

Casos prácticos

Hažić

Vista panorámica del camping y las casas móviles.
(Fotografía proporcionada por Tatjana Hažić e Iris Buhin)

Introducción

Vinska kuća & kamp Hažić es una granja de agroturismo situada en el condado de Međimurje, en el norte de Croacia, junto a la frontera con Eslovenia. Es una empresa familiar, dirigida por un matrimonio, Radenko y Biserka Hažić, y sus dos hijas, Tatjana y Valentina. Con una superficie de 6,5 ha, producen vinos y manzanas, así como una gama de productos derivados de esta fruta—zumos, patatas fritas y vinagre—, que también se venden directamente en la granja. También organizan catas de vino para grupos en su bodega, así como distintos tipos de actividades deportivas y de ocio para sus huéspedes. Además, la granja también ofrece alojamiento a través de un camping, donde los clientes pueden alojarse en caravanas y tiendas de campaña, y dos casas móviles.

NOMBRE DE LA EMPRESA

Vinska kuća & kamp Hažić

UBICACIÓN

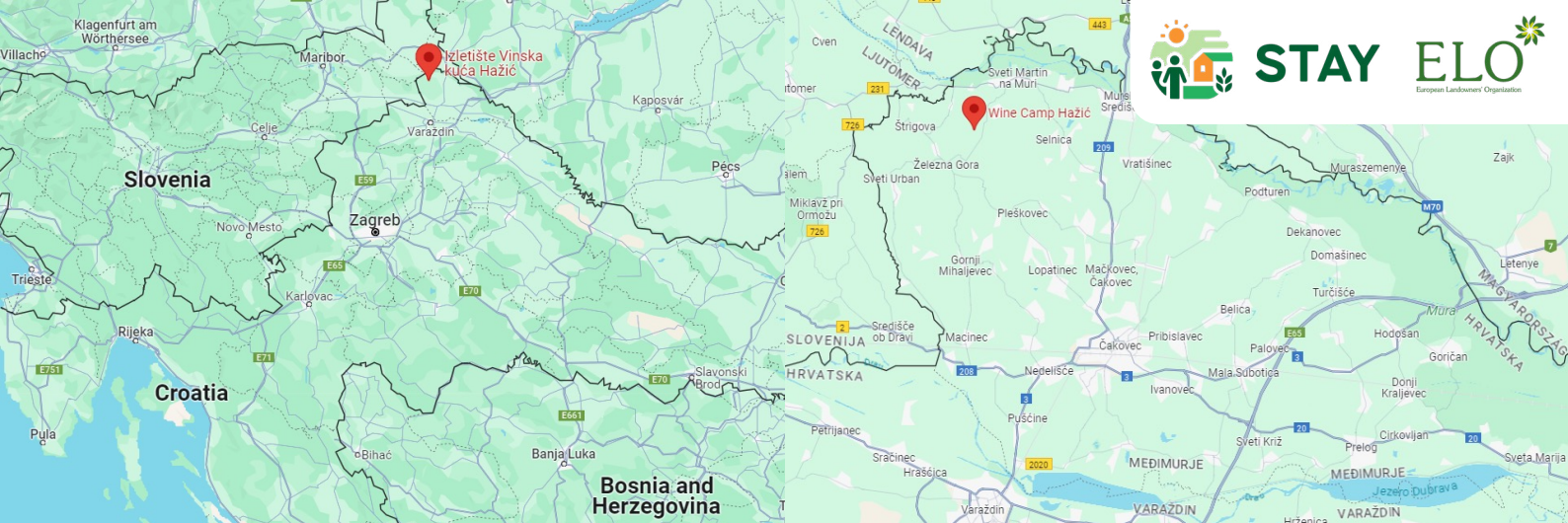
Sveti Martin na Muri, Condado de Međimurje (Croacia)

Sobre el agroturismo

La región de Međimurje, en Croacia, limita al norte y al oeste con Eslovenia y al este con Hungría. Su nombre procede de los dos ríos que bordean la región: el Mura fluye por el norte, y el Drava por el sur. La región, y especialmente la zona donde se encuentra la granja, tiene pequeñas colinas donde se plantan viñedos y manzanos, que constituyen la base de la producción agrícola de los campesinos locales.

Es una región principalmente rural y poco poblada. La demanda turística procede sobre todo de las zonas urbanas de Croacia, y de otros países de Europa. En general, los turistas buscan actividades relacionadas con la tierra y los productos locales, huyen de las grandes aglomeraciones y, en definitiva, buscan relajarse.

La granja está situada a 500 metros de un balneario termal que constituye una de las principales fuentes de turismo de la zona.



