



**Trabajo Final de Práctica Profesional  
Licenciatura en Turismo**

---

**Glamping: Una nueva experiencia de alojamiento en la  
modalidad de turismo rural en la Provincia de Buenos Aires.**

• **AUTORAS:**

**Diaz, Carla Alejandra**  
DNI: 39.269.195

**Pereyra, Julieta Analia**  
DNI: 40.494.474

**Perilli, Ivana Sol**  
DNI: 39.333.138

• **TUTOR:**

**Ricardo Cortés**

**FECHA DE PRESENTACIÓN: 27/10/2023**

## **Índice:**

<b>Resumen ejecutivo</b>	<b>4</b>
Palabras claves	4
Introducción:	4
Objetivos	5
• Objetivo general	5
• Objetivos específicos	5
Pregunta de investigación	5
Metodología	6
Problema de investigación	6
Estado del arte	6
Marco teórico	7
Hipótesis	9
Tipo de investigación	9
Instrumento de recolección de datos	10
<b>CAPÍTULO I: TURISMO RURAL</b>	<b>12</b>
1.1 Definición de turismo rural	12
1.2 Modalidades de turismo rural	14
1.3 Turismo rural en la Provincia de Buenos Aires	16
1.4 Oferta de turismo rural en la Provincia de Buenos Aires	17
<b>CAPÍTULO II: GLAMPING</b>	<b>20</b>
2.1 Definición de glamping	20
2.2 Características del glamping	21
2.3 Tipos de glamping	23
2.4 Oferta del glamping	25
2.4.1 Oferta a nivel internacional	25
2.4.2 Oferta a nivel nacional	32
2.5 Marco legal del glamping	35
2.5.1 Marco legal a nivel nacional.	35
2.5.2 Marco legal a nivel provincial	36
<b>CAPÍTULO III</b>	<b>40</b>
<b>Parte I: Paralelismos entre la experiencia del glamping y el turismo rural.</b>	<b>40</b>
3.1 Comparación entre glamping y turismo rural: Similitudes y diferencias.	40
3.2 Comercialización de productos turísticos: Los casos del glamping y el turismo rural.	42
3.2.1 Comercialización del glamping	43
3.2.2 Comercialización del glamping en la Provincia de Buenos Aires	44
3.2.3 Comercialización del turismo rural	45
3.2.4 Comercialización del turismo rural en la Provincia de Buenos Aires	46
3.3 Preferencias del mercado	47
3.3.1 Perfil del turista: Los casos del glamping y el turismo rural.	47
3.3.2 Características del consumidor de turismo rural	49
3.3.3 Características del consumidor de glamping	51

<b>Parte II: Análisis del trabajo de campo:</b>	<b>52</b>
3.4 Localización	52
3.4.1 Provincia de Buenos Aires	53
3.4.2 Turismo en la provincia	53
3.5 Entrevistas	54
<b>CONCLUSIONES</b>	<b>60</b>
Conclusión general:	60
Conclusión Pereyra, Julieta Analía:	61
Conclusión Díaz, Carla Alejandra:	62
Conclusión Perilli, Ivana Sol:	63
<b>ANEXOS</b>	<b>65</b>
Anexo A. Imágenes	65
Anexo B. Modelo de entrevista	72
Anexo C. Entrevistas	73
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>96</b>

## **Resumen ejecutivo**

El presente Trabajo Final de Práctica Profesional tiene como objetivo principal analizar la experiencia del Glamping como una alternativa en la modalidad de Turismo Rural en la Provincia de Buenos Aires, debido a las similitudes que comparten en su implementación y desarrollo.

Si bien el glamping es una propuesta de alojamiento con un crecimiento exponencial, tiene como premisa fundamental brindar al cliente una experiencia distinta a la de los alojamientos tradicionales. Esto se debe en gran medida a la ubicación y la infraestructura desarrollada en entornos naturales, que posibilitan la oferta de una amplia gama de servicios y actividades al aire libre. El glamping representa una modalidad de disfrute de la naturaleza que preserva el confort y el lujo, permitiendo a quienes lo eligen, ser parte del entorno natural sin sacrificar comodidades.

Debido al auge de este tipo de alojamiento turístico, muchos destinos rurales han ampliado sus ofertas para satisfacer a la creciente demanda de experiencias únicas y exclusivas que el glamping representa. Brindando un servicio especializado, adaptando las actividades relacionadas a la agricultura y turismo para que los visitantes puedan disfrutar, no solo de la exclusividad de esta experiencia sino también aprender más sobre el entorno que los rodea.

## **Palabras claves**

Glamping - Turismo Rural - Alojamiento - Buenos Aires

## **Introducción:**

En la actualidad se ha diversificado la oferta turística debido a los cambios sociales, culturales y tecnológicos, adaptándose a las nuevas necesidades de los turistas que evitan la masificación y buscan nuevas experiencias.

El glamping es una nueva experiencia de alojamiento la cual brinda la posibilidad de disfrutar de una forma única la naturaleza sin renunciar a las comodidades y lujos de un hotel tradicional. Los sitios donde mayormente se lleva a cabo esta práctica son en espacios desolados o rurales.

En la Argentina, la región que presenta mayor oferta de glamping es la Patagonia, siguiendo la provincia de Buenos Aires, donde se combina la hotelería en cabañas hasta tiendas de campaña, con la actividad rural. Por tal motivo se tratará de identificar una relación entre dicha experiencia y el turismo rural.

A partir de lo planteado anteriormente se investigará y se establecerán comparaciones entre tres ofertas diferentes de glampings, dentro de la Provincia de Buenos Aires, los cuales se encuentran ubicados en zonas rurales. Estos serán:

- Yamay Ecoturismo (Las Flores, Pardo, Provincia de Buenos Aires)
- Moray Camp (San Andrés de Giles, Provincia de Buenos Aires)
- Refugio Natural (Lobos, Provincia de Buenos Aires)

## **Objetivos**

- **Objetivo general**

Estudiar la experiencia turística del glamping en la Provincia de Buenos Aires en relación a la práctica del turismo rural a los efectos de establecer similitudes y diferencias entre ambas opciones.

- **Objetivos específicos**

- Analizar el surgimiento del glamping como experiencia turística reciente en el país en general y en la provincia de Buenos Aires en particular.
- Identificar y analizar las ofertas de turismo rural en la Provincia de Buenos Aires.
- Comparar los perfiles de turistas de ambas experiencias para el caso de la Provincia de Buenos Aires.
- Comparar las estrategias de comercialización de ambas experiencias para el caso de la Provincia de Buenos Aires.

## **Pregunta de investigación**

¿Puede considerarse a la experiencia del glamping en la provincia de Buenos Aires como una alternativa de turismo rural? ¿Existen diferencias entre ambas experiencias para el caso de esta provincia?

## **Metodología**

### **Problema de investigación**

El problema que guía la presente investigación plantea que la experiencia del glamping puede ser comprendida como una alternativa a la práctica del turismo rural para el caso de la Provincia de Buenos Aires.

## Estado del arte

Para el presente trabajo de investigación llevaremos a cabo un análisis de otras investigaciones nacionales e internacionales, entre las cuales podemos destacar:

- “El glamping como forma de alojamiento sostenible y su marco legal en España” (Rocío Arenado Rodríguez, Universidad de Sevilla, 2020): Esta tesis doctoral nos brindará definiciones y datos de importancia sobre la temática abordada a nivel internacional y así mismo, se utilizará como base para comprender esta forma de alojamiento como una experiencia en su totalidad.
- “Periferias, fronteras y diálogos” Actas del XIII Congreso de Antropología de la Federación de Asociaciones de Antropología del Estado Español (Andrea Boscoboinik, Universidad de Fribourg/Universitat Rovira i Virgili, 2014): Este artículo nos servirá para comprender la relación existente entre turismo rural y glamping, sus características, funcionalidades e importancias. Esto nos será útil para definir sus similitudes y diferencias, y qué vínculo puede generarse entre ambos.
- “Glamping como alternativa de diversificación de la oferta de alojamiento en la provincia de Salta” (Jimena Pilar Cadena Weidmann. Universidad Católica de Salta / Escuela Universitaria de Turismo, 2020): Esta tesis de grado nos servirá para comprender y calificar las nuevas modalidades de alojamiento. Además, nos permitirá conceptualizar y describir el glamping en todas sus formas.
- “Glamping y el turismo rural de la parroquia Mulaló” (Karen Selene Ramírez Remache, Universidad técnica de ámbito / Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación, 2021): A partir de esta tesis, se obtendrán diversas fuentes de consulta, las cuales abordan la temática de turismo rural y glamping. Esto nos será de utilidad para conectar información entre ambos conceptos. A su vez, la conclusión propia de la autora, nos ayudará a esclarecer el beneficio del glamping en los espacios rurales, otorgando posibilidad de expansión en aquellas zonas.
- “Glamping um novo paradigma no turismo” (Barbara Rebocho y Antónia Correia, Revista Portuguesa de Estudos Regionais, 2017): Este artículo nos permitirá ampliar la conclusión con respecto al glamping, ya que, aporta aspectos positivos para fomentar la actividad y repensar la importancia de que los turistas pueden vincularse con la comunidad local y los espacios naturales, generando interacción entre vínculos íntimos, los cuales aportan experiencias de vida significantes.
- “El glamping como alternativa de alojamiento en la comuna unión carchense, cantón santo domingo” (Frankling Jefferson Tulcan Carvajal, Universidad Técnica del Norte / Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, 2020): Este trabajo de

investigación nos servirá de base para comprender la evolución del alojamiento turístico.

## **Marco teórico**

- *Definición de Glamping*

Este término, consiste en una expresión lingüística que mezcla dos conceptos, en el idioma inglés, las cuales son “Glamorous” que en español significa “Glamuroso” y proviene del adjetivo Glamour que significa “Encanto sensual que fascina” (Real Academia Española - RAE, 1713) y “Camping” cuyo significado es “Actividad que consiste en ir de acampada” (Real Academia Española - RAE, 1713)

El Glamping ofrece la oportunidad de disfrutar de la naturaleza y la vida al aire libre, a través del camping tradicional, teniendo a disposición servicios y equipamientos de alta gama (Aragón, 2013).

Según Boscoboinik y Ejderyan (2014) el término “Glamping” reemplaza a las tiendas de campamento tradicionales. Generalmente estos se encuentran en lugares excepcionales, ecológicos, lejos de las multitudes, ubicados en lugares protegidos donde se ofrecen actividades relacionadas a su entorno.

Una de las características de aquellas personas que consumen glamping es que desean aprovechar el aire puro, el contacto con la naturaleza y disfrutar de los paisajes, no desde una tienda de lona sino desde una experiencia diferente y única, con un servicio más cercano al de un hotel cinco estrellas.

- *Definición de Turismo Rural*

La definición de Turismo Rural establecida por la Organización Mundial de Turismo (OMT, 2019), establece que las actividades relacionadas a esta modalidad se realizan en espacios con baja densidad demográfica, paisajes y ordenación territorial donde prevalecen la agricultura y la silvicultura, estructuras sociales y formas de vida tradicionales. (Organización Mundial de Turismo [OMT] 2019).

Según Vargas Túqueres (2022) el turismo rural hace referencia a todo aquello que está relacionado con el campo, incluyendo los cultivos, la tierra, la vida al aire libre, y lo relacionado

a la naturaleza. La motivación principal es el contacto con el medio natural y los recursos existentes en su entorno. Es por esta razón que la actividad se desarrolla en espacios abiertos, existiendo una relación con los habitantes de la zona.

El turismo rural es una modalidad que, desde que emergió en Francia en la década de 1950, se ha diversificado y extendido . No solo se lo identifica dentro del denominado turismo alternativo sino también como una actividad dentro del proceso de diversificación de las áreas rurales, que permite ampliar la renta de pequeños y grandes establecimientos agropecuarios. Ambos procesos comparten algo en común, promueven una valorización de lo rural a partir de la selección de ciertos elementos, prácticas de productos / alimentos, lugares / paisajes y servicios asociadas a lo rural que ingresan al mercado turístico, colocando al campo como un nuevo espacio de consumo y una experiencia totalmente novedosa desde el punto de vista turístico (Pérez Winter, & Guastavino, 2020).

El Proyecto Nacional de Turismo Rural (PRONATUR, 2008), define al turismo rural como aquella modalidad turística que se desarrolla en espacios rurales, y permitiendo al visitante adquirir conocimientos y experiencias a partir de actividades, dando como resultado la importancia de la comunidad local, sus costumbres e identidad como grupo.

- *Definición de Alojamiento Turístico*

La obtención de información sobre la Ley N° 18.828 (P.E.N, 1970) en relación con la definición de alojamiento turístico se facilita a través de dos fuentes clave en Argentina: Infoleg, un sistema de información legal en línea, y el sitio web oficial del Gobierno de Argentina, [argentina.gob.ar](http://argentina.gob.ar). Esta ley establece que el alojamiento turístico se refiere a establecimientos comerciales y físicos de uso público destinados a proporcionar hospedaje o alojamiento a personas durante un periodo definido, no menor al de una pernoctación, en una especie de casa o habitación adosada, a cambio de una tarifa preestablecida. Esta definición se aplica a lugares donde las personas se encuentran de viaje o de vacaciones. Además de lo anteriormente mencionado, se pueden sumar servicios complementarios, siempre y cuando las personas alojadas no establezcan allí su domicilio permanente."

De acuerdo con Carvajal (2020), en los tiempos donde la actividad turística no era algo masivo, hablar de "hospedaje" era sinónimo de un privilegio al que solo podían acceder pocas personas. Sin embargo, con el tiempo la actividad turística se masificó y los alojamientos turísticos comenzaron a brindar un servicio más especializado, adecuado a los diferentes tipos de viajes que realizaban las personas. También, refiere a que, en la actualidad, no se podría

imaginar un destino sin un lugar donde comer y pernoctar. Esto es el resultado de los procesos que se fueron generando a lo largo del tiempo y por lo que la industria se fue desarrollando y creciendo.

Considerando el concepto de alojamiento turístico, entendemos que este es fundamental para un destino, dado que muchas veces puede llegar a ser la motivación principal para visitar determinados destinos.

## **Hipótesis**

La práctica del glamping en la provincia de Buenos Aires presenta condiciones adecuadas para ser considerado como una nueva opción en la modalidad de turismo rural, a partir de las características que ambas experiencias proponen.

## **Tipo de investigación**

El enfoque que se aplicará en la investigación será principalmente cualitativo. Según Hernandez Sampieri (2014) “la investigación cualitativa se enfoca en comprender los fenómenos, explorarlos desde la perspectiva de los participantes en un ambiente natural y en relación con su contexto”. También afirma que este tipo de enfoque suele utilizar la recolección y análisis de los datos para que ayuden a ser precisos con las preguntas de investigación o permitan generar nuevos interrogantes en el proceso de interpretación.

El tipo de alcance de esta investigación será exploratoria y tendrá características descriptivas, ya que, se buscará especificar atributos y características importantes del glamping. Hernández Sampieri (2014) afirma que “Los estudios exploratorios se realizan cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado o novedoso y los análisis descriptivos intentan especificar las propiedades, particularidades y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, que se pretende medir o juntar información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren”.

Según lo dicho anteriormente, la temática del presente trabajo ha sido poco abordada y existe escasa información. Así mismo, se buscará indagar e identificar conceptos y variables a nivel nacional y provincial, con una perspectiva diferente.

## **Instrumento de recolección de datos**

Respecto a las fuentes de investigación, en el presente trabajo se utilizarán primarias y secundarias.

Según Sautu (2005) “Las principales estrategias para producir datos en la investigación cualitativa son, entre las fuentes primarias, la entrevista semi- estructurada y en profundidad, y la observación participante y no participante; y, entre las fuentes secundarias, todo tipo de texto escrito, cartas, documentos, biografías, registros, poemas, novelas, y otras publicaciones. Los filmes, los videos y fotografías pueden ser fuentes secundarias accesibles y disponibles para la investigación o el propio investigador puede producirlas como medidas no obstructivas en reemplazo o complementando, por ejemplo, las entrevistas u observación”.

Por medio de la investigación bibliográfica, recolectaremos datos e información secundaria. Principalmente a través de libros, tesis académicas, leyes, documentos, artículos de diarios y revistas, informes, medios audiovisuales, libros electrónicos y demás publicaciones.

Se escogerá como técnica de recolección de datos primaria a las entrevistas de tipo semiestructuradas, realizadas a propietarios de glampings en la Provincia de Buenos Aires.

# **CAPITULO I**

## *Turismo rural*

# CAPÍTULO I: TURISMO RURAL

## 1.1 Definición de turismo rural

Actualmente podemos encontrar diferentes definiciones de turismo rural, algunas de ellas son:

La definición de turismo rural establecida por la Organización Mundial de Turismo (OMT, 2019), indica que es un tipo de actividad turística en donde la experiencia del turista se relaciona con una gran variedad de productos y servicios vinculados con las actividades de naturaleza, agricultura<sup>1</sup> y vida rural. Asimismo, se establece que las actividades de turismo rural se desarrollan en entornos no urbanos con las siguientes características:

“baja densidad demográfica, paisajes y ordenación territorial donde prevalecen la agricultura y la silvicultura<sup>2</sup>, estructuras sociales y formas de vida tradicionales” (Organización Mundial de Turismo [OMT] 2019).

Corrales Bermejo (1993) afirma que el turismo rural es la “prestación de servicios turísticos, por motivos vacacionales y mediante precio, realizados en alojamientos ubicados en el medio rural”

Schneider y Verardi Fialho (2000) señalan dos características del turismo rural. La primera consiste en el potencial económico que genera esta actividad, la cual no requiere que la región, donde se desarrolla, tenga atractivos naturales extraordinarios, sino que tenga una variedad de aspectos culturales bien desarrollados como una arquitectura apreciable, una gastronomía característica y una población que conserve sus hábitos y costumbres. La segunda, está relacionada con la creación de puestos de trabajo, que surge por la variedad de actividades que se relacionan con el turismo rural. Por ejemplo, la creación de alimentos caseros (panes, pasteles, quesos, cecinas, conservas, mermeladas, dulces, miel, etc.), los restaurantes de comidas típicas, la artesanía, los paseos (de carreta y/ o a caballo), los senderos para caminatas ecológicas, entre otros. Por tal motivo, se puede afirmar que está relacionado con el “desarrollo, aprovechamiento y disfrute de nuevos productos presentes en el mercado e íntimamente relacionados con el medio rural” (García Cuesta, 1996, p.45).

Teniendo en cuenta el Proyecto Nacional de Turismo Rural (PRONATUR, 2008), el turismo rural se podría definir como “toda modalidad turístico - recreativa que se desarrolla en

---

<sup>1</sup> Agricultura: Conjunto de técnicas y conocimientos relativos al cultivo de la tierra. Recuperado de: <https://dle.rae.es/agricultura>

<sup>2</sup> Silvicultura: Conjunto de técnicas y conocimientos relativos al cultivo de los bosques o montes. Recuperado de: <https://dle.rae.es/silvicultura>

establecimientos del ámbito rural o en sus inmediaciones y que permita al visitante conocer, compartir y aprender otras costumbres y tradiciones, a través de actividades productivas y culturales cotidianas, sensibilizando sobre el respeto y valor de la identidad cultural de las comunidades y pueblos rurales”.

Asimismo Vargas Túqueres (2022) comenta que el turismo rural hace referencia a todo aquello que está relacionado con el campo, incluyendo los cultivos, la tierra, la vida al aire libre, y lo relacionado a la naturaleza. Siendo la motivación principal el contacto con el medio natural y los recursos existentes en su entorno. Es por esta razón que la actividad se desarrolla en espacios abiertos, existiendo una relación con los habitantes de la zona. De igual modo, Camou (2008) define al turismo rural como aquel que se desarrolla en espacios denominados rurales permitiendo que los individuos que visiten el destino puedan apreciar el espacio natural, así como también las actividades regionales, las cuales presentan aspectos culturales de cada lugar. Lo que motiva a los turistas a visitar este tipo de destinos es poder pasar el tiempo en espacios donde la naturaleza esté presente constantemente, estar en contacto con la población local permitiendo conocer sus valores y costumbres, y por sobre todo poder alojarse en un destino el cual esté alejado de ruidos y de las grandes ciudades.

La actividad turística brinda una gran variedad de servicios especializados en el área rural. La idea de este tipo de turismo no es solo su relevancia geográfica sino también cultural y social la cual se relaciona íntimamente con “el patrimonio cultural<sup>3</sup>, construcciones rurales, productos naturales e identidades regionales” (Boscoboinik y Ejderyan, 2014).

De acuerdo a lo expuesto anteriormente, es importante definir los distintos tipos de turismo rural que se relacionan con el glamping, ya que, cada uno de estos presenta ciertas particularidades que se diferencian entre sí. Los autores Barrera y Muñoz (2003) sostienen que “Las modalidades turísticas están más enfocadas en un tema que en otro” (p.23). Por este motivo, se ha realizado una selección detallada de todas aquellas que se vinculan con el tema principal de la tesis.

---

<sup>3</sup> Patrimonio cultural: El patrimonio cultural es un conjunto determinado de bienes tangibles, intangibles y naturales que forman parte de prácticas sociales, a los que se les atribuyen valores a ser transmitidos, y luego resignificados, de una época a otra, o de una generación a las siguientes. Recuperado de: <https://www.patrimoniocultural.gob.cl/que-entendemos-por-patrimonio-cultural#:~:text=El%20patrimonio%20cultural%20es%20un.una%20generaci%C3%B3n%20a%20las%20siguientes.>

## 1.2 Modalidades de turismo rural

<b>Modalidades</b>	<b>Definición</b>
<p><b>Agroturismo</b></p> <p>Ej: Dolores</p> <p>A 218 km de la ciudad de Buenos Aires, encontramos granjas y establecimientos rurales donde se puede aprender sobre la producción avícola y participar en actividades agrícolas o ganaderas.</p>	<p>Es fundamental que los visitantes cooperen de manera constante en los eventos que se lleven a cabo dentro de esta modalidad. De esta manera el turista podrá intervenir en actividades de cosecha y trabajo de suelo. Es importante que las familias locales brinden hospitalidad a los visitantes, para que puedan participar junto con ellos en las labores.</p>
<p><b>Ecoturismo</b></p> <p>Ej: Campana - Reserva Natural Otamendi</p> <p>A 72.9 km de la ciudad de Buenos Aires, se ubica esta reserva natural que cuenta con diferentes senderos para hacer caminatas y observar la flora y fauna autóctona.</p>	<p>En esta modalidad el fin es que los turistas interaccionen con el medio natural sin perjudicar, siendo la comunidad local la responsable de explicar la diferencia de cada entorno. La manera más efectiva de llevar esto a cabo es mediante actividades en las cuales se presente el respeto por la comunidad así como por el ambiente que los rodea.</p> <p>Destacamos que lo importante en esta modalidad son las personas, ya que se debe tener un grupo de trabajo acorde al puesto para asistir a un público que presenta previamente ciertos conocimientos de los ecosistemas que visitarán.</p>

<p><b>Turismo aventura</b></p> <p>Ej: Sierra de la ventana</p> <p>A 564 km de la ciudad de Buenos Aires, se ofrecen actividades como trekking, rappel, escalada en roca, ciclismo de montaña, canopy (tirolesa), etc.</p>	<p>Se emplea en el espacio natural para realizar actividades que causen en las personas la sensación de adrenalina y de explorar nuevos espacios nunca antes visitados. Por lo tanto se buscan destinos que no estén explotados turísticamente o donde la capacidad de personas que lo visitan no sea elevada. Las actividades son variadas y van a depender exclusivamente del medio ambiente en el cual se lleven a cabo.</p> <p>Ejemplos: rafting, cabalgatas, senderismo, ciclismo. Al momento de realizar estas experiencias, es necesario que los prestadores de estos servicios cuenten con los permisos acordes, el personal adecuado y que los elementos que se deban utilizar para cada actividad sean excelentes.</p>
---	--

**Fuente:** Elaboración propia a partir del Manual de Turismo Rural para micro, pequeños y medianos empresarios rurales (Barrera y Muñoz, 2003.)

Según párrafos anteriores, entendemos que el turismo se divide en varias ramas, una de ellas es el turismo rural. Este tipo de turismo suele llevarse a cabo en espacios rurales alejados de las grandes ciudades y las actividades que se realicen deben estar referidas a la agricultura. En esta última característica, la mirada está centrada en el cuidado del medio ambiente y en el respeto por la comunidad local. El aspecto social es fundamental, ya que, se busca la participación constante de aquellos para que el visitante pueda tener un contacto más cercano y también adquieran conciencia sobre el cuidado de los espacios naturales. La importancia de la población local para el desarrollo de este tipo de turismo es determinante, debido a que toda la comunidad debe presentar interés para que las actividades se lleven a cabo correctamente y puedan obtener beneficios económicos de los mismos.

Este tipo de turismo brinda la posibilidad de que las personas se sumerjan en la vida rural, conozcan otra cultura, formas de vida, tradiciones, gastronomía, paisajes, actividades de agricultura y ganadería, pesca, avistajes, senderismo, ciclismo, entre otros. Una de las principales características del turismo rural es que da la posibilidad de desconectarse del ritmo

acelerado de la cotidianidad urbana mientras se disfruta de la tranquilidad, y de la belleza natural.

Muchos de los alojamientos en zonas rurales permiten a los visitantes experimentar la autenticidad de la vida rural, por tal motivo los mismos suelen ser administrados por las propias comunidades locales, lo que contribuye al desarrollo económico de la región.

### **1.3 Turismo rural en la Provincia de Buenos Aires**

La Provincia de Buenos Aires se ha ido transformando en un destino de Turismo Rural, principalmente a causa de sus características territoriales y geográficas: sitios que impulsan la actividad productiva y que conviven con áreas naturales protegidas y grandes extensiones de tierra. En este sentido Silvestre, (como se citó en Perez winter y Gustavino, 2020) explica que las estancias fueron los primeros lugares rurales en adaptarse para ser utilizados como destinos turísticos. La estética y relevancia de dichos espacios generó un valor patrimonial, por lo que muchos de ellos se conservan hasta la actualidad de forma exacta como en el siglo 18.

En algunos de estos espacios se permite realizar eventos privados como cumpleaños o casamientos, reservando la totalidad del lugar, otorgándole de esta forma una nueva posibilidad al destino para que se dé a conocer. La importancia que se le busca brindar a las estancias es el valor patrimonial mediante la historia y las características estéticas, las cuales otorgan prestigio y lujo a las prestaciones ofrecidas (Perez winter y Gustavino, 2020).

Al mismo tiempo, a raíz de la pandemia por el Covid-19, los espacios abiertos y al aire libre se han convertido en una tendencia elegida por los turistas. De esta forma se da el crecimiento del turismo rural respetando, cuidando, conservando y sosteniendo el área y medio ambiente que lo rodea debido a que es esto es su sustento y atractivo principal. (Gobierno de la provincia de Buenos Aires, 2021)

Tal y como afirma Galmarini (2020):

*“En diferentes municipios de la provincia de Buenos Aires se pueden identificar nuevos usos del territorio y actividades económicas que coexisten con las actividades tradicionales relacionadas con la agricultura y la ganadería. En muchos casos estas actividades relacionadas con el turismo rural se transformaron en complementarias a las tradicionales y fueron generadoras de ingresos y empleos adicionales” (p.8).*

Para que el turismo rural se logre posicionar cada vez más en el mercado turístico, Pérez Winter y Gustavino (2020), determinan que debe requerir el apoyo de organismos públicos

como privados, siendo el objetivo principal de ambas partes, el aporte favorable a la creación y desarrollo de esta modalidad turística.

