



Facultad de Ciencias Empresariales
Sede Rosario - Campus Pellegrini
Carrera: Licenciatura en Ingeniería Comercial

Trabajo Final de Carrera Título:

*Análisis de la pre-factibilidad para el desarrollo de Turismo Rural en la
ciudad de Gálvez, Santa Fe
Estudio de Caso “Campo Don Alfredo”*

Alumno: Valentina Righi vale.righi@hotmail.com

Tutor de Contenidos: Prof. Ps. Laura M. Berizzo

Tutor Metodológico: Mg. Lic. Ana María Trottini

Diciembre 2016

AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer a todos aquellos profesores que a través de sus conocimientos, afecto, recomendaciones y perseverancia, a lo largo de toda la carrera, me brindaron herramientas que facilitaron la realización de este trabajo que hoy presento. Agradezco especialmente a la Ps. Laura Berizzo, quien fue encaminándome para lograr finalizar con éxito mi trabajo, así también a la Mg. Lic. Ana María Trottini, por su colaboración, tiempo y sugerencias.

Al Director de Carrera, Oscar Navós, siempre atento a las necesidades de los alumnos y dispuesto a brindar soluciones.

A mi familia, por siempre acompañarme, sin importar mis estados de ánimos, angustias y miedos, apoyando sin dudar, todas mis decisiones.

ÍNDICE

	Página
RESUMEN	4
INTRODUCCIÓN	5
<u>CAPÍTULO I: Problematización del Estudio de Caso</u>	8
Descripción del caso	8
Problemática en estudio	10
Análisis del Sector	11
Análisis del Mercado	12
Análisis de la competencia	14
Análisis del marco legal e institucional	16
Leyes Nacionales y Provinciales vinculados al Turismo Rural	17
Matriz F.O.D.A.	18
<u>CAPÍTULO II: Marco Conceptual</u>	21
Evolución del Turismo Rural.....	21
Definición de Turismo Rural	24
Modalidades del Turismo Rural	25
<u>CAPÍTULO III: Metodología</u>	29
Unidad de Análisis.....	29
Variables de estudio.....	30
Técnicas	30
<u>CAPÍTULO IV:</u>	34
RESULTADOS	34
Análisis de datos	34
Líneas de acción	41
CONCLUSIONES	45
ANEXOS	47
BIBLIOGRAFÍA	48

RESUMEN

Llevamos adelante un Estudio de Casos para evaluar la viabilidad de desarrollar un proyecto de Turismo Rural, con el motivo de aprovechar el campo familiar, que tiene un gran valor sentimental para sus propietarios.

Esto nos lleva a relevar las cuestiones importantes a tener en cuenta al momento de generar el emprendimiento, prestando atención a los propósitos por los que los dueños pretenden movilizar recursos y realizar modificaciones en el espacio, conforme a su satisfacción personal.

A partir del impulso que el Turismo Rural tiene en la provincia de Santa Fe, tendremos en cuenta tanto las necesidades actuales que encontramos en las personas de relajación, tranquilidad, como también las de instituciones educativas, para que puedan enseñar costumbres y tradiciones de nuestros antepasados.

Recabamos información sobre los propietarios para determinar cuál es el propósito que persiguen con la reutilización del campo, exponiendo cuáles son sus inquietudes, y que los moviliza a llevar adelante el proyecto.

Con este fin, abordaremos para el análisis de pre-factibilidad diversas variables como comerciales, técnicas, organizacionales, legales, ambientales, económicas, emocionales y sociales, que permitirán determinar si es conveniente o no desarrollar el proyecto.

Palabras Clave: Campo familiar. Turismo Rural. Necesidades sociales-educativas. Propósito de los propietarios. Análisis de Pre-factibilidad. Variables.

INTRODUCCIÓN

Es una de las paradojas de la Argentina, que en las grandes ciudades se sufra un grave déficit habitacional y en el interior muchos huyan de pueblos y campos, donde sobran las viviendas, y, en busca de una vida mejor se instalen en las grandes ciudades.

Paula Urien, en su artículo “El gran éxodo: el campo se vacía y huye a ciudades hacinadas” refiere que *“Una investigación de la Fundación de Investigaciones Económicas Latinoamericanas (FIEL) basada en cifras del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC), señala que en 1991 vivían en zonas rurales algo más de 4 millones de personas, cifra que cayó a 3,5 millones en 2010 a pesar de que aumentó la población (más de 7 millones) durante ese período. Lo increíble es que este fenómeno se dio en pleno boom de la soja”*¹.

La autora continúa explicando que la falta de infraestructura que lleva al aislamiento, el déficit en servicios y, sobre todo, la escasez de trabajo de buena calidad, van despoblando el campo. También los constantes cortes de luz y la falta de señal en la telefonía celular funcionan como grandes desmotivadores para vivir en el campo. El resultado: en las ciudades, hacinamiento; en pueblos y campos, casas deshabitadas. En la Argentina, más del 90% vive en centros urbanos.²

Todo esto fue un determinante para que los espacios rurales, además de quedar deshabitados, dejaran de ser lugares a los que se concurre. De esta manera, las nuevas generaciones pierden la oportunidad de experimentar vivencias propias y exclusivas de este ámbito. La vida en el campo proporciona un contacto con la naturaleza, animales, plantas, aire puro, agua fresca de molino, que permite, además del disfrute de los mismos, la posibilidad de alejarse del estrés que genera la vivir en la urbe. Actualmente, se intentan recuperar estos espacios, a través de emprendimientos o proyectos que lleven propuestas de actividades propias de la vida en el campo.

La existencia de una casa de campo familiar en la Ciudad de Gálvez (Santa Fe) que fue conservada con mucho esfuerzo para que no se transforme en “tapera” o llegue

¹Urien, Paula. “El gran éxodo: el campo se vacía y huye a ciudades hacinadas” (17 de Junio de 2015). Recuperado el 28 de Agosto de 2016, de Disponible en: <http://www.lanacion.com.ar/1802453-el-gran-exodo-el-campo-se-vacia-y-huye-a-ciudades-hacinadas>

²Ibídem.

a la demolición, motiva a sus propietarios, junto con todo lo anteriormente mencionado, a generar un espacio, que no solo permita aprovechar la edificación sino también, promover actividades que posibiliten a la personas de la localidad y los alrededores volver a disfrutar de este espacio. Nos proponemos desarrollar un Estudio de Caso para analizar la viabilidad de desarrollar un emprendimiento que consiste en crear una granja recreativa y educativa, teniendo por objetivo satisfacer las necesidades de descanso y recreación y a su vez, repoblando este espacio tan relegado.

De acuerdo con lo mencionado en el libro “Turismo Rural en la Argentina: Concepto, situación y Perspectivas”³ podemos ver que en Argentina, entre las primeras iniciativas se destacan las de la región patagónica, en busca de una mayor rentabilidad, sobre infraestructuras ya existentes, poniendo énfasis sobre la cultura propia de la zona donde se llevaban a cabo. En este marco, muchos productores comenzaron a ver en el turismo, una forma de reutilizar la capacidad ociosa de sus establecimientos.

