

2020

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

LICENCIATURA EN TURISMO

PLAN DE MARKETING

PROFESORES TUTORES: LIC. CAROLINA BEBER / CR. WALTER DE POI
ALUNMA: OVIEDO, MILENA VANESA

*El turismo favorece el contacto del hombre con la naturaleza y con las culturas,
promueve la valorización de los recursos ambientales y presenta las
bellezas de la creación como una herencia común de toda la familia
humana.*

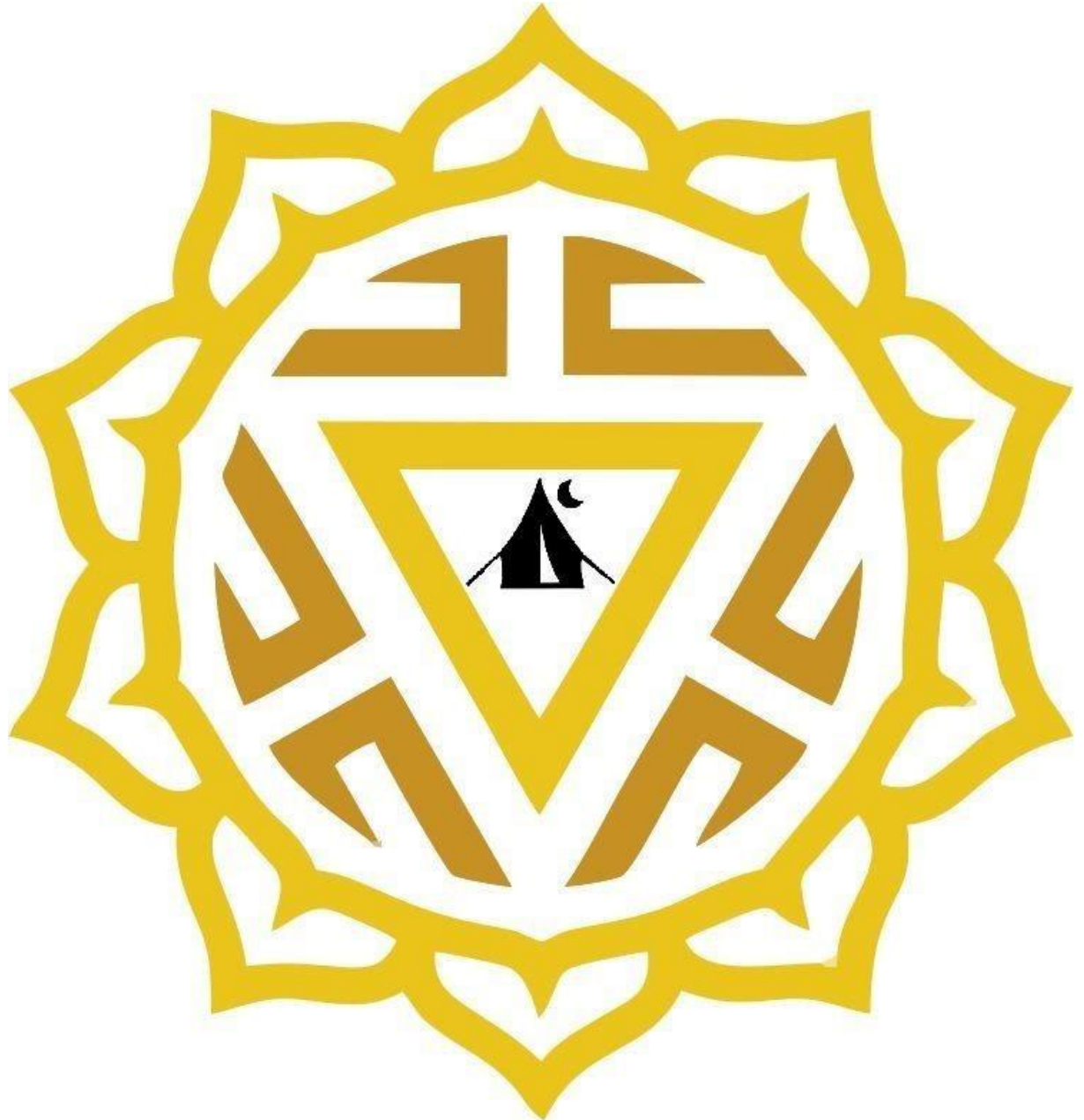
Papa Juan Pablo II

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	7
CAPITULO I: RESUMEN EJECUTIVO	9
1.1. NOMBRE DEL PROYECTO: “MANIPURA – GRANJA INTEGRAL”	10
1.2. IDEA DEL PROYECTO	10
1.3. NOMBRE DEL DESTINO TURÍSTICO DONDE SE DESARROLLA EL PROYECTO	11
1.3.1. CARACTERÍSTICAS DEL DESTINO	11
1.3.2. ESTADO DE DESARROLLO DEL TURISMO LOCAL	13
CAPITULO II: SINTESIS DE F.O.D.A.	15
2.1. VILLA CARLOS PAZ	16
2.1.1. FORTALEZAS	16
2.1.2. OPORTUNIDADES	16
2.1.3. DEBILIDADES	17
2.1.4. AMENAZAS	17
2.2. MANIPURA – GRANJA INTEGRAL	18
2.2.1. FORTALEZAS	18
2.2.2. OPORTUNIDADES	18
2.2.3. DEBILIDADES	18
2.2.4. AMENAZA	18
2.3. CONCLUSIÓN F.O.D.A	19
CAPITULO III: OBJETIVOS DEL PROYECTO	21
3.1. OBJETIVOS GENERALES	22
3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	22
CAPITULO IV: DESCRIPCION DETALLADA DEL PRODUCTO TURÍSTICO	23

4.1. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO	24
4.1.1. DORMIS / CABAÑAS	26
4.1.2. PLANO INICIAL DEL PREDIO “MANIPURA – GRANJA INTEGRAL”:	28
<u>CAPITULO V: PERFIL DEL MERCADO</u>	<u>29</u>
5.1. IDENTIFICAR EL PERFIL DE MERCADO META DEL PROYECTO	30
5.1.1. SEGMENTACIÓN GEOGRÁFICA	30
5.1.2. SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA Y SOCIAL	31
5.1.2.1. Sexo	31
5.1.2.2. Edad	32
5.1.3. OCUPACIÓN	32
5.1.4. FACTORES/ ELEMENTOS QUE CONTRIBUYERON A LA ELECCIÓN DEL DESTINO.	33
5.2. SEGMENTACIÓN	34
<u>CAPITULO VI: ESTRATEGIA DE MARKETING</u>	<u>36</u>
6.1. POSICIONAMIENTO DEL PROYECTO	37
6.1.1. IDEA VENDEDORA	37
6.1.2. MARCA TURÍSTICA	38
6.1.3. ESTRATEGIA DE RELACIÓN CON LOS CLIENTES	39
<u>CAPITULO VII: POLÍTICA DE PRECIOS</u>	<u>40</u>
7.1. INVERSIÓN INICIAL	41
7.2. ESTRUCTURA DE COSTOS	42
7.3. PRECIOS COMPARATIVOS	43
7.4. FIJACIÓN DE PRECIOS	43
7.5. ESTACIONALIDAD DE LA DEMANDA	44
<u>CAPITULO VIII: POLITICA DE COMUNICACIÓN</u>	<u>47</u>
8.1. ELECCIÓN DE LA MEZCLA DE COMUNICACIONES DE MARKETING	48
8.1.1. POLÍTICA DE COMUNICACIÓN EXTERNA	48
8.1.1.1. Página Web	49
8.1.1.2. Redes Sociales	49
8.1.2. POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INTERNA	50

CAPITULO IX: POLÍTICA DE COMERCIALIZACIÓN	52
9.1. ESTRATEGIA Y CANALES DE COMERCIALIZACIÓN	53
9.1.1. CANALES PROPIOS	53
9.1.2. CANALES AJENOS	54
CAPITULO X: CALIDAD TURÍSTICA	56
10.1. CALIDAD TURÍSTICA	57
10.1.1. COMO MEDIR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	57
10.1.2. FORMULARIO DE MEDICIÓN DE SATISFACCIÓN:	58
CAPITULO XI: CONCLUSIONES	60
11.1. EVALUACIÓN FINAL DEL PROYECTO	61
11.1.1. EVALUACIÓN TÉCNICA	61
11.1.2. EVALUACIÓN COMERCIAL	61
11.1.3. EVALUACIÓN ECONÓMICA	61
11.1.4. EVALUACIÓN SOCIAL	62
11.1.5. EVALUACIÓN AMBIENTAL	62
11.2. CONCLUSIÓN	64
BIBLIOGRAFÍA	65
MATERIAL DE LA LICENCIATURA EN TURISMO UNIVERSIDAD DE FASTA:	65
PÁGINAS WEB:	65
ANEXOS	68
LEY NACIONAL DE TURISMO ACCESIBLE	68
TURISMO SOSTENIBLE	70
PRINCIPIOS DE LA ARQUITECTURA SUSTENTABLE	73



MANIPURA
Granja Integral

Introducción

Villa Carlos Paz es una localidad perteneciente a la provincia de Córdoba, siendo esta última una de las regiones turísticas más importantes del país.

El motor económico de dicha ciudad es el turismo, debido a que la misma surge incluso como un centro turístico a principio del siglo pasado. Actualmente Carlos Paz se posiciona – según el balance presentado por el municipio en febrero del corriente año- ¹ como el destino turístico más importante de Argentina, recibiendo durante el año 2019 a más de dos millones de personas.

La localidad es renombrada en todo el país como prestadora de servicios para llevar a cabo turismo de ocio, sol, playa y vida nocturna activa; motivo por el cual surge el proyecto “Manipura”, para aportar al desarrollo del turismo local, ampliar las ofertas de turismo alternativo en Villa Carlos Paz y alrededores y concientizar a la comunidad, ya sea visitantes o residentes.

El *objetivo* del mismo es crear una *Granja Integral con fines turísticos, educativos y recreativos, con instalaciones accesibles, en las cercanías de la localidad de Villa Carlos Paz.*

Manipura, será un lugar de encuentro turístico adaptado, esto quiere decir que toda persona cualquiera sea su capacidad psicofísica, podrá disfrutar de las instalaciones del establecimiento.

La Granja se ubicará a pocos kilómetros de la villa veraniega, estará compuesta por sectores internos divididos para la realización de diferentes actividades, cabañas y dormis, zona para acampar, piscina, bajada al río, quincho cerrado para usos múltiples, laberinto de flora autóctona y sector para fogones nocturnos y juegos (bochas, ajedrez).

Como bien hace referencia el nombre “Manipura”, es una propuesta para vivir en armonía con la naturaleza, preservando y disfrutando del medio que nos rodea; no sólo brindaremos servicios a nivel turístico, si no que ayudará a la sociedad a tomar conciencia sobre la importancia del cuidado del medio ambiente.

¹ VíaCarlosPaz (29/02/2020). Carlos Paz en números: la ciudad recibió más de dos millones de turistas en el 2019. Recuperado de: <https://viapais.com.ar/carlos-paz/1613950-carlos-paz-en-numeros-la-ciudad-recibio-masde-dos-millones-de-turistas-durante-el-2019/>

CAPITULO I: RESUMEN EJECUTIVO

1.1. Nombre del Proyecto: “Manipura – Granja Integral”

El proyecto presentado a continuación denominado “Manipura – Granja Integral”, estará ubicado en la ruta S429, entre la ciudad de Villa Carlos Paz y el pequeño poblado de Cabalango, a unos 40 kilómetros de la capital cordobesa.

1.2. Idea del proyecto

El establecimiento “Manipura – Granja Integral”, brinda un servicio de turismo alternativo, donde toda persona ya sea, residente o turista, contingentes o entes educativos, puedan disfrutar de un modo diferente y responsable del turismo local.

El objetivo de la propuesta es la creación de una Granja Integral con fines turísticos, educativos y recreativos, formando parte de la inclusión social.

Manipura se encuentra en un amplio terreno, donde se dividirán subsectores para la realización de diferentes actividades. El estacionamiento del mismo se encuentra al ingreso del predio, donde personal de la Granja los ubicarán, pudiendo acceder a la zona de actividades por medio de rampas y/o escalinatas; está compuesto por cabañas y dormis (tres de cada uno al momento de la apertura) realizados con materiales ecológicos y paneles solares, zona para acampar, piscina, una amplia sala de usos múltiples con horno de barro donde estará incluida la cocina con entrada independiente del mismo. También cuenta con sector de huertas, un didáctico laberinto realizado con especies autóctonas pudiendo aprender sobre sus beneficios, y finalmente el sector de entretenimiento, donde se llevaran a cabo fogones nocturnos, y durante el día distintos juegos como bochas ajedrez, entre otros.

Además de rampas, la granja está dispuesta de cartelería en braille y adaptaciones para toda persona que nos visite cualquiera sea su condición física o sus facultades cognitivas pudiendo hacer uso de las instalaciones del establecimiento, respetando la Ley Nacional de Turismo Accesible N° 25.643².

Los visitantes tendrán la opción de excursión y pernocte; en el caso que pasen día completo en la granja podrán utilizar las instalaciones y servicios libremente o a su vez sumarse al cronograma diario de entretenimientos donde se realizarán competencias didácticas, cabalgatas (actividad terciarizada), elaboración de productos para consumo propio (pan casero, mermeladas, etc) y charlas instructivas sobre la importancia del

² Sistema de Protección Integral de las Personas con Discapacidad (2002) Recuperado de: <https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/ley-25643-77719/texto>

reciclaje. En el caso de pernoctar se le sumarán actividades nocturnas como guitarreadas y fogones.

Las actividades serán planificadas dependiendo de los visitantes que se acerquen semanalmente, variando según las edades de los mismos, grupos reducidos o no y familias.

El proyecto tomará como guía para el desarrollo del establecimiento la “Guía de Turismo Sustentable” emitido por la Presidencia de la Nación “Guía para alojamientos, restaurantes y agencias de viajes”³, por lo tanto las nuevas tendencias que comenzaron a interesarse en las buenas prácticas y desarrollo de turismo sostenible, tendrán un espacio donde puedan realizar sus propias actividades acompañadas por profesionales, pudiendo transmitir a otros sus experiencias, para que la actividad turística no solo se limite playa, sol y teatro en la zona.

1.3. Nombre del destino turístico donde se desarrolla el proyecto

El proyecto se desarrolla a pocos kilómetros de la localidad de **Villa Carlos Paz** (siete kilómetros), sobre la ruta S429, la cual nos comunica con el pequeño poblado de **Cabalango**.

