

Universidad Siglo 21



**Plan de Mejora para el Hotel Howard Johnson, Villa Carlos Paz, con Implementación
de Alojamiento Glamping.**

Trabajo Final de Grado. Reporte de Caso.

Nombre: María Alejandra Anís

D.N.I. 24982037

Legajo: VTUR02105

Carrera: Licenciatura en Gestión Turística

Profesora: Mansilla Melina Noel

Lugar y Fecha: Córdoba, Junio de 2022

Índice

Resumen.....	2
Introducción	3
Marco de referencia institucional.....	3
Breve descripción de la problemática	4
Resumen de antecedentes.....	5
Relevancia del caso	8
Análisis de situación	9
Descripción de la situación	9
Análisis del contexto	9
Análisis FODA.....	14
Marco Teórico.....	17
Turismo Sustentable.....	17
Ecoturismo	17
Glamping.....	18
Diagnóstico y Discusión.....	20
Plan de mejora para el Hotel Howard Johnson, Villa Carlos Paz, para su posicionamiento como hotel sustentable. Año 2022.	22
Alcance.....	22
Objetivos	23
Estructura:	24
Diagrama de Gantt:	24
Presupuesto:	26
Indicadores	28
Agregado de valor a la propuesta.....	28
Conclusiones	31
Recomendaciones.....	32
Bibliografía	34

Índice de ilustraciones

Ilustración 1 Flyers.....	29
---------------------------	----

Índice de tablas

Tabla 1 Análisis FODA.....	14
Tabla 2 Diagrama de Gantt	25
Tabla 3 Listado y presupuesto de materiales.....	27
Tabla 4 Tarifas Sugeridas.....	29

Resumen

En el presente reporte de caso, se expone la necesidad de mejora en el servicio de hospedaje del Hotel Howard Johnson, Villa Carlos Paz, el cual consta de la incorporación de un nuevo servicio de alojamiento al aire libre, ante la necesidad del huésped de consumir el turismo de naturaleza o con espacios más abiertos, alejado del turismo de masa, a raíz de la pandemia y ante la nueva tendencia de acampar en un entorno natural con el confort de un hotel. La propuesta que se expone como solución, trata de un plan de implementación con la incorporación del alojamiento glamping, para brindar una estadía segura, personalizada y basada en los principios de sustentabilidad ya que su instalación reduce el impacto ambiental. Esta propuesta, tiene como objetivo general el desarrollo del servicio glamping en las instalaciones exteriores de Hotel Howard Johnson Villa Carlos Paz, y para ello también se desarrollará una campaña de marketing para su promoción. Además de las actividades recreativas y ecoturísticas que se realizan dentro de las instalaciones del hotel se brindarán actividades adicionales de ecoturismo en el Parque Nacional Quebrada del Condorito, como avistaje de aves, trekking, caminatas por senderos y circuitos, en el Lago San Roque paseos en Kayak y trekking en el Cerro de la Cruz. La importancia de implementar el plan contribuirá a la empresa, innovando sus servicios, posicionarse como hotel sustentable y hacia los clientes brindando un servicio especializado y comprometido con el medio ambiente con la posibilidad de desarrollar el turismo de naturaleza, actividades de ecoturismo y el disfrute de la naturaleza.

Introducción

Marco de referencia institucional

La marca registrada Howard Johnson pertenece actualmente al Grupo Wyndham Worldwide, el cual está integrado bajo el esquema de franquicias de 7.100 hoteles afiliados en las distintas marcas del grupo Howard Johnson abrió su primer hotel en la ciudad de Buenos Aires en el año 1997 para realizar su primera carrera hacia un crecimiento, se ubicó en diferentes localidades, acercando de esta forma la posibilidad de acceder a un hotel de renombre internacional en el mercado local y se ha convertido en uno de los principales actores en el desarrollo de localidades de pequeño y mediano tamaño de Argentina.

Howard Johnson mantiene las prestaciones de una cadena de carácter internacional, pero permite que los franquiciados impriman el toque personal en cada una de sus empresas. Todos los hoteles cuentan con centros de convenciones, restaurantes equipados para la recepción de delegaciones y un servicio adaptado a todas las necesidades y satisfacción del cliente.

Howard Johnson Carlos Paz se inauguró en el año 2011, una empresa familiar que mantiene su impronta de pyme. La idea de este proyecto fue construir un Condo hotel, que hace referencia a una modalidad comercial que combina el negocio inmobiliario con la actividad hotelera en sí misma. Los accionistas del hotel poseen departamentos que son de su propiedad, pero que están a disposición de los administradores de la cadena, esas acciones le generan una renta anual para los propietarios. El Hotel ofrece 127 modernas habitaciones, un restaurante con cocina internacional, piscinas descubiertas, spa, jacuzzi, sala de relax, salas de reuniones y salón de convenciones por el cual el hotel ha sido condecorado por su gestión en diversas convenciones internacionales. El hotel Howard Johnson cuenta con un

personal de 80 personas que trabajan de manera permanente en las instalaciones de la empresa.

Breve descripción de la problemática

Debido a la situación sanitaria a causa de la pandemia del año 2020, el sector turístico es uno de los que más se vio afectado, debido al confinamiento obligatorio. El sector hotelero también sufrió el impacto de la crisis del turismo con pérdidas económicas, luego de haber transcurrido 2 años de esta situación y con una actividad ya reactivada debieron reinventarse con la búsqueda de nuevas formas de generar ingresos, creando nuevos productos turísticos con el objeto de dar respuesta a las nuevas expectativas de los turistas. Es por eso que actualmente existe un cambio en el comportamiento y motivaciones de los turistas, debido sobre todo a las nuevas formas de concebir el tiempo de ocio y de revalorizar lugares menos masificados, en especial, zonas donde se pueden establecer un contacto entre la actividad turística y la naturaleza.

Se plantea una oportunidad de negocio, una mejora en la oferta, un concepto de hospedaje innovador, diversificando y ampliando la oferta de alojamientos, bajo principios rectores de sostenibilidad, accesibilidad y calidad, buscando el fortalecimiento y desarrollo económico y fomentando la utilización de energías renovables, el cumplimiento de políticas ambientales y el cuidado de la salud. En este contexto, surge la necesidad de brindar un espacio donde las personas tengan contacto con la naturaleza. Este tipo de proyectos amigables con el ambiente en la actualidad está empezando a tener acogida a nivel mundial a causa del creciente interés por preservar los recursos naturales, como también de las personas que buscan alejarse de las urbes contaminadas, el ruido y el estrés causado por la

vida tan acelerada de las ciudades.

