

Universidad Siglo 21



Trabajo Final de Grado.

Reporte de Caso.

“Proyecto de mejora para finca “La Emilia”. Servicio de alojamiento de tipo
glamping”

Nombre y Apellido: Verónica Andrea Tuzienkevich

DNI: 41.696.147

Legajo N°: VTUR02590

Profesor: Bruno Rossi

Carrera: Licenciatura en Gestión Turística

2022

Índice

Resumen	3
Introducción.....	4
Marco de referencia institucional.....	4
Descripción de la problemática.....	5
Antecedentes	6
Relevancia del caso.....	8
Análisis de la situación	9
Descripción de la situación	9
Análisis del contexto. Modelo PESTEL	9
Análisis FODA	14
Marco teórico.....	17
<i>Glamping</i>	17
Turismo sustentable	18
Ecoturismo	19
Diagnóstico y discusión.....	21
Proyecto de mejora para la finca “La Emilia”	21
Objetivos.....	21
Objetivo general	21
Objetivos específicos	21
Alcance	21
Estructura	21

Diagrama de Gantt	21
Presupuesto	21
Indicadores.....	21
Agregado de valor a la propuesta.....	30
Conclusión.....	31
Recomendaciones	31
Referencias	33

Resumen

En el presente trabajo final de graduación se expuso la carencia de un servicio de alojamiento en la finca “La Emilia”, localizada en Colonia Caroya, departamento de Colón, provincia de Córdoba. Se planteó la incorporación de un servicio hospedaje en un entorno natural debido a los nuevos requerimientos que presentan los visitantes, quienes buscan un lugar seguro para pernoctar, priorizando zonas de esparcimientos amplias, únicas y alejadas de la ciudad, luego de atravesar la pandemia del COVID-19. La propuesta se orientó hacia un proyecto de mejora mediante la incorporación de un servicio de alojamiento alternativo y que está en auge, denominado *glamping*, el cual permite combinar variables como lo son la comodidad, el *glamour* y el bienestar personal. Tiene su foco en el turismo sustentable, ya que utiliza materiales que no perjudican al ambiente. Los objetivos específicos se enfocaron en desarrollar el nuevo servicio e implementar campañas publicitarias para dar a conocer el nuevo servicio. La importancia de llevar a cabo el proyecto en la finca le dio la posibilidad de impulsar sus servicios desde una posición enriquecedora y comprometida con el medio ambiente, por otro lado, brindó a los turistas una opción para reconectarse y vivir experiencias únicas vinculadas al ecoturismo.

Introducción

Marco de referencia institucional

La finca “La Emilia” es una empresa familiar de tipo Pyme, la cual se localiza en la zona rural de Colonia Caroya, departamento de Colón, provincia de Córdoba. Su acceso se puede realizar por medio de la Ruta Nacional 9 (en dirección al norte de la provincia de Córdoba). Esta zona se caracteriza por ser un lugar con tradición histórica de uvas de calidad en el país, actualmente identificada en los Caminos del Vino. Se debe al establecimiento de italianos, provenientes de la región Friuli-Venecia Julia, los cuales trabajaron la tierra seca del lugar, ya que se encontraba en malas condiciones, generando de esta forma que se produzcan productos artesanales de calidad, llevándolos así a obtener recompensas por el trabajo cooperativo que desarrollaban sus productores.

Surge a mediados de los noventa, iniciando así sus actividades con la producción agrícola en pequeñas escalas de duraznos y uvas tradicionales, para luego pasar a la producción vitivinícola. En el 2004, se adquirieron nuevas cepas vitivinícolas traídas de Italia permitiéndoles invertir en variedades, obteniendo así beneficios y la posibilidad de abrirse a nuevos mercados. Fue necesario plantar nuevamente los viñedos y esperar cuatro años para la recolección de sus frutos. Para alcanzar las metas fue indispensable recurrir a expertos, profesionales y técnicos a fin de posicionar las uvas finas de alta calidad.

La visión es posicionar y mejorar la imagen y marca de Colonia Caroya para que esta sea reconocida tanto a nivel nacional como internacional por su producción artesanal de vinos de alta calidad. La misión es convertirse en un pequeño establecimiento *boutique* que continúe la tradición, *aggiornandose* a los nuevos tiempos.

Breve descripción de la problemática

La finca “La Emilia” se destaca en la elaboración de vinos en la zona de Colonia Caroya, la cual ha cobrado relevancia nacional. La misma posee elementos con suficiente valor que están disponibles para su disfrute, sobre los cuales puede basar su actividad turística, como lo son sus visitas a las bodegas y recorridos por los viñedos; pero hay una deficiente puesta en valor de la prestación de servicios que requiere la oferta para brindar una experiencia enriquecedora al visitante. Por este motivo, es menester personalizar el servicio de una manera que les marque y les sirva de incentivo para volver en otra ocasión.

En este marco, se plantea generar una nueva oportunidad de negocio en la finca “La Emilia”, a través de la mejora de la oferta turística, por ello se pretende incorporar un modelo de hospedaje moderno y diversificado que va a permitir ampliar la oferta de alojamientos que existen en toda la zona, convirtiendo a la finca en algo innovador. Por otro lado, este tipo de alojamiento permitirá además contextualizar, desarrollar y potenciar todo lo relacionado al turismo sostenible y sustentable en Colonia Caroya. Dada esta situación, resulta pertinente la incorporación del *glamping*, ya que este genera un bajo impacto con respecto al medio ambiente, componiéndose de carpas o domos geodésicos. Una nueva tendencia que combina lo natural y rústico de un campamento y lo glamuroso de un hotel de cuatro o cinco estrellas, ofrece al visitante la oportunidad de estar en contacto con la naturaleza sin dejar de lado los lujos y comodidad de un hotel. La modalidad de alojamiento *glamping* ha tenido un crecimiento positivo en los últimos años debido a las tendencias de conservación y uso sustentable de los recursos, así como por la preocupación de llevar una vida saludable, lo cual ha generado que sea una opción rentable para productores agrícolas que se vieron afectados en los últimos años por la crisis del COVID-19.