### 1.4 Oferta de turismo rural en la Provincia de Buenos Aires

Dentro de la Provincia de Buenos Aires, encontramos algunos sitios que se dedican a la práctica de este tipo de turismo, algunos de ellos son:



Fuente: Elaboración propia

Como se puede notar en el cuadro, se ofrece una amplia gama de experiencias para los visitantes. En cada sitio se brinda una diversidad paisajística y cultural distinta, lo que convierte a cada uno de ellos en un sitio atractivo para todo aquel que busca disfrutar del aire libre y ser parte de la vida rural.

Además de las actividades relacionadas con el campo, este tipo de turismo, dentro de la provincia de Buenos Aires, ofrece la posibilidad de conocer paisajes naturales llamativos que

van desde llanuras, campos de cultivo hasta sierras y lagunas. Esto se debe a la gran diversidad de entornos naturales que dan lugar a actividades al aire libre como senderismo, pesca, paseos o avistajes. Sumado a lo ya dicho, existe la posibilidad de conocer y experimentar la cultura local, debido a que muchos establecimientos dan la oportunidad de que los turistas puedan aprender sobre tradiciones y costumbres de la zona, haciéndolos participar de festividades locales y disfrutar de la gastronomía local. Esto da lugar a sumergirse en la cultura local obteniendo una experiencia auténtica.

En conclusión, el turismo rural es un tipo de turismo que permite experimentar la vida rural de cerca, disfrutar de los entornos naturales, de una amplia variedad de actividades al aire libre, de la posibilidad de degustar comida tradicional, interactuar con la comunidad local permitiendo acercarse a las costumbres locales.

Esta es una experiencia que permite aprender y relajarse sumergiéndose completamente en el entorno.

# **CAPITULO II**

## *Glamping*

# CAPÍTULO II: GLAMPING

## 2.1 Definición de glamping

Glamping es expresión lingüística que fusiona dos conceptos: En el idioma inglés, “glamorous” se traduce al español como “glamuroso” y proviene del adjetivo “glamour”, que se refiere al “encanto sensual que fascina”, según la Real Academia Española (RAE, 1713). Por otro lado, “camping” significa “actividad que consiste en ir de acampada” (RAE, 1713).

Este término proviene de la Edad Media<sup>4</sup> (siglo V -XV) donde los reyes y nobles realizaban viajes transportando diversos objetos ostentosos y tiendas de campaña, en las cuales depositaban todo aquello que trasladaban. Las mismas presentaban una infraestructura cómoda y lujosa, como si estuviesen en sus palacios. Este tipo de tiendas eran reconocidas como “palacios móviles” (Acosta, 2018). Así mismo, Paradelo aporta (como se citó en Tschrister, 2018) que los viajes realizados por los reyes, en donde transportaban sus lujosas carpas, eran llevados a cabo por motivos de visita a regiones bajo su dominio, para conquistar nuevos terrenos o también para liderar a sus ejércitos.

En el artículo “Glamping: Un nuevo concepto de Turismo Rural”, Boscoboinik y Ejderyan (2014) afirman que:

*“Esta nueva forma de alojamiento se inició en África, y se extendió rápidamente a otros países de Asia, Oceanía, América del Norte y del Sur, Oriente Medio, y en los últimos años también se encontró una fuerte dinámica en Europa”.*

A su vez plantean que se trata de un alojamiento elegante y ecológico, ubicado preferentemente en lugares protegidos, y que, disponen de nuevos diseños y nombres. La importancia no solo es el lujo que brindan dichos espacios, sino también apreciar la naturaleza y salir de la rutina.

Arenado Rodriguez (2020) sostiene que: “El glamping es un tipo de alojamiento sostenible<sup>5</sup>, ubicado en un medio natural que ofrece privacidad, tranquilidad y conexión con la naturaleza. Brinda las comodidades típicas de un hotel, con el agregado de la cercanía y atención personalizada por parte del propietario”

---

<sup>4</sup> La Edad Media es el período de la historia comprendido entre la caída del Imperio Romano de Occidente, en 476 d. C., y la llegada de los españoles a América, en 1492. Este periodo histórico se encuentra entre la Edad Antigua y la Edad Moderna. Recuperado de: <https://humanidades.com/edad-media/#ixzz87FPF9CpU>

<sup>5</sup> Sostenible: Especialmente en ecología y economía, que se puede mantener durante largo tiempo sin agotar los recursos o causar grave daño al medio ambiente. Recuperado de: <https://dle.rae.es/sostenible>

Gavala (como se citó en Arenado, 2020) menciona que este tipo de alojamiento es reconocido a nivel mundial, ya que, no es únicamente una moda, sino que es una nueva forma de viajar. En la misma línea, Arenado (2020) afirma que comercializar “experiencias” es satisfacer la necesidad de una demanda que huye de la masificación, de lo convencional y ofrece al turista la oportunidad de explorar el destino de una forma personalizada y diferente.

## 2.2 Características del glamping

En virtud de un mercado que busca cada vez más contacto con la naturaleza, en los últimos años se han “originado” diferentes tipos de alojamiento sin dejar de lado la comodidad y el glamour para aquellas personas que desean disfrutar del aire libre sin renunciar a ciertos privilegios. De esta forma surge el glamping, como una forma de alojamiento que cumple con estas características y que se ha posicionado en el mercado hotelero. El glamping brinda la experiencia de alojarse en espacios poco comunes pero que no dejan de ser confortables, permitiendo que los huéspedes disfruten de las comodidades sin realizar ningún tipo de esfuerzo independientemente del sitio donde se encuentren.

Carvajal (2020) afirma, “estos lugares son excepcionales, lejos de las multitudes de turistas, donde se ofrecen actividades originales bien integradas a su entorno”. Es decir, el glamping ofrece la oportunidad de disfrutar de la naturaleza, la vida al aire libre, a través del camping tradicional, teniendo a disposición servicios y equipamientos sofisticados. Como, por ejemplo, calefacción, cama king size, ropa de cama limpia, baños privados internos y al aire libre, restauración, servicios exclusivos, zonas de relajamiento, entre otras cosas (Aragón, 2013).

Para Agostina, propietaria de Moray:

*“ Aunque no se si glamour es la palabra que yo usaría para el glamping que yo quiero tener, sino de confort, que tengas comodidad, que se pueda dormir bien y la experiencia, que es lo principal. No es lo mismo que quedarse en un hotel, no podemos decir que es un “hotel en el campo” porque para eso están los hoteles de campo. Esta es una experiencia distinta y el hecho de que se haga en tienda safari, que es la modalidad que tengo yo, me gusta mucho más porque tiene que ver con lo que es el camping, pero teniendo todo el confort de la electricidad, luz, calefacción. Tenés un montón de comodidades que en una carpa tradicional no las tenés.”*

Podemos destacar que el glamping es un tipo de alojamiento que ha ganado un impulso significativo en los últimos años, priorizando la creación de una experiencia exclusiva y única para los viajeros. Este enfoque se refleja en la calidad de los servicios que ofrece y en su compromiso activo con la preservación del medio ambiente.

En este contexto, el glamping no se limita simplemente a proporcionar un alojamiento. Es una práctica completa que combina varios factores. Su objetivo es brindar a los viajeros una experiencia única a través de los servicios que brinda, la comodidad de sus alojamientos en espacios naturales y tranquilos, la oferta de actividades, ya que, muchos de ellos están preparados para ofrecer múltiples opciones de entretenimiento, la atención a los detalles, entre otras cuestiones que van más allá de las experiencias convencionales y físicas.

Contribuyendo a esta idea, Matías Gracia, dueño de *Refugio Natural Glamping*, afirma que la definición de glamping es “acampar con lujos” pero que tanto él como los gerentes buscan otorgarle al visitante nuevas experiencias alojándose en una carpa de una forma cómoda sin la necesidad de tener experiencia en el armado de carpas y los elementos específicos que se requieren para dicha tarea. Además, lo que propone este glamping, es que cada visitante cuente con su propio espacio para no perturbar la estadía de la otra persona, por eso los espacios deben ser amplios. En el interior de cada carpa cuentan con diversas comodidades como sillón, sillas, mesa, cargador usb, entre otros. Lo que buscan mediante esta nueva experiencia es una idea híbrida, que se adapte tanto para jóvenes como adultos.

En resumen, el glamping se ha convertido en una opción de alojamiento que se distingue por proporcionar experiencias excepcionales y cuidar el entorno en el que se encuentra.

Otra de las características más destacables de los glampings, es que suelen seguir principios y prácticas asociadas al turismo sostenible. Arenado Rodriguez (2020) destaca la creciente relación entre el turismo y la sostenibilidad, especialmente en los tipos de turismo que se desarrollan en entornos naturales o rurales, donde la conservación y preservación de los recursos naturales y culturales, se convierte en una prioridad, según menciona la autora.

Consideramos que la relación entre el turismo sostenible y el glamping radica en el enfoque que tienen en la preservación del entorno natural y en proporcionar experiencias únicas y respetuosas con el medio ambiente que los rodea.

Su crecimiento en los últimos años es el resultado de su capacidad de satisfacer las necesidades de los viajeros contemporáneos que buscan vivir momentos en sitios no conocidos sin perder comodidades y seguridad. Se está posicionando como una alternativa que combina varios factores como el lujo, la naturaleza, la aventura, lo hogareño, el descanso, entre otros, que ofrecen una forma innovadora y sostenible de viajar y de explorar nuevos lugares.

Si bien en la actualidad el glamping es visto como un tipo de hospedaje que ofrece a sus huéspedes una experiencia única, su principal atractivo es que se encuentra ubicado en espacios naturales con baja densidad poblacional, sin contaminación sonora y visual, lo que garantiza una práctica inmersiva en la naturaleza. La construcción de este es de baja escala y de pocas plazas, permitiendo que su traslado se pueda llevar a cabo de una manera más accesible hacia otras áreas, con el objetivo de preservar la privacidad del cliente, otorgándoles diversas comodidades dentro del mismo espacio donde se hospedan. Esto genera que el servicio ofrecido se diferencie de la oferta de la hotelería tradicional (Cadena Weidmann, 2020).

Por tal motivo, los destinos elegidos para llevar a cabo el glamping suelen ser parques nacionales, zonas montañosas, campos, bosques, selvas, playas, desiertos o jardines. (Tschrister, 2018). Lugares donde la experiencia de conexión con la naturaleza es un eje fundamental.

El glamping, a pesar de ofrecer lujo y comodidad, tiene como objetivo principal el cuidado de los espacios naturales donde se desarrolla la actividad. Por lo que, en términos generales, los propietarios y empleados de este tipo de alojamiento llevan a cabo un control de la energía eléctrica y el agua que se consume, así como también de la basura que es desechada. Se busca que la infraestructura pase desapercibida y se involucre con el ambiente que lo rodea, de esta forma las instalaciones se diseñan exclusivamente para no perturbar el paisaje (Tomaello, 2019).

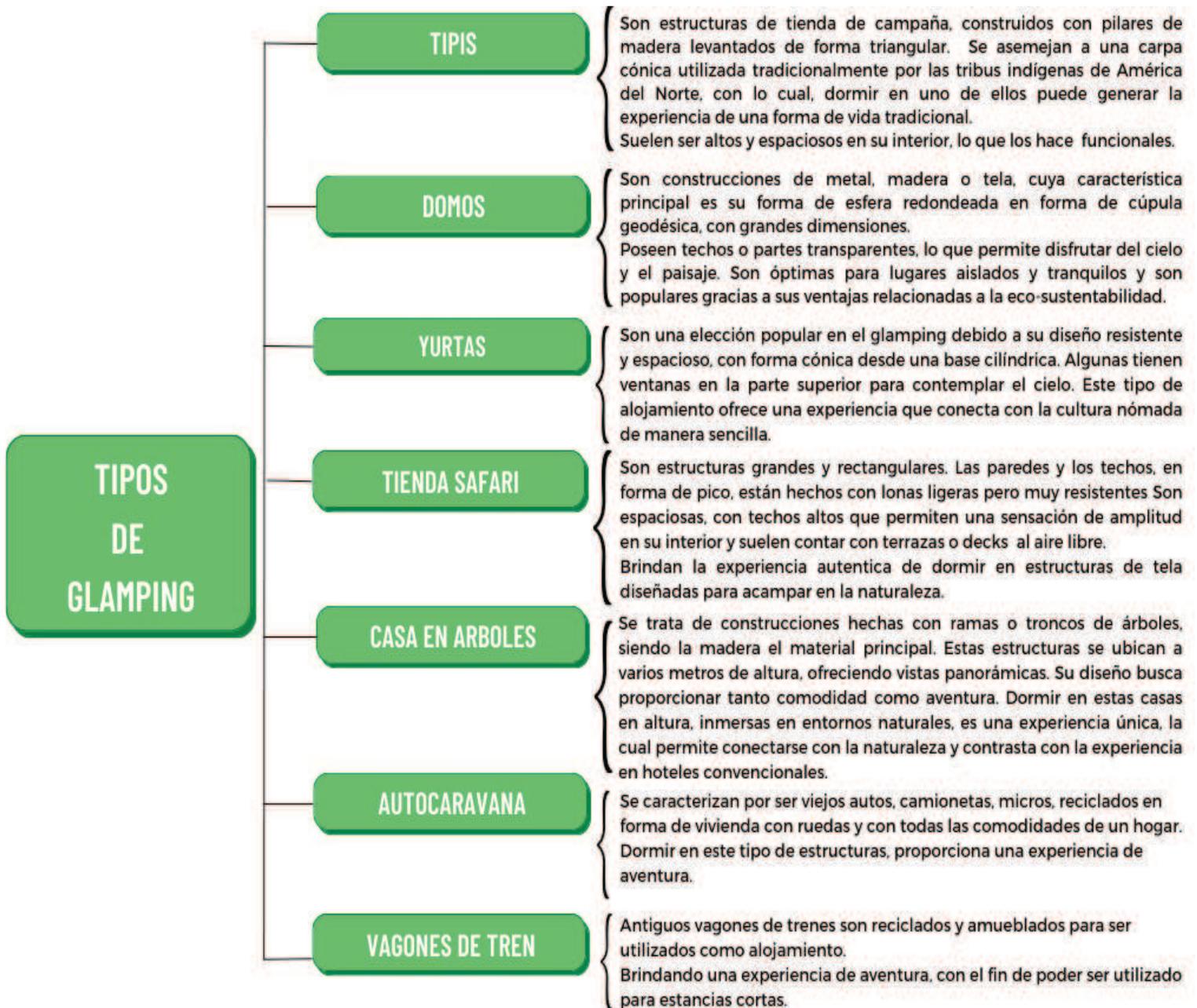
El glamping más allá de ser un alojamiento turístico, se destaca por ofrecer una experiencia en sí misma, ya que busca la conexión del lujo con la naturaleza. Cada elemento, desde la ubicación en la que se encuentra, las características de la infraestructura, los servicios de alta calidad y las actividades ofrecidas, están diseñados para proporcionar a los viajeros una experiencia única e inolvidable.

### **2.3 Tipos de glamping**

Los glampings, se distinguen por su diversidad en cuanto a infraestructura y diseño. Es esencial resaltar que estos alojamientos deben mantener una armonía con su entorno, evitando cualquier impacto negativo en el medioambiente circundante (Solis 2014).

Según Cadena Weidman (2020) y Batistteza (2021), el glamping ofrece múltiples opciones y formas de alojamiento.

A continuación se expondrán algunos ejemplos de los tipos de glamping disponibles, cuya elección dependerá de las preferencias personales de cada viajero y del entorno natural en donde se encuentren: (Anexo A - figura 1 a 10)



Fuente: Elaboración propia.

Existen diferentes tipos de glampings según la demanda a la que apuntan y difieren en términos de diseño, arquitectura, ambientación y servicios ofrecidos.

En cuanto a las comodidades, los glampings ofrecen una variedad de servicios para sus huéspedes, como desayunos y opciones de pensión completa, en donde pueden ofrecer la gastronomía local. Además, suelen disponer de instalaciones como piscinas, solárium, jacuzzis, saunas, spas, hidromasaje, áreas de parrillas, zonas de entretenimiento, restaurantes, servicios de lavandería y conectividad wifi.

Asimismo, los itinerarios suelen incluir actividades complementarias como senderismo, kayak, cabalgatas, excursiones a pie, ciclismo, rafting, safaris, entre otras.

Los alojamientos varían según el tipo de glamping, según su espacio y diseño pueden contar con habitaciones simples, dobles, familiares, para huéspedes fumadores o no fumadores, con configuraciones que incluyen una o varias camas, livings, terrazas, baños, y todo lo necesario para que los turistas disfruten del entorno sin esfuerzos adicionales (Solis, 2014)

## **2.4 Oferta del glamping**

Ramirez (2021) refiere que el glamping como una nueva experiencia de alojamiento turístico, ofrece la oportunidad de tener contacto con el medio natural, preservando las comodidades similares a las de un hotel convencional. Por otra parte, la autora afirma que a raíz del COVID 19, se produjo un cambio en la percepción de los espacios rurales, lo cual generó que los turistas consideren a estos como un sitio de escape, preservando su salud al practicar actividades recreativas al aire libre. De esta forma, concluye la idea de que la mayoría de los glampings se ubican en zonas rurales, fomentando no solo la comercialización de un producto “híbrido” sino también una nueva práctica, en el cual se fusiona un alojamiento de alta categoría con actividades recreativas relacionadas con lo rural, brindándole un valor agregado al servicio ofrecido, y ajustándose al turista actual.

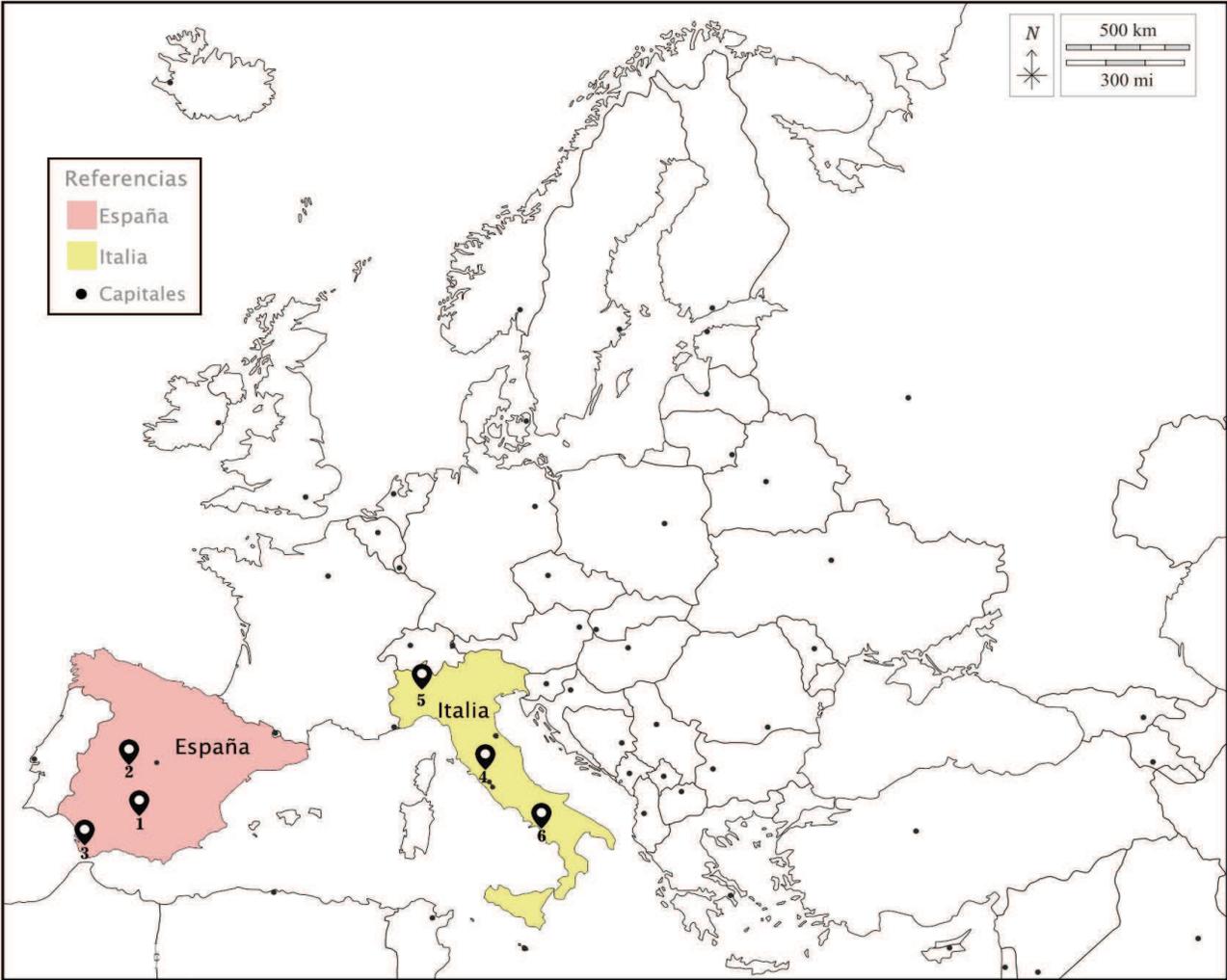
A continuación se hará mención del glamping a nivel internacional y nacional:

### **2.4.1 Oferta a nivel internacional**

Con respecto al glamping a nivel internacional, se ha podido observar que es un tipo de alojamiento que está en auge, visto que los nuevos valores de consumo están enfocados en el cuidado y preservación del medio ambiente. Es así como los turistas generan que los empresarios del rubro hotelero busquen alternativas diversas para cumplir dichas expectativas.

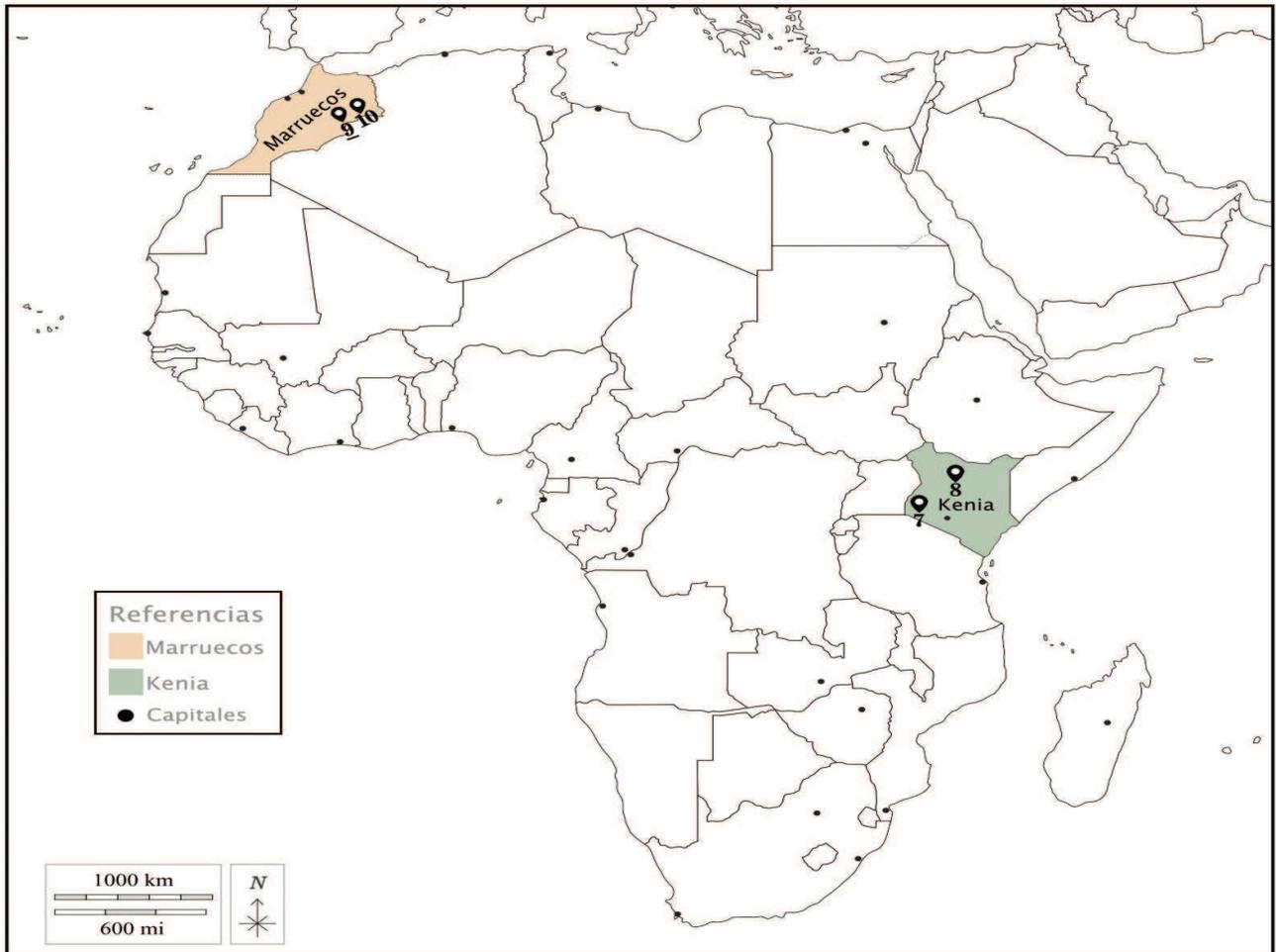
A modo de ejemplo, se ha realizado un listado de los glamping más reconocidos a nivel internacional, dividido por continentes.

Europa



Fuente: Elaboración propia.