Es una oportunidad para el desarrollo del turismo sostenible y sustentable, por lo tanto, se propone la incorporación del servicio de hospedaje Glamping al Hotel Howard Johnson Villa Carlos Paz, como nueva modalidad de hospedaje al aire libre. Es fundamental crear e integrar productos y/o servicios con valor agregado sin comprometer los recursos naturales y culturales, para mantener la competitividad del sector, poder diferenciarse de la competencia y posicionarse en el mercado (Hassan, 2000). Las distintas motivaciones, las nuevas preferencias y gustos de los viajeros conlleva a que el sector turístico vaya reinventándose e innovando sus productos buscando constantemente la manera de mejorar sus productos y de esta manera poder adaptarse a las nuevas exigencias de los turistas.

Resumen de antecedentes

Jacome Arboleda (2021) presentó su artículo titulado, “El glamping, como tendencia del turismo en Ecuador en tiempos de COVID-19”, donde se analizó la participación de tres establecimientos turísticos que ofrecen glamping como alternativa de hospedaje en Ecuador. La investigación tuvo enfoque cuantitativo con alcance descriptivo de diseño no experimental transversal. Según el estudio se requiere de mayor competencia profesional en la formación de sus servidores, mejorar la calidad de la oferta de todo tipo de alojamiento glamping, por lo cual el diseño y desarrollo de estudio cualitativo es relevante solo con un ambiente laboral que no sea restringido por las normas sanitarias COVID 19. Se relaciona con el caso de estudio por la tendencia que surgen en ambos países de una nueva demanda turística donde acampar se convierte en un estilo de vida del huésped moderno. De esta manera se rescata el rediseño de los productos de gamping a partir de la innovación en las instalaciones.

Lopes Araújo (2015) en su artículo “Turismo y sostenibilidad ambiental en la comunidad de Barra Grande, Cajueiro da Praia, Piauí (PI)” estudió a la comunidad de Barra Grande, municipio de Cajueiro da Praia, Piauí y analizó los impactos ambientales del turismo en Barra Grande, considerando los indicadores de sostenibilidad ambiental (ISA) del Instituto Brasileño de Geografía y Estadística (IBGE). Se realizaron encuestas bibliográficas y documentales sobre políticas de turismo y medio ambiente, entrevistas semiestructuradas a dieciocho medios de hospedaje aplicando tres indicadores: abastecimiento de agua, alcantarillado, y recolección y disposición de residuos sólidos. En el estudio de campo en los medios de hospedaje se observó que éstos están de acuerdo con dos de los parámetros cualitativos que se evaluaron y se demostró que el destino necesita mejorar la sostenibilidad.

Fernandes Guzzo y Machado Do Nascimento (2013) en su investigación “Prácticas ambientales y desempeño organizacional en el hotelaría: Un estudio de sus relaciones en la ciudad de Porto Alegre, Brasil” analizaron la hotelaría portoalegrense en relación a los desempeños organizacionales y las prácticas ambientales. Se realizó una encuesta a través de correo electrónico con los medios de hospedaje de Porto Alegre, Brasil, analizando el tipo de relación que existe entre las prácticas ambientales y el desempeño organizacional. Se realizaron métodos estadísticos no paramétricos. Los autores concluyeron que los medios de hospedaje que poseen más prácticas ambientales tienden a poseer mejores desempeños organizacionales.

De Simon, (2013) en su artículo “Planificación turística sustentable en el departamento de Lavalle, Mendoza, Argentina” se propuso crear un plan de desarrollo turístico en el departamento de Lavalle, que permitiera organizar las actividades turísticas que sirviera para generar empleo a la comunidad y que se aportara información para futuras investigaciones así también para dar continuidad a las planificaciones del desarrollo turístico

provincial. Se tuvo en cuenta que el turismo sostenible ofrece una oportunidad de desarrollo con beneficios ambientales, económicos, sociales, culturales y políticos para los pueblos receptores. Se realizaron trabajo de campo, entrevistas, encuestas y relevamientos de atractivos turísticos, infraestructura y equipamiento turístico. Se determinó que el departamento de Lavalle presenta recursos naturales y culturales propicios para el desarrollo turístico y se concluyó que el trabajo constituye un aporte para el desarrollo sustentable para dinamizar la calidad de servicios, la mejora de las instalaciones y equipamiento turístico, el desarrollo de nuevos atractivos y actividades, la puesta en valor de recursos naturales y culturales y que la gestión pública del turismo mejora la comercialización de los productos en el municipio. Se seleccionó este artículo porque se muestran cómo se implementaron, planes proyectos y acciones de concientización ambiental que mejoraron la experiencia turística que servirá para guía del caso de estudio.

Albarracín Argañaraz, Alustiza, Canoniero y Collante (2021) en su investigación “Plan de Desarrollo Turístico Sustentable de la ciudad de San Salvador de Jujuy 2017 – 2020”, propusieron crear un plan a partir de la investigación y análisis del espacio turístico de San Salvador de Jujuy. Se analizó realizar acciones para posicionar a la ciudad capital como destino turístico competitivo sustentable del Norte Argentino a través de estrategias que garanticen el desarrollo turístico sustentable mediante el trabajo con distintos sectores e instituciones para mejorar la calidad de la comunidad local, optimizando recursos económicos y fomentando la protección del patrimonio natural y cultural. Se utilizó investigación de tipo descriptiva y se consideró variables cualitativas y cuantitativas. Este artículo se seleccionó por sus estrategias para llevar a cabo para el desarrollo turístico sustentable que podría ser llevado a cabo en el caso de estudio.

Relevancia del caso

La importancia de proponer este caso nace de la nueva forma de viajar que está cambiando porque el mundo ha cambiado luego del covid 19. Tener experiencias únicas en medio de la naturaleza después de la cuarentena puede ser reconfortante o ser una manera más segura de viajar ya que no se interactúa tanto con personas. El virus trajo consigo una nueva forma de consumo y de hábitos de las personas, que está más alineado con espacios abiertos, interacciones al aire libre y la consciencia sobre el cuidado del medio ambiente y la naturaleza. Esta situación y la nueva propuesta por el ecoturismo también han llevado a los hoteles a adaptar o cambiar totalmente sus procesos, convirtiendo la protección del medio ambiente en su mejor valor agregado.

La OMT (2017) estima que el 79% de los huéspedes considera de importancia reservar un hotel que aplique prácticas ecológicas y sostenibles en su gestión. Para un alojamiento ser sostenible es también un modo de diferenciarse con la competencia. Consume menos recursos minimizando el uso de recursos materiales y energéticos mediante prácticas de ahorro y eficiencia, experiencias únicas, respeta el ecosistema, costumbres, tradiciones de las comunidades aledañas, está acorde con la arquitectura del entorno, ahorro en costos: los productos ecológicos reducen costos y mejoran la imagen que el hotel ofrece a clientes, proveedores y trabajadores. Los hoteles sostenibles y ecológicos tienen beneficios económicos y ambientales que son respaldados por estándares, clasificaciones y certificaciones.

