

**GLAMPING COMO ESTRATEGIA PARA POTENCIAR EL TURISMO  
SOSTENIBLE EN MEDELLÍN. UN ESTUDIO DE CASOS DE LA EMPRESA  
BUBBLESKY GLAMPING**

KELLY TATIANA CANO HERRERA

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA  
ESCUELA DE ECONOMÍA, ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES  
MEDELLÍN

2020

**GLAMPING COMO ESTRATEGIA PARA POTENCIAR EL TURISMO  
SOSTENIBLE EN MEDELLÍN. UN ESTUDIO DE CASOS DE LA EMPRESA  
BUBBLESKY GLAMPING**

KELLY TATIANA CANO HERRERA

Trabajo de grado para optar al título de Administrador de Negocios Internacionales

Asesor:

JUAN CAMILO VALLEJO VELEZ

Administrador de Empresas

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA  
ESCUELA DE ECONOMÍA, ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES  
MEDELLÍN

2020

14 de Septiembre del 2020

Kelly Tatiana Cano Herrera

“Declaro que este trabajo de grado no ha sido presentado con anterioridad para optar a un título, ya sea en igual forma o con variaciones, en ésta o en cualquiera otra universidad”. Art. 92, parágrafo, Régimen Estudiantil de Formación Avanzada.

Firma

Kelly T. Herrera

---

## **CONTENIDO**

RESUMEN .....	6
ABSTRACT .....	7
INTRODUCCIÓN .....	8
1. MARCO TEÓRICO .....	10
1.1 ANTECEDENTES .....	10
1.2 REFERENTES TEÓRICOS .....	12
1.2.1 Evolución y perspectivas del turismo .....	12
1.2.2 El turismo en Masas.....	14
1.2.3 Comportamiento de la actividad turística en la actualidad .....	16
1.2.4 Desarrollo sostenible.....	18
1.2.5 Turismo sostenible .....	20
1.2.6 El Glamping y su historia .....	22
1.2.6.1 Tipos de Glamping .....	25
1.2.7 Propuesta de desarrollo turístico en medellín .....	34
1.3 MARCO CONTEXTUAL.....	36
1.3.1 Turismo en Colombia .....	36
1.3.2 Turismo en Antioquia .....	38
1.3.3 Modelo de desarrollo turístico Medellín.....	40
2. METODOLOGÍA .....	43
2.1 ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN .....	43
2.2 FUENTES DE INVESTIGACIÓN .....	43
2.3 POBLACIÓN Y MUESTRA .....	43
3. RESULTADOS .....	45
3.1 DIAGNÓSTICO DEL PROGRESO ACTUAL DE LA EMPRESA BUBBLESKY GLAMPING. ....	45

3.2 DIAGNOSTICO LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA ZONA DEL CERRO DE LAS TRES CRUCES.....	47
3.3 ESTRATEGIA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL GLAMPING EN EL CERRO DE LAS CRUCES EN LA CIUDAD DE MEDELLÍN. ....	49
4. CONCLUSIONES.....	53
5. RECOMENDACIONES.....	56
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICASBIBLIOGRAFÍA .....	57
ANEXO.....	60

## RESUMEN

Se entiende el glamping como un creciente fenómeno global que combina la experiencia de acampar al aire libre, con el lujo y las condiciones propias de los mejores hoteles. Como esta una modalidad de turismo puede calificarse además como sostenible, se buscó a través de esta investigación analizar el glamping como estrategia para potenciar el turismo sostenible en Medellín, a partir de un estudio de caso en la empresa BUBBLESKY GLAMPING, que se centra en el análisis exhaustivo del fenómeno del Glamping de forma documental y a través de la información obtenida mediante una entrevista estructurada al personal directivo de BUBBLESKY GLAMPING sin utilizar métodos estadísticos para obtener resultados.

En cuanto a los resultados se pudo concluir que, como parte del turismo sostenible, el Glamping es la mayor versión innovadora brindándoles a los campistas la oportunidad de disfrutar de la naturaleza y su intimidad, en un ambiente totalmente glamuroso. La empresa BUBBLESKY GLAMPING ha sido de gran ayuda para los entornos naturales del departamento de Antioquia, resaltando su apoyo a las diferentes regiones rurales del departamento y su aporte ambiental en las diferentes zonas en las que se encuentra ubicada.

Se tomó como referente el Cerro de las Cruces, dado que a nivel de Antioquia, ya existe esta modalidad de turismo, pero en el casco urbano de Medellín aún no se ejerce con frecuencia, el Cerro de las Cruces es un espacio que necesita de este tipo de turismo, ya que aportará reconocimiento al lugar, ayudará al desarrollo económico de la localidad a través de la generación de empleo para sus habitantes, por otro lado también contribuirá al crecimiento de la naturaleza y al mantenimiento de los recursos.

**Palabras clave:** Glamping, turismo, turismo sustentable, cuidado de la naturaleza,

## ABSTRACT

Glamping is understood as a growing global phenomenon that combines the experience of camping outdoors, with the luxury and conditions of the best hotels. As this type of tourism can also be classified as sustainable, this research seeks to analyze glamping as a strategy to promote sustainable tourism in Medellín, based on a case study at the company BUBBLESKY GLAMPING., Which focuses on the exhaustive analysis of the glamping phenomenon in a documentary way and through the information obtained through a structured interview with the management personnel of BUBBLESKY GLAMPING without using statistical methods to obtain results.

Regarding the results, it was concluded that, as part of sustainable tourism, Glamping is the greatest innovative version, offering campers the opportunity to enjoy nature and its intimacy, in a totally glamorous environment. The company BUBBLESKY GLAMPING has been of great help to the natural environments of the department of Antioquia, highlighting its support for the different rural regions of the department and its environmental contribution in the different areas in which it is located.

The Cerro de las Cruces was taken as a reference, given that this type of tourism already exists at the Antioquia level, but in the urban area of Medellín it is not yet practiced frequently, Cerro de las Cruces is a space that needs this type of tourism, since it will bring recognition to the place, will help the economic development of the town through the generation of employment for its inhabitants, on the other hand it will also contribute to the growth of nature and the maintenance of resources.

**Key words:** Glamping, tourism, sustainable tourism, care of nature, saving of natural resources.

## INTRODUCCIÓN

Está visto a nivel mundial, que el turismo es un factor importante en la economía de las naciones, ya que a través de esta actividad se pueden recaudar recursos que ayudan a las regiones a tener un mejor desarrollo y crecimiento económico; esto es, debido a que dicha actividad impulsa el empleo y la inversión tanto local como internacional, entre otros beneficios.

De esta forma dicha actividad incide en la generación del PIB, balanza de pagos y demás indicadores macroeconómicos de muchos países. A nivel internacional, según la Organización Mundial del Turismo –OMT (2008), el turismo representa el 35% de las exportaciones mundiales y más del 70% en los países menos adelantados (Morillo, 2011, p. 135).

El turismo en Colombia ha mostrado una dinámica de crecimiento importante, sobre todo a partir de la recuperación de la economía que se inició en 2003 y de la mejora en las condiciones de seguridad del país que se han traducido en un incremento continuado del número de turistas internacionales y en una fuente significativa de divisas. Según Proexport (2013) , la llegada de viajeros extranjeros viene creciendo a un ritmo anual promedio cercano al 10% en los últimos 10 años con la entrada de 1,69 millones de extranjeros en 2012 y un crecimiento del 7% frente al 2011, el 61,3% declaró ingresar al país por asuntos de turismo y el 7,6% tuvo como motivo de viaje, la asistencia a eventos promovidos en las diferentes ciudades” (Mesa, R.J., 2013).

Son muchas las ventajas del turismo, ya que va de la mano con el desarrollo económico y social de las regiones, el problema deriva en que también tiene aspectos negativos, los cuales consisten en el deterioro de los ambientes y la depredación de los recursos, por lo cual se hace necesaria la implementación del turismo sostenible, con el fin de minimizar las pérdidas ambientales y agotamiento de recursos naturales de los entornos turísticos.

Respecto a esto, actualmente se está dando una nueva tendencia que trata de vacaciones íntimas al aire libre, pero sin comprometer la comodidad del hogar, un hotel de lujo y el confort; esta nueva y moderna modalidad de turismo se denomina Glamping, la cual genera un alto valor agregado para los destinos turísticos y es

una oportunidad de desarrollo para los entornos rurales. Con base en todo lo anterior surge la siguiente pregunta ¿De qué forma se puede enfocar el Glamping como estrategia para potenciar el turismo sostenible en Medellín, a partir de un estudio de casos de la empresa BUBBLESKY GLAMPING?

Se entiende entonces, que la dinámica del turismo es variada, ya que se presenta de diversas formas, y dado que es un factor importante para el crecimiento económico de los países, es una actividad explotada, por lo tanto muchas veces trae inconvenientes como el deterioro ambiental, el crecimiento poblacional, la invasión de los ecosistemas, etc. Es por eso que, en la actualidad, dada la situación de contaminación a nivel mundial es de vital importancia cuidar la naturaleza, y por lo tanto crear nuevas modalidades de turismo sustentable.

Teniendo en cuenta lo anterior, el objetivo principal del presente proyecto es analizar el Glamping como estrategia para potenciar el turismo sostenible en Medellín, a partir de un estudio de casos en la empresa BUBBLESKY GLAMPING, para lograr este objetivo general, se establecieron los siguientes objetivos específicos: diagnóstico del progreso actual de la empresa BUBBLESKY GLAMPING; diagnóstico la situación actual de la zona del cerro de las tres cruces; estrategia para la implementación del Glamping en el cerro de las cruces en la ciudad de Medellín.

Dicho objetivo se desarrolló a través de las experiencias de BUBBLESKY GLAMPING en el Departamento de Antioquia y analizando las ventajas del turismo sostenible a lo largo del planeta, para lo cual también se buscó hacer un diagnóstico del progreso actual de la empresa BUBBLESKY GLAMPING, resaltando el aporte que le ha dado al desarrollo de la región sin malgastar recursos naturales ni deteriorar el entorno; diagnosticar la situación actual de la zona del Cerro de las Tres Cruces determinando así sus actividades turísticas y establecimiento de alojamiento; diseñar una estrategia para la implementación del Glamping en el cerro de las cruces en la ciudad de Medellín, basándose en las experiencias analizadas a nivel nacional e internacional y en el estudio del caso de la empresa BUBBLESKY GLAMPING.

# 1. MARCO TEÓRICO

## 1.1 ANTECEDENTES

Se tuvieron en cuenta varias investigaciones tanto a nivel internacional, nacional y regional, donde se tocan temas como el turismo sostenible y el Glamping, y sus beneficios en las diferentes regiones.

Inicialmente Sánchez & Vargas (2015) quienes a través de su investigación exponen que se han llevado a cabo amplios esfuerzos con la finalidad de lograr una actividad turística sostenible; sin embargo, la discusión acerca del concepto, alcances y aplicaciones es una constante en el ámbito académico. El objetivo de este artículo es analizar cómo se ha conceptualizado la sustentabilidad en el ámbito turístico, tomando como referencia los dos modelos de desarrollo predominantes: el de masas y el alternativo. Esto se logra a partir de la revisión bibliográfica acerca de sus postulados teóricos, haciendo énfasis en el análisis de la oferta, sus coincidencias y diferencias. A lo largo del documento se presentan componentes descriptivos, deductivos y explicativos que llevan a la reflexión acerca de la contribución que cada uno de estos modelos tiene para la sustentabilidad de los destinos.