Villa Carlos Paz es un destino reconocido nacionalmente por su actividad turística, la cual es llevada a cabo desde sus inicios con su fundador “Carlos Nicandro Paz”, siendo el mismo un visionario en el rubro.

Cabalango es pequeño poblado ubicado a 12 kilómetros de Villa Carlos Paz, y alrededor de 45 kilómetros de la capital cordobesa, recorrida por el arroyo Los Chorrillos siendo su principal atractivo durante temporada alta; motivo por el cual es visitado por miles de personas durante los meses de verano, pero el resto del año es una zona escasamente poblada sin superar los 500 habitantes permanentes.

1.3.1. Características del destino

La ciudad de Villa Carlos Paz se encuentra en el noroeste de la provincia de Córdoba rodeada por las sierras Chicas y las sierras Grandes, formando parte del Valle turístico de Punilla. Está ubicada estratégicamente para el desarrollo de la actividad, ya que se encuentra a solo 36 kilómetros de la Capital provincial, por ende próxima al

³ Ministerio de Turismo (2017) Como ser una organización turística sustentable – Guía para alojamientos restaurantes y agencias de viajes – Ministerio de Energía y Minería; Ministerio de Turismo y Presidencia de la Nación. Recuperado de: https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/mintur-minemcomo_ser_una_organizacion_turistica_sustentable.pdf

Aeropuerto Internacional Ambrosio Taravella, comunicado por la Autopista Justiniano Posse (Ruta 20).

La localidad tiene sus comienzos a principios del siglo XX, siendo su fundador Carlos Nicandro Paz; el cual comenzó a realizar las construcciones de las primeras casonas locales con el fin de un futuro desarrollo turístico de elite, ya que en dicha época, los accesos eran complicados y se acercaban solo familias adineradas con sus vehículos propios. Con el paso del tiempo la ciudad comienza a tener mayor demanda con las construcciones de los caminos aledaños como el camino de las Altas Cumbres comunicándonos con la región cuyana y la autopista en 1978 debido al Mundial de Fútbol llevado a cabo en el país el mismo año.

En la zona se fueron anexando diferentes atractivos que favorecieron el desarrollo del turismo local, como nuevas rutas, el reloj Cucú, la aerosilla, balnearios colmados de paradores, parques recreativos como Peko's y Wave Zone, Estancia Loca, La casa de Casper, obras de teatros, etc... consecuentemente aumentaron las inversiones locales, posicionándose como uno de los principales destinos turísticos a nivel nacional durante la temporada de verano. Si bien la ciudad tuvo que atravesar diferentes crisis que afectaron la llegadas de turistas, distintas políticas municipales, decidieron llevar a cabo acabo variados eventos durante todo el año, para poder romper con la estacionalidad, y generar fuentes de trabajo e ingresos con mayor continuidad; motivo por el cual es un atractivo esencial para egresados de nuestro país de sexto y noveno grado durante los meses de septiembre a diciembre; contingentes de la tercera edad durante el otoño, siendo además el receptor de eventos internacionales como el Rally Mundial, Dakar, Abuelazo, Danza América, entre otros...

Actualmente empresas multinacionales apostaron al desarrollo local, instalando sus servicios gastronómicos Mc Donal's, en cuanto a servicios hoteleros fueron Howard Johnson y Amerian los que decidieron realizar nuevas inversiones en la zona. Dicha ciudad comenzó a crecer desmedidamente con el paso del tiempo, aumentando notoriamente la población luego de cada temporada de verano, ya que los turistas finalizada la misma, quedan fascinada con su fisonomía, y llegan a las sierras en busca de nuevas oportunidades. Villa Carlos Paz, llegó a contar hoy en día con 15 colegios primarios (ocho de ellos estatales, seis privados y un centro educativo con método Waldorf) y 11 centros educativos secundarios (cuatro pertenecientes al estado y siete institutos privados).

1.3.2. Estado de desarrollo del turismo local

Villa Carlos Paz es una ciudad en continuo crecimiento, motivo por el cual es necesario un constante desarrollo para lograr satisfacer las necesidades de los habitantes y por ende de los turistas.

Como hecho recurrente en localidades de nuestro país, podemos decir que en los años electorales es cuando más se concretan las inversiones, Carlos Paz no es una excepción a ese hecho; por lo tanto durante el año 2018, comenzaron a observarse los inicios de obras prometidas en los últimos tiempos para el desarrollo del turismo, como lo es el puente peatonal en la zona céntrica de la ciudad y el estadio “Arena”, el cual será el nuevo polideportivo de la localidad.

Por otro lado la villa se está viendo beneficiada por obras provinciales como la tercer mano de la autopista Córdoba – Carlos paz o el puente “José Manuel de la Sota” en el dique San Roque que mejora las vías de acceso a la localidad y alrededores, descongestionando el tránsito local. Sin embargo, a pesar de dichas obras, la ciudad aún carece de infraestructuras para el turismo local.

El saneamiento del lago San Roque, es un tema de discusión continua en la sociedad local siendo afectada directamente la principal actividad económica del lugar, el turismo, ya que el avance de descomposición le otorga un mal aspecto, aromas nauseabundos, etc.

Por otro lado, las calles principales en verano se ven colapsadas por lo que es necesario su ampliación o el desarrollo de vías paralelas.

En los últimos años se han sumado nuevas promociones por parte del municipio en ferias y eventos turísticos (FIT) y medios masivos nacionales; favoreciendo la actividad al traer las mejores obras teatrales del país.

Durante la temporada de verano 2018 – 2019, el balance general de la temporada presenta un promedio del 63% de ocupación para el mes de enero, y en el mes de febrero un 80,3 % indicado por el Secretario de turismo y Deportes, Sebastián Boldrini⁴. Teniendo en cuenta el informe de demanda de dicho balance, los principales visitantes de la zona provienen de la provincia de Córdoba, Santa Fe, La Rioja, Tucumán y Salta. Con un promedio de pernoctación de 5,9 noches y un gasto per cápita diario incluyendo consumos, entretenimiento y alojamiento de \$2.242.

Las cifras de visitantes fueron similares al año anterior, disminuyendo sí la rentabilidad, la cual pueden tener que ver por el estado económico inestable que está atravesando actualmente el país.

⁴InfoCarlosPaz (8/3/2019) Balance Turístico Temporada 2019. Recuperado de: <https://www.infocarlospaz.com/se-presento-el-balance-turistico-de-la-temporada-2019/>

Según manifestó el Secretario de Turismo y Deporte, Villa Carlos Paz quedó posicionado como el destino turístico más importante del país, tras ser visitado durante el año 2019 por 2.264.000 turistas.

En enero del 2020 obteniendo una ocupación del 75% y 84% en el mes de febrero, con un consumo de \$2.300 promedio por persona.⁵

Debido a diferentes conflictos relacionados con la gastronomía y la relación precio/calidad de los mismos, la Asociación Empresaria Hotelera Gastronómica de Villa Carlos Paz (ASHOGA) decidió llevar a cabo el día 29 de febrero del corriente año el primer “Festival de la Picada Serrana” con degustaciones de picadas y productos tantos de comida como de bebida, acompañado con shows en vivo compuesto por 25 bandas y actividades para toda la familia, dicho evento llamó la atención de más de 30 mil personas que se acercaron a las calles céntricas (9 de Julio y General Paz) a disfrutar de la innovadora propuesta carlospance.⁶

⁵ VíaCarlosPaz (29/02/2020) Recuperado de: <https://viapais.com.ar/carlos-paz/1613950-carlos-paz-en-numerosla-ciudad-recibio-mas-de-dos-millones-de-turistas-durante-el-2019/>

⁶ ViaCarlosPaz (02/03/2020) “Festival de la Picada Serrana”. Recuperado de: <https://viapais.com.ar/carlospaz/1616009-mas-de-30-mil-personas-disfrutaron-del-primer-festival-de-la-picada-serrana/>

CAPITULO II: SINTESIS DE F.O.D.A.

2.1. Villa Carlos Paz

2.1.1. Fortalezas

- *Reconocida nacionalmente como importante centro turístico del país*⁷.
- *Infraestructuras municipales en crecimiento:* obras municipales finalizadas antes de la inauguración de temporada de verano 19/20, como el puente peatonal⁸ y el nuevo polideportivo municipal estadio Arena⁹ con capacidad para 1600 espectadores.
- *Personal profesional capacitado para la prestación de servicios turísticos:* la ciudad cuenta con el Instituto Superior Arturo Umberto Illia, donde forman Guía Superior y Técnicos en Turismo y Guías Superior en Trekking.
- *Contingentes de la tercera edad y contingentes egresados de todo el país eligen la ciudad de Villa Carlos Paz:* Grupo de jubilados eligen la ciudad de marzo a mayo y grupos educativos y de egresados escogen la ciudad, rompiendo la estacionalidad turística de la misma.
- *Eventos Internacionales:* Realización de eventos internacionales como Dakar, Rally Argentino, Danza América y Abuelazo.
- *Ubicación geográfica óptima para el desarrollo de la actividad turística:* Rodeada del cordón montañoso de las Sierras Grandes y Sierras Chicas, atravesada por el Río San Antonio, atractivos para el turismo.

2.1.2. Oportunidades

- *Proximidad a la ciudad de Córdoba, pudiendo acceder a todos los beneficios de la capital cordobesa.*
- *Proximidad al aeropuerto internacional Ing. Ambrosio Taravella. (45km de distancia):* Contando actualmente con importantes conexiones a nivel nacional tanto como internacional.
- *Buenas conexiones para el acceso a la ciudad de Villa Carlos Paz (Autopistas – Autovías):* La ciudad de Villa Carlos Paz, se encuentra a 35km de la capital cordobesa, en la provincia del centro del país, teniendo acceso a: la Ruta Nacional 9 (a través de la Ruta Nacional 20) conectando con el Noroeste y provincia de Buenos Aires, Ruta Nacional 38 que nos comunica con la Región de Cuyo, acceso a las Altas

⁷ CarlosPazVivo (2019)- Según el INDEC, Carlos Paz lidera el turismo Nacional, en el Internacional queda relegada pero crece. Recuperado de: <https://www.carlospazvivo.com/segun-indec-carlos-paz-lidera-en-el-turismo-nacional-en-el-internacional-queda-relegado-pero-creciendo/>

⁸ Recuperado de : <https://viapais.com.ar/carlos-paz/1520317-adoquinaran-el-nuevo-puente-peatonal-de-carlospaz/>

⁹ Recuperado de: <https://mundod.lavoz.com.ar/y-mas/carlos-paz-inauguro-el-arena-su-estadio-con-capacidad-para-1600-personas>

Cumbres cordobesas por la Ruta Provincial 34 conectando con la provincia de San Luis (a través del Valle turístico de Traslasierras)¹⁰.

2.1.3. Debilidades

- *Falta de conservación de atractivos locales pudiendo afectar el futuro de la actividad turística.*
- *Deterioro avanzado del Lago San Roque¹¹.*
- *Falta de una visión integral por parte del sector público y privado.*
- *Escasa formación de la población local para el recibimiento del turismo, y la protección y conservación del lugar.*
- *Lluvias escasas durante el año, afectando la vegetación de la zona y aumentando la sequía de ríos y arroyos.*

2.1.4. Amenazas

- *Lluvias escasas durante el año: generando el aumento de riesgos de incendios en los valles serranos, afectando directamente al turismo de la provincia de Córdoba.*
- *Falta de Colocación cloacal en ciudades vecinas, afectando el saneamiento del lago San Roque.*
- *Nuevos destinos competidores: Merlo actualmente actúa como un directo competidor de la localidad de Villa Carlos Paz, siendo la siguiente opción del consumidor debido al exceso de la regulación vial de la provincia.*
- *Exceso de regulación vial en rutas provinciales: con falta de información a provincias vecinas, afectando a la continuidad del turismo.*
- *Inestabilidad económica a nivel nacional: afectando el desarrollo del turismo interno.*

¹⁰ Recuperado de: <http://www.carlospazturismo.com.ar/rutas-accesos.htm>

¹¹ Recuperado de: <https://lmdiaro.com.ar/contenido/125144/estudio-ambiental-alerta-sobre-la-gravecontaminacion-del-lago-san-roque>

2.2. Manipura – Granja Integral

2.2.1. Fortalezas

- *Propuesta innovadora para las nuevas tendencias:* propone el cuidado y la conservación del medio ambiente, en un ambiente diferente con experiencias únicas.
- *Personal altamente capacitado:* tanto para las actividades recreativas como educativas, todas las personas que formen parte de Manipura, serán profesionales en Turismo, Medio Ambiente, etc.
- *Inscrito en la Dirección de Turismo de la Provincia de Córdoba, como prestador de Turismo Alternativo, bajo la modalidad de Ecoturismo:* lo cual le otorga seriedad y profesionalismo al servicio prestado.
- *Instalaciones accesibles para personas con capacidades diferentes.*
- Servicio apto para todas las edades.
- Ubicación óptima para la prestación de servicios turísticos.