Análisis de situación

Descripción de la situación

Mientras se superan los problemas sanitarios que trajo la pandemia del COVID 19, el turismo a nivel mundial empieza a recuperarse y Argentina no es ajena a esta tendencia. Los cambios respecto a las preferencias de consumo de los turistas aumentaron su participación al turismo al aire libre, el de baja densidad, ecoturismo y prácticas sustentables. La nueva tendencia es el alojamiento al aire libre enfocado en la experiencia de acampar al aire libre. Consiste en disfrutar de la naturaleza y la libertad que proporciona la acampada, sin renunciar por ello a las comodidades y los atractivos de los alojamientos más sofisticados. Este tipo de alojamiento ayuda a garantizar la seguridad sanitaria de los huéspedes, una ventaja de esta modalidad de acampada es que ofrece la oportunidad de viajar y vivir en la naturaleza sin dejar de lado las comodidades de un hotel.

Análisis del contexto

Modelo PESTEL

Con respecto al factor político, se deben mencionar las elecciones legislativas y presidenciales del 2023, las cuales afectan al sector hotelero ya que genera incertidumbre a la industria hotelera, los inversores se encuentran resguardados frente a nuevos proyectos de inversión. Un aspecto positivo son las políticas de subvenciones, la cual el Estado otorga una ayuda económica a los trabajadores del sector turístico. El desarrollo de protocolos para el sector hotelero es considerado una medida política que permite a los hoteles contar con los requisitos necesarios para su reapertura. La misma impacta positivamente debido a que

brinda la posibilidad al sector de reactivar la actividad brindándoles seguridad a sus visitantes. Ejemplo de esto es el programa de asistencia extraordinaria al sector hotelero en zonas y localidades turísticas afectadas, por el cual se otorga una suma individual y fija para abonar a los trabajadores a cuenta del pago de las remuneraciones a cargo de los empleadores y las empleadoras adheridos (Infobae, 2022).

Con respecto al factor económico, se plantea como una oportunidad para reactivar la economía, el programa de recuperación productiva 2 (REPRO 2) que consiste en el programa de asistencia extraordinaria del sector hotelero en zonas y localidades turísticas afectadas, creado por el Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación y el Ministerio de Turismo y Deportes, donde el Estado Nacional otorga asistencia a trabajadores de hoteles adheridos al programa en ciudad de Buenos Aires, Rosario, Córdoba, Mendoza, San Miguel de Tucumán , Calafate y Ushuaia (Ministerio de Turismo y Deporte, 2022).

La inflación acelerada de este 2022 ha generado que las estructuras de costos de todas las empresas se incrementen sustancialmente y que el salario siga perdiendo contra la inflación a pesar de las medias de control de precios implementadas. Las políticas macroeconómicas tienen por objetivo contraer la demanda agregada a través de-un ajuste fiscal y para evitar que resurjan inflaciones hay que controlar la emisión monetaria y contener la inestabilidad cambiaria (Rubini, 2020). En ese contexto, con reducción del déficit primario, la ancha banda cambiaria vigente crea una fuente de confusión para los mercados, generando desconfianza y desinversión.

Analizando el factor social, se considera que las nuevas modas adoptadas por los turistas, en las cuales eligen vacacionar en espacios naturales y en armonía con el medio ambiente implica una personalización basada en visión holística del cliente. Además, esta

nueva concepción hace que se piense en el valor integral del cliente, no solo en niveles de ocupación e ingresos generados, sino que también se tiene en cuenta la autenticidad que lleva a que los turistas busquen propuestas de alojamiento singulares y boutique, que transmitan la autenticidad del destino donde viajan. Se considera que la elección de las habitaciones es otro factor que los turistas demandan en el hotel, al igual que hacen cuando seleccionan el asiento de un avión o un tren (García López, 2020).

Como amenaza, el nivel de pobreza en la Argentina ascendió al 50%, en el contexto de la pandemia mundial y la larga cuarentena local combinada con una alta tasa de inflación. Casi la mitad de la población fue empujada a esa situación de vulnerabilidad económica, a partir de lo cual, se genera en la sociedad cambios en los paradigmas de consumo y usos, provocando que el sector hotelero sea más flexible a los cambios para poder ofrecer servicios y productos que logren satisfacer las nuevas demandas del mercado.

En los cambios demográficos, se analiza que las grandes cadenas están invirtiendo en la creación de nuevas marcas, diseñadas específicamente para adaptarse a las nuevas tendencias y gustos de los Millennials, que ya suponen más de un 30% de los clientes que se alojan en los hoteles. Su objetivo principal es ofrecer a estos clientes experiencias auténticas y muy ligadas a la cultura local. Estos turistas premian nuevos valores como políticas de sostenibilidad y Responsabilidad Social Corporativa (García López, 2020).

Siguiendo con el análisis, en el factor tecnológico, se analizó la Inteligencia Artificial, *Machine Learning* y Big Data, las cuales son una palanca para garantizar una mejor eficiencia y competitividad en el sector turístico. Por un lado, a través del sistema *Check-in* y *check-out* lo cual permite ingresar y salir del hotel sin pasar por el lobby utilizando tecnología hotelera para optimizar el tiempo. La inteligencia artificial, permite controlar todos los rincones de la gestión hotelera de forma automática y puede encargarse de atender a los pedidos de los

huéspedes, preparar comidas y bebidas, realizar tareas administrativas e, incluso, analizar el comportamiento de los usuarios para brindar informes y hacer mejoras en el servicio (Hosteltur, 2019). El aspecto negativo es el costo de acceso a las nuevas tecnologías y la obsolescencia de los factores productivos.

Por último, se analizó el factor ecológico, principalmente las herramientas y acciones que permiten convertir a los hoteles en organizaciones sustentables que permitan mitigar el impacto medioambiental. Por un lado, la tecnología para hoteles con la generación de dispositivos que ayuden a proteger a la naturaleza. Por ejemplo, una herramienta que gradúe la iluminación de la habitación de acuerdo a la intensidad de la luz natural que entra durante el día o mediante sensores de movimiento que identifiquen si una habitación no está siendo utilizada para apagar automáticamente los aparatos eléctricos (De Miguel, 2020).

Por otro lado, se menciona la certificación Hoteles Más Verdes, que cumple con los estándares del Consejo Global de Turismo Sostenible. El mismo permite a los hoteles de la Argentina obtener tres niveles de certificación: bronce, plata y oro, lo cual impacta de manera positiva en el sector hotelero ya que esta certificación reconoce hoteles que demuestran una gestión sustentable, respetuosa con el medio ambiente y responsable con la comunidad y el destino. De esta manera, se proyecta una mejora en la imagen de marca del hotel en cuestión y crea una mejor competitividad (Pashaj, 2021).

