

 UDECA UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAr113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 1 de 9

16.

FECHA	martes, 19 de julio de 2022
--------------	-----------------------------

Señores
UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
 BIBLIOTECA
 Ciudad

UNIDAD REGIONAL	Seccional Girardot
TIPO DE DOCUMENTO	Trabajo De Grado
FACULTAD	Ciencias Administrativas Económicas y Contables
NIVEL ACADÉMICO DE FORMACIÓN O PROCESO	Pregrado
PROGRAMA ACADÉMICO	Tecnología en Gestión Turística y Hotelera

El Autor(Es):

APELLIDOS COMPLETOS	NOMBRES COMPLETOS	No. DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN
BOLÍVAR GUZMÁN	NANCY ESTELA	1005958842
PUENTES VÁSQUEZ	ANA MARÍA	1005855065

Director(Es) y/o Asesor(Es) del documento:

APELLIDOS COMPLETOS	NOMBRES COMPLETOS
FERREIRA RAMIREZ	YONATHAN ALEXANDER

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca
 Teléfono: (091) 8281483 Línea Gratuita: 018000180414
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
 NIT: 890.680.062-2

*Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad
 Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional*

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 2 de 9

TÍTULO DEL DOCUMENTO

Propuesta de glamping, una nueva experiencia en el municipio de Girardot

SUBTÍTULO

(Aplica solo para Tesis, Artículos Científicos, Disertaciones, Objetos Virtuales de Aprendizaje)

EXCLUSIVO PARA PUBLICACIÓN DESDE LA DIRECCIÓN INVESTIGACIÓN

INDICADORES	NÚMERO
ISBN	
ISSN	
ISMN	

AÑO DE EDICIÓN DEL DOCUMENTO

19/07/2022

NÚMERO DE PÁGINAS


69

DESCRIPTORES O PALABRAS CLAVES EN ESPAÑOL E INGLÉS (Usar 6 descriptores o palabras claves)

ESPAÑOL	INGLÉS
1. Glamping	Glamping
2. Glamper	Glamper
3. Desarrollo sostenible	Sustainable development
4. Ecoturismo	Ecotourism
5. Ecología	Ecology
6. Turismo de naturaleza	Nature tourism

FUENTES (Todas las fuentes de su trabajo, en orden alfabético)

- Bazan Flor México destinos [En línea]. - 2021. - <https://www.mexicodestinos.com/blog/glamping-en-mexico-cuales-son-los-mejores-destinos/>.
- Cáceres Daniel Business Insider [En línea]. - 2021. - <https://www.businessinsider.es/guia-glamping-caracteristicas-ejemplos-ventajas> 872857.
- Cardozo Paula Alejandra Ayure Repositorio Universidad Piloto de Colombia [En línea]. - 2021. -

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 3 de 9

http://repository.unipiloto.edu.co/bitstream/handle/20.500.12277/11273/Paula_Ayure%20Documento%20de%20tesis-cortell.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

- Doval Laura Aronda [En línea]. - 2019. - <https://aronda.com.br/index.php/2019/01/01/glamping-en-brasil-campings-de-lujo-en-playas-y-montanas/>.
- EL cronista El cronista [En línea]. - 2021. - <https://www.elcronista.co/destacadas/glamping-martinica-un-emprendimiento-para-fortalecer-a-ibague-destino-turistico>.
- Fontur Norma Técnica Sectorial NTSH 007 [En línea]. - NTSH 007 Posadas turísticas, requisitos de planta y servicios.
- Fontur Norma Técnica Sectorial Colombiana NTSH 001 [En línea]. - <https://fontur.com.co/sites/default/files/2020-11/NTSH001.pdf>.
- Fontur Norma Técnica Sectorial NTSH 008 [En línea]. - <https://fontur.com.co/sites/default/files/2020-11/NTSH008.pdf>.
- Fontur Norma Técnica Sectorial NTSH 009 [En línea]. - <https://fontur.com.co/sites/default/files/2020-11/NTSH009.pdf>.
- Función Pública Función Pública [En línea] // Decreto 1258 de 2012. - <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=47809#:~:text=Cr%C3%A9ase%20el%20Comit%C3%A9%20de%20Inversi%C3%B3n,derecho%20a%20la%20deducci%C3%B3n%20por.66>
- Función Pública Función Pública [En línea] // Ley 1558 de 2012. - <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=48321#:~:text=Cr%C3%A9ase%20la%20Medalla%20al%20m%C3%A9rito,normas%20que%20para%20ello%20establezca>.
- Función Pública Función Pública [En línea] // Decreto 2119 de 2018. - <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=89402>.
- Función Pública Función Pública [En línea] // Ley 300 de 1996. - <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=8634>.
- Función Pública Función Pública [En línea] // Ley 1336 de 2009. - <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=36877>.
- Función Pública Publica Función [En línea] // Ley 2068 de 2012. - <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=172558#:~:text=La%20presente%20ley%20tiene%20por%20objeto%20fomentar%20la%20sostenibilidad%20e,tur%C3%ADstica%2C%20a%20trav%C3%A9s%20de%20la>.
- ISO ISO 9001:2015 [En línea]. - <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:9001:ed 5:v1:es>.
- Luna Glamping Luna Glamping Colombia [En línea]. - <https://www.lunaglampingcolombia.com/>.
- Mincit Norma Técnica Sectorial Colombiana NTSH 012 [En línea]. - <https://www.mincit.gov.co/getattachment/df9abb98-e101-49f5-949a-f6fcfb3909b2/Norma-Tecnica-Sectorial-Colombiana-NTSH-0012-Recin.aspx>.
- Mincit Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS-TS 002 [En línea]. - <https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=f200f357-97f9-408a-a2c1-07e1a929c1fc>.
- Nicolle Donato Medium [En línea]. - 2019. - <https://medium.com/@sophiadesco/5-cosas-que-debes-saber-sobre-glamping-la-nueva-e-innovadora-tendencia-de-acampar-2f3401804cc#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20glamping%3F,naturaleza%20que%20est%C3%A1%20al%20rededor>.

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 4 de 9


- Olid Hotel hotel olid [En línea]. - 2017. - <https://www.hotelolid.com/origen-los-hoteles/#:~:text=El%20origen%20de%20lo%20que,seguro%20en%20el%20que%20hospedarse.>
- ONU Naciones Unidas [En línea]. - <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-development-goals/>. 67
- República Diario La La República [En línea]. - 2018. - <https://www.larepublica.co/analisis/maria-claudia-lacouture-402341/turismo-naturaleza-tendencia-mundial-2797710>.
- Rosas Guio - Repositorio Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia [En línea]. - 2019. - <https://repositorio.uptc.edu.co/bitstream/001/2766/1/TGT-%201400.pdf>.
- Rossi Daniela Wines of Argentina [En línea]. - 2021. - <https://blog.winesofargentina.com/es/destacadas/glamping-en-argentina/>.
- Tafurt Ris Pastrana Daza Repositorio Corporación universitaria Autónoma del Cauca [En línea]. - 2020. - <https://repositorio.uniautonomo.edu.co/bitstream/handle/123456789/483/T%20M%20039%202020.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- Tom Tom plany my trip [En línea]. - 2022. - <https://www.tomplanmytrip.com/es/glamping-cerca-bogota-cundinamarca/>.
- Wikipedia Wikipedia [En línea]. - <https://es.wikipedia.org/wiki/Airbnb>.

RESUMEN DEL CONTENIDO EN ESPAÑOL E INGLÉS
(Máximo 250 palabras – 1530 caracteres, aplica para resumen en español):

Resumen

El glamping es una modalidad de hospedaje en la que Colombia se ha venido especializando durante los últimos años, un concepto que integra el camping con glamour y que está hecho para que los visitantes se conecten con la naturaleza al mismo tiempo que disfrutan de todas las comodidades de un hotel, generalmente en el campo. Gracias a la variedad de paisajes, climas y ecosistemas que tiene el país, este atractivo turístico no solo ha tomado fuerza entre los turistas locales, sino también entre extranjeros que vienen a Colombia, con el fin de pasar varias noches en medio de la naturaleza. Ahora bien, las innovaciones en este segmento no paran. Se estima que por lo menos en 11 departamentos del país hay alguna oferta de glamping. Según algunas plataformas turísticas, como Experiencia Viajera, entre los mejores glamping de Colombia está Bajo El Cielo, que está ubicado a 10 minutos de Guatavita, enfrente del embalse de Tominé. Tiene baño privado, duchas, restaurante, bar, Wi-Fi, parqueadero y techo en transparencia, lo cual promete ser una opción para pasar la noche. El precio del glamping comienza a partir de \$260.000.

Es por eso que queremos encaminar nuestro proyecto en una experiencia agradable para los Glampers en donde encuentren todos los servicios y comodidades a precios accesibles a su bolsillo, en donde con sus familias, amigos, pareja con sus mascotas puedan realizar múltiples actividades como caminatas, avistamiento de aves, avistamiento del cielo nocturno y pasar una experiencia agradable a precios bajos y teniendo la misma experiencia que en cualquier otro lugar.

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 5 de 9

Abstract

Glamping is a type of lodging in which Colombia has been specializing in recent years, a concept that integrates camping with glamor and is made for visitors to connect with nature while enjoying all the comforts of a hotel, usually in the countryside.

Thanks to the variety of landscapes, climates and ecosystems that the country has, this tourist attraction has not only gained strength among local tourists, but also among foreigners who come to Colombia to spend several nights in the middle of nature.

However, innovations in this segment do not stop. It is estimated that at least in 11 departments of the country there is some glamping offer. According to some tourism platforms, such as travel experience, among the best glamping in Colombia is Bajo El Cielo, which is located 10 minutes from Guatavita, in front of the Tominé reservoir. It has private bathrooms, showers, restaurant, bar, Wi-Fi, parking and a transparent roof, which promises to be an option to spend the night. The price of glamping starts at \$260,000.

That is why we want to direct our project in a pleasant experience for Glampers where they find all the services and amenities at affordable prices to their pocket, where with their families, friends, couple with their pets can perform multiple activities such as hiking, bird watching, watching the night sky and spend a pleasant experience at low prices and having the same experience as anywhere else.

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN

Por medio del presente escrito autorizo (Autorizamos) a la Universidad de Cundinamarca para que, en desarrollo de la presente licencia de uso parcial, pueda ejercer sobre mí (nuestra) obra las atribuciones que se indican a continuación, teniendo en cuenta que, en cualquier caso, la finalidad perseguida será facilitar, difundir y promover el aprendizaje, la enseñanza y la investigación.

En consecuencia, las atribuciones de usos temporales y parciales que por virtud de la presente licencia se autoriza a la Universidad de Cundinamarca, a los usuarios de la Biblioteca de la Universidad; así como a los usuarios de las redes, bases de datos y demás sitios web con los que la Universidad tenga perfeccionado una alianza, son: Marque con una "X":

AUTORIZO (AUTORIZAMOS)	SI	NO
1. La reproducción por cualquier formato conocido o por conocer.	x	
2. La comunicación pública, masiva por cualquier procedimiento o medio físico, electrónico y digital.	x	

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAr113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 6 de 9


3. La inclusión en bases de datos y en sitios web sean éstos onerosos o gratuitos, existiendo con ellos previa alianza perfeccionada con la Universidad de Cundinamarca para efectos de satisfacer los fines previstos. En este evento, tales sitios y sus usuarios tendrán las mismas facultades que las aquí concedidas con las mismas limitaciones y condiciones.	x	
4. La inclusión en el Repositorio Institucional.	x	

De acuerdo con la naturaleza del uso concedido, la presente licencia parcial se otorga a título gratuito por el máximo tiempo legal colombiano, con el propósito de que en dicho lapso mi (nuestra) obra sea explotada en las condiciones aquí estipuladas y para los fines indicados, respetando siempre la titularidad de los derechos patrimoniales y morales correspondientes, de acuerdo con los usos honrados, de manera proporcional y justificada a la finalidad perseguida, sin ánimo de lucro ni de comercialización.

Para el caso de las Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, de manera complementaria, garantizo(garantizamos) en mi(nuestra) calidad de estudiante(s) y por ende autor(es) exclusivo(s), que la Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía en cuestión, es producto de mi(nuestra) plena autoría, de mi(nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi(nuestra) creación original particular y, por tanto, soy(somos) el(los) único(s) titular(es) de la misma. Además, aseguro (aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos de la Tesis o Trabajo de Grado es de mí (nuestra) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos.

Sin perjuicio de los usos y atribuciones otorgadas en virtud de este documento, continuaré (continuaremos) conservando los correspondientes derechos patrimoniales sin modificación o restricción alguna, puesto que, de acuerdo con la legislación colombiana aplicable, el presente es un acuerdo jurídico que en ningún caso conlleva la enajenación de los derechos patrimoniales derivados del régimen del Derecho de Autor.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, “*Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores*”, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables. En consecuencia, la Universidad de Cundinamarca

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAr113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 7 de 9

está en la obligación de RESPETARLOS Y HACERLOS RESPETAR, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

NOTA: (Para Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía):

Información Confidencial:

Esta Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, contiene información privilegiada, estratégica, secreta, confidencial y demás similar, o hace parte de la investigación que se adelanta y cuyos resultados finales no se han publicado.

SI_NO X .

En caso afirmativo expresamente indicaré (indicaremos) en carta adjunta, expedida por la entidad respectiva, la cual informa sobre tal situación, lo anterior con el fin de que se mantenga la restricción de acceso.