A su vez, muchos productores a lo largo del país reacomodaron sus estancias para recibir a turistas, en donde en algunos casos también incluyen la posibilidad de la realización de tareas de campo, entre otras modalidades.⁴

Actualmente en la provincia de Santa Fe, existe una gran variedad de establecimientos dedicados al turismo rural que ofrecen diversas actividades recreativas en el campo. Las localidades que ofrecen, dentro de la provincia, propuestas de este tipo son: Cañada de Gómez, Cayastá, Cululú, Guadalupe Norte, Rafaela, San Javier, Soledad, Totoras, Casilda, Esperanza, Matilde, Sanford, Santa Isabel, Sunchales, Villa Constitución.⁵

Como se menciona en el “Blog del turismo Rural” en la provincia de Santa Fe se está viviendo un proceso de crecimiento, se llevan a cabo distintos emprendimientos que dan cuenta al valor que tienen estos establecimientos en la región. Actualmente existen 22 establecimientos rurales en la provincia, donde 14 brindan alojamiento y 8 – sin alojamiento- ofrecen la posibilidad de realizar actividades al aire libre y disfrutar de un día de campo.⁶

³Román MF. y Ciccolella M. (2009). Capítulo: “Contexto socioeconómico del surgimiento del turismo rural” (11 - 13). En Turismo rural en la Argentina: concepto, situación y perspectivas. Buenos Aires: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA).

⁴Ibídem.

⁵Portal turístico provincial. “Turismo rural en Santa Fe” (2016). Recuperado el 04 de Septiembre de 2016, disponible en: <http://www.turismosantafe.com.ar/turismo-rural.htm>

⁶Espacio TR. “Turismo rural en Santa Fe – Argentina” (15 de Abril de 2011). Recuperado el 04 de Septiembre de 2016, disponible en: <http://www.blogdeturismorural.com.ar/2011/04/15/turismo-rural-en-santa-fe-argentina/>

Teniendo en cuenta la situación actual de este sector en particular, pretendemos determinar si es factible desarrollar un lugar recreativo y de pausa, para reutilizar un espacio de campo y recuperar costumbres de la vida rural, que podrá ser aprovechado por los habitantes de la ciudad de Gálvez, con el objetivo de volver a vivir las costumbres y las actividades propias del campo, el disfrute del aire libre y la tranquilidad de ese lugar. Queremos proporcionar un espacio de descanso, en donde los interesados puedan desconectarse de la ciudad, de su quehacer diario, donde los niños puedan vivenciar y conocer cuáles eran las costumbres y las actividades cotidianas que se realizaban en estos lugares.

Para dar respuesta la problemática planteada, desarrollaremos Estudio de Caso para determinar, teniendo en cuenta los recursos actuales con los que cuenta el predio, si es recomendable plantear el proyecto.

A su vez nos permitirá poner en juego y atravesar transversalmente, conocimientos adquiridos durante toda la carrera. Partiendo desde el análisis del entorno y el propósito de quienes desean desarrollar el emprendimiento. Por otro lado, el estudio de las pre-factibilidades tanto legales, económicas, ambientales, financieras y técnicas, que debemos corroborar, como los métodos de evaluación, que permiten determinar la viabilidad del mismo. El estudio de los recursos humanos, de la motivación, aspectos fundamentales en un estudio. Esto nos permite, con todas las herramientas mencionadas, aportar un beneficio a la familia propietaria del campo, ya que la intención de reutilizar el campo y desarrollar un proyecto de esta índole se viene pensando desde hace años, y puede comenzar a vislumbrarse como real a través del aporte que podemos realizar con los conocimientos y herramientas que nos llevamos de la Facultad.

CAPÍTULO I

PROBLEMATIZACIÓN DEL ESTUDIO DE CASO

La existencia de una casa de campo familiar en la Ciudad de Gálvez (Santa Fe) que fue conservada con mucho esfuerzo para que no se transforme en “tapera” o llegue a la demolición, motiva a sus propietarios a generar un espacio, que no solo permita aprovechar la edificación sino también, promover actividades que permitan a la personas de la localidad y los alrededores volver a disfrutar de este espacio. Con el fin de renovarlo, de volver a darle valor a la casa familiar, realizaremos un estudio para determinar la viabilidad de realizar un emprendimiento que permita reacomodar el campo para desarrollar el Turismo Rural para los habitantes de la ciudad de Gálvez.

Descripción del caso

Teniendo en cuenta la situación actual de este sector en particular, los propietarios pretenden desarrollar un proyecto para crear un lugar recreativo y de pausa, para reutilizar un espacio de campo y recuperar costumbres de la vida rural. Propondremos, con este fin, realizar Estudio de Caso para evaluar la viabilidad de implementar el Turismo Rural en el campo para que pueda ser aprovechado por los habitantes de la ciudad de Gálvez, con el objetivo de volver a vivir las costumbres y las actividades propias del campo, el disfrute del aire libre y la tranquilidad de ese lugar. Queremos proporcionar un espacio de descanso, en donde los interesados puedan desconectarse de la ciudad, de su quehacer diario, donde los niños puedan vivenciar y conocer cuáles eran las costumbres y las actividades cotidianas que se realizaban en estos lugares.

El campo familiar sobre el que desarrollaremos el estudio, se encuentra ubicado en la Provincia de Santa Fe, Ciudad de Gálvez, a 13 km de la misma. El predio cuenta una extensión de 48 Ha. en donde dos de ellas son ocupadas por una casa y las 46 restantes se explotan con fines agropecuarios.

La edificación consta de tres habitaciones, una cocina, un comedor, un baño y un sótano, el patio que la rodea se encuentra parqueado con diferentes tipos de plantas, diversos árboles de distintas variedades, entre ellos árboles frutales (un manzano, una higuera, un moral, un mandarino, un naranjo, un árbol de quinotos). Posee algunos animales, entre ellos aves, como pavos reales y gallinas, y también dos caballos.

En la extensión del campo se encuentran diferentes herramientas y maquinarias antiguas, que la familia conserva. Las mismas eran utilizadas para preparar y trabajar la tierra para la siembra y están exhibidas a lo largo del parque. Cuenta con 3 silos antiguos en donde se almacenaba la cosecha. También instrumentos anticuados que formaron parte de la casa, como una cocina a leña antigua.

Podemos encontrar dos carros antiguos, sulkys americanos, que la familia restauró y que están aptos para ser utilizados con los caballos.

También hay un tanque, que puede ser utilizado como pileta, y un estanque con una pequeña isla en el medio.

En este sitio vivió la familia Garnero, desde el año 1940, fecha en que la casa fue construida por su propietario. En aquel momento, las actividades que desarrollaban era la cría de ganado para la producción de leche y el cultivo de la tierra. Parte de la materia prima obtenida se comercializaba en las industrias de la ciudad de Gálvez y el resto era utilizada para la producción de alimentos de consumo familiar.

