

Casos prácticos

Levandulový statek Bezděkov

Granja/tienda de lavanda (Archivo de ASZ ČR)

1. Introducción

La granja de lavanda Bezděkov, una explotación de lavanda de unas 17 ha situada en la región de Olomouc, en la República Checa, muestra una mezcla única de agricultura y turismo. Situada en el pintoresco pueblo de Bezděkov, la granja cultiva lavanda, frutas, verduras y hierbas, al tiempo que mantiene un encantador conjunto de animales. La empresa familiar inició oficialmente su aventura agroturística en 2015, aprovechando la belleza de los campos de lavanda y el tranquilo entorno de las colinas de Zábřezská para atraer visitantes.

La granja de lavanda aloja a huéspedes con instalaciones de acampada para un máximo de 25 personas y una caravana para cuatro. Durante las temporadas altas de junio y julio, la granja suele estar al completo, mientras que en las épocas más tranquilas hay una media de cuatro huéspedes al día. Los huéspedes, en su mayoría familias con niños, pueden disfrutar del sendero de la lavanda, de una tienda con productos de lavanda y de un merendero junto a los campos de lavanda. La granja acoge diversos eventos, desde bodas hasta sesiones fotográficas familiares, lo que añade un toque único a la experiencia del agroturismo.

NOMBRE DE LA EMPRESA

Levandulový statek
Bezděkov

UBICACIÓN

Bezděkov, Olomouc, República
Checa

2. Sobre el agroturismo

La granja de lavanda se encuentra en Bezděkov, un pequeño pueblo cerca de Úsov, donde el fértil río Haná comienza la transición hacia las colinas de Zábřezská. Bezděkov está situado en la región de Olomouc de la República Checa, concretamente en la provincia de Olomouc y el municipio de Úsov.

El territorio de Bezděkov se caracteriza por un paisaje pintoresco. El pueblo está rodeado por las colinas de Zábřezská, que crean un entorno encantador y tranquilo para la granja de lavanda. La región es conocida por su riqueza agrícola, y la granja de lavanda es un testimonio de la dedicación de la familia al mantenimiento y desarrollo de sus tradiciones agrícolas.

La granja no sólo se dedica al cultivo de lavanda, sino que también cultiva una gran variedad de frutas, verduras y hierbas, como caléndula, aciano, menta y melisa. La presencia de animales en la granja contribuye a su auténtico ambiente rural, con el cerdo Chenda, los perros Samik y Jimmin, gatos, gallinas y un rebaño de ovejas pastando entre los campos de lavanda.

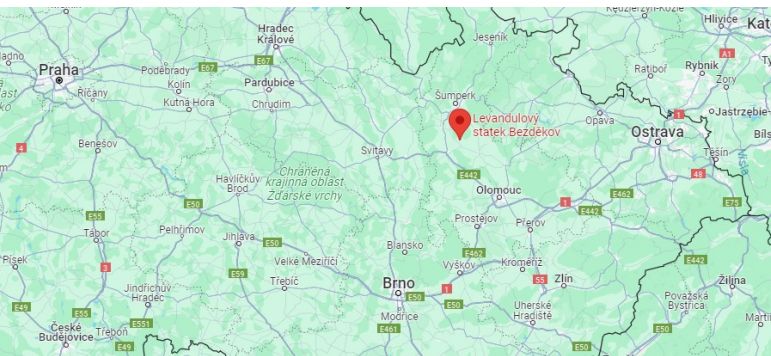
Los turistas que visitan Bezděkov y la granja de lavanda pueden explorar la belleza paisajística del río Haná y las colinas de Zábřezská. Además, la granja ofrece una experiencia única, que permite a los visitantes ser testigos de la armonía entre la agricultura y la naturaleza. Los campos de lavanda, rodeados de animales, crean un entorno sereno e idílico.

Para los que quieran explorar más a fondo, la región ofrece varias atracciones turísticas. En dirección a Jeseníky, los visitantes pueden explorar Velké Losiny, con su fábrica de papel artesanal, su castillo y su balneario, así como la central eléctrica de bombeo Dlouhé stráně, la ciudad de Jeseník y la montaña morava más alta, Praděd.

En dirección a Haná, destacan el castillo de Bouzov, el arboreto Bílá Lhota, las cuevas de Mladeč y Javoříč, y la ciudad de Olomouc, declarada Patrimonio de la

Humanidad por la UNESCO. En dirección a Kralický sněžník, los visitantes pueden disfrutar de la torre mirador de Suchý Vrch, la zona de la Fortaleza de Kralická y el complejo Relax & Sport de la Baja Moravia.

Esta región ofrece una diversa gama de actividades, desde lugares históricos y culturales hasta monumentos naturales, lo que la convierte en un destino ideal para los turistas que buscan una mezcla de encanto rural y exploración.