# África



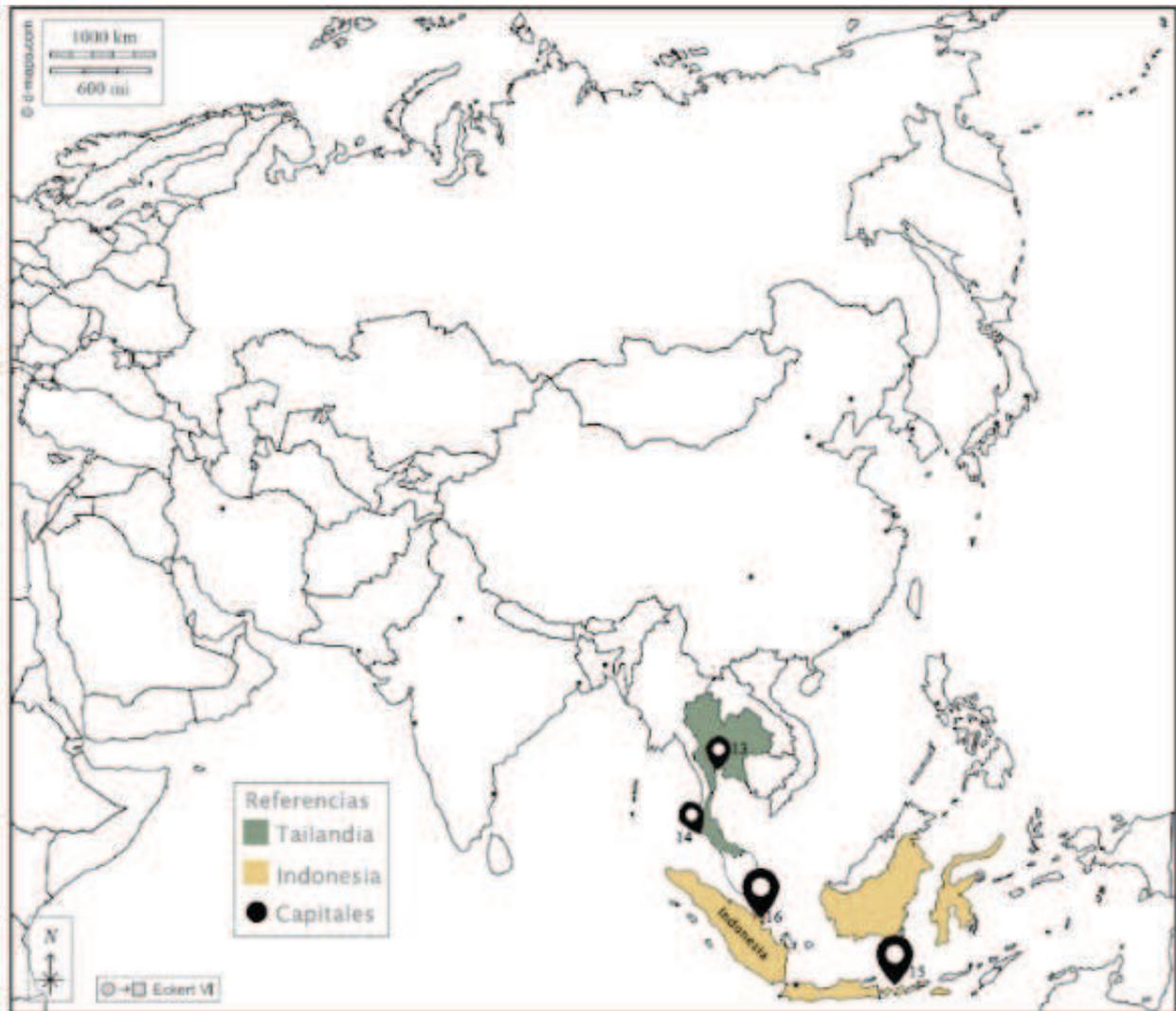
Fuente:Elaboración propia.

## Oceanía



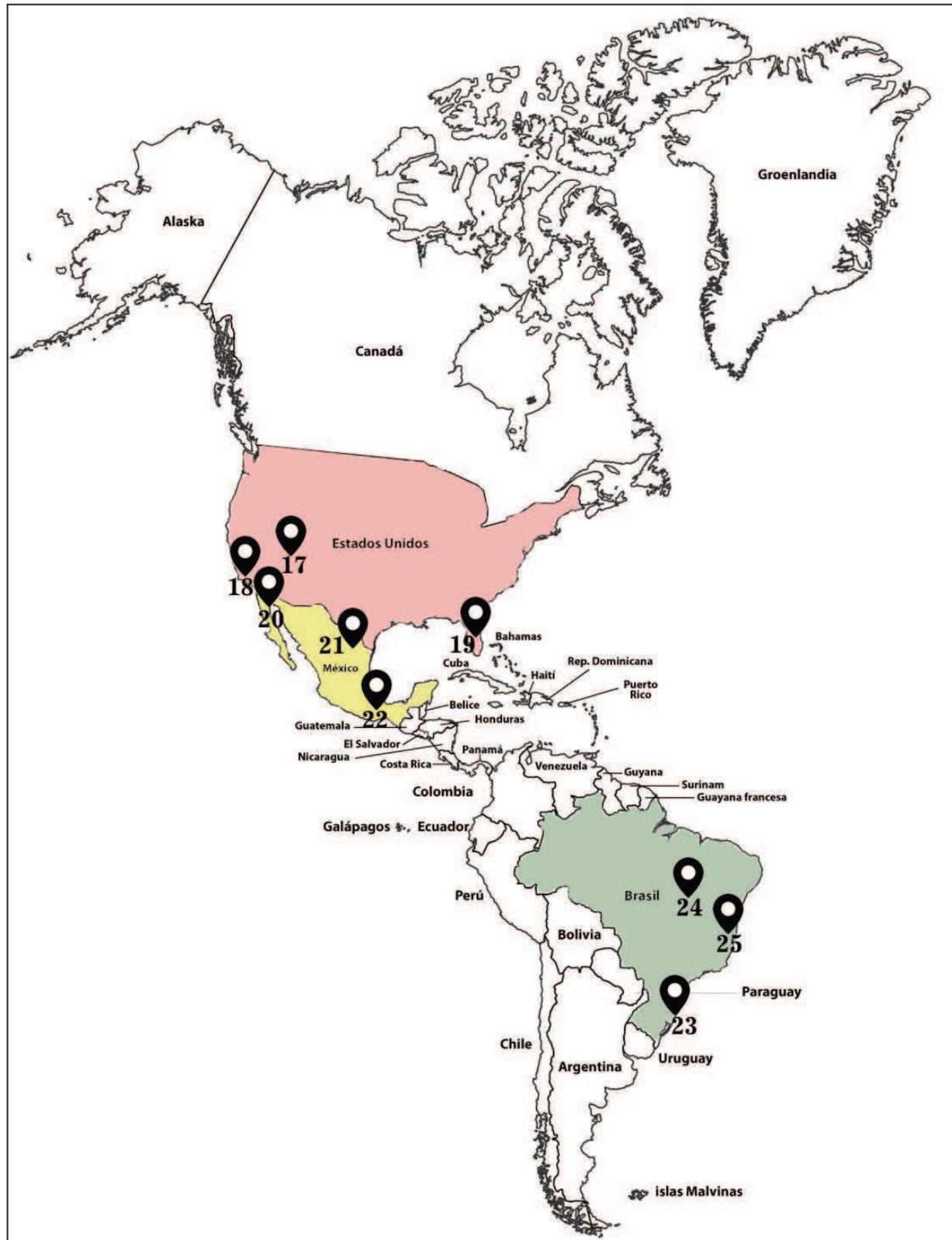
Fuente: Elaboración propia.

## Asia



Fuente: Elaboración propia.

## América



Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.

## 2.4.2 Oferta a nivel nacional

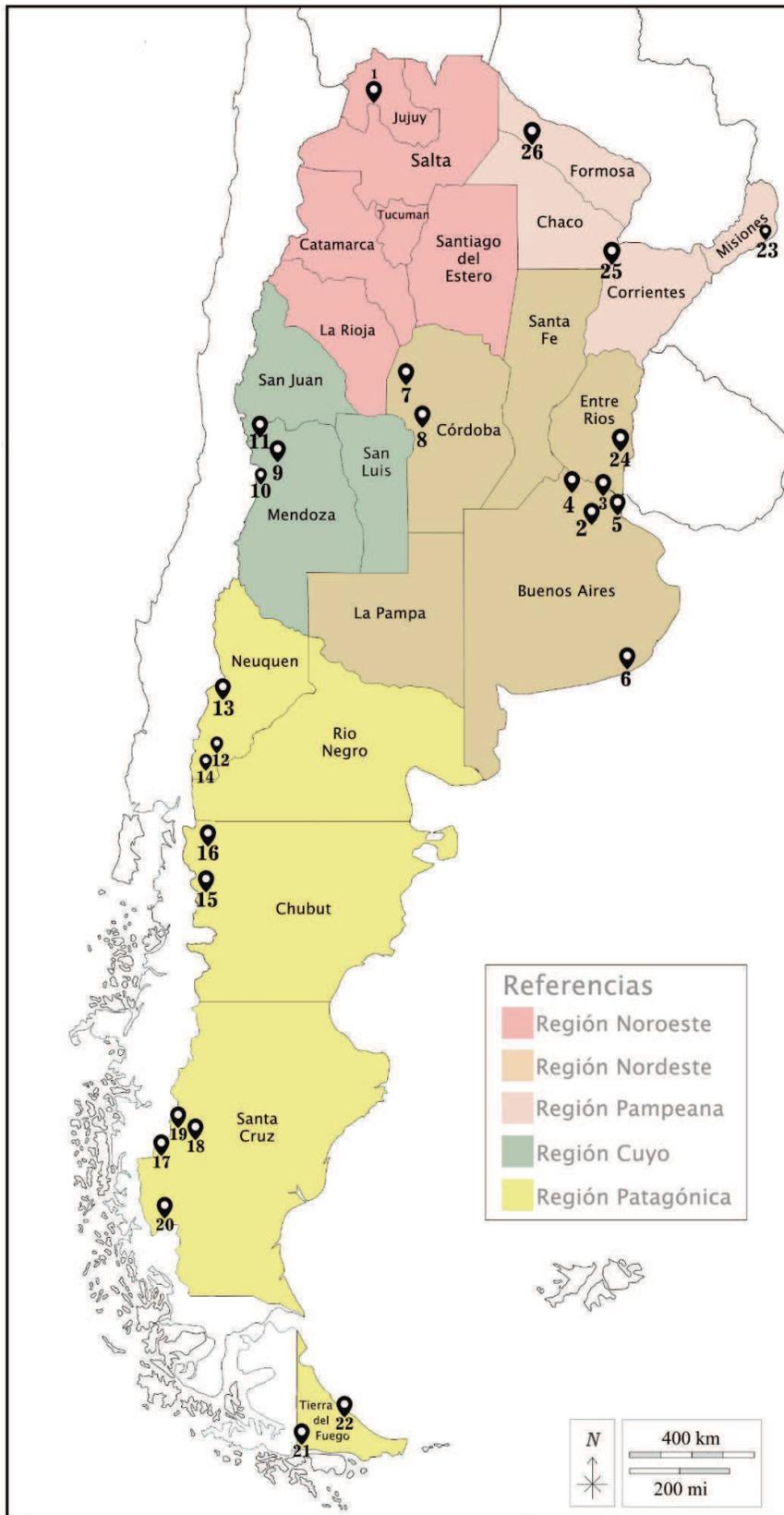
La hotelería relacionada con el glamping está experimentando un crecimiento notable y será una forma de alojamiento que persistirá en el tiempo. Por tal motivo, se ha decidido realizar un mapa el cual expone algunos de los glampings más conocidos de la Argentina, divididos por regiones, dado que permitirá una mejor interpretación.

Las regiones en argentina son las siguientes:



Fuente: Elaboración propia.

Al tener en claro la composición de las regiones, podemos ubicar en cada una de ellas algunos de los principales glampings establecidos en la Argentina:



Fuente: Elaboración propia

## GLAMPING - NIVEL NACIONAL

### REGIÓN NOROESTE

**1. Pristine Camps**  
Salinas Grandes, Jujuy  
Tipo de glamping: Domo

### REGIÓN NORDESTE

**23. Moconá Falls Glamping & Eco Experiences**  
El Soberbio, Misiones.  
Tipo de glamping: Domo

**24. Glamping del Monte**  
Gualeguaychú, Entre Ríos.  
Tipo de glamping: Tienda de lona

**25. Glamping - La brava.**  
Corrientes.  
Tipo de glamping: DOMOS

**26. Glamping Los Palmares**  
El Impenetrable, Chaco.  
Tipo de glamping: Tienda de lona

### REGIÓN PAMPEANA

**2. Refugio Natural**  
Lobos, Prov de Buenos Aires  
Tipo de glamping: Tienda de lona

**3. Saimon's**  
Pilar, Prov de Buenos Aires  
Tipo de glamping: Domo

**4. Moray**  
San Andrés de Giles, Prov de Buenos Aires  
Tipo de glamping: Tienda de lona.

**5. Puesto viejo**  
Cañuelas, Prov de Buenos Aires  
Tipo de glamping: Tienda de lona

**6. Domo House**  
Miramar, Prov de Buenos Aires  
Tipo de glamping: Domo.

**7. Dos Aguas, natural**  
Capilla del monte, Córdoba  
Tipo de glamping: Domo

**8. Aguada de Lunas, luxury camp**  
Amboy, Córdoba  
Tipo de glamping: Domo

### CUYO

**9. Denmoza Eco Lodge**  
Potrerillos, Mendoza  
Tipo de glamping: Domo

**10. Al pasión Lodge**  
Valle de Uco, Mendoza  
Tipo de glamping: Domo

**11. Domos Uspallata**  
Uspallata, Mendoza  
Tipo de glamping:

### PATAGONIA

**12. Nordisk Patagonia**  
Neuquén, San Martín de los Andes  
Tipo de glamping: Tienda de lona

**13. Elco Domo**  
Neuquén, Villa Pehuenia  
Tipo de glamping: Domo

**14. Las Ramblas Glamping**  
Neuquén, Villa La Angostura  
Tipo de glamping: Domo

**15. El Aura Lodge**  
Esquel, Chubut  
Tipo de glamping: Domo.

**16. Huemules - Reserva de montaña**  
Esquel, Chubut  
Tipo de glamping: Domo.

**17. Chalten Camp**  
El Chalten, Santa Cruz  
Tipo de glamping: Domo.

**18. Patagonia Eco Domes**  
El Chalten, Santa Cruz  
Tipo de glamping: Domo.

**19. Refugio Valle del Crestón**  
El Chalten, Santa Cruz  
Tipo de glamping: Domo.

**20. Adventure Domes**  
El Calafate, Santa Cruz  
Tipo de glamping: Domo.

**21. Llanos Eco Lodge**  
Ushuaia, Tierra del Fuego.  
Tipo de glamping: Domo

**22. Domos de la Estancia**  
Río Grande, Tierra del Fuego.  
Tipo de glamping: Domo

## **2.5 Marco legal del glamping**

Desde el punto de vista legal, el glamping es considerado solamente como una modalidad de alojamiento y aún existen pocas leyes o reglamentaciones que regulen su correcto funcionamiento.

El autor Gavala (en Arenado Rodriguez, 2020), comenta que a raíz de que el glamping se encuentra en crecimiento, es merecedor de que se lo trate como un campo específico que agrupe naturaleza, lujo, experiencia y turismo. Por este motivo, este autor opina que es necesario que exista una legislación propia y un marco regulador para que su funcionamiento sea ordenado y claro. Tschrister (2018) afirma que, como ya hemos hecho mención, el glamping es una tendencia en auge en lo que respecta a los alojamientos turísticos.

### **2.5.1 Marco legal a nivel nacional.**

En Argentina, se regula principalmente bajo legislaciones correspondientes al camping y a su vez, dependen mayormente de la normativa vigente de cada provincia. Esto sucede en virtud de que “cada provincia dicta su propia constitución, conforme a lo dispuesto por el artículo 5° asegurando la autonomía municipal y regulando su alcance y contenido en el orden institucional, político, administrativo, económico y financiero.” (Constitución de la Nación Argentina, 1995, Artículo 123).

A continuación haremos mención de algunas leyes y reglamentaciones relacionadas directa e indirectamente con el presente trabajo:

En Argentina, el turismo se regula bajo la Ley Nacional de Turismo N.º 25.997 (2005). La misma tiene como objetivo:

*“El fomento, desarrollo, promoción y regulación de la actividad turística mediante la determinación de los recursos necesarios para la creación, conservación, protección y aprovechamiento de los recursos turísticos nacionales, resguardando el desarrollo sustentable y la optimización de la calidad, estableciendo los mecanismos de participación y concertación de los sectores público y privado”.*

Esta ley declara de interés nacional al turismo como “actividad socioeconómica, estratégica y esencial para el desarrollo del país”.

Por otra parte, la Ley Nacional de reglamentación hotelera N° 18.828 (1970) establece la normativa que deben cumplir los establecimientos turísticos para su inscripción y clasificación,

cuya información detallada se obtiene a través de dos fuentes: Infoleg (sistema de información legal en línea) y el sitio web oficial del Gobierno de Argentina (argentina.gob.ar)

*“Los establecimientos comerciales en zonas turísticas o comprendidas en planes nacionales de promoción del turismo y los que por sus características el órgano de aplicación declare de interés para el turista, que ofrezcan normalmente hospedaje o alojamiento en habitaciones amuebladas, por períodos no menores al de una pernoctación, a personas que no constituyan su domicilio permanente en ellos, quedan sujetos a la presente ley y a las normas que se dicten en su consecuencia, sin perjuicio de las reglamentaciones locales en cuanto no se les opongan”.* (Ley Nacional de reglamentación hotelera, art. 1, 1970).

A su vez, podemos destacar las normas sectoriales IRAM-SECTUR, creadas por la Secretaría de Turismo de la Nación (SECTUR) y el Instituto de Normalización y Certificación (IRAM) en el año 2007. Estas normas “consideran de forma integral los principales aspectos que hacen a la prestación de servicios: la gestión de la calidad, la gestión ambiental y la gestión de seguridad.” (Cámara Argentina de Turismo [Cat], 2009)

Entre estas normas, podemos destacar las vinculadas con los tipos de alojamientos que más se relacionan con el trabajo en cuestión:

Normas Iram-Sectur Argentina

- IRAM-SECTUR 42200 – Hotelería.
- IRAM-SECTUR 42240 – Campamento ("Camping").
- IRAM-SECTUR 42250 – Alojamiento rural.

### **2.5.2 Marco legal a nivel provincial**

Es fundamental destacar que en la ciudad de San Carlos de Bariloche, provincia de Río Negro, se promulgó la ordenanza 3132-CM-19, la cual modificó la ordenanza 1526-CM-05 e incorporó la modalidad de glamping. Esta ordenanza regula esta modalidad de alojamiento, estableciendo las características principales que deben cumplir todos los establecimientos que la utilizan, priorizando el turismo sostenible. En sus fundamentos se afirma que: “El glamping es una nueva modalidad de alojamiento que se impone a nivel mundial, la cual combina lo agreste y lo natural de campamento, con el glamour de un hotel cuatro o cinco estrellas, permitiendo al viajero estar en contacto con la naturaleza sin sacrificar comodidades”

Otra provincia pionera en regular oficialmente este tipo de alojamiento es Mendoza, a través de la Resolución 12/2021. Por medio de esta resolución, se incorpora al glamping como “alojamiento no categorizable” En dicha resolución, se define al glamping como “los servicios de alojamiento en habitáculos en contacto con la naturaleza, recreando la acción de acampar pero con comodidades propias de la hotelería, que colaboran en la reducción del impacto ambiental a partir del uso de energías alternativas y renovables”. (Resolución 12, art 3.1.5.2, 2021). Asimismo, la resolución indica que todos los alojamientos de esta categoría deben adoptar los principios de sostenibilidad, accesibilidad y calidad.

En la Provincia de Buenos Aires no se han encontrado leyes específicas que regulen la actividad del glamping. Tal y como menciona Matías en la entrevista, al momento de inscribirse como alojamiento turístico tuvo que realizarlo bajo la categoría de “camping”, y comenta que al momento de completar formularios relacionados con su alojamiento, debe catalogarlo como “alojamiento rural” o “camping”, debido a que la categoría de glamping no se encuentra disponible.

En este sentido, es importante mencionar que los “campings” o “campamentos turísticos” si se encuentran regulados en la Provincia de Buenos Aires.

La ley que establece los requisitos para funcionar como camping en la provincia de Buenos Aires es la Ley 13.531, la cual dispone los lineamientos generales básicos que los “campamentos turísticos o campings” de la provincia de Buenos Aires deben cumplir. La obtención de información sobre esta Ley se facilita a través del sitio web oficial de la provincia de Buenos Aires, que proporciona acceso a la legislación y normativas vigentes en la provincia ([normas.gba.gob.ar](http://normas.gba.gob.ar)).

En resumen, la ausencia de una regulación específica para el glamping en la Provincia de Buenos Aires, que regule de manera precisa esta modalidad de hospedaje genera un dilema y desafíos significativos para quienes desean registrar sus establecimientos de glamping como alojamiento turístico, por causa de que no existe una categoría específica para ello.

A su vez, repercute en el funcionamiento general de este tipo de alojamiento, ya que no existe una base legal sólida que defina los requisitos y condiciones que deben cumplir los establecimientos para operar de manera efectiva. Este enfoque, si bien permite la operación de estos emprendimientos, no refleja adecuadamente la naturaleza única del glamping como experiencia de hospedaje.

El glamping se distingue por combinar el confort y el lujo junto con la experiencia de inmersión en entornos naturales, y su regulación es fundamental para garantizar la calidad y la seguridad de dicha experiencia.

# CAPITULO III

Parte I: Paralelismos entre la experiencia del glamping y el turismo rural

Parte II: Análisis del trabajo de campo

# CAPÍTULO III

## **Parte I: Paralelismos entre la experiencia del glamping y el turismo rural.**

### **3.1 Comparación entre glamping y turismo rural: Similitudes y diferencias.**

Las características en común que encontramos entre el glamping y el turismo rural son la conexión con el medio natural y el cuidado del mismo, lo que contribuye significativamente a enriquecer la experiencia de los viajeros. Es fundamental que los visitantes puedan disfrutar y sumergirse en una experiencia vivencial auténtica, conectando con lo local de cada lugar, sin causar contaminación ni alteración de los paisajes naturales, ya que, ambos suelen ofrecer programas educativos y actividades que buscan generar conciencia sobre la importancia de la conservación y sostenibilidad.

En ambos casos, una de las principales motivaciones es alejarse de las grandes ciudades y buscar la tranquilidad en sitios con menor densidad demográfica y paisajes naturales.

Tomando como ejemplo a Yamay, su propietario comenta que su glamping es una nueva experiencia que junto al turismo rural promueven el cuidado y uso responsable de la tierra. Donde se ha desarrollado construcciones naturales que se relacionen con el campo, ubicado en las cercanías de la ciudad para que sea accesible donde las personas puedan disfrutar de una propuesta distinta de los establecimientos rurales clásicos.

En este sentido, el glamping se destaca como un tipo de alojamiento turístico el cual se define por la experiencia que le brinda a los viajeros mediante la exclusividad de los servicios que ofrece y procurando generar propuestas para el cuidado del medio ambiente.

En cuanto al turismo rural, es notable que comparten rasgos distintivos, lo que convierte al glamping en una excelente opción para que cada vez más espacios rurales consideren su incorporación como una nueva forma de hospedaje. Esta elección no solo enriquece la oferta turística en entornos rurales, sino que también brinda a los viajeros la posibilidad de realizar actividades al aire libre con la posibilidad de explorar y disfrutar de la belleza natural. Esto se puede ver reflejado en lo que comenta Agustina, propietaria de Moray. Ella aclara que en su glamping las personas salen a caminar o andar en bicicleta, buscan disfrutar del campo que los rodea y de las actividades de agricultura y ganadería, generando nuevas experiencias que se encuentran en el entorno rural.

Así mismo, se fomenta el conocimiento y el apoyo a las comunidades locales, ya sea a través de la compra de productos regionales o la participación en actividades culturales y sociales. De esta manera, la población local suele involucrarse en la iniciativa de venta de dichos productos o en la organización de eventos culturales y sociales, lo que genera nuevas fuentes de empleo y actividades que permiten a los turistas establecer un contacto directo y enriquecedor con la comunidad local. Con respecto a este punto Marcelo, propietario de Yamay, aclara que ellos se enfocan a lo social, desarrollando fuentes de trabajo para aquellos que quieran quedarse en el pueblo. Además, colaboran con productores locales habilitando una tienda de comercio justo.

En resumen, tanto el glamping como el turismo rural ofrecen experiencias únicas en los entornos naturales bonaerenses, contribuyendo al disfrute y la conservación de estos espacios.

En cuanto a las diferencias, las hemos identificado a través del análisis de las entrevistas, donde los entrevistados nos han planteado diversos puntos de vista.

En el caso de Yamay, por ejemplo, Marcelo busca desvincularse del término "glamping". El considera que el mercado turístico utiliza dicho concepto para aumentar sus ventas, es decir, solo se le muestra al cliente la parte hotelera y no la experiencia completa. Por tal motivo busca mediante la permacultura, alejarse de a poco del concepto de glamping como alojamiento, y brindarle mayor valor a la naturaleza y a la cultura de dicho lugar. Asimismo, desarrolló un trayecto hacia las yurtas para captar al visitante y que pueda indagar sobre la historia y la importancia del lugar.

Por su parte, Agostina señala que los glampings pueden ser diferentes entre sí, tener o no características en común. Esto depende del objetivo principal que tenga cada propietario del glamping así como también el espacio donde se lleve a cabo, ya que no todos cuentan con terrenos adecuados para esta propuesta.

Por último, en el caso de Matias, comenta que Refugio tiene características en común con el turismo rural en términos de contacto con la naturaleza, actividades y gastronomía. Lo que buscan es captar la atención del cliente mejorando su estadía a partir de la experiencia del glamping, siendo este un alojamiento distinto a lo que se ha conocido hasta el momento. Por esto, su enfoque es darle visibilidad a esta experiencia como un producto innovador a la hotelería tradicional, brindando la posibilidad de pernoctar o disfrutar de un día realizando actividades.

Sin embargo, las similitudes y diferencias entre ambos radican en sus enfoques y servicios específicos. Ambos ofrecen una conexión cercana con la naturaleza y promueven la apreciación y conservación del medio ambiente.

El glamping tiende a enfocarse a proporcionar comodidades lujosas y experiencias más sofisticadas en la naturaleza, mientras que el turismo rural se centra en ofrecer una experiencia más tradicional, involucrando a la comunidad local en las actividades y promoviendo la cultura local.

A pesar de sus diferencias, tal y como se ha expuesto, en ciertos establecimientos fusionan estas dos propuestas, la comodidad que brinda el glamping y la autenticidad del turismo rural, generando una experiencia única, la cual cada día es más reconocida en el mercado. Por tal motivo, Agostina afirma que es importante la preservación del entorno rural en el glamping para asegurar una experiencia distintiva.

### **3.2 Comercialización de productos turísticos: Los casos del glamping y el turismo rural.**

En lo que se refiere a la comercialización de los productos turísticos, es necesario que exista un determinado servicio o paquete turístico, por tal motivo es importante mencionar cómo se originan aquellos, para que luego sean comercializados en el mercado.

En primer lugar, para poder realizar una correcta comercialización, se debe especificar el tipo de cliente al cual va dirigido el producto o servicio. Una manera útil de obtener este tipo de información puede ser a través de una encuesta en donde los individuos deban completar su edad, nacionalidad, actividad laboral, situación económica, entre otras cuestiones de interés. A partir de la recolección de datos se puede obtener información relevante que permitirá definir el público objetivo. En segunda instancia, es importante buscar cuales son las nuevas tendencias en el mercado, para conocer las necesidades de los clientes actuales. Finalmente, una vez que se obtiene todo lo necesario, llega la instancia de crear el producto o servicio turístico que debe ser capaz de diferenciarse de la oferta ya existente. Este debe tener la capacidad de adaptarse a las necesidades de los clientes, modificarse o incluir otros servicios, según lo que se requiera (Mesa, 2022).

La distribución turística puede realizarse mediante distintas vías de comercialización que conectan al producto con el mercado. Este se forma a través de intermediarios en el que se les entrega servicios para que este llegue a su destino final donde debe ser comercializado o consumido. La característica de estos canales es que brindan, desarrollan y difunden información actual sobre lo que distribuyen, identifican posibles consumidores, ajustan y

modifican la oferta de acuerdo a las necesidades de los consumidores, entre otras cuestiones. La mayoría de los prestadores turísticos suelen utilizar intermediarios para insertar sus servicios en el mercado y llegar al público.