El padre con sus hijos varones se dedicaban al ordeño desde horas muy tempranas de la mañana para luego llevar la leche en los tarros hasta la entrada del campo, a 200 mts. De la casa, donde eran recogidos por el camión lechero de Sancor. El resto del día transcurría entre el cuidado de los animales y la preparación de la tierra para el cultivo o el armado de quintas de hortalizas para el propio consumo.

La madre y la hija se dedicaban a la preparación de conservas a base de frutas recolectadas allí mismo. También a la elaboración de diferentes derivados lácteos con la leche sacada de su propio tambo. Una vez al año, la familia producía embutidos. Este momento se vivía como una manera de recuperar tradiciones familiares, utilizando recetas y fórmulas de sus antepasados. También les permitía proveerse de carne, a través de un sistema de conservación por secado, debido a la falta de sistemas de refrigeración.

Teniendo en cuenta la época en la que esto transcurre, la familia debía ingeniarse distintos sistemas para la conservación, por un lado el sótano familiar, sitio fresco y seco, funcionaba como despensa donde se almacenaba todo lo que se elaboraba.

También tenían un pozo de agua en el patio al que, con sistema de sogas, bajaban botellas de bebida para enfriar su contenido.

La familia habitó la casa por 15 años, para luego mudarse a la ciudad, aunque el campo siguió siendo fuente de trabajo bajo el cuidado de una familia contratada con la visita permanente de sus propietarios.

El **propósito** de los propietarios es revalorizar el campo familiar, incorporando una propuesta a través de un emprendimiento, que permita generar actividades educativas para recuperar costumbres y valores perdidos en la sociedad actual, y dejar grabado en quien visite el establecimiento, no solo el recuerdo de momentos inolvidables, sino también una enseñanza. Pretenden generar un ambiente de descanso, promoviendo la vida al aire libre, en donde puedan revivirse las tradiciones y actividades típicas de la vida de campo, que permita aprovechar la casa y el parque que fue conservado con tanto esfuerzo por la familia.

Enriquecer la modernidad con costumbres de antes. Generar un atractivo para que sus visitantes puedan encontrar un espacio en donde revivir y recordar las actividades típicas del campo, y que puedan llevarse, no solo un buen recuerdo de un momento vivido, sino también la experiencia del aprendizaje sobre la vida en el campo.

Problemática en estudio

Analizaremos la viabilidad de desarrollar un emprendimiento de Turismo Rural en un campo ubicado en la ciudad de Gálvez. Sus propietarios tomaron la iniciativa de restaurarlo, para que la casa y el parque no pierdan valor, para que pueda ser aprovechado como un medio para desarrollar actividades recreativas y de aprendizaje que beneficien a los habitantes e instituciones de la ciudad.

A través de un Estudio de Caso, daremos respuesta a esta inquietud, determinando si es viable o no llevar adelante este tipo de proyecto.

El **objetivo general** que nos proponemos es evaluar la pre-factibilidad de realizar un emprendimiento que permita recuperar un espacio dejado de lado, renovar y darle valor al campo de la familia que tiene un valor sentimental para sus propietarios, y a través del mismo, permitirle a los habitantes e instituciones de la ciudad de Gálvez y

la redonda revivir las costumbres y tradiciones típicas del campo, generar un espacio de aprendizaje y a su vez crear un lugar de tranquilidad y esparcimiento.

Nuestros **objetivos específicos** fueron:

Establecer el propósito que persiguen los propietarios, cuales son los factores emocionales que los movilizan a desarrollar el proyecto.

Analizar el sector en el que se encuentra inmerso este futuro proyecto, para determinar cuáles son las necesidades a atender y los requerimientos que permitan que sea viable.

Caracterizar la competencia existente, determinando que propuestas son similares, cuáles son sus ventajas competitivas y a qué tipo de segmento atienden.

Determinar la factibilidad técnica para el desarrollo del emprendimiento, qué recursos del campo pueden aprovecharse, cuales están en condiciones de ser utilizados, cuáles deberían reacondicionar para su optimización y cuáles deberían adquirir para poder llevar adelante la propuesta. También los recursos humanos necesarios y las capacidades que requieren los mismos.

Especificar la factibilidad legal a través de un análisis de la legislación vigente, cual es el marco legal que se adapta mejor a este tipo de emprendimiento.

Proyectar la factibilidad económica, teniendo en cuenta predisposición de los propietarios a soportar la inversión necesaria.

Análisis del Sector

Es de amplio conocimiento que el sector agropecuario en Argentina es totalmente heterogéneo, debido al extenso territorio que ocupa, está colmado de diversos ambientes, suelos, condiciones y climas que hacen que existan muchas actividades.

El suelo rural es soporte para la producción de alimentos y fibras y también sostén de tradiciones, saberes y paisajes culturales. Por esto, la multifuncionalidad que presenta este sector permite que podamos llevar adelante actividades vinculadas con el turismo y la educación, y que en la actualidad van en crecimiento continuo.⁷

⁷ Cámara Argentina del Turismo Rural. “*Foro Nacional del Turismo Rural*”. Consultado el 21 de Octubre de 2016. Disponible en: http://www.catur.com.ar/img/doc_analisis00.pdf

Diversas tendencias como el contacto con la naturaleza, una mayor responsabilidad y conciencia medioambiental hacen que las personas se predispongan a visitar estos lugares, a ponerse en contacto con diversos aspectos que en la ciudad se han olvidado.

También, el hecho de buscar que los niños salgan de sus casas en sus momentos de ocio, realizando juegos recreativos, al aire libre tiene muchísimos beneficios, como el desarrollo de la creatividad y la imaginación, la mejora en las relaciones sociales, la autonomía y la independencia. Todos estos factores, que hoy la sociedad contempla y visualiza como problemáticas son favorables para este emprendimiento, que busca justamente revertir esta situación, por lo que sería considerado como un lugar al donde llevar a los niños, generando una tendencia al crecimiento del sector.

Análisis del Mercado

La ciudad de Gálvez se encuentra ubicada en el Dpto. San Jerónimo en la provincia de Santa Fe. Cuenta con aproximadamente 18.542 habitantes.

Debemos tener en cuenta que no existe, en la cercanía de la ciudad, en 100 km a la redonda, algún tipo de establecimiento que ofrezca actividades de este tipo, por lo que podemos estimar que todas las instituciones de la ciudad podrían estar interesadas en nuestra propuesta, por cuestiones tanto de comodidad y cercanía, como también la inexistencia de actividades similares cerca.

El perfil que buscamos para nuestro segmento son niños, entre 5 y 14 años, inmersos o no en alguna institución de la ciudad, o de los alrededores. Por lo que apuntamos tanto a instituciones, como escuelas y clubes, como también a particulares que deseen disfrutar de un momento en el campo, en donde puedan, además de relajarse, aprender de este sector tan particular.