¿Cuándo empezó el negocio del agroturismo?

Hace tres años, en 2020, construyeron el vino de campamento y las casas móviles, y, por tanto, la granja también pudo empezar a ofrecer alojamiento.

Número de trabajadores

En total, la granja tiene unos 15 trabajadores, incluidos los temporeros.

Algunos datos turísticos del agroturismo

La granja alquila catorce parcelas de acampada, donde los turistas pueden llevar sus propias tiendas, autocaravanas o caravanas. La granja también puede alojar a ocho personas más en las casas móviles, que tienen dos cuentas cada una.

La procedencia de los turistas varía según la época del año, aunque, en general, la granja recibe más huéspedes internacionales que nacionales. Durante la temporada alta, de mayo a octubre, la mayoría de los turistas son extranjeros. Este año, gracias a una campaña de promoción en Eslovenia, recibieron un número considerable de turistas de ese país. Los turistas suelen venir de Holanda, Alemania y Polonia.

Los turistas croatas suelen alojarse en hoteles o apartamentos cercanos, o en el centro de bienestar del balneario termal, y suelen ir a la granja Hažić a visitar la bodega para las catas. Los huéspedes también tienen la oportunidad de probar las delicias croatas preparadas por la Sra. Hažić, entre las cuales la más popular es la međimurska gibanica, un postre hecho de hojaldre y cuatro rellenos: nueces, queso fresco, semillas de amapola y manzanas.

Algunos turistas llegan en grupos organizados, y entre los que vinieron el verano pasado, varios ya han reservado su estancia para el año que viene. El turista medio tiene 45 años o más.



El baño de las casas móviles. (Fotografía proporcionada por Tatjana Hažić e Iris Buhin)



Un dormitorio en la casa móvil con cama de matrimonio. (Fotografía proporcionada por Tatjana Hažić e Iris Buhin)



El interior de las casas móviles. (Fotografía proporcionada por Tatjana Hažić e Iris Buhin)



Dos participantes de la ruta anual de los viñedos.
(Fotografía proporcionada por Tatjana Hažić e Iris Buhin)



Tatjana recogiendo manzanas de un árbol en el viñedo.
(Fotografía proporcionada por Tatjana Hažić e Iris Buhin)

Los turistas se quedan en la granja una o dos noches por término medio. Una parte importante de los turistas están de paso, ya que van o vuelven de las regiones costeras. Los turistas que más tiempo permanecieron en la granja Hažić fueron una joven pareja británica, que permaneció allí un mes y medio.

Los huéspedes pueden participar en actividades agrícolas, como recoger manzanas y uvas, o cortar la hierba. La granja organiza una gran variedad de eventos para los turistas. La que atrae más participación es la actividad mensual de correr. Dividida en tres categorías diferentes (5 km, 10 km y 20 km), no es una competición, ya que todo el grupo va y vuelve junto. Los participantes corren por las colinas hasta el río Mura. A su regreso, son recibidos con postres caseros, y también pueden tomar algunas bebidas.

La granja también organiza una vez al año un recorrido por los viñedos, en el que los participantes tienen que subir y bajar cinco veces por los viñedos. La persona más rápida obtiene un premio consistente en algunos productos elaborados en la granja y algunos premios otorgados por los

patrocinadores, como una tarjeta regalo para el balneario termal. Hay varias ediciones de este evento. Se celebra una versión para niños de este evento, en la que los niños deben correr hacia arriba y hacia abajo una sola vez. También se celebra una carrera de relevos en los viñedos: grupos, formados por tres corredores cada uno, compiten entre sí. Los miembros del equipo deben pasarse unos a otros una ficha, que es una copa de cristal. Al final de la competición, un DJ ameniza con música, y los asistentes pueden comer, beber y bailar.

Los fines de semana también ofrecen un servicio de autobús gratuito, un "hop on - hop off bus", que lleva a los huéspedes a lugares de interés, como otras bodegas, museos, etc. Hay dos rutas establecidas (cultural y gastronómica) cada fin de semana que los turistas pueden elegir y, si no hay suficiente gente para cubrir una ruta, se pregunta directamente a los huéspedes adónde quieren ir entre todas las opciones disponibles.

Por último, ofrecen a sus clientes asesoramiento gratuito sobre rutas en bicicleta y a pie por los alrededores.



Asistentes a la ruta de los viñedos, animando a los participantes.
(Fotografía proporcionada por Tatjana Hažić e Iris Buhin)



El porche de las casas móviles. (Fotografía proporcionada por Tatjana Hažić e Iris Buhin)

Sobre la comercialización

El sitio web de la granja incluía un sistema de reservas para que los huéspedes reservaran su alojamiento, pero se retiró debido a su elevado coste. Las casas móviles se comercializan en Booking.com. El camping se anuncia en distintos sitios web y plataformas nacionales e internacionales, como Road Surfer, PitchUp, Campercontact, Pincamp, park4night, etc.

