que tendría el proyecto, con base en las ventas proyectadas por el precio y del estudio técnico que suministra información sobre las inversiones a realizar (Fernández, 2010, p.45).

3.4.1. Inversión inicial

La inversión inicial se puede definir como el conjunto de desembolsos de efectivo producidos para la adquisición, transporte e instalación de los activos necesarios para la implementación de un proyecto (Meoño y Jara, 2016, p.81).

Baca (2016) señala que comprende la adquisición de activos fijos o tangibles como terrenos, edificios, equipo, mobiliario, herramientas y otros; y de activos intangibles, como patentes de invención, marca, gastos preoperativos, de instalación, contratos de servicios de luz, teléfono, internet, agua, etcétera (p.183).

En este contexto, como parte del estudio financiero, es pertinente calcular la cantidad inicial de dinero que será necesaria desembolsar para comenzar un proyecto. Para ello, Pérez y Segundo (s.f.) comentan que se deben planificar las inversiones, mediante la confección de una lista con todos los elementos a considerar, para la puesta en marcha de la actividad empresarial y con cifras lo más realistas posibles (p.21).

3.4.2. Fuentes de financiamiento

En lo referente al origen de los recursos financieros requeridos para cubrir la inversión inicial que se haya estimado, Hinojosa y Alfaro citados por García (2015) definen el “financiamiento” como el abastecimiento del dinero que se empleará en la realización de un proyecto o en el funcionamiento de una empresa (p.7).

Las fuentes para obtener financiamiento son variadas, las principales suelen ser a través de créditos, cuando el efectivo proviene de una institución financiera; recursos propios, cuando la fuente es una aportación de la persona emprendedora o bien, recursos ajenos, cuando proceden de aportaciones federales, estatales o de la comunidad (De la Torre y Zamarrón, 2002, p.7).

En el caso de recurrir a financiamiento por medio de crédito, Weston y Brigham (1994) señalan que: “la tasa de interés es el precio que se paga por solicitar en préstamo capital de deuda” (p.130). En este sentido, se debe tomar en cuenta que los acreedores esperan un pago fijo por el servicio de la deuda, el cual considera el principal y los intereses, y estará protegido por limitaciones y condiciones incluidas en el contrato de deuda (Villalobos, 2017, p.12).

En adición, de acuerdo con Longenecker et al. (2012), todo contrato de crédito incluye cuatro disposiciones: la tasa de interés que cobran los bancos, la fecha de vencimiento del crédito, el programa de pagos y las cláusulas o restricciones del crédito.

3.4.3. Ingresos y egresos esperados

Conforme lo expresado por Guajardo y Andrade (2014), los ingresos se refieren a aquellos “recursos que recibe el negocio por la venta de un servicio o producto” (p.43). Son flujos obtenidos generalmente de las operaciones principales del negocio, que dependen del precio al que se venda el producto o servicio y el número de unidades o servicios vendidos (Bravo et al., 2010, p.91).

Por otro lado, los egresos son las erogaciones de recursos financieros para la liquidación de algún bien, servicio recibido o por algún otro concepto (Secretaría de Finanzas, 2013, p.343). Por consiguiente, los ingresos y egresos esperados serán las distintas entradas y salidas de efectivo, previstas de la operación de un proyecto durante un plazo determinado.

Estos aspectos en conjunto con la inversión inicial, suponen los elementos que conforman la elaboración de un flujo de caja proyectado, el cual representa una herramienta financiera muy utilizada, para evaluar la capacidad de contar con efectivo.

Es una “proyección de los flujos de una empresa en un período determinado, con la finalidad de determinar las necesidades o los excesos de liquidez que tendrá en el futuro” (Asesor Financiero, s.f., p.3).

Con base en Sapag (2011), se estructura en varias columnas que representan los momentos en que se generan los movimientos de caja durante un periodo y los desembolsos, para que los eventos del periodo siguiente puedan ocurrir (p.250). En esta misma línea, es importante determinar el “horizonte de evaluación”, definido como el periodo durante el cual se pronosticarán los flujos de caja para medir la rentabilidad del proyecto, normalmente son diez años (Sapag, 2011, p.254).

Para construir un flujo de caja proyectado, Sapag et al. (2014, pp.226-229) anotan que su estructura, se compone de:

- Egresos iniciales: es la inversión inicial requerida para la puesta en marcha del proyecto.
- Ingresos y egresos de operación: son los flujos de entradas y salidas reales de caja.
- Depreciación y amortización: no ocasiona salidas de caja, por lo que para calcular el impuesto y aprovechar el descuento tributario, se debe restar. Posteriormente, el monto se deberá volver a sumar.
- Impuesto a las utilidades.

En adición, si se trabaja bajo el supuesto de que el proyecto es financiado mediante deuda, se incluirá en el flujo de caja los rubros correspondientes a los ingresos derivados de los financiamientos obtenidos, así como los egresos para amortizarlos (Asesor Financiero, s.f., p.4).

Ahora bien, la evaluación de un proyecto compara si el flujo proyectado le permite al inversionista, obtener la rentabilidad deseada y recuperar la inversión (Sapag, 2011, p.300). Dentro de los métodos para hacer esta evaluación, se encuentran: el periodo de recuperación de la inversión, el VAN, el VAN ajustado, el VAN anualizado, la TIR y el índice de deseabilidad.

Con respecto al Periodo de Recuperación (PR), Vaquiro citado por Córdoba (2011), lo define como un instrumento que permite medir el plazo de tiempo requerido para que los flujos netos de efectivo recuperen la inversión inicial (p.234). En palabras de Weston y Brigham (1994), este método se entiende como el número esperado de años, para recuperar la inversión original (p.642).

Existen dos maneras para calcular ese plazo, Meoño y Jara (2016, p.105) mencionan que, si los flujos de efectivo obtenidos son iguales en cada periodo, se debe utilizar la fórmula de la figura 7.

Figura 7

Fórmula periodo de recuperación para flujos iguales

$$PR = \frac{\text{Inversión inicial}}{\text{Flujo de efectivo anual}}$$

Fuente: Meoño y Jara (2016).

En caso de que los flujos sean diferentes, los autores agregan que el cálculo, se hace mediante la fórmula expresada en la figura 8.

Figura 8

Fórmula periodo de recuperación para flujos diferentes

$$PR = \text{N}^\circ \text{ periodos antes de alcanzar la inversión inicial} + \frac{\text{Suma no cubierta antes de alcanzar la inversión inicial}}{\text{Flujo de efectivo donde se alcanza la inversión inicial}}$$

Fuente: Meoño y Jara (2016).

En cuanto al VAN, Fernández (2010) comenta que: “consiste en encontrar la diferencia entre el valor actualizado de los flujos de beneficio y el valor actualizado de las inversiones y otros egresos de efectivo” (p.130). La fórmula empleada para su cálculo, está en la figura 9.

Figura 9

Fórmula valor actual neto

$$VAN = -I_0 + \frac{F_{n1}}{(1+K)} + \frac{F_{n2}}{(1+K)^2} + \frac{F_{n3}}{(1+K)^n}$$

Fuente: Fernández (2010).

En dicha fórmula, “I₀” representa la inversión inicial, “F_n” el flujo neto de efectivo anual y “K” el rendimiento mínimo aceptable para la empresa (Fernández, 2010, p.130).

En consecuencia, Sapag (2011) explica que, si el resultado de la fórmula es mayor que cero, se mostrará cuánto se gana con el proyecto después de recuperar la inversión; si es igual a cero significa que después de recuperar el capital invertido, el proyecto reporta exactamente la tasa que definió y si el resultado es negativo, muestra la cantidad que falta para ganar la tasa que se deseaba obtener después de recuperada la inversión (p.300).

En este mismo tema, el VAN ajustado “modifica el VAN básico para incorporar los efectos de las decisiones de financiamiento causados por el proyecto” (Marín y Ketelhöhn, 1993, p.84).

En este sentido, Lira (2013) señala que este indicador es utilizado únicamente, en proyectos financiados mediante préstamos de terceros y es obtenido al sumar el VAN del flujo de caja sin apalancamiento y el VAN del flujo de caja financiado (p.182).

Por su parte, el VAN anualizado es un método que convierte el valor presente neto de proyectos mutuamente excluyentes, en una anualidad equivalente, con la finalidad de seleccionar el mejor (Gitman, 2012, p.425).

En relación con la TIR, Dumrauf (2010) menciona que es: “aquella tasa que descuenta el valor de los futuros ingresos netos esperados, igualándolos con el desembolso inicial de la inversión” (p.310).

Meoño y Jara (2016) agregan que es la tasa que hace posible que el VAN sea cero y debe ser comparada con la tasa mínima de rentabilidad requerida, para tomar la decisión de aceptar un proyecto; por lo tanto, si la TIR es mayor que la tasa de costo de capital, se acepta el proyecto y si sucede lo contrario, el proyecto se rechaza (p.110).

Finalmente, el Índice de deseabilidad es un método complementario al VAN y la TIR que indica: “en cuánto excede unitaria o porcentualmente el valor presente de los flujos de efectivo con respecto a la inversión inicial”. (Meoño y Jara, 2016, p.113). Su fórmula se encuentra en la figura 10.

Figura 10

Fórmula índice de deseabilidad

$$\text{Índice de deseabilidad} = \frac{\sum_{t=1}^n \frac{\text{FNE}}{(1+K)^t}}{I_0}$$

Fuente: Meoño y Jara (2016).

En la fórmula, “I₀” es la inversión inicial, “FNE” son los flujos netos de efectivo, “K” es el costo de capital o rendimiento mínimo y “n” es el número de años de duración del proyecto. Si el resultado de este índice es mayor que uno, el proyecto se acepta y entre mayor es su valor, mayor será su deseabilidad (Meoño y Jara, 2016, p.113).

A partir de los conceptos expuestos en este capítulo, se sustenta con conocimiento teórico los objetivos planteados en la investigación, proporcionando claridad y amplitud, respecto a los temas legales, de mercado, técnicos y financieros que se requieren abordar para conocer la viabilidad del emprendimiento que se propone.

Asimismo, se da paso al siguiente capítulo en donde se llevan a la práctica tales aspectos, a través de la recopilación y el análisis de la información propia del proceso para determinar la conveniencia de la construcción y apertura del hospedaje.

CAPÍTULO IV. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

CAPÍTULO IV. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

En este capítulo, se expone la información de índole legal, técnica, de mercado y financiera en torno a la creación y funcionamiento del hospedaje Glamping, obtenida mediante la aplicación de los instrumentos de investigación, definidos en el capítulo I.

Los resultados derivados del análisis de cada una de estas variables, constituyen los insumos que permiten determinar la viabilidad del emprendimiento en cuestión y a su vez, ser una fuente de información referencial para la toma de decisiones por parte de quien o quienes, estén interesados en gestar un negocio de esta envergadura.

4.1. *Requisitos legales*

A efectos de acatar las disposiciones que establece el marco jurídico costarricense en torno a la construcción y funcionamiento del hospedaje, se deben gestionar una serie de trámites ante instancias como: el Ministerio de Hacienda, Ministerio de Salud, CCSS, INS, ICT, entre otros. Tal tramitología, implica la atención de diferentes requisitos que conlleven a la debida puesta en marcha del emprendimiento.

Cabe señalar, que esta temática ha sido abordada, ampliamente, en el capítulo II de este trabajo de investigación, por lo que a continuación se recopila un extracto que refleja los permisos y requisitos pertinentes en la creación de un negocio.

4.1.1. Permisos

En lo referente a la construcción de las instalaciones del hospedaje, se deberá tramitar ante la Municipalidad de Santa Ana, el permiso para la ejecución de la obra. De acuerdo con el sitio Web de dicha entidad, el dueño de la propiedad deberá presentar la siguiente documentación:

- Copia del plano catastrado.

- Certificado de uso de suelo, para el cual se deberá registrar en la plataforma de trámites digitales del sitio Web de la municipalidad y pagar el monto de ₡2.400 colones.
- Certificación de la propiedad emitida por el Registro Público o por notario público, con un valor de ₡3.100, si es emitida por el Registro Público y de ₡24.010 por un notario.
- Constancia de póliza de riesgos, emitida por el INS.
- Comprobante de pago del permiso de construcción.
- Estar al día con las obligaciones municipales.
- Estar al día con las obligaciones con la CCSS.
- Carta de disponibilidad de agua potable.
- Carta de disponibilidad de desfogue pluvial.

De acuerdo con una consulta telefónica a la municipalidad, para el año 2019, el costo del permiso de construcción es equivalente a 1% sobre el valor de la construcción, más un monto de ₡36.640 para emitir el comprobante de construcción y poder iniciar la obra (Municipalidad de Santa Ana, comunicación personal, 10 de febrero de 2021).

En relación con la póliza de riesgos del INS, su sitio Web señala que la personería jurídica deberá registrar la obra de construcción, mediante el formulario “Solicitud de inclusión de proyecto de construcción” y aportar al menos uno de los siguientes documentos de respaldo:

- Formulario “Solicitud de Póliza para Trámite Municipal” emitido por el Colegio Federado de Ingenieros y Arquitectos (CFIA) o la municipalidad respectiva, cuando la obra requiera permiso municipal.
- Copia de la orden de compra o adjudicación, cuando se trate de licitaciones públicas o privadas.
- Formulario “Declaración de subcontrato” firmada entre las partes (contratista y subcontratista), cuando se trate de un subcontrato de construcción.

- Copia del contrato entre las partes, en el que se indique el monto total de la obra, monto de materiales y monto de mano de obra, cuando no se cuente con ninguno de los documentos anteriores (INS, 2020).

Por otro lado, para que el hospedaje pueda iniciar sus operaciones, se deberá obtener un permiso sanitario de funcionamiento, expedido por el Ministerio de Salud. El solicitante debe cumplir diversos requisitos descritos en el Reglamento general para Autorizaciones y Permisos Sanitarios de Funcionamiento (2016):

- Documento de Uso de Suelo emitido por la municipalidad respectiva.
- Planos constructivos del establecimiento.
- Licencia ambiental, únicamente para aquellos proyectos nuevos y que no se encuentren en operación.
- Nota de disponibilidad de alcantarillado sanitario del Ente Administrador del Alcantarillado Sanitario (EAAS) correspondiente, cuando el establecimiento vierta aguas residuales directamente a la red del alcantarillado sanitario.
- Concesión de aprovechamiento del agua otorgada por el MINAE, si corresponde.
- Permiso de instalación y de funcionamiento para calderas otorgado por el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, cuando el establecimiento utilice calderas.
- Estar inscrito y estar al día con la CCSS sea como patrono, trabajador independiente o en ambas modalidades.
- Autorización y registro del establecimiento extendido por el colegio profesional correspondiente, cuando así lo establezca la "Ley General de Salud" u otra ley especial.
- En el caso de pequeñas y microempresas, deberán estar inscritas en el Sistema de Información Empresarial Costarricense (SIEC) que, para dichos efectos lleva el Ministerio de Economía, Industria y Comercio.

Dicho permiso se lleva a cabo en el Área Rectora de la Salud, donde esté ubicado el negocio. En el caso de este proyecto, se debe realizar en el área de salud de Santa Ana y el costo varía, dependiendo del tipo de clasificación que tenga la actividad comercial que se desarrolle.

Con base en una consulta telefónica con funcionaria del Ministerio de Salud, el proyecto se cataloga en “Actividades de alojamiento para estancias cortas”, clase 5510 y riesgo B (medio riesgo). Al ser tipo B, el costo del permiso es de \$50 con renovación cada año (Ministerio de Salud, comunicación personal, 10 de febrero de 2021).

Con respecto a la licencia ambiental, el Decreto Ejecutivo 31849 (2004) titulado: “Reglamento General sobre los Procedimientos de Evaluación de Impacto Ambiental (EIA)” manifiesta en su artículo 4, que dentro de las actividades, obras o proyectos que no deben tramitar ante SETENA una Evaluación de Impacto Ambiental, se encuentran aquellas construcciones y operaciones de edificaciones de menos de 500 m² y que no se ubiquen en un área ambientalmente frágil.

Sin embargo, también menciona que quedarán sujetas a los controles ambientales establecidos por las municipalidades, el Ministerio de Salud, el Ministerio de Agricultura y Ganadería, el Ministerio de Obras Públicas y Transportes y el Ministerio de Ambiente y Energía, entre otras.

Al momento de entrar en funcionamiento será necesario, llevar a cabo otras diligencias que procuren una gestión, conforme a lo dictaminado por la legislación costarricense. En este sentido, se requiere que el emprendedor realice la inscripción como contribuyente ante el Ministerio de Hacienda, mediante el portal ATV, dentro de los diez días hábiles siguientes a la fecha, en que inicie actividades u operaciones (Decreto Ejecutivo 38277, 2014).

Para este fin, deberá presentar documentos como: identificación original, vigente y en buen estado de la persona física que realiza el trámite;

certificación de personería jurídica y el número de medidor o el NISE (Resolución 060, 2017).

Asimismo, es su obligación inscribirse como patrono ante la CCSS en los primeros ocho días hábiles posteriores al inicio de la actividad, para lo cual deberá aportar información mínima como: el nombre del negocio y la actividad a la que se dedica; la dirección y números de teléfono, apartado y facsímil, si los hubiere y en el caso de personas jurídicas, deben aportar fotocopias de la escritura de constitución y de la cédula jurídica (Reglamento 7082, 1997).

Además, de acuerdo con el Código de Trabajo (1943): “todo patrono, sea persona de Derecho Público o de Derecho Privado, está obligado a asegurar a sus trabajadores contra riesgos del trabajo, por medio del Instituto Nacional de Seguros”.

Aunado a lo anterior, deberá solicitar en la Municipalidad de Santa Ana, la patente municipal que autorice su actividad comercial, cuyos requisitos se presentan en el capítulo II de la presente investigación. El costo de la patente se calcula en la municipalidad, con base en la declaración de los ingresos y egresos proyectados para la actividad comercial y se paga trimestralmente (Municipalidad de Santa Ana, comunicación personal, 26 de marzo de 2021).

Finalmente, el dueño del hospedaje podrá declarar su actividad como turística ante el ICT, una vez haya cumplido con los requisitos técnicos, económicos y legales establecidos bajo el Decreto Ejecutivo 41370, los cuales también fueron expuestos en el capítulo II.

La solicitud de declaratoria deberá especificar, entre otros aspectos: la actividad que se desarrollará, lugar específico donde se realizará la operación, nombre comercial a utilizar y por último, lugar y medio para recibir notificaciones.

4.2. *Estudio de mercado*

Con el propósito de tener una noción acerca del entorno en que se pretende desenvolver el hospedaje Glamping, se realiza el presente estudio de mercado, que contempla la identificación de los posibles consumidores del servicio, la aceptación que tendría el negocio entre esa población, la presencia de negocios similares en el país y finalmente, con base en tales aspectos, la determinación del precio al que se podría ofrecer el servicio.

4.2.1. Población meta

El hospedaje Glamping que se desea implementar se dirige principalmente, a turistas extranjeros y nacionales, de clase media, entre el rango de edad de 25 a 75 años e interesados en vivir experiencias en medio de la naturaleza con las comodidades de un hotel cinco estrellas.

La encuesta elaborada para la población meta cuenta con un total de 14 preguntas (Ver Anexo 1). Para su aplicación, se recurrió a la herramienta QuestionPro, la cual es un software gratis para encuestas en línea, que permite llevar un control de las encuestas empezadas, abandonadas y terminadas, así como la cantidad de veces que se abrió el enlace y el tiempo promedio que se dura respondiendo.

La información de contacto de los turistas nacionales y extranjeros fue brindada por una agencia de viajes, que prefiere mantenerse en el anonimato. Se envió un aproximado de 538 solicitudes a usuarios de la agencia de viajes; sin embargo, el grado de respuesta no fue el esperado y para cumplir la meta de la muestra, se amplió el espectro.

En relación con la ampliación del espectro, se siguieron dos estrategias que se trabajaron en paralelo. Una de ellas, fue consultar más agencias de viajes, siete extranjeras, tres estadounidenses, dos mexicanas, una guatemalteca, una argentina y tres nacionales.

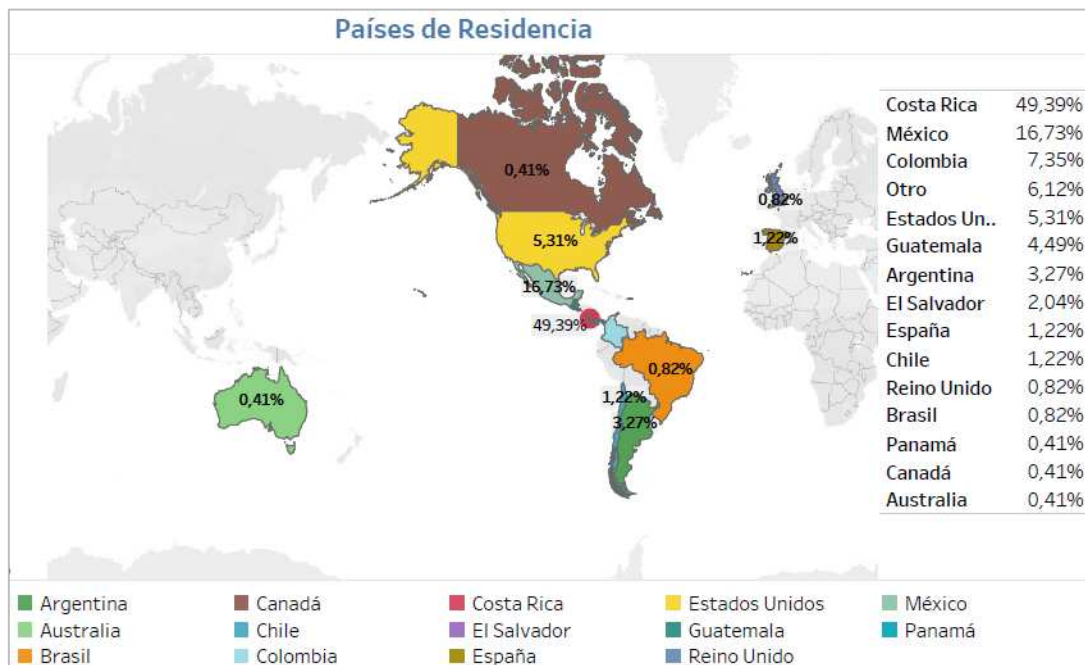
La segunda fue mediante la red social de Facebook, en específico, aplicar la encuesta en grupos cerrados cuya temática es el turismo, en total fueron 8 grupos que poseen entre 1.500 y 3.000 miembros.

Ahora bien, con base en la figura 11, se observa que el 49,39% de los encuestados reside en el territorio nacional; el 16,73% en México; el 7,35% en Colombia; el 6,12% anota la opción “Otro”, en el que destacan países como Bolivia, Ecuador, Perú, Puerto Rico, Uruguay, Bélgica, Honduras y Polonia; el 5,31% radica en Estados Unidos; el 4,49% en Guatemala; el 3,27% en Argentina y el 2,04% en El Salvador.

Por su parte, España y Chile cuentan con 1,22% cada uno, Reino Unido y Brasil con 0,82% cada uno y Panamá, Australia y Canadá con 0,41% cada uno.

Figura 11

País de residencia



Fuente: Elaboración propia (2021).

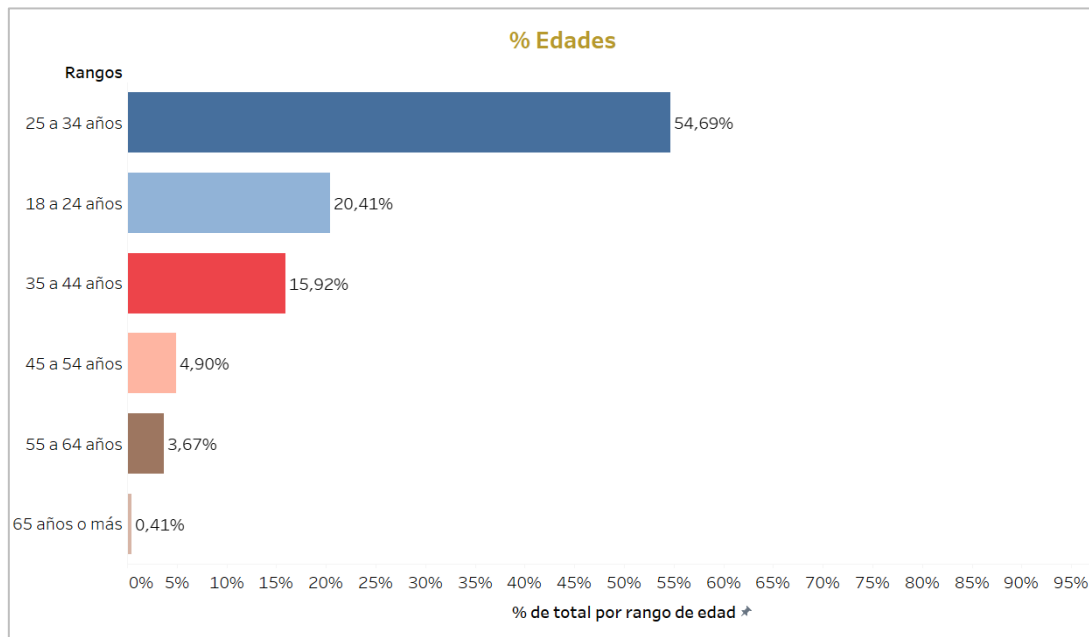
En concreto, de las 250 personas encuestadas, 124 son nacionales representando el 49,39% y 126 son extranjeras constituyendo el 50,61%.

Esto refleja, un punto de partida de los posibles clientes potenciales y la necesidad de identificar oportunidades para el desarrollo del proyecto, tomando en cuenta que cada país tiene una identidad.

En cuanto a los grupos de edades, la figura 12 demuestra que el 54,69% se ubica en el rango de 25 a 34 años; el 20,41% se encuentra entre los 18 a 24 años; el 15,92% entre los 35 a 44 años; el 4,90% entre los 45 a 54 años; el 3,67% entre los 55 a 64 años y el 0,41% afirma tener 65 años o más.

Figura 12

Rango de edad

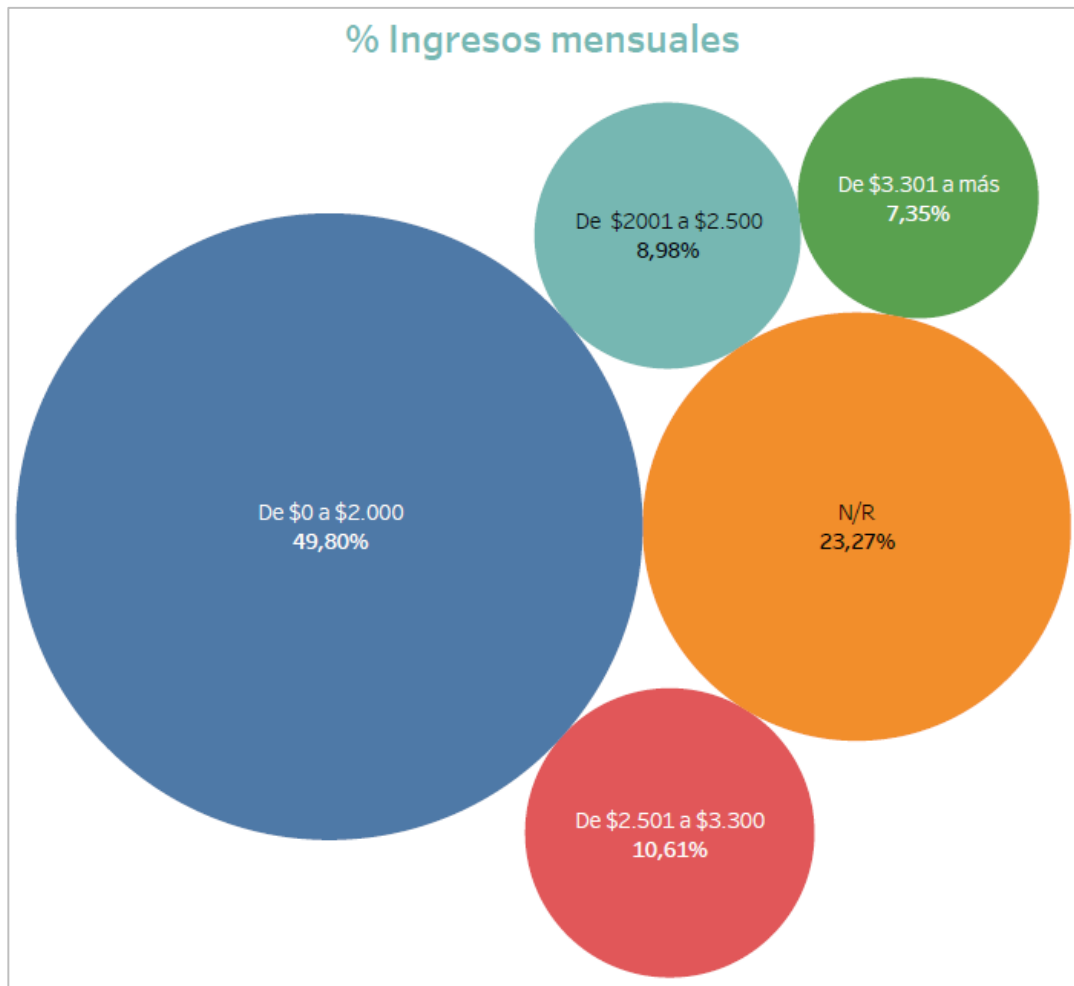


Fuente: Elaboración propia (2021).

Respecto al nivel económico de esta población, la figura 13 revela que el 49,80% posee ingresos que van desde los \$0 a \$2.000, siendo en moneda nacional aproximadamente entre ₡0 a ₡1.226.999; el 23,27% no proporciona datos; el 10,61% se posiciona entre \$2.501 a \$3.300, equivalente al rango de ₡1.534.000 a ₡2.024.999; el 8,98% percibe entre \$2001 a \$2.500, correspondiente al rango de ₡1.227.000 a ₡1.533.999 y el 7,35% gana \$3.301 o más, alrededor de ₡2.025.000 o superior.

Figura 13

Ingresos mensuales



Fuente: Elaboración propia (2021).

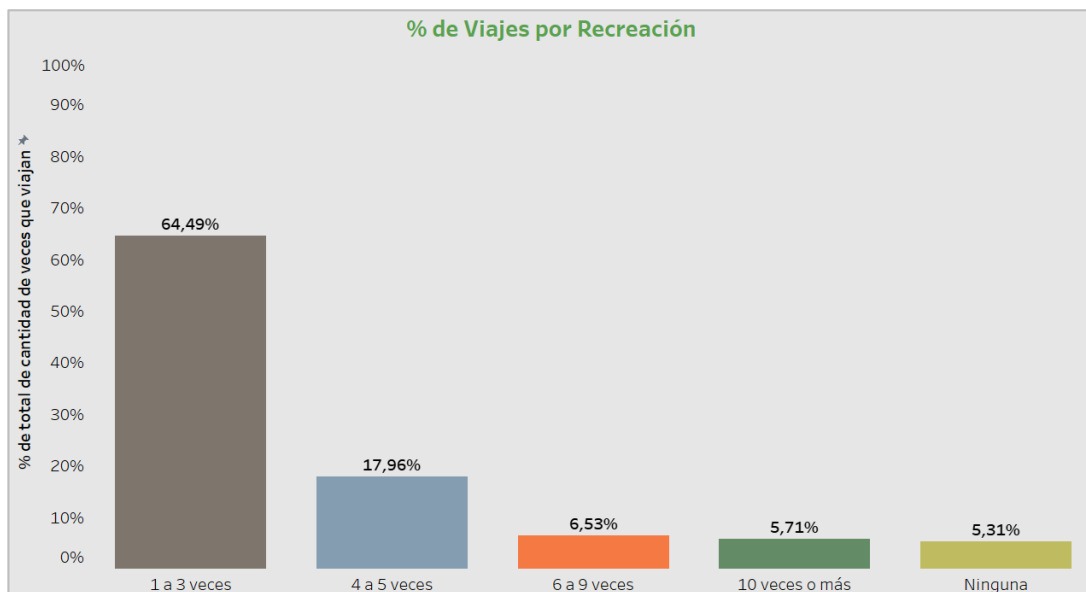
Como se observa, la mayor parte de las personas tiene un presupuesto por debajo de los \$2000, parte del cual pueden ser utilizado para fechas especiales como: aniversarios, propuestas de matrimonio, lunas de miel, cumpleaños, vacaciones, entre otros; ya sea mediante sistemas de ahorro, préstamos o tarjetas de crédito.