2.2.2. Oportunidades

- *Escasa competencia directa.*
- *Mercado potencial atrayente por este tipo de ofertas conservacionistas.*
- *Nuevas tendencias por parte del mercado para sumarse a proyectos que respeten el ambiente natural.*

2.2.3. Debilidades

- *Dificultad para insertarse en el mercado turístico local.*
- *Importante inversión inicial.*

2.2.4. Amenaza

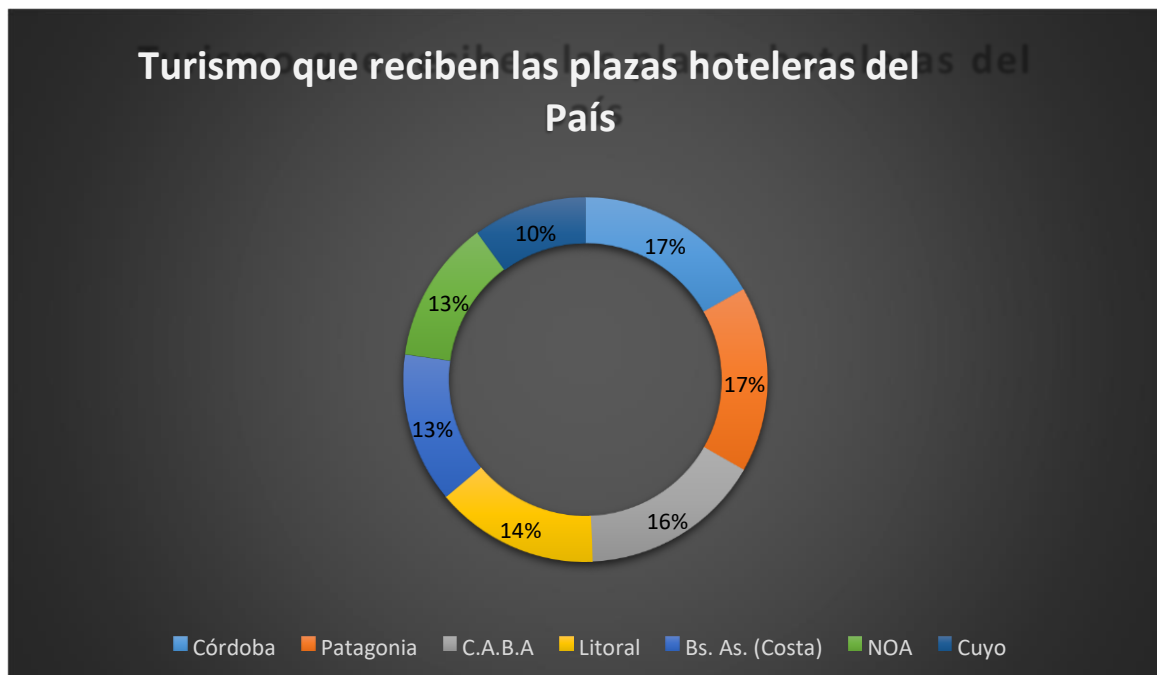
- *Estacionalidad turística en la zona.*
- *Escasas lluvias durante el año:* aumenta el riesgo de incendio por sequía en el predio y alrededores, afectando directamente el desarrollo de la actividad turística.
- *Inestabilidad económica nacional, afectando el desarrollo del turismo del establecimiento.*
- *Devaluación de la moneda nacional:* perjudica la fijación de tarifas.
- *Covid – 19:* virus que afecta por tiempo indefinido el desarrollo de la actividad turística mundial.¹²

¹² UNWTO (2020) El Turismo y el (Coronavirus) Covid – 19. Recuperado de: <https://www.unwto.org/es/turismo-covid-19-coronavirus>

2.3. Conclusión F.O.D.A

Teniendo en cuenta el análisis F.O.D.A de la localidad de Villa Carlos Paz, según los datos emitidos por el INDEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos), basados en las encuestas de la ocupación hotelera de las regiones de Argentina, la provincia de Córdoba lidera el turismo nacional con el 16,6%, seguida por la región patagónica con 16,4%, Ciudad Autónoma de Buenos Aires 16%, Litoral con 14,2%, provincia de Buenos Aires (Costa Atlántica) con un 12,6% y la región cuyana con un 10%.

Siendo la ciudad de Carlos Paz, el destino más influyente de la provincia a nivel turístico, por lo tanto su reconocimiento a nivel nacional, es la fortaleza más importante para poder llevar a cabo el desarrollo del turismo local.



○ Fuente: CarlosPazVivo (Junio 2019), Estadísticas según I.N.D.E.C

Haciendo referencia al análisis F.O.D.A. de la ciudad como a la del proyecto “Manipura – Granja Integral”, se define al proyecto turístico como un favorecedor para la localidad, ya que se realizarán talleres, charlas y capacitaciones sobre la sustentabilidad, la importancia de la conservación del medio ambiente; donde se trabajará en forma conjunta con la A.G.U.I.P (Asociación de Guías de Turismo Profesionales de la Villa) para llevar a cabo en la misma capacitaciones para sus integrantes, valorizando su profesión, favoreciendo al desarrollo de la misma en la zona. Se realizarán también encuentros con diferentes centros educativos de la ciudad y

localidades aledañas durante el año, brindando talleres de diferentes temáticas, referentes al desarrollo del turismo local, de una forma dinámica y distendida.

Cabe destacar también, que el proyecto no posee competencia directa; si compite con productos/servicios sustitutos como lo es el Parque Recreativo Peko's o Estancia Loca. El proyecto se verá beneficiado ante la escasa oferta de productos que lleven a cabo el Programa de Buenas Prácticas, motivo por el cual sumará prestigio, siendo apoyado por entes no gubernamentales de protección ambiental.

CAPITULO III: OBJETIVOS DEL PROYECTO

3.1. Objetivos Generales

- Crear una Granja Turística Integral, bajo la ley de turismo accesible (Ley Nacional N°25.643), respetando las buenas prácticas para que el desarrollo de la actividad sea sustentable, fortaleciendo el turismo responsable en la zona.

3.2. Objetivos Específicos

- Iniciar la actividad turística a fines del año 2022.
- Durante la temporada de apertura; lograr un total de 9000 visitantes, de los cuales un tercio serán con pernocte.
- Aumentar anualmente un 15% la visita de centros educativos de la zona.
- Posicionarnos en el mercado local, formando parte de las ventas de 15 Agencias de Viajes de Turismo receptivo de Villa Carlos Paz durante el primer año de apertura.
- Lograr el primer año de apertura la realización de al menos cinco actividades de talleres temáticos.
- Formar parte del cronograma anual extra escolar de 20 establecimientos educativo de primer ciclo y ciclo básico de la zona a los cinco años de apertura.

**CAPITULO IV:
DESCRIPCION
DETALLADA DEL
PRODUCTO TURÍSTICO**

4.1. Descripción del Producto Turístico

El producto es una Granja Integral con fines turísticos, recreativos y educativos.

El término granja hace referencia al espacio creado por el hombre en sectores rurales donde podemos encontrar diferentes centros productivos; la misma además puede ser utilizada como espacio habitacional para las personas que realicen las actividades productivas, por dicha razón la granja cuenta con diferentes áreas; teniendo en cuenta la parte de integral con fines turísticos, se pretende dar a conocer que comprende a todos los aspectos o partes necesarias para ser completa en dicho rubro.

Manipura – Granja Integral, es un espacio en las sierras cordobesas donde todos los visitantes tomarán conciencia de la importancia de la conservación y sustentabilidad del medio ambiente.

El término sustentabilidad hace referencia a la acción del hombre en relación al entorno. Es decir se refiere a los sistemas biológicos que pueden conservar la diversidad y productividad a lo largo del tiempo.¹³

Además de ser un espacio sustentable, dicha granja poseerá instalaciones accesibles (las cuales son escasas en la ciudad de Villa Carlos Paz y alrededores), por lo tanto personas de todas las edades, sin importar sus capacidades físicas o cognitivas, podrán disfrutar del entorno tomando conciencia de forma dinámica la importancia de la sostenibilidad, teniendo acceso a diferentes talleres a nivel cultural y educativo durante el año, fuera de temporada alta.

El predio de 33 hectáreas, estará conformado por dormis y cabañas, en un principio tres de ellas con capacidad para 4/6 personas cada una y tres dormis con capacidad para 2 personas por construcción, con instalaciones adaptadas, pantallas solares y materiales ecológicos. A unos 20 metros de dichas construcciones, se encontrarán el quincho (cerrado) común, el cual contará con asador interno y horno de barro, cocina, sanitarios y todas las instalaciones necesarias para desarrollar las actividades, adherido al mismo una proveeduría (en concesión) para que los visitantes que pernoctan tengan acceso a productos básicos; sector para carpas además de mesas y sillas de madera esparcidas por diferentes zonas cercanas a las construcciones; dos canchas de vóley con base de arena y una cancha de fútbol siete de césped (de 25x15 metros cada una). El proyecto además contará un sector de huertas para consumo propio compuesto por tomates, lechuga, ajo, zanahoria, berenjena, calabaza, entre otros.

En cuanto al sector recreativo, el predio contará con un laberinto para todas las edades, cabalgatas (actividad terciarizada por lo cual el costo de la misma será ajeno a

¹³ Organización Mundial de Turismo – Objetivos de Desarrollo Sostenible. Recuperado de: <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible>

la tarifa pre- establecida por Manipura) que se realizarán por el margen del río, en grupos reducidos con guía capacitado para dicha actividad.

A diario en el sector del quincho o del fogón, dependiendo de las condiciones climáticas, se realizarán encuentros y charlas de poco tiempo de duración, con un especialista, sobre la importancia del reciclado casero, separación de residuos en orgánico e inorgánico, el uso responsable de recursos hídricos y eléctricos, entre otros aspectos de interés.

En un principio contará con capacidad para 200 personas para pasar el día en el predio, y unas 60 (entre cabañas, dormis y espacio para carpas) personas para que puedan pernoctar (entre cabañas, dormis y carpas).

Finalmente, el ingreso de la propuesta se ubicará a unos 7 kilómetros de Villa Carlos Paz, sobre la ruta S429, próximo al poblado de Cabalango, señalizado por medio de la cartelería correspondiente para localizarlo; una vez que se encuentren en el establecimiento, serán recibidos por parte del equipo de Manipura el cual ubicará los vehículos en el sector de parking, accediendo a las instalaciones por medio escalinatas y rampas.

Todas las construcciones dentro del predio de "Manipura" serán llevadas a cabo con materiales ecológicos como barro, paja, arena, madera, botellas y piedra, con cimientos convencionales; siendo sus mobiliarios de dichos materiales y otros reciclados. Cada cabaña / dormis contarán con cargadores solares para artefactos tecnológicos, y el servicio de agua caliente se abastecerá con paneles solares; los cuales también servirán para la climatización de la piscina del predio.

Manipura brinda servicios para actividades realizables todo el año. La propuesta presenta opciones para todas las edades, contingentes de egresados o jubilados y para toda la familia pudiendo pernoctar o no en el lugar, disfrutar de juegos dinámicos, distenderse en nuestro laberinto aprendiendo además de flora medicinal local. En el caso que decidan pasar la noche en la granja disfrutaran de los fogones y guitarreadas nocturnas; es una propuesta diferente de la zona, para que el turismo no sea solo playa y vida nocturna local.

En el Salón de usos múltiples, se llevarán a cabo en época escolar, acantonamientos con los establecimiento educativos de la zona, además el mismo será utilizado para la realización de talleres temáticos (medio ambiente, reciclaje, alimentación vegetariana/vegana, entre otros); cualquier persona interesada en dictar talleres u organizar encuentros de yoga o cualquier otra actividad independiente al equipo de "Manipura", podrá realizarla en el establecimiento por medio de un alquiler pre- establecido del Salón/quincho.

La Granja estará inscrita y habilitada por la Dirección de Turismo de la Provincia de Córdoba, como prestador de Turismo Alternativo (Ley N° 8801/99)¹⁴, dependiente de la Secretaría de Turismo de la Provincia, bajo la modalidad de Ecoturismo, y trabajará en conjunto con la A.G.U.P. (Asociación de Guías Profesionales de Turismo de Carlos Paz)¹⁵, para llevar a cabo los curso y capacitaciones utilizando las instalaciones del predio.

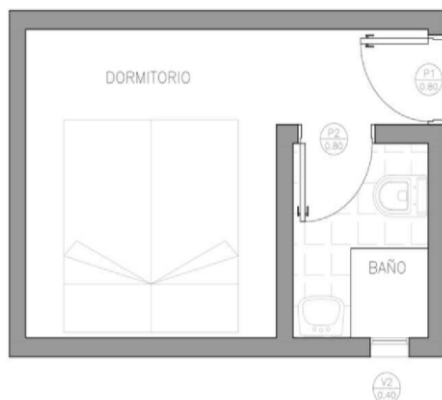
4.1.1. Dormis / Cabañas

Se denominará DORMI a aquellas unidades de vivienda tipo monoambiente, con acceso independiente. Cuentan con baño privado, dormitorio-estar-comedor, pudiendo habilitar cocina o kitchenette. Pueden ser construidos en unidades individuales o adosadas.

✓ Tipología

A modo de ejemplo se estudian posibles tipologías habitacionales.

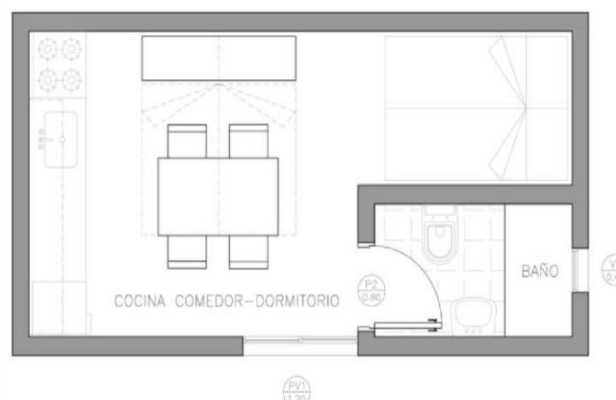
Fuente: <https://dormis.com.ar/tipologias/>



TIPOLOGIA N1

MODULO 3.1 X 4.50 m

Modulo simple con dormitorio y baño



TIPOLOGIA N2

MODULO 3.1 X 6.00 m

Modulo simple con dormitorio integrado, cocina-comedor y baño

¹⁴ Turismo Alternativo en Córdoba Ley N° 8801/99, sancionada en 1999 y reglamentada en 2002. Recuperado de: <https://naturalezacba.com.ar/turismo-alternativo-en-cordoba/>

¹⁵ Asociación de Guías Profesionales de Turismo de Villa Carlos Paz. Recuperado de: <https://www.facebook.com/pages/category/Tour-Guide/Asociaci%C3%B3n-de-Gu%C3%ADas-Profesionalesde-Turismo-de-Villa-Carlos-Paz-1003825343016265/>



✓ **Construcciones**

- Muy bajo consumo energético (materiales que garantizan adecuada aislación térmica y acústica)

- Contribuye con el medio ambiente (obra en seco, no genera grandes desechos ni desperdicios)

- Módulos ampliables.

- Utilización de paneles solares.

