

Estrategias administrativas para potenciar el *glamping* en Napo, Ecuador

Management strategies to promote glamping in Napo, Ecuador

Omar Patricio Flor Mora*
Universidad Nacional de Chimborazo.
Riobamba-Ecuador.
oflor@unach.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0001-5302-141X>

Derling José Mendoza Velasco
Universidad Nacional de Educación.
Cuenca-Ecuador.
derling.mendoza@unae.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0001-8275-3687>

*Correspondencia: oflor@unach.edu.ec

Cómo citar este artículo:
Flor, O., & Mendoza, D. (2024). Estrategias administrativas para potenciar el *glamping* en Napo, Ecuador. *Perspectivas Sociales y Administrativas*, 2(2), 25-34.
<https://doi.org/10.61347/psa.v2i2.69>

Recibido: 26 de octubre de 2024

Proceso de evaluación:

30 de octubre al 28 de noviembre de 2024

Aceptado: 2 de diciembre de 2024

Publicado: 7 de diciembre de 2024

Resumen: La ausencia de estrategias administrativas integrales y formación específica para operadores, sumada a la escasa regulación y falta de colaboración entre actores turísticos limita el crecimiento del *glamping*. Este contexto exige diseñar enfoques innovadores y sostenibles que potencien su competitividad, en función de alinear las expectativas de los turistas. La investigación aborda la necesidad de implementar estrategias administrativas para potenciar el *glamping* en la Finca La Clarita. Se asumió un enfoque mixto y se determinó una muestra de 150 turistas que visitaron la finca en el último año. Se aplicaron encuestas estructuradas y entrevistas semiestructuradas para obtener una comprensión profunda de las percepciones y sugerencias de los turistas. Los resultados indican que en su mayoría los turistas están satisfechos con las instalaciones y servicios, pero también revelan áreas de mejora como la diversificación de actividades recreativas y la necesidad de una promoción más eficaz. La correlación de Pearson utilizada en el análisis sugirió una relación fuerte entre las estrategias administrativas eficaces y la mejora de la experiencia de *glamping*. Se denota, por tanto, la importancia de optimizar las estrategias administrativas para fortalecer la oferta de *glamping* en la Finca La Clarita.

Palabras clave: Competitividad, estrategias administrativas, *glamping*, turismo.

Abstract: The absence of comprehensive administrative strategies and specific training for operators, together with the scarce regulation and lack of collaboration between tourism stakeholders, limits the growth of *glamping*. This context requires the design of innovative and sustainable approaches to enhance its competitiveness, to align the expectations of tourists. The research addresses the need to implement administrative strategies to enhance *glamping* at Finca La Clarita. A mixed approach was assumed and a sample of 150 tourists who visited the farm in the last year was determined. Structured surveys and semi-structured interviews were applied to obtain an in-depth understanding of the tourists' perceptions and suggestions. The results indicate that for the most part tourists are satisfied with the facilities and services, but also reveal areas for improvement such as the diversification of recreational activities and the need for more effective promotion. The Pearson correlation used in the analysis suggested a significant relationship between effective management strategies and improvement of the *glamping* experience. Therefore, the importance of optimizing administrative strategies to strengthen the *glamping* offer at Finca La Clarita is evident.

Keywords: Administrative strategies, competitiveness, *glamping*, tourism.

Copyright: Derechos de autor 2024 Omar Patricio Flor Mora, Derling José Mendoza Velasco.



Esta obra está bajo una licencia internacional Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0.

1. Introducción

La ausencia de estrategias administrativas integrales adaptadas al mercado turístico contemporáneo limita el potencial de crecimiento y sostenibilidad del *glamping*. Este problema se intensifica debido a la escasa formación administrativa específica para los operadores, la regulación limitada del sector y la carencia de redes de colaboración entre los actores turísticos. En este marco, diseñar estrategias administrativas innovadoras y sostenibles es esencial para convertir al *glamping* en una alternativa turística competitiva, que responda tanto a las expectativas de los turistas como a las necesidades de las comunidades.

Para Orellana y Lalvay (2018) el turismo sostenible minimiza los impactos negativos sobre el medio ambiente y los recursos naturales locales. Este enfoque adopta una visión integral que no solo busca mitigar efectos adversos, sino corregir deficiencias en el desarrollo territorial mediante la integración de las dimensiones económica, sociocultural y ambiental, para promover un equilibrio entre el progreso turístico y la conservación.