LICENCIA DE PUBLICACIÓN

Como titular(es) del derecho de autor, confiero(erimos) a la Universidad de Cundinamarca una licencia no exclusiva, limitada y gratuita sobre la obra que se integrará en el Repositorio Institucional, que se ajusta a las siguientes características:

- a) Estará vigente a partir de la fecha de inclusión en el repositorio, por un plazo de 5 años, que serán prorrogables indefinidamente por el tiempo que dure el derecho patrimonial del autor. El autor podrá dar por terminada la licencia solicitándolo a la Universidad por escrito. (Para el caso de los Recursos Educativos Digitales, la Licencia de Publicación será permanente).
- b) Autoriza a la Universidad de Cundinamarca a publicar la obra en formato y/o soporte digital, conociendo que, dado que se publica en Internet, por este hecho circula con un alcance mundial.
- c) Los titulares aceptan que la autorización se hace a título gratuito, por lo tanto, renuncian a recibir beneficio alguno por la publicación, distribución, comunicación pública y cualquier otro uso que se haga en los términos de la presente licencia y de la licencia de uso con que se publica.
- d) El(Los) Autor(es), garantizo(amos) que el documento en cuestión es producto de mi(nuestra) plena autoría, de mi(nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi (nuestra) creación original particular y, por tanto, soy(somos) el(los) único(s) titular(es) de la misma. Además, aseguro(aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales.

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca

Teléfono: (091) 8281483 Línea Gratuita: 018000180414

www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co

NIT: 890.680.062-2

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAr113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 8 de 9

Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos es de mí (nuestro) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos.

e) En todo caso la Universidad de Cundinamarca se compromete a indicar siempre la autoría incluyendo el nombre del autor y la fecha de publicación.

f) Los titulares autorizan a la Universidad para incluir la obra en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.

g) Los titulares aceptan que la Universidad de Cundinamarca pueda convertir el documento a cualquier medio o formato para propósitos de preservación digital.

h) Los titulares autorizan que la obra sea puesta a disposición del público en los términos autorizados en los literales anteriores bajo los límites definidos por la universidad en el “Manual del Repositorio Institucional AAAM003”

i) Para el caso de los Recursos Educativos Digitales producidos por la Oficina de Educación Virtual, sus contenidos de publicación se rigen bajo la Licencia Creative Commons: Atribución- No comercial- Compartir Igual.



j) Para el caso de los Artículos Científicos y Revistas, sus contenidos se rigen bajo la Licencia Creative Commons Atribución- No comercial- Sin derivar.




Nota:

Si el documento se basa en un trabajo que ha sido patrocinado o apoyado por una entidad, con excepción de Universidad de Cundinamarca, los autores garantizan que se ha cumplido con los derechos y obligaciones requeridos por el respectivo contrato o acuerdo.

La obra que se integrará en el Repositorio Institucional está en el(los) siguiente(s) archivo(s).

Nombre completo del Archivo Incluida su Extensión (Ej. Nombre completo del proyecto.pdf)	Tipo de documento (ej. Texto, imagen, video, etc.)
---	---

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAr113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 9 de 9

1. Propuesta de glamping, una Nueva experiencia en el municipio de Girardot	Texto, Gráficos, Imágenes, Tablas
2.	
3.	
4.	

En constancia de lo anterior, Firmo (amos) el presente documento:

APELLIDOS Y NOMBRES COMPLETOS	FIRMA (autógrafo)
BOLÍVAR GUZMÁN NANCY ESTELA	
PUNTES VASQUEZ ANA MARÍA	ANA MARIA PUNTES

21.1-51-20.

**PROPUESTA DE GLAMPING, UNA NUEVA EXPERIENCIA EN EL MUNICIPIO
DE GIRARDOT - IPA 2022**

BOLÍVAR GUZMÁN NANCY ESTELA

CÓDIGO: 392219204

PUENTES VASQUEZ ANA MARÍA

CÓDIGO: 392219221

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y CONTABLES

PROGRAMA DE TECNOLOGÍA EN GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

GIRARDOT

2022

**PROPUESTA DE GLAMPING, UNA NUEVA EXPERIENCIA EN EL MUNICIPIO
DE GIRARDOT - IPA 2022**

BOLÍVAR GUZMÁN NANCY ESTELA

CÓDIGO: 392219204

PUNTES VASQUEZ ANA MARÍA

CÓDIGO: 392219221

DOCENTE: DIANA MARÍA LOZANO GUARNIZO

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y CONTABLES

PROGRAMA DE TECNOLOGÍA EN GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

GIRARDOT

2022

DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado a todas las personas que nos apoyaron, impulsaron y que de una u otra forma nos aportaron de sus conocimientos e hicieron parte del proceso para llevar a cabo la realización de este trabajo.

Nancy Estela Bolívar Guzmán

Ana María Puentes Vásquez

AGRADECIMIENTOS

Primero que todo queremos agradecerle a Dios por brindarnos la sabiduría, conocimientos, y darnos fuerzas para seguir adelante, a nuestras familias por ser un gran apoyo y permitirnos vivir esta experiencia.

Agradecemos también a todas las personas que nos ayudaron e hicieron parte de este proceso, a la Docente Dian María Lozano, quien creyó en nosotras desde el principio y nos dio ese impulso para que no nos rindiéramos.

Nancy Estela Bolívar Guzmán

Ana María Puentes Vásquez

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	6
1. TÍTULO.....	8
2. ÁREA, LINEA, PROGRAMA Y TEMA DE INVESTIGACIÓN	9
2.1 área de investigación	9
2.2 línea de investigación.....	9
2.3 programa académico	9
3. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	10
3.1 planteamiento del problema.....	10
3.2 formulación del problema.....	12
4. OBJETIVOS	12
4.1 objetivo general.....	12
4.2 objetivos específicos	12
5. JUSTIFICACIÓN.....	13
6. MARCO REFERENCIAL	14
6.1 marco teórico.....	14
6.2 marco conceptual.....	20
6.3 marco legal.....	24
7. DISEÑO METODOLOGICO	28
7.1 tipo de investigación	28
7.2 técnicas de investigación	28
7.3 procedimientos	28
7.4 participantes	29
7.5 Criterios de inclusión y exclusión.....	29

7.6 Encuesta	30
8. RECURSOS.....	30
8.1 Análisis de encuesta	30
9. ANÁLISIS DE OFERTA	43
9.1 Ofertas de glamping.....	43
10. ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN	46
10.1 Plataformas de búsqueda y reservación.....	46
11. ANÁLISIS DE LA COMPETENCA	47
11.1 Alojamientos de glamping	47
11.2 Modalidad de alojamiento	50
11.3 Servicios incluidos	51
11.4 Medios de pago.....	51
11.5 Mezcla de mercado del proyecto	52
12. ESTUDIO LEGAL Y ADMINISTRATIVO.....	53
13. DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO	53
13.1 Logotipo	53
13.2 Misión	53
13.3 Visión.....	53
13.4 Valores corporativos.....	54
13.5 Organigrama	54
13.6 Tipo de glamping	55
13.7 DOFA	55
13.8 Nómina de personal	56
13.9 Servicios públicos	57
13.10 Total de inversión.....	57
14. RECURSOS.....	58

15. CRONOGRAMA	59
16. CONCLUSIONES	60
BIBLIOGRAFIA.....	61
ANEXOS	64

INTRODUCCIÓN

El origen de lo que hoy conocemos como “hoteles” data de hace más de 2.000 años. En la antigüedad, el servicio de alojamiento se consideraba una obligación social. Se acogía a aquellos viajeros procedentes de otros lugares que no tenían un espacio seguro en el que hospedarse. La mayoría de estos desplazamientos estaban impulsados por peregrinaciones religiosas.

Durante el Imperio Romano, las posadas estaban designadas para alojar a los altos funcionarios. Si eran suficientemente grandes, acogían también a los viajeros de paso. Sin embargo, estos centros no eran exclusivos para el alojamiento, también eran centros de diferentes actividades o negocios.

En la Edad Media el comercio resurgió, y con ello se estimuló un amplio desarrollo de las posadas. Muchas de ellas tenían su lugar en monasterios e instituciones religiosas, ya que, debido a la expansión del cristianismo, se multiplicaron las peregrinaciones religiosas.

La Revolución Industrial supuso un punto de inflexión. Aparecieron los albergues, la mayoría en Inglaterra, ofreciendo un gran servicio. Existían rutas que unían la capital con las ciudades más importantes. Los albergues se situaban a lo largo de estos caminos.

En el siglo XIX se vivió una evolución de los medios de transporte, lo que hizo despegar la actividad económica. Con la llegada del ferrocarril y los barcos de vapor el turismo se vio altamente beneficiado, ya que se redujo el tiempo de los desplazamientos. De esta forma, surgió una nueva generación de viajeros y se crearon hoteles tanto en las ciudades como cerca de las estaciones de ferrocarril. Estos, muchas veces, pertenecían a las mismas compañías ferroviarias. De esta manera, ofrecían servicios de hospedaje a los viajeros.

Se concluye que la sostenibilidad y el desarrollo se basan en el principio de utilizar de manera correcta los recursos naturales asegurando el equilibrio entre el crecimiento económico, el cuidado del medio ambiente y el bienestar social.

La nueva preferencia de turismo de naturaleza (glamping) es conocido como un camping de glamour, es esa salida a la naturaleza con los lujos de un propio hotel.

Por otra parte, el ecoturismo es responsable de la conservación del medio ambiente produciendo un bajo impacto de los visitantes y proporcionando una participación socioeconómica de la población local.

Por último, esta propuesta va dirigida a ofrecer un diseño de estructura para glamping en el mercado turístico que pueda brindar una experiencia memorable de un alto nivel, dedicada a la conservación del medio ambiente con una oferta amplia de servicios y así posicionarse en la industria hotelera.

1. TÍTULO

PROPUESTA DE GLAMPING, UNA NUEVA EXPERIENCIA EN EL MUNICIPIO DE GIRARDOT, CUNDINAMARCA

2 ÁREA, LÍNEA, PROGRAMA Y TEMA DE INVESTIGACIÓN

2.1 ÁREA DE INVESTIGACIÓN

El área de investigación, el Consejo de Facultad aprobó las áreas y líneas de investigación (Acta N° 009 del 17 de agosto de 2016) que guiarán todo el proceso de investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables derivadas de la línea Institucional: Pensamiento y Organizaciones. Todas ellas bajo el firme propósito de apoyar el desarrollo económico, político, cultural y social del departamento de Cundinamarca y de Colombia en general, tal como lo demanda el Proyecto Educativo Institucional, el Proyecto Educativo de Facultad y de Programa, para lo cual se acoge al área de: Turismo y Sociedad

2.2 LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

La línea de investigación, al igual que el área, se encuentran establecidos en el Acta N° 009 del 17 de agosto de 2016 que guiarán todo el proceso de investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables para lo cual se acoge a la línea denominada: Desarrollo Turístico.

2.3 PROGRAMA ACADÉMICO

La realización de trabajo de grado denominado PROPUESTA DE GLAMPING, UNA NUEVA EXPERIENCIA EN EL MUNICIPIO DE GIRADOT se encuentra adscrito al programa de Tecnología en Gestión Turística y Hotelera de la Universidad de Cundinamarca, seccional Girardot.

3. PROBLEMA DE INVESTIGACION

3.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La hotelería con el paso de los años ha ido evolucionando, pero siempre brindando el mismo servicio en el cual no se ve más allá una experiencia diferente al de solo alojarse.

El turismo ha querido implementar diversas actividades en el cual el huésped tenga una visión más llamativa, sin embargo, en la mayoría de los casos son las mismas actividades rutinarias que ofrecen los hoteles, esta es una problemática confusa puesto que el visitante demanda vacaciones al aire libre sin comprometer la comodidad de un hotel de lujo y confort.

A nivel mundial hay miles de hoteles que ofrecen diversos servicios, son escasos los que ofrecen nuevas experiencias, "Todo ello ha hecho que suba con fuerza el potencial de los hoteles independientes y boutique, que aporten personalidad y diseño." (2016). "El viajero ahora escoge los destinos y los lugares para vivir una experiencia. No es por tomarse una foto junto a la Torre Eiffel o por comprar un producto, es por vivirlo y sentirlo"

Por otra parte, el turismo en Colombia ha mostrado una dinámica de crecimiento importante, sobre todo a partir de la recuperación de la economía que se inició en 2003 y de la mejora en las condiciones de seguridad del país que se han traducido en un incremento continuado del número de turistas internacionales y en una fuente significativa de divisas. Según Proexport, la llegada de viajeros extranjeros viene creciendo a un ritmo anual promedio cercano al 10% en los últimos 10 años.

Según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo en 2021, "la tasa de ocupación de alojamiento fue de 40,8%, aumentando 10,9 p.p. frente al año 2020 y cayendo 8,0 frente al año 2019. Entre enero y marzo de 2021: La tasa de ocupación de alojamiento fue de 52,1%, aumentando 19,1 p.p. frente al año 2021", de acuerdo

con el DANE, en marzo de 2022, la ocupación alojamiento registrada fue de 53,8% 18,4 puntos porcentuales (p.p.) por encima del mismo mes de 2021.

Actualmente, el turismo es una industria que se expande continuamente a nivel global y local, esta nueva y moderna tendencia de experiencias se denomina glamping, la cual genera un alto valor agregado para los destinos turísticos y es una oportunidad de negocio, para la implementación de esta nueva estrategia de alojamiento debemos tener muy en cuenta los factores geográficos, demográficos y el nivel de economía del sector.

Todos estos factores son importantes estudiarlos pues nos ayudan a tener una idea de cómo, donde, por qué y cuándo podemos implementar nuestra idea de negocio y ponerla en marcha, es muy importante hacer encuestas, saber la opinión del público y de nuestros colegas en general para saber si este tipo de negocio pueda o no tener buena acogida.

Para todo esto se debe hacer un estudio de mercadeo el cual nos va servir como una guía de que es lo que queremos lograr, segmentar los clientes, segmentar nuestro negocio y verificar que tanto es nuestra oferta y nuestra demanda.