Por otro lado Vargas (2011), quien efectúa un análisis de los principales argumentos y orientaciones que ha seguido el turismo sustentable como legitimador de una ideología que torna justificable y viable el modelo convencional de desarrollo turístico, relegando la subjetividad del individuo como actor principal de tal modelo. Por ello se puntualiza la importancia que tiene el sujeto y su subjetividad en el significado de la sustentabilidad, con la posibilidad de obtener una verdad y llevarla a la práctica. Así se introduce una reflexión en torno a la construcción de la sustentabilidad como un argumento de la razón instrumental en la sociedad moderna basada en la noción de crisis, la cual regenera un sistema productivo capitalista del Estado al amparo de sus intereses.

Igualmente Morillo (2011), expone que de cara al estudio estratégico de las organizaciones del turismo y a la formulación de políticas turísticas, es ineludible

un previo estudio de la actividad turística. En ese sentido, es pertinente presentar una revisión bibliográfica que muestre la evolución de la actividad turística, sus formas y clasificación, así como la concepción y composición del producto turístico. En este contexto, el carácter interdisciplinario del turismo ha contribuido a su evolución y le ha conferido cierta complejidad a las formas del turismo y al producto turístico. Luego de una larga evolución, el turista define al producto turístico desde un perfil psico-sociológico, para ser concebido en la actualidad a través de las motivaciones particulares de viaje, percepciones y experiencias.

Finalmente Cvelić-Bonifačić & Otros (2017), tienen como propósito ayudar a los gerentes de campamento a comprender las nuevas necesidades de los huéspedes para un alojamiento innovador y alinear su gestión estratégica en consecuencia. En cuanto a la metodología utilizada por Cvelić-Bonifačić & Otros, el estudio sobre alojamiento en Glamping se llevó a cabo en 19 campings croatas en julio y agosto de 2015. Se distribuyeron y recogieron cuestionarios escritos de 472 encuestados. Los resultados de esta investigación muestran que la introducción del Glamping, un tipo de alojamiento novedoso y creativo, está creando una nueva demanda de Glamping. Los resultados indican que el Glamping ofrece una nueva oportunidad para que los gerentes de campamentos se ganen a una audiencia nueva y más joven, así como a los huéspedes que anteriormente solían quedarse en hoteles y B & B. La originalidad de la investigación: la gestión del complejo de campings es un área poco explorada de la gestión del turismo y muy pocos trabajos científicos se dedican al estudio del producto del camping. Este documento es una contribución al área de gestión de campamentos y puede verse como un punto de partida para futuras investigaciones sobre la gestión de complejos de campamentos.

Se puede observar que todas las investigaciones anotadas en los antecedentes aportan un referente que sirve como base para la realización de la presente investigación, ya que a través de dichos artículos se pudo analizar la importancia y alcance del turismo sustentable, y conocer los inicios y la aplicación del Glamping en diversos espacios.

## 1.2 REFERENTES TEÓRICOS

### 1.2.1 Evolución y perspectivas del turismo

Si se tiene en cuenta su historia a través de los tiempos, el turismo como manifestación sociocultural es de origen relativamente reciente; sin embargo, desde épocas remotas se han venido presentando vestigios de dicha actividad. El turismo ha evolucionado a lo largo de la historia del hombre, de allí que se ha diversificado las razones por las cuales se realiza el turismo, así como los medios y sistemas de los cuales el turismo se ha valido para su realización. Al igual que la industria y el comercio, el turismo ha impulsado y a su vez ha sido impulsado, por el desarrollo de medios de transporte y vías de comunicación (Cárdenas, 2001, p. 80). En este contexto, observando el concepto desde diferentes perspectivas, Gurría (2004) afirma que:

El turismo es tan antiguo como el hombre y equipara los movimientos migratorios de la cultura nómada con la idea del hombre viajero o móvil, dada por la presencia continua de visitantes y de localidades receptoras. El hombre primitivo se desplazaba constantemente por cambios climáticos en busca de alimentos y vestido; luego al domesticar animales y sembrar la tierra, se desplazaba por necesidades de pastoreo y de intercambio de excedentes. Para este autor, surgieron así los primeros viajes de negocios, aunque dichos desplazamientos no eran de carácter temporal o en la búsqueda del descanso, sino por razones de supervivencia (p. 20).

Varios siglos después los griegos y romanos comenzaron a desplazarse hacia aguas termales y medicinales para recuperar la salud deteriorada por las guerras. Luego, durante la edad media surgieron los motivos religiosos, pues los cristianos e islámicos creían ganar favores de seres supremos al visitar lugares santos (peregrinaciones). Por su parte Acerenza (2001) asegura que:

En la antigua Babilonia existieron claras evidencias de viajes, por fiestas religiosas y competencias atléticas hacia las ciudades de Atenas, Delfos, Corinto y Olimpia. En época del Imperio Romano existían itinerarios y guías en los que se mencionaban rutas, nombres de caminos, duración de viajes y distancias. En las Guerras Santas, las cruzadas mantuvieron un constante flujo de viajeros armados por diversos caminos y lugares, por lo que el comercio y los desplazamientos turísticos fueron eventualmente consecuencias no esperadas. También los misioneros expandiendo el cristianismo viajaron por todo el mundo (p. 35).

Según Ramírez (2006), posteriormente en el Renacimiento, Marco Polo fue uno de los primeros turistas y su primer viaje lo hizo de Venecia a la China regresando con pieles y esencias; al regresar escribió el primer libro conocido sobre turismo: “Los Viajes de Marco Polo”, (Ramírez, 2006):

Otra muestra de turismo mirándolo desde una perspectiva diferente, son los viajes de Cristóbal Colón, quien con su afán de desplazarse hacia oriente descubrió por accidente a la América; luego aparecieron los conquistadores, quienes en busca de riqueza y poder adicionaban a sus imperios las recientes tierras descubiertas y sus habitantes. Luego para conocer las nuevas culturas y civilizaciones, en los siglos XVII y XVIII, los hijos de los nobles o alta burguesía, viajaban por 2 ó 3 años por razones de educación y se incluían también actividades de recreación; luego éstos con sus conocimientos en métodos y técnicas agrícolas, de intercambio y rutas, ejercían como diplomáticos (Gurría, 2004).

Para 1845 en EEUU se usó el ferrocarril a vapor con gran capacidad para movilizar carga y pasajeros con gran lujo (habitaciones, comedor, peluquería, y otras) y rapidez (Cárdenas (2001). Igualmente, la fuerza motriz en los barcos permitió el desplazamiento económico y rápido de gran cantidad de personas y mercancías (Gurría, 2004), lo que desarrolló durante este mismo siglo las comunicaciones marítimas; para 1867 se realizó el primer crucero oceánico de placer (Acerenza, 2001). Al expandirse las rutas ferroviarias y marítimas surgen los alojamientos y la restauración (fondas y pensiones) asentándose en las cercanías de los puertos y las estaciones ferroviarias. En 1845 se utilizó el sistema de cupones en transportes, hoteles y restaurantes, lo que fue el primer cheque viajero. Luego con la aparición de la energía eléctrica los trenes fueron desplazados y para 1925, funcionó la locomotora diésel eléctrica. Para 1905 ya existían los vehículos de un cilindro iniciándose la construcción de carreteras por rutas cortas, seguras y económicas (Cárdenas, 2001).

Ya en esta época fue evidente el surgimiento de la actividad turística; sin embargo, es esencial para el estudio del mismo como fenómeno social y ambiental, el surgimiento del turismo en masas.

### **1.2.2 El turismo en Masas**

Visto con el ojo analítico de diversos especialistas en turismo, como Acerenza (2001), Cárdenas (2001), Gurria (2004), Mochón (2004) y Ramírez, R. (2006), desde el descubrimiento de la rueda la aparición del ferrocarril, seguido del automóvil, hasta la aparición del avión de reacción y la aviación civil, todo es producto del instinto viajero del hombre que a su vez originó la aparición del turismo masivo por el acercamiento de los pueblos mediante el transporte moderno (Morillo M. , 2011, p. 138).

Según Ramírez (2006), históricamente el turismo constituyó un privilegio de los adinerados que eran grupos pequeños de gran poder económico, muchos de los cuales viajaban por placer y por deseo de sobresalir como persona importante. Actualmente el turismo se ha convertido en una necesidad y en un placer accesible a grandes masas con derecho a participar en la recreación y el descanso.

Por su parte Briceño (2000) difiere en el anterior concepto, asegurando que el turismo en lugar de vincularse a los estratos sociales se vincula con los estilos de vida del hombre; centenares de personas hacen turismo más en función de su constitución física, estructura familiar, educación, orientaciones de consumo, relaciones interpersonales y relaciones laborales, que en función de la posesión de riquezas. Es decir, lo determinante es el estilo de vida y la relación laboral, de allí que se identifiquen diversos tipos de turista (jubilados, asalariados de empleos flexibles o rígidos, profesionales independientes, bohemios, entre otros) y de servicios ajustados a éstos.

Específicamente, según los especialistas Díaz y otros (2006), Acerenza (2001) y Gurria (2004), el surgimiento del turismo en masas ocurrió posterior a las Guerras Mundiales, entre los años 1914 y 1918, y entre 1939 y 1945; de hecho los países agotados por los conflictos bélicos lograron, en parte, recuperar su economía (captar divisas) gracias al turismo receptivo en masas. Además de los medios de transporte, en época de paz, muchos otros factores impulsaron el turismo en masas como la devaluación de la moneda en Alemania e Italia, el aumento salarial y de nivel de vida de los trabajadores, vacaciones pagadas, facilidades de

financiamiento de los viajes, tiempo libre por los adelantos de la robótica, crecimiento del nivel cultural de las masas e interés de ampliar la personalidad, crecimiento urbano y la búsqueda de descanso en otros lugares. Este escenario, permitió que un mayor número de familias disfrutara de vacaciones.

Adicionalmente para 1950, con la introducción de nuevas técnicas del mercadeo en el turismo y su comercialización, nace en Europa el concepto del producto turístico con la estandarización de su oferta (Acerenza, 2001). Este surgimiento impulsó el turismo en masas hacia las playas y otros destinos de sol. La estandarización del turismo luego de finalizar la II Guerra Mundial, de acuerdo a Díaz y otros (2006), se caracterizó por una producción en serie, con economías de escala, impulsada por el auge de la tecnología y bajos precios del petróleo que facilitaron los desplazamientos; con ello se complacían a turistas poco experimentados atraídos por precios bajos y destinos específicos (sol y playa), que sólo les importaba ir de vacaciones y no la calidad, personalización o flexibilidad de servicios.

Para la Organización Mundial de Turismo (OMT) (2006) el crecimiento sustancial de la actividad turística la convierte en uno de los fenómenos económicos y sociales más notables de los últimos siglos. Según Cárdenas (2001), todos estos cambios en materia de transporte y culminación las guerras mundiales se han generado prácticamente en dos siglos, lo que ha constituido la verdadera ampliación de mercado turístico, donde los desplazamientos entre los países llegaban a dos millones de personas. Para el año 1950 hasta los años 60, según Mochón (2004), el turismo en masas alcanzó las cifras de crecimiento más elevadas de la historia, lo cual lo corrobora la OMT (2006) al indicar que el número de visitantes internacionales para el año 1950 fue de 25 millones, para la década de los sesenta la cifra ascendió a 72,1 millones y en 1969 cerró en 154,1 millones. A partir de los años 60 es cuando el turismo se consolida con tasas de crecimiento superiores a las de la economía mundial (Mochón, 2004).