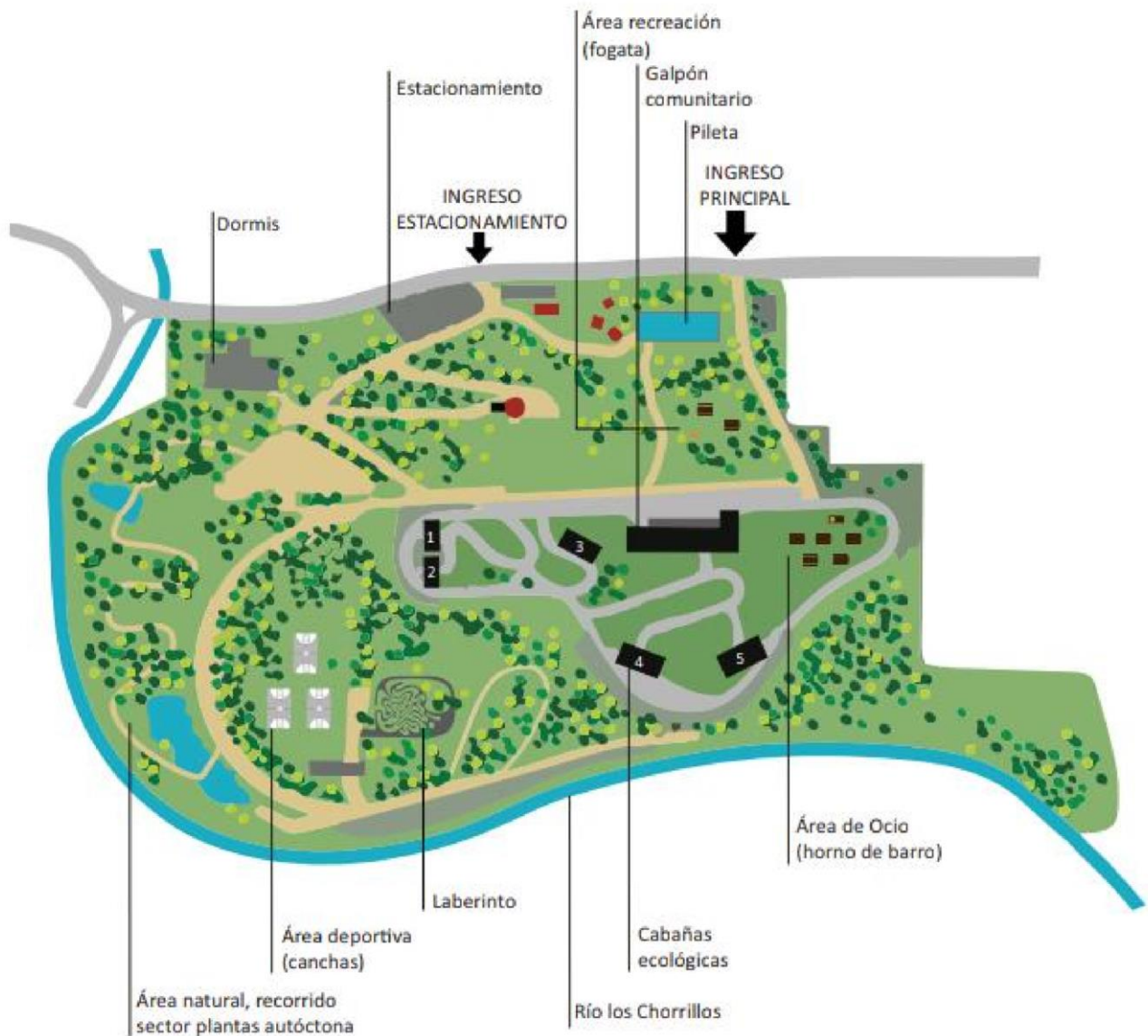
- Cubiertas verdes

- Captación y almacenamiento de agua de lluvia para sistema de riego de huertas.

Las características de los dormitorios, cabañas y salón de usos múltiples (quincho) serán similares entre sí, ya que para las construcciones se utilizarán los mismos materiales, para disminuir el impacto ambiental¹⁶.

¹⁶ Recuperado de: <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/la-bioconstruccion-una-opcion-sustentable-queavanza-en-el-pais-nid2039627>

4.1.2. Plano inicial del predio “Manipura – Granja Integral”:



CAPITULO V: PERFIL DEL MERCADO

5.1. Identificar el perfil de mercado meta del proyecto

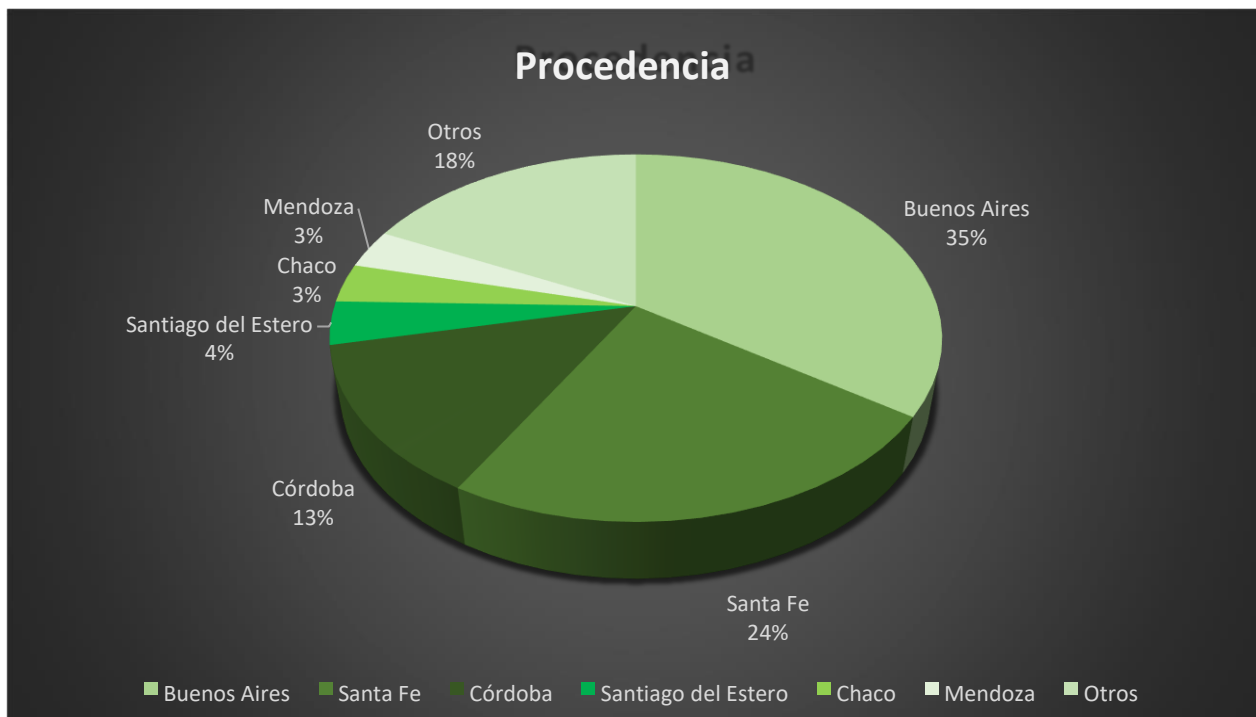
El siguiente análisis hace referencia al perfil del consumidor que se acerca a la localidad de Villa Carlos Paz.

Para identificar el perfil de nuestro mercado meta, se toma como base el registro oficial de la secretaria de turismo de Villa Carlos Paz, para en un principio trabajar y apuntar directamente a los turistas que se acercan al lugar y lograr posicionar el producto como un atractivo local dentro del mercado de turismo receptivo; terminada la temporada de verano el proyecto será dirigido a turismo de la tercera edad, contingentes estudiantiles e instituciones educativas locales y de alrededores para pasar el día en el predio o bien con pernocte en el caso de tener actividades de convivencia.

La propuesta ofrece servicios de pernocte como también el de excursión; siendo la misma dirigida a contingentes, grupos familiares, o cualquier persona interesada.

5.1.1. Segmentación geográfica

Según las estadísticas la mayor influencia de visitantes hacia la localidad de Villa Carlos Paz pertenece a la provincia de Buenos Aires con un 34,5%, seguido de la provincia vecina de Santa Fe con un 23,9%, ya con un 13,3% pertenece a la provincia de Córdoba (10,5% provincia y un 2,8% Ciudad de Córdoba). El 3,8% procedentes de la provincia de Santiago del Estero, con un 3,4% nos visitan turistas del Chaco y otro 3,4% de Mendoza. Teniendo en cuenta el resto de las provincias, conforman un total del 15,8% su afluencia, siendo el 2% perteneciente al extranjero.

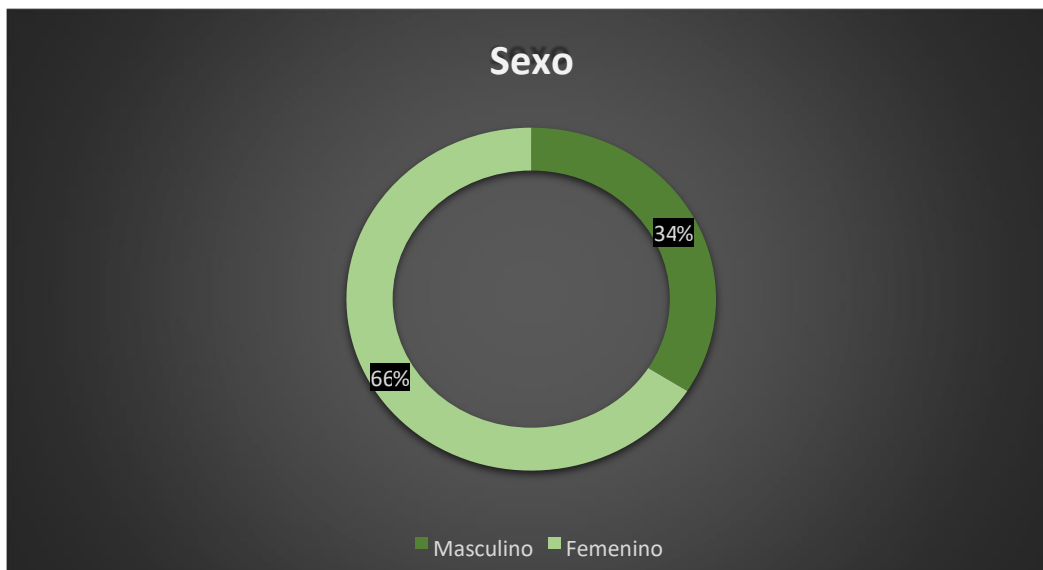


Con respecto a turistas provenientes del exterior principalmente de países sudamericanos como Chile, Paraguay, Uruguay y Brasil el registro del 2016 indicaba que un 8% de los turistas que visitaban la ciudad, eran extranjeros, durante el año siguiente hubo un incremento, subiendo al 1%, lo cual siguió aumentando en la última temporada ya que se registró un 1,5% más que el año anterior.

5.1.2. Segmentación demográfica y social

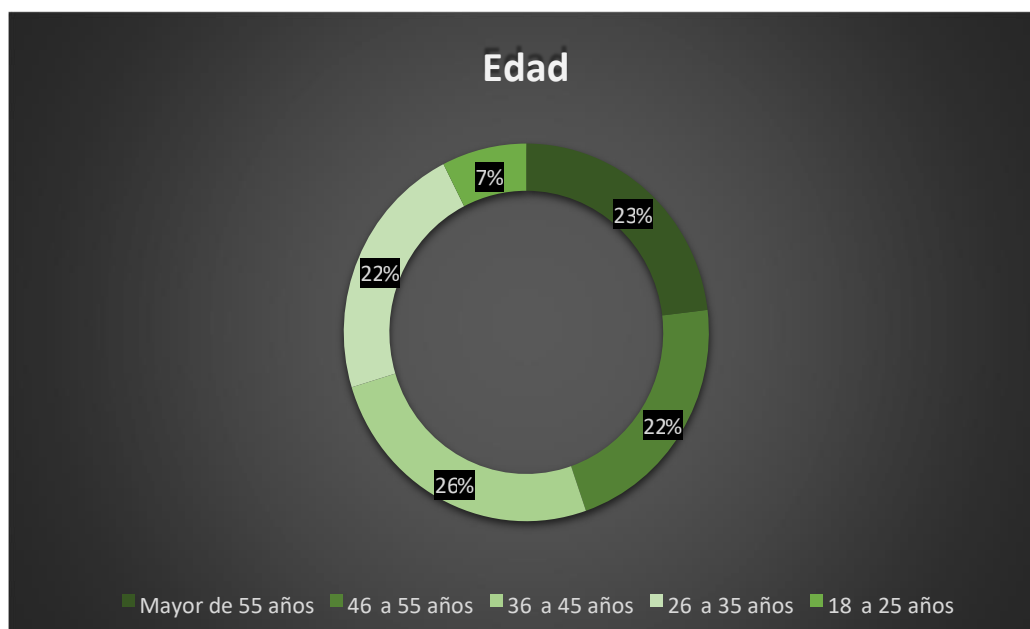
5.1.2.1. Sexo

De los registros establecidos en el informe local, luego de la realización de la encuesta se concluyó que el 66% es de sexo femenino mientras que el 34% es de sexo masculino.



5.1.2.2. Edad

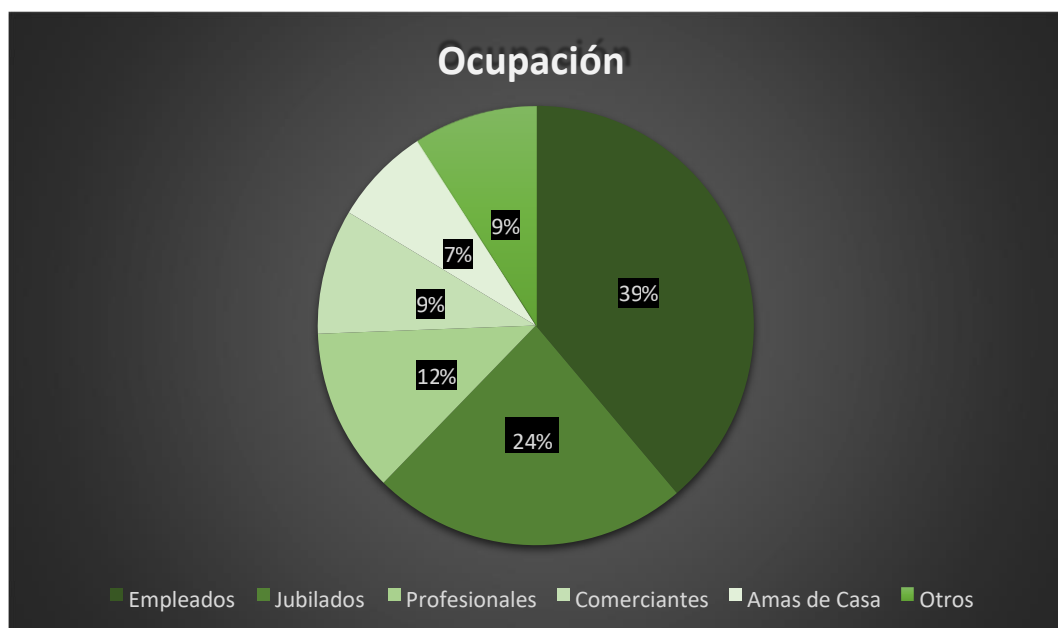
De los visitantes que fueron encuestados para la base de datos de la secretaría de turismo local podemos destacar que el 23,1% son mayores de 55 años, 21,6% entre 46 y 55 años, la mayoría fueron adultos entre 36 y 45 años llegando al 25,6%, seguido por 22,2% personas entre 26 y 35 años y el 7,5% entre 18 y 25 años.