Tamaño del mercado

El sector al que apuntamos con el proyecto está comprendido por todos los establecimientos educativos y recreativos de la ciudad. La misma cuenta con 8 instituciones educativas que nuclean niños de las edades a las que apuntamos con el proyecto, y 5 clubes con diferentes actividades para los niños. De acuerdo al censo 2010, en la ciudad de Gálvez aproximadamente 3000 habitantes son niños entre 5 y 14 años.

Con el objetivo de focalizar las estrategias, identificar las necesidades puntuales de los consumidores y optimizar el uso de los recursos, realizamos una segmentación del mercado.

Utilizamos bases demográficas y dentro de ella variables como edad, sexo biológico, nivel educativo, para evaluar e identificar aspectos básicos de los consumidores a los que apuntamos y poder brindar un servicio que valoraren más los usuarios y llevar adelante actividades que complazcan y satisfagan, que permitan generar fidelidad y con esto un posicionamiento de marca positivo.

Teniendo en cuenta que los usuarios del emprendimiento serán niños, el proceso y la decisión de compra estará a cargo de las instituciones a las cuales los niños pertenecen, y de sus padres, por lo tanto debemos generar una propuesta con un doble atractivo, para los niños por un lado y para quien tome la decisión de compra por otro.

Es de suma importancia que los niños que disfruten de la experiencia se lleven un grato recuerdo, logren vivenciar las costumbres del campo, aprendiendo todas las tradiciones de ese ámbito. Además de salir de la ciudad, de realizar actividades al aire libre, que en la actualidad no se frecuentan entre los niños.

Por otro lado, la entidad educativa tendrá la posibilidad de transformar conocimientos enseñados en vivencias, que fortalecen el aprendizaje, le dan un sentido inolvidable para sus alumnos.

Consumidores

Como mencionamos anteriormente, apuntamos con el proyecto, a captar un mercado de niños, entre 5 y 14 años, haciendo hincapié en el nicho académico, recreativo y educativo. El proyecto ofrece oportunidades de aprendizaje en el uso de recursos tradicionales del campo, permite vivenciar y experimentar las tareas típicas que se realizaban en el sector, y también un momento para relajarse y desconectarse de la ciudad. Por este motivo, y teniendo en cuenta la intensidad con la que se vive hoy en las ciudades, el hecho de que los niños ya no jueguen al aire libre por cuestiones de inseguridad, y el estrés que esto genera, consideramos que todos los habitantes, pero en especial los niños, que de otra manera, no conocerían el campo, tengan la oportunidad de disfrutar y aprender del mismo.

Análisis de la competencia

De acuerdo a un análisis realizado en la zona, podemos encontrar los siguientes establecimientos que ofrecen Turismo Rural en la provincia de Santa Fe, con propuestas similares a la que plantean implementar los propietarios del campo “Don Alfredo”:

El establecimiento “Don Campo” que ofrece visitas guiadas para escuelas con actividades al aire libre, contacto con animales y con las tradiciones del campo. El establecimiento se encuentra en Arroyo Seco a 160 km. Aproximadamente de la ciudad de Gálvez.

Granja “Los Juanes” en Santa Rosa de Calchines, a 130 km. De Gálvez, allí se desarrollan actividades recreativas en la naturaleza, contacto con animales como ordeño de vacas y alimentación a animales de granja. También ofrece un taller de amasado de pan y cuenta con diferentes espacios para la realización de juegos recreativos.

También cuenta con cabañas equipadas, en donde sus visitantes pueden pasar la noche, un quincho para realizar eventos, con las comodidades necesarias.

Otro de los servicios que presta son, paseos para realizar pesca deportiva, con la embarcación, los elementos necesarios para realizarla y el guía de pesca a bordo.

En el barrio Ibarlucea de la ciudad de Rosario encontramos la granja Casa De Miel que solo está abierta para visitas de contingentes y alquiler para eventos privados, y ofrece un espacio de contacto con animales y actividades recreativas. Este establecimiento se encuentra a 120 km aproximadamente de la ciudad de Gálvez.

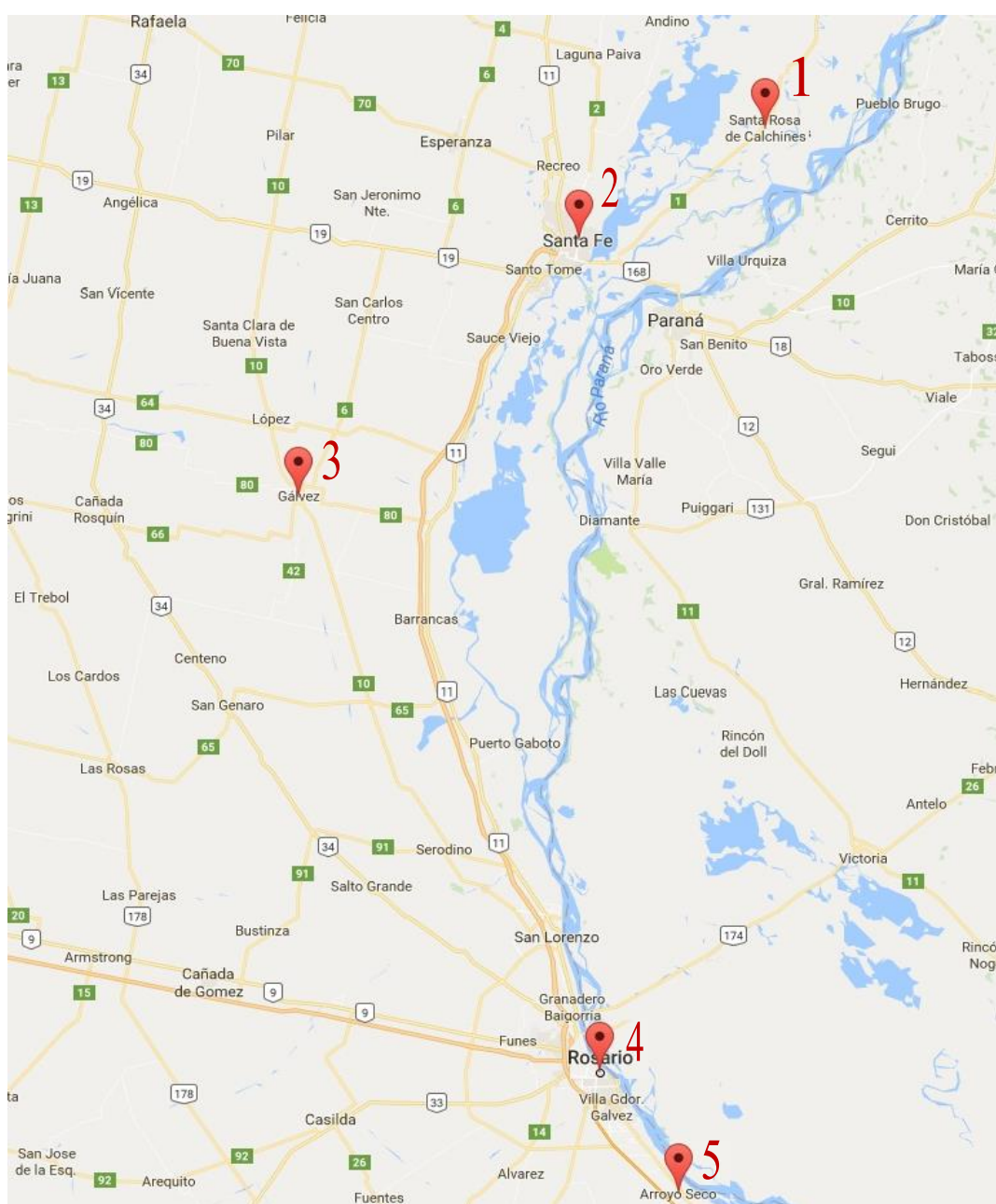
La Granja La Esmeralda, ubicada en la Ciudad de Santa Fe, también recibe contingentes educativos, que llegan hasta el lugar para apreciar diversas especies animales, autóctonas de la zona, algunas en peligro de extinción, otras rescatadas y rehabilitadas. Cuenta con un predio en el que se puede pasar el día. La misma se encuentra a 90 km de la ciudad de Gálvez.