Una vez expuesta una breve reseña de la evolución y surgimiento del turismo en masa, corresponde abordar los comportamientos recientes de la actividad turística y sus perspectivas.

### **1.2.3 Comportamiento de la actividad turística en la actualidad**

El turismo es una actividad económica significativa a nivel mundial, aportando alrededor de 10% del Producto Interno Bruto mundial. Las estadísticas indican que el turismo a nivel macroeconómico tiene reducida incidencia económica. Sin embargo, el turismo tiene significativa incidencia a nivel local o territorial (Díaz, 2017, p. 340).

Como se anunció con anterioridad el turismo se puede presentar de diferentes formas tales como: el turismo cultural (urbano, arqueológico, literario, etc.), el turismo natural (ecoturismo, agroturismo, etc.), el turismo activo (aventura, deporte, espacial, sexual, médico, religioso, etc.), el turismo de negocios (negocios, congresos, eventos, incentivo, etc.) y otros (Kravest & Camargo, 2008, p. 30).

En cuanto a la identidad nacional, el patrimonio es uno de los principales recursos turísticos que se ha convertido en uno de los referentes simbólicos de los valores identificados de una buena parte de las comunidades humanas. Dejando al margen los significados iniciales (“herencia del padre” o el “conjunto de los bienes de alguien, cualquiera que sea su origen”), la palabra patrimonio adquirió unos nuevos significados que se acercan a la esencia de la cultura y a la identidad del pueblo (Méndez, 2002).

Por otra parte desde el punto de vista económico, el turismo forma parte de uno de los principales sectores económicos a nivel mundial, siendo objeto de estudio en diversos destinos geográficos. Esta actividad económica opera como fuente de oportunidades para la modernización socioeconómica y cultural de un área geográfica, siendo el patrimonio un factor de cohesión social por las importantes sensibilidades a las que afecta. En consecuencia, son más frecuentes los modelos que giran en torno al desarrollo sostenible del turismo de un destino (Oegaz & Moral, 2016).

En este sentido, los recursos culturales, naturales y patrimoniales forman parte de una red de gran valor y riqueza, que deben promocionarse y comercializarse de

forma sostenible, con el objetivo de mejorar el desarrollo socioeconómico de las poblaciones locales en los destinos y la conservación de los recursos (Castellanos & Otros, 2013). Es por eso, que para que esta actividad sea exitosa, deben coincidir varios sectores y coordinar estrategias para un buen planeamiento y desarrollo turístico.

Es de anotar, que la contribución del turismo al bienestar económico depende de la calidad y de las rentas. En 2018, según datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT), se registraron en todo el mundo cerca de 1.400 millones de llegadas de turistas internacionales, lo que equivale prácticamente a la sexta parte de la población mundial y supone un importante crecimiento del 6% sobre el año anterior; cifra que es muy superior al crecimiento de la economía mundial, que en 2018 fue del 3,7% (García, 2020).

Para muestra de la importancia económica del turismo, en la gráfica 1 se presenta la evolución del aporte directo del sector turístico al producto interior bruto o PIB en el mundo entre los años 2013 y 2018, así como una estimación para 2019 y una previsión para 2029. En el año 2018, la contribución directa de la industria turística al PIB mundial superó los 2,7 billones de dólares estadounidenses. Además, se prevé un aumento de más de un billón para 2029. (Díaz, 2019).

Gráfico 1. Proyección aporte sector turismo



Fuente: Díaz (2019)

Adicionalmente con respecto al mercado laboral, se encuentra que la contribución total, al empleo en el ámbito mundial en 2017, incluyendo empleos indirectos fue de 9,9% (equivalente a 313,2 millones de empleos). Con relación a la inversión, se estimó un total de US\$ 888.400 millones durante 2017, equivalente a un 4,5% del total de inversión global, la cual se esperaba que aumentara en 4,8% durante 2018. En el ámbito latinoamericano, los países con mayores aportes de viajes y turismo al PIB durante 2017 fueron: México (7,1%), Costa Rica (5%), Perú con (3,8%), Argentina (3,7%) y Colombia tuvo un registro de 2,1%; el cual, aún está por debajo de los países vecinos y del promedio para la región (3,1%) (SITUR, 2019) sigla?

#### **1.2.4 Desarrollo sostenible**

El planeta ha evolucionado en los últimos tiempos ante los cambios ocurridos a una velocidad vertiginosa, se han generado transformaciones económicas, culturales, políticas, tecnológicas, científicas, sociales y medio ambientales, sobre todo si la palabra desarrollo es un término relacionado con crecimiento, estabilidad social y modernización. Espinosa (2007) considera que:

La sobreexplotación de recursos naturales y el inadecuado uso del medio ambiente constituyen problemas que traspasan los límites de los países, por tanto, la consecución del desarrollo sostenible necesariamente implica una respuesta global.

Cárdenas (1998), define el desarrollo sustentable como dos corrientes de pensamiento: “una orientada en los objetivos de desarrollo y otra focalizada en los controles requeridos para el impacto dañino que causan las actividades humanas sobre el medio ambiente” (p. 6).

En cuanto al concepto de desarrollo sostenible, este tuvo sus inicios a fines de la década de los sesenta, ya que el Club de Roma convocó en el año de 1968, a diferentes académicos, sociólogos, científicos y políticos para que estudiaran las modificaciones que estaba sufriendo el medio ambiente, variaciones que causaban impactos significativos a la sociedad mundial (Alaña & otros, 2016 p. 92). Por su parte, la Organización de las Naciones Unidas (ONU) convocó en 1972 a la primera Conferencia sobre el Medio Ambiente y el Hombre, tuvo lugar en Estocolmo (Noruega), es conocida como la Conferencia de Estocolmo, el principal objetivo de

este encuentro internacional fue examinar los efectos de las actividades industriales sobre la salud humana.

Foladori & Tommasino (2000), mencionan que de la Conferencia resultan los principales problemas medio ambientales: industrialización, explosión demográfica y crecimiento urbano, y se proclama el derecho de los seres humanos a un medio ambiente sano y el deber de protegerlo y mejorarlo para las futuras generaciones (p. 30).

Entre muchas otras iniciativas a lo largo de las décadas, en 1992 tiene lugar en Río de Janeiro la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo, también conocida Cumbre de la Tierra o Conferencia de Río, llama a elaborar estrategias y medidas con el objetivo de detener y revertir la degradación ambiental, sobre todo promover el desarrollo sustentable con respecto al medio ambiente (Alaña & otros, 2016, p. 96). En cuanto a esto, Carabias & Otros (2009) plantea que:

Dicha reunión fue de mucha importancia ya que surgen seis acuerdos de gran relevancia: 1. La declaración de principios; 2. La Convención sobre la Diversidad Biológica; 3. La Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático; 4. La Declaración de los Bosques; 5. La Agenda XXI, 6. La Carta de la Tierra (p. 56).

En 1997 se negocia en la tercera conferencia de las partes el Protocolo de Kioto sobre el cambio climático, tiene la finalidad de definir metas específicas que los países deben cumplir para no agravar más este problema. Entre ellas, la más importante es que los países desarrollados tienen la obligación de reducir las emisiones de gases de invernadero para el año 2012 en 5.2% por debajo de los volúmenes que emitían en 1990. La historia alrededor del Protocolo de Kioto es particularmente complicada, pues ha sido muy controversial y durante años generó polémicas y fuertes tensiones entre las naciones. La razón de esto es que para conseguir una verdadera reducción en las emisiones de gases de efecto invernadero es necesario que haya cambios profundos en las formas de producción y consumo de los países desarrollados (Alaña & otros, 2016, p. 97).

Las diversas teorías de desarrollo sostenible, según Foladori & Tommasino (2000), pueden ser reducidas a tres grandes ejes: la sustentabilidad es exclusivamente ecológica, sustentabilidad social limitada, coevolución sociedad-naturaleza. Entre los tres grupos hay dos elementos en juego: la sustentabilidad ecológica y la sustentabilidad social. Al mismo tiempo. Foladori (1999), considera que:

La discusión sobre el desarrollo sostenible contuvo desde su origen dos tipos de preocupaciones, una estrictamente ecológica ligada a la depredación de recursos, aumento de la contaminación y pérdida de valores “ecológicos” como la biodiversidad y el medio ambiente, la otra preocupación radicó en la sustentabilidad social, relacionada al tema de la pobreza.

Un desarrollo orgánico sostenible inspira la definición de un proyecto de transformación de la organización económica y social actual, es decir, la intervención del Estado y las empresas, de manera que permita concretar en pasos sucesivos las instituciones y nuevas regulaciones (políticas) necesarias para establecer una sustentabilidad más fuerte e integrada. En los países en vía de desarrollo sostenible como Colombia, las medidas que adopte tienen que facilitar la implementación de acciones racionales en función de los respectivos costos y beneficios involucrados, solo así la política medio ambiental logrará traducir sus objetivos en resultados concretos y podrá tener éxito en despertar un interés por evitar el deterioro medio ambiental por parte del sector empresarial. (Gutierrez, 2007)

### **1.2.5 Turismo sostenible**

Debido a la grave situación de contaminación y pérdida de recursos naturales en el planeta, los gobiernos han reaccionado tarde a la necesidad de regular el uso del territorio para turismo, asumiendo tradicionalmente que es una industria de bajo impacto donde su rol estaba más asociado a la promoción que a la planificación (Fayos-Solá, 1996, p. 410). La intervención del estado para regular el uso del territorio y el comportamiento de los mercados es esencial, y es donde se espera la publicación de políticas de sustentabilidad que a menudo no son implementadas o tienen poco impacto (Pigram, 1990, p. 7).

El papel de las administraciones públicas está cambiando en un marco de desregulación y liberalización donde prima el mercado, el uso del concepto de

turismo sustentable ha sido apoderado por aquellos que quieren justificar nuevas formas de desarrollo, y no necesariamente el uso del turismo como herramienta de sustentabilidad (Hunter, 1995, pp. 156). Esto se puede observar en las políticas de sustentabilidad que han tomado ese mismo ángulo mercantilista, promocionadas a nivel internacional por agencias como el Programa de Medio Ambiente de las Naciones Unidas en su política de economía verde, donde el énfasis está en la producción y consumo sustentable- pero sin mayor información crítica (Henderson & Seth, 2006).

Uno de los primeros establecimientos en el área del turismo sostenible se da cuando la OMT en el año 1997 define los cinco principios básicos que posteriormente se aportan en la definición del concepto, se exponen los siguientes puntos: 1. Los recursos naturales y culturales se conservan para su uso continuado en el futuro, al tiempo que reportan beneficios. 2. El desarrollo turístico se planifica y gestiona de forma que no cause serios problemas ambientales o socioculturales. 3. La calidad ambiental se mantiene y mejora. 4. Se procura mantener un elevado nivel de satisfacción de los visitantes y el destino retiene su prestigio y potencial comercial 5. Los beneficios del turismo se reparten ampliamente entre toda la sociedad (Lalangui & Otros, 2017, p. 149).

Se puede definir al turismo sostenible como “el equilibrio entre el máximo aprovechamiento que se puede realizar de los recursos económicos, sociales, culturales y naturales de la zona de destino frente a la satisfacción de los visitantes y los impactos negativos que en la sociedad anfitriona o en el medio ambiente se pueden causar” (p.19). Como su nombre mismo lo indica está conformado por dos palabras, turismo y sostenibilidad, la primera de ellas como se menciona anteriormente ha sido debatida por varios expertos acerca de sus orígenes, elementos y conformación; sin embargo, ha quedado definida como el conjunto de actividades que realizan las personas en sus viajes a distintos países del mundo.

