



Trabajo Final de Graduación. Reporte de caso.

Proyecto Turístico orientado al desarrollo de Agroecoturismo en la Finca La Emilia de Colonia Caroya.

Maidana Sofia del Carmen

Legajo: VTUR01724

DNI 40297047

Licenciatura en Gestión Turística

Índice de Contenido

Resumen	2
Introducción	3
Marco de referencia institucional	3
Breve descripción del problema	3
Antecedentes	4
Revelación o justificación del caso	6
Análisis de situación	7
Descripción de la situación problemática	7
Análisis de contexto: Modelo Pestel	8
Diagnóstico organizacional (FODA)	11
Marco Teórico	13
Agroturismo	13
Ecoturismo	14
Agroecoturismo	15
Diagnóstico y Discusión	16
Proyecto turístico para el desarrollo de actividades agroecoturísticas en Finca La Emilia de Colonia Caroya.	18
Alcance	18
Objetivos	18
Objetivo general	18
Objetivos específicos	18
Estructura	19
Diagrama de Gantt	19
Presupuesto	24
Indicadores	25
Conclusiones y Recomendaciones	29
Bibliografía	32

Resumen

El presente proyecto propone generar una alternativa de negocios orientada al agroecoturismo para Finca La Emilia, ubicada en la provincia de Córdoba, Argentina, y tiene por objetivo potenciar dicha modalidad mediante la creación de actividades innovadoras con una combinación de acciones agropecuarias y ecológicas. Actualmente la empresa presenta inactividad durante gran parte del año como consecuencia de su trabajo exclusivamente agrícola estacional. Ante ello, el establecimiento enfrenta el desafío de repensar una nueva estrategia para generar ingresos económicos que le permita permanecer en el tiempo, reestructurar internamente la organización y optimizar sus propios recursos.

La propuesta apunta a solucionar esta problemática, con el propósito de fortalecer y revalorizar la producción vitivinícola de la empresa, y de esta manera diversificar sus ingresos económicos durante todo el año. La misma incluye un presupuesto que contiene la inversión a realizar para llevarla a cabo. Su diseño cuenta con acciones flexibles y adaptables a cualquier tipo de empresa que desee incursionar en el turismo agroecológico y, por lo tanto, al finalizar su implementación permite agregar o modificar las actividades que aquí se presentan.

Introducción

Marco de referencia institucional

Finca La Emilia es una empresa de carácter unipersonal, familiar y tradicional que desarrolla sus actividades en el sector vitivinícola, cuya producción es estacional. Fue fundada a mediados de los años noventa y su ubicación geográfica se emplaza en la zona periurbana de Colonia Caroya, en la provincia de Córdoba. Su actividad principal es la elaboración de vinos boutique que se comercializan en sectores de alto poder adquisitivo y su producto destacado es el vino barricado, reconocido a nivel nacional por su calidad. Como actividad secundaria, ofrece degustar vinos en maridaje junto con otros productos regionales. Y actualmente, busca conquistar otros nichos de mercado.

Breve descripción del problema

Esta empresa tiene un vasto potencial, ya que posee riquezas naturales y agrícolas, y cualidades virtuosas por ser de tipo familiar. Sin embargo, afronta un importante desafío de permanecer en el tiempo y/o tomar decisiones y, a su vez, conquistar otros nichos de mercado. Sumado a ello, por desarrollar actividades agrícolas, su producción está limitada a una época específica y, por lo tanto, la empleabilidad es estacional como así también sus ingresos.

Ante este panorama, la falta de ingresos económicos, políticas de organización obsoletas y ausencia de innovación para adaptarse a un mercado en constante cambio, Finca La Emilia propone enfrentar el problema generando una nueva alternativa comercial enfocada en el mercado agroecoturístico, actualmente en auge, para fortalecer sus ingresos y

conservar su tradición. Esta nueva idea beneficia al desarrollo turístico y económico de la zona, del mismo modo ayuda a diversificar las actividades internas de la organización.

Antecedentes

Chaparro y otros (2016), en su investigación “Turismo sostenible a través del World Wide Opportunities on Organics Farms (WWOOF)”, evidencian la importancia de las granjas agroecológicas como una alternativa de tendencia global dentro del turismo sostenible, con fuertes vínculos en el ciberespacio. El objetivo de esta organización es crear contacto entre la población urbana y rural, entre consumidores y productores, facilitando los intercambios vivos y flujos de conocimiento no formales entre los actores involucrados.

De esta manera, WWOOF puede considerarse como una fuerte iniciativa de sostenibilidad ambiental, ya que la Finca cumple con las características apropiadas para desarrollar este tipo de turismo, se beneficiará de los conocimientos que se intercambian en esta red, como así también puede potenciar su presencia en la web ya que sería uno de los factores que aumenta el atractivo de la empresa.

López y Sánchez (2002), en el artículo “La creación de productos turísticos utilizando rutas enológicas”, realizaron un análisis sobre cómo se crean y desarrollan circuitos turísticos de vinos que favorecen el establecimiento de productos turísticos diferenciados, incorporando programas para el desarrollo de estrategias sostenibles e integradoras, que permita incrementar y aumentar la producción vinícola, respetar el medio ambiente y mejorar de manera óptima las condiciones de la población. Es por ello que Finca La Emilia se beneficiaría al conocer de esos programas para incorporar actividades que diversifiquen la propuesta agroecoturística y, más a futuro, uno de los productos transversales pendientes del emprendimiento es entrar en el negocio turístico del vino que también incluye la divulgación.

Ramírez (2014), en su artículo “Agroecoturismo: Aportes para el desarrollo de una tipología turística en el contexto latinoamericano”, elaborado a partir de un análisis documental, brinda un concepto abierto de agroecoturismo. En su conclusión expone que este tipo de turismo no es nuevo y busca motivar estudios que indaguen sobre características de la tipología y que aporten a esta área del saber. El conocimiento sobre esta nueva modalidad turística le permite a la Finca tener mayores certezas en la toma de decisiones, apertura y diseño innovador de actividades, alcanzar mayor profesionalización y perfeccionamiento en sus actividades de producción.