La asociación local de turismo les apoyó publicando anuncios sobre la región en portales turísticos eslovenos. Esta es la razón por la que este año han recibido más visitantes de Eslovenia. No obstante, los resultados en términos de número de turistas sólo son notables cuando las campañas se dirigen a públicos muy específicos.

También tienen dos perfiles distintos en Google Business, uno para la bodega y otro para el campamento vinícola. La familia Hažić se está planteando ahora crear un tercero para la tienda de productos, ya que aparecen como un único negocio a pesar de tener diferentes horarios de apertura. Estos son los perfiles:

Bodega: <http://tinyurl.com/4pys3smd>
Camping: <http://tinyurl.com/3m-mxrt6c>

El alojamiento también se puede reservar a través de las redes sociales de la granja, aplicaciones de mensajería instantánea (WhatsApp, Viber, Facebook Messenger) y también llamando directamente a su número de teléfono o enviándoles un correo electrónico.



Una pareja de turistas descansando fuera de su caravana, en el camping. (Fotografía proporcionada por Tatjana Hažić e Iris Buhin)

Sobre la publicidad

La granja Hažić tiene un sitio web completo, disponible en croata, inglés y alemán, donde anuncian la granja y los productos y servicios que ofrecen. En el sitio web también se incluye un blog con las últimas actualizaciones. El enlace es <https://opg-hazic.com/en/>.

La granja también está presente en varias plataformas de medios sociales:

- Facebook: <https://www.facebook.com/IzletisteVinskaKucaHazic>
- Instagram: <https://www.instagram.com/izletistevinskakuca/>
- TikTok: <https://www.tiktok.com/@winecamphazic>

También tienen material impreso. En primer lugar, un folleto sobre los zumos que producen, en inglés, que incluye un mapa de su ubicación para que los clientes puedan encontrarlo fácilmente. Está hecho de papel reciclado. También tienen otro folleto en el que presentan la granja, la bodega y algunas de las actividades que ofrecen (ruta por los viñedos, autobús hop on - hop off). Este folleto está disponible en croata y en inglés.

Sobre la puesta en marcha de la empresa

La granja la abrieron el Sr. y la Sra. Hažić en los años 90, cuando volvieron a casa tras trabajar unos años en Eslovenia y empezaron a producir manzanas y vino. También se aventuraron en la apicultura, pero finalmente tuvieron que abandonarla porque les resultaba demasiado difícil asumir tres actividades distintas simultáneamente. En 2016, empezaron a producir también zumo. Antes, en 2012, la granja empezó a ofrecer catas de vino a clientes externos.

La granja Hažić fue una de las pioneras en dedicarse al agroturismo en la región de Medimurje. Al estar situada cerca del balneario termal, la familia vio un flujo creciente de turistas que podrían estar interesados en comprar los productos que producen. A partir de 2012, la granja puso en marcha una cata de vinos semanal para los huéspedes que acudían al balneario, que tenía lugar todos los sábados. Fue un programa de colaboración entre el balneario y la granja, por el que el primero incluyó la cata entre los servicios que ofrecía a sus visitantes. La familia Hažić también vio una oportunidad en la floreciente demanda de productos locales y nacionales.



La casa del vino (Fotografía proporcionada por Tatjana Hažić e Iris Buhin)

En los últimos años, se han construido nuevos alojamientos alrededor y cerca del balneario termal, lo que ha atraído a nuevos clientes a la granja. La familia tuvo la idea de diferenciar la granja promocionando no sólo los productos que ellos mismos producen, sino también el entorno natural que les rodea y ofreciendo una serie de actividades respetuosamente inmersas en la naturaleza. Fue entonces cuando decidieron ofrecer alojamiento, primero a través del camping y más tarde construyendo casas móviles.

El negocio se desarrolló paso a paso, segmento a segmento, siguiendo un análisis de las tendencias en el mercado y entre los clientes. Fue casi un camino natural que las hermanas se unieran a sus padres, porque Valentina estudió Agricultura y Tatjana Turismo. Antes de abrir la bodega, el Sr. y la Sra. Hažić preguntaron a sus hijas si estaban dispuestas a trabajar en el negocio familiar, pues de lo contrario no se habrían dedicado al agroturismo.