La sostenibilidad tiene sus inicios en 1987 en el Informe de Brundtland, que establece las bases para actualmente definirla como el desarrollo que tiene como fin último perseguir la satisfacción de las necesidades de las actuales generaciones,

sin perjudicar o comprometer los recursos o posibilidades de las futuras para satisfacer sus propias necesidades (Cardoso, Castillo & Hernández, 2014).

En esta unión de términos la sostenibilidad es aquella que prima con sus tres pilares para la alineación: » El pilar económico: destreza para poder contribuir en el desarrollo económico mediante la creación de empresas de todo tamaño y todo nivel. » El pilar social: representa el impacto social causado por la organización a todos aquellos actores con los que interactúa como lo son trabajadores, clientes, proveedores, la comunidad y la sociedad en general. » El pilar ambiental: la base de este pilar es el respeto y la conservación de los ecosistemas, flora, fauna y la biodiversidad. Representa la complementariedad entre la producción y explotación de recursos con el respeto por el medio ambiente.

### **1.2.6 El Glamping y su historia**

El Glamping aparece en línea con la perspectiva seguida en el turismo de naturaleza y se define como una tendencia global de una nueva forma de viajar y acampar con glamour, que busca una experiencia diferenciadora y memorable, en un tipo de alojamiento no manteniendo la comodidad y el lujo de Alojamiento de alta calidad. Se desarrolla este concepto innovador y aún emergente.

Básicamente el término glamping fue acuñado en África a finales del siglo XIX por los exploradores británicos Gordon Laing, Verney Cameron y David Livingstone que abrieron las puertas del turismo al continente negro. Sin embargo, los orígenes del glamping se remontan a reyes y reinos de siglos atrás, que es cuando surgió la necesidad de viajar, ya sea para visitar a regiones bajo su dominio, para conquistar terrenos nuevos o liderar a sus ejércitos de guerra. La tienda del rey, transportable en su totalidad a la espalda de animales de carga hacia su próximo destino, contaba con todas las comodidades y atractivos del palacio mismo. Los Otomanos, en torno al año 200 a.C. ya utilizaban las tiendas de campaña para ceremonias culturales.

Según Glamping Hub (2016), una página web de reservas online de alojamientos únicos que se encuentran en la naturaleza a nivel mundial, existen diferentes tipos de glamping diferenciados por aspectos y estructuras especiales. Entre ellos se

tiene a las casas árbol, yurtas, tiendas safari, autocaravana, tipis, casas domo, pods ecológicos, albergues, cuevas, graneros, chozas, iglús, cabañas, vagón de tren, villas, cabañas de madera, tiendas de campaña en forma de campana, casas de campo, unidades flotantes, cabañas de lona, cabañas alpinas, tiendas de campaña, caravanas, cabañas elevadas, islas y torres.

Cada uno de ellos se enfoca en la comodidad, lujo, contacto con la naturaleza, cuidado ambiental y sobre todo el hecho de brindar una nueva experiencia a través de la generación de un valor agregado, ya sea en sus materiales, decoración o distribución de espacio. Sin embargo, sus características y formas distinguen las preferencias del huésped y sus propios requerimientos, pues será él quien elija su mejor opción de esta gran variedad según sus gustos y estilo de vida (Glamping Hub, 2016).

El glamping se trata de que las personas se alojen en zonas naturales, por lo tanto, las construcciones y servicios deben causar el menor impacto posible en el ambiente. Algunos de los establecimientos alrededor del mundo destacan su compromiso y respeto por el espacio natural en donde se encuentran, construyendo y manteniendo sus establecimientos con materiales de la zona y elementos reciclados que brindan un entorno cómodo y acogedor. Es el caso de las casas domo, que a pesar de ser construcciones netamente modernas, estas son elaboradas con madera, hierro, acero, telas de poliéster de alta resistencia y con tecnologías de última calidad que cuidan el ambiente. La mayoría de infraestructuras dentro del Glamping utilizan poco dinero para realizar sus construcciones y tienen un tamaño compacto, por lo que el impacto ambiental es mínimo y se trabaja con precaución al momento de implementar servicios higiénicos, tratar desperdicios residuales y usar energías renovables (Glamping Hub, 2016).

La incomodidad de acampar en un lugar lejos de la ciudad es un aspecto limitante para varias personas en cuanto a la experiencia de convivir con la naturaleza y todo lo que le rodea. En el glamping, cada una de sus modalidades ofrece al huésped total confort, sin importar que la estructura sea relativamente pequeña. Por ello es

que el diseño de las mismas son lo suficientemente espaciaosas para introducir camas King size, con colchones eco-látex y ropa de cama de algodón orgánico.

Otro aspecto a tomar en cuenta en los tipos de glamping es el hecho de que varios de ellos han sido inspirados en la historia a nivel mundial. Los tipis, por ejemplo, son originarios de los nativos americanos, quienes utilizaban piel de animales para su estructura. Ahora suele usarse lona o algodón duro para crear su forma triangular. Por otro lado, las yurtas, tienen años de historia pues estas se utilizaban en los fuertes inviernos en Mongolia gracias a su estructura. Hoy en día, son ideales como alternativa de alojamiento, con una forma cilíndrica que brinda al huésped un amplio espacio con el ingreso de luz natural y decoración acorde al ambiente. Finalmente, se encuentran las tiendas safaris que siguen siendo una de las mejores opciones para alojarse desde hace cientos de años por reyes, nómadas, cazadores y ahora por turistas (Glamping Hub, 2016).

Dentro del glamping también se toman en cuenta estructuras ya conocidas como son las cabañas y sus diferentes formas, los albergues, las villas y casas del árbol. Pero lo que las diferencian de las comunes, son los materiales utilizados, su decoración, su distribución, su comodidad y lujo. Por ejemplo, existen cabañas de lona o cabañas elevadas, que brindan al huésped una experiencia totalmente diferente, al alojarse en una habitación suspendida en el aire.

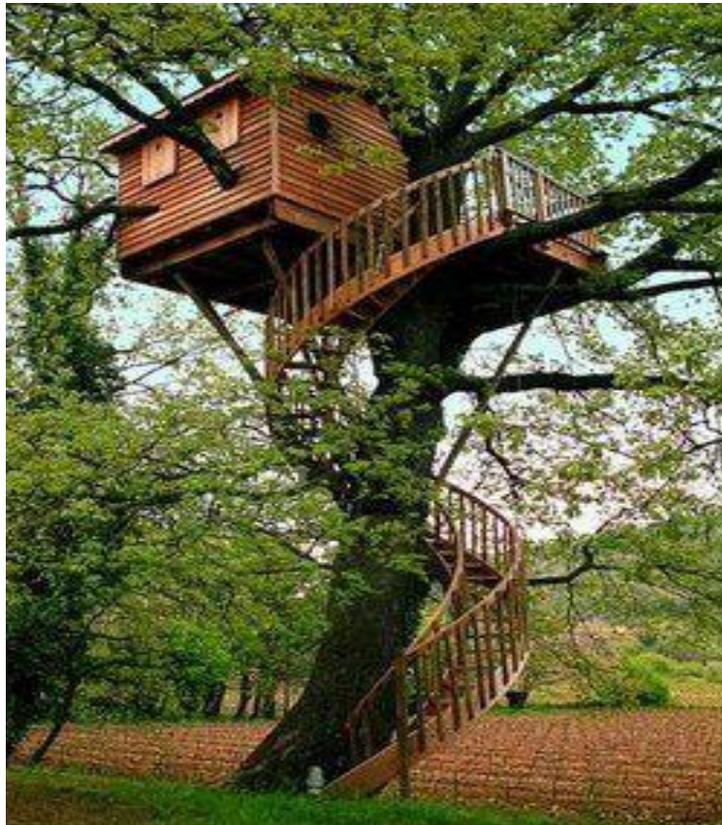
Es importante destacar que existen alojamientos en lugares donde menos se lo espera. Y es esta característica la que llama la atención de los turistas y hacen que el Glamping sea una modalidad llena de creatividad e innovación. Años atrás las personas jamás imaginaron hospedarse en cuevas bajo tierra, en graneros, vagones de tren, chozas, torres, faros, molinos, iglús o estructuras sobre el agua. Ahora es posible con todas las comodidades que se espera tener en un hotel, sin importar la temperatura, el espacio o el entorno. Lo esencial es vivir una experiencia inolvidable, que sea diferente y que se acople a la necesidad de disfrutar del contacto de la naturaleza con toda la comodidad y lujo.

### 1.2.6.1 Tipos de Glamping

#### ✓ Casa del árbol

Estas estructuras son construidas en las ramas de los árboles y con elementos de madera, los cuales crean amplios espacios rústicos, sin la necesidad de destruir la naturaleza. Este tipo de glamping va acorde a entornos de montañas, con grandes árboles que puedan ser el soporte para adaptar las estructuras (Glamping HUB, 2016). (Ver imagen 1)

Imagen 1. Casa del árbol



Fuente: Glamping Hub (2016)

#### ✓ Yurtas

Estas infraestructuras tienen años de historia pues se utilizaban en los fuertes inviernos en Mongolia gracias a su estructura. Hoy en día, son ideales como alternativa de alojamiento, con una forma cilíndrica que brinda al huésped un amplio

espacio con el ingreso de luz natural y diferentes tipos de decoración. (Glamping HUB, 2016). (Ver imagen 2)

Imagen 2. Yurtas



Fuente: Glamping Hub (2016)

#### ✓ **Tiendas safari**

Son estructuras que se adaptan al ambiente natural, sin dejar de lado elementos lujosos y distribuidos en todo el espacio rectangular. Sus paredes y techos son realizados con lonas ligeras y resistentes, por lo que pueden ser instaladas en cualquier entorno. (Glamping HUB, 2016). (Ver imagen 3)

Imagen 3. Tienda safari



Fuente: Glamping Hub (2016)

### ✓ **Autocaravana**

Este medio de transporte ha sido parte de viajes familiares, pues son estructuras que se adaptan como una pequeña casa con todas las dependencias, pero sobre ruedas. Sin embargo, para adaptarla al glamping, esta se convirtió en un alojamiento estático, con camas, cocina, baño y en ocasiones con una pequeña estancia fuera de ella. (Glamping HUB, 2016). (Ver imagen 4)

Imagen 4. Auto caravana



Fuente: Glamping Hub (2016)

### ✓ **Pods ecológicos**

Son una opción única para el glamping, ya que en su mayoría son construidos con materiales reciclados y propios de la naturaleza. De esta forma brindan un entorno cómodo y acogedor pues su espacio es el suficiente para acomodar al huésped con lo necesario. Va acorde a ambientes fríos o de montaña. (Glamping HUB, 2016). (Ver imagen 5)