Santiago-Romero (2013), en el artículo “Ecoagroturismo y agroecoturismo, conceptos integradores de la actividad turística en el medio rural”, realizó un análisis de proyectos elaborados por estudiantes de catorce países latinoamericanos, con el propósito de conocer las diferencias que caracterizan a los términos agro-ecoturismo y eco-agroturismo. Llegó a la conclusión que la diferencia de estos conceptos radica en la preponderancia de productos, actividades y servicios a ofrecer al turista, según el prefijo del término. Entonces, si la Finca incursiona en el agro-ecoturismo deberá enfocarse en la programación de mayores actividades relacionadas al ámbito de la agricultura con la incorporación de acciones sobre el cuidado ambiental.

Barrera (2006), en su libro “Turismo Rural en Argentina y el potencial de México”, mencionó que dicha modalidad turística mayormente se desarrolla en empresas dedicadas a realizar actividades agrarias y que en la misma se destaca la participación comunitaria. A su vez, afirma que la capacitación y organización en las pequeñas empresas generan servicios de calidad, empleos y autoempleos, e incorpora estrategias de preservación del medio ambiente. Finca la Emilia no tiene sus actividades totalmente planificadas pero sí

organizadas, y sería un parámetro a tener en cuenta para el diseño de la nueva propuesta enfocada a esta nueva modalidad de turismo.

Revelación o justificación del caso

Los vertiginosos cambios que se presentan en el mercado actual, motiva a la Finca a elaborar una propuesta que le genere mayores ingresos incursionando en el sector turístico con orientación a la agroecología, ya que la misma presenta potencialidad para tal fin.

Por otro lado, las tendencias futuras del mercado turístico muestran la importancia de incorporar aspectos ecológicos y ambientales a cualquier tipo de actividad agraria. En este sentido, es importante poner en valor la cultura y los recursos generando competencias y capacidades emprendedoras, con el fin de propiciar fuentes diferenciadoras de productos y servicios turísticos basados en la ecología y el cuidado del medio ambiente. Consecuentemente, ello permite no solo el rediseño de todas las actividades de producción, sino también que los servicios de turismo se concentren en estas perspectivas.

Con visión hacia el futuro para el 2030, la Organización Mundial del Turismo (OMT) prevé que los desplazamientos en todo el mundo provocados por el turismo, pone en jaque la degradación paisajística, ambiental y cultural de los destinos turísticos. Por lo tanto, la idea de proponer herramientas alternativas para practicar agroecoturismo puede recuperar y promover productos autóctonos, e incluso adentrarse a conocer la historia de la zona rural y el origen de los cultivos de la finca.

Finalmente, la implementación de la alternativa turística enfocada a la agroecología beneficiaría a todas las personas vinculadas al sector logrando la continuidad de ingresos económicos a la finca y, en consecuencia, fomentaría la actividad económica de la zona.

Análisis de situación

Descripción de la situación problemática

La Emilia forma parte de una de las pocas fincas tradicionales que trasciende en el tiempo desde el siglo XIX, y por ello es reconocida en la zona. Además, geográficamente presenta una ubicación estratégica, con óptimas condiciones de accesibilidad facilitando el ingreso de potenciales visitantes de regiones aledañas.

Por las dimensiones de sus parrales, contruidos con trabajo poco tecnificado, se evidencia un alto grado de riqueza natural y agrícola. Según el detalle del caso, la capacidad productiva actualmente está en su punto ideal, llegando a su techo productivo en instalaciones e infraestructura, como consecuencia de las condiciones climáticas favorables de los últimos cinco años que benefició la producción de uvas. Debido a ello, los ingresos fueron elevados permitiendo invertir en la incorporación de nuevas cepas traídas desde Europa.

En relación a las tareas que ejecutan sus colaboradores en la finca son a tiempo parcial e intensivas en época de cosecha, debido a su dependencia a las condiciones climáticas y estacionales, por lo que provoca relaciones laborales discontinuas.

En cuanto a la organización interna de la empresa es de carácter informal, unipersonal y familiar, lo cual genera un favorable ambiente laboral, lealtad organizacional, unión familiar entre sus pares con intenciones de progreso mutuo y sentido de pertenencia de su personal. Ello se evidencia en el vínculo forjado con el enólogo profesional como así también en sus trabajadores, que prestan servicios desde hace más de diez años.

En términos económicos, los ingresos actuales son bajos y para mejorar esta situación presenta una predisposición para incursionar en el negocio turístico. Como efectos principales de esta situación, puede mencionarse la pérdida de beneficios económicos a largo

plazo, la falta de posicionamiento en el mercado como referentes en vinos y la ausencia de una reorganización del espacio físico que no utiliza.

Consecuentemente, ante los constantes cambios sociales, culturales y tecnológicos es necesario pensar en acciones adaptables a los tiempos actuales, evitando la pérdida de competitividad en el mercado y obsolescencia en las actividades comerciales. Por lo cual, analizar la posibilidad de incorporar innovación conservando lo tradicional, generará mayor valor agregado en el producto final.

Seguidamente, el afán de querer incursionar en actividades turísticas diferenciadas, demuestra un potencial crecimiento para el futuro ya que aumentaría el nivel de ingresos, brindando la oportunidad de desarrollo de nuevos proyectos futuros a corto, mediano o a largo plazo. La posibilidad de diseñar una oferta turística complementaria a su actividad principal, proporcionará una diversificación de acciones que potenciarán el desarrollo económico de la empresa y a nivel regional.

Por último, una reorganización interna de su espacio físico acompañado de un mayor control sobre sus tareas administrativas, en conjunto con el incremento de las inversiones tanto en cepas como en la infraestructura, propiciará la gestión eficiente de sus recursos y la generación de proyectos de inversión turística rentables.

Análisis de contexto: Modelo Pestel

Aspecto político:

- Por la tipificación ante AFIP, debido a la categorización tributaria, existe un techo productivo con respecto a la cantidad de uvas cosechadas, ergo molidas y procesadas.