Otro factor ecológico es la tendencia en alza del uso de placas solares como fuente de energía natural e inagotable, lo cual resulta una ventaja para los hoteles ya que reduce los costos, ahorro energético y rápida amortización. Además, los consumidores también apuestan a un consumo responsable y a la utilización de energías renovables, esto convierte a la instalación de paneles solares no solo en una fuente de ahorro, sino también en un valor

añadido para atraer al cliente con más conciencia con la protección del medio ambiente (Cambio Energético, 2021).

Por otro lado, se debe mencionar la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, cuyos Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) incorporaron diversos aspectos relacionados con el agua. Uno de ellos es mejorar la calidad del agua reduciendo la contaminación, eliminando el vertimiento y minimizando la emisión de productos químicos, reduciendo el porcentaje de aguas residuales sin tratar y aumentando el reciclado y la reutilización sin riesgos a nivel mundial. La aplicación de estas medidas en el sector hotelero local, permitirá garantizar el uso sostenible y la gestión de los recursos del agua (ONU, 2021).

Con respecto al factor legal, el Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación lanzó el programa “Previaje”, mediante el cual se reintegra el 50% del valor del viaje en crédito para viajar a todos los destinos de Argentina desde noviembre de 2021 y durante todo el 2022. La promoción abarca los alojamientos, agencias de viajes, transporte, excursiones, centros turísticos, alquiler de automóviles y equipamiento, atractivos turísticos, gastronomía, entretenimiento y ocio, productos regionales, ferias y convenciones y otros servicios turísticos adquiridos. El gobierno anunció la implementación de un tercer previaje luego de las vacaciones de invierno 2022 para incentivar y prolongar los viajes durante las temporadas media y baja tanto en centros turísticos como localidades menos visitadas para poder fomentar las industrias locales. El beneficio se acreditará en una tarjeta precargada emitida por el Banco de la Nación Argentina o en la Billetera Electrónica BNA (Ministerio de Turismo y Deporte, 2022).

Análisis FODA

Tabla 1 Análisis FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Cumplimiento de altos estándares de calidad de los servicios • Ubicación geográfica estratégica con vista privilegiada • Estándares propios para el cuidado del medio ambiente y el paisaje • Hoteles verdes: certificación en turismo sustentable • Alianza con reconocidos artistas nacionales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Expansión geográfica • Nuevas preferencias de consumo por parte de los turistas. • Aumentar la eficiencia para conseguir un mayor retorno y mejorar la experiencia del cliente para fidelizarle a partir de las tecnologías de innovación. • Aplicaciones móviles del cliente integrado con el sistema del hotel • Desarrollo de nuevos productos.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Altos costos • Sin herramientas para afrontar los retos de la multicanalidad y la racionalización (Content crunch o crujido del contenido). • Falta de una política de gestión integral del ciclo del agua para volverse más sustentable 	<ul style="list-style-type: none"> • Alto riesgo país, inestabilidad económica. • Dólar inestable • Aumento de las cargas tributarias • Receso de la actividad turística a causa del covid 19 durante el 2020-2021 y en reactivación a partir del 2022.

Fuente: Elaboración propia (2022).

Al realizar un diagnóstico analizando la situación tanto interna como externa de la empresa, se llegaron a las siguientes conclusiones. Dentro de las fortalezas del hotel se pueden mencionar que cumple con altos parámetros de calidad, lo cual permite la satisfacción de las necesidades y expectativas de los huéspedes, logrando de esa manera la fidelidad por parte de los mismos.

Otra fortaleza del hotel es que está reconocido por lograr la certificación en uno de sus niveles que forman parte del Global Sustainable Tourism Council (GSTC) de Hoteles

más verdes, contando con infraestructura y procesos de gestión de hotelería sustentable. Otra manera de apoyar estas prácticas es a través de la mascota Howie cuya finalidad es educar a los niños sobre los cuidados del medioambiente de manera didáctica.

La ubicación geográfica estratégica con vista privilegiada, a pocos minutos del Lago San Roque y del centro de Villa Carlos Paz, el hotel se integra al paisaje; también puede considerarse otra fortaleza la alianza con reconocidos artistas nacionales, los cuales permite la difusión de publicidad del hotel en medios de comunicación y redes sociales, con gran alcance nacional e internacional.

Dentro de las debilidades del hotel se puede mencionar los elevados costos de mantenimiento debido a los servicios de alta calidad que ofrece el hotel, la falta de una política de gestión integral del ciclo del agua para volverse más sustentables. Otra debilidad es que afronta los retos de la multicanalidad y la racionalización por falta de herramientas.

La multicanalidad es una estrategia de venta que consiste en utilizar diferentes canales físicos o digitales a fin de comercializar productos, distribuirlos o, simplemente, proporcionar información relevante para el consumidor. En un enfoque multicanal, se entiende que cuanto mayor sea el número de canales en los que esté disponible el hotel, mayor será su alcance y, en consecuencia, el de los viajeros interesados. Por lo tanto, el hotel debería ofrecer al cliente varios canales de contacto y, en ocasiones, de venta, como: redes sociales, email, sitio web del hotel personalizado de Villa Carlos Paz, aplicaciones de mensajes.

Por otro lado, se mencionan las nuevas preferencias de consumo por parte de los turistas, que están cada vez más informados y exigentes y las nuevas tendencias que surgen a consecuencia de la pandemia por el Covid-19, ya que el turismo local, nacional e internacional, busca nuevas maneras de realizar actividades que no comprometan la salud de las personas, es decir, actividades turísticas en las que no exista tanta aglomeración de gente.

La creciente demanda por el ecoturismo, este tipo de turismo responsable que combina la conservación de la naturaleza y el beneficio a la comunidad local, a la vez que minimiza los impactos físicos, sociales y de comportamiento negativos del turismo en las áreas naturales, hizo surgir una nueva preferencia de consumo como es el glamping que combina la experiencia de acampar al aire libre, pero con todas las comodidades de un hotel.

Además, las aplicaciones móviles del cliente que se convertirá precisamente en ese dispositivo que, integrado con el sistema del hotel, permitirá controlar todas las opciones disponibles dentro de la habitación, lo cual permitirá en el corto plazo pasar todos los comandos a la voz para hacerlos más efectivos.

Dentro de las amenazas se encuentra, el alto riesgo país, la situación económica, el dólar inestable y la incertidumbre sobre la capacidad de pago de su deuda, Argentina tiene el segundo índice más alto de América Latina. Las empresas de turismo en Argentina consideran que, si bien existe una recuperación de las operaciones en el mercado doméstico, existe una larga lentitud en el retorno a la normalidad en el plano internacional. Esto se debe al cepo cambiario, la falta de financiación y la caída del poder adquisitivo ante la inflación creciente. Durante el 2021, la crisis global no sólo provocó el cierre de empresas áreas, sino que además marcó el final de gran cantidad de hoteles y agencias. Se calcula, aproximadamente, que será para los años 2022/ 23 que el turismo retome los niveles del 2019. Los primeros que van a retornar a los viajes son los jóvenes que hacen cuatro días, tres noches y generan un impacto económico muy grande. Son los más dispuestos a viajar (SerIndustria, 2021).