Un obstáculo importante con el que se encontraron fue el reto de encontrar personas jóvenes formadas y deseosas de trabajar en entornos rurales. En consecuencia, han iniciado una búsqueda de programas que puedan racionalizar sus operaciones, con el objetivo de mejorar la eficacia y la productividad, reduciendo al mismo tiempo la mano de obra necesaria para sus actividades en estas zonas rurales.

Para ampliar y mejorar su empresa de agroturismo, la granja obtuvo ayuda financiera de la Unión Europea a través de la Agencia Croata de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural. En concreto, recibieron 320.000 € del Programa de Desarrollo Rural. Además, accedieron a financiación complementaria de fuentes tanto nacionales como regionales, confiando inicialmente en los fondos nacionales porque cubrían un mayor porcentaje de los gastos durante las fases iniciales de desarrollo. La persona responsable de encontrar y ejecutar estos fondos fue Valentina, que desde entonces se ha convertido en una consultora que ayuda a las nuevas empresas agrícolas y rurales a buscar las mejores oportunidades de financiación adaptadas a sus necesidades.



El aparcamiento de caravanas (Fotografía proporcionada por Tatjana Hažić e Iris Buhin)

Sobre la gestión de una empresa de agroturismo

Además de la familia Hažić (los padres, Tatjana y Valentina), la granja tiene otros trabajadores a tiempo parcial. Una joven estudiante, Iris, les ayuda con el marketing, las relaciones públicas y la gestión de la parte turística de la granja (casa del vino, campamento y casas móviles). Otro trabajador se encarga de ayudar en la producción y la limpieza de las instalaciones. La granja también contrata entre ocho y diez trabajadores estacionales, que son necesarios para cosechar tumbas y manzanas.

La familia considera que llevar un negocio de agroturismo, con dos vertientes que incluyen la granja y el alojamiento, es estresante. Sin embargo, como su negocio aún está empezando y creciendo, se dan cuenta de la diferencia entre temporadas. Durante las temporadas bajas, casi nunca tienen reservas completas, lo que les permite centrarse en las actividades agrícolas. El camping no está disponible durante el invierno; sin embargo, las casas móviles, normalmente reservadas para los fines de semana, siguen siendo accesibles.

La bodega sólo abre previa petición, por lo que las catas se programan con antelación. La tienda está abierta de lunes a viernes, de 8 a 18, los sábados de 10 a 19, y los domingos hasta las 13.

Cuando hay menos turistas o no hay huéspedes, Tatjana, que se ocupa de la parte agroturística del negocio, puede hacer otras tareas, como trabajar los viñedos o entregar los zumos que producen a bares y restaurantes, o incluso a particulares que viven tan lejos como Zagreb.

Tatjana calcula que alrededor del 80% de los ingresos familiares proceden de la producción primaria, es decir, de las actividades agrícolas y de transformación. Incluye la venta directa de los productos. El 20% restante procede de la actividad agroturística que desarrollan. La granja produce anualmente 20.000 botellas de vino.

La familia está pensando en ampliar el menú de comidas que ofrecen no sólo a sus huéspedes, sino también a los que vienen de otros alojamientos. Su principal premisa es que comprarían productos a productores regionales, reforzando así la cooperación entre las empresas locales.

Los planes para el futuro próximo incluyen contratar a una nueva persona, un chico joven que sustituirá al Sr. y la Sra. Hažić, ya que se están haciendo mayores y están pensando en jubilarse. También quieren llevar la casa del vino a una escala mayor ofreciendo más sesiones de cata. Además, la familia desea ampliar la gama de productos que ofrecen para sorprender y atraer a nuevos huéspedes y clientes potenciales. También les gustaría participar en más programas que les permitan mejorar la eficiencia energética de la granja.

En cuanto a las instalaciones de alojamiento, la familia Hažić tiene previsto construir seis nuevas casas móviles, hasta un total de ocho, en los próximos años. Para continuar este desarrollo, tienen la intención de buscar apoyo de fondos nacionales, que permitan una expansión acelerada de su negocio.



Una madre y su hija se divierten en el parque infantil, justo delante de las casas móviles. (Fotografía proporcionada por Tatjana Hažić e Iris Buhin)

Consejos para nuevos empresarios

“El consejo más importante que se puede dar a cualquier persona que esté pensando en dedicarse al sector del agroturismo es que trabaje, trabaje y trabaje. El trabajo duro acabará dando sus frutos”. El Sr. Hažić lleva más de treinta años trabajando en la granja, e insiste en que los recién llegados deben dejar atrás sus miedos y dudas y ser fuertes. No te rindas, porque no es fácil y requiere mucha energía, pero tú eres la única persona responsable de tu propio éxito”.



Still Tourism Around Yard



Co-funded by
the European Union

Project N. 2022-1-SIO1-KA220-VET-000087663

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.