5.1.3. Ocupación

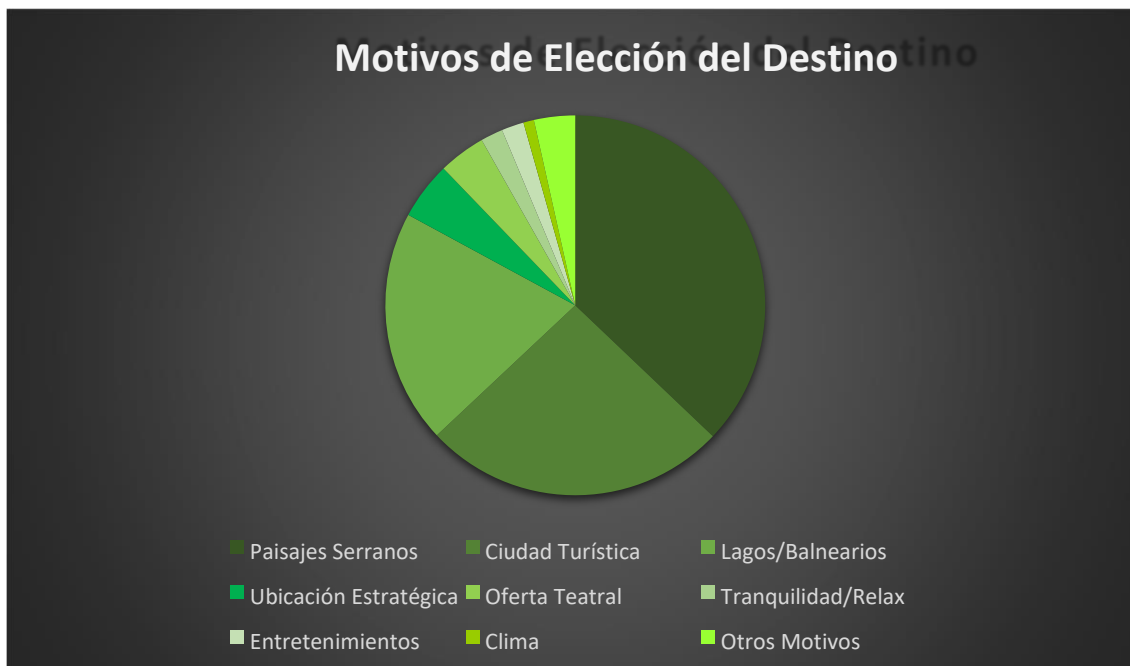
Teniendo en cuenta las personas encuestadas la mayoría de los que nos visitan son empleados ya sea del sector público o privado (38,8%), seguido por los jubilados (23,5), profesionales (12,1%) y comerciantes (9,2%), amas de casa (7,3%) y el 9,1% se

distribuyen en diferentes actividades entre estudiantes, personas dedicadas a la actividad agropecuaria y directivos/funcionarios.



5.1.4. Factores/ elementos que contribuyeron a la elección del destino.

Del total de encuestados, el 37.1% eligió el destino por los paisajes serranos, seguido por el 25.9% que lo selecciono por ser una ciudad turística y el 19.9% por el Lago/Balnearios. El 4.9% por la cercanía con otros destinos, el 4% por la oferta teatral, el 1.9% por la tranquilidad y posibilidad de relax que brinda el destino, el 1.9% por los entretenimientos, el 0.9% por el clima, siendo el 3,5% otros motivos por lo cual eligen vacacionar en Villa Carlos Paz.



5.2. Segmentación

Analizando las estadísticas locales, Manipura planificará una Estrategia de Marketing Diferenciada¹⁷, por lo tanto ofrecerá servicios dependiendo de cada segmento al cual está dirigida, llegando a los mismos por distintos medios de comunicación.

En base al Mercado Meta de Carlos Paz, se realiza una segmentación psicográfica, partiendo desde los puntos de interés de los visitantes, el 37,1% del total de los encuestados según la Secretaría de Turismo local visita la ciudad por los paisajes Serranos, el 19,9% por su lago y balnearios y el 1,9% por la tranquilidad; por lo tanto serán clientes potenciales de la Granja, teniendo en cuenta que la misma satisface sus necesidades a través de los productos y servicios brindados en un entorno natural rodeado de las sierras cordobesas al margen del río Los Chorrillos.

Además de los turistas que visitan la ciudad, el proyecto estará dirigido a residentes para la realización de talleres anuales sobre la importancia de la colaboración con la planta de reciclaje local, y la conservación; como así también a centros educativos de la localidad de Villa Carlos Paz y alrededores, y contingentes estudiantiles que visitan la zona.

¹⁷Marketing de Servicios Turísticos – Material de Cátedra (2017) – Walter Poi. Unidad didáctica IV: “ Análisis del Cliente”

- A continuación, una síntesis de la segmentación del producto, teniendo en cuenta cada etapa del año, sin caer en la estacionalidad de la ciudad turística veraniega:

Temporada Alta (Verano) Fines de Semana Largo	Turistas	Grupos Familiares
		Grupos de Amigos
	Residentes	Grupos Familiares
		Grupos de Amigos
Otoño	Contingentes Adultos Mayores	
	Contingentes Educativos de Instituciones locales (primarios y secundarios)	
Invierno	Turistas	Grupos Familiares
		Grupos de Amigos
	Residentes	Grupos Familiares
		Grupos de Amigos
	Contingentes Educativos de Instituciones locales (primarios y secundarios)	
	Primavera	Contingentes Egresados
Contingentes Educativos de Instituciones locales (primarios y secundarios)		
<p>Todo el Año el Salón de Usos Múltiples estará abierto para eventos o encuentros de variadas temáticas, al mando del equipo de "Manipura" o cualquier persona que de forma independiente quiera llevarlos a cabo.</p>		

CAPITULO VI: ESTRATEGIA DE MARKETING

6.1. Posicionamiento del proyecto

6.1.1. Idea vendedora

Manipura – Granja Integral, buscará posicionarse en el mercado local, diferenciándose de los productos que realicen turismo receptivo a través de sus servicios especializados, sustentables, accesibles aumentando el prestigio del lugar; se realizarán alianzas con municipios de localidades cercanas, para poder realizar proyectos de manera conjunta.

Formará parte de la actual campaña llevada a cabo por el municipio sobre la concientización orientada al turista sobre “buenas practicas” teniendo en cuenta el tratamiento de residuos¹⁸, consumo de agua y energía y otras cuestiones que favorecen al cuidado del medio ambiente. Los únicos establecimientos locales que se sumaron al programa de sustentabilidad “hoteles verdes”¹⁹ son el Hotel Pinares Panorama y Howard Johnson Plaza Villa Carlos Paz, motivo por el cual Manipura será el único predio donde se llevarán a cabo actividades de granja ecológica y sustentable de la zona, generando una posición destacada en el mercado local, sin obtener una competencia directa, pero si sustituta.

Teniendo en cuenta los seis tipos de posicionamiento²⁰:

1. Atributo → Atributos percibidos por los clientes, los cuales hacen referencia a las características que se relacionan con el producto. Pueden ser características físicas (temperatura, color, distancias, tamaño) o pseudo-físicas (gusto, olfato, etc...)
2. Beneficios → Posicionamiento logrado cuando el beneficio es muy fuerte en la concepción del producto básico, por lo tanto el producto real pasa desapercibido.
3. Ocasión de Uso → A través del momento en el que el cliente utiliza el producto. Se condiciona al momento y oportunidad del consumo.

¹⁸ Municipalidad de Villa Carlos Paz (2018)- Secretaría de Desarrollo Urbano Ambiental. Recuperado de: <https://www.villacarlosspaz.gov.ar/detallenoticia.php?id=4792>

¹⁹ PuntoaPunto (2017)- Los hoteles cordobeses “verdes” que se suman a la ola ecosustentable. Recuperado de: <https://puntoapunto.com.ar/los-hoteles-cordobeses-verdes-que-se-suman-la-ola-ecosustentable/>

²⁰ Marketing de Servicios Turísticos – Material de Cátedra (2017) – Walter Poi. Unidad didáctica VI: “ La Estrategia Comercial”

4. Usuario → Una marca puede posicionarse en base al cliente – meta. El perfil de clientes define la asociación mental de la marca. Posicionamiento riesgoso, ya que concentra su imagen en un único segmento (público – objeto)

5. Producto → Cuando la asociación es tan fuerte, convirtiéndose la marca en genérica. Dicho posicionamiento se alcanza cuando la marca ha efectuado la innovación en el mercado.

6. Competencia → En este caso el posicionamiento se da cuando la empresa utiliza la imagen del competidor como vehículo para resaltar atributos o beneficios propios.

La granja buscará el posicionamiento **por atributo**, ya que el mismo hace hincapié en los atributos percibidos por el cliente. Como principales atributos del proyecto se pueden destacar los servicios accesibles del mismo (escasos en la zona) y la práctica de un desarrollo turístico sustentable.

En sus inicios la granja brindará promociones para grupos y familias, para poder insertarnos y atraer al público cordobés, acostumbrado a otro tipo de ofertas. La propuesta se posicionará en un escaso período de tiempo, como la única granja integral donde los visitantes cuentan con distintas opciones dependiendo de sus intereses, pudiendo pernoctar en el lugar, aislándose del tumulto de la ciudad, siendo 100% accesible, ya que tanto Villa Carlos Paz como Cabalango no cuentan con sectores adaptados para la inclusión social.

6.1.2. Marca Turística

El nombre del producto “Manipura”²¹, es el nombre sánscrito del tercer chakra, es decir del chakra del plexo solar, significando “gema brillante”. Al mismo se lo relaciona como un centro de energía con la fuerza y el poder de voluntad que tiene que ver con la transformación del ser. Es un chakra que está conectado con nuestra autoestima y nuestro poder personal.

Fue escogido ya que este proyecto tiene un objetivo espiritual, donde las personas que nos visiten puedan conectarse con ellos mismos y la naturaleza, comprendiendo el valor de la misma, y la aceptación y empatía por los demás, cualquiera sea su condición psicofísica.

Manipura, es una granja integral con fines turísticos, culturales y educativos; será representada por su marca de producto, la cual nos identificará en todos los eventos en un principio a nivel provincial y nacional; la cual trabajará en conjunto con la marca ya implementada como destino turístico, de la localidad de Villa Carlos Paz.

²¹ Recuperado de: <https://7chakras.online/tercer-chakra-manipura/>

Al ser el único emprendimiento sostenible local dirigido al turismo y a la concientización de residentes, favorecerá a la ciudad, otorgándole prestigio a esta última, motivo por el cual ambas marcas serán beneficiadas de manera recíproca.



❖ La marca está representada por una flor de loto de diez pétalos que posee en su interior un triángulo invertido rodeado por tres cruces esvásticas que simbolizan el fuego, por tal motivo también su color amarillento. La misma es la representación gráfica del tercer chakra Manipura o plexo solar.

❖ En el centro se encuentra una carpa señala la posibilidad de pernoctar rodeado por la armonía de la naturaleza.

Se puede concluir entonces que la marca del proyecto, está compuesta por un logotipo formado por tres colores para poder ser recordable por nuestros clientes; además el mismo es adaptable para poder ser utilizado no solo para la cartelería del lugar, sino también al sitio web de la granja.

6.1.3. Estrategia de relación con los clientes

Al ingresar al predio se tomarán los datos personales de los mayores, para de este modo mantener informado, ya sea vía e-mail o telefónicamente sobre las novedades de talleres y encuentros realizados durante el año en la granja; de este modo podrán realizar sus reservas obteniendo descuentos y promociones a las personas que ya hayan

disfrutado de nuestros servicios. Al finalizar cada jornada, los clientes podrán llevarse los productos elaborados por ellos mismos durante su estadía.

CAPITULO VII: POLÍTICA DE PRECIOS

La fijación de precios es un factor indispensable para que los clientes potenciales concreten el consumo de los servicios; representa un eslabón determinante del producto/servicio, ya que es un elemento de comunicación entre la propuesta y el mercado.

Los mismos deben ser establecidos teniendo en cuenta la relación precio/calidad, debido a esto puede afectar al posicionamiento del producto, ya que si los precios son muy abultados ante la actual situación económica del país, difícilmente sea una opción para los visitantes y residentes de la zona, y por el contrario si las tarifas son demasiado bajas, no serán tarifas que se incorporen en la competitividad del mercado, ya que el precio induce a una comparación entre nuestro producto/servicio y el de nuestros competidores; sin cubrir además los costos fijos del establecimiento.

7.1. Inversión Inicial

- Para el comienzo de la actividad se tendrá que adquirir el predio (33 hectáreas), el cual actualmente forma parte de terrenos fiscales con amplia facilidad de pago por medio del estado, el mismo tiene un costo de \$20.000.000 aproximados teniendo en cuenta la variación continua de la economía nacional.
- Construcciones de cabañas, dormis (incluido paneles solares) y demás infraestructura (piscina, SUM, etc): Cabañas y dormis con materiales sustentables entre \$580.000 y \$1.061.066, dependiendo de las superficies cubiertas en cada construcción, totalmente equipadas con mobiliario reciclado; SUM (salón de usos múltiples) para 125 personas con 150 metros cuadrados cubiertos de construcción sostenible de carbono negativo \$1.500.000 y la construcción de la piscina climatizada por un valor de \$185.000.²²
- Materiales para actividades recreativas y educativas (juegos didácticos – ajedrez, tejo, bochas- redes para canchas y arcos) \$100.000.
- Adaptación del predio para la realización de rampas \$70.000 (Material de rampas: materia y tierra compactada).