Existen distintos tipos de canales de distribución<sup>6</sup>:

- Canal de distribución largo
- Canal de distribución medio
- Canal de distribución corto

### 3.2.1 Comercialización del glamping

Tomando como referencia lo investigado, la comercialización del glamping puede variar dependiendo de la ubicación y el tipo de experiencia que se ofrezca. La mayoría de los establecimientos de glamping suelen utilizar el canal de distribución corto o también conocido como canal de distribución directo, ya que, es aquel en el que el recorrido consiste en Fabricante - Consumidor, sin intermediarios. Esto genera una relación directa entre consumidor y prestador, permitiéndole a éste tener un mayor control sobre la venta.

Considerando aquellos medios en los cuales se vende el servicio de hospedaje en glamping, sostenemos que el principal canal de distribución es en línea, como por ejemplo, internet a través de plataformas en línea, sitios web, redes sociales, plataformas de reservas, entre otros. Aquí se muestra información detallada sobre las instalaciones, servicios y actividades. Este es un medio de información y comunicación instantáneo que atrae a potenciales clientes y permite una venta especializada en donde el cliente puede reservar en línea, de forma sencilla, seleccionando las características que desee durante 24 hs todos los días, sin esperas y desde la comodidad de su propio hogar. (Novás, 2006).

En general, los propietarios de los glampings suelen ofrecer una atención personalizada para resolver cualquier inquietud que el cliente pueda tener por medio de sus propias plataformas web o incluso realizan anuncios en redes sociales, participan en ferias y eventos relacionados con el turismo, además de contar con la ayuda de influencers o bloggers de viajes para su

---

<sup>6</sup> Canal de distribución: Es el conjunto de intermediarios mediante los cuales se pone un determinado bien o producto en el destino final donde debe ser comercializado. Recuperado de: [https://books.google.com.ar/books?id=GDlxq8Zsj\\_0C&printsec=frontcover&source=gbs\\_ge\\_su&hl=es#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.ar/books?id=GDlxq8Zsj_0C&printsec=frontcover&source=gbs_ge_su&hl=es#v=onepage&q&f=false)

promoción. Esta es la razón por la que han nacido en los últimos años diferentes páginas web especializadas en ofrecer este tipo de alojamientos (Arenado Rodriguez, 2020, p.189).

Sumado a lo ya mencionado, este mismo autor comenta que Glamping Hub es la plataforma líder en ofrecer alojamientos de glamping a nivel global. Cabe destacar que otras plataformas altamente reconocidas, como Booking o Airbnb, también han decidido publicar este tipo de alojamientos. (Anexo C p.190).

El marketing juega un rol trascendente al momento de promocionar y comercializar el Glamping y otros productos o servicios turísticos. De esta forma, surge una nueva tipología de marketing que está centrada en las experiencias. El mismo resulta indispensable para que los posibles turistas deseen experimentar los servicios y/o actividades que ofrecen los destinos y que tienen como fin diferenciarse de su competencia (Arenado Rodriguez, 2020, p.77). Asimismo, también afirma que a raíz del uso de nuevas tecnologías, con la finalidad de encontrar experiencias y formas de viajar innovadoras, los usuarios han cambiado la forma de recorrer lugares.

En resumen, la comercialización del glamping se basa en la promoción en línea, la publicidad tradicional, la atención al cliente personalizada y con estrategias de precio y paquetes promocionales para atraer a los clientes interesados en estos lugares

### **3.2.2 Comercialización del glamping en la Provincia de Buenos Aires**

La comercialización del Glamping en la Provincia de Buenos Aires, se basa principalmente en la utilización de distintas plataformas de reservas reconocidas, como por ejemplo Booking.com, Airbnb y Glamping South. Estas son altamente efectivas en la promoción y distribución dado a su amplio alcance y difusión.

Además de las plataformas de reservas, la comercialización se lleva a cabo a través de la promoción mediante los sitios web oficiales de los glampings ubicados en la Provincia de Buenos Aires. Estas páginas web proporcionan información detallada sobre las opciones de glamping disponibles, las comodidades, las tarifas y las opciones de reserva. Los visitantes tienen la posibilidad de ver las imágenes y descripciones que les permiten visualizar la experiencia que pueden disfrutar.

También, como otro medio, se suman las redes sociales, donde los propietarios comparten fotos, videos y comentarios con la finalidad de generar interés y atraer a potenciales clientes.

Algunos ejemplos son los sitios web de Moray: <https://www.moraycamp.com.ar/?cur=ARS>

Yamay Ecoturismo <https://yamay.com.ar/> y Refugio Natural <https://refugio.com.ar/> (Anexo A - figura 11; figura 12; figura13)

No podemos dejar de mencionar a blogs especializados donde se brinda información detallada sobre las opciones de glamping disponibles en el país, como opiniones y experiencias de otros usuarios. Las ferias y eventos turísticos ayudan hacer visible este tipo de experiencias, ya que, los dueños pueden interactuar directamente con futuros clientes y promocionar sus servicios.

Podemos mencionar como ejemplos los instagram oficiales de los glamping anteriormente mencionados: @moraycamp, @yamayecoturismo y @refugioglamping.

En resumen, la comercialización del glamping en la Provincia de Buenos Aires se apoya en las plataformas de reservas y en los sitios web especializados, con el fin de brindarle a los visitantes una experiencia de lujo y confort en medio de un entorno natural.

### **3.2.3 Comercialización del turismo rural**

La comercialización del turismo rural en Argentina, según Cavalleri (2012), requiere un trabajo significativo en el área de marketing y promoción para que se pueda llevar a cabo una correcta venta de dichos productos y aumentar su reconocimiento en el mercado turístico como otros tipos de modalidades ya posicionadas.

En términos generales, el establecimiento que quiera dedicarse a vender su producto como “rural”, deberá tener en claro lo que quieren transmitir al público, mostrar quiénes son, qué ofrecen, qué hacen y cómo lo ejecutan. Para lograr esto, la comunicación debe ser efectiva, y los objetivos deben ser claros, ya que, sino los resultados no serán los adecuados.

Para que un proyecto funcione debe recibir el apoyo del ente de turismo para llevar a cabo su desarrollo, debido a que deben ver en conjunto los aspectos que se vinculan con el mercado y la venta del producto, buscando un negocio en expansión.

La autora plantea a su vez, que la comercialización de esta modalidad turística es principalmente de forma directa, donde los individuos que desean adquirir este servicio utilizan la web para armar sus propios paquetes o comunicarse directamente con los sitios oficiales de los alojamientos rurales. Su búsqueda se basa en recomendación de blogs, paginas web, publicidades en facebook o twitter, y luego, en función de ello, deciden investigar el producto y hacer la reserva de forma autónoma; En segunda instancia se encuentran los tours operadores y las agencias de viajes minoristas, los cuales se especializan y hacen una selección acorde

para combinar con otros productos ofreciendo de esta manera un servicio hecho para cada comprador. De esta forma se logran posicionar en el mercado debido a que se adaptan a las necesidades de cada individuo, mejorando sus estrategias de marketing.

A su vez se valora la creación y difusión de material de propaganda audiovisual, como folletos, catálogos, vídeos, ferias de turismo, entre otros. De esta forma se visibiliza esta actividad, dando a conocer nuevos destinos junto a sus servicios, dando lugar a realizar reservas directas; Y por último, la herramienta de comercialización más conocida para esta modalidad, es el "boca a boca", amigos o familiares son los principales que dan a conocer un lugar que visitaron. Esta herramienta es económica en términos de costos de promoción pero demanda más en servicios, ya que dicha recomendación destaca la prestación de los servicios ofrecidos, que van desde la atención, las comodidades, y la elaboración de propuestas innovadoras, este punto es fundamental porque dicha recomendación permite al turista regresar y atraer otros potenciales clientes.

Por tal motivo es importante cumplir con las expectativas y motivaciones que presenta el cliente ( Cavallieri, 2012).

Debemos mencionar que la comercialización del turismo rural en la Argentina puede variar según la región y establecimiento. Esto se debe a que hay zonas más desarrolladas que otras en cuestiones de conectividad e infraestructura.

### **3.2.4 Comercialización del turismo rural en la Provincia de Buenos Aires**

La comercialización del turismo rural en la Provincia de Buenos Aires se realiza a través de diferentes canales y estrategias.

Una de las formas más comunes es a través de plataformas de reservas en línea, donde los propietarios de los alojamientos rurales pueden promocionar sus establecimientos, de forma colectiva, y atraer a potenciales turistas. Estos sitios suelen incluir información sobre las comodidades, los servicios que se ofrecen, las actividades que se pueden realizar, entre otras cosas.

Entre las plataformas más reconocidas podemos destacar a Booking.com, Airbnb y sitios web especializados en turismo y/o turismo rural específicamente, como por ejemplo: [www.argentina](http://www.argentina)

[turismo.com.ar](http://turismo.com.ar), [www.buenosairesturismo.com.ar](http://www.buenosairesturismo.com.ar), donde es posible buscar alojamientos y actividades de turismo rural en la provincia de Buenos Aires.

A su vez, la provincia de Buenos Aires promociona actividades vinculadas al turismo rural en su página web oficial <https://www.buenosaires.tur.ar/> y los propios municipios suelen tener sitios web oficiales donde se promocionan los alojamientos y actividades rurales.

Las redes sociales desempeñan un papel muy importante, debido a que permiten que los dueños de los establecimientos rurales compartan fotos, comentarios y experiencias de turistas y de esta forma crear una comunidad que promueve el turismo rural en esa localidad.

Otra estrategia que funciona para atraer turistas a sitios rurales son las festividades locales, como ferias de productores rurales, festival de quesos y fiestas tradicionales. Esto atrae a visitantes ya sean locales o extranjeros

Las agencias de viajes también ofrecen paquetes de turismo rural en la provincia de Buenos Aires, los cuales pueden incluir el alojamiento, actividades, entre otros servicios. Algunos ejemplos de agencias pueden ser:

- Tangol tours [Tangol ▷ Agencia de Viajes y Turismo en Buenos Aires, Argentina](#)
- Say Hueque [Viajes a medida a Argentina y Chile | Di Hueque \(sayhueque.com\)](#)
- Estancia travel <http://www.estanciastravel.com/>
- Epico travel <http://www.epicoviajes.com.ar>

### **3.3 Preferencias del mercado**

#### **3.3.1 Perfil del turista: Los casos del glamping y el turismo rural.**

Debido a que las personas manifiestan diversas necesidades y preferencias, el mercado turístico presenta un aumento en los servicios ofrecidos. Desde la perspectiva de Molina (2006) el avance tecnológico ha hecho que las personas se encuentren más informadas debido al fácil acceso a la información, esto se vuelve determinante al momento de generar nuevas propuestas de valor, ya que, los compradores presentan nuevas expectativas y buscan mayor autenticidad en sus viajes, siendo este el principal obstáculo de los prestadores de servicios.

En la misma línea, es importante explicar el comportamiento del consumidor. Cadena Weidmann (2020) menciona que los individuos que viajan hoy en día, en su mayoría, buscan encontrarse y descubrir estímulos sensoriales, sentimientos y emociones. El viajero demanda

sitios en donde se pueda sentir confortable, seguro y desconectado de la rutina. Es por esta razón que está en la búsqueda de la originalidad y del valor en sus viajes. Esto genera, y hace que los prestadores de servicios turísticos desarrollen nuevas propuestas de valor, acordes a las demandas actuales.

Desde la perspectiva de los autores Kotler y Armstrong (2013), ambos coinciden con lo expuesto anteriormente pero agregan que los consumidores van a ser diversos entre sí debido a que presentan edades, ingresos y gustos diferentes, es por esto que existe una amplia gama de factores que son determinantes en el comportamiento de consumo de las personas. Alguno de ellos son los siguientes:

→ Factores culturales: es fundamental comprender que la cultura es la primera causa de deseo y el comportamiento de los individuos. Esto se debe a que el comportamiento humano es una construcción social.

El estar en contacto con un otro hace que las personas adquieran diversos valores, deseos, comportamientos y costumbres. Por este motivo, los mercados buscan constantemente las transformaciones culturales para desarrollar o mejorar productos para satisfacer nuevas necesidades.

→ Factores sociales: en esta categoría se explica que las personas se ven afectadas al momento de consumir debido a dos de los siguientes motivos.

Uno de ellos es el llamado "boca a boca" este surge cuando un individuo recomienda, en su grupo cercano y de confianza, productos y servicios que ya ha probado. Los cuales pueden ser buenos o malos, pero lo que se destaca es que este método es uno de los más conocidos y poderosos del mercado debido a que suele presentar más fiabilidad que los anuncios comerciales de las marcas.

Por último, el mecanismo que se ha utilizado mayormente desde el año 2020, son las redes sociales. En estas los clientes además de utilizarlos como medio de entretenimiento para socializar entre diferentes personas, deciden emplearlas como espacio de publicidad para obtener información de determinados productos y servicios, contactando directamente a los vendedores de las empresas por estos medios.

→ Factores personales: se determina que las personas cambian la forma de consumo cuando crecen, por causa de que las preferencias por determinados bienes y servicios se modifican

según las edades de los individuos. También sucede cuando las personas están casados, tienen hijos, son padres / madres solteras/os, estudian, son jubilados o por mudanzas. El ciclo de vida de las personas afecta al momento de comprar de manera que el consumo se adapta a la ocasión que está atravesando el cliente.

→ Factores psicológicos: estos provienen de la búsqueda constante por parte de los individuos de ser reconocidos o de pertenecer a un grupo. La motivación se la define como una necesidad, en la que los individuos buscarán satisfacer de diversas formas. "Una persona intenta satisfacer primero la necesidad más importante; cuando está satisfecha, dejará de ser un motivador, y luego la persona tratará de satisfacer la siguiente a la necesidad más importante". (Kotler y Armstrong, 2013, p.140). Dentro de estos factores también se encuentra la percepción, en esta los individuos se encargan de seleccionar, ordenar y entender la información necesaria para generar una imagen con valor del mundo. Aquí se establece que cada persona ante un estímulo puede reaccionar de una manera diferente. Por lo cual, al momento de elegir un producto o servicio primero se van a consumir los que refuerzan sus actitudes y convicciones.

El aprendizaje, se lo entiende como la mutación de la conducta de una persona generados por el conocimiento adquirido a lo largo del tiempo a partir de la experiencia. Por último, están las creencias y actitudes, ambas se relacionan porque a medida que las personas realizan nuevas actividades o adquieren nuevos productos / servicios, logran aprender y generar nuevas opiniones y actitudes afectando su consumo.

Con respecto a estos factores y a lo investigado anteriormente, se ha decidido hacer un análisis del perfil del turista que consume los servicios y/o productos del turismo rural y el perfil del turista de glamping, puesto que cada uno de ellos presenta clientes con características diversas. Por lo tanto se analizarán los perfiles de aquellos por separado, fijando de esta manera una definición esclarecedora.

### **3.3.2 Características del consumidor de turismo rural**

Debido a la falta de información y estadísticas recientes, es complejo obtener una definición concreta del turista rural en Argentina. Los últimos informes oficiales son del año correspondiente al 2009 realizados por el Proyecto Nacional de Turismo Rural (PRONATUR)<sup>7</sup> y

---

<sup>7</sup> Proyecto Nacional de Turismo Rural: El fin del Proyecto es contribuir a la expansión del negocio del turismo rural en la Argentina, aumentando el volumen de producción turística y el ingreso de divisas, priorizando la participación del sector privado nucleado en asociaciones y grupos de turismo rural. El propósito del Proyecto es lograr una masa crítica de productores de turismo rural en condiciones de

la Dirección Nacional de Desarrollo Turístico. Por consiguiente, el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA) ha realizado diversos estudios para recopilar dicha información y completarla con datos de investigaciones propias realizadas por diferentes profesionales del sector turístico.

La investigadora del INTA, María Isabel Haag ha interpretado los resultados de las encuestas realizadas por el PRONATUR en el año 2009, con el objetivo de esclarecer la información brindada determinando que a partir de una muestra de diez turistas de nacionalidad Argentina, mínimo siete de ellos, adquieren servicios de turismo rural, y que a su vez, aquellos deciden emprender viajes en destinos rurales de corta distancia. Esta situación, fue beneficiada a partir de la ley de feriados nacionales, generando un aumento en el desplazamiento de las personas fomentando el turismo interno.

En relación a la información expuesta previamente, Grisel Isaac (2021) llevó a cabo un análisis de la encuesta brindada por la Usina Turística en el año 2021 (Anexo A - figura 14). En esta, se buscó analizar la demanda de destinos turísticos a nivel nacional, siendo su muestra de estudio principalmente individuos que pertenecen a la provincia de Buenos Aires. Entre las preguntas que se le han realizado a los encuestados, se encontraba en primer lugar, con qué destinos turísticos se relacionaba a la provincia de Buenos Aires, los resultados fueron determinantes, ya que, un 79% señaló que era un sitio de sol y playa, un 37% pueblos rurales y finalmente un 30% sierras. Estos resultados, motivan a los espacios rurales a mejorar su oferta turística. Luego de la situación sanitaria, y por motivos económicos las personas han modificado gradualmente la elección de destinos para vacacionar, eligiendo propuestas más cerca de sus hogares o sitios donde ante cualquier inconveniente puedan ser asistidos.

De igual manera, Korstanje (2020) plantea que los espacios rurales, luego de la pandemia, presentaron un auge siendo algunos de los sitios más elegidos por los turistas. Esto sucede debido a que la demanda turística de un determinado lugar, depende de la situación que se esté enfrentando a nivel social.

Confirmando lo anteriormente mencionado, Mora (2020) indica cuales son las preferencias de los turistas al momento de elegir un destino:

- Los destinos deberán presentar una higiene impecable y respetar los protocolos establecidos por los gobiernos locales.
- Los fines de semana largos fomentan que las personas realicen viajes cortos, incentivando al turismo en épocas del año diferentes a las de invierno o verano.

---

ofrecer servicios de calidad, técnicamente factibles, económicamente viables y ambientalmente sostenibles. Recuperado de: <http://www.prosap.gov.ar/Docs/MAGyPTurismoRural.pdf>

- Una de las tendencias más relevantes desde el año 2020 es la privacidad del viaje, el turista busca destinos donde la población sea reducida buscando la exclusividad y priorizando viajar en grupos familiares.
- Los destinos por excelencia serán aquellos donde predominen las actividades al aire libre y la naturaleza. Los turistas buscan espacios abiertos donde la circulación del aire sea mayor. Esta situación beneficia al turismo rural debido a que los lugares donde se practica dicho nicho del turismo suelen cumplir con las condiciones mencionadas anteriormente.

### **3.3.3 Características del consumidor de glamping**

Las nuevas modalidades de alojamiento no tradicionales, como el Glamping, surgen a raíz de una demanda que exige servicios cada vez más personalizados. Estos tipos de alojamientos, se han transformado en una oferta demandada por los viajeros que buscan alternativas diferenciadas y atractivas. (Camou, 2013)

Los autores Rebocho y Correia (2017) mediante su trabajo de investigación, han llegado a la conclusión de que el glamping no solo ofrece la experiencia de glamour y camping combinados en un alojamiento, sino también busca establecer vínculos íntimos con el huésped y la comunidad local durante el tiempo que dure su estadía. Por otro lado, González (2018) determina que aquellos que consumen este tipo de alojamiento son personas que buscan un servicio personalizado, el cual cumpla y supere con todas sus expectativas. Las personas buscan espacios exclusivos, silenciosos y que se mantenga la privacidad de su círculo íntimo, oponiéndose a los hoteles tradicionales. Siempre y cuando se encuentren en un espacio que sea de su gusto y que cumpla con todos sus requisitos este tipo de huésped suele volver al mismo alojamiento.

Montana (como se citó en Cadena Weidmann, 2020) propone ciertas características que distinguen a los glampers<sup>8</sup>.

- Buscan alojamientos que incluyan al menos las comodidades básicas. Si bien pretenden tener "una buena experiencia al aire libre", todo aquel que se hospeda en un glamping quiere dormir en un sitio cómodo.
- Se prioriza la comida gourmet y los vinos de calidad.
- Suelen ser personas que les gusta pasar su tiempo vacacional leyendo, escribiendo o fotografiando la vida silvestre. Asimismo, disfrutan de la pesca y los paseos en caballo,
- Si bien reducen el uso de la tecnología, no dejan de utilizarlas.

---

<sup>8</sup> Glampers: Aquellas personas que se alojan en Glampings.

En la actualidad, no existe un mercado que especifique al glamping, como tampoco lo englobe dentro de las categorías de campamento, lujo o turismo de naturaleza, es claro que este es un nuevo tipo de alojamiento y experiencia que es satisfactorio para aquellas personas que buscan un lugar confortable y en contacto con la naturaleza. Siendo el glamping una opción para aquellos que buscan disfrutar del aire libre sin sacrificar comodidades y lujos.

En el caso de la provincia de Buenos Aires, luego de las entrevistas a Marcelo ( propietario de Yamay), Matias (gente de Refugio) y Agostina (propietaria de Moray) estos concuerdan que, este tipo de experiencia tiene como público objetivo aquellos individuos que quizás se sienten incómodos por acampar en una carpa convencional, pero al mismo tiempo son curiosos por experimentar dicha vivencia. Por otro lado, suelen hacerse presentes familias conformadas por 4 o 3 integrantes además de grupos de amigos/as, siendo en su mayoría suelen ser grupos femeninos, o son personas que buscan salir de lugares de residencia habitual, haciendo una escapada de pocos días siendo una opción el glamping para relajarse y desconectarse de la rutina.

## Parte II: Análisis del trabajo de campo:

### 3.4 Localización

En el siguiente capítulo se abordarán datos generales de la Provincia de Buenos Aires que resultan fundamentales para comprender e introducir el análisis de los casos en esta investigación.

El análisis se basa en tres glampings ubicados en distintas localidades de la Provincia de Buenos Aires.

- Moray ubicado en San Andrés de Giles - Provincia de Buenos Aires
- Refugio Natural ubicado en Lobos - Provincia de Buenos Aires
- Yamay ubicado en Pardo - Provincia de Buenos Aires

Es relevante destacar que estos glampings han sido seleccionados como casos de estudio debido a su representatividad y pertinencia para los objetivos de la investigación. Los tres se encuentran enclavados en el interior de la provincia de Buenos Aires en un entorno rural pampeano característico. Si bien el glamping es la forma de alojamiento que se propicia en cada caso, la práctica turística en cada uno de ellos está claramente representada por actividades fuertemente referenciadas con el turismo rural en sus diferentes modalidades, como ser cabalgatas, avistaje de fauna, caminatas, fogones o degustación de gastronomía local.

### **3.4.1 Provincia de Buenos Aires**

En América del Sur dentro del territorio Argentino se encuentra la Provincia de Buenos Aires, la cual se ubica en la región pampeana, con una superficie aproximada de trescientos ocho mil kilómetros cuadrados (308.000 km<sup>2</sup>). Está constituida por ciento treinta y cinco (135) municipios, siendo su capital la ciudad de La Plata (Perez Winter, 2015). Teniendo en cuenta los datos que arroja el INDEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) basados en el censo realizado en el año 2022, se estima que la población es de diecisiete millones quinientos sesenta y nueve mil cincuenta y tres (17.569.053) Además de esto, otro de los aspectos que deseamos mencionar tienen que ver con lo geográfico, debido a que la provincia presenta una planicie de bajo relieve que va en sentido descendente en altura en dirección oeste - este. Por lo cual predominan las llanuras y sierras como también la presencia de praderas, humedales, lagunas, ríos y mares (Otero, 2012).

En cuanto a la situación climática, Buenos Aires se rige por ser templado / pampeano en donde se presentan veranos calurosos e inviernos fríos, con precipitaciones suficientes y vientos que provienen del Este y Noroeste (Argentina GOB, Provincia de Buenos Aires, s.f.).

### **3.4.2 Turismo en la provincia**

De acuerdo con lo planteado por Perez Winter (2014 y 2015) desde el año 2000 en adelante el Gobierno Nacional y Bonaerense decidió comenzar campañas publicitarias para otorgarle un mayor protagonismo al turismo en la Provincia, viéndolo como una herramienta para el desarrollo local. Entre las acciones que se llevaron a cabo, se puede mencionar la subdivisión de la provincia en diferentes regiones turísticas, teniendo en cuenta sus condiciones y características geográficas-paisajísticas. Por consiguiente, se ha dividido en: sierras, playas, campos, delta, ríos y lagunas. Del mismo modo, se crearon normativas, espacios de difusión y promoción, fondos para contribuir con la construcción de la infraestructura turística y la puesta en valor de los diferentes sitios históricos.

El gobierno de la provincia es el encargado de promover el turismo mediante diferentes programas, leyes y normativas, las cuales cuentan con el sostén de los gobiernos locales. Estos buscan darle una mayor visibilidad a nuevos destinos, aprovechando que la división de la provincia en regiones otorga la posibilidad de crear y brindar otros tipos de servicios, haciendo hincapié en las ofertas culturales y recreativas que tiene cada región.

La inversión privada se sumó a la iniciativa gubernamental desarrollando diferentes propuestas que permitieron consolidar en muchos casos las iniciativas turísticas de municipios y de programas provinciales.

### **3.5 Entrevistas**

Para la recolección de datos de la presente investigación, tal y como se presentó en la sección de metodología, se elaboraron entrevistas semiestructuradas realizadas a los propietarios de tres glampings diferentes dentro de la Provincia de Buenos Aires. Las mismas se pueden observar en el **Anexo B y C**.

Las entrevistas se han realizado de manera virtual, utilizando como herramienta la aplicación de videotelefonía “Google Meet”. Es importante destacar que previamente se ha explicado el objetivo de la investigación y se ha solicitado la autorización explícita para el grabado de las mismas.

Las entrevistas se han realizado en el mes de Agosto del 2022 y los entrevistados son: Marcelo Giuggioloni (fundador de Yamay), Matías Gracia (fundador de Refugio Natural Glamping) y Agostina Soto (fundadora de Moray).

Por medio de las tres entrevistas realizadas, se han recopilado datos valiosos sobre la relación existente entre el glamping y el turismo rural, el perfil de los turistas que buscan este tipo de alojamiento y su interacción con la comunidad local.

Uno de los glampings seleccionados para la investigación es Yamay, sitio que se encuentra en la localidad de Pardo, partido de Las Flores, Provincia de Buenos Aires. Este glamping nace en el año 2008 como un proyecto de ecosistema natural, donde se intenta seguir y conjugar los ritmos naturales medioambientales y el glamping, sin forzar la unión de estos. El segundo glamping elegido es Refugio Natural, ubicado en la localidad de Lobos, Provincia de Buenos Aires. Este nace como un proyecto de inversión, aprovechando un predio de 16 hectáreas compuesto por 600 metros de costa y bosque. Y por último, Moray, ubicado en las afueras de San Andrés de Giles, Provincia de Buenos Aires. La creación de este glamping surgió a raíz de un viaje, en el cual la propietaria conoció este tipo de alojamiento y adquirió esta idea para su futuro proyecto, combinándolo con su experiencia como profesora de educación física en donde debía realizar campamentos escolares. Este glamping cuenta con un predio de más de 10 hectáreas de campo.