Consecuentemente, tal influencia recae sobre la cantidad de litros de vino producidos al final del proceso.

- A través del INV (Instituto Nacional de Vitivinicultura), organismo fiscalizador de vinos, alcoholes, mostos, pasas de uva y entre otros productos, se controla la elaboración con el propósito de asegurar la genuinidad del vino y dar certidumbre que sea un proceso tipificado, lo cual le agrega valor al producto.

Aspecto económico:

- En cuanto al factor económico, puede mencionarse la inflación como un impacto negativo por el aumento de costos y tiene consecuencia directa con la devaluación, que conlleva la pérdida del valor de la moneda ante el periodo inflacionario, generando el aumento de los precios y la disminución de la demanda actual.
- La crisis sanitaria de años anteriores agravó la crisis económica en todos los ámbitos de la sociedad y, por lo tanto, el turismo fue uno de los sectores más afectados. En la actualidad las actividades turísticas se están recuperando lentamente. Esta inestabilidad económica genera incertidumbre en el futuro de las acciones empresariales y el mercado turístico.

Aspecto sociocultural:

- Los hábitos de consumo están en constante cambio, por lo cual afecta a la demanda y las preferencias del cliente. A su vez, este sector reclama nuevas prácticas e innovación en acciones turísticas para atraer otros nichos de mercado y salir de lo tradicional. Es de vital importancia aplicar lineamientos sostenibles y sustentables a fin de efectuar impactos positivos tanto en el medio como en la sociedad.
- Las nuevas preferencias turísticas actuales apuntan a elegir entornos naturales para el disfrute de sus vacaciones, tendientes a realizar prácticas y actividades relacionadas con el medio ambiente y su cuidado.

Aspecto tecnológico:

- La evolución de la tecnología es cada vez más vertiginosa, por lo que las organizaciones deben estar permanentemente asesoradas sobre los adelantos tecnológicos que puedan ser aplicados en la materia de producción. Generalmente disminuyen los costos y mejora la calidad. Aquellos que no apliquen dichos avances pueden perder penetración en el mercado y hasta llegar a desaparecer.
- Ante la indisponibilidad de tecnología para aplicar específicamente al sector vitivinícola, las empresas pueden construir departamentos especializados para crear su propia tecnología, independizándose de terceros y obteniendo ventaja en el mundo competitivo.

Aspecto ecológico:

- Debido a la situación ambiental provocada por los cambios climáticos, se generan períodos intensos de lluvia y sequía que afectan directamente a la cosecha. Como la actividad vitivinícola es agrícola, también perjudican las condiciones de calidad y la disminución en el volumen de producción.
- La tendencia actual sobre el cuidado ambiental y ecológico han puesto principal atención en los efectos que causan las actividades empresariales en el ambiente y, por lo tanto, pensar en acciones medioambientales y ecológicas mejorará las condiciones de vida del suelo y la producción, como así también de la región.

Aspecto legal:

- En Argentina no existen modificaciones en las normas que regulan el sector vitivinícola y las relacionadas con la protección al medioambiente que perjudiquen el normal desarrollo de sus actividades.
- El vino es una de las actividades más reguladas que existen porque es uno de los pocos productos que presenta certificado de origen y cuyo procedimiento se realiza a partir de

procesos naturales y artesanales, dado que su técnica se transmite de generación en generación desde hace miles de años.

Diagnóstico organizacional (FODA)

Tabla N° 1: Análisis Interno y Externo de la Organización.

Análisis Interno:	Análisis Externo:
Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> ● Capacidad productiva en punto ideal. ● Formalización empresarial idónea. ● Riqueza de recursos. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Potencial para el desarrollo de proyectos turísticos. ● Establecimiento ubicado estratégicamente. ● Baja competencia actual.
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> ● Dependencia a un solo sector del mercado. ● Falta de alianzas comerciales. ● Modelo de negocio obsoleto. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Fluctuaciones económicas actuales. ● Cambio climático. ● Cambios en las políticas gubernamentales.

Fuente: Elaboración Propia, 2022

Analizando la situación interna y externa de la Finca, se realiza un diagnóstico organizacional que arriba a las siguientes conclusiones:

Dentro de las fortalezas, el caso alude a la capacidad productiva de la finca que está en su punto óptimo, dando cuenta que existe medición en la productividad. Además, se destaca la presencia de una formalización empresarial idónea, ya que es un establecimiento con connotaciones económicas positivas para la dinámica del mercado nacional, no solo por regularidad de sus impuestos y las condiciones laborales de sus trabajadores, sino también porque genera orden desde todas las órbitas y las reglas del mercado; y en relación a la libre competencia tiene colaboración de las empresas vitivinícolas de la zona en donde más que

competencia se consideran aliados, dando cuenta de su relación con el entorno. De la misma manera, siempre mantiene la calidad de sus productos, posee una reputación a nivel nacional ya que ha publicado un libro y ha ganado premios, sólo por mencionar algunos aspectos.

Con respecto a sus recursos, se detecta una vasta riqueza de tierra, óptimas condiciones para el cultivo de cepas que le permite obtener una excelente calidad de sus vinos y una amplia superficie destinada para ello. En cuanto al trabajo, se realizan actividades primarias en relación a la vitivinicultura y actividades secundarias incursionadas en el turismo gastronómico. En relación al capital, presenta un reacondicionamiento de la estructura edilicia y maquinarias aplicadas al proceso productivo. En lo que concierne al capital humano, el personal goza de una amplia experiencia profesional y fidelidad hacia la finca debido a la transmisión de cultura familiar en cuanto al esfuerzo y la comunicación de saberes. En referencia al capital financiero, da cuenta que posee dichos recursos para invertir, ya que ha podido acondicionar la infraestructura para abrirse al nuevo mercado.

En cuanto a las debilidades, solo está dedicado a un segmento en particular, cuando podría extenderse en el mercado. Además, no tiene integración con otras organizaciones e instituciones. Debido a ello, pierde la posibilidad de aumentar su visibilidad en el mercado, mejorar relaciones con otras empresas y llegar a nuevos grupos de consumidores provocando a su vez, pérdida de aval para proyectos. También, su modelo de negocio es obsoleto ya que no tiene en cuenta los cambios actuales y por lo tanto, sus políticas no se adaptan a la nueva tendencia del 2020, respectivamente a la incorporación de políticas de sustentabilidad, perdiendo competitividad en el rubro.