Resumen de antecedentes

Levoyer Vivanco (2019) propuso un trabajo de investigación llamado “*Plan de mejoramiento turístico para el aprovechamiento de los recursos naturales y agroecológico en la Finca San Miguel de Tomalón de la parroquia La Esperanza cantón Pedro Moncayo*”, donde se abordó el diseño de estrategias para la mejora y aprovechamiento turístico de los recursos naturales de la finca “San Miguel de Tomalón”. Se analizó la situación en la que se encontraba la misma, implementándose el uso de técnicas y herramientas de carácter investigativas con foco en sus atractivos turísticos. Se logró promover positivamente los recursos ambientales y turísticos con los que contaba, practicando el manejo de la infraestructura sustentable para el restablecimiento de la zona y aportando favorablemente al desarrollo turístico y a la economía de la finca y de su comunidad. Se selecciona este antecedente ya que se relaciona con el caso de estudio porque se orientan a mejorar la oferta turística y la situación en la que se encuentran las fincas.

Por otro lado, Arico, Gaitán y Larghi Pajares (2021) argumentaron las razones que les incentivó a generar el proyecto de “*Waylla Glamping*”, del cual surgió la idea de negocio para satisfacer las nuevas necesidades de la demanda, el fomento de la actividad turística y crecimiento económico de la localidad, por medio de la incorporación de una modalidad de hospedaje innovador que se destacó por su lema de sustentabilidad. Esta preferencia se puso en marcha en los últimos años debido al modo en el que permitió al turista experimentar y preservar un entorno de naturaleza. Se toma como caso de estudio, ya que ambos se enfocaron en ofrecer una alternativa de alojamiento que se diferencia, mediante la cual fusionan la modalidad de un hospedaje en espacios verdes sin dejar de lado la comodidad y lujo.

De la misma forma, Tschrister (2018) en su caso de estudio hizo hincapié en el “*Glamping como estrategia de diversificación de la oferta de alojamiento de la localidad de Sierra de la Ventana*”, donde se enfocó en el análisis del conocimiento que tiene el turista con respecto a la implementación de esta nueva y reciente forma de alojamiento. Consideró que el *glamping* es el futuro en materia de alojamiento sustentable porque permite diversificar la oferta, ofrecer servicios diferenciados que rompan con los esquemas de alojamientos tradicionales y por su sostenibilidad, ya que es una alternativa cuidadosa con el ambiente. Se considera este caso de estudio porque muestra relación y focaliza en analizar la importancia y la perspectiva que tiene la demanda turística acerca de la inserción del *glamping* como nueva forma alojamiento, generando este un incentivo turístico en la zona.

Sánchez (2014, como se cita en Bolaños y González, 2014), en el libro Turismo sustentable y competitividad, expuso sobre el turismo del vino y la economía de Mendoza, generando nuevos lineamientos sociales, ambientales, culturales y políticos a partir de la incorporación y aprovechamiento del enoturismo como oferta turística, lo cual derivó positivamente dando lugar a la reaparición de la naturaleza donde se amplió el interés por las alternativas innovadoras. Se selecciona este artículo porque narra cómo mejorar la oferta turística a partir del enoturismo y la sustentabilidad.

Por último, Mansilla, Kiatkovski y Rossi (2021) desarrollaron el “*Turismo creativo: fundamentos, fortalezas y debilidades como modalidad de turismo cultural diferencial*” cuyo objetivo tuvo la finalidad de evidenciar el surgimiento de prestadores de servicios turísticos eficientes que cumplen un rol fundamental para la conservación y aprovechamiento favorable de sus atractivos y productos, sin perjudicar a la comunidad local y viajeros. El antecedente descripto anteriormente se relaciona con el caso de estudio por la tendencia a mejorar la oferta y demanda turística de la zona, promoviendo las

prácticas sustentables, métodos de atracción turística y alojamientos originales que el turista moderno demanda.

Relevancia del caso

La eficiencia y la innovación son factores que actualmente son valorados por los turistas que buscan experimentar y satisfacer sus necesidades que van cambiando constantemente. Para esto es necesario que la finca “La Emilia” cuente con una adecuada planta turística, es decir, que brinde un conjunto de equipamiento e instalaciones necesarias para ofrecer servicios turísticos, permitir la estadía en el lugar y prestar comodidad al viajero. Un componente imprescindible de la planta turística es el alojamiento, definido como aquel que permite la estancia a personas, por un periodo no menor al de una pernoctación, ya sea adquiriendo o no servicios complementarios.

Por otro lado, el turismo verde o ecoturismo está ligado a tres términos que son calidad, continuidad y equilibrio. Cada vez hay más personas involucradas e interesadas con el cuidado medioambiental, por lo que dicho concepto ha evolucionado y cobró relevancia a nivel mundial. La sostenibilidad es una herramienta que permitiría lograr competitividad y un mejor desarrollo en la finca, y a su vez promoverá la conservación a largo plazo de sus recursos y tradiciones familiares. Con respecto a la propuesta de implementación de la modalidad de alojamiento *glamping*, este cumple con la característica de prestar servicios de calidad y estadía en entornos rurales o de naturaleza como los viñedos que se encuentran en la finca; además de que existe una relación estrecha con el turismo sustentable, ambos tratan de prevenir la degradación de los recursos naturales que se utilizan y la irreversibilidad que genera ese proceso.

Análisis de situación

Descripción de la situación

Las personas están insertas en un contexto donde se encuentran con una tendencia de consumo en contacto con el medioambiente y al aire libre. A razón de esta moda, la visión de los consumidores se orienta a adquirir medidas de sostenibilidad y ecoturismo, surgiendo de esta forma una oportunidad de insertar un nuevo producto, ofreciendo un alojamiento de tipo *glamping*.