Además, Soriano et al. (2023) indican que el turismo y el desarrollo sostenible están intrínsecamente relacionados, ya que el primero se convierte en un motor de crecimiento económico, pero también puede impactar negativamente en el medio ambiente y las comunidades locales si no se gestiona de forma adecuada. Enfatizan, además, en la necesidad de integrar la sostenibilidad como un principio rector en las políticas y estrategias turísticas para equilibrar el desarrollo económico con la protección ambiental y social.

En este contexto, el *glamping* es una forma de acampada de lujo que combina el confort y las comodidades de un alojamiento de alta gama con la experiencia inmersiva de estar en contacto directo con la naturaleza y que ha ganado popularidad a nivel mundial (Buckley, 2022). Este fenómeno turístico representa una oportunidad significativa para las áreas rurales que buscan diversificar sus ofertas turísticas y atraer a un segmento de mercado dispuesto a pagar por experiencias exclusivas y personalizadas.

Por otra parte, según Budiasa et al. (2019) el *glamping* se alinea estrechamente con los principios del turismo verde, al promover prácticas sostenibles y responsables que respetan el medio ambiente y las comunidades locales. Adicionalmente, incluye el uso de materiales ecológicos en la construcción de alojamientos, la implementación de prácticas de conservación de recursos, y el apoyo a la economía local a través de la contratación de servicios y productos de la región.

La implementación de estrategias administrativas en el sector del *glamping* requiere una comprensión profunda de la gestión turística en entornos naturales (Hjalager, 2010) ya que requiere integrar conceptos de marketing experiencial y gestión de calidad, los cuales se han demostrado determinantes en el éxito de productos turísticos innovadores (Pine & Gilmore, 1999; Kotler et al., 2021).

Hallo-Silva et al. (2024) subrayan la importancia de realizar un análisis de mercado para identificar la demanda de servicios hoteleros y adaptar las ofertas a las necesidades de los turistas. Además, se utilizan herramientas financieras como el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR) para evaluar la rentabilidad del proyecto. La recopilación de datos a través de encuestas y la innovación en los servicios de alojamiento resultan esenciales para diferenciarse en un mercado competitivo.

La Finca La Clarita, ubicada en la parroquia Papallacta, provincia de Napo, Ecuador, se encuentra en una posición estratégica para capitalizar esta tendencia. Sin embargo, para lograr un impacto sostenible en el flujo turístico, es necesaria la implementación de estrategias administrativas que optimicen la gestión del *glamping* en la finca, las que deben orientarse no solo a mejorar la experiencia del visitante, sino a garantizar la sostenibilidad económica y ambiental a largo plazo (Hall et al., 2015).

En este contexto, el estudio realizado por Sukthaworn y Nuangjamnong (2024) realizado en Chiang Mai, Tailandia, propone varias estrategias para potenciar esta actividad. Se sugiere mejorar la imagen del destino, ya que es el factor más influyente en la intención de regresar, mediante el desarrollo sostenible y la conservación de paisajes naturales y culturales. Además, se recomienda invertir en la infraestructura de los sitios de *glamping* y fomentar la colaboración con comunidades locales para ofrecer experiencias auténticas.

Hapsari et al. (2024) en su investigación efectuada en Indonesia se centra en cómo mejorar la lealtad del cliente a través de la calidad de la experiencia y el compromiso. Las estrategias implementadas incluyen ofrecer experiencias de alta calidad que combinen comodidades y actividades atractivas, fomentar el compromiso del cliente mediante marketing efectivo, construir confianza a través de la comunicación transparente, personalizar las ofertas según las preferencias de los viajeros, y ofrecer incentivos y programas de lealtad para promover visitas repetidas. Estas tácticas buscan transformar a los visitantes ocasionales en clientes leales.

Asimismo, Xiang et al. (2023) explora en China las diferencias en las experiencias de los *glampers*. Para potenciar el *glamping* se implementaron estrategias como la ritualización de productos turísticos, que fomenta experiencias de *comunitas*, y la identificación de segmentos de mercado distintivos mediante la planificación de combinaciones de “objetos + espacio” y “humano + tiempo”. Además, se subraya la importancia de la conexión con la naturaleza, que no solo mejora la experiencia del cliente, sino que promueve comportamientos proambientales y genera beneficios ecológicos, económicos y sociales para las empresas de *glamping* y los gestores de campamentos.