“El turismo de naturaleza se proyecta como uno de los tipos de turismo con más rápido crecimiento en el mundo, con tasas entre el 25% y 30% anual. En el caso colombiano, la Política de Turismo de Naturaleza, desarrollada en 2012 por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo define el turismo de naturaleza, como “aquel cuya oferta de productos y servicios se desarrolla en torno a un atractivo natural que se rige por principios de sostenibilidad”. (Bogotáturismo.gov.co, s.f.). Según la OMT, desde 2017, ocho de cada diez turistas prefieren alojamientos que incluyen prácticas ecológicas y la misma ha dicho que Colombia es uno de los

destinos con el mayor potencial en el sector turístico para los próximos años.” (La República, 2018)¹

¹ Diario la república. Turismo de naturaleza, tendencia mundial, Bogotá, *La república*, 2018.
<https://www.larepublica.co/analisis/maria-claudia-lacouture-402341/turismo-naturaleza-tendencia-mundial-2797710>

3.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿La propuesta de diseño de glamping para el municipio de Girardot es beneficiosa para el sector turístico?

4. OBJETIVOS

4.1 OBJETIVO GENERAL

Desarrollar una propuesta para la creación de un glamping y determinar las exigencias de los turistas, generando una alternativa de negocio para el sector turístico

4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un estudio de mercadeo para identificar cómo se comporta la oferta y la demanda
- Elaborar un estudio legal y administrativo que busque la viabilidad del proyecto en cuanto a normas y estructuras administrativas del plan de negocio

5. JUSTIFICACIÓN

La propuesta presentada nace de la necesidad de crear alojamientos atractivos para los turistas, luego de vivir la coyuntura de la pandemia mundial sobre el covid-19 muchos viajeros quieren hospedarse en un lugar tranquilo alejados de lo cotidiano, vivir algo diferente a lo de siempre y sobre todo tener una experiencia agradable.

En ese sentido a raíz de dicha necesidad, este proyecto busca crear nuevas estrategias de alojamientos más atractivas y así mismo atraer visitantes.

De igual forma, esta propuesta se hace con el fin de lograr un aumento en el turismo e incrementar la economía.

Se justifica en el desarrollo de una opción de hospedaje innovador dirigido a parejas, familias o amigos ya sean locales o turistas. La idea del glamping es brindar al turista un alojamiento con alto nivel en el cual les permita disfrutar de la naturaleza y los beneficios de acampar. Por otra parte, esta propuesta fomenta y fortalece las actividades de otros sectores generando empleos directos e indirectos ideando crecimiento con un impacto social, ambiental y económico.

6. MARCO REFERENCIAL

6.1 MARCO TEÓRICO

La hotelería es una rama del turismo que abarca los servicios de alojamiento para turistas en diversos establecimientos (hoteles, pensiones, hospedajes...) Según (Busto, 2006): “El origen de las palabras turismo y turista provienen del vocablo tour del latín tournus, que significa movimiento circular (tornar, circuito), se le llama así al viaje de ida y vuelta utilizando diferentes caminos. Con la palabra turismo se designó al viaje con regreso al punto de partida y se aplicaba al gusto de abandonar temporalmente el lugar de residencia, calificándose de turista a la persona que viajaba por su placer, y de turismo al fomento de tales migraciones”.

El primer hotel de concepción moderna fue el “Badische Hof” construido en Alemania, con algunos aspectos novedosos para la época como sala de lectura o biblioteca. Con la aparición del ferrocarril también surgen los hoteles “término” para dar alojamiento a los viajeros al lado de las estaciones. A mediados de 1800 aparecen los hoteles de propiedad corporativa. El famoso Ritz y su cadena de hoteles se inaugura en 1880 y el modelo de negocio se extiende de Europa a Estados Unidos tras 1900. Francia fue el gran referente en la industria hotelera desde mediados del siglo XIX hasta que a finales del siglo XX Estados Unidos tomó el relevo con sus grandes cadenas hoteleras y gigantes establecimientos.

La industria hotelera es hoy una de las principales y en algunos países europeos ocupa el primer puesto de la industria nacional.

Origen y evolución del campismo:

Acampada, campamento o camping es la actividad humana que consiste en colocar una vivienda temporal, ya sea portátil o improvisada, en un lugar con el fin de habitarla. También se denomina así al lugar físico donde se realiza esta actividad.

Acampar procede del término latino Campus, que significa “lugar fuera del poblado”. Obviamente los seres humanos llevamos acampando desde los tiempos del hombre primitivo, pero hoy día nos referimos a esta actividad en su vertiente recreativa, deportiva o turística.

La primera manifestación de carácter deportivo que tuvo el “camping” surgió en Inglaterra en el año 1901, con el nombre de Asociación Of Cycle, que en 1906 llevó a cabo su primer campamento de “camping” ciclista. También en ese mismo año se fundó la sociedad denominada “The Camping Club”.²

Un año más tarde el célebre Baden Powell, fundador de los Boy Scouts, realiza el primer campamento de muchachos, no con finalidades deportivas sino educacionales, pero por la proyección mundial cobrada, no se puede descartar su importancia e influencia en la historia y trayectoria del “Camping”.

Los años siguientes, el “Camping” conquista adeptos por todos los países del mundo, hasta que en el año 1932 tiene lugar en Holanda la creación de la federación Internacional de Camping Clubes, y un año más tarde se realiza en Inglaterra el primer Campamento de carácter Internacional. A partir de ahí el campismo toma gran incremento y empieza a propagarse esta afición por todos los países occidentales, pues la gente descubre y adora la libertad de viajar y acampar. Tras la segunda guerra mundial en Francia se conocían los campings con el nombre de “pueblos de tienda”.

Turismo de naturaleza:

Teóricamente el turismo de naturaleza se encuentra dentro del turismo alternativo, por lo que el origen de este se podría contextualizar en parte como uno de los antecedentes más importantes del turismo de esta índole. En el artículo titulado “Tipologías y antecedentes de la actividad turística: turismo tradicional y turismo

² ValenciaCamperPark. Origen y evolución del campismo, *ValenciaCamperPark, 2020*, <https://valenciacamperpark.com/origen-y-evolucion-del-campismo/>

alternativo”, Reyna Ibáñez e Ismael Rodríguez Villalobos intentan desglosar qué originó en una primera instancia al turismo alternativo, por lo que citan diversos autores a través de sus diferentes aportaciones sobre el tema a tratar como la siguiente:

“Las personas están a la búsqueda de nuevas rarezas o singularidades para experimentar nuevas vivencias y experiencias visitando lugares desconocidos, efectuando actividades al aire libre y en espacios naturales. En este contexto surgen nuevas formas o maneras del quehacer turístico, denominadas o conocidas bajo el nombre de turismo alternativo, considerado como un modelo más participativo que considera la evolución cultural del hombre individual y social” (Molina, Rodríguez y Cuamea, 1986:39).

También un hecho imprescindible dentro de los antecedentes del turismo de naturaleza es el surgimiento del concepto de “ecología” término acuñado por el biólogo alemán Ernest Haeckel en 1869 que dio pauta para el estudio de la relación del hombre con su entorno natural. El turismo al ser una actividad humana tiene una profunda relación con el medio ambiente y con el entorno geográfico además este es el principal recurso para que la actividad turística se pueda desarrollar correctamente, cabe señalar que no por este simple hecho, todos los desarrollos de actividades turísticas pueden ser llamadas como turismo de naturaleza por llevarse a cabo en el medio natural donde vive el hombre: se profundizará en el tema más adelante.

No toda actividad turística que lleven a cabo personas y que tenga relación con el ambiente natural puede ser llamado turismo de naturaleza; el turismo de naturaleza más que referirse al espacio geográfico donde se desarrolla se refiere a la relación que existe entre el hombre con la naturaleza, una de las características más especiales de este tipo de turismo es que existen un buen número de proyectos manejados por las comunidades rurales locales que tienen en cuenta el entorno natural como su patrimonio.

Turismo sostenible:

El turismo sostenible persigue desarrollar su actividad generando un impacto mínimo sobre el medioambiente. La clave principal es que la explotación de un recurso sea por debajo del límite de renovación del mismo. Es decir, se trata de fomentar un turismo respetuoso con el ecosistema, con mínimo impacto sobre el medioambiente y la cultura local. Además, el aspecto económico busca la generación de empleo e ingresos de la población autóctona.

La Organización Mundial del Turismo (OMT), organismo internacional vinculado a Naciones Unidas desde 1976, considera que uno de los elementos fundamentales para desarrollar el turismo es “dar un uso óptimo a los recursos medioambientales”. Para ello es necesario mantener los procesos ecológicos esenciales y ayudar a conservar la biodiversidad y los recursos naturales. Hay tres claves fijadas por esta organización para lograr que el turismo pueda ser sostenible:

1. Optimizar los recursos medioambientales: Sin ecosistema no hay turismo, por ello es importante cuidar el entorno natural. Sólo conservando los recursos naturales y cuidando la diversidad biológica es posible que pueda haber turismo.
2. La autenticidad de la cultura local: Un factor fundamental para entender un lugar son sus gentes, los valores tradicionales de la comunidad anfitriona, su cultura, la arquitectura... Sin el respeto hacia la cultura, el turismo no puede ser sostenible.
3. Distribución de la riqueza: La economía es otro de los factores fundamentales dentro del turismo: garantizar actividades económicas que perduren en el tiempo y que haya equilibrio en la distribución de los beneficios socioeconómicos. Uno de sus objetivos es generar oportunidades de empleo

estable, obtener ingresos y servicios sociales, y reducir la pobreza en las comunidades locales.

Objetivos para el turismo sostenible

Los ODS (Objetivos de desarrollo sostenible) son un modelo para un futuro sostenible para todos. Están interconectados e incorporan los desafíos globales que enfrentamos todos los días, como la pobreza, la desigualdad, el clima, la degradación ambiental, la prosperidad, la paz y la justicia. Para no dejar a nadie atrás, es importante alcanzar estos objetivos para 2030.³

En 2015 la Organización Mundial del Turismo y el Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente establecieron 17 objetivos que constituyen un modelo:

1. Fin de la pobreza: Dona lo que no uses
2. Hambre cero: Reduce el desperdicio de comida y apoya a los agricultores locales
3. Salud y bienestar: Vacuna a tu familia
4. Educación de calidad: Ayuda a educar los niños de tu comunidad
5. Igualdad de género: Empodera a las mujeres y niñas y defiende sus derechos
6. Agua limpia y saneamiento: No desperdicies agua
7. Energía asequible y no contaminante: Usa electrodomésticos e iluminación eficiente
8. Trabajo decente y crecimiento económico: Crea oportunidades laborales para los jóvenes
9. Industria, innovación e infraestructuras: Financia proyectos de infraestructura básica

³ ONU. Objetivos de desarrollo sostenible, *Naciones Unidas*, 2015, <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-development-goals/>

- 10.Reducción de las desigualdades: Apoya a las personas marginadas y necesitadas
- 11.Ciudades y comunidades sostenibles: Anda en bicicleta, camina o usa el transporte público
- 12.Producción y consumo responsable: Recicla el papel, el plástico, el vidrio y el aluminio
- 13.Acción por el clima: Actúa ahora para frenar el calentamiento global
- 14.Vida submarina: No uses bolsas de plástico para mantener limpio los océanos
- 15.Vida de ecosistemas terrestres: Planta un árbol y ayuda a proteger el medio ambiente
- 16.Paz, justicia e instituciones sólidas: Defiende los derechos humanos
- 17.Alianzas para lograr los objetivos: Pide a tu gobierno que aumente la ayuda al desarrollo

El turismo es uno de los movimientos más importante para activar el desarrollo económico y social de las regiones, por otra parte, esta inclinación hacia nuevas alternativas hace que el turismo crezca significativamente, especialmente en viajes de aventura y turismo de naturaleza. Así mismo, es importante determinar nuevas tendencias que sean sobresalientes para el desarrollo del mismo.

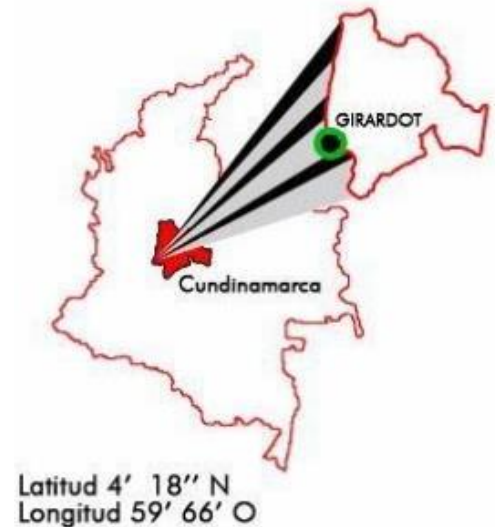
En relación al turismo de naturaleza, Colombia tiene una gran fortaleza debido a su variedad en ecosistemas, climas, fauna y flora, además en su plan de negocio de turismo propuso un proyecto banderas denominadas Ecolodges que en otras palabras se refiere a “pequeños alojamientos en áreas naturales o protegidas que persiguen: un mínimo impacto ambiental, ser sostenibles, tanto en la construcción como en sus operaciones, la integración en el hábitat y la comunidad en la que se encuentran, el confort adecuado para sus huéspedes, ser un punto de base para la interpretación. Eco-glamping como una de las cuatro tipologías adaptadas para la oferta turística para cubrir los servicios de alojamiento, gastronomía, recreación y confort. (Anato, 2013).

6.2 MARCO CONCEPTUAL

La propuesta de la creación de hospedaje tipo glamping ofrece a sus huéspedes la opción de acampar en medio de la naturaleza aprovechando todos los beneficios que esta posee sin dejar de lado las comodidades, el confort y a seguridad que ofrece un hotel convencional.