También es posible notar que hay una población considerable, que gana por encima de los \$2000, quienes igualmente son considerados como potenciales clientes.

En referencia a los patrones de viaje recreacionales de los potenciales consumidores, la figura 14 expone que el 64,49% viaja de 1 a 3 veces al año; el 17,96% de 4 a 5 veces; el 6,53% de 6 a 9 veces, el 5,71% lo hace 10 veces o más y el 5,31% no acostumbra a viajar durante el año. Estos datos dejan ver que existe un público amplio, que suele viajar varias veces durante el año, por lo que es probable que requiera de un servicio de hospedaje.

Figura 14

Veces que viaja durante el año



Fuente: Elaboración propia (2021).

En otras palabras, de todos los encuestados, el 94,69% viaja una o más veces al año, lo cual presenta una realidad positiva de futuros clientes y su posible interés de explorar negocios como el del proyecto.

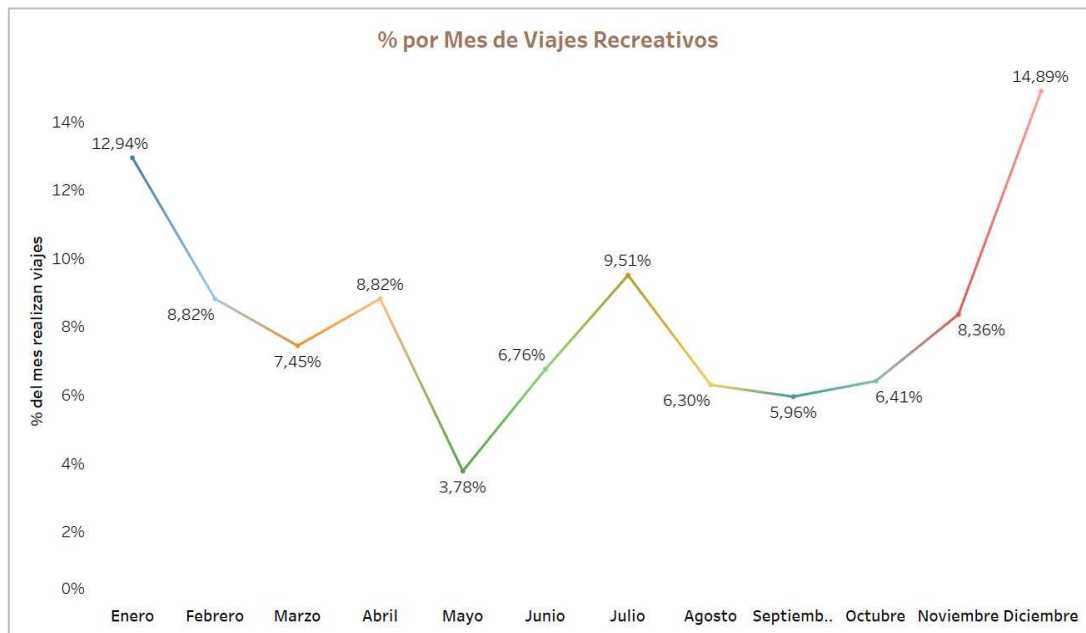
En esta misma línea, el 49,14% de las personas viaja únicamente a nivel nacional, el 43,53% viaja tanto a lo interno como a lo externo de su país y el 7,33% lo hace solo internacionalmente.

En concordancia, en la figura 15, los resultados denotan que diciembre con 14,89% es el mes en que dicha población suele viajar más; seguido de enero con 12,94%; julio con 9,51%; febrero y abril con 8,82%

cada uno; noviembre con 8,36%; marzo con 7,45% y por último junio, octubre, agosto, setiembre y mayo con 6,76%, 6,41%, 6,30%, 5,96% y 3,78%, respectivamente.

Figura 15

Meses para realizar viajes de esparcimiento



Fuente: Elaboración propia (2021).

Como se observa, los tres meses con mayor porcentaje, diciembre, enero y julio son aquellos que representan épocas festivas, en donde las personas normalmente, tienen vacaciones, siendo esta situación un aliciente para que se dediquen a pasear.

La cantidad de personas con las que suelen viajar, se visualiza en la figura 16, donde se indica que el 39,66% viaja en pareja; el 37,50% con 3 a 4 personas; el 12,07% lo hace solo y el 10,78% con 5 o más.

Figura 16

Personas con las que viaja



Fuente: Elaboración propia (2021).

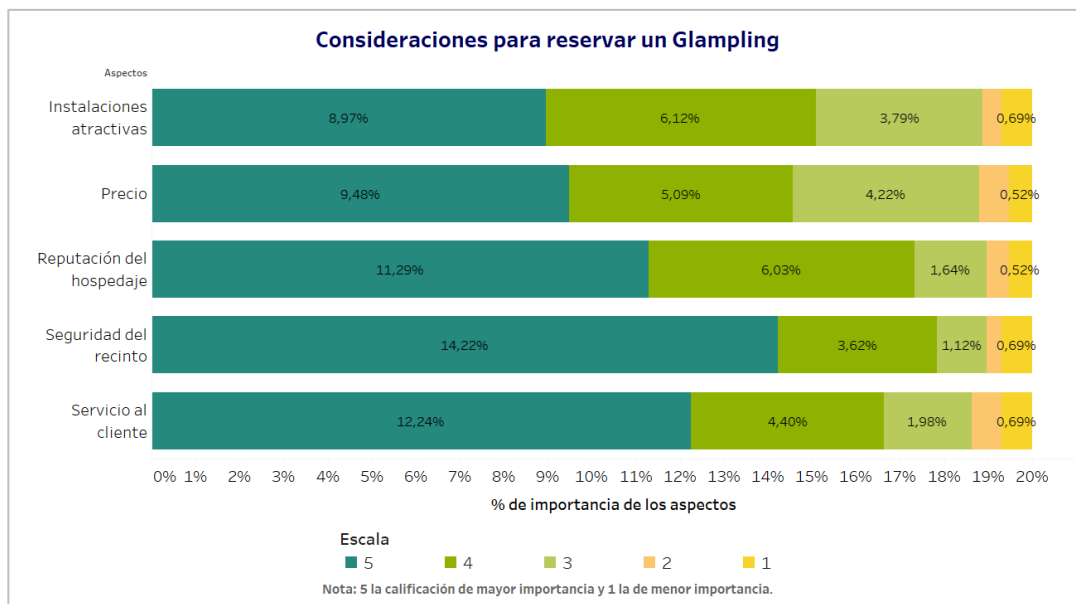
Se puede apreciar que el mayor porcentaje, refiere a personas que viajan con un acompañante, siendo favorable para los servicios de hospedaje dirigidos específicamente a parejas, ya que podría traducirse a potenciales clientes del negocio.

Asimismo, un servicio de hospedaje puede obtener mayor número de clientes, si amplía su cobertura al dirigirse al segundo mayor porcentaje, referente a las personas que viajan en grupos de 3 a 4 miembros y que constituyen regularmente, familias.

Al momento de adquirir el servicio, la figura 17 reconoce que los turistas otorgan principal importancia, a la seguridad con que cuenta el recinto; seguido del servicio al cliente; la reputación del hospedaje; el precio y, en último lugar, el atractivo de las instalaciones.

Figura 17

Aspectos al adquirir un servicio de hospedaje



Fuente: Elaboración propia (2021).

4.2.2. Demanda

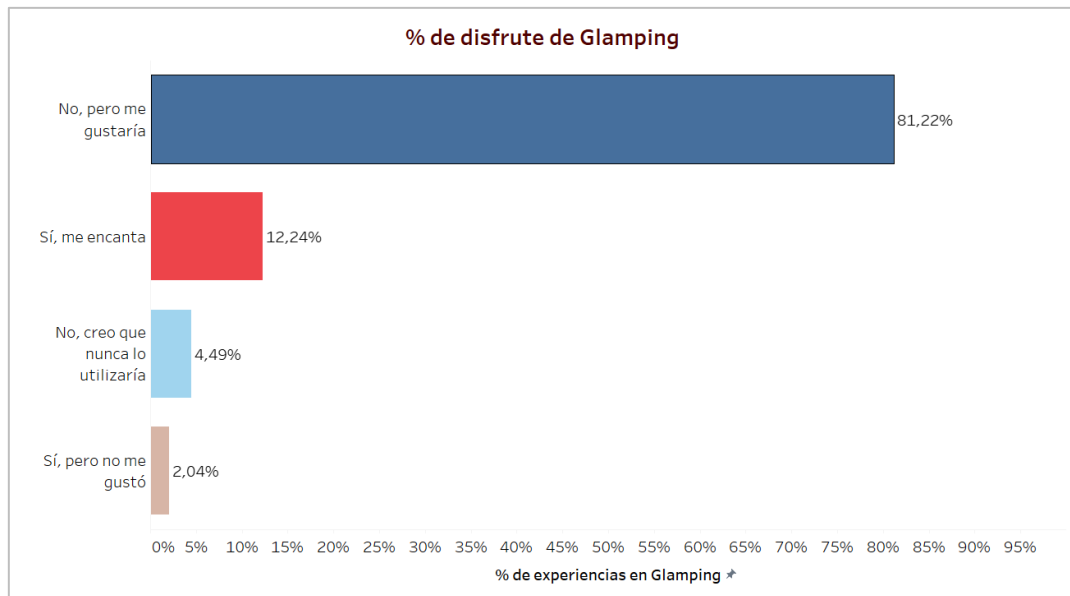
Esta sección pretende conocer la posibilidad, de que los turistas utilicen el servicio de hospedaje propuesto.

En lo relativo a su conocimiento respecto a los alojamientos Glamping, el 51,02% de la población no sabe qué es este tipo de hospedaje y, por el contrario, el 48,98% sí lo conoce o ha escuchado acerca de él. El mayor porcentaje refiere a personas que no conocen el término, siendo un factor favorable, dado que sigue siendo moderno y atractivo para los potenciales clientes.

Al tener mayor claridad sobre el concepto de hospedaje Glamping, la figura 18 ilustra que, el 81,22% de estas personas nunca ha utilizado uno de estos servicios, pero están interesados en hacerlo; el 12,24% sí lo ha visitado y le gusta; el 4,49% no lo ha utilizado y no cree utilizarlo en el futuro y el 2,04% sí ha hecho uso del servicio, sin embargo no le gustó.

Figura 18

Uso del servicio de hospedaje Glamping



Fuente: Elaboración propia (2021).

A partir de esos datos, se aprecia que la mayoría de encuestados nunca ha utilizado esta modalidad de hospedaje; no obstante, con base en la definición proporcionada, les gustaría probar un concepto de hospedaje diferente, por lo que se puede inferir que existe un mercado, que podría hacer uso de este servicio.

En el caso de las personas que sí han visitado un alojamiento Glamping, el 71,43% ha vivido experiencias mayormente positivas, destacando el contacto con la naturaleza, el ambiente de relajación y placer que se genera, así como el buen servicio al cliente.

Por el contrario, el 17,14% de los usuarios expone experiencias negativas que reflejan su descontento, principalmente, con la falta de aire acondicionado, porque las estructuras son calientes, con elevados precios del servicio, ausencia de las comodidades necesarias y el uso de baños compartidos.

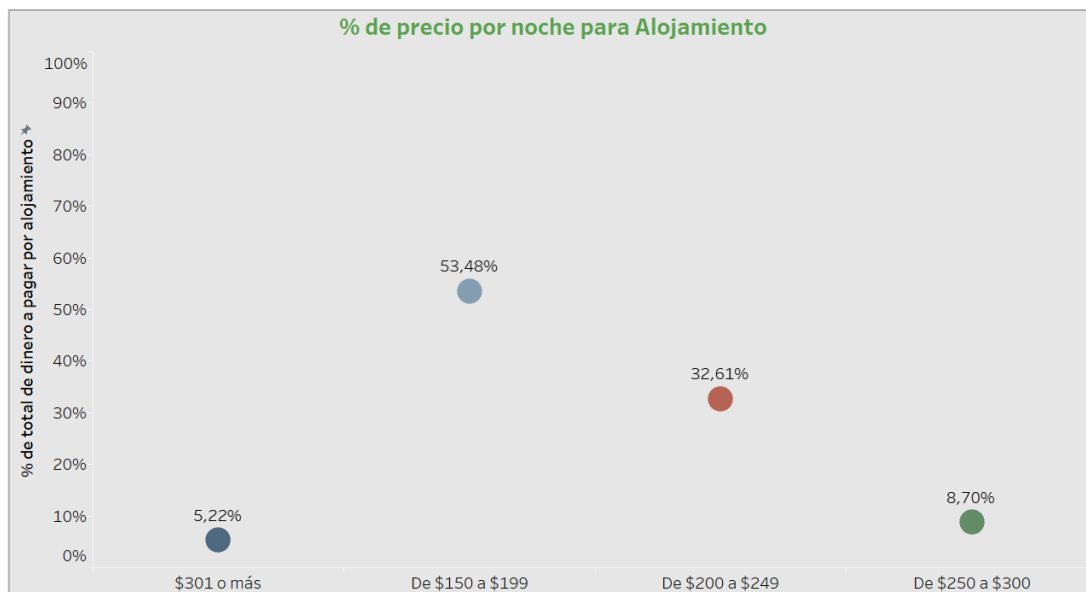
Por consiguiente, aquellos que tuvieron estancias agradables en otros hospedajes, podrían tener mayor disposición de experimentar una opción diferente de Glamping, que quienes no lo consideraron atractivo.

De acuerdo con las características del alojamiento Glamping que se quiere implementar, el 93,88% de la población sí utilizaría este servicio de hospedaje, mientras que el 6,12% no lo utilizaría. La descripción que se les proporciona del tipo de habitación Glamping crea expectativa del hospedaje, lo cual motiva a futuros clientes a experimentar este servicio.

En lo atinente a la cantidad aproximada de dinero, que los turistas estarían dispuestos a pagar por dicho servicio, la figura 19 resalta que el 53,48% pagaría entre \$150 y \$199, equivalente en colones al rango entre ₡92.000 a ₡122.999; el 32,61% desembolsaría entre \$200 y \$249, correspondiente al rango entre ₡123.000 a ₡152.999; el 8,70% entre \$250 y \$300, montos que oscilan entre ₡153.000 a ₡184.999 y finalmente, el 5,22% pagaría \$301 o más, que en moneda nacional sería de ₡185.000 en adelante.

Figura 19

Cantidad de dinero dispuestos a pagar



Fuente: Elaboración propia (2021).

El mayor porcentaje prefiere pagar un monto entre ₡92.000 y ₡152.999 por el servicio de alojamiento descrito. El precio es un elemento clave para cualquier cliente, por lo que el hecho de ser accesible es un atractivo para los usuarios.

Dentro de los elementos que sugieren incorporar a este servicio, la figura 20, expone las categorías en las que se engloban los comentarios de los turistas. Entre ellos, el 26,70% de las personas opina sobre temas variados como: la incorporación de implementos para cocinar, transporte, hamacas, telescopios, botiquín de emergencias, disponibilidad de repelentes, que la burbuja se pueda cerrar para que no entre la luz, presencia de música de ambiente y acceso a spa.

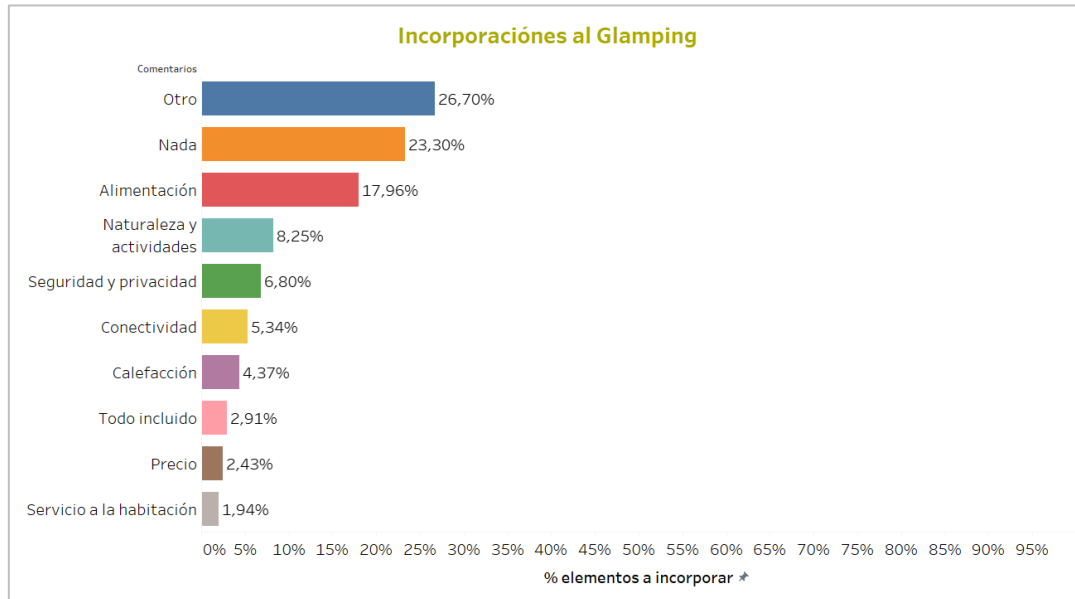
Por su parte, el 23,30% considera que los elementos del servicio descrito son suficientes; el 17,96% recomienda que haya servicio de alimentación, se cuente con restaurante en las instalaciones o con un espacio donde puedan cocinar; el 8,25% hace observaciones sobre actividades que les gustaría realizar en el hospedaje, tales como: tours, senderismo, deportes extremos e igualmente, destacan la importancia de tener contacto con la naturaleza, lejos del ruido y contaminación de la ciudad.

El 6,80% hace comentarios relativos a la seguridad y privacidad como: la incorporación de un botón de asistencia, para que el personal acuda a la burbuja en caso de ser necesario, distancia entre las habitaciones Glamping y vigilancia en la zona.

Adicionalmente, el 5,34% recomienda conexión a Internet o acceso a Wi-Fi, cable, teléfono y radio; el 4,37% resalta comentarios respecto a la calefacción como: la inclusión de una chimenea o espacio para fogatas, calentador y ducha caliente; el 2,43% resalta el precio del servicio, es decir que el precio sea acorde a las comodidades de un hotel cinco estrellas; el 2,91% propone que el servicio sea todo incluido y el 1,94% que haya servicio a la habitación.

Figura 20

Elementos que incorporaría al hospedaje



Fuente: Elaboración propia (2021).

Se puede notar que el segundo mayor porcentaje de encuestados, no le incorporaría ningún elemento al hospedaje Glamping, lo que hace suponer que las características descritas en la encuesta son adecuadas, según sus gustos y preferencias, siendo esto un referente, de que el negocio tiene gran aceptación por parte de los potenciales clientes.

Sin embargo, no se debe obviar temas como: la alimentación, pues es uno de los principales aspectos comentados, además de la necesidad de tener contacto directo con la naturaleza y actividades de recreación, pero manteniéndose el acceso a las telecomunicaciones.

4.2.3. Oferta

En Costa Rica existen variedad de hospedajes, cuyas características concuerdan con el estilo Glamping. Por consiguiente, para este trabajo de investigación se aplica una encuesta, a un total de diez alojamientos Glamping ubicados en el territorio nacional, con la finalidad de informarse sobre el servicio que prestan negocios similares al que se pretende implementar (Ver Anexo 2). Cabe señalar que, se obtiene respuesta

únicamente de ocho de ellos. A continuación, se describen los alojamientos que dieron respuesta a la encuesta:

- Art Villas: es un alojamiento situado en Uvita, cantón de Osa en la provincia de Puntarenas. El estilo de Glamping que ofrecen se observa en la figura 21, es conocido como “coco” y su forma de cono está inspirada, de acuerdo con su página Web, en plantas coníferas. Asimismo, en la encuesta comentan que esta propiedad ha estado en más de 300 artículos de diferentes revistas de arquitectura.

Sus instalaciones tienen a disposición de los usuarios, espacios compartidos de sala, cocina, terraza, piscina, tobogán de agua, entre otros; además, cada habitación cuenta con una cama tamaño “Queen” y con su propio baño (Art Villas, s.f.). El alojamiento posee cuatro habitaciones que van encauzadas principalmente a parejas.

- Isla Chiquita Glamping: es un hospedaje localizado en isla Jesusita en la provincia de Puntarenas. Sus habitaciones son de tipo tienda safari, tal como se muestra en la figura 21, inspiradas por una visita que realizaron los dueños a un complejo safari en África. Incluyen cama tamaño “King”, terraza, baño privado, Wi-Fi, caja fuerte, minibar, abanico, entre otras amenidades (Isla Chiquita Glamping, s.f.). Disponen de 18 habitaciones de ese estilo, que están dirigidas tanto a parejas como a familias.

En adición, en su sitio Web mencionan que cuentan con restaurante, donde brindan desayuno buffet de cortesía y proporcionan diferentes actividades para el disfrute de sus huéspedes, siendo algunas de ellas kayak, snorkeling y caminatas por senderos.

- Luna Lodge: es un alojamiento ubicado en la Península de Osa, provincia de Puntarenas. La estructura del Glamping ofrecido en su establecimiento es de tipo eco lodge, exhibido en la figura 21. Cada habitación incorpora un baño privado y camas, ya sean dobles, individuales o tamaño “King”, dependiendo de la pieza que se reserve

(Luna Lodge, 2020). Cuentan con 19 habitaciones de ese estilo, las cuales están construidas en armonía con la naturaleza y funcionan 100% con energía hidroeléctrica y solar. Su servicio se dirige a parejas, familias, grupos sociales y la ejecución de eventos.

En su página Web, agregan que sus instalaciones cuentan con piscina, restaurante, recepción, tienda de regalos y ponen a disposición de los clientes actividades como: caminatas, sesiones de yoga, entre otras.

- Chira Glamping: es un hospedaje situado en la zona de Monteverde, en la provincia de Puntarenas. Las habitaciones son de estilo domo, tal como se observa en la figura 21 y se encuentran equipadas en términos generales, con cama tamaño “Queen”, parrilla al aire libre, bañera de hidromasaje, ducha, cocina, Wi-Fi, TV, minibar, entre otros (Chira Glamping, s.f.). Poseen 5 de esas habitaciones, orientadas tanto a parejas como a familias. Cabe resaltar que, en sus instalaciones disponen de spa y restaurante.
- La Leona Ecolodge: es un servicio de alojamiento localizado en Corcovado, Puntarenas. Sus habitaciones son de tipo tienda safari, así como se muestra en la figura 21 y la oportunidad de negocio surgió al observar que no había ningún lugar de hospedaje ni restaurante en la zona. En este sentido, cada tienda está integrada con camas matrimoniales y baño completos con ducha de agua caliente (La Leona Ecolodge, s.f.).

Tienen 12 habitaciones, principalmente para parejas. Asimismo, cuentan con restaurante en sus instalaciones, brindan diferentes opciones de tours para el disfrute de sus huéspedes y actividades como: el avistamiento de tortugas (La Leona Ecolodge, s.f.).

- Kinkára Luxury Retreat: es un establecimiento situado en Pérez Zeledón, en la provincia de San José. Las habitaciones del negocio son de estilo tienda o carpa, como se aprecia en la figura 21. En su sitio Web, se detalla que incluyen una cama doble o dos camas individuales,

iluminación con energía solar, batas, módulos de carga USB, Wi-Fi, ventanas enrejadas para flujo de aire y otros. Cabe añadir que, dentro de las carpas no se cuenta con baño propio; en su lugar, se dispone de casas de baños compartidas inspiradas en un spa (Kinkára, s.f.).

Las instalaciones están integradas por 31 habitaciones de esa categoría, enfocadas a parejas, familias y grupos sociales. Además, ponen a disposición espacios para la celebración de eventos. El sitio Web indica que el servicio incluye el desayuno y, por otro lado, puntualiza que brindan actividades adicionales como: caminatas, paseos en bicicleta, cabalgatas, sesiones de yoga, meditación, entre otras.

- Tami Lodge: es un hospedaje que se encuentra en Providencia de Dota, provincia de San José. Dicho establecimiento ofrece habitaciones tipo tienda safari, como la presentada en la figura 21. En su sitio Web, comentan que cada bungalow contiene, además de las comodidades básicas, lámparas portátiles y baño privado con luz de sensor y ducha de agua caliente (Tami Lodge, s.f.). Poseen 10 habitaciones, dirigidas a parejas. Asimismo, en su página de internet se exhiben los diferentes tours y actividades disponibles en sus instalaciones, tales como: tours de cataratas, de frutas de altura, escala de higuerones, canopy, entre otros.
- Pozo Azul Adventures: es un negocio de hospedaje que se halla en Sarapiquí, en la provincia de Heredia. El estilo de habitación que utilizan es el de tienda safari, como el presentado en la figura 21. Cada aposento contiene una cama tamaño “King” o dos camas tamaño “Queen”, baño privado, electricidad, caja de seguridad, entre otros (Pozo Azul Adventures, 2018). Las instalaciones están conformadas por 30 habitaciones, orientadas a parejas, familias y grupos sociales. Por otro lado, imparten actividades tales como: rafting, tours a caballo, canopy, caminatas y rappel.

Figura 21

Hospedajes Glamping en Costa Rica



Fuente: Art Villas (s.f.), Isla Chiquita Glamping (s.f.), Luna Lodge (2020), Chira Glamping (s.f.), La Leona Ecolodge (s.f.), Kinkára (s.f.), Tami Lodge (s.f.), Pozo Azul Adventures (2018).

Según las descripciones anteriores, se puede notar que la mayoría de los alojamientos consultados ofrece un estilo de habitación tienda safari o carpa, con más de diez habitaciones en cada establecimiento, lo que refiere que, en el territorio nacional existe una mayor oferta de ese tipo de Glamping.

Por su parte, el Glamping en forma de burbuja hecha de vidrio que se desea implementar, hasta el momento no es común en el país, dado que la modalidad burbuja que ofrecen algunos negocios es inflable, es decir hacen uso de un motor para mantener la estructura en pie.

Con respecto a la cantidad de años, que llevan operando en el mercado, en la figura 22, se observa que el 50,00% de los hospedajes ha estado funcionando por 6 años o más, el 25,00% ha estado presente durante 4 a 5 años y el restante 25,00% entre 1 a 3 años.

Figura 22

Años en el mercado



Fuente: Elaboración propia (2021).

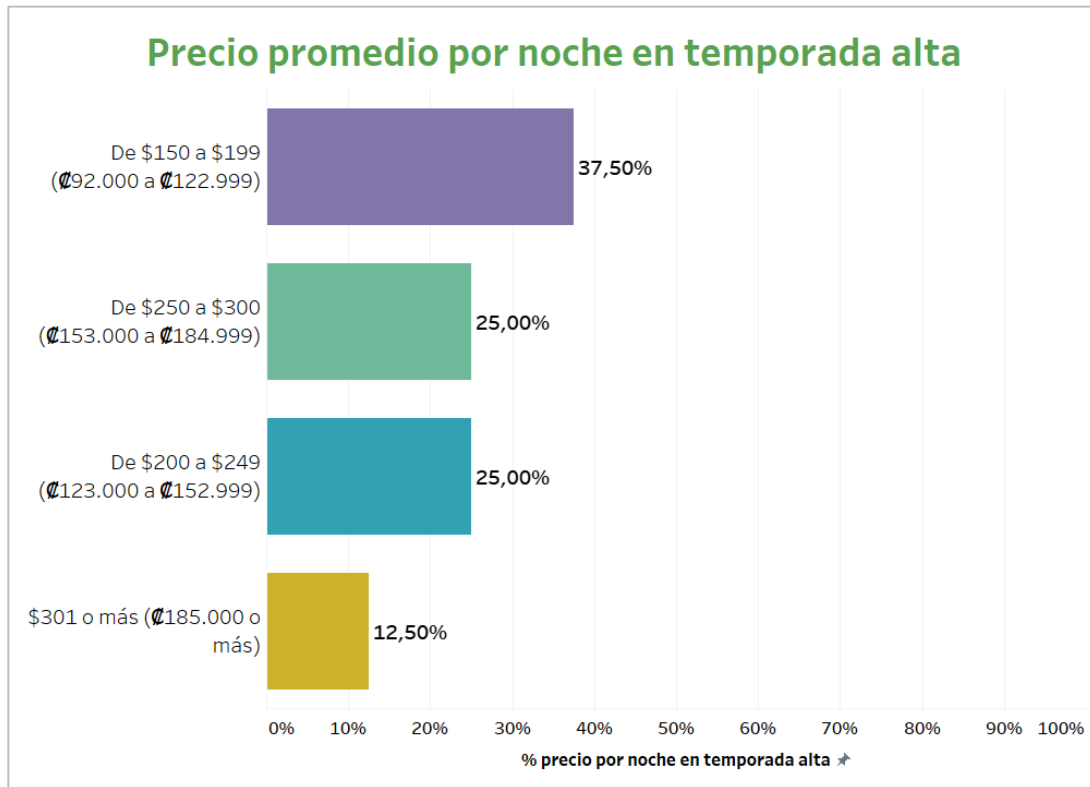
La mayoría de los negocios de alojamiento Glamping sobrepasa los seis años en el mercado, logrando obtener una posición en la industria turística costarricense. Por consiguiente, lo anterior podría significar que este tipo de servicio, tiene probabilidades de longevidad.

Adicionalmente, en la figura 23 se visualiza que el precio por noche del 37,50% de los negocios se encuentra durante temporada alta entre los \$150 a \$199, equivalente en colones al rango entre ₡92.000 a ₡122.999; el

del 25,00% está entre \$200 a \$249, correspondiente al rango entre ₡123.000 a ₡152.999; el monto que cobra el otro 25,00% es de \$250 a \$300, siendo en colones entre ₡153.000 a ₡184.999 y finalmente, el 12,50% cobra \$301 o más, referente a ₡185.000 o más.

Figura 23

Precio por noche en temporada alta

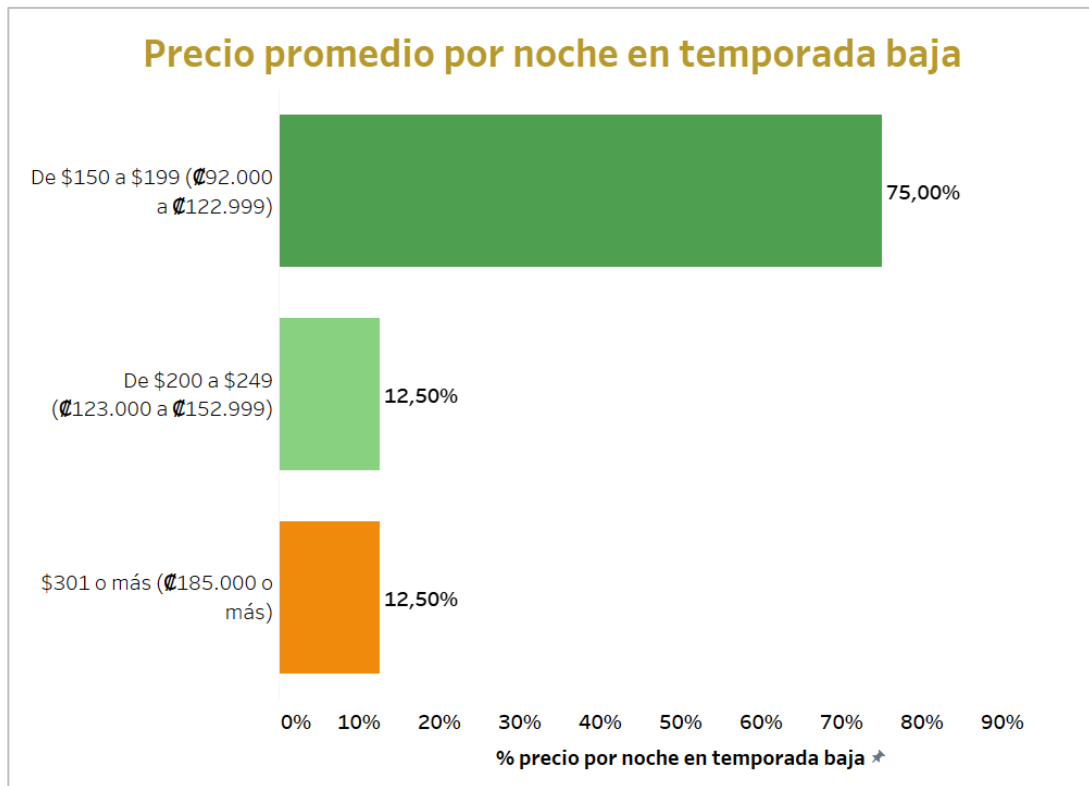


Fuente: Elaboración propia (2021).