Es importante destacar que actualmente se encuentra en un período de remodelación por lo que no está abierta constantemente al público.

Podemos determinar que estos establecimientos son los que, en la Provincia de Santa Fe, ofrecen una propuesta de actividades similares a las que se plantean los propietarios de “Don Alfredo”. Se realizó un análisis general de la ubicación de los establecimientos y las propuestas de cada uno para determinar qué aspectos destacamos, cuales son los más similares y que atributo tenemos que nos diferencie de ellos.

Todas ofrecen la posibilidad del contacto con animales y la naturaleza. La vivencia de actividades típicas de la vida en el campo y la posibilidad de vivir un momento al aire libre realizando diversas actividades recreativas.

Imagen N° 1: Ubicación de la competencia. Prov. Santa Fe.



Fuente: Google Maps

Referencias:

- 1- Granja “Los Juanes – Santa Rosa de Calchines.
- 2- Granja “La esmeralda” – Santa Fe.
- 3- Campo “Don Alfredo” – Gálvez.
- 4- Granja “Casa de Miel” – Rosario.
- 5- Establecimiento “Don Campo – Arroyo Seco

Análisis del marco legal e institucional

En Argentina, existen diversas instituciones de la nación que apoyan y fomentan el Turismo Rural.

✓ *La Secretaría de Agricultura, Turismo, Pesca y Alimentos de la Nación (SAGPyA)* depende del Ministerio de Producción de la República Argentina y es el organismo responsable de elaborar y ejecutar planes, programas y políticas de producción, comercialización, tecnología, calidad y sanidad en materia agropecuaria, pesquera, forestal y agroindustrial, coordinando y conciliando los intereses del Gobierno Nacional, las provincias y los distintos subsectores. Dentro de esta existe la subsecretaría de Desarrollo Rural y Agricultura Familiar y la de Agroindustria y Mercados. La primera, desde el 2008 elabora y coordina planes para el desarrollo rural, que atiendan las necesidades específicas del sector de la agricultura familiar. Entre ellos se encuentran algunos programas y proyectos que apoyan el desarrollo de turismo rural en zonas son de la actividad es una potencialidad. Con respecto a la subsecretaría de Agroindustria y mercados funciona un área de Turismo Rural que desarrolla proyectos y actividades vinculadas con rutas alimentarias y con el proyecto nacional del turismo rural.⁸

✓ *Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA):* impulsa y vigoriza el desarrollo de la investigación y extensión agropecuaria a partir del mejoramiento de la empresa agraria y la vida rural. Cuenta con un área específica de Extensión y Desarrollo Rural que capacita a los representantes de la comunidad rural para fortalecer su capacidad de innovar y adaptarse a los cambios para insertarse en los

⁸*Secretaría de Agricultura, Turismo, Pesca y Alimentos de la Nación (SAGPyA).* Consultado el 28-09-2016, disponible en: <http://www.agroindustria.gob.ar/>

mercados, apoyando los procesos de desarrollo y contemplando el manejo sustentable de recursos naturales.⁹

✓ *Secretaría de Turismo de la Nación (SECTUR)*: depende directamente de la Presidencia de la Nación y sus objetivos básicamente son promover y desarrollar la actividad turística interna, regular y controlar a los prestadores de servicios turísticos y fomentar y brindar prestaciones turísticas en el marco de los programas de Turismo Social para los grupos vulnerables de la sociedad.¹⁰

Leyes Nacionales y Provinciales vinculados al Turismo Rural

Si bien, actualmente no existen legislaciones nacionales específicas en materia de turismo rural, la Ley de Turismo en Argentina (Nro. 25.997) constituye el único marco de referencia para el desarrollo del Turismo Rural.

La Ley Nacional de Turismo Nro. 25.997 declara de interés nacional al turismo, como actividad socioeconómica estratégica y esencial para el desarrollo del país, declarándose a la actividad turística como prioritaria dentro de las políticas de Estado. La misma, detalla las actividades que son consideradas turísticas y que entran dentro de su área de incumbencia dentro de las cuales se incluyen modalidades del turismo rural como ecoturismo, pesca deportiva, alojamiento en estancias, turismo salud, turismo aventura, entre otras.¹¹

Esta legislación nacional es el marco general, pero algunas provincias como Neuquén, La Pampa, Mendoza, Corrientes y Chubut cuentan con una legislación propia que regula las actividades de turismo rural dentro de sus territorios. La Provincia de Santa Fe, no posee una ley u ordenanza que se refiera directamente a esta modalidad de turismo.