En lo que refiere al término del Glamping y su vinculación con alguna tipología de turismo, la opinión personal de cada entrevistado fue diversa:

Marcelo Giuggioloni, fundador de Yamay, considera que este glamping tiene conexión con el turismo responsable, turismo natural, turismo no masivo y con el turismo rural, debido a que se vincula con actividades de naturaleza, agricultura y vida rural, teniendo una ubicación a un radio no mayor de 200 km de la ciudad. Por su parte, Matías Gracia, dueño de Refugio, hace mención a la definición real de glamping, como “glamorous camping” y afirma que para él es más que eso, el glamping es una forma de acercarse a la cultura del camping en un espacio donde las personas puedan estar cómodas, teniendo contacto con la naturaleza. De todas formas, él expresa su deseo de que en algún momento exista la categoría “Turismo de Glamping”.

Por otro lado, Agostina Soto, creadora de Moray, menciona que para ella la palabra glamping se relaciona principalmente con la parte de “camping” y más allá del glamour que se puede ofrecer, hace hincapié en el confort y destaca el hecho de encontrarse a sólo 100 km de Capital Federal.

Considerando lo anteriormente expuesto junto con la información recolectada encontramos similitud con lo planteado por Tschrister (2018) quien resalta que los glampings suelen encontrarse ubicados en espacios naturales con baja densidad poblacional, de la misma forma Carvajal (2020) coincide con la postura anterior, pero agrega que estos alojamientos se ubican alejados del turismo de masas, ya que, las actividades que se buscan realizar tienen el objetivo de que el turista disfrute de la naturaleza y se relacione con el entorno. Además, determina que es una nueva experiencia, la cual permite disfrutar de la actividad del camping pero con determinados lujos, brindando un valor agregado al servicio.

Con respecto al Glamping y su relación con el turismo rural, Marcelo nos comenta que aquellos individuos que vivan en espacios rurales y que cuenten con una casa o un granero, tienen la posibilidad de desarrollarlos a modo de alojamiento. Es así cómo puede surgir el glamping, debido a que, este tiene una construcción rápida y aporta una alternativa de alojamiento diferente a lo cotidiano. Así mismo agrega que un glamping puede ser de cualquier modalidad de turismo dependiendo del entorno donde este se encuentre.

Boscoboinik y Ejderyan (2014) determinan que el lujo no es lo único importante para desarrollar este tipo de alojamiento sino también, como plantea Marcelo, valorar la naturaleza y adquirir nuevas experiencias fuera de la rutina diaria. Una de las grandes diferencias que presenta Yamay con respecto a los otros dos glampings es su énfasis en poder lograr la relación entre

el establecimiento, la naturaleza y la permacultura<sup>9</sup>. Se busca que los visitantes puedan dejar sus autos en un estacionamiento y desde allí comiencen a caminar para recorrer el lugar a pie hasta llegar a sus respectivas carpas.

En cuanto a Refugio Natural Glamping, Matías nos aclara que no tienen una definición en la cual puedan categorizar a su glamping y que tampoco lo plantearía como una tipología de turismo. De igual modo, menciona que considera que es un establecimiento rural pero también costero, donde se puede estar en contacto con la naturaleza, el bosque, la laguna y realizar actividades como cabalgatas, cocinar al asador y acampar con ciertas comodidades.

Por otro lado, Agustina nos comenta que ella considera que el glamping es turismo porque es un servicio de hospedaje en lugares abiertos, como puede ser un hotel o un camping. Este puede que sea parte del turismo rural, como no. En el caso de Moray específicamente, ella lo considera como una modalidad de turismo rural, debido a que se tiene un contacto constante con la vida de campo. Los visitantes desde que llegan al sitio están en contacto con la agricultura y ganadería, la experiencia que ellos mismos buscan es vincularse con este tipo de ambiente.

Si tenemos en cuenta donde se ubican estos tres glampings, junto con lo que establece la Organización Mundial de Turismo [OMT], interpretamos que las actividades de Turismo Rural se desarrollan en entornos no urbanos, con baja densidad demográfica, paisajes donde prevalecen la agricultura y la silvicultura, estructuras sociales y formas de vida tradicionales. Muchos otros autores, también, coinciden con estas características.

Al indagar sobre qué es lo que busca el turista que elige este tipo de alojamiento y su rango etario, Marcelo sostiene: *“Es gente que de repente le incomoda la carpa pero así y todo le da curiosidad ir a la naturaleza [...] con espíritu más aventurero sin ir al camping”*, y comenta que el rango de edad va de los 25 y 45 o 20 y 45 años. Matías, por su parte, afirma que los turistas buscan la “novedad” y menciona que para el público adulto es como volver a su infancia de ir a acampar, pero con todas las comodidades que ofrece un glamping y refiere que esto funciona en grandes y chicos. Además, agrega que en cuanto al público predominante, es un 80% familias y un 20% grupo de amigos. Agustina, a su vez, coincide con Matías, y nos hace mención de que los turistas que visitan su glamping son aquellos que buscan la “experiencia” de vivir algo nuevo. Con lo que respecta al rango etario, hace mención de que el público predominante es de un 75% mujeres y un 25% hombres, entre 20 - 22 años y 35 - 36,

---

<sup>9</sup> Permacultura: Sistema de diseño agrícola. Recuperado de: [Fundación Aquae \(fundacionaquae.org\)](http://FundaciónAquae.org)

provenientes principalmente de Capital Federal o del Gran Buenos Aires, pero también de pueblos cercanos.

Los tres entrevistados plantean en común la necesidad de los turistas por descubrir alojamientos innovadores y alejados del turismo de masas, ante esto la autora Cadena Weidmann (2020), determina que los viajeros en la actualidad buscan constantemente hallar nuevos estímulos sensoriales, sentimientos y emociones. Para que esto suceda su prioridad es alojarse en sitios donde se sientan cómodos y seguros, siendo su principal objetivo buscar la singularidad en sus viajes. Aportando a la idea anterior, González (2018) se enfoca en plantear que además de buscar eso, anhelan lugares únicos, sin ruidos y donde se preserve la privacidad.

Al consultarle a los entrevistados sobre los motivos por los cuales se decidieron por este tipo de oferta, la respuesta ha sido variada. Marcelo expresa que Yamay comenzó en 2008 como un proyecto turístico con sistemas de permacultura. Al tiempo, descubrió el glamping, el cual atrapó su atención, y menciona que le pareció un “concepto novedoso” y finalmente, luego de varios años, lo pudo llevar a cabo en Yamay en el 2018 con la construcción de la primera yurta. A pesar de que no contaban con baños privados en aquel momento, los visitantes se sintieron atraídos con esta propuesta, por ser algo distinto y novedoso.

Por su parte, Matias aclara que en principio el deseo era crear un complejo de cabañas cerca de la laguna y luego, por medio de un amigo, conoció al dueño del campo donde se encuentra hoy en día Refugio y crearon este proyecto. Asimismo, uno de los socios había viajado por África, donde conoció el Glamping como tal, y luego trasladaron esta idea a su proyecto, aprovechando la oportunidad de que aún no había una oferta de este estilo en las cercanías.

En el caso de Moray, Agostina nos explica que ella se dedicaba a ser profesora de educación física y gracias a su profesión realizaba muchos campamentos con sus alumnos. A su vez, tuvo la oportunidad de viajar por Centroamérica y esto fue lo que le dio la posibilidad de conocer de qué se trata el glamping. A raíz de esto, Agostina fusionó ambas ideas y decidió emprender el proyecto, de forma que buscó ofrecerlo en una localidad que se encuentra en un radio cercano a Capital Federal para que sea accesible y que funcione como “escapada” de fin de semana.

Consideramos que la creación de estos tres glampings se debe a que, tal y como menciona Arenado Rodriguez (2020) “El glamping es un tipo de alojamiento sostenible ubicado en un medio natural que ofrece privacidad, tranquilidad y conexión con la naturaleza. Brinda las

comodidades típicas de un hotel, con el agregado de la cercanía y atención personalizada por parte del propietario” Además, Camou (2013) menciona que las modalidades de alojamiento no tradicionales, como es el caso del glamping, surgen debido a una demanda que busca servicios personalizados, alternativas de alojamiento diferentes, naturales y atractivas. Según González (2018) aquellas personas que eligen este tipo de alojamiento buscan un servicio personalizado, que supere sus expectativas, donde sus interiores sean exclusivos y privados.

En lo que refiere a los visitantes y la comunidad local, Marcelo afirma que en Yamay se emplean personas de la población local de donde se encuentra el glamping. Esto genera fuentes de trabajo en el pueblo radicante, y que empleados y turistas interactúen entre sí a través de un contacto directo, permitiendo que conozcan el lugar donde se ubica el glamping. Matias, por su parte, nos comenta que en Refugio hay relación directa con los productores locales, debido a que cuenta con una cervecería que se encuentra dentro del predio y allí elaboran toda la comida con productos regionales e incluso la gente que trabaja en el lugar y los proveedores son locales. Del mismo modo, menciona que ellos siempre informan a los turistas sobre los recorridos que pueden realizar en Lobos, incrementando la actividad turística y el consumo de productos regionales.

En el caso de Agostina, comenta que no existe dicha relación, porque los turistas que visitan Moray no conocen el pueblo en sí y sólo van para tener la experiencia en un glamping. Sin embargo, luego hace mención de que toda la gente que ha trabajado para realizar las obras de Moray y los empleados actuales son oriundos de San Andrés de Giles e incluso menciona que los futuros empleados que se contraten, serán también de la comunidad local. Bien como mencionan los autores Rebocho y Correia (2017), gran parte de la experiencia del glamping tiene que ver con generar un vínculo entre huésped y comunidad local durante la duración de la estadía, además del glamour, comodidad del alojamiento y la sensación de acampar.



# **CONCLUSIONES**

# CONCLUSIONES

## **Conclusión general:**

A lo largo de nuestra investigación, hemos explorado la conexión entre el glamping y el turismo rural en la provincia de Buenos Aires.

Nuestra hipótesis propone un enfoque innovador al afirmar que el glamping cumple con las condiciones necesarias para ser considerado como una alternativa novedosa en la modalidad de turismo rural en la provincia de Buenos Aires. Esta afirmación se fundamenta en la adecuada adaptación del glamping a las características geográficas de la provincia, diferenciándose así de otras propuestas de glamping en diferentes provincias.

A partir de la rigurosa investigación que hemos realizado a través de múltiples fuentes bibliográficas, hemos evidenciado que el glamping en la provincia de Buenos Aires no es una simple alternativa de alojamiento, sino que representa una experiencia turística innovadora que fusiona el lujo y la comodidad en la naturaleza, creando así una propuesta completamente nueva en la industria del turismo rural en esta región específica.

Mediante el análisis de diferentes establecimientos de glamping en la región, hemos identificado características en común entre el glamping y el turismo rural. Ambas experiencias se centran en la integración con la naturaleza, la adopción de prácticas sostenibles, la realización de actividades de agricultura y la participación de la comunidad local. En cuanto a la comercialización, utilizan el canal de distribución directo, estableciendo una relación directa entre el consumidor y el prestador de servicios. Ambas emplean plataformas en línea para promocionarse, lo que les permite llegar de manera efectiva a su público objetivo y generar interés y participación en sus servicios. En resumen, tanto el glamping como el turismo rural se enfocan en ofrecer experiencias únicas y auténticas a sus visitantes, mientras contribuyen al desarrollo local y promueven la preservación de la cultura y el entorno en el que operan.

En conclusión, consideramos que la presente investigación ha demostrado que el glamping en la provincia de Buenos Aires no sólo representa una opción innovadora de turismo rural, sino que también tiene una conexión profunda con las tradiciones locales y la naturaleza. Al identificar las similitudes compartidas entre el glamping y el turismo rural, hemos evidenciado el potencial del glamping como una propuesta distintiva y sostenible en la industria del turismo rural en esta región específica de Argentina.

### **Conclusión Pereyra, Julieta Analia:**

Para concluir, y considerando todo lo investigado, he notado que el turismo rural y el glamping son dos formas de viajar que se combinan y permiten, además de una experiencia turística innovadora, una oportunidad única para unir la naturaleza y el lujo de una manera vanguardista. Siendo el glamping un potencial de trascender el simple concepto de alojamiento.

En la presente investigación demostramos la sinergia entre el glamping y el turismo rural, cuyos resultados se ven reflejados en las aportaciones brindadas por los empresarios de los glampings que hemos seleccionado para estudiar. A través de ello, vemos que la fusión de ambas experiencias no solo representa una inigualable oportunidad de revitalización del turismo rural, sino que también, establece un nuevo paradigma que redefine y plantea una nueva forma de hacer turismo ofreciendo una conexión más íntima con la naturaleza y la cultura local, en un enriquecedor entorno de comodidad y lujo de forma sostenible.

En este sentido, a partir de los datos recopilados y teniendo en cuenta el contexto específico de la Provincia de Buenos Aires, deduzco que el fenómeno del glamping se entrelaza de manera natural y significativa con el turismo rural. Sin embargo, es importante destacar que la presencia de un glamping no siempre implica una conexión directa con el turismo rural.

Para finalizar, el glamping brinda una oportunidad renovadora para disfrutar de actividades al aire libre en un entorno rural, pero su relación con el turismo rural no es una condición indispensable en todos los casos. En resumen, tanto el turismo rural como el glamping ofrecen oportunidades únicas y enriquecedoras para disfrutar de la naturaleza. Esta nueva forma de alojamiento es altamente adaptable, es decir, que puede ajustarse fácilmente a diferentes tipos de turismo según la orientación que se desee dar al lugar donde se instale el glamping.

## **Conclusión Díaz, Carla Alejandra:**

Para finalizar, tras un análisis minucioso de la investigación, he llegado a la conclusión de que el glamping en la provincia de Buenos Aires representa una experiencia turística única que se encuentra directamente relacionada con el turismo rural. Esta experiencia turística no se limita sólo a entornos rurales alejados de las grandes ciudades, sino que también implica la participación en actividades relacionadas a la vida rural, como la agricultura y la ganadería, mientras se prioriza la conservación del medio ambiente y se fomenta la integración respetuosa con la comunidad local.

En la actualidad, se observa a nivel mundial y, en particular, en todas las regiones del país, una amplia gama de ofertas de glamping, un fenómeno turístico que, como se ha demostrado a lo largo de esta investigación, está en constante crecimiento.

En la Provincia de Buenos Aires, existen diversas opciones de glamping en entornos rurales. No obstante, no se puede afirmar que sólo por este motivo, están estrechamente relacionadas con el turismo rural. Es necesario tener en cuenta las características específicas de este tipo de turismo para considerar al glamping como una forma válida de turismo rural.

En el presente trabajo de investigación, nos centramos en analizar la relación existente entre la experiencia del glamping en la provincia de Buenos Aires y el turismo rural, especialmente a través de las entrevistas realizadas a los responsables de tres glampings en la Provincia de Buenos Aires. A pesar de que dichas propuestas de glamping no fueron concebidas inicialmente como formas de turismo rural, presentan características que se alinean con este tipo de turismo. En las tres propuestas que estudiamos, se observan varios puntos en común como la ubicación en zonas rurales, la participación activa de la comunidad local en los establecimientos, la venta de productos locales, entre otras cosas.

En conclusión, considero que el glamping tiene el potencial de ser una modalidad específica de turismo rural en la Provincia de Buenos Aires, siempre y cuando se aborden con respeto todas sus particularidades. Es decir, los involucrados en estos proyectos deben ser conscientes de estas características específicas para que el glamping pueda integrarse de manera adecuada en el contexto de turismo rural.

## **Conclusión Perilli, Ivana Sol:**

Partiendo de la investigación que se llevó a cabo, he llegado a la conclusión de que, el turismo rural se encuentra directamente relacionado con el glamping, siendo este no sólo un alojamiento sino una experiencia en sí misma, en la cual se fusionan varios puntos como la naturaleza, el lujo y el espacio en el cual se encuentra, que suelen ser de baja densidad poblacional.

En relación al punto anterior, se ha evidenciado mediante las entrevistas realizadas y la información obtenida de las fuentes bibliográficas, la importancia del entorno en el cual se ubica el glamping. Los espacios rurales son los indicados para llevar a cabo este tipo de propuesta debido a que brindan un contacto profundo con la naturaleza, además de enfocarse en las comunidades locales y la valorización de las mismas, conociendo su trabajo relacionado a la agricultura o ganadería, y finalmente aprovechar nuevos espacios enfocados en el cuidado del medioambiente orientando su desarrollo a la sustentabilidad. Además el progreso de este tipo de alojamiento en dichas zonas permitiría el crecimiento local, aumentando fuentes de trabajo y revalorizar los destinos rurales brindándole una impronta innovadora.

En cuanto a los turistas que eligen al glamping, estos anhelan encontrar una experiencia innovadora y servicios exclusivos, los cuales no se encuentran en la hotelería tradicional. Así pues, dicha experiencia busca vincular al visitante de una manera directa con la comunidad local y el medio ambiente, generando una participación respetuosa por parte del turista en las actividades locales.

Un punto importante al cual he concluido, es que para considerar al glamping como una alternativa en la modalidad de turismo rural, aquel debe respetar todos los puntos mencionados anteriormente es decir valorar a las comunidades locales; preocuparse por el medioambiente buscando nuevas propuestas por parte de los dueños de este tipo de alojamiento orientadas a la sustentabilidad; y por sobre todo que los visitantes al momento de alojarse en un destino rural participen de las actividades relacionadas a la agricultura o ganadería.

En conclusión el glamping debe ser considerado como una experiencia la cual aporta diversas sensaciones, siendo de extrema importancia desmentir la idea de que sólo es un simple alojamiento puesto que el glamping se encuentra lejos de ser únicamente eso.



# **ANEXOS**

# ANEXOS

## Anexo A. Imágenes

**Figura 1:** Cabañas de madera



Imágen 1: Cabañas de madera. **Fuente:** ARQitectura por Adfer Dazne. Recuperado el 12 de Marzo de 2016 de <http://blog.is-arquitectura.es/2016/03/12/cabanas-rurales-ecologicas-lushna/>

**Figura 2:** Casa en los árboles



Imágen 2: Casa en los árboles. **Fuente:** Airbnb. Recuperado de <https://es-l.airbnb.com/rooms/50283825>

**Figura 3:** Tiendas de lona / Carpa / Canvas



Imagen 3: Tiendas de lona / Carpa / Canvas. **Fuente:** ViajaBonito. Recuperado de <https://www.viajabonitomx.com/2015/04/destinos-glamping-mexico-viaja-bonito.html>

**Figura 4:** Tipi



Imagen 4: Tipi. **Fuente:** Hipcamp. Recuperado de <https://www.hipcamp.com/en-US/oregon/crooked-finger-farms/tipi-glamping-under-the-stars>

**Figura 5:** Tiendas de safari



Imagen 5: Tiendas de safari. **Fuente:** Bdir. Recuperado el 23 de Noviembre de 2019 de <https://www.bdir.com/es/noticias/tienda-safari-camping-glamping-resort-alojamiento-africa>

**Figura 6:** Vagones de tren



Imagen 6: Vagones de tren. **Fuente:** Infobae. Recuperado el 8 de Octubre de 2021 de <https://www.infobae.com/america/tendencias-america/2021/10/08/vacaciones-distintas-la-aventura-de-alojarse-en-vagones-de-tren-reciclados/>

**Figura 7:** Iglú / Casa domo



Imagen 7: Iglú / Casa domo. **Fuente:** Huemules. Recuperado de <https://huemules.com/domos/>

**Figura 8:** Yurta



Imagen 8: Yurta. **Fuente:** Booking.com. Recuperado de <https://www.booking.com/hotel/it/due-cuori-e-una-yurta.es-ar.html>

**Figura 9:** Autocaravana / Casa rodante



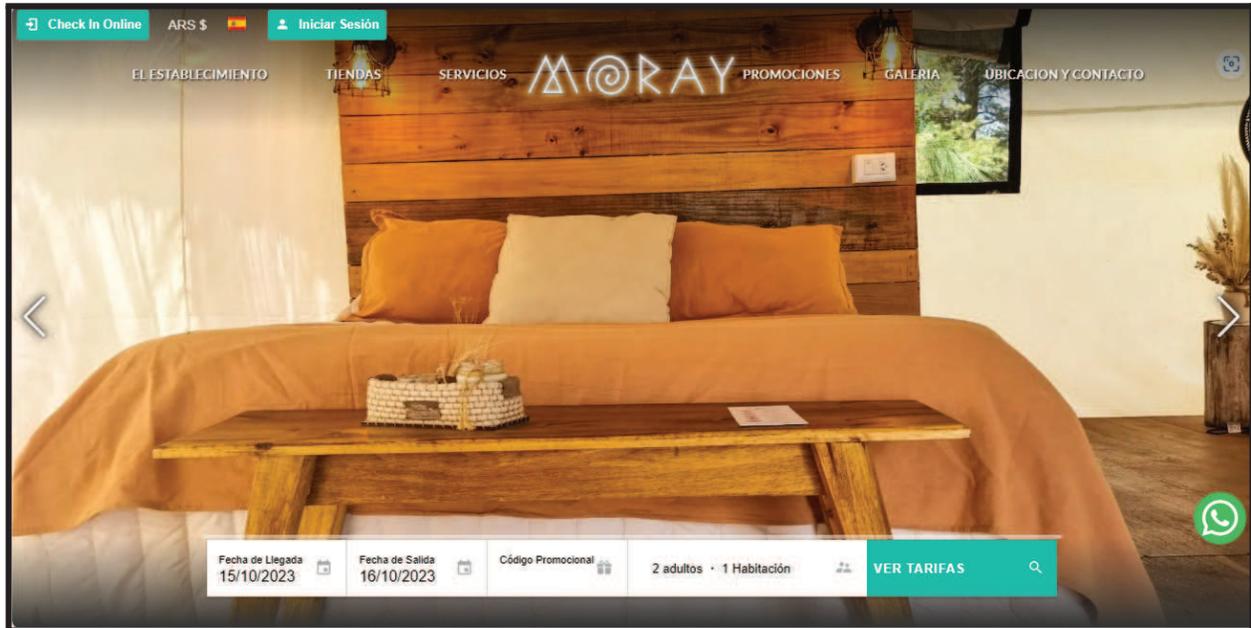
Imagen 9: Autocaravana / Casa rodante. **Fuente:** XLSeamnal. Recuperado de <https://www.xlseamnal.com/estilo/ocio-y-turismo/20200202/viajar-en-caravana-moda-glamping-lujo-casa-rodante.html>

**Figura 10:** Casa pequeña



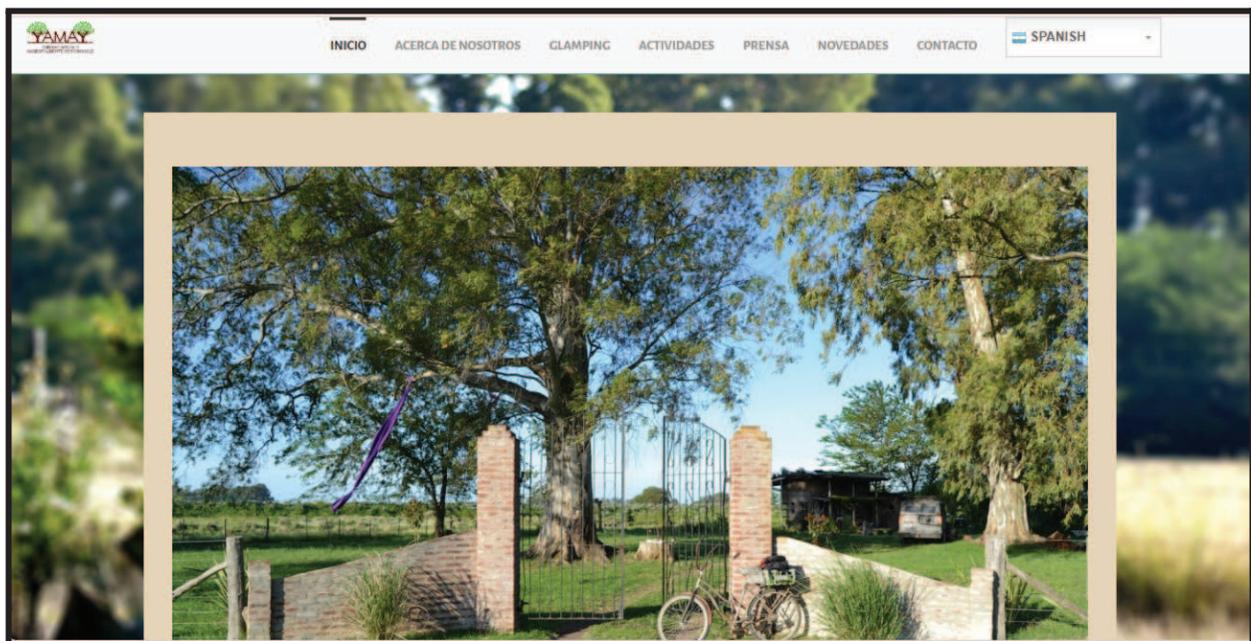
Imagen 10: Casa pequeña. **Fuente:** Elledecor. Recuperado el 16 de Mayo de 2018 de <https://www.elledecor.com/es/hoteles-restaurantes-planes/g20670153/campings-glampings-espana-vacaciones-viajes/>

Figura 11:



Imágen 11: Página web moraycamp.com.ar **Fuente:** Recuperado de <https://www.moraycamp.com.ar/?cur=ARS>

Figura 12:



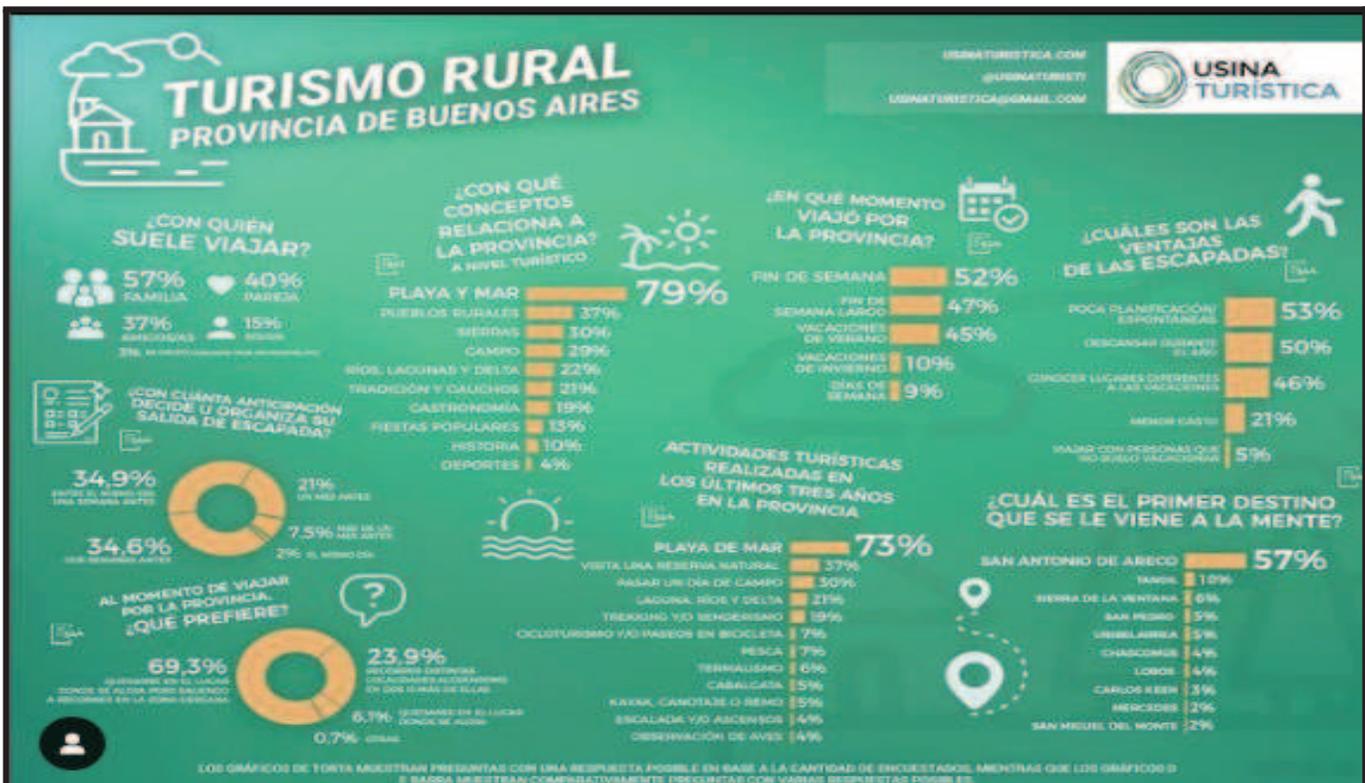
Imágen 12: Página web yamay.com.ar Fuente: Recuperado de Inicio - Yamay

Figura 13:



Imágen 13: Página web refugio.com.ar Fuente: Recuperado de Refugio Natural Glamping

Figura 14:



**Figura 14:** Encuesta sobre la demanda de destinos turísticos a nivel nacional por la Usina Turística en el año 2021. **Fuente,** Usina Turística (2021).