En lo que respecta a la temporada baja, la figura 24 señala que el precio por noche del 75,00% de los alojamientos, se halla entre \$150 a \$199, que en moneda nacional sería aproximadamente entre ₡92.000 a ₡122.999; el del 12,50% se ubica entre \$200 a \$249, equivalente al rango entre ₡123.000 a ₡152.999 y el monto a cobrar del 12,50% restante es de \$301 o más, correspondiente a ₡185.000 o más.

Figura 24

Precio por noche en temporada baja



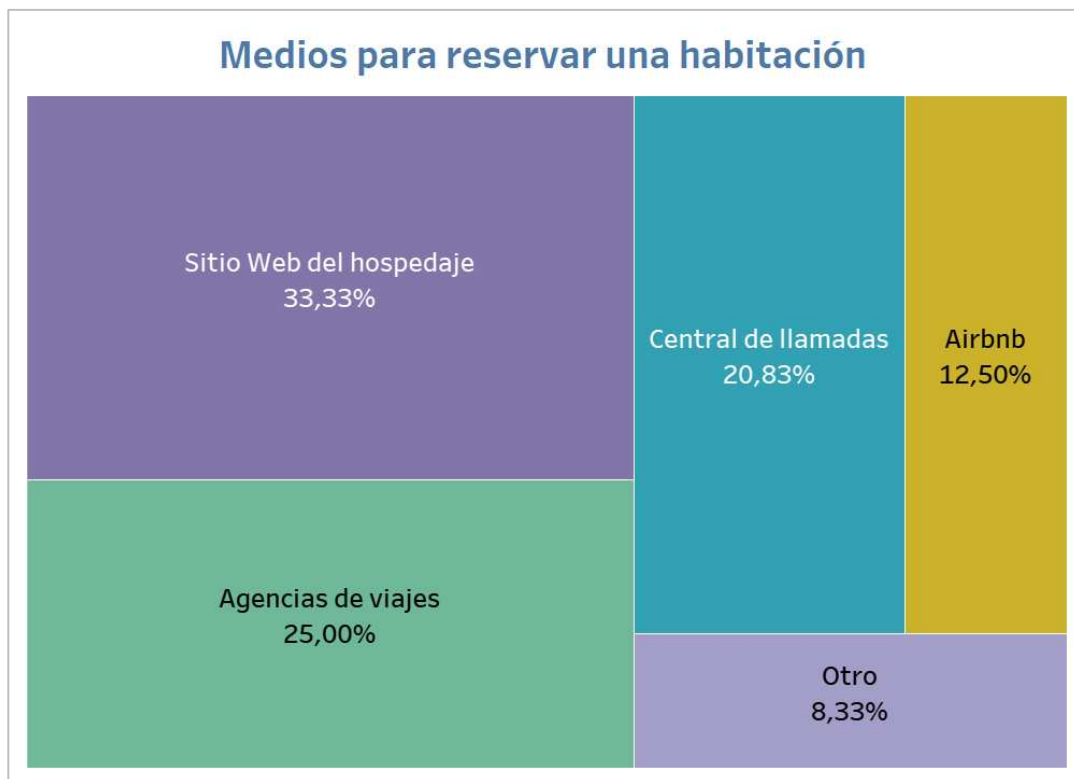
Fuente: Elaboración propia (2021).

Se percibe una reducción del precio en temporadas de menor afluencia, sin embargo, también se destacan hospedajes que lo mantienen igual, sin importar la época del año.

Por otra parte, los canales que ponen a disposición de los clientes para la reservación del servicio se denotan en la figura 25. Con 33,33%, los hospedajes disponen mayormente de su propio sitio Web, para que los usuarios adquieran el servicio; seguido de agencias de viajes con 25,00%; central de llamadas con 20,83%; la plataforma Airbnb con 12,50% y el 8,33% sobrante engloba la categoría “Otros”.

Figura 25

Canales para la reservación del servicio



Fuente: Elaboración propia (2021).

A partir de lo anterior, se aprecia que los negocios facilitan para la reservación del servicio principalmente, canales manejados por ellos, lo cual podría dar mayor seguridad en línea, al público que desea visitarlos.

En esta misma línea, la figura 26 muestra que los medios más utilizados para promocionar sus alojamientos son: las redes sociales y los anuncios online con 34,78% y 26,09% respectivamente; luego la televisión y prensa con 13,04% cada uno; otros medios como revistas con 8,70%; la radio con 4,35% y por último, no suelen recurrir a vallas publicitarias.

Figura 26

Medios para dar a conocer el negocio



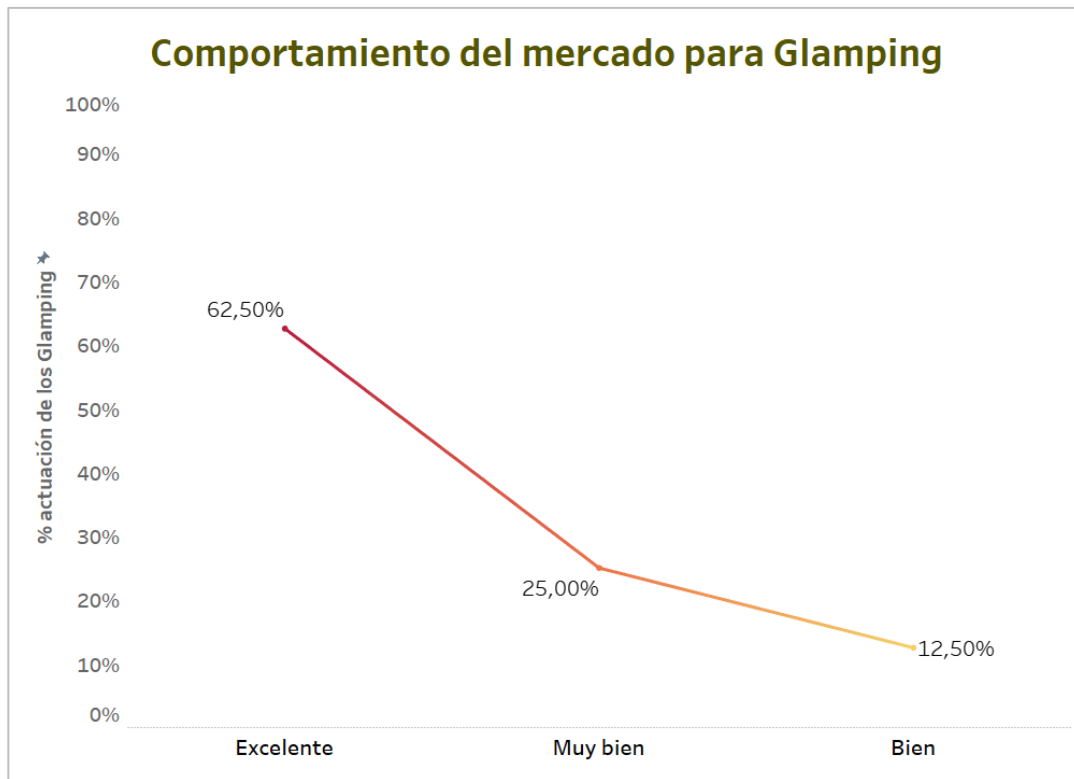
Fuente: Elaboración propia (2021).

Con base en los datos, es posible afirmar el impacto y potencial que tiene la comunicación en línea para la promoción de un servicio, pues provee a los negocios de mayor facilidad, al momento de compartir información relevante con los usuarios.

En otros temas, la figura 27 expone que 62,50% de los hospedajes califica como excelente, el comportamiento del mercado con la implementación de su idea de negocio; 25,00% lo percibe muy bien y 12,50% bien.

Figura 27

Comportamiento del mercado



Fuente: Elaboración propia (2021).

La percepción es relativamente positiva en todos los casos, lo que sugiere que ha habido un buen recibimiento por parte del público, ante los negocios dedicados al hospedaje Glamping.

Asimismo, el 100% considera que la competencia está creciendo, ante lo cual, el 87,50% sí ha tomado medidas, mientras que el 12,50% no lo ha hecho. Dentro de las acciones tomadas, en la tabla 7 se enfatiza la exclusividad que cada negocio ofrece en ciertas áreas, ya sea en alimentación, experiencias y/o diseño del hospedaje; es decir, se enfocan en destacar en algún aspecto del servicio que brindan.

Tabla 7

Acciones para protegerse ante la competencia

Acciones implementadas para protegerse ante la competencia
Enfocarnos en experiencias
Nuestro plan de alimentación es único.
Creando un equipo profesional de ventas y servicio, ofreciendo el lugar como único en el área sobre salud y bienestar. Aportando mejor seguridad a nuestros clientes sobre sanidad, enseñanza y experiencias.
Ser exclusivos
El diseño único y el concepto de Glamping de lujo nos mantiene lejos de la competencia que es generalmente, un concepto más básico y sin los servicios extras que ofrecemos

Fuente: Elaboración propia (2021).

Estos negocios deben innovar con estrategias, que les permitan sobresalir de la competencia y atraer clientes, dado que la industria turística crece, usualmente con servicios similares, siendo importante diferenciarse, al tener un sello que los identifique.

4.2.4. Precio del servicio

Este apartado se enfoca en proyectar el precio del servicio del hospedaje Glamping, que se contempla en este trabajo de investigación. En concreto, se prevén habitaciones en forma de burbuja de vidrio, cada una con baño propio, cama tamaño King, deck con zona BBQ, set de sillones y jacuzzi. Además de incluir en el servicio, el desayuno, almuerzo, cena y acceso a cataratas.

Para su cálculo se toman como referencia, los precios de diferentes Glamping ubicados en Costa Rica. Como se aprecia en la tabla 8, se promedian los precios de los distintos alojamientos durante la temporada más alta y la más baja. Cabe destacar, que para transformar los valores a colones de aquellos negocios que manejan precios en dólares, se usa el tipo de cambio del 10 de febrero de 2021.

Tabla 8*Precio promedio por noche (colones)*

Hospedaje Glamping	Precio por temporada		Promedio
	Alta	Baja	
Nosara Satori	239.674,5	165.928,5	202.801,50
Tami Lodge	80.500,00	45.000,00	62.750,00
Kinkára	172.074,00	122.910,00	147.492,00
Nayara Tented Camp	536.015,00	224.780,00	380.397,50
Chira Glamping	215.000,00	185.000,00	200.000,00
Isla Chiquita Glamping	185.186,00	45.000,00	115.093,00
La Leona Ecolodge	122.066,00	109.036,00	115.551,00
Art Villas	460.912,50	79.891,50	270.402,00
Luna Lodge	201.000,00	131.000,00	166.000,00
Pozo Azul Adventures	75.000,00	52.000,00	63.500,00
Precio promedio por noche			172.398,70

Fuente: Elaboración propia con base en datos de la página oficial de los hospedajes y consultas telefónicas (2021).

Así pues, se obtiene un precio por noche de ₡172.398,70, esto discriminando variables como: la cantidad de camas, estilo de la habitación y otras comodidades, por las cuales se puede llegar a pagar hasta 50% por encima de dicho promedio, para un valor de ₡258.598,05, es decir, una variación de ₡86.199,35.

4.3. Factores técnicos

Esta sección se enfoca en identificar y cuantificar los materiales, mobiliario, accesorios y mano de obra necesarios para la construcción y acondicionamiento del hospedaje Glamping, así como el personal a contratar para brindar el servicio.

Asimismo, a fin de tener una referencia sobre esas temáticas, se prosigue exponiendo datos adicionales resultantes de la encuesta a otros hospedajes en Costa Rica.

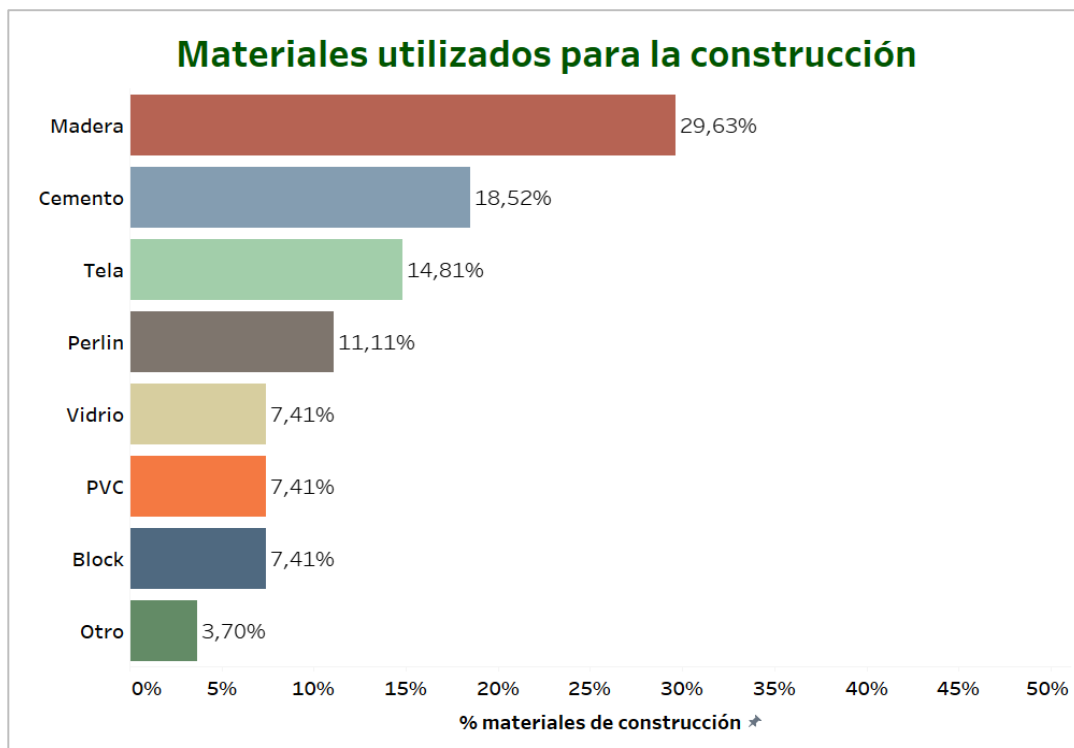
Cabe anotar que los datos que arroje este apartado, constituyen un insumo para la realización del análisis financiero del emprendimiento.

4.3.1. Materiales

A efectos de tener mayor conocimiento acerca de los materiales utilizados para la construcción de los hospedajes Glamping en el país, en la figura 28 se encuentra que entre ellos están la madera, el cemento, la tela y el perlin con 29,63%, 18,52%, 14,81% y 11,11%, respectivamente. Seguidos de vidrio, PVC y block con 7,41% cada uno y otros, como hierro con 3,70%. Hasta el momento, ninguno ha hecho uso del cristal y/o acrílico.

Figura 28

Materiales para construcción de hospedajes Glamping



Fuente: Elaboración propia (2021).

Como se observa, prevalece la madera en las construcciones, puesto que la mayor parte de alojamientos en el país, busca ofrecer un estilo rústico que se combine con la naturaleza presente en la zona.

Ahora bien, para este hospedaje Glamping se contemplan las siguientes secciones: recepción, tres habitaciones burbuja de 63m² cada una y área de cocina.

En cuanto a la recepción, la estructura ya se encuentra construida, por lo que no habría que cotizar ningún material. Asimismo, ya existe la sección destinada al área de cocina, razón por la que tampoco requiere de cotizaciones.

En consecuencia, se cotizan únicamente los materiales necesarios para la construcción de las habitaciones burbuja. Para la identificación de los materiales y la cantidad respectiva, se consulta con un maestro de obras, quien guía en la elaboración de la lista correspondiente. La factura proforma se solicita, mediante visita a la tienda EPA (Ver Anexo 6).

En el anexo 7, se exponen los materiales necesarios para la construcción de la estructura de una habitación y su parte exterior. Entre los principales, se encuentran: tubos estructurales y galvanizados, cemento, arena, piedra, soldadura, lámina entrepiso micro concreto, piso porcelánico, tejas, puertas y gypsum. Tales materiales para la habitación suman un total de ₡2.418.432,55.

Asimismo, en la tabla 9 se toman en consideración, los materiales necesarios para la instalación del piso y azulejos de una habitación.

Tabla 9

Materiales para la instalación de pisos y azulejos (colones)

Materiales para piso y azulejos	Unidades	Precio unitario	Precio total
Piso laminado 8MM orgánico RES	16 cajas	25.950,00	415.199,97
Laticrete 253 oro 20kg gris	25	8.650,00	216.250,08
Piso laminado 8MM URBAN LEGEND	11 cajas	23.950,00	263.450,00
Azulejo down perla 25x70cm 1,5	3 cajas	12.350,00	37.049,99
Total			931.950,03

Fuente: Elaboración propia con base en facturas proforma (2021).

Para este rubro, los materiales tienen un costo total de ₡931.950,03.

Con respecto a los requerimientos para la instalación del agua del baño, sanitario y aguas exteriores, la tabla 10 detalla los materiales.

Tabla 10

Materiales para la instalación del agua (colones)

Materiales para aguas	Unidades	Precio unitario	Precio total
Tubo PVC drenasep 115 mm-6mtrs	1	39.500,00	39.500,00
Tubo PVC sanitario 50mm sdr50 2" 6mtrs	3	14.950,00	44.850,01
Tubo PVC sanitario 75mm sdr50 3" 6mts	3	27.950,00	83.849,99
PVC codo sanitario sdr32, pared delgada 45x3"	4	4.450,00	17.799,99
PVC tee sanitario pared delgada 3"	2	7.450,00	14.900,00
PVC codo sanitario pared delgada 90x3	1	4.550,00	4.550,00
PVC codo sanitario pared delgada= 90x2	5	1.750,00	8.749,99
PVC codo sanitario pared delgada 45x2"	1	1.595,00	1.595,00
PVC te sanitario pared delgada 2"	1	2.550,00	2.550,00
Tubo PVC presión 1/2" 12mm 6mts	2	6.150,00	12.300,00
PVC te lisa presión 12 mm	5	265,00	1.324,98
Amanco llave paso bola PVC 1/2" lisa azul	3	2.350,00	7.050,01
PVC codo liso SCH40 90" X 1/2	12	259,00	3.107,95
PVC adaptador macho presión 12mm	3	220,00	660,00
PVC adaptador hembra presión SCH40 12 MM	1	345,00	345,00
Lanco pegamento PVC resistente al agua	1	6.950,00	6.950,00

Materiales para aguas	Unidades	Precio unitario	Precio total
Codo liso CPVC 90 agua caliente 12mm	2	765,00	1.530,00
Adaptador macho PVC agua caliente 12mm	1	839,00	839,00
Pegamento CPVC para agua caliente 1/32	1	4.595,00	4.595,00
Total			257.046,91

Fuente: Elaboración propia con base en facturas proforma (2021).

Tales insumos para la instalación del agua tienen un costo de ₡257.046,89.

Adicionalmente, en la tabla 11 se especifican los materiales atinentes a las conexiones eléctricas que se deben realizar.

Tabla 11

Materiales para la instalación eléctrica (colones)

Materiales para instalación eléctrica	Unidades	Precio unitario	Precio total
Tubo PVC conduit tipo A 19MM 3	4	2.995,00	11.979,99
PVC conector conduit 18 mm -3/4 tipo a hogar	15	565,00	8.475,00
Curva conduit 18mm-3/4 tipo a hogar tubrica	5	1.075,00	5.375,01
Unión conduit 18mm-3/4 tipo a hogar tubrica	6	325,00	1.950,00
Caja rectangular galvanizada 0.7mm 1/2 tipo a	5	745,00	3.724,99
Caja octagonal emt galv 0.7mm 1/2 tipo a	3	1.050,00	3.149,99
Gypsum PB 1 1 4" 50U	4	629,00	2.516,01
Gypsum PF 1 1 4" 50U	2	500,00	1.000,00
Total			38.170,99

Fuente: Elaboración propia con base en facturas proforma (2021).

Los materiales para la instalación eléctrica de las áreas del baño, interior de la habitación y zonas exteriores representan un monto total de ₡38.170,99.

Por otro lado, la construcción de la cama “King” de cada habitación estará a cargo de colaboradores especialistas, quienes la diseñarán y ensamblarán. Los materiales se enlistan en la tabla 12.

Tabla 12

Materiales para construcción de cama (colones)

Materiales para construcción de cama	Unidades	Precio unitario	Precio total
Pino tabla 18x300x 3 mts c/cepillo	6	20.950,00	125.699,98
Pino regla 25x75x3.20 mts c/cepillo (19x65x3200)	8	2.695,00	21.560,04
Arandela plana galvanizada 1 4" 10u	4	165,00	660,01
Tuerca hexagonal grs 1/4 r.o	2	145,00	290,00
Corrostyl café 1gal	1	15.950,00	15.950,00
Tornillo carrocería 1/4 x 1 1/2"	6	285,00	1.709,98
Pino cuadro c/cepillo 41X41mm 3	8	3.695,00	29.559,99
Total			195.430,00

Fuente: Elaboración propia con base en facturas proforma (2021).

Los materiales para este propósito tienen un costo total de ₡195.430,00.

Para la determinación del costo del vidrio que rodea la habitación, se consulta la tienda MACOPA (Ver Anexo 6). En la tabla 13, se presentan las especificaciones del vidrio necesario para la habitación burbuja.

Tabla 13*Vidrio (colones)*

Vidrio	Unidades	Precio unitario	Precio total
Vidrio laminado PVB BR 3300x2440x3+3mm	16	194.845,90	1.870.520,64
Total			1.870.520,64

Fuente: Elaboración propia con base en facturas proforma (2021).

Debido al papel tan importante para el cual serán utilizados, deben ser de muy buena calidad. Por ende, se decide que los vidrios sean laminados, permitiendo que, ante cualquier ruptura, no explote en pedazos y, por el contrario, ese rompimiento se mantenga en el mismo vidrio, sin exponer la vida de ninguna persona. Su precio total es de ₡1.870.520,64.

Considerando las tablas anteriores, donde se enuncian los materiales que componen la construcción de la habitación, la instalación del piso y azulejos, instalación eléctrica, de agua y del vidrio, se obtiene un monto de ₡5.711.551,12 por una habitación. Por lo tanto, para una cantidad de tres habitaciones, el desembolso total por materiales es de ₡17.134.653,37.

4.3.2. Mano de obra

A efectos de tener mayor conocimiento, acerca de la mano de obra necesaria para la construcción del hospedaje Glamping que se aborda en este trabajo, se solicita a Francisco Brenes Redondo, maestro de obras, una cotización por este servicio (Ver Anexo 8).

En la tabla 14, se describe el costo de la mano de obra necesaria para la construcción de tres habitaciones burbuja, cada una con su respectivo, baño, jacuzzi, zona deck y BBQ. Además, se incluye el costo de mano de obra de la instalación del vidrio de las burbujas, mamparas de baño y ventanas.

Tabla 14*Mano de obra para construcción de hospedaje (colones)*

Mano de obra	Precio por habitación	Precio tres habitaciones
Instalación de vidrio de habitación, de mamparas de baño y ventanas	1.130.000,00	3.390.000,00
Construcción habitaciones burbuja, con su respectivo baño, jacuzzi, zona deck y BBQ.	2.825.000,00	8.475.000,00
Total	3.955.000,00	11.865.000,00

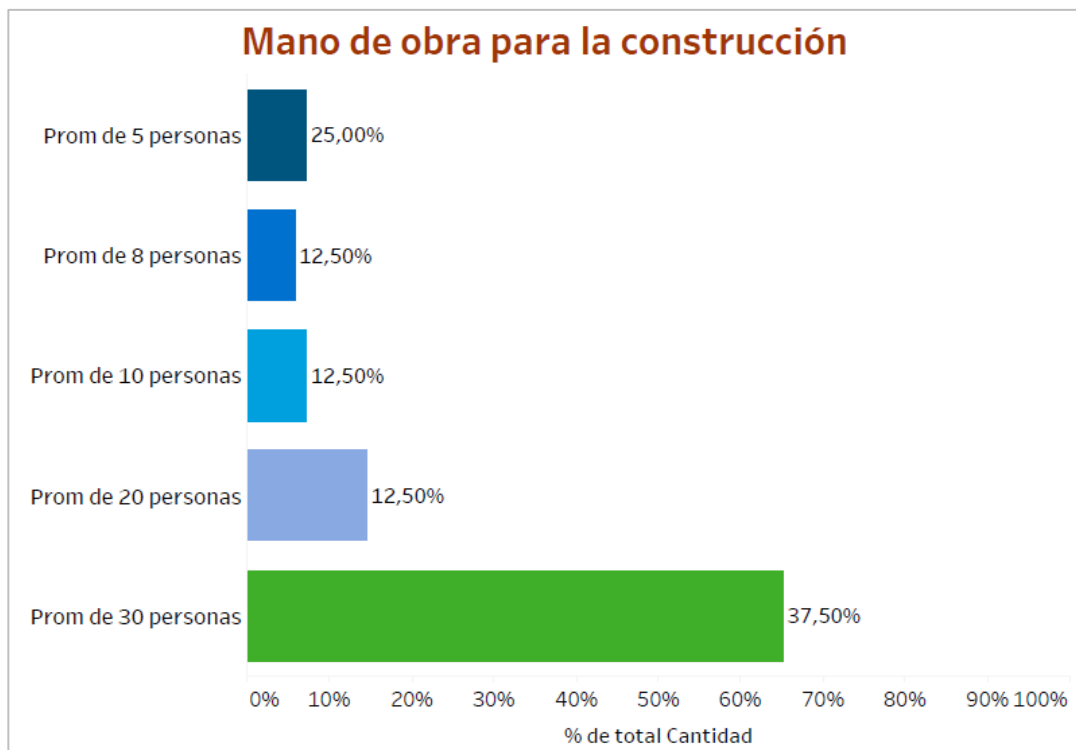
Fuente: Elaboración propia con base en facturas proforma (2021).

Por concepto de mano de obra, se requiere monetariamente de un total de ₡3.955.000,00 para una habitación. En consecuencia, para una cantidad de tres habitaciones, el desembolso corresponde a ₡11.865.000,00. Cabe recalcar que con ese monto total se cubren también, los costos por pólizas de riesgo y gestiones que serán asumidas por la empresa contratada.

A fin de tener un referente con relación al tema de mano de obra, la figura 29 muestra que el 37,50% de los establecimientos, contrató a 30 personas para la construcción de sus hospedajes; el 25,00% necesitó únicamente de 5; el 12,50% empleó a 20 personas; el 12,50% a 8 personas y el 12,50% restante requirió de 10 personas.

Figura 29

Cantidad de mano de obra



Fuente: Elaboración propia (2021).

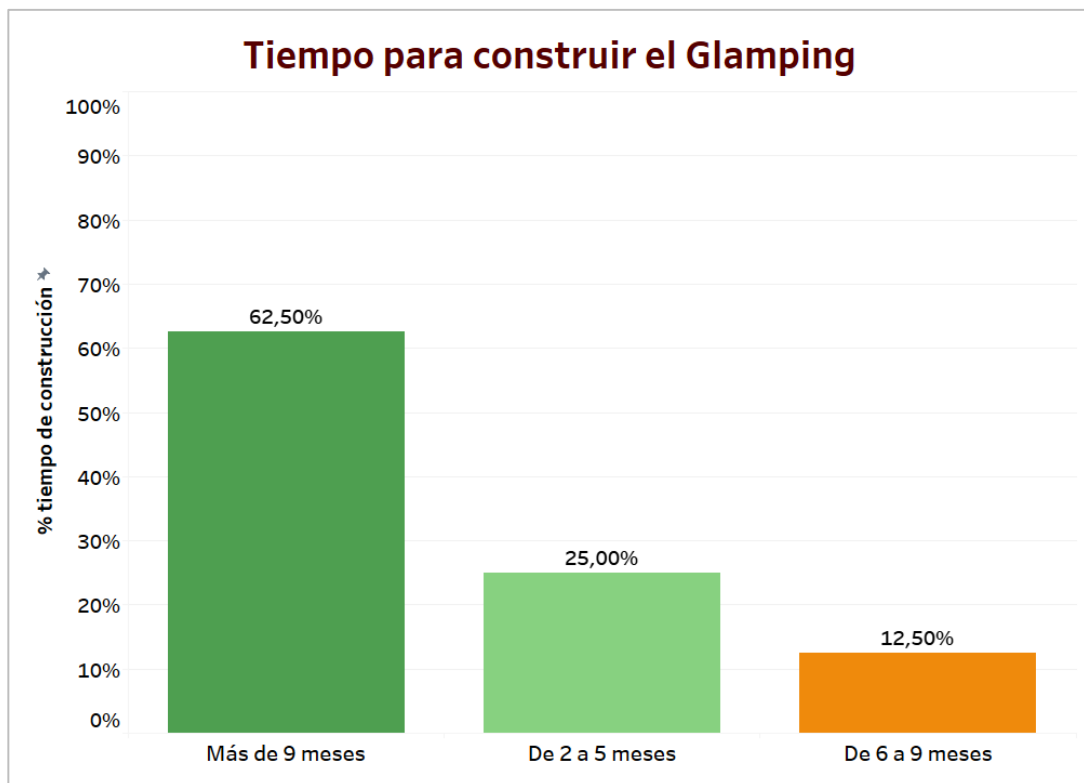
La cantidad de mano de obra requerida, varía de acuerdo con el número de habitaciones que tiene cada hospedaje, pues en la mayoría de los casos, quienes cuentan con más de 10 habitaciones, ocuparon más de 20 personas para la construcción; mientras que quienes poseen 10 habitaciones o menos, requirieron menos de 10 personas.

Para la construcción del hospedaje Glamping tipo burbuja, se planea contratar al maestro de obras, quien labora para una empresa cuyo nombre es confidencial. Ésta se hace cargo de la subcontratación de los ayudantes, que se estima sean aproximadamente cuatro colaboradores.

Continuando, la figura 30 muestra que el 62,50% de los alojamientos tardó más de 9 meses en la construcción; el 25,00% duró entre 2 a 5 meses y el 12,50% entre 6 a 9 meses.

Figura 30

Tiempo para construcción de hospedaje



Fuente: Elaboración propia (2021).

Se presume que la duración en la construcción, depende del tamaño de las instalaciones, ya que los hospedajes con más de 10 habitaciones tardaron más de nueve meses en construirlas y a los negocios con una menor cantidad de aposentos, les tomó entre 2 a 9 meses.

En lo concerniente a la construcción del hospedaje Glamping en cuestión, el maestro de obras calcula una duración aproximada de nueve meses hábiles.

4.3.3. Mobiliario, equipo y suministros requeridos

A continuación, se detalla el mobiliario, equipo y suministros requeridos en las áreas que se contemplan para el hospedaje, así como el costo que representa para el emprendedor, la adquisición de dichos productos.

Con respecto a la recepción, se dispone actualmente del mobiliaje indispensable para recibir a los huéspedes, como son: mostrador, asientos, y los suministros que integran el baño. Únicamente, se contempla adquirir una computadora, toallas de baño extra y, además, un extintor ABC para esta área (Ver Anexo 9), según las especificaciones del Manual de disposiciones técnicas generales sobre seguridad humana y protección contra incendios, versión 2010.

La tabla 15 muestra el costo monetario de tales artículos.

Tabla 15

Mobiliario y suministros de recepción (colones)

Mobiliario y suministros recepción	Unidades	Precio unitario	Precio total
Computadora	1	559.902,41	559.902,41
Toallas	10	4.867,26	48.672,60
Extintor ABC 10 libras	1	40.000,00	40.000,00
Total			648.575,01

Fuente: Elaboración propia con base en facturas proforma (2021).