Imagen 5. Pods ecológicos

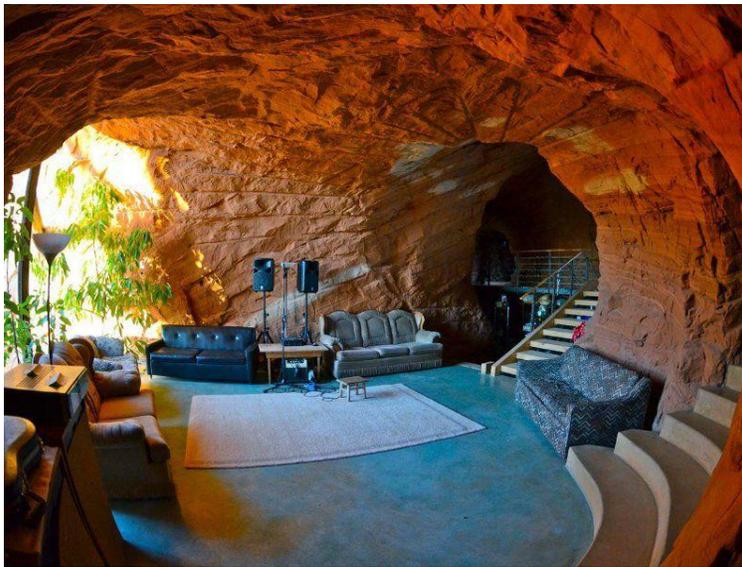


Fuente: Glamping Hub (2016)

## ✓ Cuevas

Es una de las modalidades más curiosas, pues hace un tiempo las personas seguramente no veían la posibilidad de hospedarse bajo tierra con todo el lujo y comodidad. Ahora es posible pues en estos espacios naturales se incorporan mesas, sillas, linternas, baño y camas para una experiencia completa en ellas. Debido a que son espacios naturales requiere un mayor control para evitar su deterioro. (Glamping HUB, 2016). (Ver imagen 6)

Imagen 6. Cuevas



Fuente: Glamping Hub (2016)

## ✓ Chozas

Son alojamientos que pueden estar hechos de paja, madera, nieve, piedra, hierba, hojas de palmera, ramas o telas. Hay una gran variedad de materiales dependiendo del sitio donde se encuentren. Son parecidas a los bungalows, pero transmiten un ambiente más rústico y fresco. (Glamping HUB, 2016). (Ver imagen 7)

Imagen 7. Chozas



Fuente: Glamping Hub (2016)

✓ **Iglús**

Son espacios con forma de cúpula, contruidos con bloques de nieve. En sus inicios eran elaborados por los Inuit, unos indígenas de las regiones árticas de Groenlandia, Canadá y Estados Unidos. A pesar de las bajas temperaturas, estos resultan atractivos para pasar la noche para algunos turistas, por lo que se les facilita los equipos necesarios para mantenerse en un ambiente cálido dentro de ellos. (Glamping HUB, 2016). (Ver imagen 8)

Imagen 8. Iglús



Fuente: Glamping Hub (2016)

## ✓ Tipi

Originarios de los nativos americanos que construían con pilares de madera levantados en forma triangular, lo que daba esta forma a la estructura. Ahora se han convertido en espacios grandes para que el huésped tenga una mejor estadía, al poder integrar una cama y otros elementos necesarios. Lo agradable de los tipis son sus decoraciones y el ambiente nativo que estos poseen. (Glamping HUB, 2016). (Ver imagen 9)

Imagen 9. Tipi



Fuente: Glamping Hub (2016)

## ✓ Vagón de tren

Se usaban antiguamente para que los pasajeros viajaran un poco más cómodos. Se ponían al final de los trenes de mercancías, y servían para muchas funciones diferentes, desde transporte para pasajeros o los empleados del tren. Este tipo de glamping se desarrolla en lugares donde exista el paso de este medio de transporte o en estaciones de tren. (Glamping HUB, 2016). (Ver imagen 10)

Imagen 10. Vagón de tren



Fuente: Glamping Hub (2016)

✓ **Domo**

Construcciones modernas, en forma de cúpula y elaboradas con telas de poliéster de alta resistencia y tecnologías que preservan el ambiente. Su propósito es la oportunidad de observar el cielo y paisajes, gracias a que una parte de su estructura es transparente. Cuentan con el espacio suficiente para distribuir lo que tendría una habitación de hotel. Son óptimas para lugares alejados y tranquilos para tener una vista privilegiada de las estrellas. (Glamping HUB, 2016). (Ver imagen 11)

Imagen 11. Domo



Fuente: Glamping Hub (2016)

### ✓ **Tiendas de campaña**

Tiendas en forma de cono con una columna en forma de cono soporte central. Se inspiran en las tiendas campana realizadas por los niños como juego, pero triplicando el tamaño, mejorando los materiales para soportar los climas y con el espacio suficiente para acomodar camas, muebles y decoraciones. Ubicada sobre una plataforma de madera y con soportes necesarios en forma de campana. (Glamping HUB, 2016). (Ver imagen 12)

Imagen 12. Tienda de campaña



Fuente: Glamping Hub (2016)

### ✓ **Unidades flotantes**

Glamping sobre el agua, que conlleva, o bien una estructura que está literalmente flotando sobre el agua, o una que se soporta sobre columnas o pilares que están sobre el agua. Ya sea una casa-barco, un yate o una cabaña, estas unidades flotantes brindan una experiencia de otro nivel, al estar tan cerca del mar y aun así contar con todo el glamour. (Glamping HUB, 2016). (Ver imagen 13)

Imagen 13. Unidades flotantes



Fuente: Glamping Hub (2016)

✓ **Cabañas alpinas**

Estructuras que tienen techo a dos ángulos que le dan la forma de la letra "A". Su forma es elegante, su comodidad, lujo y su interior permite sentirse en un ambiente natural en medio del bosque. Ideales para los glampers que disfrutan de observar los paisajes a través de sus grandes ventanales. Óptimas para lugares altos de montaña ya que sus materiales de construcción van acorde a ese tipo de entorno. (Glamping HUB, 2016). (Ver imagen 14)

Imagen 14. Cabañas alpinas



Fuente: Glamping Hub (2016)

### ✓ Cabañas elevadas

Las cabañas elevadas son una combinación entre cabaña estándar y casa del árbol. Estas estructuras están sostenidas sobre postes, ofreciendo una vista panorámica del entorno y de la naturaleza que la rodea. (Glamping HUB, 2016). (Ver imagen 15)

Imagen 15. Cabañas elevadas



Fuente: Glamping Hub (2016)

La información anterior turismo sostenible, desarrollo sostenible y glamping corresponden al marco teórico, y va después de antecedentes.

Además, dentro del marco de la sostenibilidad se deben incluir los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

#### **1.2.7 Propuesta de desarrollo turístico en Medellín**

Dada la importancia del turismo a nivel mundial, se hace necesario crear propuestas para su desarrollo en todas las ciudades que poseen atracciones y naturaleza, que pueda atraer a turistas nacionales y extranjeros y de esta manera contribuir al desarrollo de la región. En cuanto a la oferta turística para Medellín para el año 2021. Propone integrar la oferta cultural, de naturaleza, compras y gastronomía dentro del portafolio de productos turísticos de la ciudad y articularla con la oferta

turística de la región. Las acciones que se deben emprender para integrar la oferta cultural al producto turístico de ciudad son las siguientes:

- ✓ Identificar actividades culturales que tengan una oferta experiencial para prepararlas e incluirlas dentro de la oferta turística cultural de ciudad.
- ✓ Estructurar una oferta estable y bien definida en museos, teatros, centros culturales y de espectáculo de la ciudad para incluirlos dentro de la oferta turística cultural de ciudad.
- ✓ Estructurar una agenda mensual de festivales y eventos para ofertarla al visitante que llega al destino.

Las acciones que se deben emprender para estructurar e integrar la oferta naturaleza al producto turístico de ciudad son las siguientes:

- ✓ Desarrollar los cerros Nutibara y El Volador a nivel de producto de naturaleza, promoviendo el desarrollo de actividades como, caminatas, avistamiento de aves, contemplación de flora y fauna.
- ✓ Promover el desarrollo de infraestructura adecuada para el avistamiento de aves en los atractivos potenciales de la ciudad y la región.
- ✓ Promocionar actividades entorno al avistamiento de aves en los alrededores de la ciudad y la región.
- ✓ Incentivar la estructuración de actividades de turismo activo en los alrededores de la ciudad y la región.

Las acciones que se deben emprender para estructurar e integrar la oferta de compras al producto turístico de ciudad y de la región son las siguientes:

- ✓ Posicionar los corredores y zonas de alta concentración comercial, teniendo en cuenta temáticas como moda, outlets, centros comerciales, mercados tradicionales y artesanías.
- ✓ Realizar campañas de comunicación y promociones conjuntas para posicionar esta oferta, teniendo en cuenta tanto el turista que ya se encuentra en el destino como el visitante potencial.

Las acciones que se deben emprender para estructurar la oferta de gastronómica como producto complementario que ejerce un gran poder de atracción para el turismo de negocios (MICE) y los viajes cortos:

- ✓ Incorporar los productores y transformadores a la oferta gastronómica de Medellín (Alcaldía de Medellín, 2018).

### **1.3 MARCO CONTEXTUAL**

#### **1.3.1 Turismo en Colombia**

El turismo en Colombia ha venido creciendo exponencialmente a través de los últimos años. Para el año 2016 más de 5 millones de extranjeros visitaron el país, esto tuvo un incremento de 12,6% más con respecto al año pasado. Cabe resaltar que este incremento, en parte, se debe a la firma de los acuerdos de paz que ha generado un mayor flujo de personas en zonas de difícil acceso debido al conflicto armado. Las ciudades que generan más flujo de personas extranjeras debido al turismo son Bogotá, Cartagena y Medellín (González, 2016). Ahora bien es importante resaltar que el turismo interno en Colombia también es importante para el desarrollo turístico del país. Según una encuesta del DANE el 12,4% de las personas de diez años o más realizaron un viaje pasando una noche fuera de su ciudad de origen de los cuales 42,5 % viajo con motivos de recreación y vacaciones (DANE, 2016). Adicionalmente Bogotá fue una de las ciudades en el que el porcentaje de personas que realizan turismo interno fue más alto con un 16,9%.