Las preferencias adquiridas por los turistas, en la actualidad, son vacacionar al aire libre y en espacios naturales, lo que conlleva a que se personalicen los servicios y productos turísticos, para que generen valor y superen la perspectiva del cliente, ya que se encuentran en la búsqueda de propuestas creativas de alojamientos.

El *glamping* trata de una nueva modalidad que combina el lujo con lo campestre, y a su vez se relaciona con el manejo racional del medioambiente, apoyándose en la utilización de recursos sostenibles que no obstaculizan el paisaje natural del entorno en el cual se encuentra manteniendo de esta forma la diversidad biológica y fertilidad del suelo.

Análisis del contexto

Modelo PESTEL

El modelo PESTEL es una herramienta enfocada a analizar el contexto en el que se encuentra una empresa, mediante el análisis de cinco factores externos. Estos factores se mencionan a continuación.

Los factores políticos en Argentina tienen una cuestión de alta complejidad, debido a los cambios constantes, la inestabilidad e incertidumbre, lo que provoca que

tanto los inversores y personas tiendan a especular y, en algunos casos, decidan no invertir en nuevos proyectos, esto afecta de manera negativa a la industria hotelera y al turismo. Un aspecto positivo que se destaca son las políticas de subvenciones otorgadas por el Estado, las cuales proveen ayuda económica a trabajadores del sector turístico.

La implementación de nuevos proyectos políticos les brinda a los alojamientos herramientas y requisitos necesarios para la reapertura de sus actividades, ofreciendo a los visitantes seguridad. A modo de ejemplo, se menciona una subvención que trata de un programa de asistencia extraordinaria al sector hotelero en zonas y localidades turísticas afectadas, que consistirá en una suma dineraria individual y fija a abonar a los trabajadores y las trabajadoras, a cuenta del pago de las remuneraciones a cargo de los empleadores y las empleadoras adheridos (Infobae, 2022).

En cuanto al factor económico, hay dos cuestiones esenciales para el sector hotelero, turístico y gastronómico, por un lado, la inflación acumulada en el segundo semestre del 2021, según el último registro, el gobierno argentino dio a conocer los números finales del Índice de Precios al Consumidor (IPC) correspondiente a 2021, el cual marcó una inflación acumulada nacional del 50,9%. En ese sentido, el sector que mayores aumentos registró a lo largo del año fue el de los hoteles y los restaurantes, con un aumento de precios del 65,4% (Hosteltur, 2022). Por otra parte, esta inflación impacta negativamente en los costos de alojamientos, debido a la volatilidad que afecta al tipo del cambio, ya que hay sectores hoteleros que cobran en dólares para no perder ganancias frente a estos cambios.

Se plantea una oportunidad con el fin de reactivar la economía del sector turístico, para el cual el gobierno nacional lanzó un programa de incentivos económicos dirigido a pequeños prestadores turísticos que lleven adelante proyectos que fortalezcan las economías turísticas nacionales. Así, a través del Ministerio de Turismo y Deportes, se

lanzó el Programa de Incentivo para Inversiones Turísticas de Pequeños Prestadores (InTur), que busca estimular la concreción de inversiones en micro y pequeños prestadores turísticos para que mejoren su oferta de productos y servicios, fortaleciendo así la cadena de valor del sector y el desarrollo de las economías regionales (Infobae, 2022). Los proyectos y planes que presenta el gobierno nacional muestran valor e interés para que se continúe con el desarrollo de la actividad turística, promoviendo de esta forma herramientas efectivas para la creación de nuevos puestos de trabajo que permita generar ingresos. Este aporte crea soportes positivos para equilibrar la crisis financiera que se vive en la actualidad en Argentina.

Con respecto al factor social, los resultados del segundo semestre de 2021 correspondientes al total de aglomerados urbanos registraron que el porcentaje de hogares por debajo de la línea de pobreza (LP) alcanzó el 27,9%; en ellos reside el 37,3% de las personas. Dentro de este conjunto se distingue un 6,1% de hogares por debajo de la línea de indigencia (LI), que incluyen al 8,2% de las personas. Esto implica que, para el universo de los 31 aglomerados urbanos de la Encuesta Permanente de Hogares (EPH), por debajo de la LP se encuentran 2.633.905 hogares, que incluyen a 10.806.414 personas; y, dentro de ese conjunto, 578.282 hogares se encuentran por debajo de la LI, lo que representa 2.384.106 personas indigentes (INDEC, 2022).

Esto generó que la calidad de vida de la sociedad haya disminuido, el nivel de pobreza creció al 50%, el inconveniente se derivó de la pandemia mundial por COVID-19, la crisis economía del país y el aumento de la tasa de inflación. La sociedad se vio en una situación delicada económicamente, trayendo una serie de cambios en la adquisición y uso de productos y servicios, ocasionando que el sector turístico y hotelero se deba adaptar a los nuevos paradigmas de cuidado personal para ofrecer sus productos y servicios a las nuevas demandas del mercado.

El llamado turismo sustentable considerado por algunos como un nuevo modelo de desarrollo tomó fuerza durante en la última década, período marcado por la expansión de modalidades de turismo agrupadas bajo el rótulo de alternativas que recibieron diversas denominaciones tales como turismo de aventura, turismo rural, turismo cultural, ecoturismo y turismo ambiental (Tarlombani da Silveira, 2005).

Analizando los cambios demográficos, se observa un crecimiento en las marcas de las cadenas hoteleras como Marriott, por lo cual, las compañías que mantendrán su liderazgo en los próximos 20 años son aquellas que ostentan el mayor atractivo para el emergente mercado de viajes de los jóvenes, que hoy en día ya representan el 50% del negocio (Hosteltur, 2013). Esto acontece en virtud de las nuevas tendencias y necesidades de los *millennials* que buscan constantemente nuevas experiencias ligadas al uso consiente de espacios verdes, como lo son los hoteles sustentables, debido a que tienen en cuenta los daños producidos por el ser humano en el planeta.