Marco Teórico

Este trabajo tiene como eje temático los siguientes términos: turismo sustentable, ecoturismo y glamping. A continuación, se desarrollan cada uno de los conceptos.

Turismo Sustentable

El turismo sustentable es una forma de turismo que pone en práctica los principios de sostenibilidad, ofreciendo sus servicios y satisfaciendo las necesidades de los visitantes, pero sin descuidar las repercusiones actuales y futuras, tanto económicas, sociales y ambientales. El concepto de sustentabilidad está ligado a tres hechos importantes: calidad, continuidad y equilibrio. El turismo sustentable trata de mantener la calidad del medio ambiente, de la población local; brindar mayor calidad de experiencia para el visitante; lograr mayor rentabilidad económica de la actividad turística para los residentes locales y asegurar obtener beneficios por parte de los empresarios turísticos. Es decir, procurar que el negocio turístico sustentable sea rentable para así seguir con el compromiso de sustentabilidad y no alterar el equilibrio (Jiménez, 2006).

El turismo sustentable asegura una mejor distribución más justa de los costes y beneficios, genera empleo local tanto en el sector del turismo como en otros sectores y demuestra la importancia de los recursos naturales y culturales (Montaner Montejano, 2010).

Ecoturismo

El ecoturismo está vinculado a un sentido de la ética ya que, intenta promover el bienestar de las comunidades locales y la preservación del medio natural. El turismo ecológico también busca incentivar el desarrollo sostenible, es decir, que el crecimiento

actual que no dañe las posibilidades futuras. Es aquel turismo ambientalmente responsable, aquel donde visitar un área natural se lo realiza sin perturbar, ni alterar su estado, con el objeto de apreciar, disfrutar y/o estudiar los elementos naturales como flora, fauna, paisaje del lugar junto con elementos culturales que pueden estar asociados a estas áreas naturales tanto en el pasado como en el presente, pero de una manera en que se minimice el impacto negativo sobre el entorno natural y sociocultural, además de promover su conservación de los elementos socio ambientales y que generen oportunidades de desarrollo socioeconómico y sustentables para las comunidades locales (Serrano, 2011).

Glamping

En los últimos años se ha considerado una de las tendencias que ha tomado fuerza en materia de alojamiento, una nueva modalidad que combina lo natural y agreste de un campamento con los lujos y el glamour de un hotel de cuatro o cinco estrellas. También es llamado boutique camping o acampar con estilo o con elegancia una variante de alojamiento dentro del turismo de naturaleza que ofrece al viajero estar en contacto directo con el medio sin sacrificar lujos, ofreciendo la comodidad de un hotel con la aventura de un viaje de camping (Tschrister, 2018).

En otras palabras, es la variante más lujosa del campamento. La unión de las palabras “glamour” y “camping” dio como resultado este nuevo término, “glamping”, para identificar una nueva modalidad de alojamiento que atrae a viajeros que privilegian el contacto con la naturaleza, pero sin desatender el confort. De esta forma, se lo puede definir como una variante del turismo de naturaleza que ofrece al viajero estar en contacto directo con el ambiente sin sacrificar lujos, ofreciendo la comodidad de un hotel con la aventura de un viaje

de camping. Esto es experimentar la vida al aire libre, pero teniendo a disposición servicios como calefacción, buenas camas, ropa de cama limpia, baños privados y restauración (Aragón, 2013).

Generalmente, los alojamientos de glamping se encuentran en zonas montañosas, parques nacionales, bosques, selvas, campos y jardines. El hospedaje consiste en espacios rústicos de bajo impacto ambiental, como tiendas de campaña, domos, contenedores al aire libre, carpas de lujo provistos de prestaciones de primera categoría, que, muchas veces, son similares a los servicios prestados por los hoteles de cinco estrellas. Se puede encontrar distintos tipos de alojamientos de glamping en diversos ecosistemas como desiertos, bosques, selvas, zonas montañosas y hasta parques nacionales. Una de las características que se destaca es la originalidad de los alojamientos, entre ellos se puede encontrar:

- Casas del árbol: realizadas en madera construidas sobre las ramas de un árbol con escalera para subir.
- Eco Dodge: cabañas realizadas en madera, aptos para todo tipo de áreas como montañas, sabanas o selvas.
- Yurtas: son carpas circulares de celosía de madera tapada con tela delgada pero resistente al viento y lluvia.
- Tiendas safari: posee la estructura de una casa amplia solo que con los techos en forma de pico y hechas de lona.
- Tipis: similares a las carpas de indios realizadas con troncos de madera con forma de un triángulo, cubierto con tela, dejando un agujero en el techo para liberar el humo.
- Iglú: tienen forma de cúpula con bloques de nieve, estos en glamping pueden adaptarse a terrenos donde no puedan construirse con bloques de nieve.

- Tiendas de lona: es una casa de campaña tradicional.
- Autocaravana: vehículo o casa rodante que en su parte trasera del conductor

está acondicionado para con espacio para utilizarlo como vivienda.

Los distintos tipos de Glamping poseen cama y baño propio, los lujos de cada alojamiento dependen del lugar donde se encuentren. Hoy en día los gustos de las personas son cada vez más exigentes y ahora pueden disfrutar de la naturaleza sin tener que preocuparse por su comodidad (Barquín Díez, 2021).

La búsqueda de alternativas al turismo tradicional llevo a la búsqueda de destinos cada vez más novedosos. Los consumidores optan por nuevas prioridades y preocupaciones; son más conscientes del entorno que los rodea, de la conservación medioambiental y cultural, y buscan nuevas experiencias turísticas. Las nuevas formas de turismo, conocidas como ecoturismo, turismo verde, turismo sustentable, etc. tienen una mayor conciencia por el entorno medioambiental sustentable, de la misma manera que satisfaga las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras, a su vez que proteja las oportunidades del turismo futuro. El glamping se muestra como una alternativa ecológica ya que esta modalidad sigue los principios de la sostenibilidad, sustentabilidad y del ecoturismo, siendo estos el mayor beneficio.