Para la recepción, se proyecta un monto total de ₡648.575,01.

En relación con la habitación burbuja, se identifica el mobiliario para acondicionar tanto el interior como el exterior. La determinación del costo de los productos se realiza mediante la visita y consulta a distintas tiendas, a saber: EPA, CEMACO, Aliss, Almohadas Hoteleras C.R., La Artística, entre otras, de las cuales se obtiene las respectivas facturas proforma (Ver Anexo 10).

En la tabla 16, se exponen los artículos que componen usualmente, una habitación, entre ellos: colchón, sábanas, almohadas, decoración, toallas, espejo, jacuzzi, entre otros.

Tabla 16

Mobiliario para una habitación (colones)

	Mobiliario y suministros para una habitación	Unidades	Precio unitario	Precio total
Interior	Colchón King	1	542.500,56	542.500,56
	Protector de colchón	1	44.285,76	44.285,76
	Set de sábanas para cama King	2	35.398,23	70.796,46
	Edredón para cama King	2	84.070,80	168.141,60
	Cortinas blackout	4	14.950,00	59.800,00
	Almohadas	2	39.823,01	79.646,02
	Mesa de noche	2	34.900,00	69.800,00
	Lámpara	1	22.995,00	22.995,00
	Walkie-Talkie	1	40.950,00	40.950,00
	Caja fuerte	1	39.950,00	39.950,00
	Minirefrigerador	1	159.990,61	159.990,61
	Aire acondicionado	1	299.000,00	299.000,00
	Set de vasos con pichel	1	4.995,00	4.995,00
	Cuadro para pared	1	29.995,00	29.995,00
	Reloj de mesa (decoración)	1	19.150,00	19.150,00
Mesa de servicio	1	135.000,00	135.000,00	
Baño	Toallas de baño	5	4.867,26	24.336,30
	Dispensador de papel higiénico	1	10.995,00	10.995,00
	Dispensador x3 (ducha)	1	44.995,00	44.995,00
	Dispensador de jabón líquido	1	10.995,00	10.995,00
	Basurero	1	7.495,00	7.495,00
	Ducha mono comando	1	28.950,00	28.950,00
	Combo inodoro y lavatorio	1	111.305,00	111.305,00
	Cachera lavatorio	1	40.463,41	40.463,41
	Juego de accesorios para baño	1	16.231,86	16.231,86
	Espejo	1	27.950,00	27.950,00
Exterior	Jacuzzi inflable	1	299.500,00	299.500,00
	Juego de terraza	1	149.900,00	149.900,00
	BBQ	1	109.900,00	109.900,00
	Plantas (decoración)	2	17.950,00	35.900,00
Total			2.705.912,58	

Fuente: Elaboración propia con base en facturas proforma (2021).

Dicho mobiliario equivale monetariamente, a un total de ₡2.705.912,58. Por tanto, para una cantidad de tres habitaciones, el desembolso por mobiliario, equipo y suministros corresponde a ₡8.117.737,74. En este caso, no se cotiza una cama, debido a que ya está integrada en la estructura de la habitación, cuyos materiales se incluyen en el punto 4.3.1.

En la tabla 17, se identifican los artículos y equipo mínimo para dotar el área de la cocina, con el fin de prestar el servicio de alimentación. Se prevén delantales, bandejas para servir, línea blanca necesaria, vajilla y otros artículos como: ollas, tablas para picar y diferentes utensilios para elaborar los platillos. Para realizar esta labor, se consulta a diferentes proveedores, como: Gollo, EPA, Universal y Aliss (Ver Anexo 11).

Tabla 17

Mobiliario y suministros para área de cocina (colones)

Mobiliario y suministros para área de cocina		Unidades	Precio unitario	Precio total
Área de alimentación	Individual	6	1.990,00	11.940,00
	Pimenteros y saleros	6	1.490,00	8.940,00
	Azucareros	3	1.672,57	5.017,71
	Servilleteros	3	3.716,81	11.150,43
Área de cocina	Refrigerador y congelador	1	539.990,00	539.990,00
	Horno microondas	1	79.900,00	79.900,00
	Coffee maker	1	72.100,00	72.100,00
	Licuada	2	74.800,00	149.600,00
	Juego de ollas	1	65.890,00	65.890,00
	Set de tablas para cortar 2 piezas	2	10.990,00	21.980,00
	Recipientes de almacenaje	10	2.490,00	24.900,00
	Set de utensilios de cocina 5 piezas	1	14.990,00	14.990,00
	Set de cuchillos 3 piezas	2	9.990,00	19.980,00
	Set de coladores 3 piezas	1	3.990,00	3.990,00
	Pelador	1	2.990,00	2.990,00
	Rallador	1	3.097,35	3.097,35

Mobiliario y suministros para área de cocina		Unidades	Precio unitario	Precio total
	Sacacorchos	1	5.490,00	5.490,00
	Delantales	2	3.990,00	7.980,00
	Guante aislador	1	3.990,00	3.990,00
	Bandeja	3	9.990,00	29.970,00
	Extintor para cocina	1	150.000,00	150.000,00
Vajilla	Platos cena	15	1.490,00	22.350,00
	Plato sopa	15	990,00	14.850,00
	Plato postre	15	990,00	14.850,00
	Set para entradas	5	6.990,00	34.950,00
	Set de vasos 6 unidades	2	4.490,00	8.980,00
	Set de copas 6 unidades	2	4.490,00	8.980,00
	Pichel	3	3.490,00	10.470,00
	Set de cubiertos 24 piezas	2	12.990,00	25.980,00
	Tazas	10	990,00	9.900,00
Baño	Dispensador de papel higiénico	1	10.995,00	10.995,00
	Dispensador de jabón líquido	1	10.995,00	10.995,00
	Basurero	1	7.495,00	7.495,00
	Dispensador de toallas de Papel	1	15.884,96	15.884,96
	Espejo	1	27.950,00	27.950,00
Total				1.458.515,45

Fuente: Elaboración propia con base en facturas proforma (2021).

Estos suministros tienen un valor monetario de ₡1.458.515,45, monto que incluye el IVA. Cabe indicar que, en la cotización, no se contempla una cocina, dado que ya se cuenta con una cocina de leña, prevista para la preparación de la comida. En la misma condición, no se cotizan mesas de trabajo.

Adicionalmente, en la tabla 18, se cotiza una lavadora que estará ubicada en un apartado dentro de la estructura de la recepción, destinado para la lavandería de la ropa de cama y toallas del hospedaje. Se realiza una consulta vía correo electrónico a la tienda RETECSA, quien proporciona la respectiva factura proforma (Ver Anexo 12).

Tabla 18*Mobiliario lavandería (colones)*

Mobiliario lavandería	Unidades	Precio unitario	Precio total
Lavadora	1	2.353.839,72	2.353.839,72
Secadora	1	1.799.995,08	1.799.995,08
Total			4.153.834,80

Fuente: Elaboración propia con base en facturas proforma (2021).

El área de lavandería se compone de una lavadora y una secadora profesionales, con un valor de \$3.482,00 y \$2.938,00 respectivamente; que al tipo de cambio del 16 de marzo de 2021, equivale a un total de ₡4.153.834,80.

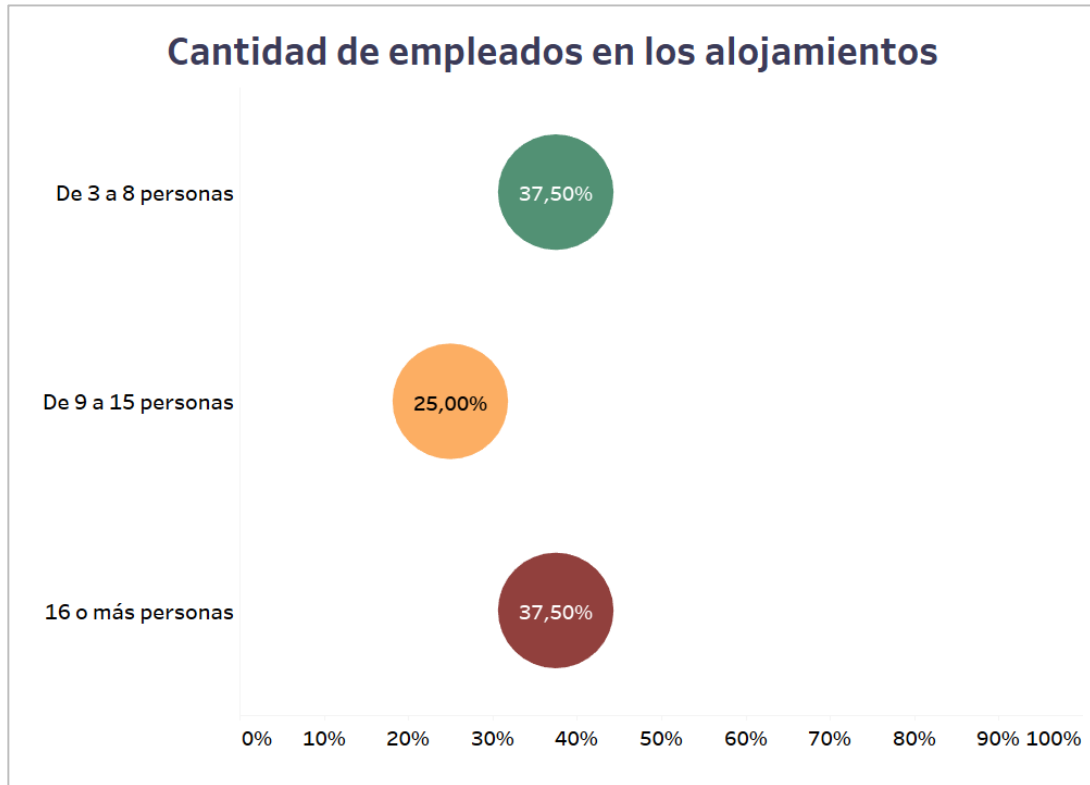
Con base en los montos del mobiliario, equipo y suministros referentes a las áreas que conforman el hospedaje, se calcula una inversión de ₡14.378.663,00.

4.3.4. Personal previsto para la operación del servicio

Con respecto a la cantidad de personal con que cuentan los hospedajes para ofrecer el servicio, la figura 31 muestra que el 37,50% emplea de 3 a 8 personas; el siguiente 37,50% cuenta con 16 personas o más y el 25,00% dispone de 9 a 15 empleados.

Figura 31

Cantidad de empleados



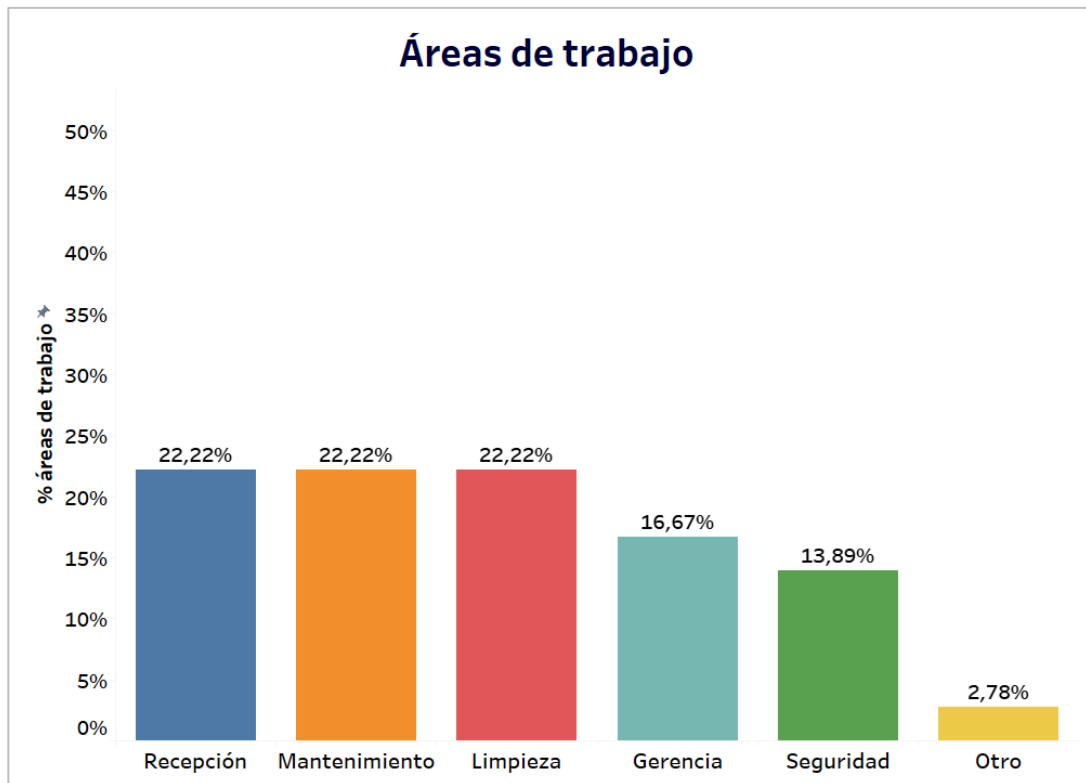
Fuente: Elaboración propia (2021).

Se prevé que la contratación de personal, estaría sujeta a las necesidades de cada área con las que disponga el hospedaje, en procura de un servicio de agrado para los huéspedes.

Por ello, en la figura 32, se aprecia que las principales áreas en las que los negocios coinciden son: la recepción, mantenimiento y limpieza con 22,22% cada una; seguida de gerencia, seguridad y otros como cocina con 16,67%, 13,89% y 2,78%, respectivamente.

Figura 32

Áreas de trabajo



Fuente: Elaboración propia (2021).

Por consiguiente, se infiere que los negocios de hospedaje centran la contratación de personal hacia áreas destinadas a la atención al cliente, preservación y aseo de las instalaciones.

En el caso del hospedaje Glamping previsto en esta investigación, se planea contratar 12 personas, distribuidas entre los puestos de limpieza, mantenimiento, recepción, seguridad y cocina. Por el momento, el futuro emprendedor comenta que él asumiría el cargo de gerencia.

La tabla 19 refleja los puestos y los salarios que devengaría este personal, los cuales se basan en la lista de salarios mínimos para el sector privado en el año 2021, proporcionada por el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social (2021).

Tabla 19*Salarios del personal requerido (colones)*

Puesto	Cantidades	Salario mensual por puesto	Salario mensual total
Gerente	1	568.819,86	568.819,86
Recepcionista	2	343.390,86	686.781,72
Guarda de seguridad	3	343.390,86	1.030.172,58
Jardinero-mantenimiento	1	355.311,30	355.311,30
Misceláneo	1	319.574,46	319.574,46
Cocinero	2	355.311,30	710.622,60
Ayudante de cocina	2	347.514,00	695.028,00
Total			4.366.310,52

Fuente: Elaboración propia con base en lista de salarios mínimos por ocupación del año 2021 del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social (2021).

Para el puesto de gerente, se establece un salario mensual de ₡568.819,86, con la función principal de planificar, organizar, dirigir y controlar lo concerniente al hospedaje Glamping en los ámbitos financiero y de recursos humanos, en procura de un adecuado manejo del negocio.

Se contemplan dos recepcionistas, cada uno con un salario mensual de ₡343.390,86 y con funciones orientadas en términos generales, al registro de los huéspedes, tramitación de pagos y proporción de asistencia e información al cliente del hospedaje.

Asimismo, se consideran tres guardas de seguridad, quienes estarán a cargo de ejercer la vigilancia del área que abarca el hospedaje, dar protección a los huéspedes, evitar cualquier acto delictivo dentro de la propiedad, contactar a la Fuerza Pública en caso de ser necesario, entre otros. El salario mensual devengado sería de ₡343.390,86 para cada uno.

Se incluye un puesto de jardinería y mantenimiento, cuyo salario es de ₡355.311,30, con el fin de velar por el buen estado de la infraestructura, zonas verdes y caminos del hospedaje. Así como, un puesto de misceláneo, quien deberá cuidar que las zonas comunes y cada área de la

habitación tanto a lo interno como externo y se mantenga en orden y aseo, percibiendo un salario de ₡319.574,46.

Adicionalmente, en el área de la cocina, se proponen dos cocineros y dos ayudantes con salarios mensuales de ₡355.311,30 y ₡347.514,00, respectivamente; quienes tendrán a cargo: la preparación de los alimentos, la atención y servicio de comidas a los huéspedes.

El total de salarios brutos mensuales corresponde a ₡4.366.310,52, monto sobre el que se calculan las deducciones mensuales por concepto de los aportes a la CCSS y a otras instituciones, por parte tanto del trabajador como del patrono. En este caso, la totalidad de deducciones representa la suma de ₡1.615.534,89, de la cual, el patrono debe aportar la cantidad de ₡1.157.072,29 equivalente al 26,5% del total de salarios (CCSS, 2020).

En esta misma línea, con base en los salarios y cantidad de trabajadores citados, se debe pagar por la póliza de riesgos del INS ₡974.560,51 anualmente, según el Manual Tarifario del Seguro Obligatorio de Riesgos del Trabajo (INS, 2016).

Finalmente, en cuanto al tiempo requerido para abrir el negocio al público, se obtiene en la figura 33, que el 50,00% tardó más de 9 meses para empezar a brindar el servicio; el 25,00% entre 6 a 9 meses y el 25,00% restante entre 2 a 5 meses.

Figura 33

Tiempo para abrir el hospedaje al público



Fuente: Elaboración propia (2021).

Se considera que la apertura del negocio estaría alineada con la fecha de finalización de la construcción, es decir, inician operaciones poco después de tener listas las instalaciones del establecimiento.

4.4. Viabilidad financiera

Este apartado constituye un factor primordial para la determinación de la viabilidad del hospedaje Glamping, pues proporciona un panorama referente al capital que debe invertirse inicialmente; define el monto y la forma de financiamiento y establece las posibles proyecciones de ingresos y egresos ante la eventual puesta en operación del negocio.

4.4.1. Inversión inicial

Dentro de la inversión inicial, se contemplan las salidas de dinero destinadas a la tramitología pertinente y a los factores técnicos que

involucran desde la construcción de las instalaciones hasta el menaje para acondicionar los espacios, a disposición del personal y clientes del servicio. En la tabla 20, se especifican estos rubros, inmersos en los puntos anteriores.

Tabla 20

Inversión inicial (colones)

	Inversión inicial	Monto
Legal	Certificado de uso de suelo	2.400,00
	Certificación de la propiedad	3.100,00
	Permiso de construcción	289.996,53
		36.640,00
	Permiso sanitario de funcionamiento	30.633,00
Factores técnicos	Materiales para habitación	17.134.653,37
	Servicio de mano de obra	11.865.000,00
	Mobiliario, equipo y suministros:	
	Recepción	648.575,01
	Habitaciones	8.117.737,74
	Área de cocina y alimentación	1.458.515,45
	Lavandería	4.153.834,80
Total		43.741.085,90

Fuente: Elaboración propia (2021).

Por concepto legal, los desembolsos suman un total de ₡362.769,53 aproximadamente, incluyendo la certificación de uso de suelo, certificación de la propiedad, permiso de construcción otorgado por la municipalidad respectiva y el permiso sanitario de funcionamiento, expedido por el Ministerio de Salud.

Por su parte, el monto a invertir relativo a los aspectos técnicos es de ₡43.378.316,37 que comprende los materiales para la construcción de las tres habitaciones burbuja, el mobiliario, equipo, suministros para los aposentos, la cocina y área de lavandería.

La suma total requerida para la inversión inicial equivale a ₡43.741.085,90.

4.4.2. Fuentes de financiamiento

El emprendedor manifiesta al grupo investigador que dispone de un fondo de ahorros por ₡20.000.000,00, los cuales pretende utilizar para el desarrollo de este negocio. En consecuencia, al restar esa cantidad al monto calculado para la inversión inicial, quedarían ₡23.741.085,90 que deben ser financiados, a través de otras opciones.

A efectos de cubrir esa diferencia, se considera la alternativa de financiamiento, mediante préstamo con entidades bancarias. En este sentido, se consultan tres instituciones financieras, a fin de conocer las tasas de interés para créditos hipotecarios en colones que ofrecen. A saber:

- Banco Popular y de Desarrollo Comunal: esta entidad dispone de dos modalidades de tasa de interés para crédito hipotecario en colones. La primera es una tasa referencial que consiste en la tasa básica pasiva (TBP)+4,50 y la segunda tasa que maneja es del 8,5% revisable y ajustable mensualmente. Adicionalmente, se cobra una comisión de 2,5% sobre el monto total del préstamo. Proporcionan el 90% de financiamiento a un plazo máximo de 30 años. Por su parte, los requisitos básicos que establecen son:
 - Un año de estar trabajando, en caso de ser asalariado.
 - Orden patronal.
 - Número de finca, en donde se piensa desarrollar el proyecto.
 - El solicitante deberá estar en orden ante la Superintendencia General de Entidades Financieras y protectoras de crédito (W. Camacho, comunicación personal, 30 de marzo de 2021).
- Banco Nacional de Costa Rica: esta institución cobra una tasa de 8,25% durante los primeros tres años y después de ese período, se aplica la TBP+4,50 a lo largo del tiempo restante. Además, se debe considerar una comisión del 2% sobre el monto del préstamo y gastos de hipoteca de ₡5.000 por millón, si es con notario de planta. Asimismo,

financian el 80% del total a solicitar y hasta un lapso de 30 años. Los requisitos que demandan para optar por crédito son:

- Cédula de identidad.
 - Certificación catastral de la propiedad que se pondría en garantía.
 - Planos de construcción.
 - Permisos municipales de construcción.
 - Presupuestos de materiales y mano de obra.
 - Constancia municipal de pago de impuestos.
 - Constancia salarial (J. Murillo, comunicación personal, 31 de marzo de 2021).
- Banco de Costa Rica: este banco ofrece un crédito hipotecario de una a 180 cuotas para el desarrollo de proyectos y pymes, con una tasa de interés de TBP+4,45. Asimismo, se debe considerar 2% por gastos de formalización y 3% de pago anticipado. Es preciso añadir que esta modalidad de crédito, le otorga al deudor un periodo de gracia, en el cual no deberá pagar ni intereses ni cuotas. Dentro de los requisitos establecidos están:
 - Pago del avalúo.
 - Copias certificadas del plano catastrado, extendidas por la Oficina de Catastro de Registro Público.
 - Constancia municipal de impuestos al día
 - Acta de asamblea de socios debidamente protocolizada, donde se autorice a constituir el crédito.
 - Cuando el plan de inversión sea construcción, debe presentar los planos de construcción aprobados por el Colegio Federado de Ingenieros y Arquitectos, con sus respectivos sellos, el permiso municipal y el presupuesto de la construcción (C. Tenorio, comunicación personal, 14 de abril de 2021).

Partiendo de la información supra citada, se selecciona el préstamo hipotecario del Banco de Costa Rica, por cuanto es la opción más favorable para el potencial deudor, en términos de tasa de interés y periodo de gracia. En concreto, se aspira solicitar por un plazo de 10 años, el monto de ₡24.928.140,20 que incluye, además, lo relativo a gastos de formalización de aproximadamente ₡1.187.054,30. Por su parte, la tasa de interés a aplicar es de 7,65%, con base en la TBP de 3,2 del 14 de abril de 2021 (BCCR, 2020).

Cabe resaltar que el pago del préstamo será cubierto inicialmente, por el salario que devenga el emprendedor producto de su ocupación profesional actual y como respaldo responderá el terreno.

Es preciso aclarar que ninguna de las entidades bancarias presta el 100% de la cantidad solicitada, por lo que en la práctica se debe pedir por encima de ese valor, a fin de obtener lo necesario.

En la tabla 21, se visualiza la amortización a la deuda y el pago de intereses anuales, con base en el capital, tasa de interés y plazo mencionados anteriormente.

Tabla 21

Tabla de amortización (colones)

Año	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Cuota	3.656.592,43	3.656.592,43	3.656.592,43	3.656.592,43	3.656.592,43	3.656.592,43	3.656.592,43	3.656.592,43	3.656.592,43	3.656.592,43
Interés	1.907.002,73	1.773.159,11	1.629.076,46	1.473.971,49	1.307.000,99	1.127.257,25	933.763,11	725.466,66	501.235,54	259.850,74
Amortización	1.749.589,70	1.883.433,32	2.027.515,96	2.182.620,93	2.349.591,44	2.529.335,18	2.722.829,32	2.931.125,77	3.155.356,89	3.396.741,69
Saldo	23.178.550,50	21.295.117,18	19.267.601,22	17.084.980,28	14.735.388,85	12.206.053,66	9.483.224,34	6.552.098,58	3.396.741,69	-

Fuente: Elaboración propia (2021).

La cuota anual durante el plazo de 10 años ronda los ¢3.656.592,43, distribuidos entre los intereses a pagar, que van disminuyendo en cada periodo y la amortización al monto adeudado; rubros que reducen continuamente, el saldo del préstamo hasta llegar a cero.

4.4.3. Ingresos y egresos esperados

Esta sección puntualiza información referente a los ingresos y egresos que se esperan obtener del negocio de hospedaje, rubros que posteriormente, sirven de insumo para determinar el flujo de caja, el VAN, la TIR e índice de deseabilidad.

Para comenzar, se calcula el punto de equilibrio con base en costos fijos totales de ¢9.463.003,32, costo variable por noche de ¢11.673,94 y el precio de venta de ¢172.398,70, definido con anterioridad. En consecuencia, el resultado obtenido muestra un punto de equilibrio de 58,88 noches al mes y 706,52 noches al año. Es decir, representa la cantidad mínima de noches que debe vender el hospedaje, para no perder ni ganar dinero.

En lo que respecta al cálculo de los ingresos esperados, se utiliza un promedio del porcentaje de ocupación del ICT durante los años 2016 a 2019 (Ver Anexo 13). Indicador de la actividad hotelera que representa la “relación entre el total de habitaciones-noche vendidas durante cada día del mes y el total de habitaciones-noche disponibles” (ICT, s.f.).

Tomando en cuenta dichos porcentajes, el precio definido por el uso del servicio y una cantidad máxima de noches que podría vender el negocio por mes con tres habitaciones, se calculan los ingresos para el primer año, tal como se muestra en la tabla 22.

Tabla 22*Ingresos esperados (colones)*

Mes	Cantidad máxima de noches por mes	Promedio de porcentajes de ocupación del ICT 2016-2019	Cantidad de noches según promedio de porcentaje de ocupación	Ingresos primer año
Enero	93	74,28%	69	11.908.569,50
Febrero	84	79,83%	67	11.559.850,03
Marzo	93	77,23%	72	12.381.545,33
Abril	90	73,68%	66	11.431.326,80
Mayo	93	60,15%	56	9.643.897,08
Junio	90	61,85%	56	9.596.573,64
Julio	93	69,50%	65	11.142.989,97
Agosto	93	62,87%	58	10.079.596,00
Septiembre	90	47,00%	42	7.292.465,01
Octubre	93	47,78%	44	7.659.803,54
Noviembre	90	65,40%	59	10.147.387,48
Diciembre	93	70,05%	65	11.231.171,91
Total	1095	65,80%	720	124.075.176,30

Fuente: Elaboración propia con base en datos del ICT (s.f.) (2021).

En este sentido, primero se obtiene la cantidad máxima de noches que podría brindar el hospedaje cada mes, con la disponibilidad de tres habitaciones. Lo que da como resultado una ocupación total de 1095 noches al año. Luego, se aplica el promedio de los porcentajes de ocupación durante 2016 a 2019, definidos por el ICT, con el propósito de obtener el número de

noches por mes, siendo en total 720 noches por año, cantidad superior al punto de equilibrio calculado. A partir de los datos de referencia del ICT en esos cuatro años, se proyecta una entrada de ₡124.075.176,30 por año.

Para calcular los ingresos de los años posteriores, se saca un promedio de las variaciones de los porcentajes de ocupación del ICT de 2016 a 2019, el cual resulta en 0,027. Por tanto, se espera que en cada período anual los ingresos varíen, según esa cantidad.

Cabe destacar que, en la práctica, estos datos suelen variar, pues la cantidad de días ocupados puede ser mayor o menor, dependiendo de la afluencia de turistas, ingresos de las familias, condiciones climáticas, entre otros.

Por otro lado, en lo referente a los egresos proyectados para el establecimiento, en la tabla 23 se enuncian los diferentes rubros contemplados.

Tabla 23

Egresos esperados (colones)

Concepto	Monto	Periodicidad
Salarios	4.366.310,52	Mensual
CCSS	1.157.072,29	Mensual
Póliza de riesgos INS	974.560,51	Anual
Servicios municipales	93.341,16	Anual
Patente	22.000,00	Trimestral
Suministros de cocina	698.290,00	Mensual
Suministros de baños, lavandería y limpieza	352.365,00	Mensual
Servicio eléctrico	158.991,95	Mensual
Servicio de internet	27.711,00	Mensual

Fuente: Elaboración propia (2021).

Por concepto de salarios, las salidas mensuales son de ₡4.366.310,52, más un aporte patronal de ₡1.157.072,29, montos que, durante el primer año se proyecta sean de ₡52.395.726,24 y ₡13.884.867,45, respectivamente. Para los próximos años, se aplica el

incremento en los salarios mínimos del sector privado para el año 2021 fijado por el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, que corresponde a 0.30% (MTSS, 2020).

Asimismo, el desembolso por la póliza de riesgos del INS oscila entre los ¢974.560,51 anualmente. Este monto no sube porcentualmente, sino que varía dependiendo de la presentación de planillas (L. Ulloa, comunicación personal, 10 de abril de 2021).

Por motivo de impuestos municipales, el monto que actualmente paga el dueño de la finca es de ¢85.176,00 anuales. Debido a que se contempla realizar la construcción del hospedaje en esta propiedad, se le debe aplicar un aumento de 0.025 del costo total del permiso de construcción. Por consiguiente, si el costo del permiso es de ¢326.606,53, el aumento al rubro del impuesto es de ¢8.165,16.

Lo que representa un pago anual de ¢93.341,16, que únicamente varía para los siguientes años, si el dueño decide realizar otra construcción o una hipoteca (J. Morales, comunicación personal, 14 de abril de 2021).

En relación con el costo de la patente comercial, se utiliza de referencia la cantidad de ¢22.000,00, monto que paga trimestralmente un establecimiento consultado y que según indica, se ha mantenido durante más de un año. Esto representa una suma anual de ¢88.000,00.

Por otra parte, en lo concerniente a los suministros para el área de cocina, baños, limpieza de las instalaciones y lavandería, se solicita factura proforma a PriceSmart con un aproximado de la cantidad de productos requeridos (Ver Anexo 14).

Por consiguiente, se contemplan los montos mensuales de ¢698.290,00 por suministros para el área de cocina y de ¢352.365,00 por suministros para baños, limpieza y lavandería. En el primer año, los montos proyectados son de ¢8.379.480,00 y ¢4.228.380,00, respectivamente. Es pertinente mencionar que, en la actualidad, la finca produce diferentes

verduras y hortalizas que se contempla utilizar en la cocina de hospedaje, por lo que no se consideran en la cotización.

En relación con el costo del servicio eléctrico, se indaga en sitios Web sobre el promedio mínimo de kWh que consumiría por día cada uno de los artefactos eléctricos, previstos para el hospedaje. Así pues, en un plazo de un mes, los kWh mínimos que se consumirían rondan los 1384,10.

De acuerdo con la tarifa para comercios y servicios de ₡109,73 por kWh, definida por la Compañía Nacional de Fuerza y Luz (2021), el monto a pagar sería de ₡151.877,29, que más las tarifas establecidas para el alumbrado público y el tributo a bomberos, sube a un total de ₡158.991,95 mensuales. En síntesis, al año se debe pagar alrededor de ₡1.907.903,37.

Por concepto de servicio de internet, se prevé adquirir un plan de 100 MBPS con la compañía Cabletica S.A. por un monto total de ₡27.711,00 mensuales, en el cual se contempla el costo por WI-FI, cargo del 911 y el cargo de la Cruz Roja (Ver Anexo 15). Lo anterior, representa una suma de ₡332.532,00 durante el primer año.

