



ABC DEL GLAMPING



PROCOLOMBIA
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS

COLOMBIA 
SIENTE EL RITMO

1

CONTENIDO

- A. Concepto básico
- B. Factores de mercado
- C. Criterios de localización y emplazamiento.
- D. Tipologías
- E. Experiencias complementarias
- F. Referencias exitosas.



COLOMBIA 
SIENTE EL RITMO

PROCOLOMBIA
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS

2

A. CONCEPTO BASICO

EL GLAMPING es un creciente fenómeno global que combina la experiencia de acampar al aire libre con el lujo y las condiciones propias de los mejores hoteles.

El término, establecido a finales del siglo XIX, es una fusión de las palabras *glamour* y *camping*, consiste en disfrutar de la naturaleza y de la libertad que proporciona la acampada, sin renunciar a las comodidades y los atractivos de los alojamientos más sofisticados.

QUE NO ES UN GLAMPING

- ❖ Un camping mejorado.
- ❖ Un alojamiento precario.
- ❖ Una estructura de alojamiento convencional.
- ❖ Una agrupación densa de unidades.
- ❖ Una cabaña barata.
- ❖ La carencia de experiencias agregadas
- ❖ La falta de originalidad conceptual.
- ❖ La carencia de emplazamiento adecuado.



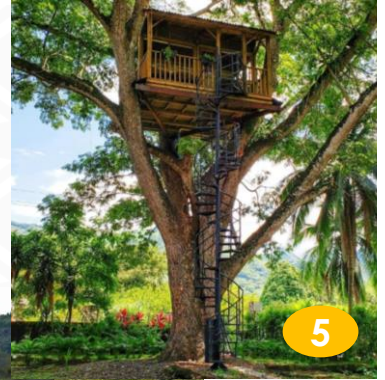
TIPOLOGIAS DEL ALOJAMIENTO



5



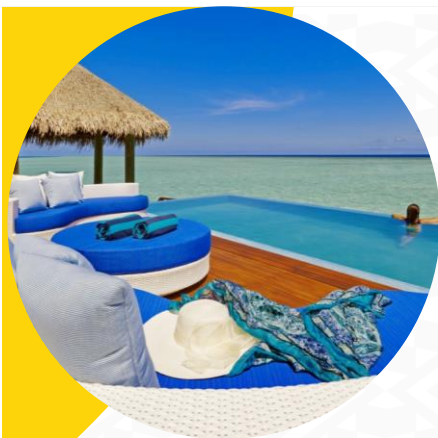
6



COLOMBIA 
SIENTE EL RITMO

PROCOLOMBIA
PROMOCIÓN DEL TURISMO Y COMERCIO EXTERNO

7



B. FACTORES DE MERCADO

El *glamping* ha irrumpido con fuerza en el sector del turismo de naturaleza para satisfacer a un nuevo segmento de mercado: clientes con un perfil socioeconómico medio-alto y exigentes que buscan el encuentro con la naturaleza sin renunciar a las comodidades y el confort.

Su desarrollo suele ser iniciativa de empresas familiares que buscan aumentar el turismo local de su zona o bien marcas hoteleras que tratan de reinventarse con un nuevo "producto". diversificando y fortaleciendo el portafolio de productos para sus clientes habituales.

Los nuevos retos de esta nueva modalidad consisten en evolucionar en la segmentación del mercado para conocer al cliente como individuo: familias, parejas, grupos de afinidad, aventureros mas audaces o simples observadores de la naturaleza, son muchas las posibilidades

COLOMBIA 
SIENTE EL RITMO

PROCOLOMBIA
PROMOCIÓN DEL TURISMO Y COMERCIO EXTERNO

8



FACTORES DE MERCADO

- ✓ Atender necesidades específicas de cada cliente y generar experiencias diversas que complementen la esencia de la pernoctación en una estructura singular, son la respuesta mas efectiva como estrategia de mercado.
- ✓ Explorar lugares exóticos y vírgenes lejos de grandes propuestas hoteleras productos para turismo masivo con miles de turistas alrededor, es el objetivo principal del glamping. Hacerlo entre familia y amigos con las máximas comodidades y experiencias diseñadas para individuos específicos es lo que lo hace distinto.
- ✓ Las expectativas del turista en esta época postpandemia es de ubicar nuevos destinos como escape a tantos meses de encierro e incertidumbre en areas abiertas pero aisladas son la base de la motivación para un servicio altamente personalizado.



FACTORES DE MERCADO

- ✓ Cada vez son más los viajeros que apuestan por una escapada mas autónoma y cerca de casa antes que aventurarse a viajar a destinos mas lejanos compartiendo aglomeraciones y protocolos de distanciamiento.
- ✓ La falta de tiempo y la crisis económica también han ayudado a impulsar este tipo de destinos.
- ✓ El auge del turismo de experiencias ha sido un factor de crecimiento del glamping por su carácter novedoso percibido como una aventura para grandes y chicos.
- ✓ Los viajeros quieren alojamientos atípicos, que ofrezcan algo más que un lugar par dormir. Por eso, este tipo de acampada de lujos causa furor entre millenials, influencers, celebridades y empresarios de todo tipo, que disfrutan de la experiencia de pernoctar en plena naturaleza, pero con el confort y lujos que ofrece un cinco estrellas.