Siguiendo con el factor tecnológico, se analizó el Big Data y la Inteligencia Artificial, las cuales son un apoyo para las empresas hoteleras que se han visto obligadas a realizar cambios en su entorno para adquirir beneficios, implementando herramientas tecnológicas como las plataformas de *e-commerce* y redes sociales para la comercialización y promoción de sus productos y servicios turísticos. Así, por ejemplo, el sistema de *check in* y *check out* permite el registro mediante tecnología del hotel de forma rápida y efectiva, ingresando y saliendo sin pasar por recepción (Hosteltur, 2019).

Además, el crecimiento de la inteligencia artificial (IA) y la robótica cada vez se acercan más a la realidad, especialmente en lo que respecta a la experiencia de los huéspedes durante su estancia y a la automatización de los procesos de reserva durante el viaje (Tecnohotel, 2018). Una desventaja es el costo de adquisición de esas nuevas herramientas tecnológicas.

Por otra parte, el factor ecológico cada vez está más inserto en la comunidad que tiene mayor conocimiento sobre las consecuencias que sus acciones generan en la atmósfera y el medioambiente. Se menciona la certificación de Hoteles más Verdes, la cual ha cobrado relevancia internacional y, además, cumple con los estándares del Consejo Global de Turismo Sostenible. El objetivo es continuar promoviendo el fortalecimiento y la adopción de buenas prácticas de gestión sustentable y la calidad de los servicios en los hoteles y alojamientos turísticos, minimizando sus impactos y maximizando los beneficios para las comunidades locales de los destinos turísticos. Dicho proyecto, permite a los hoteles de la Argentina aplicar a 3 niveles de certificados en sustentabilidad de mayor a menor, son: bronce, plata y oro, facilitando su implementación de forma gradual y la mejora continua de la gestión sustentable (Asociación de Hoteles de Turismo de la República Argentina, 2022).

Se menciona a continuación, la Agenda 2030 la cual incorpora 17 Objetivos y 169 metas de Desarrollo Sostenibles (ODS), vinculados con la tendencia a mejorar de la calidad del agua, por medio de la eliminación de recipientes que contengan agua estancada, evitando la contaminación y emisión de productos químicos, reduciendo la cantidad de agua sin tratar, permitiendo garantizar el uso sostenible de los recursos (ONU, 2019).

Para finalizar se encuentra el factor legal, donde el Ministerio de Turismo y Deporte informó el relanzamiento del programa de preventa turística (PREVIAJE 3) iniciado el 6 de septiembre del 2022, en el cual reintegra el 50% del valor del viaje, hasta un monto de \$70.000 pesos que se verá reflejado en una tarjeta precargada del Banco de la Nación Argentina, y pueden utilizarse para realizar viajes y compras dentro de la Argentina. Aprovechando el crédito en alojamientos, agencias de viajes, transporte, excursiones, centros turísticos, alquiler de automóviles y equipamiento, atractivos

turísticos, gastronomía, entretenimiento y ocio, productos regionales, otros servicios turísticos (Ministerio de Turismo y Deporte, 2022).

Análisis FODA

Fortalezas

- Se encuentra ubicada en un lugar estratégico y posee acceso en buenas condiciones.
- Se continúa con el emprendimiento y tradición familiar.
- Recompensa y premiación, que mejoró su reputación a nivel nacional.
- Cuenta con equipamiento e instalaciones necesarias para la producción.
- Está en los Caminos del Vino, de la provincia de Córdoba.

Oportunidades

- Generar alianzas con hoteles y restaurantes de alto poder adquisitivo.
- Practicar el uso sustentable de recursos.
- Desarrollo de nuevos productos.
- Nuevas preferencias por parte de los turistas.
- Diseño de una página web.
- Implemento del uso de redes sociales.

Debilidades

- No cuenta con un servicio de alojamiento para los visitantes.
- Alta rotación del personal.
- Escasez publicitaria para lograr mayor alcance y un aumento en las ventas.

- No cuenta con herramientas de omnicanalidad.

Amenazas

- Inestabilidad económica del país.
- Cambios climáticos.
- Inestabilidad del dólar.
- Reactivación turística a partir del año 2022.

A partir de este análisis FODA se pudo visualizar lo siguiente, con respecto a las fortalezas la finca “La Emilia” se encuentra en un lugar estratégico, lo que es un factor importante para su rápida localización geográfica, ya sea para proveedores y turistas que arriban o están transitando la zona generando un flujo de turistas hacia dicho lugar. Además de contar con vías de circulación en buenas condiciones, lo que produce una comunicación fluida con la misma.

Por otra parte, la continuación con el emprendimiento familiar hace que el producto se diferencie y genere un valor agregado frente a la competencia, que por su trabajo en equipo y dedicación les permitió obtener recompensas y premios mejorando así su reputación y posicionamiento de la empresa e insertarse en los Caminos del Vino. Además de esto, cuenta con equipamiento e instalaciones necesarias para la producción, elaboración y venta de sus productos vitivinícolas, dándoles una ventaja y brindando al cliente un servicio de excelencia.

Con respecto a las oportunidades se pudieron identificar factores como: generar alianzas con instituciones hoteleras y gastronómicas para que les ayude a fortalecer su imagen, captar a nuevos clientes y expandirse a nuevos mercados lo cual se dará mediante la compra de sus productos elaborados artesanalmente.

A todo esto, tener en cuenta las nuevas preferencias y comportamientos que tendrán los turistas a la hora de elegir un destino u alojamiento, se relaciona con la inversión del *glamping*, el cual tiene cada vez más importancia debido a su inserción en el turismo sustentable y de naturaleza, por lo que es factible realizar encuestas para conocer su punto de vista y tener así un perfil más detallado de los gustos y preferencias a la hora de que se adquiere dicho servicio.

Por otro lado, también es necesario informarse e implementar las nuevas tendencias tecnológicas, por medio del diseño de una página web para proporcionar información relevante sobre la finca y los servicios turísticos que la misma ofrece, siendo esta uno de los principales canales de venta, promocionando a su vez en las distintas redes sociales que se utilizan actualmente para llegar a un público meta distinto.