Según las estadísticas es un hecho que el turismo internacional está creciendo entorno al 4 %, y Colombia viene creciendo cerca de un 10 % anual. Se evidencia que es un sector en plena expansión dentro de la economía colombiana y Medellín es uno de los destinos clave. Colombia en la última década ha dado grandes pasos en su posicionamiento internacional como destino turístico, arrojando cifras positivas desde el año 2004. En la actualidad, el país se encuentra entre los cinco países con mayor flujo migratorio con una participación de 0.27 % de total de llegadas en el mundo (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2017). Colombia

sigue una tendencia positiva en la llegada de turistas internacionales, entre las causas se pueden considerar:

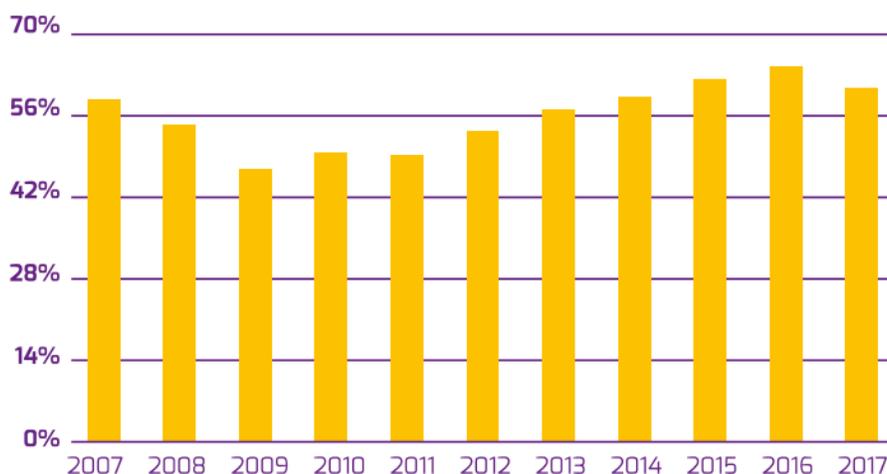
- ✓ El incremento en los viajes internacionales como una tendencia mundial acorde a la Organización Mundial de Turismo.
- ✓ La imagen de Colombia ha mejorado a nivel internacional, logrando posicionar una marca de país más atractiva para los extranjeros.
- ✓ El aumento del precio del dólar, con respecto al peso colombiano, permite que los extranjeros puedan acceder a los destinos en Colombia por un menor precio.
- ✓ Colombia como destino turístico ha vuelto a los mercados internacionales en los últimos 15 años tras un largo periodo fuera de escena. Este hecho ha propiciado el desarrollo de la oferta turística colombiana con nuevos productos, proyectos hoteleros y nuevas rutas internacionales.
- ✓ La inversión extranjera en turismo también está en crecimiento lo que ha permitido la llegada de reconocidas marcas internacionales, lo cual aporta mucho a la promoción y comercialización internacional del destino.
- ✓ El turismo es considerado actualmente como un motor de desarrollo, lo que permite que los gobiernos locales, regionales y el nacional, inviertan en potenciar los atractivos y los productos de sus destinos.
- ✓ En el escenario de postconflicto, que se encuentra actualmente Colombia, el turismo está apareciendo en el discurso de muchos políticos y empresarios del sector como una industria con grandes oportunidades. Se están diseñando diferentes estrategias como fortalecer corredores turísticos, vincular a víctimas del conflicto en la industria y fortalecer zonas a las que antes no se podía acceder.

### 1.3.2 Turismo en Antioquia

En cuanto a Antioquia, con ofertas culturales, recreativas o de negocios, Medellín atiende la creciente demanda de visitantes nacionales y extranjeros que llegan a la capital antioqueña durante el periodo de vacaciones de mitad de año, buscando convertirse en un destino multifacético. El despliegue de opciones para el turista que visite Medellín es extenso. Para quien desee realizar una ruta de turismo ecológico y de actividades al aire libre, existen alternativas como el Jardín Botánico Joaquín Antonio Uribe, el Parque Arví y el Aeroparque Juan Pablo II (Jiménez, 2018).

En cuanto a este factor, la ocupación hotelera de la ciudad de Medellín ha estado ligeramente por encima del 60% en los últimos 3 años. En el año 2017, respecto al año 2016, se produce un leve descenso en la ocupación hotelera de la ciudad, atribuyéndose principalmente a la contracción económica del país, el aumento en el número de plazas hoteleras de la ciudad, las dificultades que tuvo el transporte aéreo en el país y el ingreso de nuevos destinos nacionales que compiten con Medellín (ver gráfico 2).

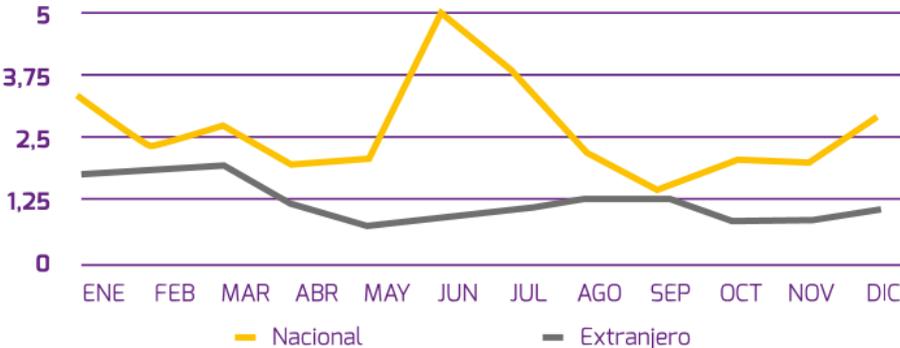
Gráfico 2. Comportamiento de la ocupación hotelera de la ciudad a partir del año 2011 hasta el año 2017.



Fuente: Sistema de Indicadores Turísticos de Medellín y Antioquia (2018)

En cuanto a la estancia media del turista internacional es cercana a 1 día, y el turista nacional tiene una estancia media cercana a 2,5 días y con un aumento sensible en las vacaciones de mitad de año y de navidad. Se puede concluir que la estancia media es muy baja en la actualidad, la cual deberá crecer a medida que se fortalezca la oferta de la ciudad, permitiendo alargar estancias del corporativo individual, así como logrando atraer más turistas vacacionales nacionales e internacionales (ver gráfico 3).

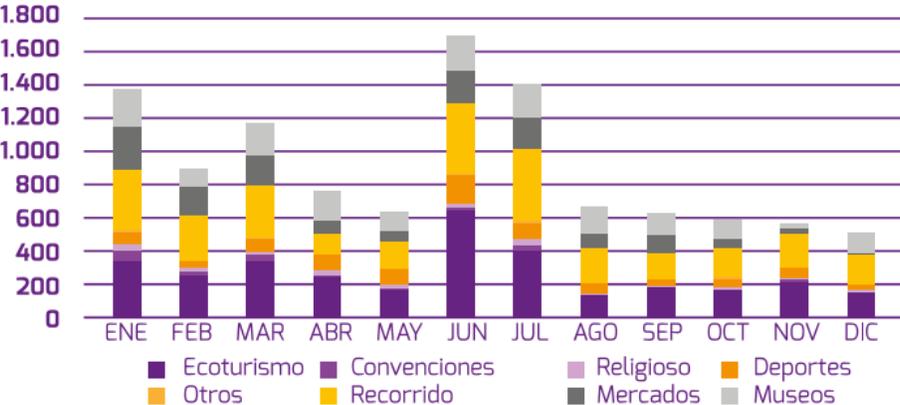
Gráfico 3. Estancia media del turista



Fuente: Sistema de Indicadores Turísticos de Medellín y Antioquia (2018)

Por su parte, las actividades de interés, que los visitantes buscan realizar en la ciudad de Medellín y su región central acorde a SITUR durante el año 2017, se evidencian en la gráfica 4:

Gráfico 4. Actividades de interés



Fuente: Sistema de Indicadores Turísticos de Medellín y Antioquia (2018)

### **1.3.3 Modelo de desarrollo turístico Medellín**

A simple vista se aprecia que tanto el turista internacional como el nacional incluyen de forma importante la naturaleza entre sus principales actividades que desarrollan en la ciudad; por parte de los turistas nacionales destacan el Parque Arví, ubicado en el corregimiento de Santa Elena y con un área aproximada de 1.761 hectáreas, como principal atractivo de naturaleza; mientras que para el caso de los visitantes internacionales, los recorridos en los entornos naturales son una opción importante, así como los recorridos urbanos, teniendo en cuenta la poca estructuración y desarrollo incipiente del producto turístico de naturaleza.

En momento de planificar el turismo en el territorio de Medellín, se deberá tener en cuenta distintos aspectos que permitan aprovechar la característica distributiva de riqueza del turismo, velando por un impacto amplio en distintos sectores y estratos y evitando al mismo tiempo la concentración en contados sectores de la ciudad. La experiencia de otros destinos demuestra que cuando la actividad turística queda excesivamente concentrada en pocos barrios se puede llegar a alterar de forma sustancial la vida de los locales, viéndose afectados en aspectos como la movilidad, los cambios en la oferta comercial y de ocio, el precio de las rentas de locales, de apartamentos y el suelo edificable.

Con base en el diagnóstico y análisis del sector realizados previamente, el presente plan estratégico proyectado al 2025, establece un nuevo modelo turístico para Medellín con un horizonte a 7 años, sobre el cual se basará el desarrollo del destino. Este modelo propone trabajar en los siguientes ejes de intervención: gestión competitiva, desarrollo de producto, mercados y promoción de destino, sobre los cuales se resaltan una serie de elementos clave que están interrelacionados para lograr la misión y visión propuesta. Así mismo, el modelo propone avanzar en 3 componentes transversales que deberán estar presentes en la apuesta turística de Medellín, los cuales son: sostenibilidad, accesibilidad y economía digital. (Ver gráfico 5)

Gráfico 5. Modelo de desarrollo del destino



Fuente: Alcaldía de Medellín (2019)

En la gestión de Medellín como destino turístico, para los próximos 7 años, se debe tener en cuenta que el territorio turístico de Medellín va más allá de la jurisdicción del municipio. Su oferta no se centra únicamente en su territorio, sino que se extiende en toda el área metropolitana y el resto de Antioquia. Por este motivo, es importante coordinar el desarrollo de la oferta con las administraciones de los municipios vecinos, ser conscientes de los avances y promocionar conjuntamente los productos que generen valor a las distintas partes (Alcaldía de Medellín, 2018).

Está demostrado, que Medellín como destino, su territorio contiene ofertas de una misma temática dispersas en distintos sectores de la ciudad. Por ello, resulta interesante hablar de productos, no de sectores turísticos. El interés del turista se puede ver satisfecho en distintas zonas y es necesario comunicar la oferta por productos, no por sectores. Se deben estructurar rutas o corredores que conecten la oferta de un mismo tema. De esta forma se logra un desarrollo más completo y se evita la gentrificación de ciertos sectores de la ciudad. Uno de los retos en la gestión del destino es lograr una mayor articulación entre las diferentes entidades y organismos que constituyen la superestructura del turismo en la región. Aunque se cuenta con diferentes escenarios para la coordinación de acciones y la toma de

decisiones, se debe asegurar una mayor efectividad en las dinámicas de estos (Alcaldía de Medellín, 2018).

La gestión del destino deberá dar un paso en cuanto a infraestructura hotelera se refiere, ya que la ciudad presenta una carencia en hotelería de lujo, limitando en cierto modo la consolidación de Medellín como destino turístico de negocios. En este sentido, la gestión del destino deberá trabajar de la mano de las entidades de captación de inversiones. En cuanto a mejoras del territorio, que impacten directamente la experiencia del turista y en la imagen del destino, se hace necesario la mejora de condiciones de seguridad y aseo en los principales sectores y corredores turísticos de la ciudad, además de la puesta en marcha de una campaña de turismo responsable que fomente las buenas prácticas y reduzca el índice de delitos asociados al contexto de viajes y turismo (Alcaldía de Medellín, 2018).

Se puede ver entonces, que en las estrategias planteadas por la alcaldía para el desarrollo de la ciudad y el departamento en general se busca no solo integrar las diferentes facetas del turismo actual, sino incluir nuevas modalidades que aporten a la economía, pero que al mismo tiempo no perjudiquen los espacios considerados como turísticos, en este aspecto entra a formar parte el Glamping, que aunque ya se encuentra funcionando en Antioquia a nivel general, en la ciudad de Medellín aún quedan espacios como el cerro de las tres cruces que se considera apto para dichas actividades.

## **2. METODOLOGÍA**

### **2.1 ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN**

El presente proyecto tuvo un enfoque cualitativo descriptivo, debido a que se pone especial interés en la descripción de las características del Glamping como modalidad turística, destacando sus ventajas para la sustentabilidad de las regiones.

En cuanto al tipo, se trató de un estudio de casos debido a que se centra en el análisis exhaustivo del fenómeno del Glamping de forma documental y a través de la información obtenida mediante una entrevista estructurada al personal directivo de BUBBLESKY GLAMPING sin utilizar métodos estadísticos para obtener resultados.