Ubicación en Google Maps:

<https://maps.app.goo.gl/wZuoNbn37CW5My1w9>

¿Cuándo empezó el negocio del agroturismo?

Desde su inicio, la empresa adoptó la forma de un proyecto empresarial entrelazado con actividades agrícolas. El cultivo de la lavanda comenzó en 2014, y en 2015 la empresa emprendió oficialmente su viaje, marcando el inicio de las actividades empresariales y de agroturismo.

Número de trabajadores

Dos empleados fijos constituyen su base fija, pero pueden contar con hasta veinte trabajadores temporales que siempre están dispuestos a echar una mano cuando es necesario. Y no hay que olvidar a los ocho miembros de su familia que se dedican con cariño a mantener la granja próspera.

Algunos datos turísticos del agroturismo

Tienen una caravana para cuatro personas y un prado para acampar o aparcar caravanas de hasta 25 personas. Su temporada principal llega a su punto álgido en junio y julio, cuando suelen estar al completo. En las épocas menos concurridas del año, el número de huéspedes es de unos cuatro al día, a menos que interfieran las condiciones invernales de nieve. La mayoría de los huéspedes son familias con niños

Además de alojamiento, también ofrecen una tienda con sus productos de lavanda y un bar de aperitivos junto al campo de lavanda. Puedes recorrer el sendero de la lavanda y participar en eventos que van desde bodas, masajes, excursiones y sesiones fotográficas familiares en los campos de lavanda.

Aunque la granja ofrece normalmente la posibilidad de participar, muchos huéspedes no aprovechan esta oportunidad.



El punto de partida de la excursión a la lavanda (Archive of ASZ ČR)



Sala para talleres (Archivo de ASZ ČR)

Sobre la comercialización

En primer lugar, los servicios de los campings se presentan con fuerza en el sitio web Bezcampu.cz. Este sitio web sirve de eje central para que los clientes exploren las opciones de camping disponibles, vean las instalaciones y, sobre todo, hagan una reserva. Bezcampu.cz está diseñado específicamente para campings, pero no es un sitio de camping masivo, comparable a plataformas conocidas como booking.com, sino con un enfoque adaptado al camping. Esta especialización permite una reserva más específica y eficaz para los usuarios interesados en alojamientos de camping.

El sitio web incluye un sofisticado motor de reservas que simplifica enormemente el proceso de reserva. Este sistema ayuda a reducir la carga administrativa asociada a la organización de estancias en camping. Los clientes pueden examinar fácilmente las fechas disponibles, seleccionar sus lugares de acampada preferidos y completar el proceso de reserva sin problemas.

Además de los sitios web, los servicios de camping también utilizan las redes sociales con fines promocionales y de comunicación. Las plataformas de las redes sociales desempeñan un papel fundamental para llegar a un público más amplio y conectar con clientes potenciales.

Aunque las plataformas online, sobre todo los sitios web, son fundamentales para la estrategia de comercialización, la mayor parte de la comunicación con los clientes se realiza por correo electrónico o móvil. Esta comunicación es una herramienta versátil que permite una interacción personalizada, atender consultas específicas y proporcionar información detallada sobre las reservas.

Sobre la publicidad

Las actividades de marketing de la granja de lavanda de Bezděkov incluyen un enfoque integral y utilizan distintos canales para llegar al público y captarlo. El sitio web no sólo sirve como centro de información, sino también como cómodo punto de contacto para clientes potenciales y visitantes.

Además del sitio web, Lavender Farm también aprovecha la gran popularidad de las plataformas de redes sociales. La empresa se comunica activamente con su público a través de grupos de Facebook e Instagram. Estas plataformas sirven como espacio dinámico para compartir contenido visual, como imágenes de los campos de lavanda, miradas entre bastidores a la vida en la granja y anuncios de próximos eventos. Las redes sociales proporcionan una forma interactiva e inmediata de interactuar con la comunidad y fomentan un sentimiento de participación y entusiasmo entre quienes las observan.

La granja utiliza métodos publicitarios tradicionales, incluidas vallas publicitarias, para dar a conocer su festival de la lavanda. Estos carteles físicos sirven como llamativas invitaciones al festival y atraen la atención de los lugareños y los turistas de paso. La decisión de utilizar vallas publicitarias subraya el deseo de la granja de llegar a un público amplio y promocionar sus actos en la comunidad local.

La Granja de Lavanda reconoce la importancia de la calidad visual de los materiales de marketing y, por ello, trabaja con un diseñador gráfico. Esta decisión estratégica refleja una comprensión pragmática de que cada profesional tiene su experiencia, y en este caso, un diseñador gráfico experimentado puede crear materiales promocionales visualmente atractivos y eficaces. Al confiar la parte del diseño a un profesional, Lavender Farm se asegura de que sus materiales de marketing sean visualmente convincentes y cumplan las normas del sector.