## **Anexo B. Modelo de entrevista**

*Ante todo, muchas gracias por tu tiempo y predisposición. El objetivo de la entrevista es investigar si el Glamping es considerado o no una alternativa de alojamiento en la modalidad de turismo rural y saber cómo funcionan en la Provincia de Buenos Aires.*

*Lo que vamos a realizar es una entrevista que es una semi-estructurada, la cual contiene una guía de preguntas las cuales pueden modificarse de acuerdo a la entrevista.*

- 1. ¿Qué es un Glamping para vos?*
- 2. ¿Cómo surgió la idea de este proyecto?*
- 3. ¿Conoces alguna otra oferta de glamping en zonas rurales?*
- 4. Si tuvieras que decir que el glamping forma parte de algún tipo de turismo ¿Que tipología de turismo sería el glamping?*
- 5. ¿Consideras que tiene alguna relación con el turismo rural?*
- 6. ¿Qué busca el turista que pernocta en un glamping? ¿Por qué elige este tipo de alojamiento?*
- 7. ¿Consideras que (Glamping) aporta a la actividad turística en (localidad)?*
- 8. ¿Consideras que (Glamping) aporta a que (localidad) no sea solo destino de día?*
- 9. ¿Crees que existe alguna relación entre los turistas que visitan el Glamping con la comunidad local?*

## Anexo C. Entrevistas

### *Entrevista 1: Transcripción de la entrevista a Marcelo Giuggioloni.*

**Julieta:** El objetivo de hoy es realizar una entrevista. Nosotras estamos haciendo una investigación que tiene que ver con el Glamping en la Provincia de Buenos Aires y una de nuestras preguntas de investigación es si el Glamping tiene o no que ver con el turismo rural, si puede llegar a ir de la mano o no. Entonces, en base a esto desarrollamos una serie de preguntas para ver si nuestra hipótesis puede ser así o no.

**Carla:** Bueno, ante todo muchísimas gracias por tu tiempo y predisposición para realizar esta entrevista que va a ser de mucha utilidad para el trabajo de investigación que estamos desarrollando. Como bien comentaba Julieta, el objetivo de esta entrevista es justamente identificar si el Glamping es considerado o no una alternativa de turismo rural específicamente, además si este también ayuda a extender la estadía en destinos que son considerados únicamente de día y saber cómo funcionan, en general, los Glampings en la Provincia de Buenos Aires.

Para esto, nosotras desarrollamos una entrevista que es semi-estructurada, es decir, preparamos una guía de preguntas pero si surge otro tema o si querés agregar o sumar algo más, podés explayarte en lo que quieras o necesites y obviamente se puede y no hay problema.

Así que bueno, en principio, si te querés presentar, contarnos quién sos...

**Marcelo:** Bueno, mi nombre es Marcelo Giuggioloni. Yo soy el dueño de Yamay.

Yamay nace en el 2008 como un proyecto de permacultura y está asociado principalmente al cuidado y uso responsable de la tierra. Como atractivo para el público, para que se conozca, Yamay se sirve del turismo. Dentro de las opciones y alternativas del turismo, Yamay se relaciona más con el turismo responsable y no tanto del turismo masivo. Dentro del turismo responsable tiene cuestiones semejantes al turismo rural porque comparten la idea de la permacultura y la construcción natural asociada al campo. Además, se buscó que el lugar esté a un radio cercano de los 200 km, no más allá de eso, para poder tener afluencia de público de las ciudades.

**Carla:** Marcelo, como primera pregunta consideras que el glamping favorece al turismo rural? Y prolonga estadía en lugares que típicamente eran de día?

**Marcelo:** Arrancó por mi opinión, yo creo que el glamping comenzó de la mano de sitios, de alguna manera, paradisíacos en cuanto a la vista, no sé, Bariloche, Villa La Angostura, en general toda Patagonia. Y fue como un anexo a los campings, como un crecimiento, una expansión adicionalmente a los campings, y de alguna manera como un diferencial contra las cabañas o en relación a las cabañas. Eso es lo que yo percibo de lo que yo conozco, y de lo que vi. Y después se incorporó al Turismo Rural más dentro de zonas más cercanas, donde por ahí no era tanto la vista, de esos lugares imponentes como los lagos, las montañas y demás, sino más bien enfocado en ofrecer un alojamiento rápido, novedoso y atractivo para el público que por ahí no se iría a una casa de campo convencional o tradicional, o a una cabaña en el medio del campo.

Entonces, yo creo que para lo que es la Provincia de Buenos Aires y turismo rural, creo que sí. Es una linda opción para extender las estadías. Lugares que antes sólo ofrecían una merienda o un asado, por ahí, ahora tienen rápidamente, no tanto más barato, pero tienen rápidamente, un acceso a tener un alojamiento novedoso o expandirlo. Si hay una casa de campo, construir un par de domos o alguna otra forma de glampings extiende la capacidad de alojamiento sin necesidad de tener esa súper mega vista. El glamping como tal, si vamos a ese dato que yo intuyo, no tengo como certeza, que nace en los lugares de vista más imponentes. Ahí, ya de por sí, como está lejos de las ciudades, la gente ya iba alojarse ahí, ahora expandió la capacidad.

**Carla:** ¿Conoces alguna otra oferta de glamping en zonas rurales?

**Marcelo:** No se si en zona rural pero de lo que hay. ¿Vos decís en la Provincia de Buenos Aires?

**Carla:** Si si

**Marcelo:** Está refugiado, en lo que conozco, está uno que no sé si es glamping técnicamente que se llama los Dos Vagones, en San Antonio de Areco. Estos son los que me acuerdo de memoria. Hay otro que se llama Saimon's, que está en Pilar.

**Carla:** Si tuvieras que decir que el glamping forma parte de algún tipo de turismo ¿Que tipología de turismo sería el glamping?

**Marcelo:** Yo te diría de naturaleza porque es un escalón más de lo que es el camping y un escalón menos de lo que es, o podría ser, el eco turismo. Podría entrar en turismo de naturaleza y eco turismo, lo pondría yo, depende mucho del entorno.

**Carla:** En función de esto que venimos hablando ¿Considerás que el glamping aporta al turismo rural?

**Marcelo:** Si, me parece que es una re alternativa para quienes estén, que tienen una casa o un granero que lo convirtieron en un alojamiento y de repente no te da la escala si tenes un solo alojamiento salvo que vivas ahí y lo quieras hacer muy boutique pero no tiene una escala grande para sostenerse, es un agregado. Pero el hecho de poder agregar glamping en término de velocidad de construcción, te da una buena alternativa y es atractivo.

**Carla:** ¿Qué crees que busca un turista o un visitante que pernocta en un Glamping? ¿Por qué crees que elige este tipo de alojamiento?

**Marcelo:** Yo creo que es gente que, de repente, le incomoda la carpa pero así y todo le da curiosidad ir a la naturaleza. Por lo menos ese es al público al que tratamos de apuntar nosotros. Y que a la vez puede tener un gusto como por algo más exótico, más extraño, más fuera de lo común, por ahí un espíritu más aventurero sin ir al camping.

**Carla:** ¿Algún rango etario que puedas notar?

**Marcelo:** Si, si eso es bastante notorio. Te diría entre 25 y 45 o por ahí entre 20 y 45, te diría.

**Carla:** ¿Qué te llevó a decidirte por este tipo de oferta y no por otra?

**Marcelo:** Nosotros empezamos con Yamay en el 2008 y construimos una casa de adobe con techo vivo, después construimos una cocina toda de tierra. Yamay tiene todo un diseño de permacultura, hicimos un centro de baños y duchas con tratamiento de aguas grises y negras que tiene forma de espiral y techo vivo.

El proyecto original siempre nació como un proyecto turístico. La parte de permacultura y demás es como la parte “del fondo” y la forma para que la gente conozca eso y esa forma de vida sustentable, siempre fue la idea de atraerlos con el turismo. En el diseño tenemos proyectadas diez cabañas pero construidas en construcción natural.

En ese recorrido, yo encontré o descubrí el glamping, me pareció un concepto novedoso, como súper raro y me pareció que no había una oferta, esto fue en el 2012, hace un montón. Me pareció que no había una oferta fuera de Patagonia. Entonces fui a conocer a chicos que fabrican yurtas en Mallín Ahogado, en el Bolsón, cerca de el Bolsón, y bueno conocí la fábrica y me entusiasmé mucho más. Lo que pasa es que no me daba el presupuesto en ese momento y no me daba tampoco la infraestructura como para poder resolver unas cuantas cuestiones organizativas. Yo no quería hacerlo así nomás, ósea lo quería hacer lo mejor que se pudiera dentro del presupuesto disponible y eso requería una atención, servir un desayuno.

Requería un montón de cosas adicionales que yo en ese momento no tenía la infraestructura y el equipo para poder apoyarlo porque yo nunca viví en Yamay.

Entonces, me quedó la idea dando vueltas, investigue más, averigüe más, aparecieron los domos. No me gustaba el hecho de que los domos eran metálicos, me parecían fríos. Después aparecieron los domos de madera, ahí me gustaron más. Pero siempre me pareció que era la opción más común. Y la Yurta, yo seguía viendo que no había yurta disponible en ningún lugar, salvo en Patagonia, en Chile y del lado argentino en algunos lugares.

Lo otro que me gustaba, que técnicamente eran peor incluso que los domos, pero eran aún más raros y exóticos eran los "tipis". Estas eran las construcciones de los originarios del norte de América, pero las yurtas eran las más llamativas, más novedosas y más amplias en su interior.

Bueno y recién en el 2018 se empezaron a alinear los planetas y construimos la primera yurta. No tenía baño privado, ósea que ya era un tema. Nosotros empezamos a ofrecer alojamiento en esa yurta y en la casa de adobe, los dos con los baños exteriores que eran los centros de baños y duchas del predio. Y bueno, ahí empezó a evolucionar la idea. Vimos que había un potencial, que la gente se enganchaba y copaba incluso sin tener el baño privado.

La yurta intencionalmente la elegimos bastante más grande que las que pusimos ahora, con la idea de que pueda tener varios usos: alojamiento de una pareja, que pueda venir una familia, que pueda venir un grupo hacer un taller y duerman en la yurta compartida con la bolsa de dormir o camas en el piso, que puedan hacerse clases de yoga adentro porque tenemos pisos de madera.

Buscamos que tenga la mayor cantidad de funciones posibles para que el gasto se amortice mejor.

**Carla:** ¿Se podría decir que fueron pioneros en la Provincia de Buenos Aires? En implementar este tipo de turismo sustentable y que piensen en el cuidado del medioambiente

**Marcelo:** Yo creo que sí. Bueno, como oferta turística me animaría decirte que sí, suena medio arrogante, no me gusta decirlo yo pero ponele GAIA que es la eco-aldea que existe hoy tiene alojamiento. En ese momento también tenía alojamiento turístico, pero el foco de ellos era más educativo con talleres, con cursos.

Yamay tiene como "tres patas", una pata que es la parte social que es la que primero siempre apuntamos. Que es como desarrollar fuentes de trabajo locales para los chicos que se quieran quedar en su pueblo y no gusten de trabajar como alambrador o trabajos de campo. Después, Yamay tiene una tienda de comercio justo con productos de productores locales o regionales, muy cercanos de ahí, del lugar. Y después de cada taller o curso que nosotros hacemos la gente del pueblo puede venir sin costo. Esa es la parte social del proyecto. Siempre que hay

eventos, actividades o algo siempre contrató gente local y se los involucró hasta donde ellos quisieran.

La segunda pata es una parte educativa, que tiene que ver con cursos, talleres, charlas. Tanto dentro de Yamay hicimos talleres de construcción natural, de techos vivos, huerta orgánica, de permacultura, hicimos un montón de talleres. Y también los fuimos a dar en colegios fuera de Yamay, dentro de esa área educativa.

Y la tercera pata es la parte turística, que en realidad es la que buscamos que sostenga económicamente el proyecto pero que fue la última que se desarrolló, en verdad, porque primero le dimos bastante hincapié a las otras dos.

**Carla:** Justamente, ahora que me estás hablando de la rama social con lo turístico. ¿Crees que existe alguna relación entre los turistas que visitan Yamay y la comunidad local?

**Marcelo:** Nosotros buscamos que sí, siempre sea elección del visitante. Te voy a dar dos o tres ejemplos: El equipo anfitrión que está en Yamay es gente de Pardo. Uno de ellos, Juan Manuel “Pipi” vive en Yamay desde hace 8 o 9 años, dos chicas que eran de las flores y se mudaron a Pardo, todavía en búsqueda de casa, así que están medias nómades, pero son de la zona y todos los trabajos que se ejecutan en Yamay primero buscamos que sea de gente de Pardo, después de las Flores y después de Buenos Aires. Después, todo lo que es la parte de comida nosotros no la ofrecemos, más que el desayuno. Un poco tiene que ver con la infraestructura actual, pero bastante tiene que ver con lo que buscamos del proyecto que es que la gente se involucre un poco más y conozca el pueblo.

Nosotros siempre que nos preguntan por el tema comida, siempre sugerimos dos lugares uno que es un bar, restaurant de campo que está muy bonito que se llama “Bar vieja estación” y otro que se llama “Chacra cuatro elementos” que cocinan vegano, vegetariano, sin tacc o convencional. Pero tienen un concepto bastante interesante que es verdura km 0, ósea que tienen su propia huerta, cocinan a metros de la huerta y ahora están armando un local para ofrecer comer ahí y no solo entregar a domicilio. Son los dos lugares que nosotros impulsamos bastante para que la gente vaya. También que vayan a recorrer el Museo Ferroviario, el Museo de Bioy Casares que hay en Pardo, la estación.

**Carla:** Entonces, ¿Consideras que Yamay aporta a la actividad turística local?

**Marcelo:** Eso desde ya te lo puedo afirmar. Porque cuando nosotros empezamos, Pardo no era ni siquiera un pueblo turístico y ahora tiene el sello de pueblo turístico de la Provincia de Buenos Aires, el número 23 o 24. Eso no existía, no había una oferta turística, el proyecto lo declararon de interés municipal justamente, en gran medida, por ese foco que nosotros le

dimos de entrada y a partir de ahora, últimamente, ya se empezó a expandir un poco la oferta turística. Abrieron algunas cabañas, una chacra que hay cerca empezó a ofrecer alojamiento de campo también, este bar y la chacra están ofreciendo comida tanto a nosotros como a la chacra esta que te comentaba recién. La municipalidad siempre nos convoca cuando hay talleres, cursos sobre capacitación turística y demás para contar la experiencia nuestra. Ósea que sí, te diría que sí, que aportamos bastante al foco turístico del partido.

**Carla:** ¿Crees que Yamay aporta a que Pardo o las Flores no sea únicamente un destino de día?

**Marcelo:** Sí, es totalmente lo que buscamos, de una. Porque Las Flores de por si no era un destino, no era necesariamente un destino de día o ni siquiera un destino rural. Estaba pensado más bien como, desde el aspecto turístico, como un lugar no tanto turístico sino como de, te diría de viajantes, no había una oferta, ósea la oferta turística de las flores era hotelería bien convencional, hoteles de mayor o menor categoría. Hay un hotel , el “Hotel Avenida”, de estos hoteles de los 60’ 70’ grande, amplio, ahora creo que debe estar cerrado, y un par de hoteles más chicos como para viajantes ósea no tenía una infraestructura. Y a partir de que empezamos nosotros, en Pardo, bueno, se empezaron abrir algunas casas, alojamientos, cabañas, empezó como a activarse.

Para, vos me habías preguntado algo puntal y yo arranque por este lado.

**Carla:** No, igualmente me lo habías respondido al inicio. La pregunta era si consideras que Yamay aporta a que Pardo no sea solo un destino de día.

**Marcelo:** Si, mira de hecho la parte más turística de naturaleza tiene que ver con la laguna de las flores. La gente va ahí y pasa el día, mucha gente de las flores. Hay acampes, hay zonas de acampada que por ahí se quedan. Pero se empezó a fraccionar a partir de Yamay, de la oferta de turismo rural, en general del partido, empezó a fraccionar un público que por ahí antes no venía, De hecho empezó, nosotros abrimos voluntariados, en un momento un año y pico hicimos unas pruebas con eso y cuando hicimos talleres vino gente de 11 países diferentes a un pueblo de 200 personas ósea era como.. Pardo tiene 200 personas y en los eventos que hicimos con el planetario vinieron 100, por ejemplo. Pero eso no era pasar la noche, ósea era pasar la noche pero sin dormir, se quedaban mirando el cielo y a la madrugada se subían al colectivo y se iban. Pero bueno, se hicieron cosas que trajeron un público que no venía antes naturalmente.

**Carla:** ¿Consideras que Yamay pertenece o puede pertenecer al turismo rural?

**Marcelo:** Si, si si. A nosotros nos gusta diferenciarnos un poco del glamping. De a poco, a mí me gustaría, si bien no quitar la palabra glamping de los buscadores pero porque es lo que atrae y de lo que te posiciona pero sí me gustaría empezar, empezar no porque ya lo venimos haciendo, pero contar este complemento de la naturaleza, de la permacultura, como que el atractivo no sea simplemente la parte hotelera del glamping. De hecho intencionalmente cuando vos llegas a Yamay, estacionas el auto, recorres un trayecto a pie que pasa por la casa de adobe, la cocina, pasa por el centro de duchas, se ve la bomba soga que es una bomba de tecnologías apropiadas y después llegas a la yurta. Ósea que tiene un sentido, ese recorrido, que hace que también la gente, por lo menos el que es un poco más curioso y le atrae esa novedad o la cosa extraña, lo pueda ver y le atraiga y pueda hacer preguntas y si no viene a la parte hotelera del glamping.

**Carla:** Claro, como que transmiten ciertos valores de, por lo que me comentas, cuidado del medio ambiente, acercamiento con lo que es la comunidad local, y demás.

**Marcelo:** Si, de hecho nosotros nos presentamos como turismo o glamping en yurta pero en un entorno rural, ese es un poco el mote. Y una anécdota que les cuento que viene al caso con esto, es que hace poco vino una chica a alojarse y nosotros siempre decimos "una experiencia vivencial sobre la vida sustentable" y cuando leyó eso dijo bueno se ven lindos los lugares vamos igual, es nutricionista ella, pero bueno lo sustentable por ahí solo separan los residuos y ya con eso le ponen el cartelito de sustentable. Y cuando llego, venia como con esa idea, le gustó el lugar y que se yo pero claro vio que teníamos un compost, que separamos los residuos, pero además empezó a ver otras cosas, como por ejemplo, un detalle que le recontra llamó la atención y es el día de hoy que todavía me lo dice, es que la esponja que usamos para lavar los platos es la esponja vegetal que está plantada ahí, en Yamay. Entonces dijo "Ah bueno pará, esto va en serio" y con el tiempo esa chica ahora está organizando un taller de nutrición con su compañera de yoga, que se hace ahora en Agosto. Ósea que le gusto y vio una cierta coherencia en eso.

**Carla:** Claro, no es simplemente un eslogan, están en todos los detalles.

**Marcelo:** Apuntamos, sí. Es casi imposible la auto sustentabilidad y de hecho creo que tampoco creo que sea demasiado sana sino que implica un intercambio con vecinos y con cercanos. Apuntamos al mayor grado de sustentabilidad posible pero no la auto sustentabilidad, siempre está bueno tener un intercambio con el lugar donde estas.

**Carla:** ¿Te gustaría agregar algo más?

**Marcelo:** Mmm.. Como una expresión más de deseo, a mí no me gustaría que se empiece a bastardear el término. En general pasa mucho eso, cuando algo se pone de moda y tiene cierto éxito entre comillas, enseguida como que se hace moda y se bastardea. Lo que buscamos nosotros para tratar de evitar eso es justamente, contar el resto de la historia, la parte de permacultura, la parte social del proyecto, que no se quede en la hotelería únicamente sino que ósea lo podes vivenciar eso solo porque vos llegas te metes en tu yurta, venís a buscar el desayuno y te lo llevaste a comer allá. Y de hecho hay parejas que hacen eso y no pasan por el resto de la experiencia o del intercambio. Pero es súper rico charlar con el equipo anfitrión, caminar y conocer un poco la casa de adobe, la otra parte del proyecto.

**Carla:** Si, realmente tienen unos valores que están muy buenos y siento que nos van a aportar mucho.

Julieta, ¿querés agregar algo más?

**Julieta:** No, super claro todo y también muy interesante. A veces las cosas se ponen de moda y se distorsiona lo que uno busca, entonces, es muy importante mantener la base firme.

**Marcelo:** Si, yo celebro que se ponga de moda porque hace que más gente se interese en el tema. El tema es que después no se lo trate de manera superficial. El tema que te comentaba de esta chica que decía “separan residuos y ya se llaman sustentables” o pongo un toldo así nomás y ya es glamping.

**Carla:** Claro, no es solo el contacto con la naturaleza, son los valores y muchas cosas más.

**Marcelo:** En el glamping en general si es el contacto con la naturaleza. En el nuestro es la interacción con la naturaleza y ponerlo inserto ahí sin perder el confort, la comodidad que te gustaría.

A todas las yurtas incluso a la que hicimos primero le pusimos baños privados, cada yurta tiene su baño propio con un sistema de biodigestores para no tirar los desperdicios a la tierra y cuidar ese detalle también. Y hoy tenemos cuatro yurtas. Tres que son hasta cuatro personas, y una que es la primera que habíamos hecho, que alberga hasta ocho.

**Julieta:** ¿Y trabajan todos los días?

**Marcelo:** De Jueves a Lunes, también eso. Uno de los pilares de la permacultura es cuidar a la gente y ese fue un pedido expreso del equipo anfitrión. De tener un poco más de unos días un poco más de sosiego y poder ir a las Flores y no tener que estar corriendo constantemente.

Yo no sé si vieron ustedes, hay un par de videos que nos filmaron recientemente los chicos de Glamp Argentina. Te voy a pasar el link para que los vean, porque ahí cuenta un poco esto que estábamos charlando ahora y está bueno.

Te voy a pasar por el chat, el video de unos chicos que son de las Flores y están filmando todos los glampings del país con la idea de presentarlo, no solamente con fotos, ellos lo quieren complementar un poco con lo que están haciendo ustedes, con entrevistas. Como entrarle un poco más a la parte de emoción del emprendedor del lugar.

Y el otro video que te quería mostrar, es de la chacra Cuatro Elementos que te comentaba recién, que es un poco el complemento de esto que te contaba y cuenta con bastante certeza lo que buscamos con estos proyectos, de alguna manera, colaborativos, o que nos apoyamos unos con otros.

**Carla:** Bien, es buenísimo saberlo. Ahí ya los tenemos.

Bueno Marcelo, no se si querés agregar algo más, realmente fue de mucho aporte a nuestro trabajo de investigación y agradecemos muchísimo tu amabilidad desde el primer momento y tu predisposición.

**Marcelo:** A mí me encanta, hemos trabajado con un montón de estudiantes en tesis, en trabajos prácticos y demás. Nosotros felices, te diría que ahora voy a empezar a contar que la parte educativa, como ahora tantos talleres no estamos haciendo, la parte educativa se está volviendo parte de esto de apoyar y dar una mano en lo que se pueda a la parte educativa de grado y posgrado.

Ah, las yurtas están todas calefaccionadas también. Esa es una pregunta que nos hacen muchos en invierno, tienen todas salamandras y sobredimensionadas. Ósea para más metros que tiene las yurtas. Y la yurta grande tiene una estufa roque que es un concepto de estufa de alta eficiencia con un bajo consumo de energía con banco de acumulación de temperatura hecho en barro.

**Carla:** Está bueno saber esto porque no es estacional, digamos que no es solo en verano en primavera que son las épocas más lindas, sino que en invierno también.

**Marcelo:** Las yurtas tienen triple aislación obviamente no es la misma aislación que la casa de adobe pero va re bien. De hecho este es el primer invierno que estamos recibiendo público, y para mi sorpresa hay reservas para todo Junio, Julio tenemos algunas y ahora vamos a sacar alguna promo de retiro de amigos, pijamada con amigos para amigos que se yo para activar Julio. Y esta este taller de yoga que les comentaba en Agosto yoga y alimentación, así que para mi sorpresa el invierno está bástate nutrido.

**Carla:** Buenísimo. Bueno me alegro muchísimo. ¡Que sigan los éxitos!

**Marcelo:** Dale buenísimo, cualquier cosa ¡a las órdenes!

**Carla y Julieta:** ¡Muchas gracias!

## ***Entrevista 2: Transcripción de la entrevista a Matías Gracia.***

**Carla:** Antes que nada te agradezco mucho por tu tiempo y predisposición desde el primer momento. Te consulto si puede quedar grabada la entrevista.

**Matías:** Si, no hay problema

**Carla:** Bueno, muchas gracias. En principio quería comentarte que la entrevista es semiestructurada. Si bien tenemos algunas preguntas que están pre armadas, vos puedes comentarme lo que quieras o pueden surgir preguntas, no hay problema...obvio podés comentarnos. Y antes que nada, si quieres presentarte...

**Matías Gracia:** Bárbaro. Mi nombre es Matías Gracia, como agradeciendo, "gracias" pero sin la "s" al final. Bueno, soy el gerente de Refugio Natural Glamping y estuve a cargo de toda la construcción del lugar desde cuando era un bosque nada más, hasta hoy. Toda la infraestructura que se hizo estuvo a cargo mío. Así que bueno, nada, seguimos trabajando para este proyecto... para este sueño. Soy uno de los propietarios, aparte.