En un contexto local, el estudio realizado por Mera et al. (2024) llevado a cabo en la provincia de Tungurahua, Ecuador, se centró en implementar estrategias de marketing sostenible para potenciar el *glamping* en la región. Entre las estrategias destacadas se encuentran el uso efectivo de redes sociales, la adopción de prácticas sostenibles que abarcan dimensiones sociales, ambientales y económicas, y la creación de conexiones emocionales con los clientes a través de experiencias que combinan lujo y contacto con la naturaleza.

En este sentido, para la implementación de estrategias administrativas que potencien el *glamping* en la Finca La Clarita resulta imprescindible abordar aspectos claves como la gestión de recursos, la optimización de procesos operativos, la promoción y comercialización del producto turístico, y la mejora de la experiencia del cliente, enmarcado en un enfoque de sostenibilidad.

La correcta aplicación de estos conceptos no solo permitirá a la Finca La Clarita mejorar su competitividad en el mercado, sino que contribuirá al desarrollo turístico sostenible de la región, beneficiando a la comunidad local, preservando su entorno natural y maximizando su potencial para asegurar la viabilidad de la propuesta mediante el aporte al desarrollo integral de la parroquia Papallacta y la provincia de Napo. La tabla 1 detalla conceptos y teorías relevantes en el ámbito de las estrategias administrativas aplicadas al *glamping*.

Tabla 1

Definiciones claves

Concepto	Definición	Autores relevantes	Año
Estrategias administrativas	Conjunto de decisiones y acciones planificadas que buscan optimizar los recursos y procesos para alcanzar objetivos organizacionales.	Mintzberg, H.	1987
<i>Glamping</i>	Modalidad de turismo que combina las comodidades de un alojamiento de lujo con la experiencia de acampar en la naturaleza.	Buckley, R.	2022
Gestión de recursos en turismo	Proceso de planificación, organización y control de los recursos turísticos para maximizar la eficiencia y sostenibilidad.	Goeldner, C. R., & Ritchie, J. R. B.	2012
Marketing experiencial	Estrategia centrada en crear experiencias memorables para los consumidores más allá de la simple compra del producto o servicio.	Pine, B. J., & Gilmore, J. H.	1999
Sostenibilidad turística	Práctica de gestión turística que busca equilibrar el desarrollo económico, la protección ambiental y el bienestar social.	Hall, C., Gössling, S., & Scott, D.	2015
Optimización operativa	Mejoramiento continuo de los procesos y recursos de la empresa para incrementar la eficiencia y reducir costos.	Slack, N., Chambers, S., & Johnston, R.	2016
Desarrollo turístico rural	Estrategias y acciones que promueven el crecimiento del turismo en zonas rurales, contribuyendo a la economía local y la preservación cultural.	Lane, B.	1994
Gestión de la calidad en turismo	Aplicación de principios y prácticas de gestión de calidad para mejorar continuamente la satisfacción del cliente en servicios turísticos.	Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C.	2021

Destacados autores en estos temas como Mintzberg (1987), Buckley (2022), Pine y Gilmore (1999) y Hall et al. (2015) proporcionan el marco teórico necesario para comprender y aplicar estas estrategias en el contexto específico de la finca, con el objetivo de potenciar su oferta turística y asegurar su sostenibilidad a largo plazo.

2. Metodología

El presente estudio adoptó un enfoque mixto para el abordaje integral de la implementación de estrategias administrativas en la Finca La Clarita. Según Creswell y Plano (2017), el enfoque mixto integra la recopilación y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos dentro de un mismo estudio, lo que permite una comprensión más completa del fenómeno.

Dentro de esta investigación se utilizó un estudio de tipo descriptivo, ya que se pretende observar, describir y documentar de manera sistemática las características y comportamientos de los turistas que visitan la Finca La Clarita. A través de este enfoque descriptivo se identificaron las necesidades y preferencias de los turistas, así como las oportunidades de mejora en los servicios de *glamping*.

Población

La población objetivo del estudio estuvo conformada por los turistas que visitaron la Finca La Clarita durante el último año. Para este estudio, se seleccionó una muestra no probabilística de 150 turistas, seleccionados mediante un muestreo por conveniencia, basado en su disponibilidad y disposición para participar en la investigación.