Dentro de las debilidades, se logra identificar que no hay multicanalidad debido a la falta de herramientas tecnológicas y de innovación, lo que no permite que se llegue a más clientes potenciales. Asimismo, va a ser necesario contratar empleados que no sean de carácter estacional o temporal, para que de esta manera el servicio que se ofrezca sea llevado con calidad y excelencia. Por último, dentro de las amenazas se menciona la inestabilidad económica, política y social del país que se genera ante los cambios abruptos del gobierno, el desequilibrio del dólar generando incertidumbre al turista, dando la preferencia de no realizar gastos en dichos momentos, pese a que el turismo tuvo su reactivación a partir del año 2022, luego de la pandemia del COVID-19.

Marco teórico

A continuación, se analizan tres tópicos relacionados al *glamping*, turismo sustentable y ecoturismo, puesto que los mismos se relacionan con el tema propuesto, y tienen por objeto ampliar la información para justificar y añadir valor al trabajo sobre la inversión de un alojamiento sustentable.

En primer lugar, es importante destacar la Ley de Alojamientos Turísticos 6483 de 1980 de la provincia de Córdoba que expone en su artículo 5 el significado de alojamiento turístico, definiéndolo como aquel establecimiento que brinda un servicio de alojamiento, el cual se establece por medio de un contrato donde el periodo de pernoctación no debe ser menor a una noche, siendo posible de esta forma adquirir servicios complementarios, siempre y cuando que el turista no se encuentre establecido en el alojamiento en el que se encuentra ocupando el servicio (Ley de Alojamientos Turísticos, 1980).

Glamping

El *glamping* es un fenómeno mundial que está en crecimiento, ya que combina la forma de acampar al aire libre en lugares no convencionales con ciertos lujos, en condiciones propias y especiales, como es ofrecido en los mejores hoteles. Esto se debe a la mezcla del *glamour* y *camping*, disfrutando de los espacios verdes sin renunciar al confort y atractivos de los alojamientos sofisticados (Conrady, Ruetz & Aeberhard, 2020).

El *glamping* ofrece la singularidad de integrarse en los distintos sitios turísticos alejados de la ciudad, como lo son las áreas de montaña, islas o costas, salinas, casas en los árboles; así según el lugar al que apuntan puede variar la arquitectura, diseño y servicio, desarrollándose en forma casas tipis, domos, *bungalows*. Esta creciente

modalidad es ofrecida a viajeros que tengan conciencia y la iniciativa de generar experiencias inolvidables (Taino, 2018).

Turismo Sustentable

El turismo sustentable hace hincapié en la preservación de recursos turísticos utilizados para el desarrollo de la actividad, tendiendo a largo plazo a la conservación medioambiental, ya que no es cualquier forma de turismo que tenga relación únicamente con la naturaleza, sino que debe adoptar una perspectiva ética y basarse en el respeto de elementos que dieron origen al destino (Zizumbo Villarreal y Monterroso Salvatierra, 2017).

Por otro lado, el turismo sustentable, además de aportar estímulos económicos, culturales y ambientales que mejoren el grado de satisfacción del visitante, se centra en el bienestar de la comunidad anfitriona sin comprometer a las generaciones futuras para satisfacer sus necesidades propias. El término sustentabilidad está ligado a tres dimensiones las cuales son calidad, continuidad y equilibrio (Montenegro Velandia, 2019).

Por otra parte, el término sustentabilidad se relaciona con los factores económicos, sociales y medioambientales. El turismo toma en consideración las actividades presentes y futuras e incorpora el desarrollo sustentable para proveer de mayor calidad a las experiencias y necesidades de los turistas que arriban la zona, involucrando y respetando la toma de decisiones de la comunidad receptora, de los actores turísticos y el entorno (Cornejo Ganga, 2013).

Los actores turísticos deben ser conscientes sobre las actividades turísticas que emprenden. Esto les da la oportunidad de mejorar la calidad de vida, conservar sus atractivos naturales o arquitectónicos, procrear empleo, entre otros. De esta manera, se

logra, comprender la contribución que el turismo hace a la economía si preserva el medio ambiente (Cornejo Ganga, 2013).

Ecoturismo

El ecoturismo se basa en una práctica turística que combina la observación, aprendizaje e interpretación de manera comprometida en ambientes naturales. En su mayoría se lo encuentra como áreas protegidas, ya que se enfoca en la sostenibilidad y conservación de los espacios en que se desenvuelven dichas actividades, implica también a los visitantes y miembros de la comunidad que habitan en él (Domínguez, 2022).

El turismo se encuentra atravesando una serie de desafíos en los que se engloban factores económicos, ecológicos, políticos y demográficos. En la actualidad el número de personas que tienden a participar en dichas actividades están conscientes de los daños que ocasionan en el destino, por ese motivo quieren respetar y disfrutar de los servicios desde otra perspectiva (Llanes y Nel, 2016).

Estos tres conceptos desarrollados son considerados relevantes, ya que fomentan el uso de materiales que no causan daños ecológicos y bloqueos visuales, porque exponen la importancia preservar y experimentar desde una perspectiva distinta el turismo en su estado habitual.

Diagnóstico y discusión

Analizando el contexto descrito anteriormente, se evidencia que la pandemia del COVID-19 generó un impacto negativo en la población global, debido a las fuertes restricciones que se implementaron, donde se privó la libertad de circular libremente sin el uso de medidas sanitarias, por lo que generó cambios drásticos en la economía e incertidumbre en la comunidad, lo que causó que sectores hoteleros y turísticos se vean afectados. Esto generó que surja una nueva concepción que impulsa y moviliza a las personas a participar del turismo en espacios abiertos.