**Carla:** Bien... bueno, ¿Qué es un Glamping para vos?

**Matías:** La definición real es...acampar con glamour ¿si? "Glamorous Glamping"... Para nosotros es más que eso. Es la posibilidad de mucha gente de conectar con una experiencia, que es la carpa, de una manera cómoda sin sufrirlo pero conectar casi con la misma experiencia que conecta un campista que para el común de la gente ya no es posible. O sea tener que ir, armar su carpa, llevarla, conseguirla, llevarse todas las cosas para cocinar. Se hace prácticamente difícil, es como para gente entendida nada más.

Con esto se acerca la cultura del camping, que es tan linda, y más en lugares donde tenes tu espacio, donde tenes real contacto con la naturaleza. No como un camping convencional donde, por ahí, tenes una carpa al lado de la otra y para mucha gente es algo incomodo.

En el caso nuestro proponemos y prometemos un espacio amplio donde puedan estar cómodos y tener ese contacto con la naturaleza, disfrutar del audio que te permite la carpa, de despertar con un canto de pájaros, de escuchar algún animal a la tardecita o a la nohecita, de saber que puede andar un zorro, que puede andar, nose, una mulita, un peludo. Son todas experiencias que para los grandes están buenas y para los chicos son fenomenales, funcionan muy bien.

**Carla:** Claro... ¿Y conoces alguna oferta de Glamping también en una zona rural?

**Matías:** En realidad, el nuestro está en una zona rural porque es campo pero a su vez, es turística porque está pegada a la laguna de Lobos donde están todos los emprendimientos

turísticos de Lobos. Rodeando toda la laguna están todos los emprendimientos y nosotros estamos ahí. Entonces es una zona mixta, donde es zona turística y es zona rural porque atrás nuestro hay 200 hectáreas de campo, que se pueden seguir haciendo cosas y es un campo hoy con hacienda.

**Carla:** ¿Considerás que el Glamping forma parte de algún tipo o tipología específica de turismo?

**Matías:** Yo creo que el Glamping todavía no ha sido reconocido como tal. Como que no es tenido en cuenta, pero creo que por la gente que maneja el turismo a nivel nacional o provincial porque en la gente si ha sido reconocido. La gente ya la palabra glamping la tiene totalmente incorporada, no te digo un 100% de la gente pero hace 5 años atrás decir “glamping” significaba decir una palabra en chino, nadie la entendía y hoy vos decis, “nosotros tenemos un glamping “ y enseguida saben de qué se trata y qué es lo que van a encontrar. Puede ser distinto uno de otro pero más o menos se trata de que “bueno, voy a dormir cómodo en una carpa”. Esa es la idea.

**Carla:** Claro, bien. Y ¿consideras que tiene alguna relación con el turismo rural?

**Matías:** En el caso nuestro sí. Nosotros hacemos muchas cosas similares a las que puede hacer en el turismo rural que primero es estar en contacto real con la naturaleza plena, con bosque, con laguna y después nosotros tenemos cabalgatas, hacemos comidas al asador. Osea, esto sería una mezcla de un turismo rural con un acampe rural, sumándole eso. Es un acampe de campaña con comodidades de tener un súper colchón, de poder tener al lado de tu cara una plaquita con un puerto USB para conectar tu celular, de tener un buen ventilador o un aire acondicionado en el caso de las carpas más lujosas, tener un sillón para quedarte adentro de tu carpa leyendo un libro o irte afuera abajo de un árbol a leerlo. Eso es un poco lo que se ofrece.

**Carla:** Claro, las comodidades. ¿Qué crees que busca el turista que pernocta en un glamping? ¿Por qué elige este tipo de alojamiento?

**Matías:** Creo que la mayoría “la novedad” y en el caso nuestro tenemos muchos que ya han venido por segunda o por tercera vez desde que abrimos. Nosotros hace tres temporadas que estamos y hay gente que ya ha venido por tercera vez, una por año. O sea que la experiencia ha sido buena. Pero la mayoría es, en el caso de los padres, que rondan entre los 30 y los 40 y pico, como volver a esa historia que alguna vez tuvieron en una carpa, si se fueron de campamento de chicos o con el colegio, de decir: “Bueno, vuelvo a esa aventura de dormir en la carpa, pero yo ya tengo problemas de cintura, tengo problemas de espalda, entonces voy a

tener la comodidad y vamos a hacer un híbrido". Está bueno y es una mezcla que va a funcionar para grandes y para chicos.

**Carla:** Ahora más específicamente sobre Refugio, ¿Cómo surge esta idea o los motivos para crear "Refugio Natural Glamping"?

**Matías:** Primero yo estaba con muchas ganas de montar un complejo de cabañas cerca de la laguna y conocí por intermedio de un amigo, al dueño de este campo que lo tenía hace unos años y que tenía ganas de explotarlo. Así que entre los dos dijimos "Bueno, lo que yo tengo ganas de hacer en un lugar se puede hacer tranquilamente acá" y arrancamos con esta idea.

Uno de los socios había viajado a África y había estado en un Glamping en una cacería por una cuestión laboral los llevaron a todos con ese tour. En realidad no se si de cacería, era un tour de avistaje o algo así y dormían en carpas Glamping en el medio de la noche africana. Y con esa idea empezamos a soñar con que se podía hacer acá, todavía acá no había muchos, habría dos o tres en el sur, pero en la Provincia de Buenos Aires nosotros no conocíamos. Después nos enteramos de que había algo en Cañuelas. Éramos muy poquitos. Y bueno de ahí surge la idea, se fue mezclando un poco la necesidad de hacer algo en la laguna con el lugar este que nos absorbió y nos contaminó con su belleza, porque el lugar es muy lindo.

**Carla:** Claro, y ¿Qué tipo de turistas visitan Refugio? En cuanto a lo que es el rango etario, comportamiento de los turistas ¿Que notás?

**Matías:** Bueno nuestro público en redes es 90% femenino y nuestro público en glamping es un 80% familias, familias "tipo" de 4 personas o de 3. Algunas familias de 5 o de 6 y después un 20% que es grupo de amigos o amigas, como pueden ser chicas de tu edad que se juntan cuatro o cinco amigas para decir "Bueno vamos a estar todas al lado de un fogón charlando, nos vamos a quedar disfrutando de una noche bajo las estrellas y de charla, en un lugar que es seguro". Ese público también está, pero el que predomina es la familia

**Carla:** ¿Crees que existe alguna relación entre los turistas que visitan el Glamping con la comunidad local?

**Matías:** Hablando turísticamente si. Mucha gente que viene al Glamping y que se queda más de una noche, desde acá ya sale informado para ir a recorrer todo lo que es el centro y la zona turística de Lobos, el centro histórico. Tenemos el museo de Peron, el cine teatro italiano, todo lo que es plaza, municipalidad e iglesia es una zona como para ir a estar 2 o 3 horas dando vuelta en el pueblo y es muy pintoresco. Lo que es el centro de paracaidismo, nosotros mandamos mucha gente al centro de paracaidismo escuela que está acá, al CEPA. También

mandamos gente a que recorra las estancias, como puede pasar con “La Candelaria” que nos dicen “¿Qué recorrer?” “Andate a la Candelaria, anda a recorrer el castillo hermoso”. Osea ese nexo está con el turista y también de lo que es consumo directo porque muchos vienen a recorrer el centro de Lobos y se llevan artesanías, se llevan regionales, quesos, salames y demás.

En cuanto a lo que sí hay relación directa con los productores locales es que nosotros tenemos una cervecería donde elaboramos todo lo que es la comida nuestra con productos regionales, todo con productos de acá, con gente y proveedores. Entonces, la mano de obra del pueblo y de lo que es la zona de la laguna está volcada a esa cervecería que es lo que come la mayoría de la gente que viene.

No todos hacen asado, no todos cocinan. La mayoría resuelve su comida en la cervecería y después va y prende un fogón como para estar tranquilo. Pero no de ponerse a cocinar

**Carla:** Claro, son productores locales digamos. Entonces, ¿crees que como Glamping aportan a la actividad turística de Lobos?

**Matias:** Terrible, si, sin dudas.

**Carla:** ¿Considerás que Refugio aporta a que Lobos no sea entonces considerado solo un destino para pasar el día?

**Matias:** Si, esto es un plan que hay pocos en la zona. Te diría que hay dos lugares donde la gente puede venir y hacer actividades además de quedarse. No solamente venir a descansar, que es lo que la mayoría puede proponer. Hoy yo si soy dueño de una cabaña lo único que puedo proponer desde un terreno con cinco cabañas es que vos vengas a descansar, darte una pileta o una jacuzzi y no mucho más que eso.

Nosotros proponemos que puedan tener la laguna de 800 hectáreas para darse un baño, hacer una actividad acuática como windsurf, kitesurf. Salir a esquiar con la lancha, salir a andar en moto de agua. Lo que quieran. Además todas las actividades en tierra, como cabalgatas, clases de yoga, pesca, juegos con pelotas gigantes. Un montón de actividades. Eso es un atractivo del lugar y mucha gente en la zona consulta o intenta venir a hacer solamente eso. Decir bueno "Yo estoy en una cabaña acá a 5 cuadras pero me vengo a Refugio a pasar la tarde" y pasa.

**Carla:** Claro, bueno, entonces ¿Qué aspectos de Refugio crees que están directamente relacionados con el turismo rural? Desde tu opinión, tu perspectiva.

**Matias:** Primero, el paisaje que tenemos nosotros es 60% rural y otro 60% lagunero. Pero no deja de ser también rural. Y después, la gastronomía y las actividades. Yo creo que es eso lo

que más nos liga al turismo rural. Pero a mi me cuesta mucho el encajonamiento que me planteas de que es turismo rural y que no. No tenemos una definición. Nosotros no somos, no nacimos buscando encajar en algo. Nacimos con la idea de poder hacer un lugar que esté bueno y que la gente la pase bien, y se fueron sumando actividades que estaban al alcance de nuestras manos, como puede ser la cabalgatas porque toda la vida tuvimos caballo y porque conocemos del tema, como puede ser toda la parte de navegación que tenemos una laguna de 800 hectáreas entonces ¿Tiene algo que ver el caballo con el velero? No, pero abre el espectro terriblemente,

Tener o a no tener la laguna, la mayoría de los alojamientos rurales no tienen una laguna, tienen campo. Entonces nosotros somos un establecimiento rural pero costero que le agrega un montón de otros condimentos que no suelen pasar. Yo veo en los Glampings de la zona, que hay Glampings hermosos con paisajes increíbles, pero lo único que pueden llegar a tener es un arroyito que pase agua. Nosotros tenemos una laguna de 800 hectáreas que es para salir a hacer lo que quieras.

**Carla:** Claro, sisi, entiendo. En cuanto a la temporalidad ¿Cuál sería la temporada con mayor demanda?

**Matias:** Nosotros hasta hoy hicimos siempre desde septiembre hasta mayo pero la explosión es noviembre, diciembre y enero, en febrero empieza a bajar, Marzo cae con el colegio y abril y los primeros días de mayo son muy tranquilos. Igual estamos intentando hacer algo para esta temporada, que vamos a conformar un salón para eventos corporativos, que lo estamos haciendo ahora, para en invierno poder seguir tipo "día de campo" donde vos puedas venir a comer algo rico, estar en un lugar calentito, salir, hacer una cabalgata media hora o cuarenta minutos que te agarra frío y volver a un lugar calentito. Esa va a ser la idea para el invierno que viene.

**Carla:** Claro, bueno, en principio serían esas las preguntas ¿Quieres agregar algo más, comentar algo más con respecto a Refugio?

**Matías:** No, lo que sí me encantaría es que en algún momento suceda lo que hablamos en alguna de las preguntas que si vos decís "Turismo de playa" "Turismo de ciudad" "Turismo rural" "Turismo de Glamping". Es una categoría, sin dudas y ojalá que algún día pase. Nosotros cuando tenemos que completar algún formulario dentro de lo que es turismo, no existe "Glamping" nunca. Es "alojamiento rural", "camping" pero no existe Glamping

**Carla:** Y en cuanto a la normativa legal ¿Cómo se manejaron en ese sentido para inscribirse en Lobos y demás?

**Matias:** Estamos como "Camping"

**Carla:** Claro, justamente por esto que me estás comentando.

**Matías:** Y porque es lo más parecido. Pero bueno, hay muchas cosas que son totalmente distintas, que estaría bueno que esté reglamentado, decir que es lo que se puede y qué es lo que no se puede, las normas de seguridad para un Glamping serían fundamentales. Está todo acéfalo.

**Carla:** Completamente, si. Bueno Matias, muchísimas gracias nuevamente por tu predisposición. Nos aportaste muchísimo para nuestro trabajo de investigación.

**Matías:** ¡De nada! Hasta luego

### ***Entrevista 3: Transcripción de la entrevista a Agustina Soto***

**Carla:** Bueno, Agustina antes que nada te queríamos agradecer por el tiempo y la predisposición para realizar esta entrevista que nos va a ayudar mucho para lo que es nuestro trabajo de investigación y también te queremos pedir el consentimiento para poder grabar la entrevista

**Agustina:** Si obvio chicas, no hay problema.

**Carla:** Bueno, muchísimas gracias. El objetivo de la entrevista es investigar si el Glamping es considerado o no una alternativa de alojamiento en la modalidad de turismo rural, además si este ayuda a extender el tiempo de estadía en los destinos que son considerados únicamente destinos de día y saber cómo funcionan en la Provincia de Buenos Aires.

Lo que vamos a realizar es una entrevista que es una semi-estructurada, osea preparamos una guía de preguntas pero si van surgiendo otros temas o explayar en algún que otro punto, no hay problema, se puede.

Bueno, en principio si te quieres presentar, contarnos sobre vos, sobre Moray...

**Agustina:** Bueno, si, Moray es un glamping que surgió hace un año y seis meses, estamos ubicados en la localidad de San Andrés de Giles, a sólo 100 km de Capital Federal. Surgió, porque a mi me gusta mucho viajar y en varios viajes que hice por ejemplo a Machu Picchu, después a Colombia, o sea tuve la suerte de ir viajando por varios lados y conocer lo que era el glamping, no por alojarme sino por verlo porque en lo que es Centroamérica si se tiene un concepto del glamping mucho más ostentoso y costoso. Viajando pude conocerlos de vista en general.

Yo soy profesora de educación física, además de relacionista pública pero bueno, siempre me dediqué a ser profesora en colegios y me dediqué mucho a los campamentos con los chicos. Y bueno un poco la idea surgió porque mis amigos del secundario me decían: "Agos, organiza campamentos para gente adulta", yo todavía no conocía lo que era el concepto de glamping hasta que tuve la posibilidad de viajar y conocer uno.

Buscándolo, quise ofrecerlo en esta localidad como escapada, para un fin de semana o pocos días, por eso busqué a 100 km de Capital Federal para que sea más accesible. Me agarró la pandemia y estuvimos haciendo casi todo en pandemia, lo es el salón comedor, las carpas, los baños y algunas otras cuestiones.

Abrimos en diciembre del 2020, plena pandemia con un montón de protocolos. Por suerte contamos con un predio de 5 hectáreas, es super grande. Ahora son 7 carpas pero cuando arrancamos eran 4 y por ahí en las 5 hectáreas tenías 8 personas, entonces para lo que era

Covid era muy sencillo mantener el distanciamiento y estábamos al aire libre. Por eso creo que fue una alternativa que surgió mucho en ese diciembre/enero 2020 donde todavía se buscaba, por sobre todo, el distanciamiento, la seguridad, el no contagiarse. Todavía tenía mucho miedo y el Glamping, por lo menos este que en particular estás muy separado, ayudaba un montón a esa propuesta.

Y si te pasaba algo también al estar cerca de Ciudad Buenos Aires, si te tenías que desplazar, no era algo complicado.

Asique bueno, la verdad que el contexto, a pesar de todo nos ayudó bastante y bueno fue así que en diciembre abrimos y por suerte tuvimos abierto todo el año pasado y en invierno también hay mucha demanda.

**Ivana:** ¿Cuál fue el motivo por el cual decidiste instalar el proyecto de glamping en dicha localidad?

**Agostina:** Yo cuando buscaba terrenos, no buscaba tan grande, una hectárea o 2 como mucho y se podían armar cuatro carpas, domos, lo que fuera ahí. Pero si puntualmente lo que buscaba era esto de que esté a 100 km de Capital Federal, para que funcione como escapada. Y después, lo que me gustaba, me acuerdo cuando fui a Chascomus, si bien tenían un terreno que tenía la laguna en frente, tenias una calle municipal, lo cual permite que mucha gente pueda ir. Para mí el concepto de glamping, el poder estar conectado con la naturaleza, que yo lo asocio mucho, si tienes un montón de gente que pone música o algo muy masivo, se pierde la idea de la desconexión, es decir, la idea de campo minoría.

**Carla:** Ahora, más específicamente a lo que es la entrevista ¿Que es un glamping para vos?

**Agostina:** El glamping para mí, es decir la parte de camping que conforma la palabra Glamping, para mi es fundamental, tiene que ver mucho con esa experiencia. Claramente tiene que ver con un confort, de eso se trata lo que es la parte de “Glamour”. Aunque no se si Glamour es la palabra que yo usaría para el Glamping que yo quiero tener, sino de confort, que tengas comodidad, que se pueda dormir bien y la experiencia, que es lo principal.

No es lo mismo que quedarse en un Hotel, no podemos decir que es un “hotel en el campo” porque para eso están los hoteles de campo. Esta es una experiencia distinta y el hecho de que se haga en tienda safari, que es la modalidad que tengo yo, me gusta mucho más porque tiene que ver con lo que es el camping, pero teniendo todo el confort de la electricidad, luz, calefacción. Tenés un montón de comodidades que en una carpa tradicional no las tenés.

**Carla:** ¿Conoces otros glamping que se desarrollen en espacios rurales?

**Agostina:** Si, el glamping la verdad que es un boom. Osea en todo lo que fue el 2021 se han desarrollado nuevos espacios de Glamping. Es más, cerca de nuestro alojamiento hay uno que cuenta con un acceso de 16 km por tierra, o sea ahí si es pleno campo, pero a veces es más difícil el acceso y más chiquito. Después hay algunos que no se que tan rural sean, no están en Capital Federal, pero no se si están en zonas denominadas rural.

**Carla:** ¿Considerás que el glamping forma parte de algún tipo de turismo o lo relacionas con alguna tipología en específica de turismo?

**Agostina:** El glamping es turismo, es un tipo de servicio de hospedaje como puede ser un camping o un hotel, es un nuevo servicio de hospedaje que surge sobre todo en campos digamos, en lugares abiertos.

**Carla:** ¿Crees que tiene algún tipo de relación con el turismo rural específicamente?

**Agostina:** Si, o sea, puede ser como no. Hay muchos glamping que no se desarrollan en espacios rurales porque no todas pueden contar con espacios rodeados de campo, pero si en la Patagonia los espacios predomina lo rural en su mayoría.

**Carla:** ¿Qué crees que busca un turista que elige este tipo de alojamiento en lugar de otro?

**Agostina:** Es una experiencia nueva. Con la pandemia mucha gente busca salir del encierro, de trabajar en su casa y busca desconectar. Creo que al glamping lo buscan más como una escapada, no sé si lo eligen como alojamiento para quedarse 15 días. Entonces creo que lo que buscan es eso, una escapadita, un despeje, un corte de la rutina y esta modalidad nueva que es una experiencia que sorprende y después de la pandemia todos están buscando tener opciones al aire libre, están optando por lo que es más natural.

**Ivana:** Los turistas que visitan moray, ¿hay estadística de cual es el rango de edad y estilo de vida?

**Agostina:** El de Moray es un público principalmente te diría un 75% mujeres y un 25% hombres, entre 20 -22 años y 35- 36.

Obviamente que hay gente más adulta, pero el predominante son los anteriormente mencionados. La mayoría de las personas que vienen son de Capital Federal o del Gran Buenos Aires, pero también de pueblos cercanos.

**Ivana:** Claro ¿La gente se queda solo para pasar el día o pernocta?

**Agostina:** La mayoría de la gente pernocta, de hecho las carpas son exclusivamente para las personas que se quedan a dormir. Podes venir a pasar el día pero sin el uso de las mismas. Y la gente que decide quedarse, se suelen quedar una noche o más dependiendo la temporada si es invierno o verano.

**Ivana:** ¿Considerás que Moray aporta a la actividad turística de San Andrés de Giles?

**Agostina:** Sí, de hecho no es un partido muy turístico, esa es la realidad. Dentro de San Andrés de Giles hay un montón de otros pueblos más chicos, como el pueblo de San Andrés de Giles, Cuscollú, Heavy, Azcuenaga.

Hay un montón de pueblos que por ejemplo, Azcuenaga está creciendo un montón por lo gastronómico pero en mi caso estoy más beneficiada porque me encuentro más cerca de lo es el pueblo de San Andrés de Giles dentro del partido entonces hay mucha gente que viene acá y después se va a conocer el pueblo y otros pueblos que en lo gastronómico los fines de semana se pone muy lindo.

En cuanto al alojamiento, no hay gran variedad, esto beneficia el desarrollo de mi emprendimiento.

**Carla:** ¿Consideras que Moray hace que San Andrés de Giles no sea considerado un destino únicamente de día?

**Agostina:** La gente que visita Moray, viene particularmente a tener la experiencia del glamping, y no es por ejemplo como San Antonio de Areco que presenta más acceso a hotelería y que visitan el lugar principalmente por lo que ofrece turísticamente y luego deciden quedarse en el lugar. En mi caso, eligen primero Moray y luego el destino, por eso considero que aporta a que el destino se desarrolle turísticamente.

**Ivana:** Te consulto, porque a mi me pasó que cuando buscaba glampings la mayoría los he encontrado por que los busque por internet ¿Considerás que las agencias de viajes deberían ofrecer en sus servicios el alojamiento de glamping como una nueva alternativa?

**Agostina:** Si, yo creo que el glamping está teniendo un crecimiento super grande en este último tiempo, está siendo un furor, y en cada espacio grande que hay disponible hay gente

que instala un domo o lo que sea. Hay muchas agencias de turismo que se están dando cuenta de la magnitud que está adquiriendo este tipo de alojamiento y lo quieren incluir en su oferta. Cuando arranqué solo había 2 en Provincia de Buenos Aires, en lo que fue 2021 el glamping explotó y cada vez está creciendo más.

Lo que suele suceder, que le debe pasar a la gran mayoría que tiene glamping, es que no hay disponibilidad el fin de semana, aunque sea temporada baja. Me han contactado empresas mayoristas de turismo y les dije que no tengo disponibilidad el fin de semana para ofrecer el servicio, ya que lo tengo todo ocupado de acá a dos meses.

**Carla:** ¿Crees que existe alguna relación entre los turistas que visitan Moray y la comunidad local de San Andrés de Giles?

**Agostina:** No, de hecho creo que no hay ninguna relación. Los turistas que visitan Moray son turistas en su gran mayoría son de Capital, Gran Buenos Aires, tanto zona sur como zona norte. No conocen el pueblo en sí, por lo que creo que no tiene relación. Llegan al destino por Moray principalmente, pero no porque les llame turísticamente el lugar. Tienes cosas para la gente local pero no para el turista en sí. Sucede que también al no ser yo de San Andrés de Giles, me cuesta un poco centrarme en cómo dar a conocer el pueblo, es un poco más complicado captar a la gente local para que se alojen en mi glamping. Suelen elegir destinos más alejados o con otras características.

**Carla:** ¿Consideras que Moray puede pertenecer o pertenece a lo que es el turismo rural o lo asociarías más con otro concepto?

**Agostina:** No, claramente es rural, ósea es una tipología de turismo rural en un 100%. La gente cuando sale a caminar o andar en bicicleta puede observar lo que es el campo, la agricultura, la ganadería, ósea estamos en un ambiente rural, entonces su experiencia es de relacionarse con el campo en todo momento.

**Ivana:** ¿Moray solo cuenta con alojamiento o también incluye comida o espacio para cocinar?

**Agostina:** La estadía cuenta con el desayuno o tienen la posibilidad de contratar algún menú en el bufete que tenemos y sino, cada carpa tiene su parrilla con su fogonera, entonces la gente puede traer sus cosas. No es tipo hostel en el sentido de la cocina, lo único que tenés es parrilla pero si tenemos heladera y pava eléctrica en un sector común.

**Carla:** El equipo de trabajo ¿Cómo está constituido?

**Agostina:** Estamos como arrancando, al principio eramos 2 personas, yo hacía prácticamente todo sola desde la limpieza, cortar pasto y limpiar carpas. Actualmente tengo a dos personas trabajando conmigo, una de mantenimiento y una de limpieza, luego a mis papás que me han ayudado desde el inicio. El fin de semana es cuando más me ayudan. Mi novio también me ayuda, la mayoría del tiempo somos nosotros 2 los empleados fijos del establecimiento.

**Carla:** Esos dos empleados que mencionaste anteriormente, de limpieza y mantenimiento, ¿son empleados provenientes de la localidad?

**Agostina:** Si son de acá, toda la gente que ha trabajado para realizar las obras de Moray son personal que he contratado en San Andrés de Giles, las tiendas que ofrecemos como hospedaje, la estructuras fueron armadas por un señor del pueblo. Los futuros empleados que contratemos serán de acá también.

**Carla:** Bueno, en principio esas son las preguntas que teníamos estructuradas. Algunas fueron surgiendo en función de lo que nos ibas comentando, que me pareció sumamente interesante. ¿Querés agregar algo más, que te parezca relevante para la entrevista o para comentarnos?

**Agostina:** Bueno, que es difícil tener un emprendimiento de alojamiento en un sector rural porque siempre los campos de alrededor siembran o tienen ganado, hacer turismo en zonas rurales está permitido hacer cualquier tipo de producción animal tanto de galpones de pollo, de chancho u otras cuestiones y eso afecta mucho al turismo rural, ya que todos quieren tener la experiencia pero este tipo de situaciones generan que poca gente visite ya que molestan los olores y la visual. Por lo cual, creo que debe haber regulaciones en espacios rurales para llevar a cabo este tipo de turismo. He averiguado con respecto a este tema y por contar con un espacio con determinadas hectáreas y el espacio geográfico donde me encuentro, no tengo ninguna regulación que me permite quejarme por dichas instalaciones, entonces desde ese lado, si yo tuviera que hacer un FODA (fortaleza, oportunidades, debilidades y amenaza), una amenaza sería que no tengo ninguna regulación que me proteja por una instalación que perjudique a mi emprendimiento.

**Ivana y Carla:** Bueno Agostina, nuevamente te agradecemos por tu predisposición y tu amabilidad, esperamos que te hayas sentido cómoda con la entrevista.