Diagnóstico y Discusión

Como se mencionó con anterioridad, la pandemia del coronavirus, tuvo un efecto socioeconómico disruptivo, la población mundial fue confinada y se restringió la libertad de circulación lo que produjo una actividad económica drásticamente reducida y aumento del

desempleo. El covid-19 ha afectado a todos los sectores del mundo y el sector hotelero fue el que mayor impacto negativo tuvo. Mientras se superan los problemas sanitarios, el turismo a nivel mundial comienza a recuperarse, pero no deja de crear incertidumbre. La salud mental también se vio afectada en gran número de personas, afectando su capacidad social, la confianza, causando ansiedad, estrés y preocupación. Toda esta situación creó cambios en las preferencias de los turistas, aumentando su participación en el turismo al aire libre, el de baja densidad y hacia destinos más cercanos.

Es por esto que se plantea esta nueva tendencia del glamping, en el Hotel Howard Johnson Villa Carlos Paz, vivir una experiencia como éstas después de la cuarentena puede resultar confortante, una forma más segura de viajar ya que no se interactúa tanto con personas, además los prestadores de servicios necesitan herramientas que les permitan innovar, pensar en alternativas y desarrollar actividades que dinamice la economía del destino. Ofrecer el glamping como servicio de alojamiento como valor añadido a su cartera de productos permite brindar experiencias inolvidables y un alto nivel diferenciador para el segmento de prestadores de servicios para posicionarse en el mercado y ampliar su oferta.

La ubicación estratégica del Hotel y la calidad de sus servicios fusiona la conexión con la naturaleza del camping tradicional con el glamour de una habitación de hotel. Además, permite la integración de domos que ofrezcan confort a través de sus construcciones poco invasivas para el ambiente, y con el uso eficiente de los recursos energéticos.

Para el ecoturista que busca alojarse y tener todas los servicios y comodidades que ofrece un hotel, pero en contacto con la naturaleza y al aire libre, el glamping es la mejor opción de alojamiento para este tipo de ecoturista más exigente. Además de la experiencia con la naturaleza, realizar escalada en la montaña, observar animales autóctonos, andar en

bicicleta, disfrutar de las vistas, este tipo de alojamiento utilizan materiales del medio natural para su construcción con infraestructuras respetuosas con el medio ambiente.

Los nuevos valores como la sostenibilidad, surge como nuevo modelo de consumo en los últimos años, desconectarse de la vida agitada, alejada de la urbe, eligiendo entornos ecológicos y conscientes que se destacan por su ubicación en la naturaleza o por sus diseños, el disfrutar nuevas experiencias, es así como surge el glamping , el de disfrutar del camping de la naturaleza con el confort de un hotel, el glamping combina el lujo sin dejar de ser ecológico, consciente y respetuoso con la naturaleza y su comunidad.

El turismo sustentable puede encontrar en las sierras de Córdoba opciones de hospedaje y actividades al aire libre, para ellos que buscan el desarrollo responsable de la comunidad y preservar el medio ambiente, el glamping es una opción de alojamiento para este tipo de turismo ya que generan un mínimo impacto posible.

Plan de mejora para el Hotel Howard Johnson, Villa Carlos Paz, para su posicionamiento como hotel sustentable. Año 2022.

Alcance

La propuesta del presente reporte de caso consta de un plan de mejora para el Hotel Howard Johnson de Villa Carlos Paz, para su posicionamiento como hotel sustentable. El alcance geográfico, será en el espacio físico del hotel Howard Johnson de Villa Carlos Paz, donde se prestará el servicio. El alcance de contenidos será realizar la mejora de los servicios que brinda el hotel a través del glamping. El alcance temporal que se va a realizar este plan, es a partir de agosto 2022 hasta diciembre 2022. El tiempo del mismo se considera suficiente para realizar las acciones programadas para su implementación.

La propuesta además del alojamiento en glamping va a incluir actividades de ecoturismo como avistaje de aves y caminatas por senderos y circuitos en Parque Nacional Quebrada del Condorito, Trekking al Cerro de la Cruz y kayak por Dique San Roque.

El nuevo servicio de alojamiento se gestionará a través de distintas áreas del hotel. El gerente general mantendrá reuniones regulares con los inversionistas y socios para gestionar el plan y supervisar las acciones de las demás áreas afectadas como el responsable de relaciones públicas y marketing para definir los planes promoción y publicidad del servicio, con la gerencia de recursos humanos quien capacitará a todo personal; con la gerencia de administración que gestionará las actividades administrativas de control y registro de las transacciones contables del hotel y verificará la contabilización del mismo; con el jefe de mantenimiento, responsable de coordinar, planificar y supervisar las tareas del personal de mantenimiento para lograr en funcionamiento y conservación de las instalaciones , mobiliario y equipamiento del hotel y con el área comercial que gestionará, planificará y controlará todas las operaciones comerciales del hotel y de las reservas de los distintos canales de venta.

Objetivos

Objetivo general:

Incorporar un nuevo servicio de alojamiento a través de la modalidad del glamping en el Hotel Howard Johnson que permita posicionarse como un hotel sustentable en el periodo 2022.

Objetivos específicos:

Objetivo específico 1: Desarrollar el nuevo servicio de alojamiento a través del glamping.

Objetivo específico 2: Diseñar una campaña de marketing para dar a conocer el nuevo servicio del glamping del hotel Howard Johnson.

Estructura:

Este plan consiste en la incorporación de un nuevo servicio de alojamiento del hotel Howard Johnson de Villa Carlos Paz, a través de la modalidad glamping, el cual permite combinar el acampe en la naturaleza con todas las comodidades de un hotel 4 estrellas en contacto con el entorno natural y el servicio personalizado.

A continuación, se describen las acciones que componen el Plan:

Diagrama de Gantt

Tabla 2 Diagrama de Gantt

Actividades	Costo del equipamiento	Personal a cargo	Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre			
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1-Búsqueda de información de glamping.	Sin costo	Profesional en Gestión Turística	■	■																		
2-Búsqueda de antecedentes de la competencia	Sin costo	Profesional en Gestión Turística	■	■																		
3-Fijar áreas de localización de domos.	Sin costo	Profesional en Gestión Turística			■	■																
4-Incorporar 4 domos.	Con costo (\$1700000,00)	Área de administración/Responsable comercial					■	■	■	■												
5-Capacitar al personal.	Con costo (\$30000)	Profesional en Gestión Turística							■	■	■	■										
6-Determinar precio del servicio.	Sin costo	Gerencia de Administración/Área comercial							■	■												
7- Determinar segmento de demanda	Sin costo	Profesional en Gestión turística.									■	■	■									
8-Excursin Parque Nac. El Condorito	Con costo (\$3500)	Agencia de viaje "Nativo Viajes"											■	■	■							
9-Kayak Lago San Roque	Con costo (\$4500)	Operadores receptivos Carlos Paz													■	■	■	■				
10- Trekking Cerro de la Cruz	Con costo (\$2500)	Operadores receptivos Carlos Paz																	■	■	■	■
11- Diseñar campaña de marketing	Sin costo	Área de RRPP y marketing																			■	■

Fuente: elaboración propia (2022).