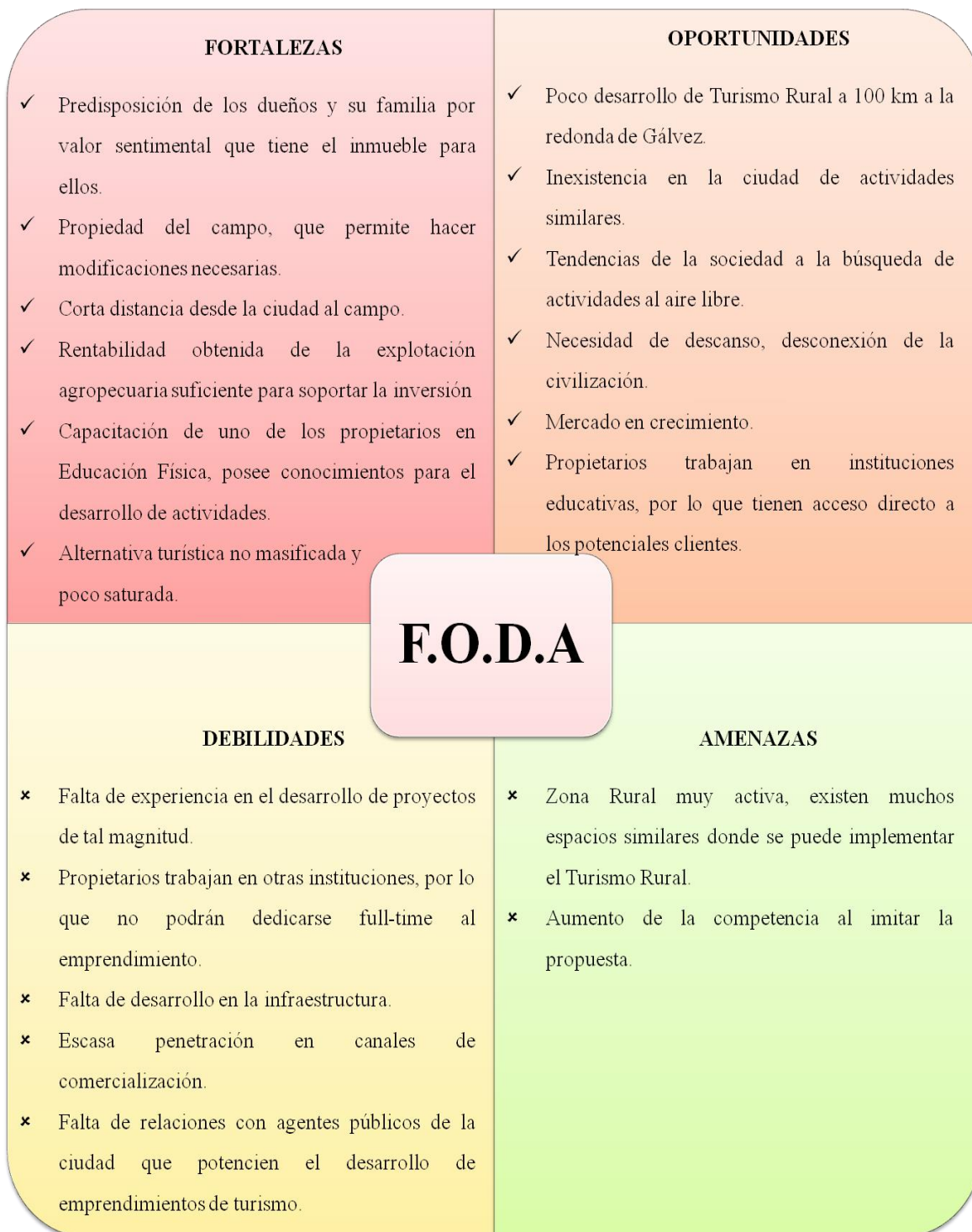
⁹ Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA). Consultado el 28-09-2016, disponible en: <http://inta.gob.ar/>

¹⁰ Secretaría de Turismo de la Nación (SECTUR). Consultado el 28-09-2016, disponible en: <http://www.turismo.gov.ar/>

¹¹ Ley Nacional de Turismo Nro. 25.997, 2005.

Matriz F.O.D.A.

Gráfico N° 1: F.O.D.A.



Fuente: Elaboración propia

Como principales fortalezas encontramos que los dueños del campo están predispuestos, por el valor sentimental que tiene el campo para ellos, a llevar adelante el proyecto, independientemente del costo del mismo o el tiempo que requieran. El hecho de que sean propietarios del campo, les da la posibilidad de modificarlo a su gusto y de acuerdo a los requerimientos necesarios para el emprendimiento.

Por otro lado, a través de la agricultura el campo genera un ingreso mensual de aproximadamente \$18.000 que permitiría soportar el emprendimiento y las modificaciones que requiere el predio. Es importante destacar en este punto que el interés principal de los propietarios no es obtener un rédito económico de esto, sino en primer lugar volver a darle vida al campo “Don Alfredo”, por lo tanto, el tiempo que lleve restaurarlo, será en función del ingreso que el mismo vaya generando a través de la explotación de la agricultura.

Las hijas de los propietarios, tienen formación profesional relacionada con la finalidad del emprendimiento, una de ellas, es profesora de educación física, con amplia experiencia en organización de eventos al aire libre, campamentos, por lo que tiene la idoneidad para el diseño de las actividades a realizar. La otra, es directora de un Colegio de nivel Primario, por lo que además de su capacitación en gestión, posee contactos de gran importancia para el fomento del emprendimiento. Si bien esto es una gran fortaleza, por otro lado, ninguna de las dos estuvo inmersa en un proyecto de tal magnitud, y ambas trabajan paralelamente, por lo que no podrán dedicar tiempo completo al emprendimiento.

Con respecto a las oportunidades, en la provincia de Santa Fe, existen diversos establecimientos que ofrecen la modalidad de Turismo Rural, hemos analizado puntualmente los que desarrollan actividades similares a las que los propietarios desean proponer y todos ellos se encuentran a una distancia aproximada de 100 km. de la ciudad, por lo que no existe una oferta similar cercana que pueda ser aprovechada.

También encontramos que la sociedad actual, se encuentra en un cambio de paradigma con respecto al medio ambiente, al respeto del mismo y de las tradiciones, por lo que le darían gran valor a este tipo de propuesta. Este aspecto determina también que se trata de un mercado en crecimiento, que actualmente no se encuentra satisfecho a corta distancia de la ciudad.

Como amenazas, encontramos que, tratándose de una zona rural muy activa, cualquier propietario podría imitar la propuesta, lo que aumentaría la competencia.

Si bien las oportunidades y fortalezas son mucho más numerosas que las debilidades y amenazas que pudimos localizar, es muy importante tenerlas en cuenta y

aconsejar una propuesta que genera valor, a través de ventajas competitivas que dificulten la imitación. Para que puedan ofrecer un servicio único, que pueda ser valorado por los habitantes de Gálvez y que permita no solo el uso del mismo por los oriundos de la ciudad, sino en un futuro el crecimiento hacia otros mercados y localidades.

CAPÍTULO II

MARCO CONCEPTUAL

Uno de los aspectos más importantes que define al sector agropecuario argentino es su heterogeneidad. La producción en Tierra el Fuego es totalmente diferente a la de misiones, y a lo largo de toda su extensión se desarrollan actividades de todas las índoles.

Como menciona el Foro Nacional del Turismo Rural¹² esta compleja fuente de diversidad que existe en nuestro país hace que muchos productores tengan una situación floreciente y otros, graves dificultades para sobrevivir y mantenerse en el campo.

La publicación continúa diciendo que esta situación ocurre en todo el mundo, y que como consecuencia, las zonas rurales sufren despoblamiento. Por esto, la mayoría de los países aborda esta problemática desde la multifuncionalidad, considerando los aspectos productivos que tiene el sector, pero también sus consecuencias ambientales, sociales y éticas, ya que el suelo no solo es soporte para la producción de alimentos sino también sostén de tradiciones, saberes y paisajes culturales.