**Agostina:** De nada chicas, ¡muchos éxitos!



# **BIBLIOGRAFÍA**

## BIBLIOGRAFÍA

- Acosta, S. (2018, 2 de noviembre). Glamping: lujo en medio de la naturaleza [Mensaje en un blog]. Recuperado de:  
[https://viajes.nationalgeographic.com.es/a/glamping-lujo-medio-naturaleza\\_13395/4](https://viajes.nationalgeographic.com.es/a/glamping-lujo-medio-naturaleza_13395/4)
- Adventure Domes. (s. f.). Recuperado de:<https://www.instagram.com/adventuredomes/?hl=es>
- Aragón, A (16 de abril de 2013). La Moda del Glamping. ABC. Recuperado de:  
[https://www.abc.es/viajar/alojamientos/20130309/abci-glamping-camping-lujo-espana-201303081039\\_1.html](https://www.abc.es/viajar/alojamientos/20130309/abci-glamping-camping-lujo-espana-201303081039_1.html)
- Al Aire Libre. Facebook. (s. f.). Recuperado de:  
<https://www.facebook.com/pages/category/Cabin/Al-Aire-Libre-San-Rafael-112454710290123/>
- Alpación - Wines, Lodge and Vineyards in Uco Valley, Argentina. (s.f). Alpación.  
<https://alpacion.com/>
- Arenado Rodriguez, R. (2020) *El glamping como forma de alojamiento sostenible y su marco legal en España* [Tesis doctoral, Universidad de Sevilla] Recuperado de:  
<https://idus.us.es/handle/11441/97500>
- Avila, F. (2021, 9 de abril). Glamping en México ¿Cuáles son los mejores destinos?.[Mensaje en un blog]. Recuperado de:  
<https://www.mexicodestinos.com/blog/glamping-en-mexico-cuales-son-los-mejores-destinos>
- Barrera, E. y Muñoz, R. (2003). *Manual de turismo rural para micro, pequeños y medianos empresarios rurales*. Recuperado de:  
[https://www.agro.uba.ar/users/barrera/publicaciones/promer\\_manual\\_de\\_turismo\\_rural\\_2003.pdf](https://www.agro.uba.ar/users/barrera/publicaciones/promer_manual_de_turismo_rural_2003.pdf)
- Batistteza, Candelaria. (2021). *Ecoturismo: de la teoría a la práctica. Caso de estudio: Refugio Natural Glamping, ciudad de Lobos*. (tesis de grado). Universidad Nacional de La

Plata. [http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/119736/Documento\\_completo.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/119736/Documento_completo.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

- Bod, Erid. Glamping: la tendencia de alojamiento que crece como alternativa post pandemia. *El enviado*. Recuperado de: <https://elenviador.com/2020/08/17/glamping-la-tendencia-de-alojamiento-que-crece-como-alternativa-post-pandemia/>
- Booking.com. Domo house. (s.f). Recuperado de: [https://www.booking.com/hotel/ar/domo-house.es-ar.html?aid=318615;label=Spanish\\_Argentina\\_ES\\_AR\\_20153587225-6h15TH8LvM25bNckrW9zZwS217245628929%3Apl%3Aata%3Ap1%3Ap2%3Aac%3Aap%3Aneg%3Afi%3Atidsa-162435869305%3Alp9041039%3Ali%3Adec%3Adm:sid=0d5d1acb0dc8b40c7d704c27d3f7f9df;dest\\_id=-1004183;dest\\_type=city;dist=0;group\\_adults=2;group\\_children=0;hapos=1;hpos=1;no\\_rooms=1;req\\_adults=2;req\\_children=0;room1=A%2CA;sb\\_price\\_type=total;sr\\_order=popularity;sreepoch=1648337758;srpvid=6f6ca5eec1580055;type=total;ucfs=1&#hotelTmpl](https://www.booking.com/hotel/ar/domo-house.es-ar.html?aid=318615;label=Spanish_Argentina_ES_AR_20153587225-6h15TH8LvM25bNckrW9zZwS217245628929%3Apl%3Aata%3Ap1%3Ap2%3Aac%3Aap%3Aneg%3Afi%3Atidsa-162435869305%3Alp9041039%3Ali%3Adec%3Adm:sid=0d5d1acb0dc8b40c7d704c27d3f7f9df;dest_id=-1004183;dest_type=city;dist=0;group_adults=2;group_children=0;hapos=1;hpos=1;no_rooms=1;req_adults=2;req_children=0;room1=A%2CA;sb_price_type=total;sr_order=popularity;sreepoch=1648337758;srpvid=6f6ca5eec1580055;type=total;ucfs=1&#hotelTmpl)
- Booking.com. Rancho Cambicha Dormis de Campo. (s.f). Recuperado de: [https://www.booking.com/hotel/ar/rancho-cambicha-hostel-de-campo.es-mx.html?aid=318615;label=Spanish\\_Argentina\\_ES\\_AR\\_20153587225-6h15TH8LvM25bNckrW9zZwS107692793425%3Apl%3Aata%3Ap1%3Ap2%3Aac%3Aap%3Aneg%3Afi%3Atiaud-297601666995%3Adsa-162435869305%3Alp9041039%3Ali%3Adec%3Adm:sid=0d5d1acb0dc8b40c7d704c27d3f7f9df;dest\\_id=-990043;dest\\_type=city;dist=0;group\\_adults=2;group\\_children=0;hapos=1;hpos=1;no\\_rooms=1;req\\_adults=2;req\\_children=0;room1=A%2CA;sb\\_price\\_type=total;sr\\_order=popularity;sreepoch=1648338070;srpvid=42cca68a3c32011e;type=total;ucfs=1&#hotelTmpl](https://www.booking.com/hotel/ar/rancho-cambicha-hostel-de-campo.es-mx.html?aid=318615;label=Spanish_Argentina_ES_AR_20153587225-6h15TH8LvM25bNckrW9zZwS107692793425%3Apl%3Aata%3Ap1%3Ap2%3Aac%3Aap%3Aneg%3Afi%3Atiaud-297601666995%3Adsa-162435869305%3Alp9041039%3Ali%3Adec%3Adm:sid=0d5d1acb0dc8b40c7d704c27d3f7f9df;dest_id=-990043;dest_type=city;dist=0;group_adults=2;group_children=0;hapos=1;hpos=1;no_rooms=1;req_adults=2;req_children=0;room1=A%2CA;sb_price_type=total;sr_order=popularity;sreepoch=1648338070;srpvid=42cca68a3c32011e;type=total;ucfs=1&#hotelTmpl)
- Booking.com. Los 10 mejores Glampings en Argentina. (s.f). Recuperado de: [https://www.booking.com/glamping/country/ar.es-ar.html?aid=318615;label=New\\_Spanish\\_ES\\_AR\\_20153583265-h1Kuw5F6R\\_oBu4W4hIrgS99511160065:pl:ta:p1:p2:ac:ap:neg:fi:ti:aud-297601666475:dsa-55482331735:lp9041037:li:dec:dm:ws=&qclid=Cj0KC](https://www.booking.com/glamping/country/ar.es-ar.html?aid=318615;label=New_Spanish_ES_AR_20153583265-h1Kuw5F6R_oBu4W4hIrgS99511160065:pl:ta:p1:p2:ac:ap:neg:fi:ti:aud-297601666475:dsa-55482331735:lp9041037:li:dec:dm:ws=&qclid=Cj0KC)
- Boscoboinik, A. y Ejderyan, O. (Septiembre 2014) *Glamping: Un nuevo concepto de Turismo Rural. Actas del XIII Congreso de Antropología de la Federación de Asociaciones de Antropología del Estado Español*. Universidad de Fribourg. Recuperado de: [https://www.researchgate.net/publication/294580065\\_Glamping\\_Un\\_nuevo\\_concepto\\_de\\_turismo\\_rural](https://www.researchgate.net/publication/294580065_Glamping_Un_nuevo_concepto_de_turismo_rural)

- Cadena Weidmann, J. (2020). *Glamping como alternativa de diversificación de la oferta de alojamiento en la provincia de Salta* (tesis de grado). Universidad Católica de Salta. [http://bibliotecas.ucasal.edu.ar/opac\\_css/doc\\_num\\_data.php?explnum\\_id=2478](http://bibliotecas.ucasal.edu.ar/opac_css/doc_num_data.php?explnum_id=2478)
- Cámara Argentina de Turismo. (2009). Normas IRAM-SECTUR: Definición, Aplicación y Elaboración. Recuperado de: <https://www.camaradeturismo.org.ar/section/noticias/normas-iram-sectur-definicion-aplicacion-y-elaboracion>
- Camou, C. (2008). *Nuevas Modalidades de alojamiento*. Recuperado de: <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2009/09/nuevas-modalidades-de-alojamiento.pdf>
- Camou, C. (6 de abril de 2013). Oportunidades de inversión que ofrecen las nuevas modalidades de alojamiento. [mensaje en un blog]. Recuperado de: <https://sentiargentina.com/oportunidades-de-inversion-que-ofrecen-las-nuevas-modalidades-de-alojamiento-2/>
- Capitol Reef Resort In Utah, United States. (s. f.). Glamping.com. <https://www.glamping.com/destination/north-america/utah/torrey/capitol-reef-resort/>
- Carvajal Franklin Jefferson, T. (2020). *El glamping como alternativa de alojamiento en la comuna unión carchense, Cantón Santo Domingo* (Trabajo de titulación) Universidad técnica del norte. Facultad de Ciencias administrativas y económicas. Ecuador. Recuperado de: <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/10898/2/02%20TUR%20178%20TRABAJO%20GRADO.pdf>
- Cavallieri, M. (7 de septiembre 2012 ). La importancia de la comercialización del turismo rural. [Mensaje en un blog]. Recuperado de: <https://areadeturismorural.wordpress.com/2012/09/07/comercializando-en-argentina-el-turismo-rural/>
- Chalten Camp. (s.f) Recuperado de: <https://elchalten.com/chaltencamp/index.php>

- Complejo Como Vaca. (s.f). Recuperado de:  
<https://complejo-como-vaca-apartment.hotelesenpatagonia.com/es/>
- Concejo municipal San Carlos de Bariloche (2019). *Ordenanza N° 3132-CM-19. Modificación de la Ordenanza 1526-CM-05. Incorpora modalidad Glamping*. San carlos de Bariloche. Concejo Municipal de San Carlos de Bariloche. Recuperado de:  
<https://www.turismoyderecho.com.ar/glamping-san-carlos-de-bariloche-ordenanza-n-o-3132-cm-19/>
- Constitución de la Nación Argentina, 3 de enero de 1995. Recuperado de:  
<http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/0-4999/804/norma.htm>
- Corrales Bermejo, L. (1993). *Apuntes para la definición y concepto de Turismo Rural*. Ávila, Cuadernos de la Escuela Regional de Turismo de Castilla y León. Fundación Cultural Santa Teresa.
- Costa presentó el diagnóstico del Plan Provincial de Turismo Rural y Periurbano. (2021, 24 de junio). Recuperado de:  
[https://www.gba.gob.ar/produccion/noticias/costa\\_present%C3%B3\\_el\\_diagn%C3%B3stico\\_del\\_plan\\_provincial\\_de\\_turismo\\_rural\\_y\\_periurbano#:~:text=La%20provincia%20de%20Buenos%20Aires,y%20enormes%20extensiones%20de%20tierra.](https://www.gba.gob.ar/produccion/noticias/costa_present%C3%B3_el_diagn%C3%B3stico_del_plan_provincial_de_turismo_rural_y_periurbano#:~:text=La%20provincia%20de%20Buenos%20Aires,y%20enormes%20extensiones%20de%20tierra.)
- Denmoza Eco Lodge Glamping. Recuperado de: <https://denmoza.com.ar/>
- De Rienzo, Camila. (2011, 7 de febrero). Los 9 mejores glampings de Argentina: campamentos de lujo en plena naturaleza. *Revista Vagari*. Recuperado de:  
<https://www.revistavagari.com/2021/02/07/los-mejores-9-glampings-de-argentina-campamentos-de-lujo-en-plena-naturaleza/>
- De Sousa Quintas, Luz. (2021, 16 de marzo). Modo Glamping: las opciones más espectaculares en el país, de Patagonia a Tigre. *Cronista*. Recuperado de  
<https://www.cronista.com/clase/break/todo-lo-que-necesitas-saber-para-viajar-por-argentina-en-modo-glamping-donde-funciona-como-es-cuanto-cuesta/>

- Diccionario Prehispánico. Real Academia Española. Recuperado de: <https://www.rae.es/>
- Domos de la Estancia. Recuperado de: <https://domosestancialodge.com/>
- Domos Upsallata. Recuperado de: <https://www.domosuspallata.com.ar/>
- Dos Aguas Geo Glamping. Recuperado de: <https://dosaguasnatural.com.ar/#!/-home/>
- Doval, L. (2019, 1 de enero). Glamping en Brasil: campings de lujo en playas y montañas. [Mensaje en un blog]. Recuperado de: <https://aronda.com.br/index.php/2019/01/01/glamping-en-brasil-campings-de-lujo-en-playas-y-montanas/>
- Eco Domo. Recuperado de: <http://eco-domo.hoteles-neuquen-province.com/es/>
- El Aura Lodge. Recuperado de: <https://www.elaurapatagonia.com/es/>
- Galmarini, M. R. (2020). *El turismo rural como estrategia para el desarrollo territorial: algunas consideraciones para los casos de Lobos y General Belgrano, provincia de Buenos Aires*. Universidad Nacional de Quilmes, Unidad de Publicaciones del Departamento de Economía y Administración. Recuperado de: <http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/2994>
- García Cuesta, J. L. (1996). El turismo rural como factor diversificador de rentas en la tradicional economía agraria. *Estudios Turísticos*, 132, 47-61. Recuperado de [https://turismo.janium.net/janium/Objetos/REVISTAS\\_ESTUDIOS\\_TURISTICOS/77535.pdf](https://turismo.janium.net/janium/Objetos/REVISTAS_ESTUDIOS_TURISTICOS/77535.pdf)
- Glamping Patagonia Inspira. Recuperado de: <http://eco-domo.hoteles-neuquen-province.com/es/>
- Glamping Aguada de Lunas. Recuperado de: [www.aguadadelunas.com.ar](http://www.aguadadelunas.com.ar)
- Glamping Enrdecken. Recuperado de: <https://glampings.de/>
- Glamping.info. Recuperado de: <https://glamping.info/>
- Glamping Hub. Recuperado de: <https://glampinghub.com/>
- Glamping.com. Recuperado de: <https://www.glamping.com/>

- Gobierno de la provincia de Mendoza (2021). Resolución N° 12 de 2021 Por la cual se regula al glamping oficialmente. Provincia de Mendoza. Ente Mendoza turismo. Recuperado de: <https://www.mendoza.gov.ar/wp-content/uploads/sites/20/2021/01/RESOL.N%C2%B0-12-GLAMPING.pdf>
- González, L.(2018, 29 de marzo). El turismo de lujo 3.0. [Mensaje de un blog]. Recuperado de: <https://joanmarco.com/turismo-lujo-30/>
- Haag, M. (2015). El fruto del trabajo colectivo. En M.Guastavino, C. Rozenblum y F. Lance. (Eds.), *El turismo rural como contribución al desarrollo territorial*. (pp 39-40). Argentina: Edición INTA.<https://es.scribd.com/document/475265357/el-turismo-rural-como-contribucion-al-desarrollo-teritorial>
- Historia del glamping (2021). *El sureño*. Recuperado de: <https://www.surenio.com.ar/historia-del-glamping/>
- INDEC (Instituto Nacional De Estadísticas y Censos de la República Argentina). (s.f) Recuperado de: <https://www.indec.gob.ar/indec/web/Nivel3-Tema-2-18#:~:text=INDEC%3A%20Instituto%20Nacional%20de%20Estad%C3%ADstica%20y%20Censos%20de%20la%20Rep%C3%ABlica%20Argentina&text=La%20poblaci%C3%B3n%20nacional%20est%C3%A1%20compuesta,6%20%25%20m%C3%A1s%20que%20en%202001.rficie: 307.571 Km².>
- Isaac, G. (2021, 29 de abril). El fenómeno del turismo rural: que elige la gente. *Clarín*. Recuperado de: [https://www.clarin.com/viajes/fenomeno-turismo-rural-elige-gente\\_0\\_-89gYL7pJ.html](https://www.clarin.com/viajes/fenomeno-turismo-rural-elige-gente_0_-89gYL7pJ.html)
- Janus Proyecto Rural Integrador. Recuperado de: <http://janus.bio/>
- Korstanje, M. (2020). *El COVID-19 y el turismo rural: una perspectiva antropológica*. Doi: <https://doi.org/10.47557/CKDK5549>
- Kotler, P. y Armstrong, G. *Fundamentos de marketing*. Recuperado de: [https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod\\_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf](https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf)

- Las Ramblas Glamping. Recuperado de: <https://www.lasramblas.com.ar/>
- Legislatura de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (2013). *Ley N° 4.631 del 4 de julio de 2013 por la cual se reglamenta los establecimientos en los que se brindan los servicios de alojamiento turístico en el ámbito de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires*. Poder Ejecutivo Nacional. <http://www2.cedom.gov.ar/es/legislacion/normas/leyes/ley4631.html>
- Legislatura de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (2013) *Anexo de la Ley N° 4.631 del 4 de julio de 2013 por la cual se reglamenta los establecimientos en los que se brindan los servicios de alojamiento turístico en el ámbito de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires*. Poder Ejecutivo Nacional. <http://www2.cedom.gov.ar/es/legislacion/normas/leyes/anexos/al4631.html>
- Legislatura de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (2001) *Ley N° 600 del 7 de junio de 2001 por la cual se regula la actividad turística en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires*. Poder Ejecutivo Nacional. <http://www2.cedom.gob.ar/es/legislacion/normas/leyes/ley600.html#:~:text=Ley%20600%20%2D%20Ley%20de%20Turismo%20%2D%20Aprobaci%C3%B3n%20%2D%20REGLAMENTADA&text=Decl%C3%A1rese%20al%20Turismo%20una%20actividad.el%20desarrollo%20y%20la%20promoci%C3%B3n.>
- Legislatura de la Ciudad autónoma de Buenos Aires (1970) *Ley N° 18.828 del 19 de noviembre de 1970 por la cual se regulan los establecimientos hoteleros dentro del territorio argentino*. Poder Ejecutivo Nacional. <https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/ley-18828-231822/texto>
- Llanos Eco Lodge. Recuperado de: <https://www.instagram.com/llanosecolodge/?hl=es>
- Mesa, A. (2022) *Cómo comercializar productos turísticos*. [Mensaje en un blog]. Recuperado de: <https://www.andalucialab.org/blog/como-comercializar-productos-turisticos/>
- Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca (2008). *Proyecto Nacional de Turismo Rural*. Recuperado de <http://www.prosap.gov.ar/Docs/MAGyPTurismoRural.pdf>

- Molina, S. (2006). *El posturismo: turismo y posmodernidad*. Recuperado de: [https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/13606/mod\\_resource/content/0/EI%20Posturismo%2C%20Sergio%20Molina.pdf](https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/13606/mod_resource/content/0/EI%20Posturismo%2C%20Sergio%20Molina.pdf)
- Montana, D. (2023, 19 de febrero). Are You a Camper or a Glamper? These 7 Differences Will Help You Decide. [Mensaje de un blog]. Recuperado de: <https://rvshare.com/blog/glamper/>
- Mora, C. (2020, 7 de octubre). Tendencias turísticas post-COVID [Mensaje en un blog]. Recuperado de: [https://www.entornoturistico.com/tendencias-turisticas-post-covid/#Preferencias\\_y\\_tendencias\\_del\\_turista\\_en\\_cuanto\\_a\\_servicios](https://www.entornoturistico.com/tendencias-turisticas-post-covid/#Preferencias_y_tendencias_del_turista_en_cuanto_a_servicios)
- Moray. Recuperado de: <https://www.instagram.com/moraycamp/?hl=es>
- Muñoz, J y Duitama, M. (2019). *Propuesta de diseño de una estructura para glamping en el aprovechamiento de las oportunidades de negocio para el sector turístico*. (Proyecto de investigación). Recuperado de: <https://repositorio.uptc.edu.co/bitstream/001/2766/1/TGT-%201400.pdf>
- Nordisk Patagonia. Recuperado de: <https://nordiskvillage.com/locations/patagonia/>
- Novás Cabarcos, N. (2006). *Promoción Y Venta de Servicios Turísticos*. Recuperado de: [https://books.google.com.ar/books?id=GDlxq8Zsj\\_0C&printsec=frontcover&source=gbs\\_ge\\_su&hl=es#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.ar/books?id=GDlxq8Zsj_0C&printsec=frontcover&source=gbs_ge_su&hl=es#v=onepage&q&f=false)
- Organización Mundial de Turismo. (2019). Definiciones de turismo de OMT. Recuperado de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420858>
- Otero, H. (2012) Tomo 1. Población, ambiente y territorio. <http://biblioteca.clacso.edu.ar/Argentina/unipe/20200408112545/HPBA1.pdf>
- Patagonia Eco Domes. Recuperado de: <http://www.patagoniaecodomes.com/>
- Pérez Winter, C.(2015). Encuentros y desencuentros en el desarrollo turístico de la provincia de Buenos Aires (Argentina). *Cuadernos de Turismo*, nº 35, (2015); pp. 359-377. Doi: 10.6018/turismo.35.221651

- Pérez Winter, C., (2014). La provincia de Buenos aires (argentina): de un espacio a un territorio turístico. Turismo - Visão e Ação, 16(3),544-572. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=261056068005>
- Perez Winter. C y Guastavino. M. (2020) Ruralidades Turísticas del campo pampeano - Bonaerense. Argentina. Rosa Dos Ventos Turismo e Hospitalidade, 12(4). Recuperado de: [CONICET\\_Digital\\_Nro.72c7fbb1-de95-429e-9ede-e25f6db6d251\\_B.pdf](CONICET_Digital_Nro.72c7fbb1-de95-429e-9ede-e25f6db6d251_B.pdf)
- Pristine Camp. Recuperado de: [https://www.pristinecamps.com/?cur=USD&gclid=Cj0KCQiAoY-PBhCNARIsABcz7715Z7R\\_8JipwpQtR7WBjtRRUNXCg4DV9-i88E2\\_xZtYcJq7nrKi4RlaArnOEALw\\_wcB](https://www.pristinecamps.com/?cur=USD&gclid=Cj0KCQiAoY-PBhCNARIsABcz7715Z7R_8JipwpQtR7WBjtRRUNXCg4DV9-i88E2_xZtYcJq7nrKi4RlaArnOEALw_wcB)
- Provincia de Buenos Aires (2023, 1 febrero). *Argentina. gob. ar*. Recuperado de: <https://www.argentina.gob.ar/buenosaires#:~:text=Llanura%2C%20praderas%2C%20humedales%2C%20lagunas.provincia%20m%C3%A1s%20poblada%20del%20pa%C3%ADs.&text=Nuestro%20territorio%2C%20habitado%20por%20querand%C3%ADes,primera%20mitad%20del%20siglo%20XVI.>
- Puesto viejo. Recuperado de: [www.puestoviejoestancia.com.ar](http://www.puestoviejoestancia.com.ar)
- Ramírez Remache, K. (2021) Glamping y el turismo rural de la parroquia Mulaló (Tesis de pre grado) Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación. Recuperado de: <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/33636/1/RAMIREZ%20KAREN%20TESIS%20%282%29.pdf>
- Rebocho, B. y Correia, A. (2017). Glamping um Novo Paradigma no Turism. *Revista Portuguesa de Estudos Regionais*, núm. 46, pp. 45-55. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/5143/514354171003.pdf>
- Refugio Natural. Recuperado de: <https://refugio.com.ar/>
- Refugio de Tigre. Recuperado de: <https://refugio31.com/>

- Refugio Valle del Crestón. Recuperado de:  
<https://www.facebook.com/Refugio-Valle-del-Creston-112055193760794>
- Rojas, A. (2018, 28 de Julio). Glamping, la tendencia de moda para acampar en Latinoamérica. *Latinamerican Post*. Recuperado de:  
<https://latinamericanpost.com/es/22328-glamping-la-tendencia-de-moda-para-acampar-en-latinoamerica>
- Reserva de montaña Huemules. Recuperado de: <https://huemules.com/>
- Tomaello Flavia. (2019, 8 de Febrero). Glamping en Latinoamérica: el lujo de un hotel 5 estrellas dentro de una carpa. *Infobae*. Recuperado de  
<https://www.infobae.com/turismo/2019/02/08/glamping-en-latinoamerica-la-exclusividad-de-un-hotel-cinco-estrellas-dentro-de-una-carpa/>
- Tomaello, Flavia. (2021, 15 de Febrero). Glamping de que se trata la nueva tendencia de alojamiento al aire libre que vence a la pandemia. *Infobae*. Recuperado de:  
<https://www.infobae.com/turismo/2021/02/15/glamping-de-que-se-trata-la-nueva-tendencia-de-alojamiento-al-aire-libre-que-vence-a-la-pandemia/>
- Trigoa, A. (2012, 28 de julio). Vacaciones en camping: ventajas e inconvenientes. *Eroski consumer*. Recuperado de:  
<https://www.consumer.es/viajes/vacaciones-en-camping-ventajas-e-inconvenientes.htm>
- Tschriste, A. (2018). *Glamping como estrategia de diversificación de la oferta de alojamiento de la localidad de Sierra de la Ventana*. (Tesis). Universidad Nacional del Sur.  
<https://repositoriodigital.uns.edu.ar/bitstream/handle/123456789/4480/Tesis%20final%20Tschriste%20%283%29.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Saimon's. Recuperado de: <http://www.saimonsglamping.com.ar/>
- Secretaría de Turismo de la Presidencia de la Nación (2005). *Ley 25.997 Ley Nacional de Turismo*. Senado y Cámara de Diputados de la Nación Argentina.  
<https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/ley-25997-102724/actualizacion>
- Senado y cámara de diputados de la Provincia de Buenos Aires (2006). Ley N° 1353 del 26 de Septiembre de 2006 por la cual se reglamenta campamentos turísticos o campings en la provincia - Disposiciones - Registro provincial de campamentos turísticos - Habilitación- Deroga

el Dec.Ley 9765/1981

[Ley 13531 \(gba.gob.ar\) / Sistema de Información Normativa y Documental Malvinas Argentinas \(gba.gob.ar\)](#)

- Silva, D. (2021, 27 de enero) 6 lugares para hacer glamping en pareja cerca de (o en) la CDMX. [ mensaje de un blog]. recuperado de:  
<https://foodandpleasure.com/glamping-cerca-de-la-cdmx/>
- Schneider, S y Verardi Fialho, M (2000) Actividades nao agrícolas e turismo rural no Rio Grande do Sul. *Turismo Rural: ecologia, lazer e desenvolvimento*. 1ª. ed, 14-50.
- Solis (2014) Glamping ¿una nueva modalidad turística o solamente un alojamiento?. Recuperado de  
[https://www.academia.edu/11643078/Glamping\\_Una\\_nueva\\_modalidad\\_tur%C3%ADstica\\_o\\_solamente\\_un\\_alojamiento](https://www.academia.edu/11643078/Glamping_Una_nueva_modalidad_tur%C3%ADstica_o_solamente_un_alojamiento)
- Vargas Túqueres, J. (2022). *La tendencia del glamping y el turismo rural en el cantón Tisaleo*. (Proyecto de investigación). Universidad Técnica de Ambato.  
<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/34690/1/VARGAS%20TUQUERES%20JENIFER%20ALEXANDRA%20%2811%29.pdf>
- Varsavsky, J. (2022, 30 de enero). Los argentinos se van de glamping. *Página 12*. Recuperado de: <https://www.pagina12.com.ar/398529-los-argentinos-se-van-de-glamping>
- Ventana Big Sur, An Alila Resort In California, United States. (s. f.). Glamping.com.  
<https://www.glamping.com/destination/north-america/california/big-sur/ventana-big-sur-an-alila-resort/>
- Westgate River Ranch In Florida, United States. (s. f.). Glamping.com.  
<https://www.glamping.com/destination/north-america/florida/river-ranch/westgate-river-ranch/>