²² Fuente: Presupuesto estimado de la plataforma online Habitissimo.
<https://www.habitissimo.com.ar/presupuesto/construccion-casa-sustentable>
<https://www.habitissimo.com.ar/presupuesto/buenos-aires/tandil/construccion-de-un-salon-de-usos-multiplessum>
<https://www.habitissimo.com.ar/presupuesto/material-pileta/cordoba>

Todos los costos se tendrán en cuenta a la hora de efectuarse la inversión inicial, dependiendo de la devaluación de la moneda nacional, adquiriendo créditos especiales para nuevos emprendedores. En cuanto a la construcción de cabañas dormis y demás infraestructuras se contratará una empresa especializada en construcciones sustentables.

En la provincia de Córdoba se encuentran numerosas empresas como por ejemplo el caso de Henia (especializados en la Construcción Carbono Negativo con paneles pre-ensamblados de fardos), otro caso es la empresa Biocostructora (especializados en arquitectura sostenible y bioclimática).

Referido a vajillas y equipamientos interiores, contrataremos artesanos de la zona, los cuales lleven a cabo la realización de lo requerido por la granja con materiales naturales y ecológicos como piedra, madera, arcilla, etc.

7.2. Estructura de costos

- Encargado del predio y coordinador general \$40.000 /mes.
- Personal del parking \$30.000/mes.
- Guardavidas en temporada alta \$30.000 /mes.
- Personal de mantenimiento del predio \$35.000 /mes,
- Personal de limpieza de cabañas/dormis/SUM, media jornada \$20.000 /mes.
- Personal encargado de la cocina y desayunos \$30.000 /mes.
- Personal de entretenimiento \$65.000 /mes (\$32.500 por persona).
- Personal de entretenimiento nocturno \$35.000 /mes, en jornadas diarias de 6 horas.
- Atención en stand en peatonal de Villa Carlos Paz \$25.000 /mes, en jornadas diarias de 6 horas.
- Impuestos municipales, provinciales, nacionales y cargas sociales 30% del total de las ganancias.
- Servicios (Agua y Luz, ya que el sistema de calefacción y gran parte de la electricidad será abastecido por medio de paneles solares) \$15.000/mes.
- Servicios de desayuno (incluye: saquitos de café/té, leche en polvo, pan casero y mermelada realizada en el lugar) por cabaña \$150 y por cada uno de los dormi \$100, con un total de \$750 por día y \$23.250 al mes.
- Servicio de lavandería \$25.000/mes.
- Gastos extras (Hosting, redes sociales, publicidad, entre otros) \$10.000.

7.3. Precios comparativos

- Peko's Multiparque: \$1.200 (incluye laberinto, laberinto de espejos, cubo mágico, montaña rusa, avistaje de aves, entre otros), por día por persona (Horario de 10am a 7pm) o Granja Educativa La Serena (San Antonio de Arredondo): \$600 por día por persona, dirigido a contingentes educativos de la zona (Horario de 9am a 5pm).

- Estancia Loca: \$875 menores de diez años y \$1.150 para mayores, precio por día; incluye día de campo con cabalgatas de 30 minutos, almuerzo y merienda.

7.4. Fijación de precios

Al inicio de la actividad, los precios serán promocionales para poder insertarnos en el mercado, brindando diferentes precios por grupos familiares, pernoctes o día completo:

- Cada cabaña para 6 personas \$5500 por día, para 4 personas \$4400 por día. Dormis para 2 personas \$1500 por día. o Carpa \$350 por persona por día, menores de 11 años \$150 por día.
- Día completo por persona (Sin pernocte) \$350 por persona menor a 11 años y \$700 por persona mayor a 11 años por día; grupo familiares de cuatro o más integrantes \$1850 – Precios promocionales por grupo a definir.
- Contingentes, tarifas a convenir con las empresas, dependiendo de las actividades a incluir.
- Talleres de reciclaje, turismo sustentable y sostenibilidad en general \$250.

	Temporada Alta (Octubre Marzo)	Temporada Baja (Abril Septiembre)	Fines de Semana Largo
Cabaña p / 6/4 personas	\$5.500 \$4.400	\$4.200 \$3.200	\$4.800 \$3.600
Dormis p / 2	\$1.500	\$1.100	\$1.300
Carpa Adulto/menor	\$350 \$150	\$200 \$50	\$275 \$100
Por persona sin pernocte adultos/menores	\$700 \$350	---	\$500 \$250
Contingentes	A convenir	A convenir	A convenir
Talleres	-	\$250	-

Ingresos extras:

- Concesión proveeduría por temporada de verano \$100.000
- Alquiler SUM (salón de usos múltiples), para talleres o actividades particulares \$10.000 el día (durante temporada baja).

7.5. Estacionalidad de la demanda

Si bien es marcada la estacionalidad en la región de Punilla de la provincia de Córdoba durante la temporada de verano, actualmente los residentes no se ven del todo afectados por la misma; ya que finalizada dicha temporada, son los contingentes con personas de la tercera edad los que se acercan a Villa Carlos Paz y alrededores a disfrutar de la zona. Posteriormente se encuentra con la temporada de invierno, la cual no es tan fuerte como la de verano, pero sigue manteniendo el flujo turístico en continuo movimiento.

Finalizada la misma, público estudiantil se hace presente en la ciudad, desde los meses de septiembre a diciembre inclusive.

El municipio local lleva a cabo eventos durante diferentes épocas de cada año, para contar con un flujo de turismo activo y mantener en funcionamiento el motor económico de la ciudad.²³

²³ Calendario anual Villa Carlos Paz. Recuperado de:
<https://www.villacarlospaz.gov.ar/turismo/infotur/datos/cronograma.htm>



Teniendo en cuenta estos datos solo los meses de junio y agosto quedarían por abarcar turísticamente, motivo por el cual el proyecto será el impulsor de diferentes eventos y talleres a nivel nacional.

Asimismo, la estacionalidad, que con el paso de los años comienza a disminuir, no afectará al desarrollo de la actividad de la propuesta, ya que la estrategia de segmentación planteada abarca todas las épocas del año, con diferentes clientes potenciales.

- *¿Cuál es la estrategia de Manipura para enfrentar los pequeños intervalos de visitantes?*

Seguir manteniendo la relación precio/calidad, acorde a cada etapa anual que enfrente, planificar encuentros y talleres temáticos de distintas índoles, realizar los cursos y capacitaciones de la Asociación de Guías Profesionales de Turismo de Carlos Paz, trabajar conjuntamente con municipios e instituciones educativas de alrededores, etc...

CAPITULO VIII: POLITICA DE COMUNICACIÓN

8.1. Elección de la Mezcla de Comunicaciones de Marketing

8.1.1. Política de Comunicación Externa

La comunicación externa, hace referencia a las acciones informativas que se llevarán a cabo por parte de la granja hacia los actores y agentes externos a la misma (turistas, residentes, clientes potenciales y proveedores). Todos los miembros que conformen el equipo de Manipura deberán estar informados de dichas políticas de comunicación externa, ya que ellos directa o indirectamente transmiten el sentido de pertenencia y la conformidad para que de este modo los visitantes se sientan identificados con el lugar.

Manipura buscará llegar a sus clientes potenciales, por distintas vías de comunicación, dependiendo de cada segmentación.

En el caso de los grupos familiares, residentes y turistas interesados en vivir una experiencia diferente del turismo tradicional serrano (sol, playa y teatros), el establecimiento obtendrá una habilitación municipal para colocar un stand en la peatonal de la villa, para llegar a los visitantes de forma directa, mostrando en el mismo stand nuestros servicios por medio de una tablet, y flyers (realizando una venta directa); toda agencia de viajes receptiva de la zona, podrá vender tickets con comisiones pre-establecidas.

En cuanto a los contingentes de grupos de adultos mayores como de egresados, Manipura llevará a cabo un famtour para posteriormente realizar convenios y poder incluir en dichos viajes como excursión de día completo la “Granja Integral”.

Finalmente el sector educativo, al comienzo de cada año lectivo, el equipo presentará la propuesta a los directivos de establecimientos educativos de la zona, por medio de un video mostrando instalaciones, servicios y actividades que se llevarán a cabo, invitando a conocer previamente el predio, para poder concretar el cronograma anual con los cursos correspondientes, presentando la carpeta al Ministerio de Educación para que otorgue la autorización previa en cada institución.

Se creará una página web para la difusión de los servicios y productos prestados en la granja, se realizarán campañas de promoción en redes sociales como Facebook, Instagram y Twitter, y se realizará un perfil en Tripadvisor (sitio web que proporciona reseña de contenido de viajes), y en cuanto a la reservación de dormis/cabañas se podrá realizar también a través de la aplicación Airbnb (plataforma de software dedicada a la oferta de alojamientos a particulares y turísticos).

8.1.1.1. Página Web

<http://www.manipuragranjaintegral.com>, el sitio web del establecimiento utilizando el hosting (alojamiento web) Hostgator, se escoge éste último, ya que será la mejor opción debido a que no tiene límite de espacio, ni límite de tráfico, atención las 24 horas por posibles inconvenientes y dominio incluido en el precio (€48 al año), en el mismo se encontrará la tecnología 360°, realizada por diseñadores especializados, la cual consiste en la captura de videos y/o fotos en todas las direcciones, que le permitirá al usuario obtener información de manera rápida y sencilla sobre las instalaciones de la granja, con tarifas actuales, estado de reservas, contactos y ubicación.



✓ *Accesos directos de la web, con todas nuestras redes, para mayor información y actualización.*

Además, se mantendrá actualizada sobre el cronograma mensual (eventos/talleres) que se llevaran a cabo durante el año, pudiéndose inscribir directamente desde la web para reservar su lugar.

8.1.1.2. Redes Sociales

Se vive en un mundo globalizado, donde la comunicación mundial se vio favorecida por la tecnología, disminuyendo las distancias trasladando a las personas a cualquier destino sin siquiera moverse de casa; las nuevas tendencias manifiestan todos sus viajes/experiencias en las redes, a través de fotos y videos, llegando incluso a seres que quizás nunca conocerán personalmente.

Manipura se acercará al público generando un vínculo directo por medio de las publicaciones realizadas con pequeños textos y dinámicas imágenes y videos.

En las redes se llevarán a cabo sorteos para visitar el establecimiento y adquirir los servicios, como también será un medio para informar la importancia de un turismo para todos llevando a cabo la inclusión social y por otro lado el cuidado del medio ambiente en un momento tan importante como el que está atravesando actualmente la sociedad debido al covid-19.

Las campañas promocionales realizadas en Facebook acercarán al proyecto a futuros clientes; cada taller temático o evento de cualquier característica que se realizara en la Granja, se promocionara en dicha red social, creando el evento en la fanpage, invitando a los seguidores a asistir, pudiendo a su vez ellos invitar a sus propios seguidores.

A través de Twitter, con los 140 caracteres que se permiten, podremos manifestar tips sobre el cuidado del medio ambiente, el reciclaje, el desarrollo del turismo responsable y accesible, invitando siempre a que visiten nuestro sitio web.

Ya sea en Tripadvisor, Airbnb como Facebook, cada visitante tendrá la libertad de manifestar su experiencia otorgándole un puntaje a Manipura. Cada uno de los mensajes recibidos será respondido con gentileza y humildad, agradeciendo los positivos, y tratando de mejorar nuestros servicios con los negativos.

✦ **Síntesis de modalidad de aplicación de comunicación externa**

Medios Masivos:

- Redes sociales como Facebook, Instagram, Twitter, entre otros.
- Sitio web de la granja con textos informativos, accesos, actividades, instalaciones, eventos y realidad 360° para conocer la propuesta de una forma dinámica,
- Folletería ilustrativa se encontrarán en hoteles de Villa Carlos Paz, Cabalango y alrededores; información que también se podrá adquirir por medio de revistas turísticas de Agencia Córdoba

Turismo sobre “Turismo Sustentable”.

- En el caso de los establecimientos educativos, nos reuniremos con directivos, presentándoles el producto a través de una carpeta informativa sobre todas nuestras instalaciones y actividades a ofrecer.

- Se realizarán Fam Tours para agentes de viajes.

Relaciones Públicas:

- Participación en ferias, Workshops, FIT (Feria Internacional de Turismo) acompañando al stand de Villa Carlos Paz.

Patrocinando eventos públicos, como encuentros de congresos de arquitectura sustentable o variadas temáticas similares (llevados a cabo en el salón de convenciones del Hotel Portal del Lago).

8.1.2. Política de Comunicación Interna

La aplicación de una política de comunicación interna nos servirá como guía estratégica al desarrollo de la propuesta. Todos los miembros que participen en la prestación de los servicios de la granja, deberán tener pleno conocimiento de las políticas de la misma, para poder llevarla a cabo, sin errores predecibles. Dentro de la formalidad de comunicación que exige esta política es necesario controlar los resultados de su aplicación.

Se llevarán a cabo con el personal de Manipura, las siguientes actividades:

- Motivación continua al equipo de trabajo, para que se sientan parte del proyecto, escuchando y analizando sus sugerencias.

- Capacitaciones continuas para mantenerse actualizados.
- Trabajar de manera conjunta e individual con cada uno de nuestro personal, ya que es de vital importancia que se sientan conformes en la granja, ya que ellos deberán transmitir la conformidad a los turistas y residentes que visiten Manipura.

✦ **Síntesis de modalidad de aplicación de comunicación**

interna:

- ✦ Reuniones mensuales, entre el 1 y el 10 de cada mes se realizarán reuniones con el personal para resolver incertidumbres y posibles desperfectos de los servicios.
- ✦ Manual Reglamentario, en el cual se representará de manera escrita la reglamentación laboral, puestos laborales, responsabilidad de puestos, e información sobre turismo accesible y responsable para poder brindar el servicio de la granja adecuadamente.

CAPITULO IX: POLÍTICA DE COMERCIALIZACIÓN

9.1. Estrategia y Canales de Comercialización

Se utilizan diversos canales de comercialización para poder abarcar nuestros segmentos y ser competitivos en el mercado. Para algunos segmentos se llegará a través de canales propios como ajenos, y para otros solamente se comercializará por medio de canales propios.

9.1.1. Canales Propios

Los canales propios variarán dependiendo del segmento al cual va dirigido cada uno. Con el objetivo de llegar a abarcar el mercado meta, residentes e instituciones educativas, se llevarán a cabo estrategias por medio del sistema Pull (estrategia de atracción).

Estas campañas promocionales con el mercado meta comenzaran a principios de julio (aprovechando incluso las vacaciones de invierno en Carlos Paz con un stand en la peatonal), para que conozcan el producto cinco meses antes de comenzar la temporada alta en la ciudad.