Frente a las oportunidades, la formación empresarial es una posibilidad de progreso y/o avance para cualquier empresa, por lo que puede promover a la búsqueda de acceso al crédito, a programas de capacitación técnica y ampliar el mercado, potenciando su capacidad

de desarrollo para nuevos negocios, tal como incursionar en el turismo, actividad aún pendiente. Por otra parte, su ubicación estratégica le permite el acceso a rutas del noroeste argentino, favoreciendo la comercialización y la reducción de costos para la salida de mercadería, generando así la optimización del proceso de distribución. Respecto a su baja competencia actual, genera un encaje comercial fuerte frente a la marca ya que sus posibles competidores en realidad son sus colaboradores. Esto origina una verdadera ventaja competitiva.

Sobre las amenazas, es de vital importancia mencionar las fluctuaciones económicas actuales tendientes a la inflación, devaluación, constantes cambios en los precios que afectan la comercialización del producto y los elevados costos. En relación al cambio climático, las constantes lluvias y condiciones climáticas adversas pueden afectar en el volumen de materia prima para la realización del vino perdiendo producción y calidad en sus productos. Ante los cambios en las políticas gubernamentales, con respecto a la actividad vitivinícola, puede causar la desregulación de la producción, incluso el cierre de la empresa. Todo ello afecta a la toma de decisiones ya que son aspectos impredecibles, impactando en el negocio agrícola.

Marco Teórico

Este trabajo tiene como ejes temáticos los siguientes conceptos: agroturismo, ecoturismo y agroecoturismo, que se desarrollan a continuación.

Agroturismo

Se define al agroturismo como una forma de turismo rural caracterizada por visitar negocios rurales para conocer y participar directamente en las actividades agrícolas (Barrera, 2006), que incluye el turismo rural, el ecoturismo y el turismo de aventura, entre otros

(Riveros, 2003). Esta modalidad brinda a los visitantes la oportunidad de aprender sobre la cultura y métodos tradicionales de cultivo, cosecha y procesamiento de productos agrícolas, crea más oportunidades de trabajo para las familias y para otras personas (Riveros, 2003). Se caracteriza por realizarse en fincas de pequeña o mediana escala, utilizadas como una forma de diversificar los ingresos de sus actividades, maximizando el uso de la capacidad instalada del local y las actividades tradicionales, incorporando servicios varios (Blanco, 2010).

El principal obstáculo para el desarrollo de este tipo de turismo se debe a la falta de: personal capacitado, conocimiento científico sobre el tema, investigación del mercado turístico y desarrollo de actividades para despertar el interés de los turistas, en donde estas últimas se reducen solo a una mera demostración (Budowski, 2001, en Riveros, 2003).

Ecoturismo

La Unión Mundial para la Naturaleza conceptualiza al ecoturismo como una forma de turismo eco-responsable que incluye actividades como viajar, visitar áreas naturales vírgenes con el objetivo de valorar y conocer atractivos, expresiones culturales de un determinado lugar, promueve la preservación ambiental y cultural, fomentando la participación socioeconómica activa de la población local (Ceballos-Lascuráin, 1998).

Según Barrera (2006), el objetivo principal de este enfoque es llevar al visitante a un espacio natural, donde aprenda sobre las características del entorno, mientras disfruta de actividades que enfatizan la belleza de los lugares vírgenes y limpios.

Las características del ecoturismo radican en conservar, mantener y promover los ecosistemas naturales, preservar los paisajes y sitios históricos importantes; actúa como proveedor de un sector económico que beneficia directamente a la población residente (Soto, 2012).

Siguiendo las líneas de la misma autora, afirma que el ecoturismo tiene sus desventajas, tales como la destrucción de centros turísticos y explotación laboral de los habitantes de la comuna como mano de obra barata, provocando hacinamiento poblacional debido a las expectativas de las personas ajenas a la zona de encontrar empleo en el sector del turismo, lo que a su vez conduce a problemas de vivienda. En ausencia de planificación previa de una instalación turística y uso ilimitado de los recursos, se degradan los ecosistemas y recursos naturales, culturales y biológicos del centro ecoturístico (Soto, 2012).

Agroecoturismo

Varios autores realizan distintas distinciones con el propósito de diferir entre ambas tipologías turísticas de acuerdo a los siguientes enfoques: territorial (por el territorio rural y turismo rural) y lugar geográfico en donde se llevan a cabo las actividades turísticas.

Santiago Romero (2013) propone “utilizar el término de ecoagroturismo, cuando la preponderancia de los productos, actividades y servicios a ofrecer al turista, concierne más a la ecología y, agroecoturismo cuando la preponderancia concierne más a la agricultura” (p. 8).

Entonces, se define al agroecoturismo como el turismo que se realiza en zonas rurales donde se desarrollan actividades agrícolas o forestales, brindando así al turista especializado la oportunidad de admirar los atractivos naturales de la flora y fauna en lugares designados, “compartiendo la cultura, raíces y costumbres de sus habitantes” (Ramirez Castellano, 2013. p. 235).

Dentro de la concepción como un turismo alternativo, posee características distintivas, bajo principios y dimensiones sociales, económicas y ambientales del desarrollo sostenible, tales como: una bisagra que promueva el desarrollo endógeno de las comunidades

locales, contribuya a la protección ambiental y promueva la diversificación de ingresos en áreas rurales en mercados agrícolas vulnerables, donde la explotación agrícola y la presencia de atributos naturales pueden constituir atractivos turísticos (Ramírez Castellano, 2017).

A pesar de sus diferencias, todas estas tipologías turísticas tienen un elemento en común: el cliente, ya que atraen a un tipo de turista con características muy similares, tales como la sensibilidad por la naturaleza y al medio ambiente, son co-creadores de turismo, se realizan en espacios rurales, siendo el agroecoturismo el que posee una combinación de características que incorpora el concepto de sostenibilidad.