Por este motivo, se pretende desarrollar la inversión de un alojamiento ecológico denominado *glamping*, en la Finca “La Emilia” ubicada en Colonia Caroya. Con esta propuesta se plantea ofrecer una experiencia única, confortante y viable a la hora de viajar, ya que no pone en compromiso su salud con los prestadores del servicio o personas que se encuentran en el lugar. Por ende, el *glamping* como servicio alojamiento le brindará un valor añadido a la cartera de productos de la finca y podrá destacarse y ampliar su oferta en el mercado.

La ubicación estratégica de la finca y la calidad del servicio es un punto importante ya que les permite transmitir sensaciones, bienestar y crear conciencia acerca de los espacios verdes, para que de esta forma se genere un buen rendimiento de los recursos y se maximicen beneficios. Por otro lado, la arquitectura y el uso de energías renovables de este tipo de establecimiento es poco invasiva para el ambiente.

Proyecto de mejora para finca “La Emilia”. Servicio de alojamiento de tipo glamping.

Objetivos

Objetivo general

Incorporar el servicio de alojamiento a través de la modalidad del *glamping* en la Finca “La Emilia” que permita ofrecer una alternativa sustentable basada en el ecoturismo, su implementación comenzará en el periodo enero 2023- enero 2024.

Objetivos específicos

Objetivo específico 1: Desarrollar el nuevo servicio de alojamiento a través del *glamping* en la Finca “La Emilia”.

Objetivo específico 2: Impulsar la promoción del nuevo servicio de alojamiento de La Emilia.

Alcance

La propuesta de este documento consiste en un proyecto de mejora para la finca “La Emilia” que se llevará a cabo por medio de un servicio de alojamiento sustentable de tipología *glamping* que fortalecerá la imagen y marca de la misma.

El alcance geográfico está dado por el espacio físico de la finca “La Emilia” ubicada en Colonia Caroya, departamento de Colón, provincia de Córdoba, en el cual se prestará dicho servicio. El alcance temporal se dará por el período de un año, ya que se considera suficiente para la ejecución del proyecto, comenzando en enero del 2023 y finalizando en enero del 2024. Si bien no están actualmente determinadas las áreas departamentales, se menciona a la dueña de la finca y a la profesional en gestión turística.

La elección de la temática se centra en un proyecto que tiene por finalidad incorporar un alojamiento ecológico que les permitirá modernizarse e introducirse hacia una gestión sustentable, ya que la finca no cuenta con este tipo de servicio para brindarles a los visitantes que llegan al lugar.

Estructura

El siguiente programa se enfoca en incorporar un alojamiento autosustentable para la finca “La Emilia” a través de la tipología del *glamping*. A continuación, se describen las acciones que comprende el mismo.

Objetivo específico 1: Desarrollar el nuevo servicio de alojamiento a través del *glamping* en la finca “La Emilia”.

Acción 1: Investigar sobre la existencia de otros alojamientos que desarrollaron la modalidad *glamping* en la zona de manera de ver la competencia en los alrededores.

Acción 2: Informarse sobre el servicio *glamping*. Cómo se aplica y se pone en marcha.

Acción 3: Determinar las áreas y sectores donde se ubicará el nuevo servicio de *glamping*.

Acción 4: Realizar un estudio del impacto ambiental para determinar el grado en el que afectará al entorno el nuevo servicio de *glamping*.

Acción 5: Averiguar y seleccionar los proveedores que brindarán los domos geodésicos.

Acción 6: Establecer el precio del servicio de alojamiento. El precio estará dado en forma de paquete, ya que incluirá el servicio de alojamiento, actividades en la finca y degustaciones del vino artesanal a través de maridaje.

Acción 7: Incorporar 5 domos geodésicos, mobiliarios, camas y accesorios para el entorno.

Acción 8: Brindar capacitaciones del servicio de *glamping* y el turismo sustentable a la dueña y empleados sobre el nuevo servicio a incorporar.

Objetivo específico 2: Impulsar la promoción del nuevo servicio de alojamiento de La Emilia.

Acción 9: Desarrollar una página web.

Acción 10: Diseñar una plataforma de *e-commerce*.

Acción 11: Implementar una campaña de *social media* mediante *Instagram* y *Facebook*.

Diagrama de Gantt

Tabla 1

Diagrama de Gantt

	Averiguar y seleccionar los proveedores.	Profesional en gestión turística												
	Establecer el precio del paquete que se ofrece.	Responsable de la finca.												
	Incorporar 5 domos geodésicos, mobiliarios, camas y adornos para el entorno.	Responsable de la finca.												
	Brindar capacitaciones del servicio de <i>glamping</i> y el turismo sustentable.	Profesional en gestión turística												
Impulsar la promoción del nuevo servicio de alojamiento de La Emilia.	Desarrollar una página web.	<i>Community manager</i>												
	Diseñar una plataforma de <i>e-commerce</i> .	<i>Community manager</i>												
	Plan de <i>social media</i> .	<i>Community manager</i>												

Fuente: Elaboración propia.

Presupuesto

A continuación, el presupuesto total que tendrá el proyecto estará dividido en dos partes. En la tabla 2 se expone el listado de gastos que serán afrontados por única vez, y en la tabla 3 los gastos que tendrán continuidad en el tiempo.

Tabla 2

Presupuesto

Número	Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Precio total
1	Honorarios de la profesional en gestión turística	60 horas	\$1200,00	\$72.000,00
2	Capacitación	12	\$1200,00	\$14.400,00
3	Domos geodésicos	5	\$600.000,00	\$3.000.000,00
4	Mobiliarios internos para los domos	Varios	-	\$420.000,00
5	Ropa blanca	Varios	-	\$36.000,00
6	Accesorios	Varios	-	\$105.800,00
7	Diseño de una página web	1	\$46.000,00	\$46.000,00
8	Diseño de una plataforma de e-commerce	1	\$64.000,00	\$64.000,00
Presupuesto total				\$3.758.200,00

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 3

Presupuesto

Número	Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Precio total
1	Recepcionistas	2	\$63.314,00	\$126.628,00
2	Personal de mantenimiento	1	\$50.000,00	\$50.000,00
3	Encargado de las actividades recreativas	2	\$40.000,00	\$80.000,00
4	Publicidad	1	\$15.000,00	\$15.000,00
Presupuesto total				\$271.626,00

Fuente: Elaboración propia.