Este eco-glamping tendrá como nombre NIDO

Las instalaciones de nuestra propuesta de eco-glamping tendrá lugar en la ciudad de Girardot vía Tocaima exactamente en el establecimiento San Nicolás.



Fuente: Google

Girardot es una ciudad colombiana del departamento de Cundinamarca ubicado en la Provincia del Alto Magdalena, de la cual es capital. Limita al norte con los municipios de Nariño y Tocaima, al sur con el municipio de Flandes y el río Magdalena, al oeste con el municipio de Nariño, el río Magdalena y el municipio de Coello y al este con el municipio de Ricaurte y el río Bogotá. Está ubicado a 134 km al suroeste de Bogotá. La temperatura media anual es de 27.8 °C.

Es una de las ciudades más importantes del departamento de Cundinamarca por su población, centros de educación superior, economía y extensión urbana. También es una de las ciudades con más afluencia de turistas y población flotante del país. Girardot conforma una conurbación junto con los municipios de Flandes y Ricaurte, que suman una población de 144.248 habitantes.

Alojamiento Turístico: “Son alojamientos turísticos los albergues, campamentos, bungalows, apartamentos o establecimientos similares, destinados a proporcionar habitación o residencia a las personas, en épocas, zonas o similares turísticas. No

alterará la naturaleza del alojamiento el que la actividad se realice de modo temporal o permanente”. (Ley 48/1963 de 8 de julio, Art. 5)

Camping: Es un término inglés aceptado por la Real Academia Española (RAE) que hace mención a un campamento o a la actividad consistente en ir de acampada a un lugar al aire libre. Cabe destacar que un campamento es una instalación eventual de personas en un terreno abierto o un lugar al aire libre dispuesto para albergar viajeros o turistas. slideshare.net, (2012)

Co-Creación: “Tendencia en la cual, las empresas permitan que sus clientes le ayuden a hacer su producto de tal manera que el resultado final sea algo ajustado a sus preferencias y con todos los elementos que el mismo cliente ayudó a construir.” (marketingyfinanzas.com, 2017)

Construcción Sostenible: “es aquella que está en sincronía con el sitio, hace uso de energía, agua y materiales de un modo eficiente y provee confort y salud a sus usuarios. Todo esto es alcanzado gracias a un proceso de diseño consciente del clima y la ecología del entorno donde se construye la edificación.” (Min Vivienda, S.F.)

Eco-glamping: Es una cabaña adaptada a ciertos tipos de lugares, normalmente en sitios como montañas, selvas o la sabana.

Glamour: El término glamour o glamur pertenece a un anglicismo (que a su vez proviene de una voz francesa) que hace referencia a aquellos objetos o materiales que se ven extraordinarios y que sobresalen de su entorno. Según la Real Academia Española (RAE) es “Encanto sensual que fascina”. Se puede emplear el término en el contexto de la arquitectura glamurosa, haciendo referencia aquellas construcciones de la época Romántico, Barroco y Modernista, en la cual se observa edificaciones llenas de elegancia y belleza. (RAE,2015)

Glamper: Glampers o Glampistas son aquellas personas que optan por disfrutar del Glamping como modalidad de alojamiento turístico. (Wimdu, S.F.)

Hotel de lujo: se considera un hotel que proporciona una experiencia de alojamiento de lujo para el huésped. No hay estándares establecidos (como estrellas) para estos.

Innovación: “Se entiende por innovación la concepción e implantación de cambios significativos en el producto, el proceso, el marketing o la organización de la empresa con el propósito de mejorar los resultados. Los cambios innovadores se realizan mediante la aplicación de nuevos conocimientos y tecnología que pueden ser desarrollados internamente, en colaboración externa o adquiridos mediante servicios de asesoramiento o por compra de tecnología. La innovación implica la utilización de un nuevo conocimiento o de una nueva combinación de conocimientos existentes” (Manual de Oslo)

Investigación de mercados: “El diseño, la obtención, el análisis y la presentación sistemática de datos y descubrimientos pertinentes para una situación de marketing específica que enfrenta la empresa.” (Philip Kotler, 2002)

Marketing: “El marketing es una función de la organización y un conjunto de procesos para crear, comunicar y entregar valor a los clientes, y para manejar las relaciones con estos últimos, de manera que beneficien a toda la organización.” (American Marketing Association-A.M.A.)

Modelo de Negocio: “Un modelo de negocio es una herramienta conceptual que contiene un conjunto de elementos y sus relaciones y que nos permite expresar la lógica de negocio de una empresa específica. Es la descripción del valor que una empresa ofrece a uno o varios segmentos de clientes y de la arquitectura de la empresa y su red de socios para crear, comercializar, y aportar este valor a la vez que genera un flujo rentable y sostenible de ingresos.” (Osterwalder, Pigneur & Tucci, 2005)

Turismo: La Organización Mundial del Turismo estableció que es el conjunto de actividades realizadas por personas durante los viajes, en localidades situadas fuera de su residencia habitual por un período consecutivo que no excediese de un año por motivos de ocio, negocios y otros. Hoy el turismo es una de las industrias más importantes a nivel mundial y promueve viajes de todo tipo con fines de descanso, motivos culturales, interés social, negocios o simplemente ocio. (OMT, 2017)

Turismo de Experiencias: El concepto de turismo de experiencias es una importante tendencia para salir de la cotidianidad del turismo de masas. En especial en el ámbito mercadológico, ha sido un término un tanto desgastado. Según expertos en materia dicen que este tipo de turismo es el medio para llegar ahora al turismo de emociones. Entorno Turístico, (2018)

Turismo de Naturaleza: “El Turismo de naturaleza es todo tipo de turismo basado en la naturaleza, en la que la principal motivación es la observación y apreciación de la naturaleza, así como las culturas tradicionales.” (OMT, 2002)

6.3 MARCO LEGAL

- LEY 300 de 1996, Ley general del turismo:

Formulación de la política y planeación del turismo. Para el cumplimiento de los fines de la presente ley el Ministerio de Desarrollo Económico formulará la política del gobierno en materia turística y ejercerá las actividades de planeación en armonía con los intereses de las regiones y entidades territoriales.

- Ley 1101 de 2006:

Por la cual se modifica la Ley 300 de 1996 - Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones.

- Ley 1558 de 2012:

La presente ley tiene por objeto el fomento, el desarrollo, la promoción, la competitividad del sector y la regulación de la actividad turística, a través de los mecanismos necesarios para la creación, conservación, protección y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos nacionales, resguardando el desarrollo sostenible y sustentable y la optimización de la calidad, estableciendo los mecanismos de participación y concertación de los sectores público y privado en la actividad.

- LEY 2068 DE 2020:

La presente ley tiene por objeto fomentar la sostenibilidad e implementar mecanismos para la conservación, protección y aprovechamiento de los destinos y atractivos turísticos, así como fortalecer la formalización y la competitividad del sector y promover la recuperación de la industria turística, a través de la creación de incentivos, el fortalecimiento de la calidad y la adopción de medidas para impulsar la transformación y las oportunidades del sector.

- Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS 001:

Esta norma proporciona los requisitos para organizar el inicio y cierre de actividades y operar equipos y elementos de trabajo de acuerdo con los parámetros definidos en los establecimientos de alojamiento y hospedaje.

- Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS-TS 002: Establecimientos de alojamiento y hospedaje:

Esta norma especifica los requisitos ambientales, socioculturales y económicos, y de gestión para la sostenibilidad aplicable a los establecimientos de alojamiento y hospedaje.

- Norma Técnica Sectorial NTS 007: Posadas turísticas, requisitos de planta y servicios

La presente norma tiene como objeto definir los requisitos de planta y de servicios que deben cumplir las posadas turísticas.

- Norma Técnica Sectorial NTS 008:

Alojamientos rurales, requisitos de planta y servicios: La presente norma tiene como objeto definir las características de calidad y los requisitos de planta y servicios para los establecimientos de alojamiento rural.

- Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS 012: Recintos de campamento o camping.

Esta norma técnica sectorial establece los requisitos que deben cumplir los recintos de campamento o camping para garantizar la prestación del servicio turístico con criterios de calidad. Esta norma técnica sectorial es aplicable a todos los establecimientos de alojamiento y hospedaje clasificados como recintos de campamento o camping.

- ISO 9001:2015

Esta Norma Internacional especifica los requisitos para un sistema de gestión de la calidad cuando una organización:

- a) necesita demostrar su capacidad para proporcionar regularmente productos y servicios que satisfagan los requisitos del cliente y los legales y reglamentarios aplicables, y
- b) aspira a aumentar la satisfacción del cliente a través de la aplicación eficaz del sistema, incluidos los procesos para la mejora del sistema y el aseguramiento de la conformidad con los requisitos del cliente y los legales y reglamentarios aplicables.
- c) Todos los requisitos de esta Norma Internacional son genéricos y se pretende que sean aplicables a todas las organizaciones, sin importar su tipo o tamaño, o los productos y servicios suministrados.

- DECRETO 2119 DE 2018:

Decreta:

ARTÍCULO 1. Modificase la Sección 12 del Capítulo 4 del título 4 de la Parte 2 del Libro 2 del Decreto 1074 de 2015, Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo, la cual quedará así:

Servicio de alojamiento turístico:

ARTÍCULO 2.2.4.4.12.1. *Ámbito de aplicación.* Las normas contenidas en esta sección serán aplicables a toda persona natural o jurídica que preste el servicio de alojamiento turístico en hoteles, centros vacacionales, campamentos, viviendas turísticas, otros tipos de hospedaje no permanente, y los demás que defina la Ley o el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

- Decreto 504 de 1997:

Por el cual se reglamenta el Registro Nacional de Turismo de que tratan los artículos 61 y 62 de la Ley 300 de 1996

- Resolución 0236

Por la cual se modifican las tarifas de inscripción y de actualización en el Registro Nacional de Turismo.

- LEY DE PREVENCIÓN DEL ESCNNA:

No conducir a los turistas a lugares donde se practique la explotación sexual comercial de menores, así como conducir a éstos a los sitios donde se encuentran hospedados los turistas. No facilitar vehículos o rutas turísticas con fines de explotación o de abuso sexual de niños, niñas y adolescentes.

7. DISEÑO METODOLÓGICO

7.1 Tipo de investigación

La presente propuesta es de carácter cuantitativo y cualitativo con un enfoque mixto puesto que se utilizó una encuesta de marketing para la recolección de datos de los turistas frente al servicio de hospedaje tipo glamping y el paquete a ofertar.

El diseño de investigación es transversal, ya que se recolectarán datos en un solo momento y tiempo, en donde su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado (Hernández-Sampieri, Collado y Batista, 2010).

De acuerdo con Cesar Augusto Bernal en su libro Metodología de la investigación para la recolección de la información tendremos en cuenta fuentes primarias de las cuales se obtiene información de primera mano o desde el lugar donde se realizará el proyecto, y por otro lado las fuentes secundarias con el fin de obtener información sobre el Glamping. Los instrumentos que utilizaremos serán encuestas y revisión de información. (Bernal, 2006)

7.2 Técnicas de investigación

7.3 Procedimientos

Fase 1. Planeación: Se inició con la selección de la encuesta para la recolección de información, para ello se consideró una encuesta y teorías consultadas, seguidamente se realizó selección de la muestra

Fase 2. Recolección de información: En este estudio se aplicará un muestreo aleatorio para realizar simplificación, la recopilación y la tabulación de datos, para luego por medio de un computador (portátil), se generaron números aleatorios eligiendo tantos sujetos como fueran necesarios para completar el tamaño de

muestra requerido. A cada encuestado elegido se le comentó por separado, para explicarle el objeto de la encuesta, solicitarle su participación, una vez esté de acuerdo se le envió un link de consentimiento informado y la encuesta para que la responda. La información quedó guardada en un Excel para su debido análisis.

Fase 3. Organización de la información: una vez recopilada la información se sistematizaron los datos obtenidos en el programa de Excel donde se utilizó el diseño de tablas y graficas realizando el análisis de los resultados.

Fase 4. Estudio de mercado: en esta fase se hará una investigación detallada que permita conocer cómo funciona las propuestas de turismo de naturaleza al nivel nacional, para llevar a cabo esta etapa se tendrá en cuenta algunas herramientas de colección, revisión documental, libros, informes, documentos en internet, entre otras cosas.

Fase 5. Estudio legal y administrativo: en esta fase es necesario tener en cuenta la información de carácter normativo, obligaciones laborales y sociales que se desea conformar, también, saber el tipo de organización administrativa que se va a conformar y direccionar para esto es necesario utilizar herramientas como revisión documental.

7.4 Participantes

La población corresponde a las personas que se encuentran ubicadas en la ciudad de Bogotá DC. De acuerdo a los criterios de inclusión y exclusión, por lo que el total de encuestados en el estudio es de 20 encuestados.

Teniendo en cuenta que las posibilidades de éxito o fracaso fue del 50% cada una, debido a que se pudo o no fracasar en iguales proporciones.