Muestra

Para la recolección de datos se utilizaron dos técnicas principales: la primera consistió en una encuesta cuantitativa para lo cual se diseñó un cuestionario estructurado administrado a los 150 turistas seleccionados, este cuestionario incluyó preguntas cerradas y escalas Likert para medir la satisfacción, expectativas y experiencias de los turistas en relación con el servicio de *glamping* en la finca. La segunda técnica incluyó entrevistas cualitativas semiestructuradas con una muestra intencionada de 10 turistas y 5 miembros del personal administrativo.

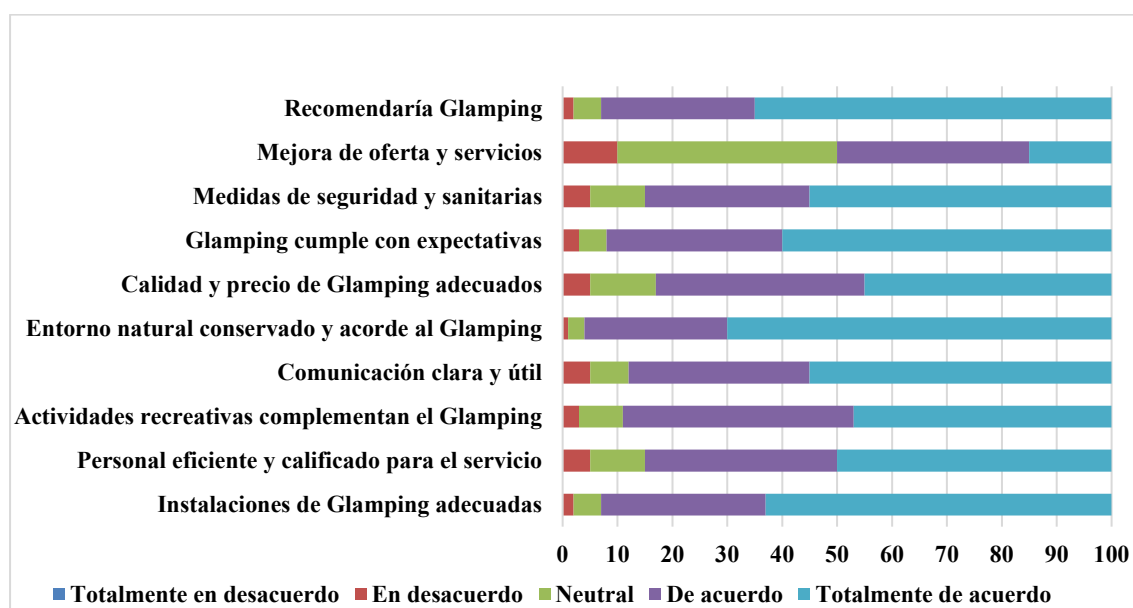
El análisis de datos tuvo un tratamiento cuantitativo, ya que los datos obtenidos de las encuestas fueron analizados utilizando técnicas estadísticas descriptivas, como frecuencias, porcentajes y promedios, a través de un software de análisis de datos como SPSS; este análisis identificó patrones y tendencias en las respuestas de los turistas.

Adicionalmente, se trabajó con un análisis cualitativo, ya que las entrevistas fueron transcritas y analizadas mediante un enfoque interpretativo, utilizando técnicas de codificación temática. Dicho análisis identificó temas recurrentes, percepciones claves y recomendaciones de los participantes para mejorar la experiencia de *glamping*. Esta aplicación de un enfoque mixto en la investigación proporcionó una visión holística y multidimensional del fenómeno en estudio, lo que facilitó el diseño de estrategias administrativas efectivas para potenciar el *glamping* en la Finca La Clarita.

3. Resultados

Figura 1

Estrategias administrativas y mejora en el glamping



Conforme a la figura 1, la mayoría de los turistas (63 %) está totalmente satisfecha con la calidad de las instalaciones, más del 50 % están de acuerdo con el servicio del personal y la integración del entorno natural con la experiencia de *glamping*. En cuanto a las áreas de *glamping* más del 55 % menciona que se podría ofertar servicios adicionales; a pesar de que las percepciones generales son positivas, este resultado sugiere que existen bases sólidas para implementar estrategias administrativas que potencialicen aún más el *glamping* en la zona.