Diagnóstico y Discusión

El problema central de dicho reporte de caso es la falta de creación de un plan de negocios alternativo que posicione a la Finca La Emilia como una oferta turística en la ciudad de Colonia Caroya, que a su vez garantice la continuidad del desarrollo de sus actividades e ingresos económicos durante todo el año.

La razón por la cual este trabajo resulta de interés para el sector turístico se debe a la apertura de nuevos mercados, aprovechando sus recursos disponibles e incorporando una característica distintiva que le permita a la demanda objetivo incursionar en una modalidad distinta y diferenciada, ganando ventaja competitiva en el sector vitivinícola y turístico.

Dentro del modelo PESTEL, en el cual se realizó un análisis situacional, se destaca que las mayores influencias que ejercen sobre el problema son los aspectos políticos y económicos. Cualquier decisión política en relación al turismo, como lo fue la restricción de la actividad turística debido al contexto sanitario, cambios impositivos y la crisis económica que atraviesa la comunidad en general en la actualidad, puede truncar cualquier planificación de negocios que se desee implementar, aparte de las condiciones climáticas de la cual

depende todo sector agrícola. La finca asegura una producción de vino de calidad con una distinción propia que propicia un crecimiento en la productividad, como así también en lo turístico, a través de la regulación y el control que otorga certificaciones en calidad de los productos vitivinícolas.

Anteriormente, en el análisis organizacional FODA se desarrolló un estudio interno de la empresa. Dentro de las debilidades se menciona la dependencia a un solo sector del mercado (el vitivinícola), falta de alianzas comerciales y un modelo de negocio obsoleto. En relación a las fortalezas se detecta capacidad productiva en punto ideal, formalización empresarial idónea y riqueza de recursos. Las debilidades propiamente dichas pueden desvalorizar los recursos que dispone el establecimiento de manera que no le permitirá lograr su capacidad productiva óptima debido al modelo de negocio obsoleto que amenaza a la empresa en la actualidad. Y su formalización idónea puede estar afectada por la falta de alianzas comerciales que no le proporcionan el posicionamiento que desea en el mercado.

Si el problema actual no se resuelve, la posibilidad de aumentar ingresos es baja y no estaría aprovechando sus recursos en forma óptima y eficiente. Además, se puede mencionar que pierde posicionamiento en el mercado provocando decaimiento de su imagen dentro del segmento vitivinícola.

Al trascender en el tiempo por sus tradiciones y costumbres, pretende buscar la alternativa de generar un proyecto que potencie o que recupere ese patrimonio cultural, y se divulgue, generando una oferta turística enfocada en un producto turístico innovador y de tendencia global como lo es el agroecoturismo. Entonces, el desafío al que se enfrenta es el de no perder el posicionamiento de vinos boutique que ha alcanzado a través de los años, ya que es parte de su ventaja competitiva, pero se beneficiaría si generara un nuevo negocio alternativo que le permitiera abrirse a nuevos mercados.

Proyecto turístico para el desarrollo de actividades agroecoturísticas en Finca La Emilia de Colonia Caroya.

Alcance

La propuesta consiste en el desarrollo de una nueva alternativa de negocio orientada al turismo, que incluye actividades agroecológicas destinadas a personas adultas y menores, es decir, grupo familiar. La finalidad es dar continuidad a los ingresos económicos de la empresa familiar cuando la producción de vinos es baja. Es un proyecto con intención de aplicarlo de forma permanente, con una duración de 6 meses entre el diseño de las operaciones del producto turístico y la puesta en marcha de sus actividades. El desarrollo de la propuesta se emplaza en el interior de la Finca, ubicada en la zona rural de Colonia Caroya en la provincia de Córdoba. Como se trata de una empresa familiar, la misma involucra a toda la dirección de la empresa junto a todos sus colaboradores que ya forman parte de la organización. El formato elegido para la presentación de este trabajo es un proyecto, debido a que se presenta un conjunto de tareas que incluye acciones concretas y coordinadas.

Objetivos

Objetivo general

Diversificar los ingresos económicos de la Finca La Emilia, mediante la creación de un proyecto turístico orientado al agroecoturismo.

Objetivos específicos

1. Definir actividades agroecoturísticas en base a la visión de los emprendedores y su puesta en marcha.

2. Promocionar el servicio turístico para lanzarlo al mercado mediante un plan de comunicación para la promoción turística y la comunicación integral, incorporando nuevas tecnologías.
3. Optimizar la propuesta agroecoturística de acuerdo a la opinión de los turistas.

Estructura

El proyecto ofrece una nueva posibilidad de negocio para potenciar el turismo en Finca La Emilia, enfocado en un turismo agroecológico, cuyo componente principal es la vinculación del proceso productivo de vinos a través de actividades recreativas con connotación de acciones sustentables. El diseño de la propuesta apunta a personas adultas, adultos mayores y grupo familiar, en donde las actividades planeadas se ejecutan tanto al aire libre como dentro de las instalaciones, con una diversificación de las mismas debido a que el grupo familiar incluye a menores de edad. Por lo tanto, en la descripción se especifica los responsables que participarán en dichas actividades. Por otra parte, en el planteo de esta iniciativa no consta de servicios de alojamiento pero sí gastronómicos. Además, se pretende proporcionar un trato personalizado para la guía y orientación en el desarrollo de las actividades.