### **2.2 FUENTES DE INVESTIGACIÓN**

Se dieron dos fuentes de información: documental que consiste en reunir las referencias necesarias del Glamping, utilizando fuentes como: libros, revistas especializadas, estadísticas, entre otros. Esta técnica de investigación cualitativa fue la más apropiada en este caso, dada las limitaciones que se presentan a causa de la pandemia que aqueja al planeta,

Por otro lado se realizó una entrevista estructurada al personal de BUBBLESKY GLAMPING con el fin de conocer el manejo y progreso de las modalidades de Glamping en la empresa desde su inicio.

### **2.3 POBLACIÓN Y MUESTRA**

Como universo poblacional se tuvo en cuenta el personal directivo de la empresa BUBBLESKY GLAMPING a los cuales se les realizó una entrevista estructurada con el fin de obtener la información necesaria para el estudio de caso.

## 2.4. PROCESO DE LA INVESTIGACIÓN

**Elección del material:** se tuvieron en cuenta artículos científicos de diversos motores de búsqueda, páginas de organizaciones expertas en Glamping, estadísticas de turismo a nivel nacional y de Antioquia, el plan de desarrollo de Medellín y Antioquia.

Se tuvo en cuenta información interna de la empresa BUBBLESKY GLAMPING y que respondieron a las incógnitas de cómo ha sido su desarrollo y aportes que le ha dado a su entorno desde el comienzo de sus operaciones.

**Revisión del material:** Se escogieron los documentos más actualizados para que las estadísticas estuvieran al día con la situación actual a nivel mundial y local, el plan de desarrollo del departamento está proyectado al 2025.

**Organización:** se comparó el material seleccionado, y la información obtenida es la indicada para referenciar la investigación, con el objetivo de sustentar teorías e interpretaciones.

**Análisis de datos:** Se analizaron los datos obtenidos y se desarrollaron los objetivos planteados al principio de la investigación, resaltando el desarrollo de la empresa BUBBLESKY GLAMPING, resaltando las características y ventajas del Glamping, y analizando la situación actual del cerro las tres cruces y la importancia de implementar una especie de turismo sostenible en dicho sector.

**Conclusiones:** se diseñaron estrategias y se formuló un plan de turismo basado en el Glamping para implementar en el cerro de las tres cruces, teniendo en cuenta las ventajas que puede ofrecer esta clase de turismo a los habitantes del sector y a la ciudad en general.

### 3. RESULTADOS

#### 3.1 DIAGNÓSTICO DEL PROGRESO ACTUAL DE LA EMPRESA BUBBLESKY GLAMPING.

Nace por personas apasionadas por la naturaleza y la innovación, gracias a más de 5 años de trabajo en el sector inmobiliario en una zona rural, se encuentra un gran potencial en lotes con mucha naturaleza y con hermosas vistas los cuales por su valor comercial tan alto, puede ser solo disfrutado por muy pocas personas. Con el sueño de poner disponible al público un sitio natural, con fauna y flora, sin registro y sin ruido para así celebrar el amor, conectarse con la naturaleza y ver lo más bonito que hay de la creación de Dios, que es la naturaleza. Como apasionados por el camping, se detectaron una serie de fallas que coadyuvan a que las personas no disfruten tranquilamente su estadía. Ellas son: insectos, cama incomoda, el clima, la inseguridad, sin baños, acceso complicado y la privacidad. Se juntaron todas estas carencias para llegar a algo nuevo y mejor, algo innovador (BubbleSky, 2020).

La iniciativa tuvo lugar hace 5 años pero la empresa comenzó a funcionar a partir del año 2018, el primer proyecto que se llevó a cabo fue en la sede del Retiro, Antioquia y siguieron las de Alto Palmas y Guatapé. Cuentan con un área 60 m<sup>2</sup>, alojamiento para dos personas, las cuales deben ser mayores de edad, en las instalaciones hay parqueadero, la nevera incluye productos para preparar desayuno en BBQ, jacuzzi, aire acondicionado, ventilador, malla catamarán.

Imagen 17. Sede el retiro Antioquia





Fuente: Bubblesky Glamping (2020)

Es de aclarar que la gestión de la empresa BubbleSky Glamping ha contribuido en gran medida con el desarrollo de dichas regiones o espacios a través de la creación de empleos directos e indirectos y ha ayudado a dar a conocer la zona. Por otro lado, para no afectar el entorno natural y el hábitat en dichas regiones se cuida mucho de la naturaleza; para lo cual se ubican las habitaciones en sitios estratégicos en donde no se tenga que tumbar ningún árbol. Igualmente se cuenta con el plan de sostenibilidad NTS002 con el cual se cuidan los recursos como el agua, el consumo eléctrico, la fauna y flora, entre otros.

Es de anotar que la empresa BubbleSky Glamping cuida el medio ambiente a través de todo lo dicho en la norma de sostenibilidad NTS002, adicional su modelo de construcción hace posible que no se dañe el medio ambiente. Por último, en cuanto a la responsabilidad social empresarial, se fomenta la naturaleza incitando a cada

huésped que siempre un árbol, además por cada reserva que se recibe se siembran 3 árboles, y en Guatapé se planea ayudar a la comunidad más afectada por la situación actual del covid, al ser un lugar tan turístico y están completamente cerrado es muy complicado para muchas familias, también se piensa dar formación hotelera en el sector de Guatapé y así ayudar a crecer la región en turismo más profesional y responsable.

### **3.2 DIAGNOSTICO LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA ZONA DEL CERRO DE LAS TRES CRUCES.**

El Cerro está ubicado dentro del corregimiento Altavista, al suroccidente de la ciudad de Medellín. El cerro tiene dos accesos principales:

- ✓ El primero es una carretera destapada que se desprende a la derecha de la vía al Corregimiento Altavista en el kilómetro 1. Aunque la vía es de sólo 2 kilómetros, la extrema pendiente y las condiciones del terreno hacen que no sea posible transitarla en cualquier tipo de vehículo.
- ✓ El segundo es un sendero de tierra que sale del Barrio Loma de los Bernal, en Belén. El sendero consta de 1,1 kilómetros y tiene diferentes niveles de dificultad, siendo muy pendiente en algunos tramos. Además, no posee mucha sombra ni fuentes de agua por lo que se recomienda utilizar vestuario apropiado y llevar agua. El recorrido es de aproximadamente 30 minutos.

El Cerro de las Tres Cruces, además de ser uno de los principales pulmones del Área Metropolitana y distinguido por sus múltiples actividades deportivas, es tal vez uno de los lugares más visitados del Corregimiento de Altavista, al cual llegan cerca de 15 mil personas semanalmente.

Imagen 18. Cerro de las tres cruces Medellín



Fuente: El tiempo (2020)

Este espacio también es conocido como el Morro, el Cerro o Morro Pelón, está ubicado en el corregimiento de Altavista, cobijado por las veredas Manzanillo, Jardín y La Esperanza. Desde el 2007, hace parte del Distrito de Manejo Integrado del Valle de Aburrá, un espacio ambiental, muy importante para Medellín, el Área Metropolitana y el Departamento de Antioquia, desde lo biológico, paisajístico, económico y social.

Hace parte de los siete cerros tutelares de la ciudad, una red de accidentes geográficos a lo largo del Valle de Aburrá, que posee un importante valor histórico, arqueológico, ecológico y turístico. El Cerro de las Tres Cruces tiene una altura que asciende a los 1.935 msnm y posee una extensión de 107,28 hectáreas. Con el paso de los años, se ha ido convirtiendo en uno de los principales escenarios para la práctica de deporte al aire libre.

Ascender a este maravilloso lugar, que se muestra imponente al costado occidental de Medellín, para unos es un reto y para otros solo rutina. Lo que si es cierto, es la intensidad que siente cada persona al llegar a su cima. Además del ejercicio, el Cerro de las Tres Cruces ofrece tranquilidad, contacto con la naturaleza y un rato de sano esparcimiento. En su parte más alta se encuentran tres cruces metálicas que fueron construidas como un símbolo que conmemora el calvario de Jesucristo, lo que ha hecho que el cerro se haya convertido en un lugar de peregrinación a donde los feligreses suben los domingos para celebrar la Santa Eucaristía, un momento para estar cerca de Dios, desde Altavista.

En la actualidad este espacio fue adquirido por la Alcaldía de Medellín con el fin de convertirlo en un parque público, aun así hay zonas que no son tan accesibles al público y gozan de tranquilidad y el paisaje adecuado para el emprendimiento de un proyecto de alojamiento con glamour, del cual carece en el momento y que significaría mayor reconocimiento y contratación de mano de obra local.

### **3.3 ESTRATEGIA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL GLAMPING EN EL CERRO DE LAS CRUCES EN LA CIUDAD DE MEDELLÍN.**

La estrategia de Glamping en el cerro de las cruces inicialmente sería a través de un hospedaje de comodidad cinco estrellas, por tanto, se debe tener en cuenta el diseño y la calidad de los campamentos.

Se implementarán conceptos novedosos (existentes en BubbleSky Glamping y otros sitios) como: carpas instaladas en espacios predeterminados. Dichas carpas tendrán una gran amplitud en la parte interior y contarán con las mayores

comodidades en cuanto a lencería térmica (para conservar el calor, dado el clima del lugar), amoblado, accesorios, comidas. Esto permitirá mayor comodidad, se contrarrestaran las altas temperaturas locales, y se tendrán a la mano comidas y bebidas. Cada carpa tendrá un espacio libre en su exterior (y que estará delimitado), para que cada persona o grupo de personas realice diferentes actividades como fogatas, asados, etc. Dado que es un sitio apto para grupos las carpas podrán albergar hasta 5 camas sencillas.

Imagen 19. Carpa Glamping



Fuente: Bubblesky Glamping

También se podrían construir cabañas altas, dado lo apropiado y conveniente del entorno.

Imagen 20. Cabañas elevadas



Fuente: Glamping Hub (2016)

Se recomienda instalar parasoles, con mesas, sillas y asadores acorde con el número de personas en cada carpa. Zonas de baños, donde cada carpa tendrá un baño personal. Esto permitirá la comodidad e intimidad de todas las persona.

En otra zona del cerro también instalar Glamping para parejas, con carpas o cabañas más pequeñas que les brinden mayor intimidad. La distancia entre las carpas debe ser considerable, con el fin de darles la privacidad suficiente a las parejas o grupos que reserven. Para las carpas de grupo se ofrecerá una sala de televisión y cine (con películas programadas a ciertos horarios), hamacas, zona Wi-Fi, etc.

Siguiendo el ejemplo de BUBBLESKY GLAMPING se implementará la norma de sostenibilidad NTS002 para una mejor utilización de los recursos tanto naturales como materiales. De igual forma se estará contribuyendo al desarrollo de la población local a través de la generación de empleos tanto directos como indirectos y de forma eventual y/o permanente.

Se informará a los huéspedes de las actividades que están permitidas y las que no, y se les proveerá de semillas y demás insumos para que de manera voluntaria siembren un árbol luego de su estadía en el lugar.

En la construcción de los alojamientos se tendrá en cuenta el entorno y se procurará no cambiarlo, acomodando el alojamiento a él y no al revés. Por cada huésped alojado la empresa se compromete a sembrar un árbol de diferentes especies, con el fin de influir en el desarrollo del ambiente natural.