Así pues, puede decirse que Lavender Farm utiliza un enfoque de marketing polifacético que emplea una combinación de sitios web, plataformas de redes sociales, vallas publicitarias y diseño gráfico profesional. Esta estrategia integral permite a la empresa conectar con su público tanto online como offline.

Página web de la granja: <https://www.levandulovystatek.cz/levandulovy-statek-bezdekov>
 Facebook: <https://www.facebook.com/levandulovystatek>
 Instagram: <https://www.instagram.com/levandulovystatek/>



El signo de la familia (Archivo de ASZ ČR)



Campo de lavanda con recinto (Archivo de ASZ ČR)



La familia (Archivo de ASZ ČR)

Sobre la puesta en marcha de la empresa

La decisión de aventurarse en el agroturismo para Levandulový statek Bezděkov, la granja de lavanda, se basó en una visión estratégica desde el principio. El propietario, con experiencia en el sector de la restauración, imaginó la granja no sólo como un lugar para actividades agrícolas, sino como un destino que pudiera ofrecer una combinación única de experiencias agrícolas y turísticas. Esta elección deliberada se vio impulsada por el reconocimiento de la necesidad de diversificar los ingresos, especialmente dadas las limitaciones de una parcela más pequeña.

A pesar de los antecedentes del propietario en el sector de la restauración, no contaban con experiencia específica en turismo o agroturismo. Sin embargo, la intención de integrar el agroturismo en las actividades de la granja estuvo clara desde el principio. La decisión de centrarse en el cultivo de lavanda y el agroturismo estuvo probablemente influida por el deseo de aprovechar la creciente tendencia del turismo experiencial, en el que los visitantes buscan experiencias auténticas y envolventes en entornos rurales.

Curiosamente, el empresario decidió embarcarse en la empresa de agroturismo sin buscar ayuda ni asesoramiento externos. No se utilizaron contribuciones, tutoría, financiación ni donaciones de materiales para crear el negocio de agroturismo.

Con el tiempo, la granja de lavanda ha experimentado mejoras, sobre todo en la racionalización de procesos que se han convertido en rutinarios. Esta evolución subraya la curva de aprendizaje que conlleva la gestión de una empresa de agroturismo. Los procesos rutinarios pueden incluir la gestión de reservas, la organización de eventos, el mantenimiento de los campos de lavanda y la garantía de una experiencia fluida para los huéspedes. La capacidad de integrar estos procesos con eficacia habla de la adaptabilidad y el crecimiento del negocio a lo largo del tiempo.

Sin embargo, la puesta en marcha de la empresa de agroturismo no estuvo exenta de dificultades. Un obstáculo notable, tanto durante las fases iniciales como persistente en cierta medida, es la burocracia excesivamente compleja. Navegar por los procesos burocráticos puede llevar mucho tiempo y ser exigente, lo que supone un reto para los empresarios deseosos de centrarse en los aspectos esenciales de su negocio. La complejidad de los procedimientos administrativos puede haber planteado obstáculos a

la hora de obtener los permisos necesarios o de cumplir la normativa, lo que ha repercutido en la buena implantación del modelo de agroturismo.

Otro obstáculo permanente destacado por el propietario es la tensa relación con un vecino que se queja del exceso de coches en la zona. Esta cuestión tiene implicaciones no sólo para la puesta en marcha actual del negocio, sino también para mantener unas relaciones de vecindad positivas. Equilibrar las necesidades del negocio con las consideraciones de la comunidad es un reto habitual en el agroturismo, donde la afluencia de visitantes puede chocar a veces con las expectativas de los residentes locales.



Campo de lavanda (Archivo de ASZ ČR)

Sobre la gestión de una empresa de agroturismo

La gestión de una empresa de agroturismo implica un delicado equilibrio entre la producción agrícola y la oferta de una experiencia acogedora a los turistas. En el caso de la granja de lavanda de Bezděkov, la decisión de centrarse en el agroturismo fue estratégica desde el principio, impulsada por el reconocimiento de la importancia de la diversificación de los ingresos, sobre todo teniendo en cuenta la menor parcela de terreno disponible.

Producción Agraria:

Los principales productos de la granja son la lavanda, cultivada a gran escala, complementada con otras plantas y hierbas medicinales en cantidades menores. Estos cultivos adicionales se realizan para satisfacer las necesidades del negocio de agroturismo, que incluye la celebración de festivales, la gestión de una cafetería de lavanda y la gestión de una tienda. Además del cultivo de hierbas, la granja se dedica activamente a la ganadería ovina, manteniendo un rebaño de treinta ovejas. Esto no sólo contribuye a la experiencia agroturística, sino que también sirve como fuente de producción de carne, proporcionando hasta cincuenta corderos al año para el matadero.