Diagrama de Gantt

Tabla N° 2: Diagrama de Gantt

Actividades		Meses Julio a Dic. 2022					
		1	2	3	4	5	6
O.E. 1: Definir actividades agroecoturísticas en base a la visión de los emprendedores y su puesta en marcha.							
1.	Actividad 1: Planificación para diseñar el producto turístico.						
1.1.	Analizar la finca inventariando y determinando los recursos, atractivos naturales y lugares a recorrer disponibles en la empresa.						
1.2.	Definir el producto agroecoturístico en base al público objetivo al que se dirigirá el servicio turístico y el precio de los servicios turísticos.						
1.3.	Establecer contacto con otras organizaciones para el asesoramiento en actividades agroecoturísticas y el desplazamiento de los visitantes a la finca, tales como agencia de taxis y remises, agencias de viajes y otras bodegas de la zona.						
1.4.	Definir presupuesto para la creación de un servicio gastronómico y la inversión necesaria en la actividad agroecoturística.						
2.	Actividad 2: Diseño de actividades agroecoturísticas de esparcimiento.						
2.1.	Senderismo: Caminatas guiadas por el viñedo y la bodega durante el día.						
2.2.	Sustentabilidad: Visitas gastronómicas con degustación de vinos en maridaje con otros platos regionales de producción orgánica.						
2.3.	Ambiental y Agrícola: Participación del turista en el trabajo rural cotidiano agrícola y realización de Taller de huertas orgánicas y compostaje.						

2.4.	Cultural: Visitas guiadas que brindan conocimiento de la historia, técnicas de cultivo y la cultura del lugar potenciando el emprendedurismo familiar.						
2.5.	Social: Búsqueda para la inclusión laboral de mujeres y jóvenes en el desarrollo de diferentes actividades.						
2.6.	Observación del manejo de los cultivos y el proceso industrial del vino que culmina con la degustación del producto.						
3.	Actividad 3: Implementación y puesta en marcha de la propuesta diseñada.						
3.1.	Poner en práctica la planificación controlando el desarrollo del proyecto y aplicar cambios a la prestación del servicio turístico solucionando problemas.						
O.E. 2: Promocionar el servicio turístico para lanzarlo al mercado mediante un plan de comunicación para la promoción turística y la comunicación integral, incorporando nuevas tecnologías.							
4.	Actividad 4: Diseño del Plan de Marketing adecuado y su implementación.						
4.1.	Publicitar en redes sociales, tales como Facebook e Instagram, ya que no requieren de costos adicionales.						
4.2.	Difundir la oferta turística a través de la oficina de turismo de la Municipalidad y distribuir folletos.						
O.E. 3: Optimizar la propuesta agroecoturística de acuerdo a la opinión de los turistas.							
5.	Actividad 5: Evaluación del servicio turístico brindado.						
5.1.	Implementar encuestas de validación del producto turístico dirigida al público objetivo y a los intermediarios.						

5.2.	Crear e implementar indicadores que evalúen el proyecto.				■	■	■
5.3.	Rediseñar las actividades agroecoturísticas basadas en sugerencias del público y de los intermediarios, evaluando su factibilidad.				■		■

Fuente: Elaboración Propia, 2022

A continuación, se detallan las tareas presentadas en el Diagrama de Gantt.

1.3. Es viable realizar contactos con la Agencia Córdoba Turismo, la Secretaría de Gestión Ambiental y Sostenibilidad, y el Ministerio de Agricultura y Ganadería, lo cual a través de sus Programas de Formación Turística Sostenible, contribuye al crecimiento y desarrollo de dicho sector, brindando asesoramiento, concientización y asistencia permanente en conocimientos específicos vinculados a la actividad turística que se pretende desarrollar. Además, permite registrar a la finca dentro de las opciones de destinos turísticos en la provincia, con el objetivo de lograr su reconocimiento en pos del fortalecimiento de la actividad comercial y brindar a los visitantes un mejor servicio de calidad.

2. Se presenta un plan de turismo donde se incorporan las futuras experiencias con sus características, acciones y actores involucrados en el desarrollo de las actividades agroecoturísticas.

Tabla N° 3: Diseño de actividades agroecoturísticas

Actividades	Acciones	Objetivo	Responsables
Desarrollo del senderismo	Caminatas guiadas.	Promover la reducción de la contaminación del medio ambiente y el ahorro energético.	Encargada general (dueña del negocio).
Concientización de la sustentabilidad	<ul style="list-style-type: none"> - Visita gastronómica. - Degustación de platos con productos ecológicos. 	Aumentar la calidad de los alimentos y concientizar sobre el consumo de alimentos orgánicos.	Hijo de la dueña del negocio en la visita. 1 persona en la atención al público en el servicio gastronómico.
Desarrollo de actividades ambientales y agrícolas	<ul style="list-style-type: none"> - Actividades para la conservación del suelo. - Cosecha de la vid. - Cuidado de parrales. - Recolección de 	Promover la responsabilidad del cuidado de la naturaleza a través de la participación del turista en el trabajo rural	Las dos personas encargadas del mantenimiento (poda, limpieza, etc) de la finca.

	cultivo. - Limpieza de las plantas. - Taller de huertas orgánicas y compostaje.	cotidiano agrícola.	
Desarrollo de actividades culturales	Acompañar el senderismo con relatos de la historia, cultura y técnicas de cultivo propio de la finca.	Valorar la historia y los conocimientos forjados que preservan la identidad cultural del lugar.	Encargada general (dueña del negocio).
Desarrollo social y económico	- Inclusión laboral de mujeres y jóvenes en la producción de alimentos orgánicos. - Promover la participación de las fincas de la zona.	Brindar la oportunidad de desarrollo económico con la comercialización de productos regionales a la comunidad local.	Personas del alrededor de la finca que se dediquen a la elaboración de productos regionales ecológicos.

Fuente: Elaboración propia, 2022.

2.7. En las actividades diseñadas participa toda la familia en general, excepto en la degustación de vinos. Es por ello que se plantea una actividad específicamente destinada a los menores que consiste en el desarrollo del taller de huertas orgánicas y compostaje, mientras los adultos realizan la degustación.

5.1. La encuesta será con preguntas sencillas y generales, con preguntas abiertas y cerradas. A través de código QR al finalizar el recorrido, por WhatsApp y Google Drive.

Presupuesto

Los planes presentados aquí no requieren ningún cambio organizacional y pueden aprovechar los recursos existentes de la finca para la creación y puesta en marcha de este proyecto, por lo que no hay costo para contratar nuevos empleados. De esta manera, el personal encargado de gestionar las actividades agroecoturísticas será el mismo que trabaja hace diez años en la empresa.