En la web (<http://www.manipuragranjaintegral.com>) y redes sociales (@manipuragranjaintegral) ampliaremos la información, realizando juegos didácticos online y sorteos para la apertura del predio.

Los potenciales clientes, ya sea turistas o residentes contarán con diferentes opciones a la hora de realizar la reserva. En el caso que sea con pernocte se deberá asesorar vía sitio web, tripadvisor, Airbnb, correo electrónico, WhatsApp, llamado telefónico si hay disponibilidad.

Los clientes podrán realizar la reserva de las cabañas o dormis, abonando el 30% del total del precio establecido por diferentes medios de pago, siendo éstos Tarjeta de crédito, de débito, mercado pago o transferencia bancaria; una vez confirmado el pago el cliente recibirá el comprobando del mismo el cual presentará el día de ingreso en el predio, debiendo cancelar el total en el check in.

Toda persona o grupo de personas y familias que realicen las contrataciones directamente por nuestra web, podrá obtener un 10% de descuento.

Con las instituciones educativas, al comienzo de cada año lectivo se presentarán a los directivos correspondientes, la carpeta informativa completa para la presentación en el Ministerio de Educación, con el programa realizado para colegios, los cursos primarios realizarán convivencias de día completo con desayuno y almuerzo incluido, y en cuanto a los cursos secundarios realizarán encuentros en la granja con una noche de pernocte de acantonamiento ya sea en carpas o en el salón de usos múltiples; una vez finalizada la reunión y aceptada la propuesta por directivos, se realizará reuniones con

los padres donde se presentarán los planes de financiamiento, para que puedan abonar en cuotas, con tarjeta o en efectivo.

9.1.2. Canales Ajenos

Se utilizará el Sistema Push (empuje), el cual opera sobre los intermediarios para llegar a los segmentos preestablecidos; estos intermediarios nos permitirán ingresar en el mercado de los adultos mayores y contingentes estudiantiles; se utilizarán convenios con precios especiales para las empresas mayoristas que incluyan el producto en su programación a la hora de planificar los viajes a la ciudad.

Otra alternativa, para el mercado meta de la ciudad es la contratación del servicio por medio de agencias de viajes receptoras de la localidad de Villa Carlos Paz y alrededores, las cuales recibirán una comisión del 15% del total de sus ventas.

El sitio web tendrá la opción de afiliación, es decir, cualquier sitio en internet que brinde información o servicios turísticos, podrá comercializar los nuestros recibiendo a cambio de cada reserva concretada una comisión de un 5%.

	Canales Propios	Canales Ajenos
Mercado Meta / Cliente Potencial	<ul style="list-style-type: none"> ✓ http://www.manipuragranjaintegral.com ✓ whatsapp ✓ stand peatonal Villa Carlos Paz ✓ Tripadvisor ✓ Airbnb 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Agencias de Viajes Receptivas de la zona ✓ Páginas web por afiliación.
Grupos Educativos	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Contrataciones directas con directivos (carpeta informativa, financiación para alumnos) 	
Contingentes Adultos Mayores		<ul style="list-style-type: none"> ✓ Empresas de Viajes Mayoristas
Contingentes Estudiantiles		<ul style="list-style-type: none"> ✓ Empresas de Viajes Mayoristas

CAPITULO X: CALIDAD TURÍSTICA

10.1. Calidad Turística

Mantener la calidad del servicio prestado por el equipo de Manipura, es uno de los objetivos principales del proyecto; generando un posicionamiento continuo en el mercado del turismo responsable local.

Para tener una medición de la misma, nuestros clientes podrán manifestar sus opiniones sobre la experiencia vivida en la granja a través de distintos métodos.

10.1.1. Como medir la satisfacción del cliente

La medición de la calidad del servicio turístico prestado, es uno de los puntos más importantes en la satisfacción de las necesidades de nuestros clientes. Nosotros debemos satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros visitantes e incluso superarlas.

En el caso de no cumplirlo debemos tener conocimiento de dicha información para poder perfeccionar o modificar los servicios que no dejen a los clientes conformes. Para ello necesitamos tener medios de información de respuesta luego de finalizada la estadía de nuestros visitantes.

- *Instrumentos de recopilación de datos de medición:*

1- Libro de quejas y sugerencias: El cual se encontrará en recepción, accesible para que los visitantes puedan contar sobre su experiencia y conformidad en el lugar y que modificarían en el mismo.

2- Encuesta de conformidad: Se invitará a los visitantes a completarla al finalizar su experiencia en la granja, o a través de nuestro sitio web www.manipuragranjaintegral.com

3- TripAdvisor: podrán expresar su opinión sobre la experiencia de la visita a la granja. Se le prestará atención a cada una de las devoluciones en este medio, ya que es el líder en opiniones turísticas.

4- Airbnb: En el caso de haber contratado para el pernocte a través de este medio, deberán al finalizar la visita calificar, los servicios y atención a Manipura, como así la granja puntuará a los visitantes, ya que dicha plataforma lo requiere.

5- Redes Sociales: En Facebook o Instagram, los visitantes podrán dar a conocer su experiencia ya sea positiva o negativa en la granja.

A través de estos medios, la información otorgada por personas que ya visitaron Manipura, podrá ser utilizada como referente para clientes potenciales, además al finalizar la estadía, se llevará a cabo una encuesta donde quedará reflejado el nivel de satisfacción de los visitantes, con datos personales como e-mail o Facebook

(opcionales), para que de este modo se pueda mantener al tanto de la incorporación de nuevos servicios en la granja a personas que ya pudieron formar parte de la misma.

10.1.2. Formulario de medición de satisfacción:



MANIPURA
Granja Integral

Con el objetivo de mejorar nuestros servicios, MANIPURA desea conocer su opinión sobre su experiencia.

NOMBRE

MAIL | FACEBOOK

EDAD

TELÉFONO | CELULAR

SEXO

Femenino
 Masculino

1

¿Cómo se ha enterado de MANIPURA?

- Secretaría de Turismo de Villa Carlos Paz | Agencias receptoras | Stand peatonal
- www.manipuragranjaintegral.com
- Facebook | Instagram | Twitter
- Airbnb | Tripadvisor | sitios web turísticos.
- Otros.

2

¿Cómo calificaría nuestras instalaciones?

- Excelente
- Muy bueno
- Bueno
- Regular
- Malas

3

¿Cómo calificaría nuestra atención?

- Muy satisfactoria
- Satisfactoria
- Normal
- Insatisfactoria - Indique los motivos:

.....

.....

.....

4

¿Le parece acorde la relación precio | calidad?

- Si
- No

5

¿Recomendaría MANIPURA Granja Integral?

- Si
- No

6

¿Con cuántas estrellas calificaría la calidad de nuestros servicios?

★ ★ ★ ★ ★

7

COMENTARIOS | RECOMENDACIONES

.....

.....

.....

.....

¡GRACIAS POR VISITARNOS!

CAPITULO XI: CONCLUSIONES

11.1. Evaluación final del proyecto

11.1.1. Evaluación técnica

La propuesta es técnicamente viable, ya que ninguna ley prohíbe proyectos con dichas características, por el contrario la Ley Nacional de Turismo N° 25.997, en el Artículo 2°, hace referencia a:

- *Desarrollo sustentable. El turismo se desarrolla en armonía con los recursos naturales y culturales a fin de garantizar sus beneficios a las futuras generaciones. El desarrollo sustentable se aplica en tres ejes básicos: ambiente, sociedad y economía.*
- *Calidad. Es prioridad optimizar la calidad de los destinos y la actividad turística en todas sus áreas a fin de satisfacer la demanda nacional e internacional.*

El proyecto formará parte además del programa de Buenas Prácticas turísticas establecidas recientemente en la Provincia de Córdoba, para tratar con la problemática de impactos ambientales y sociales locales; llevándose a cabo en la capital cordobesa el sábado 15 de agosto del año 2019 el Seminario Internacional de Turismo Sustentable; motivo por el cual dicho programa favorecerá para el buen prestigio de la propuesta.

Toda persona que forme parte del equipo humano de Manipura, será intensamente capacitado, manteniendo un nivel de profesionalismo para desarrollar las actividades correspondientes en el establecimiento.

11.1.2. Evaluación comercial

El proyecto va dirigido a diferentes públicos para romper con la estacionalidad local y que de este modo sea comercialmente viable, donde su objetivo no sea 100% económico, sino concientizar sobre el aprovechamiento del turismo responsable, para que así nuestros recursos sean aprovechados por nosotros y por generaciones futuras.

11.1.3. Evaluación económica

Si bien el proyecto requiere de una inversión elevada, se estima que al cabo de seis años la misma será cubierta en su totalidad. Es un proyecto que requiere de gran apoyo financiero, pero que a largo plazo será redituable, ya que además aumentando el prestigio y posicionándonos, lograremos estar patrocinados por privados interesados en contribuir con la propuesta de turismo sustentable.

A través del proyecto, las localidades próximas, Villa Carlos Paz y Cabalango, se verán beneficiadas económicamente; en el primer caso si bien es una ciudad ya explotada a nivel turístico, la propuesta en un futuro es llevar cabo talleres a nivel nacional y en el caso que se requiera a nivel internacional sobre turismo sustentable,

reciclaje y demás, motivo por el cual, consecuentemente se generarán diferentes fuentes de trabajo. En el caso de Cabalango, la propuesta aportará a la economía local, ya que los puestos de trabajo del emprendimiento serán ocupados por residentes de la misma; además la contratación de servicio de cabalgata, o la compra de diferentes productos, serán llevados a cabo por la misma sociedad, para generar fuentes de trabajo, si bien los mismos no formarían parte directa del equipo laboral, si lo harían de manera indirecta, prestándonos sus servicios de forma independiente.

11.1.4. Evaluación social

Socialmente el proyecto será beneficioso, ya que aportará al desarrollo laboral del pequeño poblado de Cabalango, formando parte también de la concientización de residentes de la zona para el cuidado del ambiente, el reciclaje, y del turismo responsable.

La implementación del proyecto beneficiará a la comunidad, ya que la misma no logra romper con la estacionalidad del turismo, generando también en dicha localidad distintos puestos de trabajo para mantenimiento de huertas y de piscinas, limpieza del predio, cuidado de animales, gastronomía, y coordinadores profesionales y especialistas medioambientales locales. La intención del proyecto, es que toda la población ya sea del pequeño poblado de Cabalango como la ciudad de Villa Carlos Paz, tengan conocimiento del mismo, para poder acercarse y además de divertirse logren tomar conciencia sobre la importancia y el cuidado del medio ambiente; la propuesta apuntará directamente a establecimientos educativos de la zona, para que puedan aprender de una forma dinámica y al aire libre utilizando además el complejo para hacer las convivencias anuales, por ende es una idea diferente para que la educación sea amena para docentes y alumnos.

11.1.5. Evaluación ambiental

Manipura es una granja integral, que además del esparcimiento y la diversión, llevará a cabo talleres de turismo responsable, de ecología, reciclaje, entre otros, buscando además el apoyo de municipios vecinos, y así poder desarrollar el turismo inclusivo y responsable en la zona, favoreciendo el cuidado y la conservación del lugar.

Se disminuirán los impactos a través del programa de Buenas Prácticas, realizando construcciones con materiales ecológicos, paneles solares, capacidad de carga y ayudar al visitante a concientizarnos entre todos sobre la importancia del cuidado ambiental.

Las construcciones llevadas a cabo en el predio, serán de impacto reducido a nivel ambiental. Se buscará la adaptación al terreno con construcciones propias del lugar, como piedra, tierra y arena, con techos realizados de madera y caña. Se colocarán

paneles solares, el cual es un dispositivo que capta la energía solar para su aprovechamiento.

A través de diferentes organizaciones ambientales no gubernamentales, realizaremos talleres de diferentes índoles que aporten al cuidado del medio ambiente local, para la concientización y conservación, invitando a diferentes establecimientos educativos de nivel inicial, primario, secundario y superior de la zona.

Realizaremos acciones de recolección de materiales para aportar al ente privado de *“Recicladora VCP Unión Verde”*, el cual se encarga del reciclado de materiales post industriales o de consumo como sería el cartón, el papel, el diario, las botellas de gaseosas

11.2. Conclusión

La creación del proyecto, surge ante la necesidad de ofrecer productos innovadores, donde se tengan en cuenta no solo el bienestar y el disfrute del visitante si no también el cuidado ambiental, además de la inclusión social.

Tanto Villa Carlos Paz, Cabalango como otras poblaciones vecinas, carecen de servicios que estén adaptados para el disfrute de personas con capacidades diferentes, como también de prestadores de servicios turísticos responsables, donde promuevan el cuidado y la conservación local. La propuesta propone el desarrollo de turismo sostenible en la ciudad de Carlos Paz, como el desarrollo laboral en Cabalango, brindando a los residentes de dicha localidad diferentes oportunidades de empleo aportando a la materia prima y productos requeridos por la granja.

Diferentes eventos y talleres serán llevados a cabo en Manipura, con el fin de que toda persona se sienta parte del lugar y pueda transmitir a los visitantes la importancia de la conservación del suelo, los recursos e incluso de la misma población, para que de éste modo Villa Carlos Paz y alrededores, puedan ser responsables de sus actos y por medio de diferentes proyectos llegar a ser una ciudad sustentable.

Bibliografía

Material de la Licenciatura en Turismo

Universidad de Fasta:

- De Poi, Walter, (2017). Marketing de Servicios Turísticos. Material de Cátedra
- Mg. Tonuit, Hernán, (2017). Dirección Estratégica. Material de Cátedra.
- Lic. Beber, Carolina (2017). Desarrollo Medio Ambiental del Turismo. Turismo y ambiente. Material de Cátedra.
- Mg. Diez Alberdi, Ane Miren (2017) Turismo como Respuesta Psico-social. Material de Cátedra.