7.5 Criterios de inclusión y exclusión

Se considera como criterios de inclusión lo siguiente:

- Los encuestados deben tener 18 años de edad o más
- se deben radicar en la ciudad Bogotá DC

Se considera como criterio de exclusión lo siguiente:

- los encuestados menores de 18 años de edad
- los encuestados que no radiquen en la ciudad de Bogotá DC

7.6 Encuesta

<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdPAytdmiFcqPZhdebjRjA21xK43dDsBXoe6uBvDuPF5KPyBA/viewform?vc=0&c=0&w=1&flr=0>

8. Resultados

Los siguientes son los resultados hallados después de aplicar la encuesta en la población sujeto de estudio:

8.1 Análisis de encuesta

Para realizar la encuesta se tuvo en cuenta la población muestra de estudio 20 personas encontrando lo siguiente:

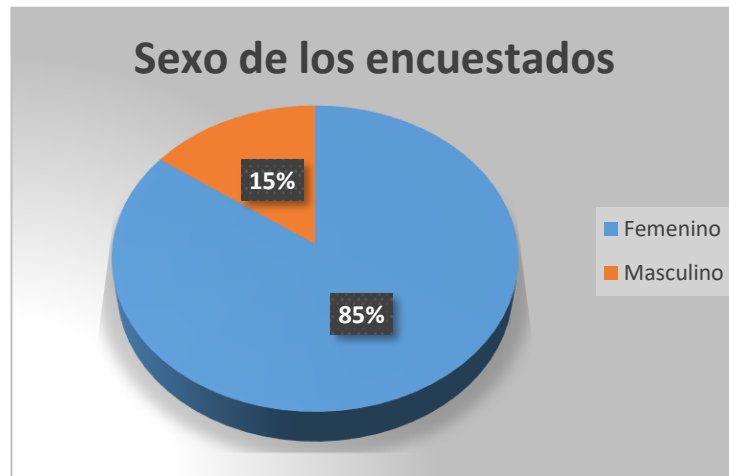


Figura 1. Distribución porcentual por sexo de los encuestados

Tabla 1. Distribución de la población de acuerdo a su sexo

Sexo	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	17	85%
Masculino	3	15%

Fuente: elaboración propia.

Conforme a la figura número 1, se puede observar que el 85% de las personas encuestadas son de sexo femenino y el 15% refleja el sexo masculino.

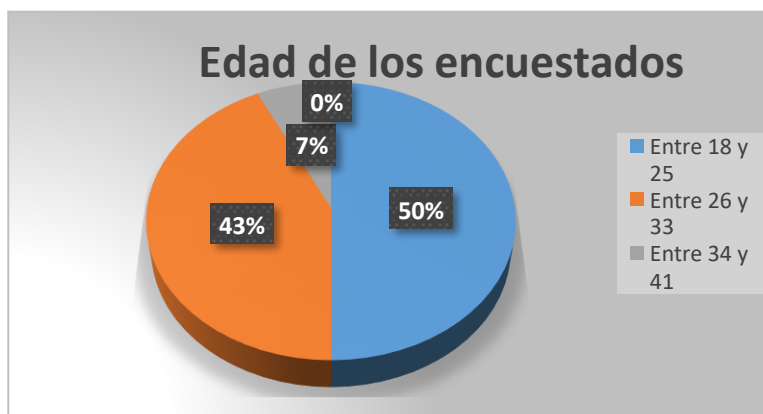


Figura 2. Distribución porcentual por edad de los encuestados

Tabla 2. Distribución de la población de acuerdo a la edad

Edad	Frecuencia	Porcentaje
Entre 18 y 25	7	50%
Entre 26 y 33	6	43%
Entre 34 y 41	1	7%
42 o más	0	0%

Fuente: elaboración propia.

De acuerdo a los datos recopilados en la figura 2 tabla 1, los participantes en la encuesta poseen edades entre 18 a 41 años, siendo el grupo más representativo los que poseen entre 18 y 25 años, pues en él se encuentra el 50% de los encuestados.

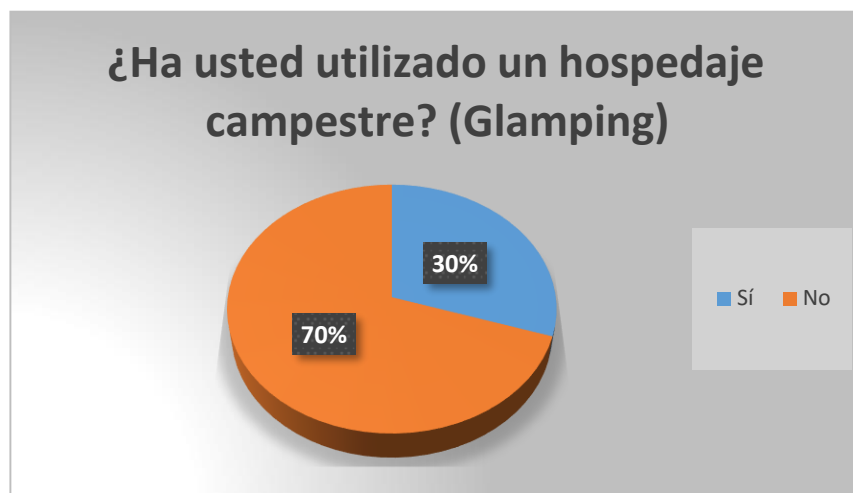


Figura 3. Distribución porcentual de acuerdo a sus respuestas

Tabla 3. Distribución de la población de acuerdo a si ha utilizado un hospedaje tipo glamping

¿Ha usted utilizado un hospedaje campestre? (Glamping)	Frecuencia	Porcentaje
Sí	6	30%
No	14	70%

Fuente: elaboración propia.

Según la información recopilada, el 70% de las personas encuestadas ha visitado un hospedaje campestre tipo glamping, y el restante 30% no ha visitado un alojamiento de este tipo.



Figura 4. Distribución porcentual de acuerdo a sus respuestas

Tabla 4. Distribución de la población de acuerdo a si utilizaría un hospedaje tipo glamping

En caso de le su respuesta sea no, ¿lo utilizaría?	Frecuencia	Porcentaje
Sí	14	70%
No aplica	6	30%

Fuente: elaboración propia.

Siguiendo con los datos obtenidos, el 70% de los encuestados está de acuerdo en visitar un hospedaje tipo glamping y al otro 30% no le aplica.



Figura 5. Distribución porcentual de acuerdo a sus respuestas

Tabla 5. Distribución de la población de acuerdo a si volvería utilizar un hospedaje tipo glamping

En caso de que su respuesta sea si, ¿lo volvería a utilizar?	Frecuencia	Porcentaje
Sí	11	55%
Tal vez	6	30%
No aplica	3	15%

Fuente: elaboración propia.

Continuando con la información obtenida el 55% de los encuestados responde que en caso de haber visitado un hospedaje de este tipo lo volvería a utilizar, el 30% contesta que tal vez volvería y al 15% restante no le aplica.

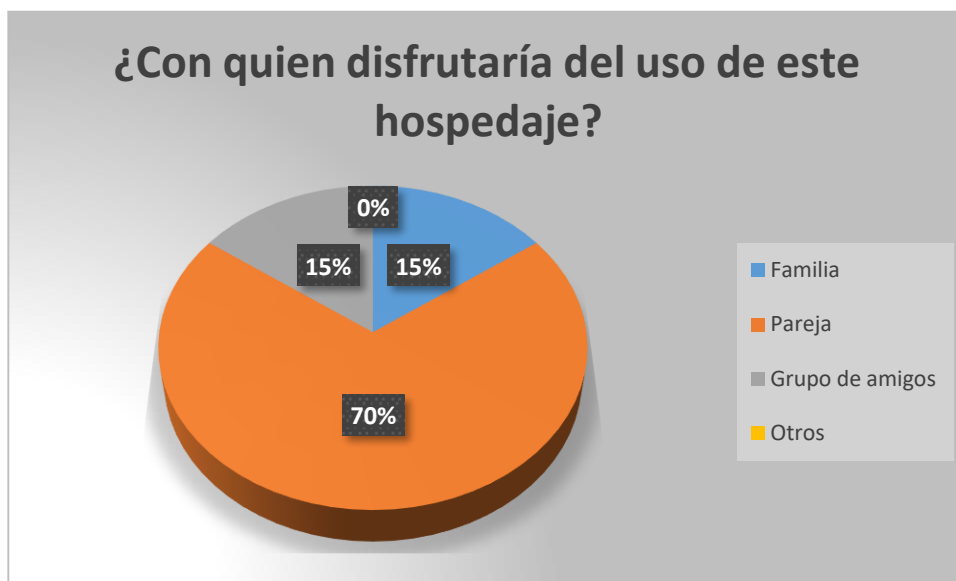


Figura 6. Distribución porcentual de acuerdo a sus respuestas

Tabla 6. Distribución de la población de acuerdo a con quien disfrutaría del hospedaje

¿Con quién disfrutaría del uso de este hospedaje?	Frecuencia	Porcentaje
Familia	3	15%
Pareja	14	70%
Grupo de amigos	3	15%
Otros	0	0%

Fuente: elaboración propia.

De las 20 encuestas realizadas el 70% responde que visitaría este lugar con su pareja, el 15% responde que, con familia, el otro 15% contesta que iría con un grupo de amigos.



Figura 7. Distribución porcentual de acuerdo a sus respuestas

Tabla 7. Distribución porcentual de acuerdo a que servicios le gustaría encontrar en el hospedaje

¿Qué servicios le gustaría encontrar en un hospedaje campestre?	Frecuencia	Porcentaje
Piscina y/o Jacuzzi	13	65%
Restaurante/Room service	2	10%
Actividades recreativas	5	25%
Cursos de yoga y meditación	0	0%

Fuente: elaboración propia.

Prosiguiendo con los datos recolectados, al 65% de las personas encuestadas les gustaría encontrar el servicio de piscina y/o jacuzzi, al 25% Actividades recreativas y al 10% restante le gustaría encontrar servicio de restaurante/room service.

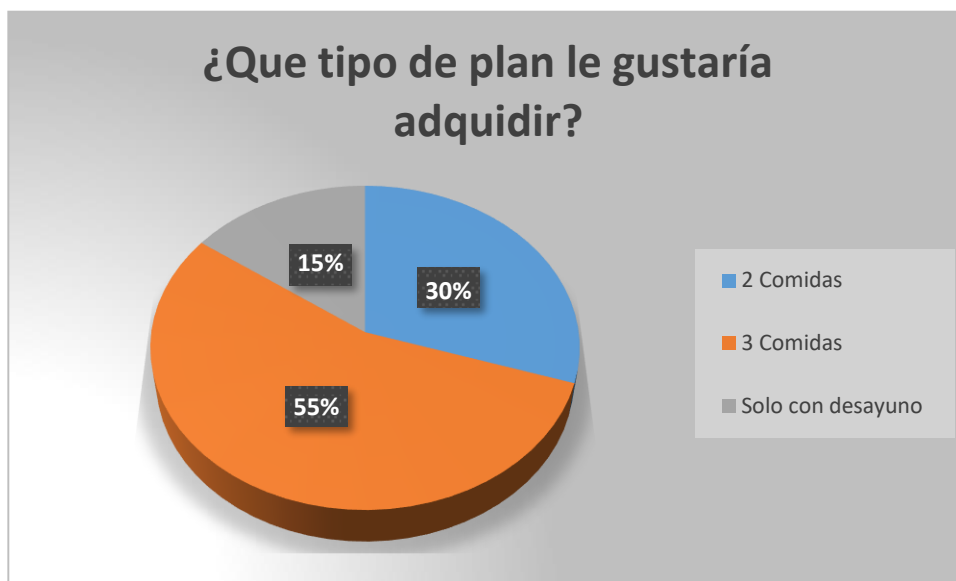


Figura 8. Distribución porcentual de acuerdo a sus respuestas

Tabla 8. Distribución de la población de acuerdo a qué tipo de plan le gustaría adquirir

¿Qué tipo de plan le gustaría adquirir?	Frecuencia	Porcentaje
2 Comidas	6	30%
3 Comidas	11	55%
Solo con desayuno	3	15%

Fuente: elaboración propia.

De acuerdo con la adquisición de datos, el 55% responde que pagaría por obtener un plan con 3 comidas, el 30% por 2 comidas y el 15% responde que solo con solo desayuno.

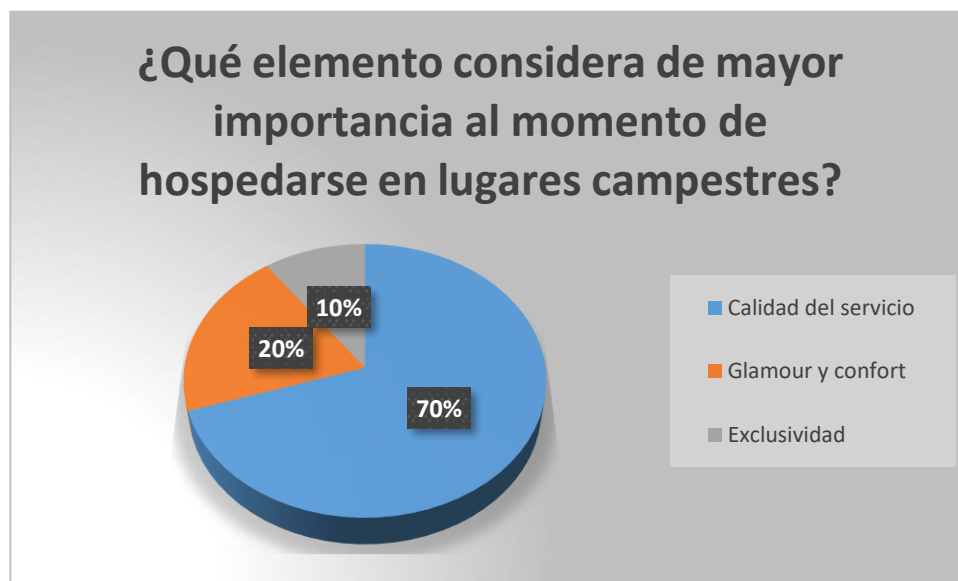


Figura 9. Distribución porcentual de acuerdo a sus respuestas

Tabla 9. Distribución de la población de acuerdo a la importancia que toma al momento de hospedarse en un lugar

¿Qué elemento considera de mayor importancia al momento de hospedarse en lugares campestres?	Frecuencia	Porcentaje
Calidad del servicio	14	70%
Glamour y confort	4	20%
Exclusividad	2	10%

Fuente: elaboración propia.