Entre los datos obtenidos de los entrevistados se desataca la exclusividad y tranquilidad del entorno como uno de los mayores atractivos del *glamping*, se determinó una oportunidad de mejora en la diversificación de las actividades recreativas, sugiriendo la inclusión de opciones de aventura y bienestar, como caminatas guiadas y sesiones de yoga. Si bien la mayoría de los turistas consideró que la calidad de los servicios justifica el precio, resulta importante considerar el criterio de otros que recomiendan la implementación de paquetes promocionales para temporadas bajas.

En tanto, el personal administrativo que labora en la finca expresó un alto nivel de compromiso con la satisfacción del cliente, por lo que consideran necesaria la capacitación continua en servicio al cliente; además de recomendar que se mejore la promoción y comunicación en redes sociales para captar a un público más amplio y diversificado a través del vínculo o alianzas con operadores turísticos para ofrecer paquetes completos que incluyan servicios turísticos integrales.

Tabla 2

Correlación entre estrategias administrativas y mejora en el glamping

Variable 1	Variable 2	Correlación de Pearson (r)	Interpretación
Estrategias administrativas	Mejora del <i>glamping</i>	0,78	Correlación positiva fuerte. Las estrategias administrativas eficaces están asociadas con una mejora significativa en la experiencia de <i>glamping</i> .

La tabla 2 muestra la correlación de $r = 0.78$, que sugiere que las estrategias administrativas impactan significativamente en la percepción de mejora del *glamping* en la Finca La Clarita, lo que implica que la implementación de estrategias efectivas resulta una respuesta rápida y eficiente a las necesidades de los turistas, ya que están fuertemente asociadas con la percepción de mejora en la experiencia general de *glamping*, razón por la cual la administración de la finca debe enfocarse en fortalecer las estrategias administrativas para mejorar la satisfacción y experiencia de los visitantes.

4. Discusión

Los resultados resaltan la necesidad de una capacitación continua en servicio al cliente y en estrategias de promoción, ya que estas mejoras no solo elevarán la calidad del servicio, sino que ampliarán la visibilidad y el atractivo de la Finca La Clarita, asegurando su competitividad en el mercado de *glamping*. En consecuencia, debe fortalecerse el compromiso del cliente mediante marketing efectivo, construir confianza a través de la comunicación transparente, personalizar las ofertas según las preferencias de los viajeros, y ofrecer incentivos y programas de lealtad para promover visitas repetidas (Hapsari et al., 2024).

Además, se identificaron áreas específicas que podrían beneficiarse de mejoras, como las actividades recreativas que a través de la implementación estrategias administrativas permitirán

incrementar la satisfacción de los visitantes, así como el posicionamiento de la finca como un referente de *glamping* en la zona. Sukthaworn y Nuangjamnong (2024) proponen mejorar la imagen del destino, ya que es el factor más influyente en la intención de regresar, mediante el desarrollo sostenible y la conservación de paisajes naturales y culturales. Además, recomiendan invertir en la infraestructura de los sitios de *glamping* y fomentar la colaboración con comunidades locales para ofrecer experiencias auténticas.

Asimismo, dentro de los resultados por parte de los encuestados se percibe una administración eficiente y receptiva tendiente a mejorar la experiencia, lo que denota la importancia de continuar optimizando estas estrategias para fortalecer la oferta de *glamping* en la finca. Xiang et al. (2023) mencionan la importancia de la conexión con la naturaleza, que no solo mejora la experiencia del cliente, sino que promueve comportamientos proambientales y genera beneficios ecológicos, económicos y sociales para las empresas de *glamping* y los gestores de campamentos.

Las estrategias administrativas actuales en la Finca La Clarita contribuyen significativamente a mejorar la experiencia de *glamping*, promoviendo una gestión eficiente de recursos y servicios que aseguran altos niveles de satisfacción entre los visitantes. Estas prácticas incluyen una atención personalizada, el mantenimiento constante de las instalaciones y el cuidado meticuloso del entorno natural, elementos que refuerzan la calidad de la experiencia turística. Sin embargo, se destacan oportunidades de mejora, como la diversificación de actividades recreativas, que permitirá atraer a un público más amplio y prolongar las estancias de los huéspedes.