Páginas Web:

VíaCarlosPaz (29/02/2020). Carlos Paz en números: la ciudad recibió más de dos millones de turistas en el 2019. Recuperado de: <https://viapais.com.ar/carlos-paz/1613950-carlos-paz-en-numeros-laciudad-recibio-mas-de-dos-millones-de-turistas-durante-el-2019/>

Ministerio de Turismo (2017) Como ser una organización turística sustentable – Guía para alojamientos restaurantes y agencias de viajes – Ministerio de Energía y Minería; Ministerio de Turismo y Presidencia de la Nación. Disponible en: https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/mintur-minemcomo_ser_una_organizacion_turistica_sustentable.pdf

InfoCarlosPaz (8/3/2019) Balance Turístico Temporada 2019. Disponible en: <https://www.infocarlospaz.com/se-presento-el-balance-turistico-de-la-temporada-2019/>

VíaCarlosPaz (29/02/2020) Disponible en: <https://viapais.com.ar/carlos-paz/1613950-carlospaz-en-numeros-la-ciudad-recibio-mas-de-dos-millones-de-turistas-durante-el-2019/>

CarlosPazVivo (2019)- Según el INDEC, Carlos Paz lidera el turismo Nacional, en el Internacional queda relegada pero crece. Disponible en: <https://www.carlospazvivo.com/segun-indec-carlos-paz-lidera-en-el-turismo-nacional-en-el-internacional-queda-relegado-pero-creciendo/>

UNWTO (17/0/2020) El Turismo y el (Coronavirus) Covid – 19. Disonible en: <https://www.unwto.org/es/tourismo-covid-19-coronavirus>

Organización Mundial de Turismo – Objetivos de Desarrollo Sostenible. Disponible en: <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible>

Programa de Reordenamiento Normativo del Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria. (2015) Ley 27.244. Disponible en: <http://www.senasa.gob.ar/tramites/establecimientos-para-animales-vivoshabilitacioninscripcionrenovacion-de-granjas-cabanas-criaderos>

Bosques Nativos Argentinos para la Biodiversidad es una entidad argentina de bien público. Disponible en: <http://bosques.org.ar/sumarme.php>

Granja ecológica interactiva, autosustentable y educativa en el municipio de Tula de Allende. Disponible en: http://www.pa.gob.mx/publica/rev_59/analisis/granja%20ecol%C3%B3gica%20Aldahir%20Fernando%20Cornejo.pdf

El Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC). (1968 – 2018). Disponible en: <https://www.indec.gov.ar/el-indec.asp>

Carlos Paz Vivo, periódico digital (Agosto 2018). Seminario Internacional de Turismo Sustentable en Córdoba. Disponible en: <https://www.carlospazvivo.com/se-realizara-el-seminario-internacional-de-turismo-sustentable-en-cordoba/>

Ministerio de ambiente y desarrollo sustentable, Resolución 378 - E/2016. Boletín Oficial de la República Argentina (2016). Disponible en: <https://www.boletinoficial.gob.ar/pdf/linkQR/NkNkakR3cmhzTDgrdTVReEh2ZkU0dz09>

Ley Nacional de Turismo argentina 25.997 (2004). Disponible en: http://www.proyectoibera.org/download/leyes/ley_25997.html

Marcela Pereyra: recuerdos de una pionera del teatro en Carlos Paz, Periódico La Voz del Interior (2016). Disponible en: <http://www.lavoz.com.ar/ciudadanos/marcela-pereyra-recuerdos-de-una-pionera-del-teatro-en-carlos-paz>

Villa Carlos Paz, página Web (2018). Disponible en: <https://www.villacarospaz.gov.ar/turismo/>

Granja Educativa “La Serena”, Villa Carlos Paz – Córdoba. Disponible en: <http://sabenaviajes.com/sitio/sin-categoria/granja-la-serena-viaje-educativo/>

Multiparque Pecos, Villa Carlos Paz – Córdoba. Disponible en: <http://pekosmultiparque.com/pekos/>

Ecologistas en Acción es una confederación de más de 300 grupos ecologistas de toda España. Disponible en: <http://www.ecologistasenaccioncordoba.org/wp/>

Turismo Aventura en Villa Carlos Paz, página web, disponible en: <http://www.carlospazturismo.com.ar/turismo-aventura.htm>

“Asociación Española Geoinnova”, Formación, Coworking y Consultoría Ambiental. Disponible en: https://geoinnova.org/blog-territorio/importancia-ecoturismo-actividadeconomica/?gclid=CjwKCAjwsdfZBRAkEiwAh2z65u_owp5q_QPU0C8vL-TRQ_BeYy4mIltqCAIknFv4bmSlkAxFLtt1BoCmCQQAvD_BwE

La Voz del Interior (2016). Construcción Ecológica Mixta, Disponible en:
<http://www.lavoz.com.ar/casa-diseno/construccion-mixta-rapida-modular-y-ecologica>

VíaCórdoba (2017). Artículo “Ambientalistas y organizaciones sociales se movilizarán para reclamar por una ley en defensa de los bosques”, Disponible en:
<https://viapais.com.ar/cordoba/147297-organizaciones-ambientales-vuelven-a-marchar-encordoba-en-defensa-del-bosque-nativo/>

Centenario – las noticias a diario- (2018). “Un emprendimiento privado busca reciclar materiales desechables”. Disponibles en:

<https://www.centenario.com/un-emprendimientoprivado-busca-reciclar-materiales-desechables/>

ANEXOS

Ley Nacional de Turismo Accesible

SISTEMA DE PROTECCION INTEGRAL DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD

Ley 25.643 Turismo.

Determinase que las prestaciones de servicios turísticos deberán adecuarse a los criterios universales establecidos en la Ley N° 24.314 y el decreto reglamentario N° 914/97. Agencias de Viajes.

Obligatoriedad de información.

Sancionada: Agosto 15 de 2002

Promulgada de Hecho: Septiembre 11 de 2002.

El Senado y Cámara de Diputados de la Nación Argentina reunidos en Congreso, etc. sancionan con fuerza de Ley:

ARTICULO 1° — Turismo accesible es el complejo de actividades originadas durante el tiempo libre, orientado al turismo y la recreación, que posibilitan la plena integración —desde la óptica funcional y psicológica— de las personas con movilidad y/o comunicación reducidas, obteniendo durante las mismas la satisfacción individual y social del visitante y una mejor calidad de vida.

ARTICULO 2° — A los fines de la presente ley se entiende por persona con movilidad y/o comunicación reducidas a las comprendidas en el artículo 2° de la Ley 22.431, como también aquellas que padezcan alteraciones funcionales por circunstancias transitorias, cronológicas y/o antropométricas.

ARTICULO 3° — Será obligación de las Agencias de Viajes informar a las personas con movilidad y/o comunicación reducidas y/o grupo familiar y/o acompañante sobre los inconvenientes e impedimentos que pudiere encontrar en la planificación de un viaje que obstaculizaran su integración física, funcional o social y, a su vez, comunicar a los prestadores de servicios turísticos sobre las circunstancias referidas en el artículo 2° a los fines de que adopten las medidas que las mismas requieran.

ARTICULO 4° — Las prestaciones de servicios turísticos deberán adecuarse de conformidad con los criterios del diseño universal establecidos en la Ley 24.314 y decreto reglamentario 914/97, gradualmente en los plazos y proporciones que establezca la reglamentación.

Los prestadores que cumplimenten las condiciones del párrafo anterior deberán ser identificados con los símbolos de accesibilidad adoptados por Ley 19.279 y normas

IRAM 3722, 3723 y 3724, emitido por la Secretaría de Turismo de la Nación y/o los organismos en quienes las provincias deleguen dichas funciones, previa consulta con la autoridad competente.

ARTICULO 5° — Se deberá adecuar el material institucional de difusión de la República Argentina para la comprensión gráfica, visual y/o auditiva por parte de las personas con movilidad y/o comunicación reducidas.

ARTICULO 6° — Invítase a las provincias y a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires a adherir e incorporar en sus respectivas normativas los contenidos de la presente ley.

ARTICULO 7° — El Poder Ejecutivo nacional reglamentará las disposiciones de la presente ley dentro de los sesenta (60) días contados a partir de la fecha de su promulgación.

ARTICULO 8° — Comuníquese al Poder Ejecutivo.

DADA EN LA SALA DE SESIONES DEL CONGRESO ARGENTINO, EN BUENOS AIRES, A LOS QUINCE DIAS DEL MES DE AGOSTO DEL AÑO DOS MIL DOS.

— REGISTRADA BAJO EL N° 25.643 —

EDUARDO O. CAMAÑO. — JUAN C. MAQUEDA. — Eduardo D. Rollano. — Juan C. Oyarzún.²⁴

²⁴ Ley Nacional de Turismo Accesible. Recuperado de: <http://www.derecho.uba.ar/institucional/turismo-accesible-ley-25643.pdf>

Turismo Sostenible

“El turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas”.

La Organización Mundial de Turismo, otorga la siguiente definición conceptual del turismo sostenible:

Las directrices para el desarrollo sostenible del turismo y las prácticas de gestión sostenible se aplican a todas las formas de turismo en todos los tipos de destinos, incluidos el turismo de masas y los diversos segmentos turísticos. Los principios de sostenibilidad se refieren a los aspectos medioambiental, económico y sociocultural del desarrollo turístico, habiéndose de establecer un equilibrio adecuado entre esas tres dimensiones para garantizar su sostenibilidad a largo plazo.

Por lo tanto, el turismo sostenible debe:

- 1) Dar un uso óptimo a los recursos medioambientales, que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.
- 2) Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales y arquitectónicos y sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y la tolerancia intercultural.
- 3) Asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes, unos beneficios socio-económicos bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, y que contribuyan a la reducción de la pobreza.

El desarrollo sostenible del turismo exige la participación informada de todos los agentes relevantes, así como un liderazgo político firme para lograr una colaboración amplia y establecer un consenso. El logro de un turismo sostenible es un proceso continuo y requiere un seguimiento constante de sus incidencias, para introducir las medidas preventivas o correctivas que resulten necesarias.

El turismo sostenible debe reportar también un alto grado de satisfacción a los turistas y representar para ellos una experiencia significativa, que los haga más conscientes de los problemas de la sostenibilidad y fomente en ellos unas prácticas turísticas sostenibles.²⁵

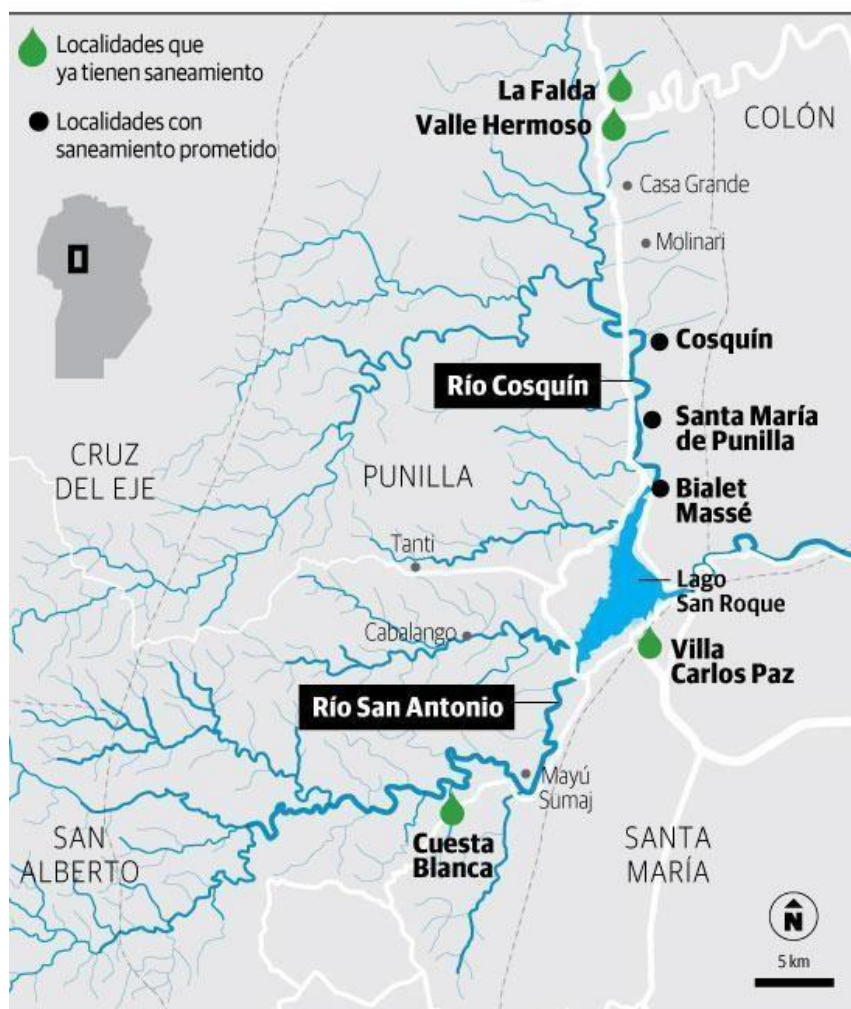
²⁵ Organización Mundial de Turismo. Recuperado de: <https://sdt.unwto.org/es/content/definicion>

- **¿Por qué es importante fomentar el turismo responsable en la zona?**

Carlos Paz atraviesa una de las problemáticas ambientales más importantes de la provincia de Córdoba, el acelerado proceso de descomposición del lago San Roque. Es de vital importancia que se tomen medidas al respecto, para no solo mejorar la calidad de vida de los residentes, si no también mantener el motor económico local (turismo) activo.

-**Problemática Ambiental: Contaminación del Lago San Roque.**²⁶

Cuenca sanitariamente complicada



²⁶Mariana Otero (2017). La voz del Interior. Recuperado de: <https://www.lavoz.com.ar/ciudadanos/lago-san-roque-los-malos-olores-de-cada-ano-no-se-iran-tan-rapido>

- Imágenes del lago San Roque en marzo de 2017.



Principios de la Arquitectura Sustentable

Utilizar los recursos ambientales de una manera sostenible, considerando las condiciones climáticas, hidrográficas y ecosistemas del entorno, obteniendo un máximo rendimiento a largo plazo con el menor impacto al medio ambiente.

Tener preferencia a las necesidades de la población y a las generaciones futuras.

Utilizar con eficacia, moderación y creatividad el uso de los materiales de construcción y variedad natural y cultural, anteponiendo los de bajo contenido energético.

Utilizar fuentes de energía renovables, reduciendo el consumo de energía, reduciendo el gasto energético, tanto en las fases de diseño, construcción, utilización y final de su vida útil.

Destacar la diversidad, la complementariedad, utilizando medios locales y regionales, oponiéndose a los valores de centralización y homogeneización.

Crear espacios que sean saludables, viables económicamente y que se ajusten a las necesidades sociales, cumpliendo los requisitos de confort higrotérmico, salubridad, iluminación y habitabilidad de las edificaciones.²⁷

²⁷ ¿Qué es la Arquitectura Sostenible? Tipos de Arte. Recuperado de: <https://tiposdearte.com/que-es-la-arquitectura-sustentable/>