Existen algunas cuestiones que requieren aclararse, tales como: el servicio gastronómico se emplaza en la bodega de la empresa, ya que actualmente está acondicionada para la degustación de productos regionales. En relación a estos últimos, se estableció un volumen mínimo para cierta cantidad de visitantes y no existe producción de esos alimentos, los productos que se ofrecen para su degustación son regionales.

Para la atención del turista en este servicio se requerirá el apoyo de una persona con experiencia, cuyo trabajo se abonará con comisiones por las ventas realizadas. Sobre el ítem de impresión de folletos, se incluye el costo del diseño del mismo y las impresiones a color en un paquete contratado de mil copias, considerando que esta actividad se realizará únicamente dos veces en la puesta en marcha del proyecto.

Tabla N°4: Detalles de costos de inversión para el servicio turístico

O.E.	Actividades	Detalle de Recursos	Importe
O.E.1	Creación del servicio gastronómico	Productos regionales varios (embutidos varios y bebidas)	\$ 150.000
		Insumos (Material de servicio, saleros, bandejas, cestas varias, etc.)	\$ 50.000
		Muebles (aparador, mesas, sillas, mostrador)	\$ 100.000
		Productos de Bazar por mayor (cubertería, cristalería varias, manteles, vajillas)	\$ 50.000
O.E.2	Marketing	Impresión de folletos x 1000 unidades	\$26.000
		Total	\$ 376.000

Fuente: Elaboración propia, 2022

Indicadores

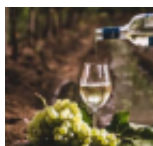
Tabla N° 5: Indicadores para la medición del Proyecto.

Nombre	Objetivo	Fórmula	Estándar	Periodicidad	Responsable
Índice de Aumento de Ventas registradas	Aumentar el total de ventas registradas.	Promedio: (Cantidad de ventas mensuales registradas / Cantidad de ventas Semestrales) * 100	Porcentaje: Mayor de 75 % Sobresaliente; entre 75% y 50 % Aceptable y menor de 50% No Cumplida	Mensual	Administrador
Índice de Asignación de recursos para nuevos productos	Evaluar la incorporación de nuevos productos.	Nivel de inversión: (Total de Beneficio Bruto – Gastos presupuestados de nuevos productos) / Total de gastos presupuestados.	Mayor e igual de 70 % Sobresaliente; entre 70% y 50% Aceptable; menos del 50% No Cumplida.	Semestral	Administrador
Índice de Satisfacción del Cliente	Calcular la satisfacción del cliente después de la prestación del servicio.	Porcentaje: (suma del número total de clientes satisfechos y muy satisfechos) / el número total de encuestas. Resultado * 100.	Porcentaje: Entre 100% y 80% Sobresaliente; menos de 80% a 60% Aceptable, menor a 60% No Cumplida.	Bimestral	Administrador

Fuente: Elaboración Propia, 2022.

Para medir la satisfacción del servicio turístico, se realizará una encuesta dirigida a los visitantes, cuyo modelo se presenta a continuación:

Figura N° 1: Modelo de encuesta.



ENCUESTA PARA TURISTA QUE VISITA FINCA LA EMILIA

1. ¿CUÁL ES TU EDAD?

- Menor a 18
- 18 a 24 años
- 25 a 34 años
- 35 a 44 años
- Más de 45

2. ¿DE QUÉ LOCALIDAD PROVIENE?

3. MOTIVO DE SU VIAJE

- Esparcimiento
- Educación
- Contacto con la naturaleza
- Socializar
- Curiosidad
- Otros: _____

4. ¿CON QUIÉN VINISTE?

- Solo
- Familia directa
- Amigos
- Familiares sin niños
- Familiares con niños

5. ¿CÓMO SE ENTERÓ DEL DESTINO?

- Por amigos/familiares
- Por folleto
- Por redes sociales
- Otros: _____

7. ¿QUÉ VALORACIÓN LE DARÍA A LAS ACTIVIDADES REALIZADAS?

- Muy satisfecho
- Satisfecho
- Indiferente
- Insatisfecho

8. ¿CÓMO CALIFICARÍA LA ATENCIÓN RECIBIDA?

- Muy satisfecho
- Satisfecho
- Indiferente
- Insatisfecho

9. ¿QUÉ ASPECTOS MEJORARÍA DEL SERVICIO RECIBIDO?

10. ¿QUÉ OTRAS ACTIVIDADES LE GUSTARÍA REALIZAR EN SU PRÓXIMA VISITA?

- a. _____
- b. _____
- c. _____

11. ¿CÓMO EVALUARÍA LOS PRECIOS DE NUESTROS SERVICIOS?

- Accesibles
- Demasiados altos
- Otros: _____

Fuente: Elaboración Propia, 2022.

Además, se adjunta la creación de un ejemplar de folleto a usar para la campaña de marketing.

Figura N°2: Modelo de folletería.



Fuente: Elaboración propia, 2022

Figura N° 3: Ejemplos concretos de propuestas agroecoturísticas.



Fuente: Elaboración propia, 2022

Figura N° 4: Taller de huertas y compostaje.



Fuente: Elaboración propia, 2022

Conclusiones y Recomendaciones

A lo largo del trabajo presentado se menciona la falta de un plan de negocios alternativo que garantice la continuidad de ingresos económicos cuando la actividad principal vitivinícola presenta períodos de baja productividad. Por este motivo, se ha diseñado un proyecto orientado al agroecoturismo, que requiere de una inversión y una reorganización de los propios recursos de la empresa, teniendo como objetivo principal diversificar los ingresos económicos de la finca.

El auge de esta nueva tendencia turística coordina actividades agropecuarias y ecológicas, que a su vez permite a los turistas participar en el fortalecimiento y revalorización de la producción vitivinícola, la cultura y la tradición que caracteriza a la empresa con una

combinación de sostenibilidad. Esta nueva propuesta no pretende dejar de lado la actividad principal, sino que se complementa obteniendo beneficios durante todo el año.