Por último, como parte de los egresos se debe tomar en consideración, los intereses a pagar por la adquisición de la deuda, tema desarrollado en el punto 4.4.2.

En lo concerniente a la depreciación del inmueble, se estima una vida útil de 115 años, basada en edificaciones con características similares descritas en el Manual de valores base unitario por tipología constructiva (2019).

Por consiguiente, por un valor de ₡28.999.653,22 y un valor residual de ₡2.899.965,32, la depreciación de las tres habitaciones por el método de línea recta es de aproximadamente ₡226.953,81 cada año.

En esta misma línea, para determinar la depreciación de los demás activos, se utilizan los porcentajes de depreciación, según la Directriz CN-001-2009 del Ministerio de Hacienda referente a la valoración, revaluación,

depreciación de propiedad, planta y equipo. La tabla 24 refleja las categorías en la que se engloban esos artículos, con el respectivo porcentaje de depreciación y vida útil.

Tabla 24

Depreciación de mobiliario y equipo (colones)

Artículos	Valor	Porcentaje anual de depreciación	Vida útil (años)	Depreciación
Cama	586.290,00	10%	10	58.629,00
Aire acondicionado	897.000,00	10%	10	89.700,00
Hoteles (ropa de cama, mantelería y colchones)	2.716.111,20	10%	10	271.611,12
Hoteles (utensilios de comedor y cocina)	695.205,49	20%	4	139.041,10
Refrigeradoras	1.019.961,83	10%	10	101.996,18
Lavadoras (todo tipo)	2.353.839,72	7%	15	164.768,78
Secadoras (toda clase)	1.799.995,08	7%	15	125.999,66
Computadora	559.902,41	20%	5	111.980,48
Extintores	190.000,00	7%	15	13.300,00
Total	10.818.305,73			1.077.026,32

Fuente: Elaboración propia con base en tabla de depreciación del Ministerio de Hacienda (2021).

Por un valor de ₡10.818.305,73, el monto que se deprecia anualmente en mobiliario y equipo es de ₡1.077.026,32. Aunado a lo anterior, en la tabla 25 se observa el valor inicial, la cantidad total de depreciación anual, la depreciación acumulada y el valor final del mobiliario, equipo y del bien inmueble.

Tabla 25*Depreciación (colones)*

Año	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Valor inicial	39.817.958,95	38.513.978,82	37.209.998,70	35.906.018,57	34.602.038,44	33.298.058,32	32.245.099,77	31.192.141,22	30.139.182,68	29.086.224,13
Depreciación anual	1.303.980,13	1.303.980,13	1.303.980,13	1.303.980,13	1.303.980,13	1.052.958,55	1.052.958,55	1.052.958,55	1.052.958,55	1.052.958,55
Depreciación acumulada	1.303.980,13	2.607.960,25	3.911.940,38	5.215.920,51	6.519.900,63	7.572.859,18	8.625.817,73	9.678.776,27	10.731.734,82	11.784.693,37
Valor final	38.513.978,82	37.209.998,70	35.906.018,57	34.602.038,44	33.298.058,32	32.245.099,77	31.192.141,22	30.139.182,68	29.086.224,13	28.033.265,58

Fuente: Elaboración propia (2021).

La depreciación durante los primeros cinco años es de ₡1.303.980,13 y a partir del sexto año, es de ₡1.052.958,55, dado que los utensilios de cocina y la computadora cumplen la depreciación estimada.

En conjunto el préstamo bancario, los ingresos, egresos y la depreciación expuestos en párrafos anteriores, permiten elaborar el flujo de caja visible en la tabla 26.

Tabla 26

Flujo de caja (colones)

Año	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Saldo inicial	-		26.559.972,33	55.063.106,53	85.564.098,65	118.118.990,08	152.785.192,42	189.546.205,48	228.537.561,04	269.820.927,24	313.459.438,52
Ingresos											
Ventas por hospedaje		124.075.176,30	127.387.499,94	130.788.249,71	134.279.786,24	137.864.533,19	141.544.978,91	145.323.678,19	149.203.254,01	153.186.399,39	157.275.879,22
Total ingresos:		124.075.176,30	127.387.499,94	130.788.249,71	134.279.786,24	137.864.533,19	141.544.978,91	145.323.678,19	149.203.254,01	153.186.399,39	157.275.879,22
Egresos											
Salarios		52.395.726,24	52.552.913,42	52.710.572,16	52.868.703,88	53.027.309,99	53.186.391,92	53.345.951,09	53.505.988,95	53.666.506,91	53.827.506,43
CCSS		13.884.867,45	13.926.522,06	13.968.301,62	14.010.206,53	14.052.237,15	14.094.393,86	14.136.677,04	14.179.087,07	14.221.624,33	14.264.289,20
Póliza de riesgos INS		974.560,51	977.484,19	980.416,64	983.357,89	986.307,97	989.266,89	992.234,69	995.211,39	998.197,03	1.001.191,62
Servicios municipales		93.341,16	93.341,16	93.341,16	93.341,16	93.341,16	93.341,16	93.341,16	93.341,16	93.341,16	93.341,16
Patente comercial		88.000,00	88.000,00	88.000,00	88.000,00	88.000,00	88.000,00	88.000,00	88.000,00	88.000,00	88.000,00
Servicio eléctrico		1.907.903,37	1.944.344,33	1.981.481,30	2.019.327,60	2.057.896,75	2.097.202,58	2.137.259,15	2.178.080,80	2.219.682,14	2.262.078,07
Servicio de Internet		332.532,00	332.532,00	332.532,00	332.532,00	332.532,00	332.532,00	332.532,00	332.532,00	332.532,00	332.532,00
Suministros cocina		8.379.480,00	8.539.528,07	8.702.633,05	8.868.853,35	9.038.248,44	9.210.878,99	9.386.806,78	9.566.094,79	9.748.807,20	9.935.009,42
Suministros de baños, lavandería y limpieza		4.228.380,00	4.309.142,06	4.391.446,67	4.475.323,30	4.560.801,98	4.647.913,30	4.736.688,44	4.827.159,19	4.919.357,93	5.013.317,67
Intereses por deuda		1.907.002,73	1.773.159,11	1.629.076,46	1.473.971,49	1.307.000,99	1.127.257,25	933.763,11	725.466,66	501.235,54	259.850,74
Total egresos:		84.191.793,46	84.536.966,39	84.877.801,08	85.213.617,19	85.543.676,43	85.867.177,94	86.183.253,46	86.490.962,01	86.789.284,24	87.077.116,31
Depreciación		1.303.980,13	1.303.980,13	1.303.980,13	1.303.980,13	1.303.980,13	1.052.958,55	1.052.958,55	1.052.958,55	1.052.958,55	1.052.958,55
Flujo antes de impuesto		38.579.402,72	41.546.553,42	44.606.468,50	47.762.188,92	51.016.876,64	54.624.842,43	58.087.466,19	61.659.333,46	65.344.156,60	69.145.804,37
Impuesto		11.573.820,81	12.463.966,03	13.381.940,55	14.328.656,68	15.305.062,99	16.387.452,73	17.426.239,86	18.497.800,04	19.603.246,98	20.743.741,31
Flujo después de impuesto		27.005.581,90	29.082.587,40	31.224.527,95	33.433.532,24	35.711.813,64	38.237.389,70	40.661.226,33	43.161.533,42	45.740.909,62	48.402.063,06
Depreciación		1.303.980,13	1.303.980,13	1.303.980,13	1.303.980,13	1.303.980,13	1.052.958,55	1.052.958,55	1.052.958,55	1.052.958,55	1.052.958,55
Amortización a la deuda		1.749.589,70	1.883.433,32	2.027.515,96	2.182.620,93	2.349.591,44	2.529.335,18	2.722.829,32	2.931.125,77	3.155.356,89	3.396.741,69
Inversión inicial		- 43.741.085,90									
Flujo neto de caja		- 43.741.085,90	26.559.972,33	28.503.134,21	30.500.992,12	32.554.891,44	34.666.202,34	36.761.013,06	38.991.355,56	41.283.366,20	43.638.511,28
Saldo acumulado de efectivo		26.559.972,33	55.063.106,53	85.564.098,65	118.118.990,08	152.785.192,42	189.546.205,48	228.537.561,04	269.820.927,24	313.459.438,52	359.517.718,43
Recuperación de la inversión		- 17.181.113,58	55.063.106,53	59.004.126,32	63.055.883,55	67.221.093,77	71.427.215,40	75.752.368,62	80.274.721,76	84.921.877,48	89.696.791,19

Fuente: Elaboración propia (2021).

Los ingresos para el primer año son de ₡124.075.176,30 y a partir de dicho monto, se aplica la variación anual de 0,027 para los siguientes períodos.

Asimismo, en el apartado de egresos, los rubros correspondientes a servicio eléctrico, de internet, suministros de cocina y de baños, lavandería y limpieza aumentan conforme a la inflación de 1,91%, registrada en marzo del 2020 (BCCR,2020).

Por su parte, es importante señalar que la depreciación se descuenta del monto sobre el cual se calcula el impuesto, por cuanto no representa una salida de caja real, es decir, es vista como un escudo fiscal al disminuir ese importe. Posteriormente, se deberá sumar de nuevo para no afectar el flujo neto de caja.

Según las tarifas del impuesto sobre la renta para personas jurídicas, si los ingresos brutos son mayores a ₡109.228.000,00 se debe aplicar un porcentaje del 30% sobre la renta neta (Ministerio de Hacienda, 2020).

La inversión inicial por ₡43.741.085,90 se visualiza en el periodo cero y según los resultados del flujo de caja, se recupera durante el segundo año de operación. En otras palabras, se proyecta que tarde dos años para generar el efectivo que iguale y, además, supere tal inversión.

Ahora bien, para llevar a cabo los cálculos del VAN y la TIR se emplea el flujo neto de caja, sin considerar los saldos del préstamo a solicitar puesto que, al determinar el VAN ajustado, se obtiene por separado el aporte del financiamiento sobre el valor del proyecto. La tabla 27, presenta ese flujo neto de caja utilizado.

Tabla 27*Flujo neto de caja (colones)*

Años	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Flujo neto de caja	- 43.741.085,90	30.216.564,75	32.159.726,63	34.157.584,54	36.211.483,86	38.322.794,76	40.417.605,49	42.647.947,98	44.939.958,63	47.295.103,71	49.714.872,34

Indicador Económico	Valor
VAN escenario 1	335.203.653,77
VAN anualizado escenario 1	34.918.576,49
VAN escenario 2	341.478.405,44
VAN anualizado escenario 2	35.036.770,60
TIR	74,76%
VAN ajustado	351.012.214,44

Fuente: Elaboración propia (2021).

Para obtener el VAN, es necesario definir una tasa de descuento, referente a la tasa que se le estaría exigiendo al proyecto. Por tanto, se han establecido dos escenarios, uno con base en la Tasa de Política Monetaria y el otro, mediante la inflación interanual. Dos indicadores del Banco Central de Costa Rica de suma importancia, para ejecutar la política monetaria, con el fin de conseguir la estabilidad de precios, es decir, la inflación baja y estable. Partiendo de estos indicadores, la finalidad es evaluar si el proyecto es capaz de continuar generando valor entre mayor es la rentabilidad que se le exige.

Para el primer escenario, se define la tasa de descuento de 0,75%, igual a la Tasa de Política Monetaria que rige al 16 de abril de 2021 (BCCR, 2021). De la mano con los flujos netos de caja y la inversión inicial de ₡43.741.085,90, se obtiene como resultado un VAN de 335.203.653,77 durante el periodo de 10 años. El VAN del proyecto al ser positivo, demuestra que se recupera la inversión y se

genera un margen de rentabilidad de ₡291.462.567,87. Este escenario considera, que el margen de rentabilidad es alto, pero se asume una alta cantidad de riesgos, dado que depende de la Política Monetaria.

En este contexto, el VAN anualizado es de ₡34.918.576,49 que constituye el flujo de caja anual generado por el proyecto con base en los valores presentes.

En el segundo escenario, la tasa de descuento es de 0,47% igual a la inflación interanual en el mes de marzo de 2021 (BCCR, 2021). En este caso, el VAN es de 341.478.405,44 durante el horizonte de tiempo de 10 años. De la misma manera que en el primer escenario, se logra recuperar la inversión y se genera un margen de rentabilidad de ₡297.737.319,53; sin embargo, se asume una mayor cantidad de riesgos que en el escenario anterior, porque la inflación no afecta algunos costos (depreciación). El VAN anualizado corresponde a ₡35.036.770,60.

A partir de los resultados anteriores, se decide tomar de referencia el primer escenario, debido a que el riesgo es menor.

En cuanto a la TIR, es de 74,76% y se toma como el indicador que muestra la rentabilidad mínima del proyecto. Con este porcentaje, el VAN sería cero, lo que quiere decir, que el proyecto no produciría ni beneficios ni pérdidas, pues se le estaría exigiendo la misma tasa que generaría.

Por otra parte, si se financia el 56,99% de la inversión, equivalente a un monto de ₡24.928.140,20, a una tasa de interés del 7,65% y a un plazo de 10 años, se deberá pagar como cuota del préstamo, una cantidad de ₡3.656.592,43 anualmente.

Al tomar estos datos y un costo de oportunidad de 35,25%, obtenido de la división entre la inversión y los ingresos, se tiene que, con ese préstamo, se aumentaría el valor del proyecto en 15.808.560,66, generando un VAN ajustado de 351.012.214,44.

Dichos datos reflejan que, si se solicita el crédito, el valor del proyecto incrementa, al pasar de un VAN de 335.203.653,77 sin deuda a un VAN ajustado de 351.012.214,44 con deuda, aumentando así, la rentabilidad del proyecto.

Finalmente, el índice de deseabilidad o índice de rentabilidad para este proyecto es de 8,22, monto que refleja la contribución de ganancia del proyecto, con respecto al monto invertido.

Es de esperar que los ingresos del proyecto aumenten exponencialmente a partir del año 11, una vez se haya cancelado el préstamo, por lo que será aún más rentable.

A lo largo de este capítulo, se expone y analiza la información extraída, a través de la aplicación de distintos instrumentos y procedimientos para cada variable y sus respectivos indicadores, permitiendo obtener resultados que orientan al emprendedor acerca de la ejecución del hospedaje Glamping.

En otras palabras, brinda un escenario sobre los ámbitos legal, de mercado, técnico y financiero que conlleva el quehacer del eventual negocio. A partir de lo supra citado, se da paso a la redacción de las conclusiones y recomendaciones, de acuerdo con los objetivos específicos propuestos.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Esta última sección de la investigación, detalla las conclusiones y recomendaciones a las que ha llegado el equipo investigador con base en los resultados obtenidos en el apartado anterior.

Por ende, fundamentándose en la información derivada de las distintas variables e indicadores estudiados, se procede a dar un desenlace a los objetivos planteados inicialmente, en aras de visualizar, desde varios puntos de vista, la posibilidad y conveniencia de ejecutar el hospedaje Glamping, y a la vez, apoyar al emprendedor en la toma de decisiones respecto a la creación de un negocio de esta naturaleza.

5.1. Conclusiones

En este acápite se exploran las conclusiones obtenidas, según los objetivos específicos.

5.1.1. Identificar mediante el estudio de leyes y reglamentos del sistema costarricense, los requisitos legales para la instalación de un hospedaje estilo Glamping en el año 2022.

El proceso legal que conlleva el emprendimiento, requiere seguir una secuencia de gestiones ante diversas instancias, orientadas a cumplir a derecho con las obligaciones estipuladas en el país para brindar el servicio. En este sentido, se determina que los principales permisos para comenzar con la ejecución del hospedaje constituyen el permiso de construcción y el de funcionamiento, además de otra serie de diligencias, de igual relevancia para el momento de operación del negocio, tales como: inscripciones tributarias, patronales, declaración turística, entre otras.

En términos generales, dentro de los requisitos solicitados en esos trámites están: la presentación de plano catastrado, certificación de uso de suelo, cumplimiento de obligaciones municipales y con la CCSS, entre otras. La concreción oportuna de tales requerimientos, supone los primeros pasos para que el futuro alojamiento pueda ser un hecho.

5.1.2. Ejecutar un estudio de mercado, mediante la identificación del grado de demanda de clientes potenciales para la comercialización del servicio de hospedaje estilo Glamping.

La población meta del negocio refiere a turistas nacionales y extranjeros, mayores de 25 años, inmersos en la población económicamente activa, con un ingreso menor a los \$2.000 mensuales y que, además, disfruten de estancias en medio de la naturaleza.

En cuanto a la demanda del servicio, se comprueba que sí existe un mercado potencial de clientes, mayormente nacionales, quienes a pesar de no tener conocimiento sobre el significado de Glamping buscan satisfacer su necesidad de vacacionar en un estilo de hospedaje novedoso, que conecte la naturaleza con las comodidades de un hotel cinco estrellas. Asimismo, que sea un lugar en donde puedan realizar distintas actividades de esparcimiento.

En el rubro de la oferta, se establece que existe en el país variedad de hospedajes considerados Glamping, proyectos que, en su mayoría, han demostrado longevidad, al tener una duración de seis años o más en el mercado. Sin embargo, sus conceptos difieren del que se desea crear, ya que predomina un estilo de habitación tienda safari o carpa, con más de diez habitaciones en cada establecimiento. Hasta el momento, el proyecto Glamping en forma de burbuja hecha de vidrio, no es común en el país y la zona donde se piensa construir no cuenta con competencia cercana.

El precio definido para el servicio de ₡172.398,70 se encuentra en el promedio del mercado e incluye los tres tiempos de alimentación (desayuno, almuerzo y cena). Es importante destacar que, para su fijación se discriminan variables como: la cantidad de camas, estilo de la habitación y otras comodidades, dado que, solo se promedian los precios de los distintos alojamientos durante la temporada más alta y la más baja.

5.1.3. Distinguir los factores técnicos necesarios para la construcción y funcionamiento de un hospedaje estilo Glamping en el año 2022, a través de la determinación de las características, tamaño y capacidad del proyecto.

Dentro del estudio técnico, el equipo de trabajo identifica a partir de una investigación rigurosa, los materiales, mobiliario, mano de obra previstos para la construcción y el personal a contratar para la operación; aspectos que permiten obtener resultados objetivos y tomar decisiones inmediatas.

Con relación a las áreas que contempla el hospedaje, se corrobora en conjunto con el emprendedor, que el área de recepción y el área de cocina ya se encuentran construidas, por lo tanto, se cotizan únicamente, los materiales necesarios para la construcción de las tres habitaciones burbuja.

Producto de la investigación, se logra definir cuáles son esos materiales requeridos para la construcción de las habitaciones, la instalación del piso y azulejos, eléctrica, de agua y del vidrio. Al igual que las cantidades requeridas y el precio de cada materia prima.

Adicionalmente, en esta temática se concluye que el vidrio que rodea las habitaciones debe ser laminado permitiendo que, ante cualquier ruptura, no explote en pedazos y, por el contrario, ese rompimiento se mantenga en el mismo vidrio, sin exponer la vida de ninguna persona.

Por concepto de mano de obra, se determina que la contratación debe contemplar la construcción de las tres habitaciones burbuja, cada una con su respectivo baño, jacuzzi y zona deck y la instalación del vidrio, mamparas de baño y ventanas. Se establece que, para esta labor es oportuno contar con un maestro de obras y cuatro ayudantes. En relación con la duración, se estipula un tiempo aproximado de nueve meses hábiles.

En lo concerniente al mobiliario, equipo y suministros, se identifican aquellos que serán requeridos para la recepción, habitaciones, lavandería y

cocina, así como las cantidades necesarias de cada elemento, en pro de un funcionamiento adecuado de dichas áreas, que conforman el hospedaje Glamping.

Finalmente, para la operación del servicio, el emprendedor requiere contratar alrededor de 12 personas que formarán parte de los puestos de limpieza, mantenimiento, recepción, seguridad y cocina.

5.1.4. Estimar la viabilidad financiera del hospedaje estilo Glamping, por medio de la aplicación de herramientas financieras que ayuden a la elaboración de un criterio técnico para la toma de decisiones.

A partir del estudio financiero de los diferentes aspectos, se demuestra que el proyecto es viable. Para cubrir la inversión inicial de ₡43.741.085,90, se buscan opciones de financiamiento bancario y se determina que la mejor elección para el emprendedor la constituye, el Banco de Costa Rica. El monto por financiar es de ₡23.741.085,90, siendo un 54,3% de la inversión inicial; no obstante, dado que estos trámites generan costos de formalización se solicita un monto de ₡24.928.140,20.

Partiendo de la premisa de contar con una buena opción de financiamiento, se realiza un análisis de ingresos y egresos esperados, del cual se deduce que el promedio anual total de ingresos es de ₡124.075.176,30 y de egresos es de ₡81.952.258,79. Refiriendo que el proyecto genera mayores ingresos, esto siempre que se cumpla con el punto de equilibrio de 58,88 noches al mes, 706,52 noches al año y las tasas de ocupación de ICT.

Estos resultados se capturan, por medio del flujo de caja, VAN, TIR e índice de deseabilidad, con base en lo cual, el dueño del proyecto deberá asumir el reto de crear el hospedaje contemplando que los indicadores, muestran una alta rentabilidad si obtiene el promedio de ocupación.

Por último, se destaca que los datos tomados para dicho análisis corresponden a periodos antes de la pandemia del COVID-19, es decir, se debe tener presente que los porcentajes de ocupación del ICT son

referencia para hoteles en general, del año 2016 al 2019, se realiza la salvedad de que el hospedaje del proyecto, es tipo Glamping. Se advierte que las proyecciones de los flujos, ingresos y egresos, VAN, TIR y otros aspectos calculados son dependientes de datos referenciales. Es de esperar que Costa Rica, a partir de la pandemia viva una nueva realidad empresarial, social, cultural y económica.

Con base en los factores estudiados anteriormente, se llega a la conclusión de que el hospedaje estilo Glamping que se desea implementar es viable, por cuanto los resultados demuestran que los trámites para su ejecución son procedentes, existe un potencial mercado anuente a utilizar el servicio, los materiales y mobiliario destinados a la construcción de las instalaciones están disponibles en el país y las proyecciones financieras son favorables en términos de recuperación de la inversión, rentabilidad y sostenibilidad.

En adición, la información presentada en esta investigación puede servir de referencia a otras personas que estén pensando en emprender negocios similares, pues se brinda un panorama integral de los elementos legales que se requieren llevar a cabo, durante las etapas iniciales del negocio y la puesta en marcha; la posible aceptación del mercado ante la eventual apertura; la competencia local con la que se enfrenta; los costos aproximados en los que se incurriría para la construcción y acondicionamiento y finalmente, del análisis financiero referente a los ingresos, egresos y rentabilidad esperada en el tiempo.

La creación de estos emprendimientos tiene un impacto positivo, al promover el comercio de bienes y servicios que potencien el desarrollo productivo de las comunidades y a su vez, la economía nacional. En esencia, se contribuye, por un lado, a la generación de empleo entre los pobladores de la zona o áreas aledañas y por el otro, a la atracción de turistas nacionales y/o extranjeros interesados en conocer formas de alojamiento alternativas, quienes usualmente también, adquieren productos y hacen uso de otros servicios del sector.

Por su parte, desde el punto de vista de los huéspedes, la modalidad de alojamientos Glamping brinda espacios que facilitan la relajación, a través del contacto con la flora y fauna, coadyuvando a su salud mental y calidad de vida.

5.2. *Recomendaciones*

Seguidamente, se describen las recomendaciones elaboradas, de acuerdo con los objetivos específicos.

5.2.1. Identificar mediante el estudio de leyes y reglamentos del sistema costarricense, los requisitos legales para la instalación de un hospedaje estilo Glamping en el año 2022.

La obtención de los permisos necesarios tanto para la etapa de construcción como de funcionamiento, implica el acatamiento previo de otros trámites que representan requisitos indispensables para realizar la debida solicitud.

Por esta razón, es preciso que el emprendedor planifique la manera en la que procederá con la recopilación de la variada documentación que debe presentar, según las autorizaciones requeridas; contemplando que, en la práctica, el proceso puede ser largo, pues intervienen factores burocráticos y humanos que crean atrasos y afectan, en última instancia, la ejecución del negocio bajo el marco legal vigente.

5.2.2. Ejecutar un estudio de mercado, mediante la identificación del grado de demanda de clientes potenciales para la comercialización del servicio de hospedaje estilo Glamping

Se recomienda al emprendedor crear o definir un plan de mercadeo, con la finalidad de dar a conocer el servicio de hospedaje Glamping, pues la mayor parte de la población encuestada, no conoce el concepto. Además de que, la zona donde se piensa desarrollar está dentro de la GAM, por lo que podría atraer más clientes potenciales por la cercanía.

Por consiguiente, se sugiere iniciar el plan de mercadeo antes de la apertura del lugar, preferiblemente por medio de redes sociales para mayor

control y menor costo. Posterior a la apertura, puede recurrir a otros canales de comunicación, ya sea medios digitales, escritos, televisivos, radiofónicos, o vallas publicitarias, para abarcar la mayor parte de la población costarricense y extranjera.

Con respecto al precio del servicio, es recomendable definirlo por temporada alta y temporada baja, al igual que los demás hospedajes de ese estilo, a fin de ser más competitivos en el mercado.

Finalmente, es importante contemplar un presupuesto para el plan de mercadeo, fijando un cronograma de actividades y definiendo la intensidad de la publicidad, según la temporada.

5.2.3. Distinguir los factores técnicos necesarios para la construcción y funcionamiento de un hospedaje estilo Glamping en el año 2022, a través de la determinación de las características, tamaño y capacidad del proyecto.

Actualmente, la mayoría de las empresas tienden a realizar descuentos por compras mayores a montos establecidos, por lo anterior se recomienda evaluar las etapas de la construcción, para realizar en una sola compra, la adquisición de varios materiales, mobiliario y equipo, logrando así, un ahorro significativo en estos gastos. En la misma línea, se aconseja visitar diferentes compañías para comparar precio y calidad de los productos y servicios.

En lo atinente a la mano de obra necesaria para la construcción del hospedaje, es fundamental realizar un contrato que especifique detalladamente cada una de las construcciones y remodelaciones a realizar, así como el plazo, términos y condiciones, con el fin de evitar futuros conflictos legales y de interés.

En lo referente al personal previsto para la operación del servicio, se hace la sugerencia de añadir otra persona para el puesto de misceláneo, para un total de dos personas, con el propósito de realizar una adecuada

distribución de las labores y cumplir con lo establecido por el Ministerio de Trabajo, en cuanto a las jornadas laborales.

Con relación al puesto del gerente, el cual será inicialmente ejecutado por el emprendedor, se recomienda que, en el segundo año, previsto para que el hospedaje recupere la inversión, se realice una contratación para cubrir estas funciones y otras como: contabilidad, mercadeo, recursos humanos.

Por otro lado, el servicio puede obtener mayor número de clientes si el alojamiento dispone de sistemas de alarmas, cámaras o presencia de más personas encargadas de resguardar la seguridad de los clientes, es decir, la contratación de un servicio de seguridad privado. Por lo tanto, se invita a invertir en estos factores, dado que le daría un atractivo potencial al hospedaje, al contar con elementos que contribuyen con el resguardo, bienestar y tranquilidad de los huéspedes.

También, se puede obtener mayor número de clientes si el emprendedor capacita e incentiva a sus colaboradores, a fin de brindar día con día un excelente servicio al cliente.

5.2.4. Estimar la viabilidad financiera del hospedaje estilo Glamping, por medio de la aplicación de herramientas financieras que ayuden a la elaboración de un criterio técnico para la toma de decisiones.

El dueño del proyecto debe tener en cuenta que, en la realidad pueden existir una mayor cantidad de desembolsos, a parte de los enumerados en esta investigación; por lo tanto, se aconseja destinar determinada cantidad como fondo para suplir este tipo de eventos.

A la vez mantener cautela constante, en cuanto a la cantidad de ocupación, esto con el fin de tener una reacción rápida ante posibles cambios y ágil acceso a promedios y proyecciones que consoliden la rentabilidad del proyecto.

Al ser un hospedaje moderno, se sugiere estar pendiente de los cambios en el mercado, los ingresos, egresos y rentabilidad, para en un futuro ampliar la infraestructura del proyecto.

Asimismo, es importante siempre mantenerse al día con el crédito, esto va a permitir una mayor capacidad de ahorro y un historial crediticio limpio.

Cabe anotar que a pesar de que la investigación fue realizada bajo un panorama carente de pandemia, ésta es una situación que no puede obviarse por completo. En este contexto, es de tomar en consideración que los bancos, actualmente, suelen ser más precavidos al momento de otorgar préstamos, por lo que se debe evaluar si las condiciones del emprendedor, se ajustan a los parámetros establecidos por la entidad financiera, de manera que se verifique la posibilidad de obtener los recursos, por ese medio.

De lo contrario, contemplar la idea de reducir el tamaño del proyecto, financiándolo principalmente, con el ahorro que se posee y ampliarlo en el futuro, conforme vaya generando ganancias de su operación o bien, posponer la realización del proyecto y retomarlo cuando lo considere oportuno.

Se recomienda que el emprendedor pueda analizar y valorar la información presentada a largo de la investigación, referente a los aspectos legal, de mercado, técnico y financiero, de forma que sea una guía que oriente la efectiva ejecución del proyecto. La decisión de emprender es retadora, sin embargo, si la actividad a ejecutar es una de sus mayores motivaciones, se le insta a ser perseverante, optimista y evitar que cualquier obstáculo, le impida cumplir sus sueños.

Es crucial que se mantenga a la vanguardia de las nuevas tendencias en el área de alojamientos, sector turístico y certificaciones que impulsen el negocio; esté dispuesto a escuchar y comprender a los clientes y tenga la capacidad de adaptación al cambio, de acuerdo con las necesidades del mercado.

REFERENCIAS

Acuerdo 0 de 2013. Requisitos de Trámites del Servicio de Inspección. 13 de marzo de 2013. D.O. No. 51.

http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=74410&nValor3=0&strTipM=TC

Amador, A. (2015). *Administración de recursos humanos*. México.

<http://eprints.uanl.mx/13425/1/Alfonso%20Amador%20Sotomayor%20-%20Administraci%C3%B3n%20de%20recursos%20humanos%20-%20Su%20proceso%20organizacional%202016.pdf>

Arctic Fox Igloos. (s.f.). *Arctic fox igloos Glass-Igloos with modern conveniences*

[Fotografía]. <https://arcticfoxigloos.com/igloos/>

Arévalo, L. F. (11 de octubre, 2019). *Trámite de permisos de construcción en Costa Rica*. Construir América Central y el Caribe.

<https://revistaconstruir.com/tramite-permisos-construccion/>

Arias, J., Villasís, M. A. y Miranda, M. G. (2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. *Revista Alergia México*, 63(2), 201-206.

<https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755023011.pdf>

Asesor Empresarial. (s.f.). *Flujo de Caja*. Perú: Entrelíneas, S.R.L.

https://www.academia.edu/28765780/FLUJO_DE_CAJA

Art Villas. (s.f.). *Coco*. <https://artvillas.bookinglayer.com/en/product/co-co>

Art Villas. (s.f.). *Coco* [Fotografía]. <https://artvillas.bookinglayer.com/en/product/co-co>

Baca, G. (2010). *Evaluación de proyectos* (6ª ed.). McGraw-Hill.

Baca, G. (2016). *Evaluación de Proyectos* (8ª ed.). McGraw-Hill.