Gestión del negocio agrícola y turístico:

El éxito de la gestión tanto de la granja como del negocio turístico implica una cuidadosa planificación y coordinación. La familia hace hincapié en la importancia de seguir los pasos de sus abuelos, integrando las prácticas agrícolas tradicionales con las estrategias modernas de agroturismo. Los campos de lavanda, combinados con la presencia de ovejas, crean un ambiente rural auténtico y encantador para los visitantes.

Distribución de la renta:

El agroturismo desempeña un papel importante en los ingresos globales de la granja, ya que representa más de la mitad de los ingresos totales. Esto pone de relieve la eficacia de la decisión estratégica de centrarse en el agroturismo como medio de diversificación de los ingresos.

Formación y habilidades:

Para quienes se dedican al agroturismo, existen competencias y necesidades de formación específicas. La familia que dirige la granja de lavanda puede considerar prioritarios para los programas de formación temas como la gestión de la hostelería, el servicio al cliente y la planificación de eventos. Las habilidades en marketing y promoción, especialmente en el contexto del agroturismo, son cruciales para atraer visitantes.

Necesidades de formación:

Las necesidades de formación para dirigir una empresa de agroturismo pueden abarcar una serie de áreas, como la gestión de granjas, la hostelería, el marketing y las prácticas agrícolas sostenibles. El conocimiento de las normativas y certificaciones locales relacionadas con el agroturismo también es importante para el cumplimiento y la credibilidad.

Expectativas de futuro:

De cara al futuro, es probable que la familia que dirige la granja de lavanda prevea un crecimiento continuado de su empresa de agroturismo. Puede que intenten ampliar su oferta, mejorar la infraestructura para albergar eventos y explorar nuevos canales de comercialización. Además, la familia puede dar prioridad a las prácticas sostenibles y medioambientales, en consonancia con el creciente interés de los turistas por las experiencias ecológicas y auténticas.



Campo de lavanda con recinto (Archivo de ASZ ČR)



Jarabe de lavanda (Archivo de ASZ ČR)

Consejos para nuevos empresarios

1. Aprovecha tu impulso y entusiasmo iniciales:

Tu entusiasmo inicial y tu pasión por el agroturismo son tu mayor baza. Sin embargo, prepárate para encontrar obstáculos burocráticos en el camino. Utiliza tu entusiasmo para superar los retos y mantén una actitud positiva. A veces, lidiar con la burocracia puede ser agotador, por lo que la clave para superar estos obstáculos es mantener la motivación.

2. El marketing es importante:

No subestimes el poder del marketing. En un mercado competitivo, la promoción eficaz de tu negocio de agroturismo es muy importante. Utiliza diversas plataformas, tanto online como offline, para llegar a tu público objetivo. Destaca los aspectos únicos de tu granja, como los productos locales o las experiencias especiales, para diferenciarte del resto.

3. Crea experiencias únicas para tus invitados:

Una de las recomendaciones del propietario es que te centres en crear experiencias memorables para tus huéspedes. Por ejemplo, en el contexto de una granja ganadera que ofrece alojamiento, piensa con originalidad. Por ejemplo, considera la posibilidad de crear experiencias creativas y distintivas para el desayuno utilizando los productos de tu granja y colaborando con los granjeros de los alrededores. Puede suponer un mayor coste inicial, pero el objetivo es ofrecer a los huéspedes una experiencia que no encontrarán en el típico desayuno de hotel.

4. Piensa creativamente en tus productos:

Diferénciate de otras empresas de agroturismo pensando de forma creativa en los productos que ofreces. Ya se trate de alojamiento, comidas o actividades, dales un toque único y personal. Muestra la autenticidad de tu granja incorporando tus propios productos, y quizás incluso organices talleres o visitas que permitan a los huéspedes relacionarse con los aspectos agrícolas de tu empresa.

5. Establece relaciones con los agricultores locales:

Trabaja con los agricultores de la zona para aumentar la variedad y la calidad de tu oferta. Establecer relaciones sólidas con los productores locales no sólo puede contribuir al éxito de tu empresa de agroturismo, sino que también fomenta el sentido de comunidad. Los huéspedes apreciarán la conexión con los sabores y productos locales, y añadirá otra capa de autenticidad a tu negocio.

6. Adopta la sostenibilidad:

Considera la posibilidad de incorporar prácticas sostenibles a tu modelo de agroturismo. Esto puede incluir iniciativas ecológicas, estrategias de reducción de residuos y prácticas agrícolas responsables. Muchos consumidores modernos aprecian las empresas comprometidas con la sostenibilidad, y esto puede ser un fuerte argumento de venta para tu negocio de agroturismo.