

ÍNDICE DE CONTENIDO

RESUMEN	3
<i>ABSTRACT</i>	3
INTRODUCCIÓN	4
OBJETIVO GENERAL	6
MARCO TEÓRICO	6
• Orígenes del glamping	7
• Análisis del concepto glamping	8
• Atributos que conllevan a las personas a elegir el glamping	16
METODOLOGÍA	17
CAPÍTULO 1	19
CAPÍTULO 2	25
CAPÍTULO 3	35
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	42
REFERENCIAS	44

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Yurta por fuera.....	11
Figura 2: Yurta por dentro.....	11
Figura 3: Casa en los árboles por fuera	12
Figura 4: Casa en los árboles por dentro.....	12
Figura 5: Tienda safari.....	13
Figura 6: Tipis por fuera.....	13
Figura 7: Tipis por dentro.....	13
Figura 8: Domo	14
Figura 9: Búsqueda con filtro “Todo el mundo” del término glamping en los últimos 12 meses.....	22
Figura 10: Búsqueda con filtro “Todo el mundo” del término glamping en los últimos 12 meses.....	22
Figura 11: Mercado global de glamping en el período proyectado de 2022 a 2030.....	24
Figura 12: Mercado de glamping por regiones en el período proyectado entre 2023 y 2030.	24
Figura 13: Entre Cielos Glamping.	27
Figura 14: Patagonia Eco Domes.....	28
Figura 15: Casa Cortés Boutique de Huéspedes	28
Figura 16: Ecocubo.....	29
Figura 17: Adventure Domes Glamping.....	29
Figura 18: Contenedor de lujo en Mendoza.....	30
Figura 19: Cabañas de lujo cerca de Saltos del Moconá.	30
Figura 20: Búsqueda con filtro “Argentina” del término glamping en los últimos 12 meses. .	31

Figura 21: Búsqueda con filtro “Argentina” del término glamping en los últimos 12 meses..	31
Figura 22: Búsqueda con filtro “Argentina” del término glamping en los últimos 12 meses.	
Temas relacionados.....	32
Figura 23: Cantidad de noches y de turistas promedio que se alojan en complejos de glamping y camping.	33
Figura 24: Alojamientos según tipo y clasificación.	33
Figura 25: Frecuencia con la que vacaciona la población encuestada	34
Figura 26: Con quién vacaciona la población encuestada	35
Figura 27: Cantidad de días que suelen vacacionar los encuestados.	35
Figura 28: Qué no puede faltar en la experiencia vacacional de los jóvenes.	36
Figura 29: Qué se prioriza a la hora de elegir un destino.	37
Figura 30: Motivos por los que la población encuestada no haría glamping.	38