Balestrini A., M. (2006). *Cómo se elabora el proyecto de Investigación* (7ª ed.).

https://issuu.com/sonia_duarte/docs/como-se-elabora-el-proyecto-de-inve

- Barrantes, R. (2005). *Investigación: un camino al conocimiento un enfoque cualitativo y cuantitativo*. EUNED
- BCCR. (2020). Índice de Precios al Consumidor. <https://gee.bccr.fi.cr/indicadoreseconomicos/cuadros/frmvercatcuadro.aspx?idioma=1&codcuadro=%202732>
- BCCR. (2020). Principales indicadores. <https://www.bccr.fi.cr/SitePages/Inicio.aspx>
- BCCR. (2020). Tasa Básica Pasiva. <https://gee.bccr.fi.cr/indicadoreseconomicos/cuadros/frmvercatcuadro.aspx?idioma=1&codcuadro=%2017>
- Benavides, S. (2020). El Aporte Del Turismo a la Economía Costarricense: Más de una Década Después. *Revista Economía y Sociedad*, 25(57). <https://www.revistas.una.ac.cr/index.php/economia/article/view/13216/18616>
- Block, S., Hirt, G. y Danielsen, B. (2013). *Fundamentos de administración financiera* (14^a ed.). McGraw-Hill. [https://unac.edu.mx/wp-content/uploads/2020/02/Fundamentos de Administracion Financiera.pdf](https://unac.edu.mx/wp-content/uploads/2020/02/Fundamentos_de_Administracion_Financiera.pdf)
- Bravo, M. L., Lambretón, V. y Márquez, H. (2010). *Introducción a las finanzas* (4^a ed.). Pearson.
- Burón, P. (2019). *Glampingholic: plan de viabilidad de un complejo tipo Glamping en Riaño, León* (Trabajo de fin de grado, Universidad de León). Buleria. <https://buleria.unileon.es/bitstream/handle/10612/11153/Bur%F3nMelendre,%20Patricia.pdf;jsessionid=7540D3F27407342D10E30676B076CB40?sequence=1>
- Cabanellas, G. (1993). *Diccionario jurídico elemental*. Editorial Heliasta R.L. [https://www.academia.edu/19327120/DICCIONARIO JURIDICO ELEMENTAL GUILLERMO CABANELLAS](https://www.academia.edu/19327120/DICCIONARIO_JURIDICO_ELEMENTAL_GUILLERMO_CABANELLAS)
- Caja Costarricense de Seguro Social. (2020). Calculadora patronal. <https://www.ccss.sa.cr/calculadora>

- Cardona, J. (2015). *Gerencia del valor: generadores de valor y alternativas de inversión*. Lemoine Editores.
<http://www.digitaliapublishing.com.una.remotexs.co/visor/49645#>
- Casado, M. (2009). *Diccionario jurídico* (6ª ed.). Valletta Ediciones.
<https://elibro.net.una.remotexs.co/es/ereader/unacr/66821?page=633>
- Castillo, L. (2005). *Análisis Documental*. <https://www.uv.es/macass/T5.pdf>
- Chávez, M. B. y Montesdeoca, A. F. (2018). *El Glamping como alternativa de alojamiento comunitario de Pukyu Pamba, cantón Ibarra* (Trabajo fin de grado, Universidad de las Fuerzas Armadas). Repositorio ESPE.
<https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/13985/1/T-ESPE-057583.pdf>
- Chiavenato, I. (2011). *Administración de recursos humanos* (9ª ed.). McGraw-Hill.
- Chira Glamping. (s.f.). *Tents*. <https://chiraglamping.com/>
- Chira Glamping. (s.f.). *Tents* [Fotografía]. <https://chiraglamping.com/>
- Chu, M. (2016). *Finanzas para no financieros* (5ª ed.). Editorial UPC.
- Compañía Nacional de Fuerza y Luz. (2021). *Tarifas eléctricas*.
https://www.cnfl.go.cr/documentos/transparencia/consolidado_tarifas.pdf
- Córdoba, M. (2011). *Formulación y evaluación de proyectos* (2ª ed.). Ecoe Ediciones.
- Cue, A. y Quintana, L. (2014). *Fundamentos de la Economía*. Grupo Editorial Patria S.A.
https://elibro.net.una.remotexs.co/es/ereader/unacr/39385?as_all=economia&as_all_op=unaccent_icontains&prev=as&page=3
- Decreto Ejecutivo 11217 de 1980. Reglamento Empresas Hospedaje Turístico. 07 de marzo de 1980. D. O. No. 48.
http://www.pgrweb.go.cr/SCIJ/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=16196&nValor3=98486&strTipM=TC

Decreto Ejecutivo 31849 de 2004. Reglamento General sobre los Procedimientos de Evaluación de Impacto Ambiental (EIA). 28 de junio de 2004. D.O. No. 125.

http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_norma.aspx?param1=NRM&nValor1=1&nValor2=53029&nValor3=116925&strTipM=FN

Decreto Ejecutivo 38277 de 2014. Reglamento de Procedimiento Tributario. 02 de abril de 2014. D.O. No. 65.

http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=76926&nValor3=0&strTipM=TC

Decreto Ejecutivo 39472 de 2016. Reglamento general para Autorizaciones y Permisos Sanitarios de Funcionamiento otorgados por el Ministerio de Salud. 08 de febrero de 2016. D.O. No. 26.

http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_norma.aspx?param1=NRM&nValor1=1&nValor2=81043&nValor3=114931&strTipM=FN

Decreto Ejecutivo 41370 de 2018. Reglamento de Empresas y Actividades Turísticas. 07 de diciembre de 2018. D.O. No. 228.

http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=87737&nValor3=114417&strTipM=TC

De Jesús, J. E., Salcido, T., Salcido, F. G. y Zamorano, D. J. (2008). Análisis de la oferta y la demanda del servicio de internet por cable empresarial de 1024 kbps. *Ra Ximhai*, 4(2), 295-309.

<https://www.redalyc.org/pdf/461/46140215.pdf>

De la Torre, J. y Zamarrón, B. (2002). *Evaluación de Proyectos de Inversión*.

Pearson. <http://www.puntodeinicio.com.mx/wp-content/uploads/2016/07/De-la-Torre-Zamarr%C3%B3n-Evaluaci%C3%B3n-de-Proyectos-de-Inversi%C3%B3n-2002.pdf>

Del Cid, A., Méndez, R. y Sandoval, F. (2011). *Metodología de la investigación* (2ª ed.). Pearson.

<https://josedominguezblog.files.wordpress.com/2015/06/investigacion-fundamentos-y-metodologia.pdf>

Dessler, G. y Varela, R. (2011). *Administración de recursos humanos* (5ª ed.). Pearson.

Directriz CN-001-2009 de 2009. Valoración, revaluación, depreciación de propiedad, planta y equipo. 23 de noviembre de 2009. D.O. No. 26.
http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=67206&nValor3=79528&strTipM=TC

Dumrauf, G. L. (2010). *Finanzas corporativas: un enfoque latinoamericano* (2ª ed.). Alfaomega.

Emprendedores. (30 de julio, 2020). *Cómo fijar los precios si tienes una empresa de servicios*. <https://www.emprendedores.es/gestion/como-fijar-precios-de-servicios>

Fernández, S. (2010). *Los proyectos de inversión: evaluación financiera* (2ª ed.). Editorial Tecnológica de Costa Rica.

García, D. E. (2015). *Fuentes de financiamiento*. Universidad Autónoma del Estado de México.
<http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/33865/secme-18851.pdf?sequence=1>

García, I. (08 de enero, 2018). *¿Qué es el mercado meta?* Emrendepyme.
<https://www.emrendepyme.net/que-es-el-mercado-meta.html#:~:text=El%20concepto%20de%20mercado%20meta,organizaci%C3%B3n%20sus%20esfuerzos%20de%20mercadotecnia.>

Glamping Hub. (2020). *Burbujas*.
[https://glampinghub.com/es/busquedadealquiler/burbujas/?q=&checkin=&checkout=&adults=2&children=0&infants=0&lang=es&page=1&sort=recomendado¤cy=USD&filters={%22categories%22:\[\],%22features%22:\[\],%22flags%22:\[\],%22genericCollection%22:%22Collection-7%22}](https://glampinghub.com/es/busquedadealquiler/burbujas/?q=&checkin=&checkout=&adults=2&children=0&infants=0&lang=es&page=1&sort=recomendado¤cy=USD&filters={%22categories%22:[],%22features%22:[],%22flags%22:[],%22genericCollection%22:%22Collection-7%22})

- Glamping Hub. (2020). *Tipos de Glamping* [Fotografía].
<https://glampinghub.com/es/tipos-de-glamping/>
- Glamping Tour. (15 de enero, 2020). *Turismo natural por Colombia*.
<https://glampingtour.com/blog/>
- Gitman, L. J. y Zutter, C. J. (2012). *Principios de administración financiera* (12^a ed.). Pearson.
<https://educativopracticas.files.wordpress.com/2014/05/principios-de-administracion-financiera.pdf>
- Gómez, M. (2016). *Introducción a la metodología de la investigación científica* (2^a ed.). Editorial Brujas.
<http://www.digitaliapublishing.com.una.remotexs.co/visor/44342#>
- Google Maps. (s.f.). *Mapa de Salitral de Santa Ana, Costa Rica*.
<https://www.google.com/maps/place/Parque+Eolico+del+Valle+Central/@9.8840334,-84.1908109,16z/data=!4m5!3m4!1s0x8fa0fe7648f3eced:0xb224e88bb27d77d4!8m2!3d9.8818844!4d-84.1872185>
- Guajardo, G. y Andrade, N. E. (2014). *Contabilidad Financiera* (6^a ed.). McGrawHill.
- Guarín, A. y Pradilla, J. P. (2017). *Llegó la hora del Glamping: un estudio del potencial del ecoturismo de lujo en la región de Tabio, Cundinamarca* (Trabajo de pregrado, Colegio de Estudios Superiores de Administración). Repositorio Institucional CESA.
<https://repository.cesa.edu.co/bitstream/handle/10726/1834/TG00749.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Hamilton, M. y Pezo, A. (2005). *Formulación y evaluación de proyectos tecnológicos empresariales aplicados*. Convenio Andrés Bello.
<https://books.google.co.cr/books?id=PfpYxDclwUMC&pg=PP177&dq=tasa+internacional+de+retorno&hl=es&sa=X&ved=2ahUKewjs1JjzpbprAhXm01kKHQf5>

[DJwQ6AEwA3oECAEQAg#v=onepage&q=tasa%20interna%20de%20retorno&f=false](https://www.academia.edu/31620449/Metodolog%C3%ADa_de_la_Investigaci%C3%B3n_6ta_ed_JPR)

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (6ª ed.). McGraw-Hill

[https://www.academia.edu/31620449/Metodolog%C3%ADa de la Investigaci%C3%B3n 6ta ed JPR](https://www.academia.edu/31620449/Metodolog%C3%ADa_de_la_Investigaci%C3%B3n_6ta_ed_JPR)

Instituto Costarricense de Turismo. (s.f.). Metadatos de los registros

administrativos. [https://www.ict.go.cr/es/documentos-](https://www.ict.go.cr/es/documentos-institucionales/estad%C3%ADsticas/cifras-tur%C3%ADsticas/establecimientos-de-hospedaje-bccr/927-2016-2019/file.html)

[institucionales/estad%C3%ADsticas/cifras-](https://www.ict.go.cr/es/documentos-institucionales/estad%C3%ADsticas/cifras-tur%C3%ADsticas/establecimientos-de-hospedaje-bccr/927-2016-2019/file.html)

[tur%C3%ADsticas/establecimientos-de-hospedaje-bccr/927-2016-](https://www.ict.go.cr/es/documentos-institucionales/estad%C3%ADsticas/establecimientos-de-hospedaje-bccr/927-2016-2019/file.html)

[2019/file.html](https://www.ict.go.cr/es/documentos-institucionales/estad%C3%ADsticas/establecimientos-de-hospedaje-bccr/927-2016-2019/file.html)

Instituto Costarricense de Turismo. (2017). *Plan Nacional de Desarrollo turístico de*

Costa Rica 2017 - 2021. [https://www.ict.go.cr/en/documents/plan-nacional-](https://www.ict.go.cr/en/documents/plan-nacional-y-planes-generales/plan-nacional-de-desarrollo/1071-plan-nacional-de-desarrollo-turistico-2017-2021/file.html)

[y-planes-generales/plan-nacional-de-desarrollo/1071-plan-nacional-de-](https://www.ict.go.cr/en/documents/plan-nacional-y-planes-generales/plan-nacional-de-desarrollo/1071-plan-nacional-de-desarrollo-turistico-2017-2021/file.html)

[desarrollo-turistico-2017-2021/file.html](https://www.ict.go.cr/en/documents/plan-nacional-y-planes-generales/plan-nacional-de-desarrollo/1071-plan-nacional-de-desarrollo-turistico-2017-2021/file.html)

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2020). *Estimaciones y proyecciones*

de población. [https://inec.cr/poblacion/estimaciones-y-proyecciones-de-](https://inec.cr/poblacion/estimaciones-y-proyecciones-de-poblacion)

[poblacion](https://inec.cr/poblacion/estimaciones-y-proyecciones-de-poblacion)

Instituto Nacional de Seguros. (2016). Manual tarifario del Seguro Obligatorio de Riesgos del Trabajo.

[https://www.imprentanacional.go.cr/pub/2016/10/05/ALCA207_05_10_2016.](https://www.imprentanacional.go.cr/pub/2016/10/05/ALCA207_05_10_2016.pdf)

[pdf](https://www.imprentanacional.go.cr/pub/2016/10/05/ALCA207_05_10_2016.pdf)

Instituto Nacional de Seguros. (2020). *Seguro de riesgos del trabajo*.

[https://www.ins-cr.com/seguro-de-riesgos-del-](https://www.ins-cr.com/seguro-de-riesgos-del-trabajo/#:~:text=La%20p%C3%B3liza%20de%20Riesgos%20del,periodo%20de%20incapacidad%20temporal%20y)

[trabajo/#:~:text=La%20p%C3%B3liza%20de%20Riesgos%20del,periodo%20](https://www.ins-cr.com/seguro-de-riesgos-del-trabajo/#:~:text=La%20p%C3%B3liza%20de%20Riesgos%20del,periodo%20de%20incapacidad%20temporal%20y)

[de%20incapacidad%20temporal%20y](https://www.ins-cr.com/seguro-de-riesgos-del-trabajo/#:~:text=La%20p%C3%B3liza%20de%20Riesgos%20del,periodo%20de%20incapacidad%20temporal%20y)

Isla Chiquita Glamping. (s.f.). *Galería* [Fotografía].

<https://www.islachiquitacostarica.com/es/galeria-videos>

Isla Chiquita Glamping. (s.f.). *Tiendas de Glamping*.

<https://www.islachiquitacostarica.com/es/tiendas-glamping>

Jiménez, F., Espinoza, C. y Fonseca, L. (2007). *Ingeniería Económica*. Editorial Tecnológica de Costa Rica.

<https://books.google.co.cr/books?id=LVLZA74NNwwC&pg=PA81&dq=valor+actual+neto&hl=es&sa=X&ved=2ahUKewimqpyGwJbrAhXp1FkKHf82CTIQ6AEwAHoECAAQAg#v=onepage&q=valor%20actual%20neto&f=false>

Jiménez, W. (2010). *Contabilidad de costos*. Fundación para la Educación Superior San Mateo.

<https://www.sanmateo.edu.co/documentos/publicacion-contabilidad-costos.pdf>

Kinkára. (s.f.). *Galería* [Fotografía]. <https://www.kinkara.com/es/galeria>

Kinkára. (s.f.). *Soñar*. <https://www.kinkara.com/es/sueno>

La Leona Ecolodge. (s.f.). *Home*. <https://www.laleonaecolodge.com/>

La Leona Ecolodge. (s.f.). *Rooms* [Fotografía].

<https://www.laleonaecolodge.com/rooms/>

Lamb C., Hair J. y McDaniel, C. (2011). *Marketing*. Cengage Learning Editores, S.A.

Lázaro, J. (2014). *Vive tu sueño, emprende*. Editorial UOC.

<http://www.digitaliapublishing.com.una.remotexs.co/visor/29277#>

Lerma, G., H. (2016). *Metodología de investigación: propuesta, anteproyecto y proyecto*. Ecoe Ediciones.

Ley 2 de 1943. Código de Trabajo. 29 de agosto de 1943. D.O. No. 192.

http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=8045&nValor3=0&strTipM=TC

Ley 833 de 1949. Ley de Construcciones. 02 de noviembre de 1949.

http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=8045&nValor3=0&strTipM=TC

[eto.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=36307&nValor3=0&strTipM=TC](http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=36307&nValor3=0&strTipM=TC)

Ley 3284 de 1964. Código de Comercio. 27 de mayo de 1964. D.O. No. 119.

http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=6239&nValor3=118140&strTipM=TC

Ley 4240 de 1968. Ley de Planificación Urbana. 15 de noviembre de 1968.

http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=35669&nValor3=80861&strTipM=TC

Ley 4755 de 1971. Código de Normas y Procedimientos Tributarios. 03 de mayo de 1971. D.O. No. 117.

http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=6530&nValor3=119739&strTipM=TC

Ley 6826 de 1982. Ley de Impuesto al Valor Agregado (IVA). 08 de noviembre de 1982.

http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?nValor1=1&nValor2=32526

Ley 7978 de 2000. Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos. 01 de febrero de 2000. D.O. No. 22.

http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=45096&nValor3=72368&strTipM=TC#ddown

Ley 8262 de 2002. Ley de Fortalecimiento de las Pequeñas y Medianas Empresas y sus Reformas. 27 de mayo de 2002. D.O. No. 94.

http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=48533&nValor3=117549&strTipM=TC

- Leviniglut. (s.f.). *Magical nights in a glass under the artic sky* [Fotografía].
<https://leviniglut.net/glass-igloos-lapland-finland/>
- Lira, P. (2013). *Evaluación de proyectos de inversión: herramientas financieras para analizar la creación de valor*. Editorial UPC.
- Longenecker, J. G., William, J., Palich, L. E. y Hoy, F. (2012). *Administración de pequeñas empresas: lanzamiento y crecimiento de iniciativas de emprendimiento*. Cengage Learning.
- López, A. (2017). *La fiebre del glamping: por qué es mejor que el camping*. Wimdu Blog. <https://www.wimdu.es/blog/la-fiebre-del-glamping-por-que-es-mejor-que-el-camping>
- Luna Lodge. (2020). *Accommodations*. <https://lunalodge.com/accommodations/>
- Luna Lodge. (2020). *Accommodations* [Fotografía].
<https://lunalodge.com/accommodations/>
- Maranto, M. y González, M. E. (2015). *Fuentes de Información*. Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.
<https://repository.uaeh.edu.mx/bitstream/bitstream/handle/123456789/16700/LECT132.pdf>
- Marín, J. N. y Ketelhöhn, W. (1993). *Inversiones estratégicas: un enfoque multidimensional* (5ª ed.). Asociación Libro Libre.
- Meoño, M. y Jara, D. (2016). *Análisis financiero: evaluación de proyectos de inversión*. Editorial Tecnológica de Costa Rica.
- Meza, J. (2013). *Evaluación financiera de proyectos: 10 casos prácticos resueltos en Excel* (3ª ed.). Ecoe Ediciones.
- Ministerio de Economía, Industria y Comercio. (2020). *Conozca el tamaño de su empresa*. <https://www.pyme.go.cr/cuadro5.php?id=1>
- Ministerio de Hacienda. (2020). Ejemplos cálculo impuesto sobre la renta.
<https://www.hacienda.go.cr/contenido/14448-ejemplos-calculos-impuesto-sobre-la-renta>

- Ministerio de Hacienda. (2017). *Manual de usuario para presentar la Declaración de inscripción en el Registro Único Tributario por medio del Portal de la Administración Tributaria Virtual*. Dirección General de Tributación.
https://www.hacienda.go.cr/docs/5a65f3ad05ed6_Manual%20de%20usuario%20%20Inscripcion%20RUT%202018V2.pdf
- Ministerio de Hacienda. (2019). *Manual de valores base unitarios por tipología constructiva*.
<https://www.colegiotopografoscr.com/comunicados/2020/manualtipologiaavalores.pdf>
- Ministerio de Salud de Costa Rica. (2020). *Trámite para autorizaciones y permisos sanitarios de funcionamiento para establecimientos industriales, comerciales y de servicios*.
<https://www.ministeriodesalud.go.cr/index.php/tramites-ms/permisos-a-establecimientos-ms>
- Ministerio de Trabajo y Seguridad Social. (2020). *CNS aprueba aumento de 0,30% para el sector privado*.
http://www.mtss.go.cr/prensa/comunicados/2020/octubre/cp_46_2020.html
- Ministerio de Trabajo y Seguridad Social. (2021). *Lista de salarios mínimos por ocupación para el sector privado año 2021*. http://www.mtss.go.cr/temas-laborales/salarios/Documentos-Salarios/lista_salarios_2021.pdf
- Mora, M. (2015). *Fórmulas y tablas estadísticas* (4ª ed.). Universidad de Costa Rica.
- Municipalidad de Santa Ana. (s.f.). *Gestión financiera y tributaria proceso de patentes*.
<https://santaana.go.cr/images/documentos/2020/IITRIMESTRE/Folleto%20Preguntas%20Frecuentes%20Licencias%20de%20Licor.pdf>
- Municipalidad de Santa Ana. (2018). *Permisos de construcción*.
<https://www.santaana.go.cr/index.php/tramites/permisos-de-construccion>

- Municipalidad de Santa Ana. (2018). *Solicitud de Patente*.
<https://www.santaana.go.cr/index.php/tramites/patentes-nuevas>
- Municipalidad de Santa Ana. (2018). *Uso de suelo digital*.
<https://www.santaana.go.cr/index.php/tramites/usos-de-suelo>
- Organización Mundial del Turismo. (2019). *Panorama del turismo internacional*.
<https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284421237>
- Parella, S. y Martins, F. (2012). *Metodología de la investigación cuantitativa*. FEDUPEL. <https://issuu.com/originaledy/docs/metodologc3ada-de-la-investigac3b>
- Pérez, A. y Segundo, J. (s.f.). *El análisis económico y financiero que has de realizar en el inicio de un proyecto: la aventura de emprender*. Universidad de Cádiz. <https://emprendedores.uca.es/wp-content/uploads/2018/02/5-analisis-econ%C3%B3mico-financiero.pdf>
- Polimeni, R., Fabozzi, F. J. y Adelberg, A. H. (1994). *Contabilidad de Costos*. (3ª ed.). McGraw-Hill.
- Poncio, D. (2010). *Animarse a emprender*. Editorial Universitaria Villa María.
<http://www.digitaliapublishing.com.una.remotexs.co/visor/14491#>
- Pozo Azul Adventures. (2018). *Habitaciones*. <https://pozoazul.com/es/room.html>
- Pozo Azul Adventures. (2018). *Habitaciones* [Fotografía].
<https://pozoazul.com/es/room.html>
- Prieto, J. E. (2009). *Investigación de mercados*. Ecoe ediciones.
<http://web.a.ebscohost.com.una.remotexs.co/ehost/ebookviewer/ebook/ZTAwMHh3d19fNDc4NDc3X19BTg2?sid=776f8ff1-8d55-401d-9808-d1ae61c42212@sidc-v-sessmgr02&vid=3&format=EB&rid=11>
- Raffino, M. (17 de junio, 2020). *Estudio de Mercado*. Concepto.de.
<https://concepto.de/estudio-de-mercado/#:~:text=Un%20r%C3%A1pido%20ejemplo%20de%20estudio,repertes%20y%20otro%20material%20divulgativo>.

Real Academia Española. (s.f.). *Decreto*. En RAE. Recuperado del 05 de octubre de 2020 de <https://dle.rae.es/decreto?m=form>

Real Academia Española. (s.f.). *Emprender*. En RAE. Recuperado del 31 de agosto de 2020 de <https://dle.rae.es/emprender?m=form>

Real Academia Española. (s.f.). *Municipalidad*. En RAE. Recuperado del 05 de octubre de 2020 de <https://dle.rae.es/municipalidad>

Real Academia Española. (s.f.). *Población*. En RAE. Recuperado del 05 de octubre de 2020 de <https://dle.rae.es/poblaci%C3%B3n?m=form>

Real Academia Española. (s.f.). *Reglamento*. En RAE. Recuperado del 05 de octubre de 2020 de <https://dle.rae.es/reglamento?m=form>

Registro Nacional República de Costa Rica. (2013). *Conozcamos sobre propiedad intelectual*.

http://www.rnpdigital.com/propiedad_industrial/documentos/fasciculos%20propiedad%20industrial/RN-1%20Conozcamos%20sobre%20Propiedad%20Intelectual.pdf

Reglamento 002 de 2010. Manual de Disposiciones Técnicas Generales sobre Seguridad Humana y Protección contra Incendios Versión 2010. 29 de junio de 2010. D.O. No. 125.

http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=68223&nValor3=81240&strTipM=TC

Reglamento 0 de 2016. Norma Técnica del Seguro Obligatorio de Riesgo del Trabajo. 10 de junio de 2016. D. O. No. 112.

http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=81668&nValor3=0&strTipM=TC

Reglamento 7082 de 1997. Reglamento del Seguro de Salud de la Caja Costarricense de Seguro Social. 05 de febrero de 1997. D.O. No. 25.

http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=81668&nValor3=0&strTipM=TC

eto.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=43463&nValor3=121110&strTipM=TC

Resolución DGT-R-043-2018 de 2018. 05 de octubre de 2018. D.O. No. 184.

https://scij.hacienda.go.cr/SCIJ_MHDA/docjur/mhda_docjur.aspx?nBaseData=1&nDocJur=18739%20

Resolución 060 de 2017. Inscripción, modificación de datos y desinscripción en el registro único tributario. 21 de diciembre 2017. D.O. No. 242.

http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=85574&nValor3=114001&strTipM=TC

Rodríguez, L. (2012). *Análisis de estados financieros: un enfoque en la toma de decisiones*. McGraw-Hill.

https://issuu.com/fernandoruizher/docs/analisis_de_estados_financieros

Rojas, M. D. (2015). *Evaluación de proyectos para ingenieros* (2ª ed.). Ecoe Ediciones.

Sánchez, J. (s.f.). *Estudio de mercado*. Economipedia.

<https://economipedia.com/definiciones/estudio-de-mercado.html>

Sapag, N. (2011). *Proyectos de inversión: formulación y evaluación* (2ª ed.).

Pearson. http://daltonorellana.info/wp-content/uploads/sites/436/2014/08/Proyectos_de_Inversion_Nassir_Sapag_Chain_2Edic.pdf

Sapag, N., Sapag, R. y Sapag, J. M. (2014). *Preparación y evaluación de proyectos*. (6ª ed.). McGraw-Hill.

https://www.academia.edu/36800147/Preparacion_y_evaluacion_de_proyectos_6ta_edicion_Sapag

Secretaría de Finanzas. (2013). *Glosario de términos*.

<http://www.finanzas.gob.mx/contenido/InformacionFinanciera/AvancesDeGestion/2013/Glosario.pdf>

- Spiegel, M. y Stephens, L. (2009). *Estadística* (4ª ed.). McGraw-Hill.
https://www.academia.edu/36241872/Estad%C3%ADstica_Serie_Schaum_4ta_edici%C3%B3n_Murray_R_Spiegel_pdf_1_1
- Tami Lodge. (s.f.). *Descúbrenos*. <http://santostour.net/tami-lodge/#tamilodge>
- Tami Lodge. (s.f.). *Galería* [Fotografía]. <http://santostour.net/galeria/>
- Tschriester, A. E. (2018). *Glamping como estrategia de diversificación de la oferta de alojamiento de la localidad de Sierra de la Ventana* (Tesis de licenciatura, Universidad Nacional del Sur). Repositorio Digital.
<http://repositoriodigital.uns.edu.ar/bitstream/123456789/4480/3/Tesis%20final%20Tschriester%20%283%29.pdf>
- Urano, D. y Toledano, N. (2008). *Invitación al emprendimiento: Una aproximación a la creación de empresas*. Editorial UOC.
<http://www.digitaliapublishing.com.una.remotexs.co/visor/20248#>
- Villalobos, F. (2017). Los conceptos de fondeo y financiamiento en el desarrollo de proyectos por medio de participación público-privada (PPP). *Revista Infraestructura Vial / LanammeUCR*. 19(34), 10-17.
<https://www.scielo.sa.cr/pdf/infraestructura/v19n34/2215-3705-infraestructura-19-34-10.pdf>
- Weston, J. F. y Brigham, E. F. (1994). *Fundamentos de administración financiera* (10ª ed.). McGraw-Hill.

ANEXOS

ANEXO 1. Cuestionario dirigido a la población meta

CUESTIONARIO A POBLACIÓN META

El siguiente cuestionario es realizado por estudiantes de Licenciatura en la carrera de Administración de la Universidad Nacional de Costa Rica, como parte de su Trabajo Final de Graduación, cuyo objetivo es evaluar la viabilidad financiera de la creación de un hospedaje estilo Glamping en las cercanías del parque eólico de la Compañía Nacional de Fuerza y Luz en Santa Ana durante el periodo 2022.

En este sentido, con el propósito de conocer acerca del grado de aceptación que tendría un hospedaje estilo Glamping, solicitamos completar el siguiente cuestionario. La información proporcionada será utilizada únicamente con fines académicos y es confidencial.

INDIQUE LA OPCIÓN QUE RESPONDA, SEGÚN SU CRITERIO Y BAJO EL SUPUESTO DE AUSENCIA DE PANDEMIA.

DATOS GENERALES

1. Indique cuál es su país de residencia:

- | | | | |
|------------------------------------|--------------------------------------|---|---|
| <input type="checkbox"/> Alemania | <input type="checkbox"/> Chile | <input type="checkbox"/> España | <input type="checkbox"/> México |
| <input type="checkbox"/> Argentina | <input type="checkbox"/> China | <input type="checkbox"/> Estados Unidos | <input type="checkbox"/> Panamá |
| <input type="checkbox"/> Australia | <input type="checkbox"/> Colombia | <input type="checkbox"/> Francia | <input type="checkbox"/> Reino Unido |
| <input type="checkbox"/> Brasil | <input type="checkbox"/> Costa Rica | <input type="checkbox"/> Guatemala | <input type="checkbox"/> República Dominicana |
| <input type="checkbox"/> Canadá | <input type="checkbox"/> El Salvador | <input type="checkbox"/> Italia | <input type="checkbox"/> Otro _____ |

2. Anote el rango de edad en que se encuentra:

- | | | |
|---------------------------------------|---------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> 18 a 24 años | <input type="checkbox"/> 35 a 44 años | <input type="checkbox"/> 55 a 64 años |
| <input type="checkbox"/> 25 a 34 años | <input type="checkbox"/> 45 a 54 años | <input type="checkbox"/> 65 años o más |

3. Indique el rango en el cual se encuentran sus ingresos mensuales

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> De \$0 a \$2.000 (₡0 a ₡1.226.999) | <input type="checkbox"/> De \$3.301 a más (₡2.025.000 a más) |
| <input type="checkbox"/> De \$2001 a \$2.500 (₡1.227.000 a ₡1.533.999) | <input type="checkbox"/> N/R |

() De \$2.501 a \$3.300 (C\$1.534.000
a C\$2.024.999)

VIAJES DE RECREACIÓN

4. ¿Cuántas veces durante el año viaja por motivos de recreación, tanto a nivel nacional como internacional?

() Ninguna (AVANZA A PREGUNTA 9) () 4 a 5 veces () 10 veces o más
() 1 a 3 veces () 6 a 9 veces

5. Cuando realiza viajes de turismo, lo hace a nivel:

() Nacional () Internacional () Ambos

6. Marque los meses del año en los que suele realizar viajes de esparcimiento

() Enero () Abril () Julio () Octubre
() Febrero () Mayo () Agosto () Noviembre
() Marzo () Junio () Setiembre () Diciembre

7. ¿Con cuántas personas viaja normalmente por motivos de recreación?

() Solo () Pareja () De 3 a 4 personas () 5 o más personas

8. Califique del 1 al 5, la importancia que usted otorga a los siguientes aspectos, al momento de adquirir un servicio de hospedaje. Siendo 5 la calificación de mayor importancia y 1 la de menor importancia.

Aspectos:	1	2	3	4	5
Precio					
Instalaciones atractivas					
Servicio al cliente					
Seguridad del recinto					
Reputación del hospedaje					

HOSPEDAJE GLAMPING

9. ¿Ha escuchado o conoce qué es el alojamiento tipo Glamping?

Sí No

El Glamping es un estilo de alojamiento que se posiciona en medio de la naturaleza, de manera que los huéspedes pueden disfrutar de una estadía rodeados de paisajes y a la vez, contar con los acondicionamientos óptimos que le generen una experiencia placentera. Existen diversos tipos, entre ellos están:

Tipis



Fuente: Glamping Hub (2020).