Se considera que la propuesta es la alternativa de solución más adecuada porque esta actividad configura la única forma de mantener el establecimiento ya que promueve y fortalece una fuente genuina de diversificación de ingresos, permitiendo la posibilidad de recuperar y fomentar la actividad productiva. El componente principal del proyecto es la relación del proceso productivo de vinos con actividades recreativas. Como menciona Ramírez (2014), el concepto de agroecoturismo se relaciona con el turismo rural y aunque este término no sea novedoso, no cuenta con un marco conceptual que la describa apropiadamente.

Como conclusión final, la implementación de este proyecto agroecoturístico podría mitigar las dificultades actuales de las condiciones del entorno y permitiría adaptarse a los cambios. Con ello, se logra un mayor crecimiento de la finca, un verdadero beneficio: social, económico y ambiental.

En cuanto a lo social, activa la producción local, crea empleos, preserva y recupera el patrimonio que forma parte de la historia de la empresa. Respecto a lo económico, genera ingresos alternativos en época de baja productividad y gran parte del año. Por último, en la cuestión ambiental permite la conservación, preservación y responsabilización ante el cuidado del medio ambiente, logrando valorizar los recursos naturales y concientizar a la población en general.

Como sugerencias para implementar en el desarrollo de la propuesta, se recomienda aprovechar el apoyo de organismos nacionales y provinciales dedicados al desarrollo sostenible y el cuidado ambiental, para incorporar prácticas de sostenibilidad dentro del proceso productivo del vino en forma paulatina, por lo que a largo plazo la finca logrará

ampliar su ventaja competitiva en el sector. Además, se podría implicar al resto de la comunidad en dichas prácticas.

Seguidamente, el conocimiento adquirido por los dueños de la finca sobre la producción vitivinícola que se obtuvo de generación en generación, puede articularse con universidades y escuelas de la zona para poder divulgar el conocimiento de la viticultura.

Dentro del planteamiento del problema no se consideró la revalorización y la puesta en valor de la cocina tradicional ya que el servicio gastronómico no elabora los productos que ofrece. Otro aspecto no vislumbrado en el desarrollo del trabajo fue la búsqueda de inversionistas, tanto públicos como privados, para financiar la ejecución del proyecto. En cuanto a los aspectos legales, no se contempló los permisos que se necesitan para la habilitación del servicio gastronómico y el funcionamiento de la bodega como comedor.

Una de las problemáticas que puede presentarse en el futuro es que el país atravesara nuevamente por un periodo de aislamiento social, preventivo y obligatorio dada por las condiciones sanitarias ocasionada por la reciente pandemia. En dicho escenario, se podría continuar con el desarrollo de las actividades turísticas en formato virtual, tales como recorridos en la página web de la empresa y la posibilidad de comprar paquetes de productos mediante la misma.

De esta manera, el diseño de las actividades propuestas en el plan de implementación se pretende que sean replicables y aplicables en otras comunidades y/o fincas.

Bibliografía

- Barrera, E. (2006). *Turismo Rural en Argentina y el potencial de México (1° Ed.)*. Colección Para Emprender, Serie II. México: Editorial Proyecto Nutopia S. de R. L. MI.
- Barrera, E. (2006). *Turismo rural: nueva ruralidad y empleo rural no agrícola*. Serie Trazos de la Formación, 32. Montevideo: Editorial OIT/Cinterfor.
- Blanco, M.; y Riveros, H. (2010). *El agroturismo como diversificación de la actividad agropecuaria y agroindustrial*. En: Rodríguez, D. (Coord.) Desarrollo de los agros negocios y la agroindustria rural en América Latina y el Caribe: conceptos, instrumentos y casos de cooperación técnica. San José, Costa Rica: Editorial IICA.
- Budowski, G. (2001). *Modalidades agroturísticas y sus limitaciones* (en línea). En Riveros, H.; y Blanco, M. 2003, El agroturismo, una alternativa para revalorizar la agroindustria rural como mecanismo de desarrollo local. Lima: Editorial PE IICA- Prodar.
- Chaparro Mendivelso, J.; Dreger, C.; y Ospina Niño, A. (2016). Turismo sostenible a través del World Wide Opportunities on Organic Farms (WWOOF) en la finca agroecológica Gabeno, municipio de Tenjo. *Ar@ne Revista Electrónica de Recursos de Internet sobre Geografía y Ciencias Sociales*, 209, pp. 1-27. Recuperado de: <http://www.ub.edu/geocrit/aracne/aracne-209.pdf>
- Ceballos-Lascuráin, H. (1998). *Ecoturismo. Naturaleza y Desarrollo Sostenible (1° Ed.)* Estrategia Nacional de Ecoturismo para México, Secretaría de Turismo. México D.F.: Editorial Diana.
- Jiménez Bulla, L. (2019). *Agroturismo: estrategia para el desarrollo de la espacialidad rural y la sustentabilidad ambiental (1° Ed.)*. Colombia: Editorial Ecoe Ediciones.
- Lopez-Guzman Guzman, T.; y Sanchez Cañizares, S. (2002). La creación de productos turísticos utilizando rutas enológicas. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 6, pp. 156-171. Recuperado de:

<https://helvia.uco.es/xmlui/bitstream/handle/10396/8403/lopezguzman1.pdf?sequence=1>

Ramírez Castellanos, E. (2014). Agroecoturismo: aportes para el desarrollo de una tipología turística en el contexto latinoamericano. *Revista Anuario Turismo y Sociedad*, 15, pp. 223-236. Recuperado de:

<https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/view/4225/4670>

Riveros, S.; y Blanco, M. (2003). *El agroturismo, una alternativa para revalorizar la agroindustria rural como mecanismo de desarrollo local*. Documento técnico. Lima: Editorial PE. IICA-Prodar.

Romero, H. (2013). Ecoagroturismo y agroecoturismo, conceptos integradores de la actividad turística en el medio rural. *Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 10, pp. 1-8. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/281295956_Ecoagroturismo_y_agroecoturismo_conceptos_integradores_de_la_actividad_turistica_en_el_medio_rural

Rebollo Soto, N. (2012). *Ecoturismo (1° Ed.)*. México: Editorial Red Tercer Milenio S. C.