El productor, además de alimentos, produce bienes intangibles que aportan una mejora a la calidad de vida de la población, conservan la naturaleza y la riqueza del suelo para futuras generaciones, así como las tradiciones y saberes propios del ámbito rural.

Evolución del Turismo Rural

Como mencionan Román y Ciccolella¹³ en Europa el Turismo Rural surge en los años 50 como alternativa para recuperar las zonas rurales afectadas por la segunda guerra mundial. Se comienzan a valorizar los recursos naturales, el patrimonio cultural, los paisajes e identidades locales. Esta nueva noción de “multifuncionalidad” provoca

¹² Foro Nacional De Turismo Rural “*Mil x Mil*”. (2013). Buenos Aires: Cámara Argentina de Turismo Rural (CATUR).

¹³*Op. Cit.* (Román y Ciccolella).

un cambio en el enfoque de las políticas aplicadas y una reorientación de los recursos para desarrollar actividades no agrarias en el ámbito rural, como el turismo, que se transformaron en nuevas fuentes de ingresos. A su vez, estos cambios permiten una nueva valoración social de la vida rural ya que los habitantes de las ciudades comienzan a apreciar al mundo rural como un lugar donde encontrar tranquilidad, naturaleza y tradiciones y no solo como proveedor de alimentos.

Por otro lado en América Latina y Argentina, como señalan Barrera y Muñoz¹⁴ en su manual, en las últimas décadas se produjeron importantes cambios sobre el modo en que los recursos naturales y la tarea de los agricultores son valoradas. Antes eran muy importantes ya que ellos eran encargados de producir los alimentos y otros bienes agrícolas fundamentales para la vida, y a su vez, generaban el sustento económico que las familias necesitaban para subsistir.

La crítica situación del sector agropecuario argentino estimuló el desarrollo del turismo rural. Para numerosos productores la incorporación de la actividad configuró la única forma de mantener su establecimiento; para todos los que se incorporaron al negocio, el turismo fue una genuina fuente de diversificación de los ingresos.¹⁵

Actualmente los habitantes de las ciudades aprecian al mundo rural no solo como un proveedor de alimentos sino también como un sitio que atesora tranquilidad, naturaleza, tradiciones que valen la pena resguardar para las generaciones venideras.

El campo produjo externalidades sociales y culturales que hoy pueden ser explotadas con el turismo rural. Podemos destacar el estilo tradicional de vida que en las ciudades se perdió, el patrimonio cultural que conservan.

En síntesis, además de producir alimentos y bienes primarios, gracias a estos establecimientos tenemos la posibilidad de disfrutar de paisajes, de recrearnos en contacto con la naturaleza, de conocer nuestros orígenes rurales y conservar y fomentar nuestras tradiciones.

De acuerdo a lo que mencionan las autoras de “Turismo Rural en Argentina”¹⁶ la declinación de la agricultura como fuente de empleo, permite el desarrollo de nociones de una nueva ruralidad, de multifuncionalidad de los espacios rurales que implican la elección y promoción de estos sectores como nuevos destinos y formas de ofrecer turismo. Podemos ver que entre las primeras iniciativas se destacan las de la región patagónica, en busca de una mayor rentabilidad, sobre infraestructuras ya existentes,

¹⁴*Op. Cit.* (Barrera y Muñoz).

¹⁵Barrera, Ernesto. “*Turismo Rural en Argentina y el potencial de México*”. (2006). México: Proyecto Nutopia S. de R. L. MI

¹⁶*Op. Cit.* (Román y Ciccolella)

poniendo énfasis sobre la cultura propia de la zona donde se llevaban a cabo. En este marco, muchos productores comenzaron a ver en el turismo, una forma de reutilizar la capacidad ociosa de sus establecimientos.

A su vez, muchos productores a lo largo del país reacomodaron sus estancias para recibir a turistas, en donde en algunos casos también incluyen la posibilidad de la realización de tareas de campo, entre otras modalidades.

Como se menciona en el “Blog del turismo Rural” en la provincia de Santa Fe se está viviendo un proceso de crecimiento, se desarrollan distintos emprendimientos que dan cuenta al valor que tienen estos establecimientos en la región. Actualmente existen 22 establecimientos rurales en la provincia, donde 14 brindan alojamiento y 8 –sin alojamiento- ofrecen la posibilidad de realizar actividades al aire libre y disfrutar de un día de campo.¹⁷

Actualmente, puede observarse la apertura de numerosos pueblos rurales al turismo, como forma de encarar la crisis que los deja sin jóvenes y en peligro de extinción.

La oferta de turismo rural en Argentina, hoy en día es muy variada y se lleva a cabo por actores sociales bien heterogéneos, desde personas que no provienen del sector agropecuario y ven esta actividad como una oportunidad para diversificar sus inversiones, hasta estancieros que reorientan sus tareas hacia emprendimientos de turismo, que muestran un mercado en expansión.¹⁸

Las actividades de Turismo Rural presentan muchas ventajas, no solo permiten diversificar la actividad y ayudar a los propietarios de las tierras a encontrar una oportunidad de negocios, sino que también tiene múltiples beneficios tanto ambientales como sociales. García Cuesta¹⁹, sintetiza estas ventajas en la posibilidad de desarrollar actividades al aire libre, la escaza contaminación, la reducida masificación, el contacto con la naturaleza, la posibilidad de conocer y practicar nuevas actividades culturales y deportivas. Todo esto se convierte en un singular atractivo para quien desee explotar esta actividad.

Podemos caracterizar a esta actividad como aquella que se desarrolla en un medio rural y que cumple con las siguientes condiciones:

¹⁷Espacio TR. “*Turismo rural en Santa Fe – Argentina*” (15 de Abril de 2011). Recuperado el 04 de Septiembre de 2016, disponible en: <http://www.blogdeturismorural.com.ar/2011/04/15/turismo-rural-en-santa-fe-argentina/>

¹⁸ Op. Cit. (Román y Ciccolella)

¹⁹ García Cuesta, J. L. “*El turismo rural como diversificador de rentas en la tradicional economía agraria*”. (1996). En: Estudios Turísticos, n° 132.

- ✓ Es una actividad productiva desde el punto de vista social y económico, que se desarrolla en el marco de una renovación económica, a través de una economía mixta.
- ✓ Se desarrolla en el medio rural (núcleos de población con menos de 2000 habitantes).
- ✓ Es una actividad promovida y gestionada por los habitantes del medio o entidades radicadas en él, con plena autonomía de producción, gestión y comercialización del producto.
- ✓ Es un movimiento totalmente respetuoso con el entorno natural, social y cultural, que además debe contribuir a su conocimiento, protección y conservación.²⁰

Barrera²¹, fundamenta la importancia del turismo rural señalando que su desarrollo fomenta la creación de empleo y el arraigo rural. En contraste con la reducción de la mano de obra requerida para las tareas agrícolas por la incorporación de tecnología en el agro, la oferta de servicios turísticos en el campo genera una mayor demanda de mano de obra.