El 70% de los encuestados garantiza que su mayor importancia al momento de hospedarse en un lugar se percata de la calidad del servicio, el 20% responde que en el glamour y confort del lugar y el 10% en la exclusividad del mismo.

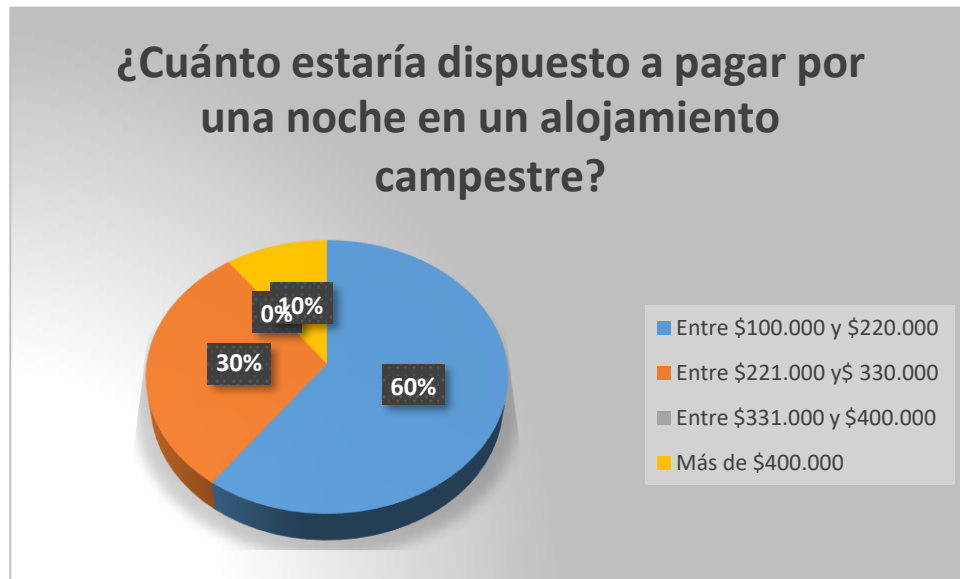


Figura 10. Distribución porcentual de acuerdo a sus respuestas

Tabla 10. Distribución de la población de acuerdo a cuanto estaría dispuesto a pagar por un alojamiento tipo glamping

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por noche en un alojamiento campestre?	Frecuencia	Porcentajes
Entre \$100.000 y \$220.000	12	60%
Entre \$221.000 y \$ 330.000	6	30%
Entre \$331.000 y \$400.000	0	0%
Más de \$400.000	2	10%

Fuente: elaboración propia.

De acuerdo con la encuesta realizada el 60% estaría dispuesto a pagar por una noche de alojamiento en un glamping está entre \$100.000 y \$220.000, el 30% entre \$221.000 y 330.000, y el 10% por más de \$400.000 la noche.

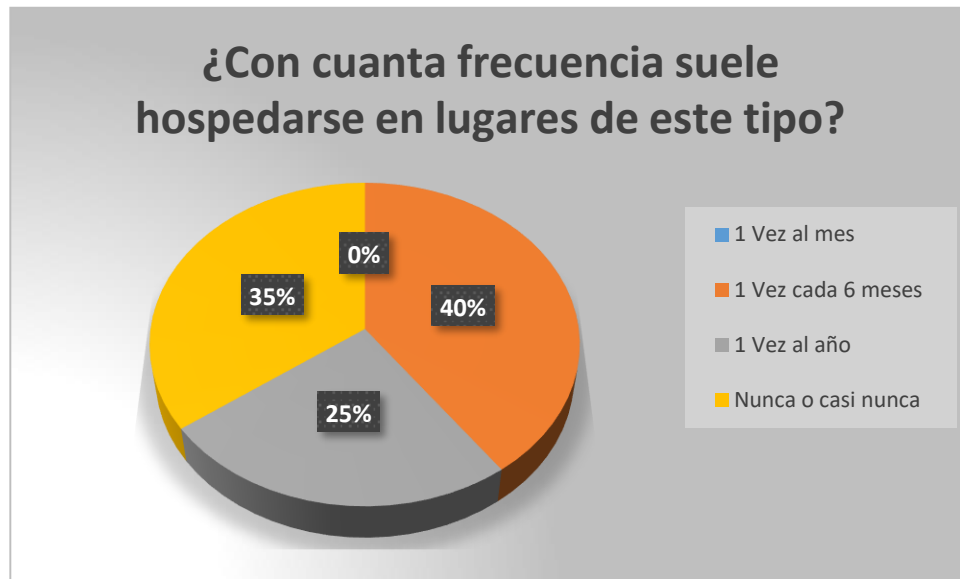


Figura 11. Distribución porcentual de acuerdo a sus respuestas

Tabla 11. Distribución de la población de acuerdo a con qué frecuencia suele hospedarse en lugares de este tipo

¿Con cuanta frecuencia suele hospedarse en lugares de este tipo?	Frecuencia	Porcentaje
1 vez al mes	0	0%
1 vez cada 6 meses	8	40%
1 vez al año	5	25%
Nunca o casi nunca	7	35%

Fuente: elaboración propia.

En este punto el 40% de las personas visita un hospedaje campestre 1 vez cada 6 meses, el 35% nunca o casi nunca y el 25% 1 vez al año. Por esta razón es fundamental realizar una buena estrategia de marketing para así mismo lograr tener una alta demanda en el mercado.



Figura 12. Distribución porcentual de acuerdo a sus respuestas

Tabla 12. Distribución de la población de acuerdo a como le gustaría recibir información y promociones

¿a través de que medio le gustaría recibir información y promociones de hospedaje?	Frecuencia	Porcentajes
Redes sociales, correo electrónico, páginas web	16	80%
Publicidad (televisión, radio, folletos, volantes)	3	15%
De otra manera	1	5%

Fuente: elaboración propia.

Por último, en este sentido el 80% de los encuestados prefiere recibir información y promociones de hospedaje por redes sociales, correo electrónico y páginas web, el 15% publicidad por medio de televisión, radio, folletos, volates y el 5% responde que le gustaría recibir información de otra manera.

9. Análisis de oferta

Se realiza un proceso investigativo en el cual se comparan los productos, servicios y procesos de las empresas que lideran el mercado para posteriormente implementar mejoras estratégicas al interior del proyecto para tener una estructura de mayor competitividad (Espinosa, 2017)

9.1 Ofertas de glamping

Nivel internacional

MÉXICO

- Glamping Hideout: es una propuesta solo para adultos, ideal para disfrutar de una estancia en una burbuja desde donde admirar la belleza de la montaña; también cuenta con telescopio, un baño sauna portátil, entre otras amenidades y servicios únicos.
- Glamping Campera, Baja California: una opción de glamping en México en un área de viñedos del Valle de Guadalupe; relajarte en una burbuja con lujo y confort, ideal para descansar y consentirte con su atractiva propuesta culinaria.

BRASIL

- El glamping Mangarito está ubicado en la conocida Ruta de las Cavernas, en el interior del estado de San Pablo. Entre las ciudades de Jacupiranga, Eldorado, Iporanga, Barra do Turvo y Apiaí hay más de 600 cavernas, además de cascadas, hermosos lugares para trekking, comunidades quilombolas y gran oferta de deportes de aventura.
- En la Mata Atlántica, a pocos kilómetros de las playas paradisíacas de Itacaré, está el Ka Bru Forest Villa. Este glamping tiene la casa en el árbol de

tus sueños, además de yoga, masajes, piscina y la dosis exacta de lujo y relax que solo encuentras en Bahía.

ARGENTINA

- Patagonia Eco Domes, ES una propuesta de glamping en Argentina que funciona sólo durante los meses de verano. Cada domo tiene energía solar autónoma, calefacción con salamandra, baño privado y un equipamiento interior que nada tiene para envidiarle a un hotel. Otro punto interesante: el complejo tiene restaurante, y ofrece desayuno incluido o pensión completa.
- Geo Glamping Dos Aguas cuenta con cuatro domos privados, con capacidad para dos y tres personas, y áreas de uso compartido (living, cocina, asadores). Ofrece desayuno incluido y tiene bicicletas para salir a recorrer la zona, senderos por el monte serrano y hacia el río Dolores, y sectores de meditación. Además, en el mismo complejo hay cabañas y un restaurante que hace foco en los productos de estación de la zona. Abre todo el año.

Nivel nacional

IBAGUÉ, TOLIMA

- Glamping Martinica: Se encuentra ubicado en la finca Altamira, a tan solo diez minutos del casco urbano de Ibagué, la cual ofrece una bellísima vista de la ciudad desde las alturas. Glamping Martinica ofrece, por ahora, dos tipos de domo: el Adventure Glamping y el Luxury Glamping.

SAN FRANCISCO DE SALES, CUNDINAMARCA

- Luna glamping Colombia: En Luna Glamping Colombia podrás encontrar experiencias únicas a través de nuestros Domos Titania y Triton. La Experiencia en Luna Glamping Colombia te invita a la calma y a la conexión con la naturaleza.

GUATAVITA, CUNDINAMARCA

- Glamping blue: es el lugar perfecto para contemplar el hermoso paisaje del departamento de Cundinamarca. Los 2 domos, de una increíble comodidad, dan al embalse del Tominé. Es el glamping cerca de Bogotá ideal para pasar.

PACHO, CUNDINAMARCA

- Glamping Guaia Terra: está situado en una ladera, con una magnífica vista del valle del Río Batán. La excepcional calidad de sus domos y los servicios que ofrece lo califican como uno de los mejores lugares de glamping en Cundinamarca.

SILVANIA, CUNDINAMARCA

- Primavera azul: el lugar perfecto para sorprender a tu pareja. La colorida decoración, la privacidad de los domos y el servicio personalizado permiten vivir una increíble experiencia de glamping. Ven a pasar un fin de semana para celebrar el día de San Valentín o un cumpleaños.

TABIO, CUNDINAMARCA

Glamping río frío: se centra en lo esencial y lo hace bien. Las carpas son robustas y ofrecen una bonita vista de las colinas de Cundinamarca. Ven aquí a recargar las pilas en la tranquilidad y a respirar aire puro y fresco. Cuando caiga la noche, enciende tu fogata y disfruta de una buena barbacoa.

10. Estrategias de promoción

10.1 Plataformas de búsqueda y reservación

- Booking

Es una de esas plataformas online que reúne una gran comunidad en el mercado del turismo, es por esto que cobra mucha importancia al momento de hacer marketing digital. Cuando una agencia de viajes quiere garantizar un buen posicionamiento en buscadores, para atraer una mayor cantidad de viajeros, debe realizar un alta en directorios y esta plataforma forma parte de uno de los directorios más grandes de Internet.

Esta es una plataforma de búsqueda de tarifas de viaje y alojamiento líder en la red, su misión es conectar clientes y agencias de turismo desde cualquier parte del mundo. En Booking incluso se pueden hacer reservaciones con anticipación, así como observar las listas de precios y experiencias de los usuarios.

- Airbnb

Es una compañía que ofrece una plataforma digital dedicada a la oferta de alojamientos a particulares y turísticos (alquiler vacacional) mediante la cual los anfitriones pueden publicitar y contratar el arriendo de sus propiedades con sus huéspedes; anfitriones y huéspedes pueden valorarse mutuamente, como referencia para futuros usuarios.

- Instagram

Instagram es una red social muy popularizada entre las personas que ofrece la posibilidad de compartir fotografías, podemos añadir etiquetas o hashtags para etiquetar según el tipo de fotografía o que se puede ver en ella, así será más fácil su clasificación a la hora de realizar búsquedas de una temática en concreto.

Incluso desde esta plataforma también se puede obtener información acerca de tarifas, productos y servicios de lo que estés buscando, por lo que los usuarios comparten información sobre su experiencia en Glamping, el tipo de servicio que

les ofrecieron, entre otras cosas, dando así una idea más clara de lo que se puede obtener.

11.

Análisis de la competencia

ESTUDIO DE MERCADEO

Podemos ver que en el municipio de Girardot encontramos el glamping y hotel puerta del sol Girardot, su ubicación exacta es en la vía Tocaima km 15 20 metros antes del peaje de Pubenza.

El Glamping Girardot & Hotel Puerta Del Sol Girardot cuenta con restaurante, piscina al aire libre, bar y salón compartido. Dispone de jardín y zona de barbacoa. El establecimiento ofrece servicio de habitaciones y organiza excursiones.

Las habitaciones están equipadas con TV de pantalla plana vía satélite. Algunas habitaciones del Glamping Girardot & Hotel Puerta Del Sol Girardot tienen balcón y vistas a la piscina. Todas incluyen baño privado y escritorio.

El establecimiento sirve un desayuno a la carta.








En el Glamping Girardot & Hotel Puerta Del Sol Girardot se puede jugar al billar y al ping pong. La zona es ideal para practicar senderismo y ciclismo.

El hotel ofrece centro de negocios, Wifi gratuita y aparcamiento privado gratuito.

El Glamping Girardot & Hotel Puerta Del Sol Girardot se encuentra a 41 km de Melgar y a 17 km de Girardot. El aeropuerto Perales es el más cercano y queda a 76 km.