- ✓ **IMPLANTACION ARMONICA**
- ✓ **PAISAJE SINGULAR**
- ✓ **RECORRIDOS**
- ✓ **EXCLUSIVIDAD**
- ✓ **IDENTIDAD**
- ✓ **INTIMIDAD**

C. CRITERIOS DE LOCALIZACION Y EMPLAZAMIENTO



- MEDITACION- YOGA**
- ASTRONOMIA**
- CABALGATAS**
- CAMINATAS/ INTERPRETACION**
- SPA**
- GASTRONOMIA**
- FOGATAS**

E. EXPERIENCIAS COMPLEMENTARIAS



F. REFERENCIAS EXITOSAS

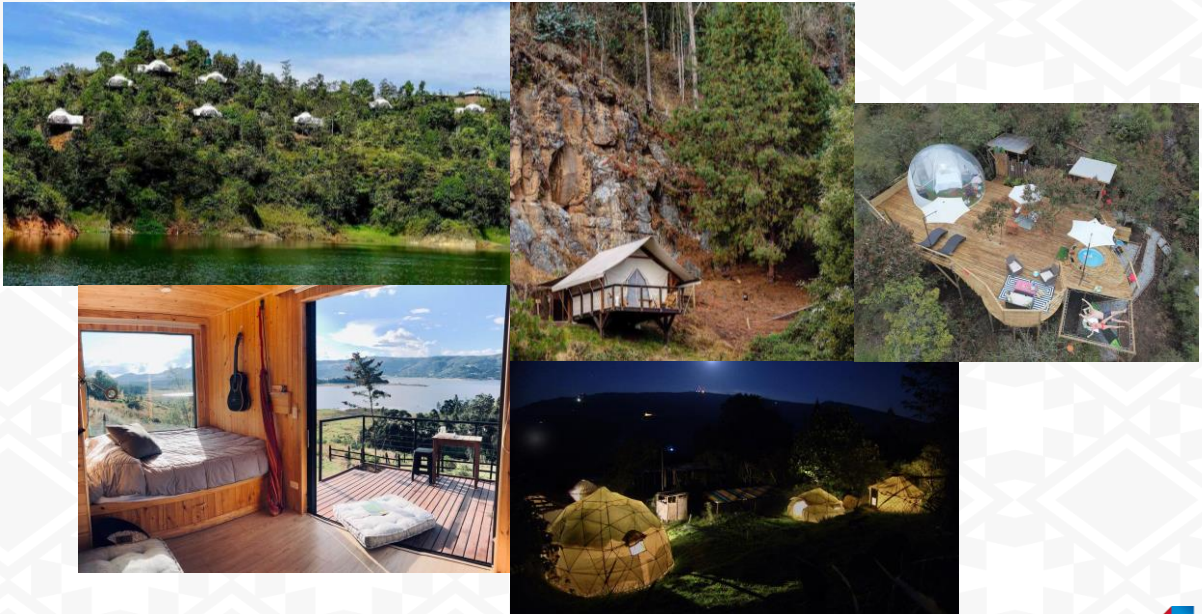
Implantación, diseño, y experiencias generadas.



13



14



COLOMBIA 
SIENTE EL RITMO

PROCOLOMBIA
PROMOCIÓN Y FOMENTO DEL TURISMO EN COLOMBIA

15

BIBLIOGRAFIA E IMÁGENES

<https://tecnohotelnews.com/>

<https://es.wikipedia.org/wiki/Glamping>

<https://www.lasociedadageografica.com/blog/hoteles/glamping-una-experiencia-unica/>

https://arqa.com/en/_arqanews-archivo-en/glamping-architecture.html

<https://www.booking.com/hotel/gb/alpaca-my-tipi-private-glamping-tipi.sk.html>

<https://www.expedia.es/Dibulla-Hoteles-Awatawaa-Ecolodge.h34036546.Informacion-Hotel?pwaDialog=media-gallery>

<https://bogotivo.com/es/casas-del-arboles-bogota/>

<https://www.patagoniacamp.com/yurts/>

https://www.booking.com/hotel/co/glamping-la-montana-sagrada.es.html?aid=318615&label=Spanish_Colombia

<https://www.glamping-colombia.com/>

<https://www.campingsonbou.com/es/alojamientos/tipo/tiendas-glamping/2>

<https://www.popularmechanics.com/adventure/outdoors/news/a16432/peru-mountain-natura-vive/>

<https://montanacanvas.com/wp-content/uploads/2018/01/image-glow.jpg>

Finca Jerusalem Tobia - Birdglamping Aviturismo Los Arboles Cocora
 Bosko Guatapé Antioquia - Encubo glamping Guatavita
 El Nido Suesca - Bubblesky glamping El Retiro Antioquia

COLOMBIA 
SIENTE EL RITMO

PROCOLOMBIA
PROMOCIÓN Y FOMENTO DEL TURISMO EN COLOMBIA

16