Presupuesto:

Para llevar a cabo el siguiente plan, se necesita contar con recursos, tantos humanos, económicos y materiales. Con respecto a los recursos humanos, éstos serán los empleados del hotel Howard Johnson, sus dueños y un asesor profesional en Gestión Turística. Con respecto a los recursos económicos, es necesario contar con el honorario de la Profesional en Gestión Turística y el presupuesto estipulado de instalaciones del Hotel Howard Johnson. Por último, con respecto a los recursos materiales es necesario distinguir entre aquellos que no requieren de costo alguno por estar incluidos dentro del equipamiento del hotel como 1 PC, 1 impresora y 1 proyector. Y, aquellos recursos como artículos de librería y costos de infraestructura (domos geodésicos, mobiliarios, camas, decoración).

El plan no precisa de hacer cambio en la organización ya que personal de mantenimiento y recursos humanos actuales van a ser utilizados para la incorporación y la promoción de este nuevo servicio del glamping por lo tanto no se va a contratar a nuevos empleados. Lo que si se va a incluir será la compra de los domos, mobiliarios, camas, ropa blanca, decoración; las publicidades de marketing y honorarios de la profesional en gestión turística para capacitar a todo el personal sobre la modalidad del glamping.

Campaña de Marketing:

Si bien esta actividad va a ser llevada a cabo por el área del hotel Howard Johnson, se necesita determinar el presupuesto para las campañas de Social Media.

- Medios de transmisión: Facebook e Instagram
- Periodicidad de transmisión: una vez por semana. Costo mensual: \$6.000

Capacitación de los empleados sobre el servicio del glamping:

La capacitación a todos los empleados se va a desarrollar durante un mes los días martes en horarios de 8 a 10 hs. donde se utilizará el salón de usos múltiples del hotel Howard Johnson y el gasto será para los honorarios de la profesional a cargo de gestión turística para la capacitación y gastos de refrigerios durante la capacitación.

Contenido del Curso de Capacitación:

Modulo I: Que es el Glamping concepto y tipos de glamping.

Modulo II: Perfil del turista y tendencias.

Modulo III: Hábitos de consumo sostenible, principales retos ambientales actuales, consumo responsable.

Modulo III: Guía de bioseguridad.

Tabla 3 Listado y presupuesto de materiales

Listado y presupuesto de materiales				
N°	Descripción	Cant.	Precio unit.	Cantidades
				parciales
1	Honorarios de la profesional capacitadora	1	30000,00	30000,00
2	Computadora completa (monitor, mouse, teclado, estabilizador)	1	85000,00	85000,00
3	Impresora láser multifunción	1	42000,00	42000,00
4	Domo Geodésico estructura metálica y cubierta de lona sintética completa.	4	425000,00	1700000,00
5	Mobiliario completo interno de Domo (1 cama 2 Plazas, 1 cama twin, 2 sillas, 2 mesa ratona)	4	151000,00	604000,00
6	Ropa blanca completa (toallas, acolchado y sabanas completas)	4	46500,00	186000,00
7	Decoración (espejo, cortina, sesto basura, lámparas techo, veladores)	4	30900,00	123600,00
8	Publicidad (cartelería e información con folletería)	1	35000,00	35000,00
9	Campañas social media (Facebook e Instagram)	1	\$6.000	24000
			TOTAL	2.829.600,00

Fuente: elaboración propia (2022).

Indicadores

Indicadores del Social Media:

En primer lugar, se utilizarán indicadores o KPY's que permitirán analizar la aplicación del plan Social Media. Los indicadores para medir las redes sociales serán los siguientes, número de clics, número de me gusta, numero de comentario, número de seguidores, veces compartidos, menciones de la marca, conversiones.

Indicadores de venta:

En segundo lugar, se utilizarán los siguientes indicadores para medir el uso del servicio del glamping.

Tasa de Ocupación: A través de este indicador se podrá medir el desempeño en diferentes periodos. El cálculo es el siguiente:

Tasa de ocupación (%) = habitaciones ocupadas / habitaciones disponibles / período (en días) x 100

Tarifa diaria promedio: Con estos datos se podrá realizar para la planificación presupuestaria del hotel y ayudar a llevar a cabo algún ajuste en el valor de las tarifas diarias.

Tarifa diaria promedio = ingresos totales para el período / tarifas diarias vendidas en el período.

Agregado de valor a la propuesta

La propuesta del servicio del glamping se va a complementar con las actividades recreativas mencionadas anteriormente, tales como trekking por Quebrada del Condorito, caminatas por Cerro de la Cruz y paseos en kayak por el Lago San Roque; además de paseos

en bicicleta, tirolesa, arquería, kayak que será brindado por el equipo de profesionales a cargo de diferentes actividades de entrenamiento dentro del hotel.

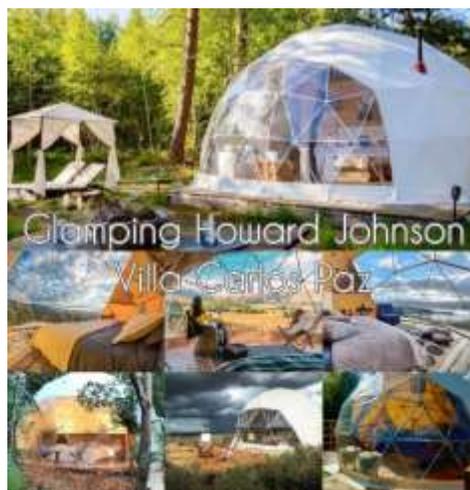
Se expone aquí algunos de los flyers que serán utilizarán para la campaña de marketing.

Ilustración 1 Flyers

3 noches en glamping con desayuno y excursiones
Paseos en bicicleta
Trekking por Cerro de la Cruz
Kayak en Lago San Roque
Precio \$38500 por persona.



reservas@hvjillacarlospez.com.ar
0454 1426662
Azorado esquina Artigas, Villa Carlos Paz.



Fuente: elaboración propia (2022).

Tabla 4 Tarifas Sugeridas

Presupuesto	alojamiento	Glamping
Hab. Doble	c/desayuno	\$20.500
Hab. Triple	c/ desayuno	\$22.500
Paseo en bicicleta	Gentileza Howard Johnson	Sin cargo
Trekking Cerro de la Cruz	Operadores receptivos Carlos Paz	\$2.500
Kayak por Lago San Roque	Operadores receptivos Carlos Paz	\$4.500
Excursión Parque Nac. Quebrada del Condorito	Agencia Nativo Viajes	\$3500

Fuente: elaboración propia (2022).