PRECIOS Y SERVICIOS

Precio de arrendamiento de glamping para dos personas 1 día y noche entre semana

Tipo de alojamiento	Capacidad	Precio de hoy	Tus opciones
<p>Tienda</p> <p>1 cama doble </p> <p> Balcón  Vistas a la montaña</p> <p> Vistas a un lugar de interés  Bañera</p> <p> Bañera de hidromasaje  Patio</p> <p> Baño en la habitación  TV de pantalla plana</p> <p> Barbacoa  WiFi gratis</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Bañera de hidromasaje ✓ Artículos de aseo gratis ✓ Ducha ✓ WC ✓ Suelo de madera o parquet ✓ Toallas ✓ Enchufe cerca de la cama ✓ Productos de limpieza ✓ Escritorio ✓ TV ✓ Canales vía satélite ✓ Ventilador ✓ Servicio de despertador ✓ Perchero ✓ Papel higiénico ✓ Juegos de mesa / puzles ✓ Desinfectante de manos 		<p>COP 459.000</p> <p>Incluye impuestos y cargos</p>	<p> Desayuno </p> <p>incluido (Fantástico)</p> <p>✓ Cancelación gratis hasta las 23:59 del 24 de julio de 2022</p> <ul style="list-style-type: none"> • Solo queda 1 en nuestra web

Fuente: Booking

Precio de arrendamiento de glamping para dos personas 1 día y 1 noche fin de semana

Tipo de alojamiento	Capacidad	Precio de hoy	Tus opciones
<p>Tienda</p> <p>1 cama doble </p> <p> Balcón  Vistas a la montaña</p> <p> Vistas a un lugar de interés  Bañera</p> <p> Bañera de hidromasaje  Patio</p> <p> Baño en la habitación  TV de pantalla plana</p> <p> Barbacoa  WiFi gratis</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Bañera de hidromasaje ✓ Artículos de aseo gratis ✓ Ducha ✓ WC ✓ Suelo de madera o parquet ✓ Toallas ✓ Enchufe cerca de la cama ✓ Productos de limpieza ✓ Escritorio ✓ TV ✓ Canales vía satélite ✓ Ventilador ✓ Servicio de despertador ✓ Perchero ✓ Papel higiénico ✓ Juegos de mesa / puzles ✓ Desinfectante de manos 		<p>COP 650.000</p> <p>Incluye impuestos y cargos</p>	<p> Desayuno </p> <p>incluido (Fantástico)</p> <p>✓ Cancelación gratis hasta las 23:59 del 26 de julio de 2022</p> <ul style="list-style-type: none"> • Solo queda 1 en nuestra web

Fuente: Booking

Podemos evidenciar que sus precios son relativamente altos para unos clientes los cuales no tiene la capacidad monetaria para acceder a este servicio, puesto que es un lugar visitado por familias, gente del común que quiere venir a vivir una nueva experiencia. En cambio, nosotros como competencia directa, somos un establecimiento que ofrece precios accesibles para todas las personas.

11.1 Alojamientos de Glamping

- GLAMPING MARTINICA

Precio promedio: 288.000 COP/2pers.

Tranquilidad: Estás lejos de las ciudades y del ruido.

Medio Ambiente: Se encuentra ubicado en la finca Altamira, a tan solo diez minutos del casco urbano de Ibagué

Actividades: Se ofrece una bellísima vista de la ciudad desde las alturas, excelente para fotos.

Privacidad: Hay solo 2 tipos de domos, el Adventure Glamping y el Luxury Glamping.

Acogedor: Los domos son amplios y acogedor. La atención es excelente y personalizada. Incluye botella de vino, desayuno incluido, jacuzzi privado, zona para animales, decoración y excelente señal de internet.

Transporte: Tienes que venir con tu vehículo y la carretera hasta el glamping está en mal estado.

Nota: Pago sólo en efectivo.

- LUNA GLAMPING COLOMBIA

Domo titania: Se Caracteriza por su diseño interior, calidez en los detalles y entorno de naturaleza exhuberante, Cuenta con jacuzzi climatizado, Malla y un baño de transparencia y glamour.

Precio por noche por Pareja \$750.000

Incluye: Jacuzzi, Malla Catamaran, Desayuno, Canasta de Frutas, Botella de Vino, Aromaterapia, Toallas, Cafetera, Snacks, Agua potable.

Domo tritón: tiene un ambiente muy especial, una maravillosa vista de la cordillera de los Andes. La comodidad, el lujo y la belleza de la naturaleza hacen de Tritón un

espacio para disfrutar al máximo. Cuenta con Jacuzzi climatizado, sauna y malla de relajación.

Precio por noche por pareja \$850.000

Incluye: Sauna, Jacuzzi, Malla Catamaran, Desayuno, Canasta de frutas, Botella de Vino, Aromaterapia, Toallas, Cafetera, Snacks, Agua potable

- GLAMPING BLUE

Precio promedio: 280 000 COP/2pers. Cancelación gratuita hasta 7 días.

Tranquilidad: Estás lejos de las ciudades y del ruido.

Medio Ambiente: 4.5/5. Una increíble vista del embalse del Tominé y de las montañas que lo rodean.

Actividades: Puedes pasear solo por el lago. El glamping ofrece excursiones en bicicleta y de pesca (de pago).

Privacidad: Hay solo 2 domos y están lejos el uno del otro.

Acogedor: Las cúpulas están bien construidas, y la habitación tiene vista al embalse y a las montañas. El cuarto de baño está adjunto, pero separado por una puerta para mayor privacidad. La terraza privada será perfecta para tu desayuno. Deliciosa comida y excelente atención.

Transporte: Es fácil llegar a Guatavita en autobús y luego tomar un taxi. El sitio es un poco complicado de encontrar en Waze.

Nota: Pago sólo en efectivo. Las mascotas son bienvenidas (gratuitamente).

- GLAMPING GUAIA TERRA

Precio promedio: 390 000 COP/2pers. Cancelación gratuita hasta 5 días.

Tranquilidad: Estás lejos de las ciudades y del ruido.

Medio Ambiente: La vista sobre el valle es embriagadora.

Actividades: Disfruta del lugar con una relajante sesión de masaje frente a las montañas. Paseos a pie o en bicicleta.

Privacidad: Los domos están cerca unos de otros, pero no se escuchan los vecinos.

Acogedor: Los domos son amplios y están perfectamente diseñados. Cada uno tiene su propio jacuzzi privado. El servicio de habitaciones está incluido en el precio. El personal hace un trabajo excelente y las comidas son muy buenas.

Transporte: El glamping ofrece diferentes opciones de transporte. Ten cuidado si llegas en coche, la carretera hasta la entrada está en mal estado.

Nota: Las mascotas son bienvenidas (gratuitamente).

- PRIMAVERA AZUL

Precio promedio: 400 000 COP/2pers. Cancelación gratuita hasta 30 días.

Tranquilidad: Estás lejos de las ciudades y del ruido.

Medio Ambiente: Situado en las colinas de Cundinamarca. Hermosa vista desde la habitación y la terraza.

Actividades: Tiene hermosos paseos a pie y en bicicleta. El propietario hace buenas fotos y vídeos con su dron.

Privacidad: Hay solo 2 domos y están lejos uno del otro.

Acogedor: Los domos son amplios y acogedor. La terraza privada está bien amueblada (con jacuzzi privado). La atención es excelente y personalizada. Sirven una comida deliciosa.

Transporte: Tienes que venir con tu vehículo y la carretera hasta el glamping está en mal estado.

Nota: Pago sólo en efectivo. No se permite fumar.

- GLAMPING RÍO FRÍO

Precio promedio: 250 000 COP/2pers. Cancelación gratuita hasta 2 días.

Tranquilidad: Estás lejos de las ciudades y del ruido.

Medio Ambiente: Bonita vista desde la carpa sobre las verdes colinas.

Actividades: No hay actividades.

Privacidad: Hay solo 2 habitaciones.

Acogedor: Las tiendas son sencillas pero funcionales, con todo lo necesario para pasar una buena noche. Lindos anfitriones.

Transporte: Puedes venir fácilmente con tu vehículo.

Nota: No internet. Las mascotas son bienvenidas (gratuitamente). Pago sólo en efectivo.

11.2 Modalidad de alojamiento

Tabla 14.

Aspectos	Características	Glamping Martinica	Luna Glamping Colombia	Glamping Blue	Glamping Guaia Terra	Primavera Azul	Glamping Río Frío
Modalidad de alojamiento	Domo	x	x	x	x	x	
	Tienda de campaña						x

Fuente: elaboración propia.

11.3 Servicios incluidos

TABLA 15.

Aspectos	Características	Glamping Martinica	Luna Glamping Colombia	Glamping Blue	Glamping Guaia Terra	Glamping Primavera Azul	Glamping Río Frío
Servicios incluidos	Desayuno	x	x	x	x	x	x
	Jacuzzi	x	x		x	x	
	Sauna		x				
	PetFriendly			x	x		x
	Malla de descanso		x				
	Canasta de frutas		x				
	Aromaterapia		x				
	Snacks		x				
	Wifi	x					
	Sin información				x		

Fuente: elaboración propia.

11.4 Medios de pago

TABLA 16

Aspectos	Características	Glamping Martinica	Luna Glamping Colombia	Glamping Blue	Glamping Guaia Terra	Primavera Azul	Glamping Río Frío
Modalidad de pago	Efectivo	x		x		x	x
	Sin información		x		x		

Fuente: elaboración propia.

11.5. Mezcla de mercado del proyecto

TABLA 17

Tipo de alojamiento	Tipo de plan	Productos y Servicios	Capacidad	Tarifas
DOMO Cama doble	Único	2 comidas, bañera o ducha, terraza, toallas, ropa de cama aire acondicionado, minibar, artículos de aseo, terraza, malla, jacuzzi, internet	1 pax	\$ 150.000
DOMO Cama king	Pareja	2 comidas, bañera o ducha, terraza, toallas, ropa de cama aire acondicionado, minibar, artículos de aseo, terraza, malla, jacuzzi, sauna, masajes, internet	2 pax	\$ 220.000
DOMO 2 Camas dobles	Familiar	2 comidas, baño privado, ropa de cama, toallas, aire acondicionado, terraza, artículos de higiene, juegos de mesa, malla, mini comedor, minibar, internet	4 pax	\$ 300.000
DOMO 2 Camas dobles 1 sofá cama	Amigos	2 comidas, aire acondicionado, baño privado, terraza, ropa de cama, toallas, artículos de higiene, terraza, jacuzzi, sauna, malla, juegos de mesa, mini comedor, mini bar, internet	Max. 5 pax	\$ 380.000

Fuente: elaboración propia.

12.

Estudio legal y administrativo

Realizar un estudio legal y administrativo para buscar la viabilidad de la propuesta en cuanto estructura organizacional de la empresa

1. Direccionamiento estratégico

Se realizará el direccionamiento estratégico como logotipo, misión, visión, valores corporativos del glamping NIDO.

13.1 Logotipo



13.2 Misión

Somos una empresa la cual tiene como misión prestar el servicio de alojamiento tipo glamping, buscando ofrecer y garantizar nuevas experiencias, descanso y tranquilidad rodeado de naturaleza de la mano con el lujo y el confort.

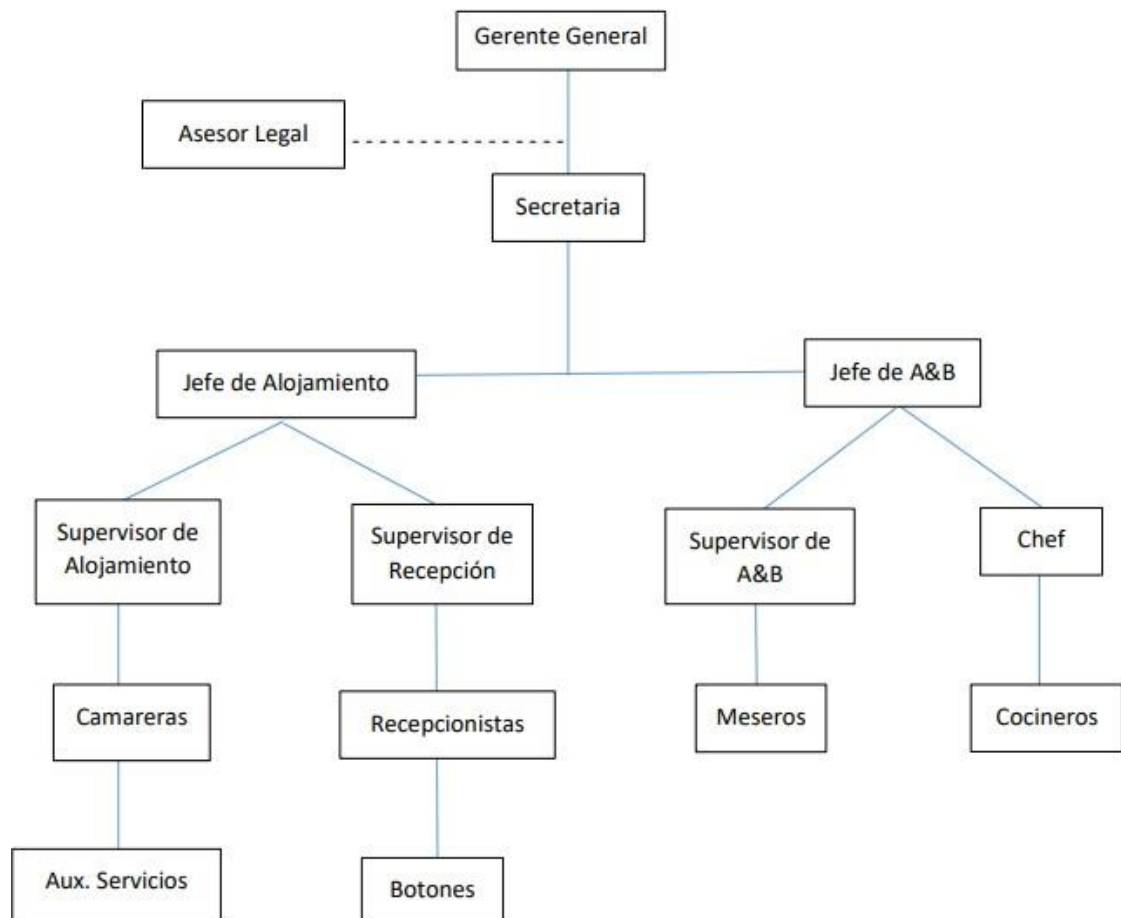
13.3 Visión

En el año 2030 queremos ser una de las empresas más grandes y reconocidas a nivel nacional, siendo así una de las favoritas en el área de alojamiento igualmente siendo uno de los lugares eco sostenibles en Colombia.