#### **4. CONCLUSIONES**

Luego del análisis de la información, se concluye que el turismo es un factor importante para el desarrollo económico y social de las regiones e inclusive de los países, pero a pesar de todos sus beneficios económicos, el turismo tradicional trae consigo consecuencias como el agotamiento de recursos y la contaminación ambiental y destrucción de ciertos hábitats, por lo cual se hace necesaria la implementación de una modalidad sustentable de turismo, que ayude a ahorrar los recursos y cuide el ambiente.

Como parte del turismo sostenible, el Glamping es la mayor versión innovadora de dicho turismo, brindándoles a los campistas la oportunidad de disfrutar de la naturaleza y su intimidad, en un ambiente totalmente glamuroso, sin tener que invertir el tiempo en actividades como mercar, comprar artículos para repeler insectos, ya que se dispone de una cama, de un frigorífico y de todas las comodidades y lujos de los mejores hoteles. El Glamping a la final no resulta más caro que un buen hotel, manteniendo un perfecto equilibrio entre precio y calidad. Acompañado de un entorno natural, el cual resulta en un valor añadido de incalculable valor.

La empresa BUBBLESKY GLAMPING ha sido de gran ayuda para los entornos naturales del departamento de Antioquia, por eso fue escogida como ejemplo para estudio de casos, resaltando su apoyo a las diferentes regiones rurales del departamento y su aporte ambiental en las diferentes zonas en las que se encuentra ubicada.

Queda claro también que el Turismo Sostenible es apropiado para las diferentes regiones porque con sus precauciones y actuaciones tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer la necesidad de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas. Es por eso, que la nueva tendencia del turismo es el turismo sostenible, ya que además de divertir de manera individual y familiar, a través de él aporta al desarrollo social y ambiental.

Teniendo en cuenta la experiencia de BUBBLESKY GLAMPING, ya que ellos han contribuido al desarrollo de los pueblos aledaños al departamento de Antioquia implementando el turismo sustentable a través del Glamping, se puede decir con cierto grado de realidad que el Glamping es una estrategia para potenciar el turismo sostenible en Medellín, dado que esta modalidad se caracteriza por incorporar escenarios naturales a las estrategias de turismo, en este caso el Cerro de las tres cruces, utilizando materiales que no son dañinos para la naturaleza y sobre todo aprovechando sabiamente los recursos como el agua y la luz suministrándolos de manera limitada y cuidadosa para no afectar la zona donde se instale el Glamping sino por el contrario preservarla.

El Glamping se puede incorporar como estrategia en el modelo turístico de Medellín, dado que en esta ciudad se busca diversificar el turismo, no solo integrando las diferentes facetas del turismo actual, sino incluyendo nuevas modalidades que aporten a la economía, pero que al mismo tiempo no perjudiquen los espacios considerados como turísticos, en este aspecto entra a formar parte el Glamping, que pasaría a ser una estrategia innovadora en la ciudad, ya que aunque se encuentra funcionando en Antioquia a nivel general, en la ciudad de Medellín aún quedan espacios como el cerro de las tres cruces que se considera apto para dichas actividades.

En cuanto a como el turismo sostenible a través del Glamping contribuye a los objetivos de desarrollo sostenible de la ciudad y por consiguiente al desarrollo sostenible, se puede decir que dado que los objetivos de desarrollo sostenible buscan resolver los problemas sociales, económicos y ambientales que aquejan a la ciudad, esto aplicaría a través de la implementación del Glamping en el Cerro de las Tres Cruces, ya que finalmente este lugar necesita de este tipo de turismo, trayéndole como primer beneficio el reconocimiento del espacio y de la ciudad, por otro lado ayudará al desarrollo económico de la localidad a través de la generación de empleo para sus habitantes e igualmente contribuirá al crecimiento de la naturaleza y al mantenimiento de los recursos.

Finalmente, para realizar el presente proyecto no se realizaron encuestas en el trabajo de campo, dado la situación tan apremiante por la que está pasando la humanidad a nivel mundial debido a la pandemia por la que se está atravesando, pero teniendo en cuenta que la metodología utilizada es un estudio de caso, se le realizó una entrevista semiestructurada vía online al gerente de la empresa BUBBLESKY GLAMPING quien aclaró todas las dudas acerca de esta modalidad de turismo, y dio claridad sobre las ventajas de su implementación y el aporte que a nivel de empresa ha podido dar a las localidades donde ha sido instalado, contribuyendo no solo a nivel económico sino ambiental y social.

## 5. RECOMENDACIONES

- ✓ Se recomienda la implementación de la estrategia de turismo sustentable a través del Glamping en la región del cerro de las tres cruces, con el fin de aportar al desarrollo tanto económico, como social y ambiental de la misma.
- ✓ Luego de la implementación de los campamentos, instalar las suficientes canecas para la recolección de residuos sólidos con el fin de que esta actividad se desarrolle de manera efectiva.
- ✓ Identificar las plantas del entorno para el conocimiento y educación de los visitantes, y señalización adecuada de las diferentes zonas para la prevención de riesgos.
- ✓ Señalizar de forma adecuada los puntos estratégicos para la realización de fogatas y demás actividades que puedan comprometer el entorno.
- ✓ Realizar capacitaciones continuas a los empleados sobre manejos y cuidados del medio ambiente, con el fin de que puedan transmitirles estos conocimientos a los clientes.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS BIBLIOGRAFÍA

- Acerenza, M. (2001). *Administración del Turismo. Vol. 1*. México: Editorial Trillas.
- Alaña, T., Capa, L., & Sotomayor, J. (2016). Desarrollo sostenible y evolución de la legislación ambiental en las Mipymes del Ecuador. *Revista Científica de la Universidad de Cienfuegos* |Vol. 8 No. 3, pp. 91-99.
- Alcaldía de Medellín. (2018). Plan de desarrollo turístico 2018-2024.
- Briceño, F. (2000). *Turismo 2020*. Caracas: Ediciones IESA.
- BubbleSky. (20 de 05 de 2020). *Historia BubbleSky Glamping*. Obtenido de <https://bubblesky-glamping.com/>
- Carabias, J., Meave, J., Valverde, T., & Cano-Santana, Z. (2009). *Ecología y medio ambiente en el siglo XXI*. México: Pearson Educación.
- Cárdenas, F. (2001). *Comercialización del Turismo. Determinación y Análisis del Mercado. 3ra. ed.* . México: Editorial Trillas.
- Cárdenas, L. (1998). Definición de un marco teórico para comprender el concepto de desarrollo sustentable. *Revista Invin*, 13 (33), pp. 3-20.
- Castellanos, M., & Orgáz, F. (2013). Potencialidades ecoturísticas de la República Dominicana. TURyDES. *Revista de Turismo y Desarrollo Local* , 6 (14), pp. 1-15.
- Cvelić-Bonifačić, J., Milohnić, I., & Cerovi, Z. (2017). Glamping – creative accommodation in camping resorts: insights and opportunities . *Tourism in Southern and Eastern Europe, Vol. 4,*, pp. 101-114.
- Díaz, A. (2019). *El turismo en el mundo - Datos estadísticos*. Obtenido de Statista: <https://es.statista.com/temas/3612/el-turismo-en-el-mundo/>
- Díaz, G. (2017). Turismo y desarrollo local. . *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, vol. 15, núm. 2,, pp. 333-.

- Espinosa, G. (2007). *Gestión y fundamentos de evaluación del impacto ambiental*. Santiago de Chile : Banco Interamericano de Desarrollo BID.
- Fayos, E. (2006). "Tourism policy: a midsummer night's dream?" . *Tourism Management* 17(6), pp. 205-412.
- Foladori, G. (1999). *Los límites del desarrollo sustentable*. Montevideo: Ediciones de la Banda Oriental trabajo y capital.
- Foladori, G., & Tommasino, H. (2000). *El concepto de desarrollo sustentable 30 años después*. Montevideo: Editora da UFPR.
- García. (20 de 05 de 2020). *El turismo*. Obtenido de <https://www.aprendedeturismo.org/el-turismo-mundial-sigue-creciendo-a-buenritmo/>
- Glamping HUB. (2016). *Tipos de Glamping*. Obtenido de <https://glampinghub.com/blog/tag/glamping-hubs-greatest/>
- Gurría, M. (2004). *Introducción al Turismo*. México: Editorial Trillas.
- Gutierrez, E. (2007). De las teorías del desarrollo al de sarrollo sustentable Historia de la construcción de un enfoque multidisciplinario. *Trayectorias* 9 (25), pp. 45-60.
- Henderson, H., & Seth, M. (2006). "Ethical markets: Growing the green economy". *White River Junction, VT, Chelsea Green*.
- Hunter. (1995). "On the need to reâ€• conceptualise sustainable tourism development.". *Journal of Sustainable Tourism* 3(3):, pp. 155-165.
- Jiménez, D. (2018). *Medellín continúa siendo el destino ideal para turistas*. Obtenido de <https://www.elcolombiano.com/antioquia/turismo-en-medellin-antioquia-AF8887398>
- Kravest, I., & Camargo, P. (2008). La importancia del turismo cultural en la cosntrucción de identidad nacional . *Revista de cultura y turismo Vol. 2 No. 2*.

- Lalangui, j., Espinoza, C., & Pérez, M. (2017). Turismo sostenible, un aporte a la responsabilidad social empresarial, sus inicios, características y desarrollo. *Universidad y sociedad Vo, 9 No. 1*, pp. 148-153.
- Méndez, R. (2002). *De la invención de las raíces a los procesos de la patrimonialización folklórica*. Obtenido de <http://usuarios.lycos.es/odiseomalaga/pc03.htm>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2017). *Informe mensual turismo – 2017*. . Obtenido de : [www.mincit.gov.co](http://www.mincit.gov.co)
- Morillo, M. (2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Visión Gerencial, núm. 1, enero-junio*, pp. 135-158 .
- Morillo, M. (2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Visión Gerencial, núm. 1, enero-junio*,, pp. 135-158 .
- Oegaz, F., & Moral, S. (2016). El turismo como motor potencial para el desarrollo económico de zonas fronterizas en vías de desarrollo. Un estudio de caso. *Revista El periplo sustentable, (31)*.
- Pigram, J. (1990). "Sustainable tourism-policy considerations". *Journal of Tourism Studies 1(2):*, pp. 2-9.
- Ramírez, C. (2006). *Marketing Turístico*. México: Editorial Trillas.
- Sánchez, A., & Vargas, E. (2015). Turismo sustentable. Un acercamiento a su oferta. *Multiciencias, vol. 15, núm. 3, julio-septiembre*, pp. 347-354.
- SITUR. (2019). *Oferta turística IV trimestre 2018*. Obtenido de <http://situr.gov.co/publications/viewpublication/124/437>
- Vargas, E., Castillo, M., & Villarreal, L. (2011). Turismo y sustentabilidad Una reflexión epistemológica . *Estudios y Perspectivas en Turismo Volumen 20* , pp 706– 721.

## **ANEXO**

### Preguntas entrevista estructurada

1. Hace cuantos años está en el mercado
2. Cual fue el primer proyecto y cual el ultimo (paisajes con Glamping)
3. Como ha contribuido su gestión del Glamping con el desarrollo de dichas regiones o espacios
4. Que precauciones ha tomado para no afectar el entorno natural y el habitat en dichas regiones.
5. Que otros proyectos tiene en mente a futuro
6. A criterio personal ¿Cómo piensa que el Glamping cuida el medio ambiente?
7. ¿Que tanto ha progresado la empresa desde que se fundó hasta el momento? ( en sus diferentes aspectos, a nivel de infraestructura, de personal, económico, rentable)
8. Como ejerce su responsabilidad social empresarial