Conclusiones

En el presente trabajo que se llevó a cabo en el Hotel Howard Johnson ubicado en Villa Carlos Paz, se planteó la implementación de un plan de mejora a través de la incorporación del hospedaje glamping. Al analizar el estudio del contexto, se detectó la necesidad de innovación a través de la modalidad glamping para poder brindar al pasajero un servicio personalizado a raíz de la pandemia generada por el Covid 19, ante esta situación la empresa debe reinventarse, adaptarse a las medidas sanitarias como el distanciamiento social, y evitar espacios con ventilación reducida.

En el marco de este análisis situacional del entorno, se planteó la implementación de esta nueva modalidad de servicio al aire libre, este plan desarrollado para provocar confianza y seguridad a los huéspedes y su vez una oportunidad para el fomento del turismo sostenible y sustentable, es por ello que también se propuso aparte de la incorporación del alojamiento glamping llevar a cabo las siguientes actividades del ecoturismo como trekking, avistaje de aves, caminatas, por Parque Nacional Quebrada del Condorito para apreciar la biodiversidad, paseos en Kayak por Lago San Roque y trekking por el Cerro de la Cruz.

A partir de lo identificado se propuso en el siguiente trabajo como objetivo general la incorporación del servicio de alojamiento a través de la modalidad del glamping, y para lograr el cumplimiento del mismo se implementaron los siguientes objetivos específicos, como el desarrollo del servicio glamping y el diseño de una campaña de marketing para su promoción, el conocimiento del nuevo servicio.

Esta nueva modalidad del glamping contribuye a la empresa posicionarse como hotel sustentable, contar con herramientas para adaptarse a las nuevas tendencias y exigencias de los clientes y estar preparados si surgen nuevos recesos a causa de la pandemia.

A su vez este trabajo servirá para que otras empresas del sector hotelero, tomen conciencia de los impactos ambientales, responsabilidad social, la búsqueda del continuo beneficio del medio ambiente y la comunidad local, y ante las nuevas exigencias del cliente. Por lo tanto, la conclusión de este trabajo permitió realizar un plan para mejorar los servicios de la empresa incorporando una nueva modalidad de alojamiento glamping con actividades de ecoturismo y a su vez lograr posicionarse como hotel sustentable.

Recomendaciones

Al momento de realizar las instalaciones de los domos geodésicos, que se realizará en el área exterior del Hotel Howard Johnson, no se utilizarán concreto, serán construidos sobre plataformas de madera y serán conectados por pasarelas de madera para evitar la erosión del suelo y reducir el impacto sobre el medio ambiente.

Los domos requieren menos materiales que las estructuras convencionales, cubren la mayor parte del espacio habitable con la menor superficie por lo tanto no se necesitará ocupar mucho espacio, son rápidos de montar y requieren de pocas personas para su instalación, también ayudan a ahorrar energía, permitiendo optimizar la luz natural, con amplias ventanas se podrá ventilar fácilmente. Los domos geodésicos son flexibles, se lo podrán utilizar como habitaciones y dar otros usos a medida que se lo requiera, como alternativas de domo restaurante, domo bar, domo yoga, etc.

En el caso de producirse un retroceso de la actividad turística raíz de la pandemia, el hotel contará con herramientas contempladas con las medidas de seguridad y contar con estos domos dará solución a quienes desean mantener el distanciamiento social.

Se recomienda a la empresa desarrollar un plan de inversión con la compra de un lote

en la cercanía del hotel y poder ser dedicado exclusivamente al alojamiento glamping, creando un servicio cerrado del circuito de glamping. Se recomienda analizar a futuro, un estudio de mercado para determinar la viabilidad del segmento de los turistas extranjeros, por su capacidad de compra y la búsqueda constante de nuevas experiencias relacionadas con la naturaleza.

Bibliografía

- Albarracín Argañaraz, M. J., Alustiza, M. E., Canoniero, M. G. y Collante, C. M. (2021). *Plan de Desarrollo Turístico Sustentable de la ciudad de San Salvador de Jujuy 2017 – 2020*. Recuperado de <http://ediciones.ucse.edu.ar/ojsucse/index.php/difusiones/article/view/391>
- Carreirão, P. (2021). *Multicanal y Omnicanal en la Hotelería: ¿cómo funcionan en la práctica?* Recuperado de <https://asksuite.com/es/blog/multicanal-y-omnicanal-en-la-hoteleria/>
- Chang Herrera, S., y Rivas Valdivia, J. (2019). *Modelo de negocio para la implementación de Hotel Glamping en Chachapoyas*. Recuperado de <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/659164>
- De Miguel, R. (2020). *Los mejores sensores de movimiento para optimizar la luz del hogar (y ahorrar en la factura)*. El País. Recuperado de https://elpais.com/elpais/2020/09/26/escaparate/1601154191_970034.html
- De Simon C. (2013). *Planificación turística sustentable en el departamento de Lavalle, Mendoza, Argentina*. Recuperado de <https://www.eumed.net/rev/turydes/15/turismo-sustentable-mendoza.html>
- Fernandes Guzzo, R. y Machado Do Nascimento, L. (2013). *Prácticas ambientales y desempeño organizacional en el hotelería: Un estudio de sus relaciones en la ciudad de Porto Alegre, Brasil*. Recuperado de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1851-17322013000200007&lng=es&nrm=iso&tlng=es

- HostelTur. (2021). *Diez tendencias en turismo de lujo internacional para 2022*. Recuperado de https://www.hosteltur.com/148925_diez-tendencias-en-turismo-de-lujo-internacional-para-2022.html
- Jácome Arboleda, J.S. (2021). *El glamping, como tendencia del turismo en Ecuador en tiempos de COVID-19*. Recuperado de <https://www.researchgate.net/publication/357198021>
- Jiménez, C. C. (2006). Turismo Sostenible: una revisión conceptual aplicada. *El periplo sustentable*, (11), 5-21. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/1934/193420679001.pdf>
- SerIndustria. (2021). *El turismo recuperaría el nivel pre-pandemia en 2022 o 2023*. Recuperado de <https://www.serindustria.com.ar/el-turismo-recuperaria-el-nivel-pre-pandemia-en-2022-o-2023/>
- TecnoHotel. (2013). *6 recomendaciones para la gestión sostenible del agua en los hoteles*. Recuperado de <https://tecnohotelnews.com/2013/09/29/6-recomendaciones-para-la-gestion-sostenible-del-agua-en-los-hoteles/>
- Tschrister, A. E. (2018). *Glamping como estrategia de diversificación de la oferta de alojamiento de la localidad de Sierra de la Ventana*. Recuperado de <https://repositoriodigital.uns.edu.ar/handle/123456789/4480>
- Vélez Salcedo, J. C., Ceferino Cortes, C., y Vélez Acevedo, J. (2019). *Estudio de viabilidad para la creación del glamping como alternativa de alojamiento lujoso en el municipio de Neira Caldas año 2019*. Recuperado de <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/24076>