Mera et al. (2024) subrayan la importancia de integrar estrategias digitales como el uso efectivo de redes sociales para aumentar la visibilidad de los *glampings* y atraer a un público más amplio. Estos autores enfatizan en la adopción de prácticas sostenibles que no solo reduzcan el impacto ambiental, sino que contribuyan al desarrollo social y económico de las comunidades locales. Asimismo, resaltan la relevancia de establecer conexiones emocionales con los clientes mediante experiencias memorables que fusionen comodidad, exclusividad y un vínculo auténtico con la naturaleza.

5. Conclusiones

El análisis de los resultados de la encuesta, junto con la evaluación de Pearson, revelan una relación significativa entre las estrategias administrativas implementadas en la Finca La Clarita y la mejora de la experiencia de *glamping*. Los turistas que perciben una administración eficiente y receptiva tienden a disfrutar más de su estancia, lo que subraya la importancia de seguir optimizando las estrategias de gestión para fortalecer la oferta de *glamping* en la finca. Este hallazgo resalta la importancia de la administración en la creación de una experiencia memorable para los visitantes, lo que podría convertirse en un factor clave para atraer a más turistas y asegurar su satisfacción.

Aunque la mayoría de los turistas expresaron un alto nivel de satisfacción con las instalaciones y el entorno natural de la finca, se identifican áreas específicas con potencial de mejora. Entre ellas destaca la necesidad de diversificar las actividades recreativas, lo que podría enriquecer la experiencia del visitante y aumentar su satisfacción. La implementación de estrategias administrativas orientadas a este objetivo no solo optimizaría la oferta turística, sino que fortalecería el posicionamiento de la finca, consolidándola como un referente destacado de *glamping* en la región. Estas mejoras contribuirían a atraer a un público más amplio y garantizar la sostenibilidad y competitividad.

Tanto los turistas como el personal administrativo coinciden en la relevancia de implementar programas de capacitación continua, especialmente en áreas claves como el servicio al cliente y el uso

de estrategias innovadoras de promoción. Estas iniciativas no solo contribuirán a elevar los estándares de calidad en la atención, sino que fomentarán experiencias personalizadas y satisfactorias que a su vez optimizarán el aprovechamiento de herramientas digitales y tradicionales para posicionar con mayor efectividad a la Finca La Clarita en un mercado turístico cada vez más competitivo.

Referencias

- Budiasa, I. M., Suparta, I. K., & Nurjaya, I. W. (2019). Implementation of green tourism concept on glamping tourism in Bali. En *International Conference on Applied Science and Technology 2019-Social Sciences Track (ICASTSS 2019)* (pp. 191-195). Atlantis Press. <https://doi.org/10.2991/icastss-19.2019.44>
- Creswell, J. W., & Plano, V. L. (2017). *Designing and conducting mixed methods research* (3° ed.). Sage Publications. <https://lc.cx/q1S6rD>
- Goeldner, C. R., & Ritchie, J. R. B. (2012). *Tourism: Principles, practices, philosophies* (12 ed.). Wiley. <https://n9.cl/7gm7l>
- Hall, C., Gössling, S., & Scott, D. (Eds.). (2015). *The Routledge handbook of tourism and sustainability*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203072332>
- Hapsari, R., Hussein, A. S., Ghofar, A., & Hanafiah, M. H. (2024). From first visit to forever fans: crafting customer loyalty in glamping through experience quality and engagement. *Cogent Business & Management*, 11(1), 2416938. <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2416938>
- Hallo-Silva, K. D., Salinas-Carchi, J. Y., Morocho-Vargas, W. C., & Maldonado-Gudiño, C. W. (2024). Emprendimiento para la creación de un hotel glamping, Santo Domingo, Ecuador. *Cienciamatria*, 10(2), 789-799. <https://doi.org/10.35381/cm.v10i2.1414>
- Hjalager, A. (2010). A review of innovation research in tourism. *Tourism Management*, 31(1), 1-12. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.08.012>
- Kotler, P., Bowen, J., & Makens, J. (2021). *Marketing for hospitality and tourism* (8 ed.). Pearson. <https://n9.cl/iwc58>
- Lane, B. (1994). What is rural tourism? *Journal of Sustainable Tourism*, 2(1-2), 7-21. <https://doi.org/10.1080/09669589409510680>
- Mera, X., Freire, K., & Acosta, M. (2024). Estrategias de marketing sostenible para glampings en Tungurahua: Un análisis del impacto en la satisfacción del cliente. *Polo del Conocimiento*, 9(6), 745-765. <https://n9.cl/g3wu7f>
- Mintzberg, H. (1987). The strategy concept I: Five Ps for strategy. *California Management Review*, 30(1), 11-24. <https://doi.org/10.2307/41165263>
- Orellana, J., & Lalvay, T. (2018). Uso e importancia de los recursos naturales y su incidencia en el desarrollo turístico. Caso Cantón Chilla, El Oro, Ecuador. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*, 14(1), 65-79. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-235X2018000100065>
- Soriano, F., Choez, G., & Quijije, E. (2023). El turismo como recurso generador de crecimiento y desarrollo económico. *Recimundo*, 7(1), 246-253. [https://doi.org/10.26820/recimundo/7.\(1\).enero.2023.246-253](https://doi.org/10.26820/recimundo/7.(1).enero.2023.246-253)