13.4 Valores corporativos

- Ama lo que haces
- Respeto por la naturaleza
- Responsabilidad ecológica
- Cumplimiento con nuestro deber/compromisos
- Actitud servicial

13.5 Organigrama



Fuente: elaboración propia.

13.6 Tipo de glamping

TABLA 18

Tipo de glamping	Tipo de cama	Cantidad	Total
Domo	Cama doble	25	Camas: 30 Sofá cama: 5
	Cama king	5	
	Sofá cama	5	

Fuente: elaboración propia.

13.7 DOFA

Debilidades	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> - Posicionamiento frente a la competencia - Presupuesto limitado - Limitación de búsqueda de insumos Procesos burocráticos para la toma de decisiones 	<ul style="list-style-type: none"> - Alianzas estratégicas - Refuerzo en el crecimiento del turismo - Ecoturismo como modalidad de turismo sostenible - Tecnología como herramienta para realizar reservas - Turistas en búsqueda de nuevas experiencias en alojamientos
Fortalezas	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> - Servicio al cliente - Actividades complementarias - Calidad en el servicio - Infraestructura innovadora y acorde al entorno 	<ul style="list-style-type: none"> - Falta de proveedores estratégicos - Preferencia de los consumidores - Incrementa la competencia

- Instalaciones adecuadas	
- Promociones	
- Publicidad	

Fuente: elaboración propia.

13.8 Nómina de personal

TABLA 19

Cargo	Cantidad	Salario mes	Jornadas al mes	Horas a trabajar diariamente	Valor a pagar sin prestación	Prestaciones	Valor mes	Valor anual
Gerente	1	\$13'000.000	30	8	\$13'000.000	\$1'170.000	\$14'170.00	\$170'040.000
Secretaria	1	\$2'000.000	30	8	\$2'000.000	\$ 160.000	\$2'160.000	\$25'920.000
Asesor legal	1	\$4'200.000	30	8	\$4'200.000	\$ 378.000	\$4'578.000	\$54'936.000
Jefe de alojamiento	1	\$4'500.000	30	8	\$4'500.000	\$ 405.000	\$4'905.000	\$58'860.000
Jefe de A&B	1	\$4'500.000	30	8	\$4'500.000	\$ 405.000	\$4'905.000	\$58'860.000
Supervisor de alojamiento	1	\$2'098.200	30	8	\$2'098.200	\$ 167.656	\$2'265.856	\$27'190.272
Supervisor de recepción	1	\$2'098.200	30	8	\$2'098.200	\$ 167.656	\$2'265.856	\$27'190.272
Supervisor A&B	1	\$2'098.200	30	8	\$2'098.200	\$ 167.656	\$2'265.856	\$27'190.272
Chef	1	\$1'800.000	30	8	\$1'800.000	\$ 144.000	\$1'944.000	\$23'328.000
Camareras	15	\$1'000.000	30	8	\$1'000.000	\$ 80.000	\$1'080.000	\$12'960.000
Aux. servicios	10	\$1'000.000	30	8	\$1'000.000	\$ 80.000	\$1'080.000	\$15'723.600
Recepcionistas	5	\$1'200.000	30	8	\$1'200.000	\$ 96.000	\$1'296.000	\$15'552.000
Botones	3	\$1'000.000	30	8	\$1'000.000	\$ 80.000	\$1'080.000	\$12'960.000
Meseros	6	\$1'000.000	30	8	\$1'000.000	\$ 80.000	\$1'080.000	\$12'960.000
Cocineros	3	\$1'400.000	30	8	\$1'400.000	\$ 112.000	\$1'512.000	\$19'656.000
Guía ambiental	1	\$1'300.000	30	8	\$1'300.000	\$ 104.000	\$1'404.000	\$22'540.625

Fuente: elaboración propia.

13.9 Servicios públicos

TABLA 20.

Concepto	Cantidad	Valor mes	Valor anual
Servicios públicos	3	\$12'500.00	\$150'000.00
Teléfono	1	\$150.000	\$1'800.000
Internet	1	\$170.000	\$2'040.00
Total			\$153'840.00

Fuente: elaboración propia

13.10 Total de inversión

Inversión	
Compra activos fijos	1.290.144.400
Compra activos de operación	75.673.200
Gastos de pre apertura	35.250.000
Fondo de liquidez	60.000.000
Total de inversión	1.461.067.600

14. RECURSOS

Es indispensable contar con colaboradores (mano de obra), infraestructura, tecnología y recursos de capital para el progreso de los procesos internos y para el funcionamiento de la sociedad en marcha; contribuyendo a la ejecución del proceso productivo de las estructuras y su entrega a los clientes de forma multidisciplinar desde distintos ámbitos. Una decisión clave en la gestión del suministro es la elección correcta de los socios, ya que permite relaciones duraderas y beneficios para las dos partes.

15.

CRONOGRAMA

Actividades	Fechas
Fase I	
Recolección de información	18/08/2021
Redacción y revisión	1/09/2021
Fase II	
Elaboración de instrumentos	25/05/2022
Recolección de datos	28/05/2022
Fase III	
Recopilación de la información	4/06/2022
Tabulación de datos	05/06/2022
Análisis e interpretación de datos	10/06/2022
Fase IV	
Investigación detallada de estudio de mercadeo	18/06/2022
Fase V	
Estudio legal y administrativo	23/06/2022
Revisión documental	23/06/2022

16. CONCLUSIONES

Según los datos recolectado en el estudio de mercadeo el proyecto es viable debido a que las investigaciones muestran que es una tendencia que cada vez se está más de moda. Además, se brinda una nueva modalidad de alojamiento que cumple con los requerimientos de glamour, confort y/o exclusividad que no ha sido considerado dentro del hotelería tradicional. Por otra parte, en Colombia existe una amplia oferta de hoteles, pero al país llevo hasta hace unos pocos años el concepto de glamping, esta opción de turismo da una ventaja competitiva de diferenciación a partir de la calidad del servicio ofrecido, el trato personalizado y la innovación serán claves para participar en la competencia dentro del hotelería. Teniendo en cuenta la encuesta es importante que el área de mercadeo impulse nuestro NIDO GLAMPING en redes sociales, booking, puesto que esto atraerá clientes.

El glamping NIDO tendrá un bajo impacto ambiental debido a que el alojamiento está comprometido con la naturaleza y conciencia ecológica, haciendo un buen uso de los recursos. Para el diseño de un proceso de transformación se debe considerar el modelo de negocio y en especial aspectos como la flexibilidad de producción, tecnología, costos, recursos humanos, calidad.

El analizar procesos productivos de un producto implica desarrollar y poner en practica técnicas y métodos que garanticen el buen desarrollo.

Bibliografía

Bazan Flor Mexico destinos [En línea]. - 2021. - <https://www.mexicodestinos.com/blog/glamping-en-mexico-cuales-son-los-mejores-destinos/>.

Cáceres Daniel Business Insider [En línea]. - 2021. - <https://www.businessinsider.es/guia-glamping-caracteristicas-ejemplos-ventajas-872857>.

Cardozo Paula Alejandra Ayure Repositorio Universidad Piloto de Colombia [En línea]. - 2021. - http://repository.unipiloto.edu.co/bitstream/handle/20.500.12277/11273/Paula_Ayure%20Documento%20de%20tesis-cortell.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

Daniel Cáceres Insider Business [En línea]. - 2021. - <https://www.businessinsider.es/guia-glamping-caracteristicas-ejemplos-ventajas-872857>.

Doval Laura Aronda [En línea]. - 2019. - <https://aronda.com.br/index.php/2019/01/01/glamping-en-brasil-campings-de-lujo-en-playas-y-montanas/>.

EL cronista El cronista [En línea]. - 2021. - <https://www.elcronista.co/destacadas/glamping-martinica-un-emprendimiento-para-fortalecer-a-ibague-destino-turistico>.

Fontur Norma Técnica Sectorial NTSH 007 [En línea]. - NTSH 007 Posadas turísticas, requisitos de planta y servicios .

Fontur Norma Técnica Sectorial Colombiana NTSH 001 [En línea]. - <https://fontur.com.co/sites/default/files/2020-11/NTSH001.pdf>.

Fontur Norma Técnica Sectorial NTSH 008 [En línea]. - <https://fontur.com.co/sites/default/files/2020-11/NTSH008.pdf>.

Fontur Norma Técnica Sectorial NTSH 009 [En línea]. - <https://fontur.com.co/sites/default/files/2020-11/NTSH009.pdf>.

Función Pública Función Pública [En línea]// Decreto 1258 de 2012. - <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=47809#:~:text=Cr%C3%A9ase%20el%20Comit%C3%A9%20de%20Inversi%C3%B3n,derecho%20a%20la%20deducci%C3%B3n%20por>.

Función Pública Función Pública [En línea] // Ley 1558 de 2012. - <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=48321#:~:text=Cr%C3%A9ase%20la%20Medalla%20al%20m%C3%A9rito,normas%20que%20para%20ello%20establezca..>

Función Pública Función Pública [En línea] // Decreto 2119 de 2018. - <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=89402>.

Función Pública Función Pública [En línea] // Ley 300 de 1996. - <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=8634>.

Función Pública Función Pública [En línea] // Ley 1336 de 2009 . - <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=36877>.

Función Pública Publica Función [En línea] // Ley 2068 de 2012. - <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=172558#:~:text=La%20presente%20ley%20tiene%20por%20objeto%20fomentar%20la%20sostenibilidad%20e,tur%C3%ADstica%2C%20a%20trav%C3%A9s%20de%20la>

ISO ISO 9001:2015 [En línea]. - <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:9001:ed-5:v1:es>.

Luna Glamping Luna Glamping Colombia [En línea]. - <https://www.lunaglampingcolombia.com/>.

Mincit Norma Técnica Sectorial Colombiana NTSH 012 [En línea]. - <https://www.mincit.gov.co/getattachment/df9abb98-e101-49f5-949a-f6fcfb3909b2/Norma-Tecnica-Sectorial-Colombiana-NTSH-0012-Recin.aspx>.

Mincit Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS-TS 002 [En línea]. - <https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=f200f357-97f9-408a-a2c1-07e1a929c1fc>.

Nicolle Donato Medium [En línea]. - 2019. - <https://medium.com/@sophiadesco/5-cosas-que-debes-saber-sobre-glamping-la-nueva-e-innovadora-tendencia-de-acampar-2f3401804cc#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20glamping%3F,naturaleza%20que%20est%C3%A1%20al%20rededor>.

Olid Hotel hotel olid [En línea]. - 2017. - <https://www.hotelolid.com/origen-los-hoteles/#:~:text=El%20origen%20de%20lo%20que,seguro%20en%20el%20que%20hospedarse>.

ONU Naciones Unidas [En línea]. - <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-development-goals/>.

República Diario La La República [En línea]. - 2018. - <https://www.larepublica.co/analisis/maria-claudia-lacouture-402341/turismo-naturaleza-tendencia-mundial-2797710>.

Rosas Guio - Repositorio Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia [En línea]. - 2019. - <https://repositorio.uptc.edu.co/bitstream/001/2766/1/TGT-%201400.pdf>.

Rossi Daniela Wines of Argentina [En línea]. - 2021. - <https://blog.winesofargentina.com/es/destacadas/glamping-en-argentina/>.

Tafurt Ris Pastrana Daza Repositorio Corporación universitaria Autónoma del Cauca [En línea]. - 2020. - <https://repositorio.uniautonoma.edu.co/bitstream/handle/123456789/483/T%20T-M%20039%202020.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

Tom Tom plany my trip [En línea]. - 2022. - <https://www.tomplanmytrip.com/es/glamping-cerca-bogota-cundinamarca/>.

Wikipedia Wikipedia [En línea]. - <https://es.wikipedia.org/wiki/Airbnb>.

Anexos

GLAMPING

NOMBRE:

SEXO:

EDAD:

1. ¿ha utilizado un hospedaje campestre? (glamping)
 - a. Si
 - b. No

2. En caso de que su respuesta sea no, ¿lo utilizaría?
 - a. Si
 - b. No
 - c. Tal vez

3. En caso de que su respuesta sea si, ¿lo volvería a utilizar?
 - a. Si
 - b. No
 - c. Talvez

4. ¿Con quien disfrutaría del uso de este hospedaje?
 - a. Solo
 - b. Pareja
 - c. Familia
 - d. Grupo de amigos
 - e. Otro

5. ¿Qué servicios le gustaría encontrar en un hospedaje campestre?
 - a. Piscina y/o jacuzzi
 - b. Restaurante / room service
 - c. Cursos de yoga y meditación
 - d. Actividades recreativas

6. ¿Que tipo de plan le gustaría adquirir?
 - a. Con solo desayuno
 - b. 2 comidas
 - c. 3 comidas

7. ¿Qué elemento considera de mayor importancia al momento de hospedarse en lugares campestres?
 - a. Calidad del servicio
 - b. Glamour y confort
 - c. Exclusividad

8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una noche en un alojamiento campestre?
 - a. Entre 100.000 y 220.000
 - b. Entre 221.000 y 330.000
 - c. Entre 331.000 y 400.000
 - d. Mas de 400.000

9. ¿Con cuanta frecuencia suele hospedarse en lugares de este tipo?
 - a. 1 vez al mes
 - b. 1 vez cada seis meses
 - c. 1 vez al año
 - d. Nunca o casi nunca

10. ¿a través de que medio le gustaría recibir información y promociones de hospedaje?
 - a. Redes sociales, correo electrónico, páginas web
 - b. Publicidad (televisión, radio, folletos, volantes)
 - c. Otro

Fuente: Elaboración Propia