Para ejecutar el proyecto es necesario contar con ciertos recursos como lo son los humanos, económicos y materiales. El equipo de recursos humanos estará formado por sus dueños, la profesional en gestión turística y los empleados a los cuales se les contratará, ya que con los que cuenta la finca no son suficientes para cubrir todas las labores que habrá en la misma. El personal por incorporar se compondrá de dos recepcionistas para cubrir dos turnos, una persona para realizar las tareas de mantenimiento, y dos encargados para realizar el guiado por sus instalaciones y explicar los distintos procesos de producción de la vid para finalizar en la degustación del vino artesanal a través del maridaje.

Por otro lado, se encuentran los recursos económicos y materiales necesarios para llevar a cabo el proyecto en la finca “La Emilia”. Además, de los honorarios de la profesional en gestión turística a la que se le otorgará durante el período de un año, ya que, también será la encargada de capacitar sobre el *glamping* y turismo sustentable a los responsables de la finca y a sus empleados para que desempeñen sus labores de manera eficiente. La jornada laboral de dicha profesional tendrá una duración de cuatro días al mes (los sábados) y tres horas (9:00 hs a 12:00 hs) en la modalidad presencial, desarrollándose en la finca.

Temáticas de la capacitación:

Módulo 1: Tipologías y conceptos del *glamping*.

Módulo 2: ¿Cuál es el nuevo perfil del turista?

Módulo 3: Administración sostenible, procedimientos a aplicar para la conservación de los recursos naturales.

Módulo 4: Técnicas para ofrecer un servicio eficiente.

Por otra parte, se contará con 5 unidades de domos geodésicos de estructura metálica con cubierta de lona sintética, a los cuales se les incorporará el mobiliario (1 cama doble *twin* con veladores, 1 cama *single*, 2 sillas, 1 mesa), accesorios (cortinas, bote de basura, ventiladores, espejo, lámparas) y ropa blanca (juego de sábanas, toallas, acolchados).

Se propone el diseño de un plan de marketing digital para publicitar en las diferentes redes sociales que son utilizadas por la comunidad. Para esto se contratará a un *community manager*, el cual estará encargado del *social media*, de forma que este genere una página *web* y tienda virtual de la marca La Emilia disponible para los consumidores.

En este espacio se podrá encontrar un catálogo con diferentes productos/servicios/paquetes que serán ofrecidos, de tal modo que se les facilitará a los potenciales compradores la reserva y seguimiento de los artículos. La plataforma por utilizar será *tiendanube*, ya que cuenta con paquetes especializados y segmentación de clientes.

Para el desarrollo de la página *web* y de la plataforma de *e-commerce* se buscará un diseño que capte la atención y sea fácil para la utilización del usuario. Para finalizar, se publicitará en *Facebook* e *Instagram* mediante las opciones que ofrecen, el pago de estos será mensualmente.

Indicadores

En primer lugar, se utilizarán indicadores o KPI's que permitirán analizar la aplicación del plan *social media*. Los indicadores para medir las redes sociales serán los representados en la tabla 4.

Tabla 4

Indicadores social media

Indicador	Descripción	Fórmula	Medición
Conversión	Se define por el número de ventas de todos los canales de venta.	\sum canales de venta	Trimestral
Satisfacción de los clientes	Cualificar la satisfacción de los clientes a través de una encuesta de valoración.	<i>Net Promoter Score</i>	Mensual
Fidelización del cliente	Medir si la empresa ha recuperado el costo de adquisición de un cliente (marketing y costo de ventas).	<i>Customer Lifetime Value</i>	Trimestral
Visitantes de la página web	Atraer a los visitantes del sitio web.	<i>Google Analytics</i>	Trimestral
Número de ventas	Forma de evaluar si una empresa, unidad, proyecto está logrando sus metas y objetivos estratégicos.	$\frac{\text{Ventas periodo} - \text{Ventas periodo anterior}}{\text{Ventas periodo anterior}} \times 100$.	Trimestral

Fuente: elaboración propia.

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

Tabla 5

Indicadores

Indicador	Descripción	Fórmula	Medición
Tasa de ocupación	Mide la tasa de ocupación en diferentes periodos.	$\frac{\text{Habitaciones ocupadas}}{\text{habitaciones disponibles}} \times \frac{\text{período}}{\text{período}} \times 100$.	Mensual
Tarifa diaria promedio	Se podrá realizar para la planificación presupuestaria del hotel y ayudar a llevar a cabo algún ajuste en el valor de las tarifas diarias.	$\frac{\text{Ingresos totales para el período}}{\text{tarifas diarias vendidas en el período}}$.	Mensual

Fuente: elaboración propia.

Agregado de valor a la propuesta

Se expone aquí alguno de los *flyers* que se utilizarán para la campaña de marketing en redes sociales.



Conclusión

El proyecto de mejora dado por la implementación del servicio de alojamiento *glamping* que se planteó en la finca “La Emilia” ubicada en Colonia Caroya, departamento de Colón, provincia de Córdoba, surgió luego de realizar un análisis del contexto donde se detectó la ausencia de un servicio de hospedaje para los visitantes que arribaban a la finca.

Por este motivo, se propuso la idea del *glamping* como servicio de alojamiento, ya que respondió a la debilidad presentada y proporcionó un servicio eficiente que se adaptó a las nuevas medidas que han incorporado los huéspedes como consecuencia del COVID-19. Además, le dio a la finca un valor agregado, fomentando las actividades recreativas y el turismo sostenible, el cual es un motor de crecimiento que ha cobrado gran relevancia en los últimos años, debido a que es un factor fundamental para la preservación de áreas naturales y es una de las fuentes de ingreso para la economía de la comunidad.