Sukthaworn, M., & Nuangjamnong, C. (26 de abril de 2024). *Influencing factor of price, facilities, and destination image on customer satisfaction toward glamping revisit intention in Chiang Mai, Thailand*. AU Hybrid International Conference 2024 on Entrepreneurship & Sustainability in the Digital Era under the theme of People Centric Knowledge in Intelligence World. Assumption University of Thailand, Thailand. <https://n9.cl/fiub3d>

Slack, N., Chambers, S., & Johnston, R. (2016). *Operations management* (8 ed.). Pearson. <https://n9.cl/1wjpek>

Xiang, K., Cao, Y., Qiao, G., & Zhang, H. (2023). Mechanisms of communitas experience generation in glampers: an interactive ritual perspective. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 55, 355-367. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2023.05.003>

Transparencia

Conflicto de interés

Los autores declaran que no existen conflictos de interés que influyan en la objetividad de este estudio.

Fuente de financiamiento

No se recibieron fondos financieros de ninguna organización que pudiera tener interés en los resultados presentados.

Contribución de autoría

Omar Patricio Flor Mora: Conceptualización, metodología, software, validación, análisis formal, investigación, visualización, redacción - preparación del borrador original, redacción - revisión y edición, financiamiento, administración del proyecto, recursos, supervisión.

Derling José Mendoza Velazco: Conceptualización, metodología, software, validación, análisis formal, investigación, gestión de datos, visualización, redacción - preparación del borrador original, redacción - revisión y edición, financiamiento, recursos.

Los autores contribuyeron activamente en el análisis de los resultados, revisión y aprobación del manuscrito final.

Anexos

ENCUESTA PARA TURISTAS DE LA FINCA LA CLARITA

Instrucciones: Por favor, marque la opción que mejor refleje su opinión sobre cada afirmación, utilizando la siguiente escala:

- 1: Totalmente en desacuerdo
- 2: En desacuerdo
- 3: Neutral
- 4: De acuerdo
- 5: Totalmente de acuerdo

-
1. **La calidad de las instalaciones de *glamping* en la Finca La Clarita es adecuada para una experiencia de lujo.**
1 2 3 4 5
 2. **El personal administrativo de la finca responde de manera eficiente y rápida a las necesidades de los turistas.**
1 2 3 4 5
 3. **Las actividades recreativas ofrecidas en la finca complementan adecuadamente la experiencia de *glamping*.**
1 2 3 4 5
 4. **La comunicación previa a la llegada a la finca (información sobre reservas, indicaciones, etc.) fue clara y útil.**
1 2 3 4 5
 5. **El entorno natural de la finca está bien conservado y se integra de manera armoniosa con las instalaciones de *glamping*.**
1 2 3 4 5
 6. **La relación calidad-precio del servicio de *glamping* en la Finca La Clarita es adecuada.**
1 2 3 4 5
 7. **El diseño y la comodidad de las carpas de *glamping* cumplen con mis expectativas de una experiencia de lujo.**
1 2 3 4 5
 8. **Las medidas de seguridad y sanitarias en la finca me hicieron sentir seguro durante mi estancia.**
1 2 3 4 5
 9. **Considero que la finca podría mejorar su oferta de servicios adicionales (restauración, actividades, etc.).**
1 2 3 4 5
 10. **Recomendaría la experiencia de *glamping* en la Finca La Clarita a otros turistas.**
1 2 3 4 5

Gracias por su participación. Sus respuestas serán de gran ayuda para mejorar los servicios ofrecidos en la Finca La Clarita.