Casa de árbol



Fuente: Glamping Hub (2020).

Burbujas



Fuente: Glamping Hub (2020).

Domos



Fuente: Glamping Hub (2020).

Pods



Fuente: Glamping Hub (2020).

10. ¿Ha utilizado alguna vez un servicio de hospedaje Glamping?

- Sí, me encanta
 Sí, pero no me gustó
 No, pero me gustaría (AVANZA A LA PREGUNTA 12)
 No, creo que nunca lo utilizaría

11. Comente, ¿Cuál ha sido su experiencia al visitar hospedajes Glamping?

Imagine un alojamiento Glamping para parejas, en donde cada habitación tiene forma de burbuja hecha de cristal con vista 180° hacia el exterior. Ésta incluye todas las comodidades de un hotel

5 estrellas, como son: baño completo, zona BBQ, jacuzzi y además, se encuentra rodeada de naturaleza y con acceso a cataratas. Las siguientes son imágenes de referencia:



Fuente: Arctic Fox Igloo (2020).



Fuente: Leviniglut (2020).

12. ¿Utilizaría un servicio de hospedaje Glamping con las características descritas anteriormente?

Sí No (SE CONCLUYE EL CUESTIONARIO)

13. ¿Cuánto dinero estaría dispuesto a pagar por una noche en un alojamiento Glamping con las características señaladas anteriormente?

De \$150 a \$199 (₡92.000 a ₡122.999) De \$250 a \$300 (₡153.000 a ₡184.999)
 De \$200 a \$249 (₡123.000 a ₡152.999) \$301 o más (₡185.000 o más)

14. ¿Qué elementos le incorporaría al servicio de hospedaje Glamping señalado anteriormente?

Agradecemos el tiempo dedicado en completar este cuestionario.

ANEXO 2. Cuestionario dirigido a hospedajes Glamping

CUESTIONARIO A HOSPEDAJES GLAMPING

El siguiente cuestionario es realizado por estudiantes de Licenciatura en la carrera de Administración de la Universidad Nacional de Costa Rica, como parte de su Trabajo Final de Graduación, cuyo objetivo es evaluar la viabilidad financiera de la creación de un hospedaje estilo Glamping en las cercanías del parque eólico de la Compañía Nacional de Fuerza y Luz en Santa Ana durante el periodo 2022.

En este sentido, con el propósito de conocer acerca de la oferta de Glampings existente en el país, así como aspectos técnicos que hayan tomado en cuenta para su construcción, solicitamos completar el siguiente cuestionario. La información proporcionada será utilizada únicamente con fines académicos y es confidencial.

FAVOR RESPONDER BAJO EL SUPUESTO DE AUSENCIA DE PANDEMIA.

1. ¿Cuál es el nombre de su negocio de hospedaje Glamping?

2. ¿Cuántos años lleva en el mercado?

Menos de 1 año Entre 1 a 3 años Entre 4 a 5 años 6 años o más

3. ¿Qué tipo de Glamping ofrece en su establecimiento?

<input type="checkbox"/> Tipi	<input type="checkbox"/> Tienda Safari	<input type="checkbox"/> Autocaravana
<input type="checkbox"/> Pabellón	<input type="checkbox"/> Eco Lodge	<input type="checkbox"/> Canva
<input type="checkbox"/> Yurta	<input type="checkbox"/> Casa de Árbol	<input type="checkbox"/> Iglú
<input type="checkbox"/> Burbuja	<input type="checkbox"/> Domo	<input type="checkbox"/> Otro _____

4. ¿Cuántas habitaciones de ese tipo tiene su establecimiento? _____

5. Marque ¿Cuál es su mercado meta?

Familias Parejas Grupos Sociales Eventos Otro _____

6. ¿En cuál rango se ubica el precio promedio por noche durante temporada alta?

- De \$150 a \$199 (C\$92.000 a C\$122.999)
- De \$200 a \$249 (C\$123.000 a C\$152.999)
- De \$250 a \$300 (C\$153.000 a C\$184.999)
- \$301 o más (C\$185.000 o más)

7. ¿En cuál rango se ubica el precio promedio por noche durante temporada baja?

- De \$150 a \$199 (C\$92.000 a C\$122.999)
- De \$200 a \$249 (C\$123.000 a C\$152.999)
- De \$250 a \$300 (C\$153.000 a C\$184.999)
- \$301 o más (C\$185.000 o más)

8. Comente, ¿Cómo surgió la idea de crear este Glamping?

9. ¿Cuánto tiempo requirió para construir el hospedaje?

- 1 mes o menos
- De 2 a 5 meses
- De 6 a 9 meses
- Más de 9 meses

10. ¿Aproximadamente de cuántas personas (mano de obra) requirió para construir el hospedaje?

11. Marque los principales materiales utilizados para la construcción de su hospedaje

- Madera
- Tela
- Acrílico
- Vidrio
- PVC
- Otro _____
- Cristal
- Perlin
- Cemento
- Block

12. ¿Qué métodos de financiamiento utilizó para llevar a cabo el hospedaje?

- Recursos propios
- Socios
- Préstamo bancario
- Otro _____
- Préstamos de familiares o amigos

13. ¿Cuánto tiempo requirió para abrir el hospedaje al público?

ANEXO 3. Entrevista a emprendedor Sebastián Porras Guillén

La siguiente entrevista es realizada por estudiantes de Licenciatura en la carrera de Administración de la Universidad Nacional de Costa Rica, como parte de su Trabajo Final de Graduación, cuyo objetivo es evaluar la viabilidad financiera de la creación de un hospedaje estilo Glamping en las cercanías del parque eólico de la Compañía Nacional de Fuerza y Luz en Santa Ana durante el periodo 2022.

Ésta se hace con el propósito de conocer acerca de la realidad que vive un emprendedor al impulsar una idea de negocio. La información proporcionada será utilizada únicamente con fines académicos y es confidencial.

1. ¿Cómo surgió su idea de negocio?

Mi esposa y yo somos amantes de la naturaleza y para nosotros, nuestra finca es un tesoro y uno de los lugares más lindos que hemos visto, de la mano con esto, siempre nos ha gustado emprender, ya hemos realizado algunos proyectos de emprendimiento. Un día estando en la finca se nos ocurrió que podíamos generar recursos de esta propiedad tan increíble, siempre y cuando no se dañara en lo absoluto la naturaleza, todo lo contrario, aportando positivamente a la misma.

Por este motivo, investigamos acerca de hospedajes amigables con el ambiente y encontramos un hotel burbuja en Francia que se podían ver las estrellas desde la comodidad de la cama y era un hotel 5 estrellas. Y desde ese momento, hemos investigado lugares en el mundo con este concepto llamado Glamping y hemos creado nuestro propio concepto y diseño.

2. ¿Qué lo motiva a emprender?

Lo primero que me motivó es la finca, ya que posee una flora y fauna inigualable, lo segundo fue el hecho de dedicarme a lo que más me gusta que sería la naturaleza y el servicio al cliente y por supuesto, estar trabajando al lado de mi familia y esposa. Posteriormente, me motivó a generar empleo para la zona aledaña y explotar los recursos naturales que poseemos.

3. ¿Ha investigado con otros Glamping a nivel nacional o internacional, con el fin de conocer experiencias en cuanto a la construcción y funcionamiento de estos servicios? ¿Qué de esa información le interesaría aplicar a su emprendimiento?

Hemos investigado mucho sobre todo lo que conlleva un hospedaje estilo Glamping. Se han realizado varios estudios de mercadeo, a nivel nacional e internacional. Gracias a esos estudios, hemos absorbido gran cantidad de información valiosa para en un futuro también, poder aplicarlo en nuestro hospedaje.

4. ¿Cuál es la razón por la que desea construir un Glamping tipo burbuja de cristal y no un estilo diferente?

Se decidió realizar este tipo de hospedaje de cristal, ya que las vistas en la propiedad son totalmente panorámicas, además, existe gran cantidad de aves y especies, un aspecto muy importante es que el atardecer y la luna se ven increíbles, esto debido a la ubicación de la finca, por este motivo se buscó una opción que tuviera vista 180 grados desde la habitación. Sin embargo, no descartamos la opción de realizar otro tipo de hospedaje Glamping.

5. ¿Cuenta con un capital inicial para realizar el emprendimiento?

Sí, el cual fue obtenido mediante ahorros. Aproximadamente se ahorró 20 millones.

6. ¿Quién o quiénes le han ayudado a seguir avanzando con la idea de negocio?

Nuestra familia, ellos siempre nos motivan a seguir adelante con el proyecto.

7. ¿Consideraría obtener financiamiento por medio de alguna entidad bancaria? ¿Cuáles métodos estaría dispuesto a utilizar para financiarse?

De necesitar alguna forma extra de financiamiento, se optaría por buscar un socio que ame el proyecto tanto como nosotros. En caso de requerir algún préstamo bancario, si se realizara un análisis exhaustivo y primero, se analizaría la opción de que no fuera un préstamo total.

8. ¿Qué considera que le hace falta para iniciar?

Hacen falta unos estudios y permisos. Los cuales ya se encuentran en trámite.

9. ¿Qué retos o dificultades considera que podría enfrentar su negocio?

Lo primero es el camino, es decir el acceso al lugar, ya que donde se encuentra localizada la finca, tiene ciertos tramos donde el camino es un poco difícil de transitar y cuando es invierno, únicamente se puede transitar con transporte 4x4.

También, tenemos dificultades debido a que ciertas personas que utilizan motos y cuadracilos les gusta andar en estos caminos, porque son difíciles de transitar, los dejan devastados y los que vivimos en la zona somos los que tenemos que pagar los arreglos.

ANEXO 4. Entrevista a experto Esteban Londoño, dueño del hospedaje glamping “Bubble Sky Glamping”, ubicado en Colombia

La siguiente entrevista es realizada por estudiantes de Licenciatura en la carrera de Administración de la Universidad Nacional de Costa Rica, como parte de su Trabajo Final de Graduación, cuyo objetivo es evaluar la viabilidad financiera de la creación de un hospedaje estilo Glamping en las cercanías del parque eólico de la Compañía Nacional de Fuerza y Luz en Santa Ana durante el periodo 2022.

Ésta se hace con el propósito de conocer acerca de la realidad que vive un emprendedor al impulsar una idea de negocio. La información proporcionada será utilizada únicamente con fines académicos y es confidencial.

FAVOR RESPONDER BAJO EL SUPUESTO DE AUSENCIA DE PANDEMIA.

1. ¿Cómo surgió su idea de negocio?
2. ¿En qué año surgió la idea?
3. ¿Qué lo motivó a emprender?
4. ¿Fue difícil lidiar con la competencia? ¿Qué los diferencia de ella?
5. ¿Cuál fue la ocupación durante la apertura? ¿Cuál es la ocupación a hoy?
6. ¿Han visitado otros hospedajes Glamping? ¿Cuál ha sido la experiencia?
7. ¿Cómo obtuvo el capital inicial para realizar el emprendimiento?
8. Sabemos que anteriormente desarrolló varios proyectos de emprendedurismo, pero su mayor éxito lo obtuvo con el Glamping, ¿qué factores considera le ayudaron?
9. ¿Cuáles han sido los mayores retos que ha tenido que afrontar en la administración del Glamping?
10. Sabemos que ha expandido Bubble Sky Glamping a otras 2 sedes más:
¿Cuándo decidió que era momento de abrir otras sedes?
11. ¿Tiene otros proyectos a futuro con relación al sector hotelero?
12. ¿Ha contado con apoyo del gobierno o de su país? ¿Cuenta con algún convenio?
13. ¿Cuáles trámites y permisos fueron necesarios para la creación del Glamping?
14. ¿El Glamping cuenta con certificaciones?

15. ¿Qué consejos le brindaría a un emprendedor que quiere ejecutar un proyecto de hospedaje? ¿Cuáles aspectos debe tomar en cuenta para iniciar?

ANEXO 5. Cuestionario dirigido a la población meta traducido al inglés

SURVEY

The following survey was made by students of “Licenciatura” in administration of the Universidad Nacional de Costa Rica, as part of their Final Graduation Project, whose objective is to evaluate the financial viability of creating a Glamping lodging near the eolic park of the Compañía Nacional de Fuerza y Luz in Santa Ana during 2022.

In order to know about the acceptability that a Glamping lodging could have, we request you to complete the following survey. The information provided will be used for academic purposes only and is completely confidential.

PLEASE INDICATE THE OPTION THAT RESPONSES ACCORDING TO YOUR CRITERIA AND UNDER THE ASSUMPTION OF ABSENCE OF PANDEMIC.

GENERAL DATA

1. What is your country of residence?

- | | | | |
|------------------------------------|---|------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> Argentina | <input type="checkbox"/> China | <input type="checkbox"/> France | <input type="checkbox"/> Panama |
| <input type="checkbox"/> Australia | <input type="checkbox"/> Colombia | <input type="checkbox"/> Germany | <input type="checkbox"/> Spain |
| <input type="checkbox"/> Brazil | <input type="checkbox"/> Costa Rica | <input type="checkbox"/> Guatemala | <input type="checkbox"/> United Kingdom |
| <input type="checkbox"/> Canada | <input type="checkbox"/> Dominican Republic | <input type="checkbox"/> Italy | <input type="checkbox"/> United States |
| <input type="checkbox"/> Chile | <input type="checkbox"/> El Salvador | <input type="checkbox"/> Mexico | <input type="checkbox"/> Other _____ |

2. Select the age range you are in:

- | | | |
|---|---|--|
| <input type="checkbox"/> 18 to 24 years | <input type="checkbox"/> 35 to 44 years | <input type="checkbox"/> 55 to 64 years |
| <input type="checkbox"/> 25 to 34 years | <input type="checkbox"/> 45 to 54 years | <input type="checkbox"/> 65 years or older |

3. Select in which range is your monthly income (OPTIONAL):

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> From \$0 to \$2.000 | <input type="checkbox"/> From \$3.301 to more |
| <input type="checkbox"/> From \$2001 to \$2.500 | <input type="checkbox"/> N/A |
| <input type="checkbox"/> From \$2.501 to \$3.300 | |

RECREATION TRAVEL

4. How many times per year do you travel for recreational purposes? Both nationally or internationally

- None (GO TO QUESTION 9) 4 to 5 times 10 times or more
 1 to 3 times 6 to 9 times

5. When you take tourist trips, you do it:

- Nationally Internationally Both

6. Select the months of the year when you usually take leisure trips:

- January April July October
 February May August November
 March June September December

7. How many people do you normally travel with for recreational purposes?

- Alone Couple From 3 to 4 people 5 people or more

8. Rate from 1 to 5 the importance that you give to the following aspects, when you stay in a lodging. 5 being the most important qualification and 1 the least important

Aspects:	1	2	3	4	5
Price					
Attractive facilities					
Customer service					
Security of the lodging					
Reputation of the lodging					

GLAMPING LODGING

9. Have you heard or do you know what Glamping lodging is?

- Yes No

Glamping is a style of lodging that is located in the middle of nature, in which guests can enjoy a stay surrounded by landscapes and at the same time have the optimal facilities that generate a pleasant experience. There are several types, among them are:

Tipis



Source: Glamping Hub (2020).

Tree house



Source: Glamping Hub (2020).

Bubbles



Source: Glamping Hub (2020).

Dome



Source: Glamping Hub (2020).

Pods



Source: Glamping Hub (2020).

10. Have you ever used a Glamping lodging service?

- Yes, I love it
- Yes, but I do not like it
- No, but I would like to (GO TO QUESTION 12)
- No, I think I would never use it (GO TO QUESTION 12)

11. Comment, what has been your experience visiting Glamping lodgings?

Imagine a Glamping accommodation for couples, where each room is bubble-shaped made of glass with a 180° view to the outside. It includes all the comforts of a 5-star hotel, such as: full bathroom, BBQ area, jacuzzi, and it is also surrounded by nature and with access to waterfalls. The following are pictures for reference:



Source: Arctic Fox Igloo (2020).



Source: Leviniglut (2020).

12. Would you stay in a Glamping lodging with the characteristics described above?

Yes No (END OF THE SURVEY)

13. ¿How much would you be willing to pay for a night in a Glamping with the characteristics indicated above?

From \$150 to \$199

From \$250 to \$300

From \$200 to \$249

\$301 or more

14. What elements would you incorporate into the Glamping lodging mentioned above?

We appreciate the time spent in completing this survey

ANEXO 6. Factura proforma de EPA y Macopa con materiales para construcción de habitación burbuja



Cotización N° 615559

Emisión 16/3/2021

Señor: SEBASTIAN PORRAS GUILLEN

Cédula Jurídica: 0115590114

e-mail:

Cédula Jurídica: 3101354271

3 Tienda Escazú

Item	Código	Descripción	U/V	Cantidad	PVP s/lmp	Total Artículo s/lmp
1	14-35-001	CORTE METAL 4-1 2"X3 32"X7 8"	PZA	5	1 194,69	5 973,45
2	14-35-004	CORTE METAL 9"X3 32"X7 8" DW49	PZA	6	2 296,46	13 778,76
3	30-27-001	CEMENTO HOLCIM 50 KG	PZA	10	5 747,79	57 477,90
4	30-07-022	VARILLA #3 G40 NACIONAL	PZA	24	2 150,00	51 600,00
5	14-20-035	SOLDADURA UNCOLN 6013 3/32" 1	PZA	7	3 053,10	21 371,70
6	30-05-026	TUBO CUADRADO GALVANIZADO 50X5	PZA	36	11 500,00	414 000,00
7	30-04-124	TUBO GALVANIZADO 25X50 C1.50MM	PZA	8	8 845,13	70 761,04
8	30-05-017	TUBO CUADRADO GALVANIZADO 72X7	PZA	28	16 769,91	469 557,48
9	30-28-056	ARENA TAJO M3 OESTE OROSI	MTR	2,5	15 000,00	37 500,00
10	30-28-057	PIEDRA PRIMERA CUARTILLA M3 19	MTR	1	13 716,81	13 716,81
11	20-50-133	SEMIDURO 1X12, 4 VAR	PZA	4	6 327,43	25 309,72
12	30-21-212	LAMINA MI CONCRETO 20 X 1219 X	PZS	23	22 079,65	507 831,95
13	18-54-169	DUROCK PB 1 1/4" 24U	PZA	34	769,03	26 147,02
14	26-15-013	ADAPTADOR HEMBRA PVC SCH40 2"	PZA	1	2 168,14	2 168,14
15	26-15-052	REDUCCIÓN PVC SCH40 2" X 1/2"	PZA	1	2 964,60	2 964,60
16	26-22-014	TUBO DRENAFORT 115MM X 6METROS	PZA	1	34 955,75	34 955,75
17	26-22-022	TUBO PVC SDR50 2" X 6 METROS	PZA	3	13 230,09	39 690,27
18	26-22-024	TUBO PVC SDR50 3" X 6 METROS	PZA	3	24 734,51	74 203,53
19	26-28-073	CODO SANITAR SDR32,5 45X3" PD	PZA	4	3 938,05	15 752,20
20	26-28-541	TE SANITARIA 3" PARED DELG SDR	PZA	2	6 592,92	13 185,84
21	26-28-133	CODO SANITARIO 90X 3" PARED DE	PZA	1	4 026,55	4 026,55
22	26-28-121	CODO SANITARIO PVC 90X2" PD	PZA	5	1 548,67	7 743,35
23	26-28-061	CODO SANITARIO 45 X 2" SDR32,5	PZA	1	1 411,50	1 411,50
24	26-28-529	TE SANITARIA 2" PARED DELG SDR	PZA	1	2 256,64	2 256,64
25	26-13-030	TUBO SDR13,5 1/2" X 6METROS	PZA	2	5 442,48	10 884,96
26	26-15-080	TE PVC SCH40 1/2"	PZA	5	234,51	1 172,55
27	26-33-004	LLAVE DE BOLA 1 2" PVC SCH40	PZA	3	2 079,65	6 238,95
28	26-15-028	CODO PVC SCH40 90" X 1/2"	PZA	12	229,20	2 750,40
29	26-15-009	ADAPTADOR MACHO PVC SCH40 1/2"	PZA	3	194,69	584,07
30	26-15-018	ADAPTADOR HEMBRA SCH40 1/2"	PZA	1	305,31	305,31
31	26-26-034	WET DRY PVC CEM PINTA	PZA	1	6 150,44	6 150,44
32	26-30-012	CODO CPVC 90X1/2" AMANCO	PZA	2	676,99	1 353,98
33	26-30-008	ADAPTADOR CPVC MACHO 1 2" AMAN	PZA	1	742,48	742,48
34	26-26-009	PEGAM CPVC 120 ML 1/32GL AMANC	PZA	1	4 066,37	4 066,37
35	02-43-087	KIT UNIPAR MASILLA PLASTICA UL	PZA	1	4 420,35	4 420,35
36	14-41-040	LJA AGUA GRANO 60 3M PLIEGO	PZA	2	574,34	1 148,68
37	14-41-045	LJA AGUA GRANO 180 3M PLIEGO	PZA	3	384,96	1 154,88
38	14-41-046	LJA AGUA GRANO 220 3M PLIEGO	PZA	3	317,70	953,10
39	30-20-310	GYP SUM 12MM, 122X244CM	PZA	17	3 938,05	66 946,85
40	30-20-376	ESQUINERO METALICO 1.25"X10FT	PZA	13	553,10	7 190,30



Cotización N° 615559

Emisión 16/3/2021

Señor: SEBASTIAN PORRAS GUILLEN

Cédula Jurídica: 0115590114

e-mail:

Cédula Jurídica: 3101354271
3 Tienda Escazú

Item	Código	Descripción	U/V	Cantidad	PVP s/Imp	Total Artículo s/ Imp.
41	22-50-250	PORCELÁNICO CEMENTO BLANCO 60X	CJA	9	7 566,37	68 097,33
42	30-20-361	CINTA FIBRA VIDRIO 2"X250FT	ROL	1	1 283,19	1 283,19
43	14-30-116	PUNTA PHILLIPS #2 LARGO 2" DEW	PZA	6	1 194,69	7 168,14
44	30-48-002	CEDAZO PVC GRIS 36"	MTR	13	476,99	6 200,87
45	30-13-501	NEGRO RECOCIDO 1.68MM #16	KGR	1	786,73	786,73
46	18-54-004	GYP SUM PB 1 1 4" 50U	PZA	4	583,19	2 332,76
47	18-54-011	GYP SUM PF 1 1 4" 50U	PZA	12	583,19	6 998,28
48	30-20-347	STUD 3"X10", 305CM, C0,36	PZA	23	1 323,01	30 429,23
49	18-54-177	TORLACK PF 8X1/2" 50U	PZA	2	411,50	823,00
50	30-04-058	REDONDO 50MM C 1.5 6M	PZA	3	8 539,82	25 619,46
51	30-05-549	TUBO CUADRADO 50 X 50MM, C 1.2	PZA	1	8 008,85	8 008,85
52	18-55-051	TECHO PB 2" ROJO 12U	PZA	9	929,20	8 362,80
53	18-54-180	TORLACK PB 8X1 2" 50U	PZA	2	521,24	1 042,48
54	30-26-015	LATICRETE 253 ORO 20KG GRIS	PZA	25	7 654,87	191 371,75
55	28-36-002	TUBO PVC CONDUIT TIPO A 19MM 3	PZA	4	2 650,44	10 601,76
56	28-37-027	CONECTOR MACHO UL SCH40 3/4" C	PZA	15	500,00	7 500,00
57	28-37-021	CURVA 90° UL TIPO A 3/4" CONDU	PZA	5	951,33	4 756,65
58	28-37-015	UNIÓN CONDUIT UL SCH40 3/4"	PZA	6	287,61	1 725,66
59	28-34-020	CAJA EMT RECTANGULAR UL 1/2" -	PZA	5	659,29	3 296,45
60	28-34-022	CAJA EMT OCTOGONAL 8 HUECOS UL	PZA	3	929,20	2 787,60
61	18-54-003	GYP SUM PB 1" 50U	PZA	4	556,64	2 226,56
62	18-54-010	GYP SUM PF 1" 50U	PZA	2	442,48	884,96
63	20-05-103	TABLERO PINO 18X300MM 3M 1X12"	PZA	6	18 539,82	111 238,92
64	20-50-251	PINO SECO CEPILLADO 19X65MM 3,	PZA	8	2 384,96	19 079,68
65	18-66-134	AR PLANA 1 4" 10U	PZA	4	146,02	584,08
66	18-62-085	TUERCA 1 4" 10U	PZA	2	128,32	256,64
67	02-35-089	CORROSTYL CAFÉ 1GAL	PZA	1	14 115,04	14 115,04
68	18-52-457	CARROCERIA 1 4X1 1 2" 5U	PZA	6	252,21	1 513,26
69	20-50-252	PINO SECO CEPILLADO 41X41MM 3,	PZA	8	3 269,91	26 159,28
70	30-52-008	MALLA SARÁN NEGRO 80% CULTIVO,	MTR	1	1 880,53	1 880,53
71	30-26-032	CAL DE CONSTRUCCION 15KG	PZA	1	2 168,14	2 168,14
72	07-02-105	FIBRA MORADO 6 X 9,5", 2 UNID	PZA	2	2 915,93	5 831,86
73	12-64-144	ESPONJA MULTIUSO PARA FRAGUAR	PZA	3	641,59	1 924,77
74	30-13-301	GALVANIZADO 1.63MM #16	KGR	2	1 057,52	2 115,04
75	30-13-004	ALAMBRE GALVANIZADO CAL20	PZA	1	1 500,00	1 500,00
76	18-54-014	GYP SUM PF 2" 24U	PZA	5	340,71	1 703,55
77	18-52-884	MADERA 12X2 1 2" 6U	PZA	17	438,05	7 446,85
78	18-54-032	GYP SUM PF 2 1 2" 250U	PZA	2	4 646,02	9 292,04
79	08-25-251	PIEDRA HUEVILLO SACO 0.0189M3	PZA	2	5 305,31	10 610,62
80	30-04-098	RECTANGULAR 25 X 50MM C 1.5	PZA	1	7 477,88	7 477,88

Instalaciones y Servicios Macopa, S.A.
 Urbanización San Gabriel Calle Blancos,
 Goicoechea
 , Calle Blancos - GOICOECHEA.
 SAN JOSE - CRI.



Teléfono 2010-7300
 Fax 2233-1625
 Giro bancario
 NIF - CIF 3101098885

Dirección de envío:
 INSTALACIONES Y SERVICIOS MACOPA
 SOCIEDAD ANONIMA
 CALLE BLANCOS COSTA RICA , GOICOECHEA.
 SAN JOSE - CRI.

Confirmación proforma

Página 1 de 1
 Número MCP-PV-807148-1
 Fecha 16/03/2021
 Pedido de ventas [MCP-PV-807148](#)
 Pedido
 Su ref.
 Nuestra ref.
 Pago Crédito 45 días
 Peso total 1932,48

Código de artículo	Descripción	Fecha de envío	Cantidad	Unidad	Precio de venta	Peso	Descuento	Porcentaje de descuento	Importe	Imprimir el código
51000206-587	VIDRIO LAMINADO PVB BR 3300x2440 x 3+3mm	16/03/2021	16,00	CU	172.430,00	1.932,48	0,00	40,00 %	1.655.328,00	

Divisa	Importe del subtotal de ventas	Descuento total	Gastos	Importe neto	Impuestos	Redondear	Total
CRC	1.655.328,00	0,00	0,00	1.655.328,00	215.192,64	0,00	1.870.520,64

ANEXO 7. Materiales para una habitación

Materiales para una habitación	Unidades	Precio unitario	Precio total
Disco corte metal metabo fino plano 4 1/2" x 7/8" novo rapid (16492)	5	1.350,00	6.750,00
Corte metal 9x3 32 x7 8	6	2.595,00	15.570,00
Cemento holcim gris saco 50 kg UG	10	6.495,00	64.950,03
Varilla deformada grado 40 #3 x 6 MTS ASTM A615	24	2.429,50	58.308,00
Soldadura 6013 3/32 west arco	7	3.450,00	24.150,02
Tubo estructural galvanizado 50x 50 x 1,50	36	12.995,00	467.820,00
Tubo industrial rectangular galvanizado 25x 50x 1,50	8	9.995,00	79.959,98
Tubo estructural galvanizado 72 x 72 x 1,50	28	18.950,00	530.599,95
Agregados arena tajo corriente MT3	2,5 metros	16.950,00	42.375,00
Agregados piedra quintilla primera MT3	1 metro	15.500,00	15.500,00
Tabla semiduro 1x12 4 VAR	4 varas	7.150,00	28.599,98
Lámina entepiso micro-concreto 20 x 1,219	23	24.950,00	573.850,10
Tornillo P/durock 1 1/4" 24U	34	869,00	29.546,13
PVC adaptador hembra presión SCH40 50 MM	1	2.450,00	2.450,00
PVC reducción lisa presión SCH40 50 X 12 MM	1	3.350,00	3.350,00
Sur masilla ultra soft merula + catalizador	1	4.995,00	4.995,00
Lija de agua GR.060	2	649,00	1.298,01
Lija de agua GR.180	3	435,00	1.305,01
Lija de agua GR,220	3	359,00	1.077,00
Gypsum 12mm 122x244	17	4.450,00	75.649,94
Esquinero Metálico 1.25"x10FT	13	625,00	8.125,04
Porcelánico cemento blanco 60	9 cajas	8.550,00	76.949,98

Materiales para una habitación	Unidades	Precio unitario	Precio total
Cinta fibra vidrio 2"x250FT	1	1.450,00	1.450,00
Punta phillips p/taladro #2 largo 2" DEW	6	1.350,00	8.100,00
Cedazo zaranda 36"	13 metros	539,00	7.006,98
Alambre galvanizado #16 (1.68mm)	1 kilo	889,00	889,00
Gypsum PB 1 1 4" 50U	4	659,00	2.636,02
Gypsum PF 1 1 4" 50U	12	659,00	7.908,06
Stud p/gypsum 3 x 10 p	23	1.495,00	34.385,03
Tornillo P/gypsum klath punta corriente 8 x 1/2	2	465,00	929,99
Tubo industrial redondo 50mm x 1.20	3	9.650,00	28.949,99
Tubo estructural cuadrado 50x50x 1.20	1	9.050,00	9.050,00
Techo P 2" ROJO 12U	9	1.050,00	9.449,99
Tornillo p/gypsum klath punta broca 8 x 1 2" 50u	2	589,00	1.178,00
Groutex fino gris claro 2kg si	1	1.495,00	1.495,00
Cedazo malla 80% saran negro	1 metro	2.125,00	2.125,00
Cal fina bolsa 15 kilos	1	2.450,00	2.450,00
Fibra morado 6X9.5	2	3.295,00	6.590,00
Esponja multiuso para fraguar	3	725,00	2.174,99
Galvanizado 1.63 MM #16	2 kilos	1.195,00	2.390,00
Alambre galvanizado CAL20	1	1.695,00	1.695,00
Gypsum PF 2" 24U	5	385,00	1.925,01
Madera 12x2 1 2" 6U	17	495,00	8.414,99
GYP SUM PF 2 1 2" 250U	2	5.250,00	10.500,01
Piedra huevillo saco 0.0189M3	2	5.995,00	11.990,00
Rectangular 25 x 50 MM C 1.5	1	8.450,00	8.450,00
Acrilic wood filler pino 80Z	1	3.195,00	3.195,00
Ent princk kwitset satinado dak	1	39.950,00	39.950,00
Teja colonial 105x191 cm	4	14.006,35	56.025,40

Materiales para una habitación	Unidades	Precio unitario	Precio total
Puerta pino 6 tableros 90x210C	1	33.950,00	33.950,00
Total			2.418.432,55

Fuente: Elaboración propia con base en facturas proforma (2021).