A modo de conclusión, este trabajo permitió realizar un proyecto de mejora integrando una nueva modalidad de alojamiento ecológico como lo es el *glamping*, con las actividades recreativas al aire libre. Además de capacitar al personal que se integró a la finca para informar y acoger al visitante con espíritu hospitalario, potenciando la experiencia del cliente, fortaleciendo así las capacidades, en miras a un futuro con grandes posibilidades y cambios que enriquecen la economía y, sobre todo, las culturas que traspasan fronteras.

Recomendaciones

Se presentan a continuación algunas recomendaciones:

- Generar alianzas con cadenas hoteleras de alto poder adquisitivo como NH, American hoteles, Howard Johnson, Windsor, y restaurantes como San Honorato, República Restaurant. De esta manera se logrará fortalecer su imagen, captar a nuevos clientes y expandirse a nuevos mercados, lo que se dará mediante la compra de sus productos elaborados artesanalmente.
- Practicar e incentivar el uso sustentable de sus recursos, teniendo en cuenta las preferencias de los visitantes a la hora de elegir un producto o servicio turístico.
- Implementar nuevas actividades recreativas como cabalgatas, *trekking*, almuerzos en el entorno campestre.

Referencias

- Arico, M. A., Gaitán, O., y Larghi Pajares, S., R. (2021). WAYLLA GLAMPING. Recuperado de <https://repositorio.uade.edu.ar/xmlui/handle/123456789/13806>
- Asociación de Hoteles de Turismo de la República Argentina. (2022). Estándar de Gestión Sustentable en Hoteles. Requisitos, especificaciones y criterios de sustentabilidad. Recuperado de <http://www.hotelesmasverdes.com.ar/>
- Bolaños, D. J., González, V. A. (2014). *Turismo sustentable y competitividad*. Editorial Cultiva Libros.
- Cornejo Ganga, L. E. (2013). *Turismo sustentable, un modelo de planificación*. Editorial Universidad de La Serena.
- Conrady, R., Ruetz, D., Aeberhard, M. (2020). *Luxury tourism, market trends, changing paradigms and best practices*. Springer Nature.
- Domínguez, I., F. (2022). *Ecoturismo*. Editorial Vigo.
- Hosteltur. (2013). Bill Marriott va tras los Millennials. Recuperado de https://www.hosteltur.com/125850_bill-marriott-va-millennials.html
- Hosteltur. (2019). Presentan primer sistema de check in-out para hoteles en Argentina. Recuperado de https://www.hosteltur.com/lat/130363_presentan-primer-sistema-de-check-in-out-para-hoteles-en-argentina.html
- Hosteltur. (2022). Argentina: la inflación en hoteles y restaurantes fue del 65,4% en 2021. Recuperado de https://www.hosteltur.com/lat/149193_argentina-la-inflacion-en-hoteles-y-restaurantes-fue-del-654-en-2021.html
- INDEC. (2022). Encuesta Permanente de Hogares. Incidencia de la pobreza y de la indigencia. Resultados del segundo semestre de 2021. Recuperado de <https://www.indec.gov.ar/indec/web/Nivel4-Tema-4-46-152>
- Infobae. (2022). El Gobierno entregará a los empleados de hoteles hasta \$22.000 de

- manera extraordinaria. Recuperado de <https://www.infobae.com/economia/2022/01/20/el-gobierno-entregara-a-los-empleados-de-hoteles-hasta-22000-de-manera-extraordinaria/>
- Infobae. (2022). El Gobierno entregará subsidios de hasta \$1 millón para fomentar proyectos turísticos: cómo aplicar. Recuperado de <https://www.infobae.com/economia/2022/08/03/el-gobierno-entregara-subsidios-de-hasta-1-millon-para-fomentar-proyectos-turisticos-como-aplicar/>
- Levoyer Vivanco, M., S. (2019). Plan de mejoramiento turístico para el aprovechamiento de los recursos naturales y agroecológico en la Finca San Miguel de Tomalón de la parroquia La Esperanza cantón Pedro Moncayo. Recuperado de <http://repositorio.uisrael.edu.ec/handle/47000/1932>
- Ley 6483. (1980). Ley de alojamientos turísticos de la provincia de Córdoba. Recuperado de <http://www.cordobaturismo.gov.ar/wp-content/uploads/2013/02/18LeyAlojamientoyDto1359.pdf>
- Llanes, C., y Nel, M. (2016). *Ecoturismo*. Editorial UOC.
- Mansilla, M., N., Kiatkovski, M., y Rossi, B. (2021). Turismo creativo: fundamentos, fortalezas y debilidades como modalidad de turismo cultural diferencial. Recuperado de <https://eutm.es/grantour/index.php/grantour/article/view/247/91>
- Ministerio de Turismo y Deporte. (2022). PREVIAJE. Recuperado de <https://previaje.gob.ar/>
- Zizumbo Villarreal, L. y Monterroso Salvatierra, N. (2017). *Repensando el turismo sustentable*. Ediciones Eón.
- Montenegro Velandia, W. (2019). *Competitividad turística como motor de desarrollo regional: Un estudio del clúster de turismo en el Suroeste antioqueño*. Fondo Editorial – Ediciones Universidad Cooperativa de Colombia.

- ONU. (2019). Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. Recuperado de https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/lenguaje_claro_web.pdf
- Taino, V. (2018). *Ecolodges and glamping*. Youcanprint.
- Tarlombani da Silveira, M., A. (2005). Turismo y sustentabilidad Entre el discurso y la acción. Recuperado de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322005000300002
- Tecnohotel. (2018). Inteligencia Artificial, ventajas y retos de automatizar la industria hotelera. Recuperado de <https://tecnohotelnews.com/2018/08/inteligencia-artificial-ventajas-hoteles/>
- Tiendanube. (2022). Recuperado de <https://www.tiendanube.com/>
- Tschrister, A., E. (2018). Glamping como estrategia de diversificación de la oferta de alojamiento de la localidad de Sierra de la Ventana. Recuperado de <https://repositoriodigital.uns.edu.ar/handle/123456789/4480>