ANEXO 8. Factura proforma por el servicio de mano de obra para la construcción del hospedaje Glamping

Proforma

Cotización
A-0086

Francisco Brenes Redondo
Cedula: 7-0126-0965

CED	Cliente	Contacto	Fecha	Cantón
115590114	Sebastian Porras Guillen		28/3/2021	San José
Teléfono	Dirección	Email	Descuento (%)	T. Pago
86508340	Finca Hermanos Porras	sporrsg_94@hotmail.com	0	Contado

Ítem	Código	Descripción	Cantidad	Unidad	Vr. Unitario	Vr Total
1	N/A	Instalación de vidrio para 3 burbujas, instalación de mamparas de baño y ventanas	3,00	N/A	€ 1 000 000,00	€ 3 000 000,00
2	N/A	Construcción de tres habitaciones burbuja, cada una con su respectivo baño exterior de bambu, baño interior dentro de la habitación, jacuzzi, zona de deck y zona bbq.	3,00	N/A	€ 2 500 000,00	€ 7 500 000,00
					Gran Total	€ 10 500 000,00
					Descuento	€ -
					Subtotal	€ 10 500 000,00
					IVA (13%)	€ 1 365 000,00
					Valor total	€ 11 865 000,00

Vigencia de proforma: 15 días
Cotización incluye póliza de riesgos del INS

ANEXO 9. Factura proforma de extintores y computadora



**EXTINTORES
TILARÁN**

Rosemary Ariela Brenes Vargas
Cédula: 5-357-050
Tel: 8556-0605
del Super el Barrio 100 Norte y 75 Este
B° El Carmen, Tilarán, Guanacaste.

**FACTURA
CONTADO**

Nº 0286

DÍA	MES	AÑO
27	3	21

Señor [es]:

Dirección: *NOTIFICACION de Extintores*

CANT	DESCRIPCIÓN	VALOR
2	<i>extintores nuevos</i>	80.00
	<i>Tipo ABC 10</i>	
	<i>C-6041</i>	
1	<i>Extintor nuevo tipo</i>	150.00
	<i>K 6 galón N.L.</i>	
I.V.I		TOTAL € 230.00

Aut. Med. oficio Nº.: 05-002-98 del 29/09/98 de la A.R.T. De Gte.
Imprenta Cañas S.A. Telefax.: 2669-0774 - 2669-2778 •3X50X2



COMPUTAX
Amcom, S.A.

Cédula Jurídica No. 3-101-272410
Dirección: San Pedro de la Iglesia 350 Este
Teléfonos: 2290-2020 / 4052-8900
Email: comand@computax.cr

Numero Interno: 8242 (Original)
Fecha: 16 Mayo 2021 Hora: 01:17 PM
Verificación: 00932821

CÓDIGO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	UNITARIO	DESCUENTO	TOTAL	IVA
	NOTEBOOKS/LENOVO G 590, 15.6"HD E7 1022GT 16GB 0120E Usd	1.00	592,831.85	97,342.99	592,831.85	(*)
*** Última Línea ***						

Observaciones:

Muchas Gracias por su Compra >

Desglose I.V.A.:

Monto:

Autoliquidada mediante resolución No. DOT-R-003-2019 del 20 de Julio del 2019
Factura Electrónica generada por www.soluciones.com - Versión 4.3


Gravado:	490,488.00	Exento:	0.00
Sub Total:	592,831.85		
Descuento:	97,342.99		
I.V.A.:	54,413.55		
Total CRC: \$	559,902.41		
Total USD: \$	910.41		

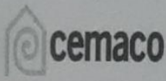
Recibido Conforme

Expertos en Computación y electrónica

ANEXO 10. Facturas proforma de EPA, CEMACO, Aliss, Almohadas Hoteleras C.R., La Artística, Gollo y El Rafaeleño con mobiliario y suministros para una habitación

Código	Descripción	U/V	Cantidad	FVP*Impuesto	Total Artículo
0675045	SPA CANCUN 180 X 66CM	PEA	1,00	299500,00	299.500,00
0766015	CAJA SEGURIDAD 31X20X20CM, YAL	PEA	1,00	39950,00	39.950,00
0627319	SET DE EXTERIORES EMILY 4 PZAS	PEA	1,00	149900,00	149.900,00
1552347	LAMPARA MESA CROMO Y WENQUE 1L	PEA	2,00	22995,00	45.990,00
1130016	BAÑURERO 5L CROMADO	PEA	1,00	7495,00	7.495,00
0437122	CORTINA BLACKOUT 137X229CM POL	PEA	4,00	14950,00	59.800,00
0464041	DISPENSADOR JABON DOBLE 2 X 50	PEA	1,00	10995,00	10.995,00
0464008	DISPENSADOR PAPEL JUNBO SABO	PEA	1,00	10995,00	10.995,00
0431053	ESPEJO 80X60CM, CON REPISA Y L	PEA	1,00	27950,00	27.950,00
0410234	GRIFO DUCHA, 1 MANDO PALANCA,	PEA	1,00	28950,00	28.950,00
0644141	PARILLA DE CARBÓN 625IN2. CHAR	PEA	1,00	109900,00	109.900,00
0803152	SCHEFLERA TRINETTE 24" TRENZA	PEA	2,00	17950,00	35.900,00
0679000	RADIO INTERCOMUNICADOR HASTA 3	PEA	1,00	40950,00	40.950,00

OBSERVACIONES:			
Cotización válida solo en la Ciudad donde se emite.			
Presupuesto válido por 1 día			
VV Precio de Venta por Volumen			
M Precio de Venta x Paquete			
Elaborado por:  ERICK VP		Sub-Total	768.384,98
		IVA	99.890,04
		TOTAL	868.275,00

**CEMACO INTERNACIONAL S. A.****Factura Proforma**OFICINA CENTRALES TEL: 506:4031-8000 FAX: 2220-1214
TIENDA HOGAR ROHRMOSER Tel: 4031-8070**1284559701PV**

DIA	MES	AÑO
21	02	2021

CLIENTE : _____ TELEFONO : _____
RESPONSABLE : AUTOSERVICIO
OBSERVACIONES:

CODIGO	CANTIDAD	DESCRIPCION	CGSTO UNITARIO	TOTAL
490681	1	VASOS C/ PICHEL 5 PZS	4,420.35	4,420.35
513003	1	DISP X3 C/EPESJO NIQUEL	39,818.60	39,818.60
542522	1	CUADRO 60X90AZUL DORADO	26,544.25	26,544.25

CEMACO INTERNACIONAL S. A.

SUB TOTAL :	70,783.20
DESCUENTO .	0.00
IVA :	9,201.82
TOTAL :	79,985.02

NOTAS : 1. Si desea pagar con cheque y no posee tarjeta, el cheque debe venir certificado y a nombre de CEMACO INTERNACIONAL S. A.
2.No se aceptan reclamos ni devoluciones de mercadería después de 8 días de efectuado el despacho. 3.Plazo de vigencia de la cotización 8 días. 4.Las fotografías mostradas son de carácter ilustrativo y podrían incluir o excluir accesorios que no están incluidos en el precio del producto. Si no está seguro, por favor contactar a su asesor de ventas o a las oficinas centrales. 5.Artículos con precios de oferta no se facturan a crédito.

COTIZACION

ALISS ESCAZU

Tel: 2105-1600

Ecazu, San Rafael, 200mts al sur de la rotonda

CLIENTE N°. 836038

FECHA	SERIE	NÚMERO
21/02/2021	DICN	53

CÓDIGO	CANT.	DESCRIPCIÓN	PRECIO	DTO %	IMPORTE
3017604	2	MESA NOCHE PATAS METAL 52X40X50CM MARRON	30,884.96		61,769.91
3023650	1	RELOJ DE MESA 34X12X39.5CM / 13X5X16IN	16,946.90		16,946.90
3024211	1	MESA D/SERVICIO LUPPY MADERA/ METAL	119,469.03		119,469.03

Preparada por:

Cotización valida por 03 días a partir de su emisión.

SUB - TOTAL:	265,353.98
DESCUENTO:	0.00
IVA:	34,496.02
TOTAL €:	299,850.00



Almohadas Hoteleras CR
 Identificación 207650657
 Sardinal de puntarenas - Puntarenas
 +506 40801681
 garro001@gmail.com

Cotización
No. 178

SEÑOR(ES)	Cliente preferencial	FECHA DE EXPEDICIÓN (DD/MM/AA)	12/02/2021
DIRECCIÓN		FECHA DE VENCIMIENTO (DD/MM/AA)	14/03/2021
CANTÓN			
TELÉFONO	IDENTIFICACIÓN		

Producto/servicio	Precio	Cantidad	Descuento	Total
juego de sabana king size	35,398.23	2.00	20.00%	56,637.16
2 Almohada Deluxe king	39,823.01	1.00	0.00%	39,823.01
Duvet King Size	84,070.80	1.00	50.00%	42,035.40
pañó cuerpo 70 x 140 cm	4,867.26	5.00	0.00%	24,336.30

Subtotal	219,026.57
Descuento	56,194.70
Subtotal	162,831.87
IVA (13.00%)	21,168.14
Total	184,000.01

Generado en www.alegra.com/costarica - Con Alegra ganas tiempo y tranquilidad

ELABORADO POR _____

La Artística

1 9 3 3

ONIX S.A.

Cédula Jurídica: 3-101-018738

Teléfonos: 2296-2590 &

Dirección: Avenida Comercial Rohrmoser, San José, San José, Costa Rica

FACTURA PROFORMA

N° 00100001010000019215

Referencia Interna: FAC-ONIX-000217898

Fecha: 26/02/2021



Nombre del Cliente:

Dirección

SEBASTIAN PORRAS GUILLEN
1-1559-0114

Número de Cuenta

Número de Pedido

Asesor de Ventas

Forma de Pago

CLNTE-4-034207

PVT-ONIX-000112997

4342

Contado

Cantidad	Código	Descripción	Precio Unitario	Monto
1.00	31390	(K) SILVER / EUROTOP / BEAUTYREST / COLCHON / KING / 193 X 203 CM / TOLERANCIA 3 CM (+/-) - 047366	€480,088.99	€480,088.99
1.00	23753	(K) PROTECTOR COLCHON / SIMMONS ULTRA FRESH / KING / NO SECAR NI PLANCHAR CON CALOR - 038724	€39,190.94	€39,190.94

--Última Línea--

Observaciones:

Recibido Conforme:

SUB-TOTAL	€	519,279.93
DESCUENTO	€	-
IVA	€	67,506.39
TOTAL	€	586,786.32

Fecha Nombre Firma Cédula

Página 1 de 1

124402310400

FACTURA PROFORMA CONTADO
GOLLO

UNION COMERCIAL DE COSTA RICA, UNICOMER S.A.
CEDULA JURIDICA 3-101-074154
CENTRO: 104 - STO DOMINGO
CLIENTE: _____
D.D.: _____
DIR.: _____
DISTRIBUIDO A:

FECHA: 13-03-2021
FECHA VENCIMIENTO: 13-03-2021
TELEFONO: 22447291
TEL./FAX:

AGRADECEMOS LA OPORTUNIDAD DE OFRECERLE NUESTROS ARTICULOS A TRAVES DE LA SIGUIENTE COTIZACION:

CODIGO	DESCRIPCION	MARCA	MODELO	SERIE	BAR.	CANT.	PRECIO UNI.	DESC.	TOTAL
001020079	REFRIGERADORA 4 PIES	MARE	RMF0411PYMBO		12	1	141.584,0	00,0	141.584,07
094020021	AIRE ACONDICIONADO 12 00	SANKEY	ES-12INV22A/B/C		12	1	264.601,7	13,3	264.601,77
VENTA TOTAL									429.330,80
IVA									55.813,01
TOTAL VENTA									485.143,81

6. 256 476
Errol Lobo



NOMBRE Y FIRMA RESPONSABLE:

VENDEDOR: ERROL LOBO CORRALES - 4712
USUARIO: LOBO CORRALES ERROL

E-MAIL: 800@ascallo.com
CONSULTE NUESTRA LINEA DE SERVICIO AL CLIENTE 800-0060110 (800-0046556)

Cliente:

Descripcion

COMBO AQUA BAÑO BONE INOD+LAV+PED. —
PP CACHERA LAVATORIO PALANCA 048 CS/LIC —
JUEGO ACCES BAÑO GRACIELA CROMADO 6 PZAS #998 —

Cantidad	Total Artículo
1.00	98,500.00
1.00	35,808.33
1.00	14,364.48

Fodolfo 87506959.

Sub-Total:	148,672.81
Impuesto Ventas:	19,327.47
Total General:	168,000.28

ANEXO 11. Facturas proforma de Universal, Aliss y Gollo con mobiliario y suministros para área de cocina y alimentación

Carlos Federspiel & Co S.A.
 Domicilio del Vendedor
 Universal Avenida Central
 Ced. Juridica : 3101001568

Factura Proforma
 Numero:0000026477 20-mar-2021 01:22 AM
 Cliente : XXXXXXXXXX
 Caja : 02-018 - José Bustamante Benta
 Moneda : COLON COSTARRICENSE

INDIVIDUAL BEIGE REDO PL63BC		
7445056177611	6.00	11,939.99 G
PLATO CENA 10.5 BLANC PRO10/4		
7445056168930	15.00	22,749.83 G
SET P/SERVIR BLANCO 4P C7059A		
7445056178491	5.00	34,950.00 G
PLATO SOPA 8 BLANCO PRO10/4		
7445056168947	15.00	14,850.06 G
TAZA 100Z BLANC PRO10/4		
7445056168961	10.00	9,700.04 G
PLATO POSTRE 7.5 BLANCO PRO10/4		
7445056168954	15.00	14,850.06 G
VASO ALTO 300 ML 6 U LV-ADA389F LAV		
8692952048258	2.00	8,980.00 G
COPAS CHAMPANA 190 ML 6 U LV-MIS35F LAV		
8692952005718	2.00	9,980.00 G
PICKEL 1800 ML LV-MIS180 LAV		
8692952196515	3.00	10,470.02 G
SET COLADORES 3 PCS 259-4		
7445056226921	1.00	3,990.00 G
SET D/UCHILLOS 3PIEZAS 8 HDA603 HAMILTO		
643700222367	1.00	9,990.00 G
ESPECTERO VIDRIO 0538018 TRUDEAU		
063562586283	6.00	8,739.97 G
UTENSILIOS P/ COC 5PZS 186-51603C		
631899518033	1.00	14,990.00 G
PELADOR D/VEGET VERTICAL HGA103 HAMILTON		
643700225061	1.00	2,290.00 G

SACACORCHOS ACERO INOX 12531 8000 COOK		
076753125314	1.00	5,490.00 G
BANDEJA BAMBU PLEGABLE 16075-32		
7445056226609	3.00	29,970.01 G
TABLAS 2PCS PLASTI BLA 16075-23		
7445056226517	1.00	10,990.00 G
SET D/DLLAS 8 PIEZAS HAD601 HAMILTON BEA		
643700228659	1.00	99,990.00 G
SET CUBIERTOS 24PC S/S FR-7-24		
7445056222878	2.00	25,980.01 G
HIELERA 2.5L ACERO INOX 16576-1		
7445056223059	6.00	29,940.01 G
RECIPIENTE P/ A 2.5L PLAST 6-288 GONDOL		
86929531002886	3.00	7,470.00 G
DELANTAL RAYAS C168-6		
7445056181465	3.00	11,969.99 G
GUANTE AISLADOR BH0532		
7445056183452	2.00	7,979.99 G
COFFEE MAKER 12 12 T29 ACE CM2035BD BLAC		
050875813991	1.00	72,990.00 G

TOTAL = 1,181,230.09

Impuesto al valor agregado - E-Exento
 Impuesto al valor 135,893.73

Vigencia de la Factura : 8 dias.

Las instituciones que gozan de exoneración favor de presentar documento original con sellos y firmas correspondientes.

Nuestros precios varían sin previo aviso. Sujeto a existencias.

No se reciben cheques, solo depósitos en las siguientes cuentas de banca estatal (B.C.R. N° 2310-8, B.N.C.R. N° 2095-36-2) a nombre de Carlos Federspiel & Co. S.A. Todo depósito queda sujeto a verificación en nuestras cuentas.

*** Muchas Gracias ***

COTIZACION

ALISS SAN JOSE

Tel: 2105-1600

avenida central, 75m. este de la plaza de la cultura, sobre el

CLIENTE N° 836038

FECHA	SERIE	NÚMERO
20/3/2021	DP5N	10

CÓDIGO	CANT.	DESCRIPCIÓN	PRECIO	DTO %	IMPORTE
3002536	3	CANISTER CON TAPA 7.5X7.5X15CM/ 3X3X6IN	1,672.57		5,017.70
3034505	10	BOWL 15X7.5CM/6X3IN	973.45		9,734.50
3018329	3	SERVILLETTERO 5X14X8CM/2X6X3IN	3,716.81		11,150.43
3028275	1	KITCHEN TOWEL 5PCS SET 30X30CM/12X12IN	1,460.18		1,460.18
3018200	1	RALLADOR 10.5X82X4.5CM/4X3X10IN	3,097.35		3,097.35
391848	3	CANDELABRO VERDE 12.2X12.2X17.3CM-5X7	4,336.28		13,008.85

Preparada por:

Cotización valida por 03 días a partir de su emisión.

SUB - TOTAL:	43,469.01
DESCUENTO:	0.00
IVA:	5,650.97
TOTAL €:	49,119.98



GRUPO GOLLO

GOLLO --
 Unión comercial de Costa Rica S.A.
 Cédula Jurídica # 3-101-074154-08
 Apartado 651-4050

MORAVIA

COTIZACION

CLIENTE

Cliente
 Atención
 Ciudad
 Teléfono

San José

24-mar-21

Kevin Paniagua
 Escribano
 Teléfono 8396-0114

Cantidad	Código	Descripción	Marcas	Modelo / Garantía	Precio unitario	TOTAL
1	2013030005	SARTEN ELECTRICO 15"	black and decl	SKG605 / 2 AÑOS	€ 47.000,00	€ 47.000,00
1	2008030002	OLLA FREIDORA 6 LTS	HOME SOLUT	4206/4306 / 3 MESES	€ 36.440,00	€ 36.440,00
1	2202030053	JUEGO DE OLLAS 7PZ	MONIX	40016 / 1 AÑO	€ 65.890,00	€ 65.890,00
1	6050080043	COCINA DE GAS 30"	MABE	EM7659BFIS/ 1 AÑO	€ 294.990,00	€ 294.990,00
1	6001140033	REFRIGERADORA 19PIES CON DISPENSADOR	MABE	RMS110BMRX0 / 1 AÑO	€ 539.990,00	€ 539.990,00
1	4102040115	JUEGO DE COMEDOR	LOPEZ	AVEIRO 5 PLUS / 1 AÑO	€ 236.900,00	€ 236.900,00
1	2011030006	WAFLERA 3 EN 1	black and decl	G49TD / 2 AÑOS	€ 49.500,00	€ 49.500,00
1	2012010101	TOSTADOR DE PAN	black and decl	TRI1278W / 2 AÑOS	€ 15.900,00	€ 15.900,00
1	2006070008	ARROCCERA 23 TZ	SANKEY	RC-40 / 6 MESES	€ 40.736,00	€ 40.736,00
1	2003100018	LICUADORA	black and decl	BL1650S / 2 AÑOS	€ 74.800,00	€ 74.800,00
1	2003130001	LICUADORA	OSTER	BL13TAC2T013 / 1 AÑO	€ 131.913,00	€ 131.913,00
1	2010010093	COFFE MAKER 12TZ	black and decl	CM2046SLA / 1 AÑO	€ 72.100,00	€ 72.100,00
1	2010050038	PERCOLADOR	CONTINENTAL	CP-43699 / 1 AÑO	€ 27.777,00	€ 27.777,00
1	2201160004	OLLA DE PRESION 9 LTS	OSTER	4793 / 1 AÑO	€ 46.791,00	€ 46.791,00
1	2201040016	OLLA MULTILUSO	OSTER	CKSTPCE6801-013 / 1 AÑO	€ 97.252,00	€ 97.252,00
1	6090010240	MICROONDAS 900 WATTS	WHIRLPOOL	WM181TD / 1 AÑO	€ 79.900,00	€ 79.900,00
1	4302010094	ESCRITORIO	KACHE	CT-3603 / 1 AÑO	€ 147.900,00	€ 147.900,00
		TOTAL			€ 2.005.779,00	€ 2.005.779,00

AGENCIA DE PROGRAMAS POR 90 DIAS

Aprobado por

Kevin Paniagua

Kevin Paniagua F.

ASESOR DE VENTAS
 GOLLO MORAVIA
 CEL. 8998-4424
 TEL. 2236-8042
 ventasf@unikomer.com



ANEXO 12. Factura proforma de RETECSA con lavadora

TEL: (506) 2219 – 1515

FAX: (506) 2219 – 1616

Página Web: www.retecsa.co.cr



SAN JOSE

COSTA RICA

E-MAIL: info@retecsa.co.cr

23 de marzo de 2021

Estimado:
SEBASTIAN PORRAS GUILLEN

Proyecto: 0450-23-03-2021
Tel. 8650-8340

Es un placer para RETECSA presentarle nuestra oferta para su proyecto de lavandería,
Si tiene alguna duda por favor no dude en comunicarse con nosotros.

PAREJA #1

➤ LAVADORA PRIMUS PROFESIONAL

Una (1) **lavadora** profesional
Capacidad: 15 Libras (6.5 kg) de ropa seca por ciclo.
Control programable para las velocidades de lavado y extracción
Material base: acero inoxidable
Suministro eléctrico: 220 voltios, 60 Hz, **monofásica**.
Marca: **PRIMUS**
Modelo: **SC65**



*** Entrega de 6 a 8 semanas a partir del recibido de la orden de compra

PRECIO POR UNIDAD	US\$	3.400,00
IMPUESTO DE VENTAS	US\$	442,00
PRECIO TOTAL EN PLAZA	US\$	3.842,00

➤ SECADORA PRIMUS PROFESIONAL 15 LBS

Una (1) **secadora** profesional en torre
Capacidad: 15 LBS (6.5 kg) por ciclo.
Suministro eléctrico: 220 voltios, 60 Hz, **monofásica**.
Control programable para las velocidades de lavado y extracción
Material base: acero inoxidable.
Marca: **PRIMUS**
Modelo: **DAM6**



***Entrega de 6 a 8 semanas a partir del recibido de la orden de compra

PRECIO POR UNIDAD	US\$	2.600,00
IMPUESTO DE VENTAS	US\$	338,00
PRECIO TOTAL EN PLAZA	US\$	2.938,00

ANEXO 13. Porcentaje de ocupación del ICT durante 2016 a 2019

CUADRO 1

**ÍNDICE DE ACTIVIDAD HOTELERA, ÍNDICE DE PRECIOS ALOJAMIENTO Y PORCENTAJE DE OCUPACIÓN, POR MES
2016-2019**

MES	Índice Mensual de la Actividad Hotelera Serie Original 2012 = 100 (IMAH)				Índice Mensual de Precios al Productor de Servicios, Servicio de Alojamiento (IMPPSA)				Porcentaje de Ocupación (%OCUP)			
	2016	2017	2018	2019	2016	2017	2018	2019	2016	2017	2018	2019
Enero	127,2	128,5	145,3	153,3	140,8	145,1	150,7	163,4	61,7	71,6	81,0	76,8
Febrero	154,3	157,4	164,6	169,6	140,3	144,5	149,2	158,6	69,2	80,1	87,2	82,8
Marzo	136,8	137,1	142,8	150,2	139,6	142,6	148,0	156,0	60,4	81,7	84,0	82,8
Abril	104,6	104,7	109,3	110,5	124,8	137,7	133,0	146,6	73,5	74,4	76,4	70,4
Mayo	108,1	112,8	118,9	123,9	111,5	119,1	118,8	122,0	57,2	61,8	61,4	60,2
Junio	104,3	108,7	111,8	121,6	110,3	115,1	120,6	122,4	57,2	64,6	62,0	63,6
Julio	126,4	126,5	133,1	140,4	116,9	119,1	127,1	124,9	69,7	70,1	69,6	68,6
Agosto	117,4	118,3	123,3	126,1	115,1	114,4	120,3	117,3	62,0	63,3	63,0	63,17
Setiembre	89,9	89,9	95,2	97,5	108,4	111,1	113,7	111,2	48,1	49,6	42,2	48,1
Octubre	77,8	73,1	77,7	79,5	108,4	110,5	116,6	114,0	49,2	49,0	45,6	47,3
Noviembre	125,5	138,1	147,8	151,4	114,9	114,0	128,4	123,9	61,0	66,7	65,6	68,3
Diciembre	112,8	118,2	125,1	128,5	140,5	139,8	153,2	152,7	68,0	71,3	70,4	70,5

Fuente: Departamento de Estadística Macroeconómica, Banco Central de Costa Rica.

Fuente: ICT (s.f.)

ANEXO 14. Factura proforma de PriceSmart

Business Services



PriceSmart :: Heredia :: - 3-101-231-707
 Sobre carretera a Heredia 100 Sur de U interamericana
 Phone: 6322-7512/ (506) 2262-2104/ 6052-6098 Fax:
 Email: bsa6403@pricesmart.com

Cotizacion No.: 738043
Company: Heredia
No.CJ:
Member:
Member No.: 64031188320001/Diamond
Quote Date: 2021-04-08
Made by: Ariel Sieza
Delivery Address: heredia
City Delivery: HEREDIA

Qty.	Item	Description	Price	Total
1	415167	Sal Sol Marina Fina 6 pk 650 g	2395	2,395.00
1	224726	Dona Maria Sugar 5 Kgs Cabys:2352000000100	3050	3,050.00
1	8754	MS Stevia 500 ct Cabys:2399999001200	5295	5,295.00
1	255491	Gama Galletas Soda 64 ct Cabys:2349002011100	2195	2,195.00
2	11188	MS Organic Granola 32oz	4695	9,390.00
2	242347	MasaRica Harina MaA-z 2pk 2.2kg Cabys:2312000000500	6395	12,790.00
1	244207	Nacarina Harina Trigo 2p 2.5kg Cabys:2311000000100	2925	2,925.00
2	46369	Wesson Canola Oil 5qt Cabys:2164200000000	6795	13,590.00
1	388033	MS Extra Virgin Olive Oil 2L Cabys:2167100000000	7495	7,495.00
2	247250	Spaghetti Thin 4 1lb Barilla Cabys:2371000000200	3695	7,390.00
4	278106	Heinz Salsitas Stda 12pk 114g Cabys:2399501000100	3295	13,180.00
1	286983	Dos Pinos Butter 8ct Cabys:2224100000100	6995	6,995.00
3	300398	Queso Semiduro Cabys:2225101019900	3995	11,985.00
1	10615	Kraft Grtd Parm Cheese 24oz Cabys:2225101020100	7695	7,695.00

2	413523	Queso Tipo Americano 832g 1.83	5295	10,590.00
1	393465	Los Patitos ConsomA@ 1 kg Cabys:2399502000100	2995	2,995.00
1	36633	Black Pepper Grinder 5.4 oz Cabys:2392100000100	3795	3,795.00
1	9180	Sazon Tropical Green 28oz Cabys:2399501000500	3095	3,095.00
12	356345	Bimbo Hamburguesa Art 2pk 350g Cabys:2349002010800	1795	21,540.00
2	189924	MS Ketchup 64oz Cabys:2399501000100	2095	4,190.00
2	772097	Kraft Mayonnaise 2 30oz	3995	7,990.00
1	289191	Natilla del Prado 1.9 kilo Cabys:2223099030100	4895	4,895.00
1	25231	MS Coffee Creamer 2pk 35.3oz Cabys:2399906000400	5795	5,795.00
1	33	Tea Bags 312ct Lipton Cabys:2391300000100	7295	7,295.00
1	5532	Cinnamon Powder 16oz Cabys:2392500000200	3095	3,095.00
1	5800	Cocoa Powder 23 oz Cabys:2364000000000	5595	5,595.00
1	218795	Leche Condensada 6pk 395g Cabys:2222200000000	5195	5,195.00
1	271810	Leche Evaporada 6 pk 315 g Cabys:2222100000000	3995	3,995.00
3	43539	MS Neapolitan Ice Cream 4 Qt	5595	16,785.00
1	7165	Pirouline Choc Hznut 6 3.25oz Cabys:2342000000300	4395	4,395.00
1	3158	Sucro B 100% Maple Syrup 20.28 Cabys:2353000000200	6295	6,295.00
5	102379	Dos Pinos Semi Descrem 12 1lt Cabys:2211001020200	9595	47,975.00
1	754112	MS Purified water 40 16.9oz Cabys:2441001000100	4595	4,595.00
5	387219	Yogurt Coronado 2pk Cabys:2223001000200	2395	11,975.00
6	360791	Zanahoria Emp. 1.5 Kg. Cabys:0125101029900	995	5,970.00
30	360460	MS Sandia Unidad 3 5 Kg Cabys:0122100009900	1995	59,850.00
15	322928	Camaron Pelado EA	10695	160,425.00
10	185152	Osobuco hueso (s) B	3195	31,950.00
5	304660	Kingsford Match Light Briq 2pk Cabys:3451000009900	14195	70,975.00
5	393613	MS Desinfectante 10 L Cabys:3466499999900	4495	22,475.00
9	360770	Pepino Emp. 1.2 Kg. Cabys:0123200000100	995	8,955.00
5	349814	MS Lavaplatos IA-quido 90oz Cabys:3531099009900	3495	17,475.00
2	83220	MS Sce KTB 13g 90ct Degradable Cabys:3641001999900	6995	13,990.00
2	270923	Scott Servilletas Cuadrada 800 Cabys:3219304000000	5995	11,990.00
4	370846	WC Toilet Paper 8pk 500mt Cabys:3219301000000	10695	42,780.00
4	375410	MS Detergente 22lb Cabys:3532201060000	9795	39,180.00
4	285634	Suavitel Complete 8.5L Cabys:3532201020000	12895	51,580.00
6	391621	XPRO JabA ⁿ Antibacterial 3.7lt Cabys:3532399000300	4995	29,970.00
10	801540	Dial BW Spring Water 2 35oz Cabys:3532102020000	8295	82,950.00
5	392203	XPRO Alcohol en Gel 3.78 lt Cabys:3532101029900	7995	39,975.00
15	359796	Pina Dorada ea Cabys:0131800029900	695	10,425.00
3	364968	Camote Malla 2Kg Cabys:0153099010000	1995	5,985.00
7	360485	Yuca Parafinada Emp. 2 Kgs. Cabys:2139903020200	1395	9,765.00
4	387680	MS Ayote Mantequilla 2 kg Cabys:0123502000300	1995	7,980.00
10	360728	Maiz Dulce Bandeja 1 kg Cabys:0129008020400	2495	24,950.00
4	305787	Torta Carne de Res Cabys:2118903000100	6695	26,780.00
2	222476	MS Carne Molida 88% Magro	3625	7,250.00
6	127788	Pork Loin C Cut Steaks Bnls KG	3225	19,350.00
15	84083	B Muslo de Pollo Cabys:2112100020400	1925	28,875.00
5	332854	Tilapia Fillet(90 10)5lb 2.3kg	7995	39,975.00
-- Grand Total --				1,050,655.00

ANEXO 15. Factura de referencia de egresos por internet de una familia costarricense



CABLETICA S.A.

TELÉFONO: 1177
CORREO ELECTRONICO: SERVICIOALCLIENTE@CABLETICA.COM
CEDULA JURIDICA No 3-101-747-406

Factura Electrónica
N° 0049901519

Tipo de Cambio: ₡ 615.84
Fecha de Emisión: 01-03-2021
Periodo: MARZO 2021

Contrato: 0001181396		
Cantidad	Descripción	Cargos
1	INTERNET CT 100MBPS/5MBPS V3	22,250.00
1	EMTA TG1662G WIFI	1,929.00
1	CARGO 911	166.88
1	CARGO CRUZ ROJA	222.50
Observaciones:		Subtotal: ₡ 24,179.00
		Descuento: ₡ 0.00
		L.V.A.: ₡ 3,143.27
		Otros Cargos: ₡ 389.38
		Total: ₡ 27,711.65

FACTURA CONTADO N° 0049901519

Si cancela posterior al día 20 del mes, en su próxima factura se cobrará un recargo por mora de: 1400.00

AUTORIZADO MEDIANTE OFICIO N° DGT-R-033-2019 DE FECHA 01/07/2019
CN: 50601032100310174740600100001010049901519120181001
NUMERACIÓN: 00100001010049901519



Visite www.cabletica.com para conocer nuestros servicios.