También permite la revalorización del patrimonio cultural, ya que es un instrumento que revaloriza las diversas manifestaciones culturales del mundo rural, y lleva a los responsables y a los interesados a realizar un estudio más exhaustivo de las mismas.

Definición de Turismo Rural

La actividad de turismo rural se presenta como una modalidad del llamado “turismo alternativo” que, es aquel que se especializa en realizar actividades al aire libre en contacto con la naturaleza.

Actualmente existen diversas definiciones de Turismo Rural. Podemos decir, que permite dinamizar las actividades económicas tradicionales y valorizar las particularidades culturales locales, ofreciendo al mismo tiempo posibilidades de empleo a la población, y frenando así el éxodo rural. De acuerdo a la definición aportada por la Organización Mundial del Turismo (OMT), el Turismo Rural es aquella actividad que ofrece como producto a la cultura, brindando experiencias y vivencias únicas en el

²⁰ *Ibidem.*

²¹ *Op. Cit.* (Barrera, 2006)

entorno. Ernesto Barrera y Roberto Muñoz²², determinan que practican Turismo Rural, aquellas personas que se alojan en un predio agrícola con el interés de conocer, disfrutar y practicar alguna actividad agropecuaria. Teniendo en cuenta todas estas diversas perspectivas podemos determinar que el Turismo Rural es una actividad que, además de atender las necesidades de los turistas interesados, permite fomentar oportunidades para que las regiones con este tipo de establecimientos relegados puedan aprovechar sus recursos reactivando la economía de este sector tan particular.

Esta definición ha permitido la segmentación del turismo alternativo, basado en los intereses y las actividades que el turista busca realizar en los espacios naturales.

Es importante que el Turismo Rural se fundamente sobre bases de sustentabilidad, porque al ser la cultura el producto fundamental que aquí se ofrece, es importante que sea un medio para hacerla conocer y respetar. Por lo tanto, como determinan las autoras del libro *El Turismo rural en la Argentina: concepto, situación y perspectivas*²³, el Turismo Rural debe ser Sustentable en tres ejes principales: *Ambiental* –no debe destruir ni comprometer el ambiente donde se realiza y sus recursos-; *Económico* –su resultado debe beneficiar a las personas del lugar- y *Social* –no debe destruir la cultura del lugar-.

Modalidades del Turismo Rural

Existen diversas modalidades que puede adoptar el Turismo Rural en su aplicación, si bien en la realidad, las actividades que realizan los convocados pueden ser una mezcla de muchas de ellas, podemos diferenciar de acuerdo al Manual del Turismo Rural²⁴ las siguientes:

✓ Agroturismo: los turistas tienen una participación activa en los eventos planeados, que deben planteados para que estos se inicien en la vida agraria, por ejemplo cosechas, laboreo del suelo, alimentación de animales, etc.

✓ Ecoturismo: comprende actividades en zonas naturales, respetuosas con el medio ambiente. Su principal objetivo es insertar al visitante en un medio natural,

²² Barrera, Ernesto y Muñoz, Roberto. “*Manual de Turismo Rural para micro, pequeños y medianos empresarios rurales*”. (2003). Buenos Aires: PROMER.

²³ *Op. Cit.* (Román y Ciccolella)

²⁴ *Op. Cit.* (Barrera y Muñoz)

informándolo y educándolo sobre las particularidades de este ambiente y permitiéndole el disfrute de actividades que distingan la belleza del lugar. Esta modalidad tiene una fuerte impronta educativa, por lo que la información sobre temas de interés para el visitante es primordial.

✓ Turismo cultural: consiste en compartir la riqueza histórica que atesora el lugar y la familia, el patrimonio histórico que puede ser conservado gracias a la explotación turística. Dentro de esta modalidad encontramos el turismo gastronómico.

✓ Turismo aventura: utiliza el medio natural para producir sensaciones de descubrimiento en quienes realizan las actividades. Estas pueden ser diversas y dependerán de las condiciones que brinde el lugar (cabalgatas, canotaje, senderismo, etc.). Estas actividades, por lo general suponen una cuota de riesgo o peligro advertido y controlado, que permita desafíos personales en un medio natural. Este contenido de riesgo obliga a ofrecer seguridad personal razonable, utilizando equipos de calidad y constante mantenimiento de todos los elementos implicados.

✓ Turismo educativo: establecimientos que se proponen recibir niños y jóvenes estudiantes, desde el preescolar hasta el colegio secundario. Con el objetivo de ofrecer días de campo en donde estos puedan aprender de las prácticas clásicas del campo.

✓ Turismo salud: Utilización del espacio con fines terapéuticos, con el objetivo de lograr mejoras o beneficios en la salud de los interesados. Existen diversas formas dependiendo del lugar. Puede variar desde aguas termales, terapias anti-estrés con elementos del establecimiento, equinoterapia, entre otros.

✓ Turismo deportivo: Espacios preparados para la práctica de deportes como la caza y pesca. Siempre y cuando cumplan las normativas legales de protección a la fauna.

✓ Turismo Técnico-Científico: Involucra a los visitantes al trabajo que realizan investigadores, cuyo lugar de trabajo es atractivo para los turistas, brindando además un espacio de aprendizaje. Es muy importante que cuente con un soporte académico, como el universitario y técnico relacionado con el segmento de conocimiento que se ofrece.

✓ Turismo Gastronómico: Establecimientos que ofrecen su propia producción, agregándole al bien primario típico de la zona el mayor valor posible. Por ejemplo, las rutas alimentarias.

✓ Turismo Étnico: Numerosas comunidades nativas cuentan con recursos atractivos para la explotación turística. Es muy importante en esta tipología, que las comunidades participen activamente y evalúen el impacto ambiental y cultural que generará la misma.

✓ Comunidades de Recreación y Retiro: En muchas áreas rurales se desarrollan emprendimientos destinados al retiro o a las vacaciones del estilo tiempo compartido.²⁵

Cambio de actitud de la sociedad hacia la naturaleza

La humanidad se encuentra inmersa en un proceso de desarrollo científico-tecnológico en su búsqueda por mejorar su calidad de vida, que causó una modificación en las formas de comunicarse, las enfermedades, la producción de alimento, entre otros. Paradójicamente a esto, como menciona el Lic. Ángel Nieva García²⁶, buscando este bienestar y comodidad en su día a día, ha provocado un consumo irracional y excesivo de los recursos naturales, provocando no solo la degradación de ellos, sino también la pérdida de la identidad cultural y el individualismo laboral, como consecuencia del hacinamiento de las ciudades, la desigual distribución de la riqueza y la explosión demográfica.

En la actualidad, y como consecuencia de un proceso de educación ambiental y toma de conciencia, la problemática ecológica se ha instalado como un tema que urge entre los hombres, generando nuevas formas de contacto con el ambiente y una mayor conciencia de la responsabilidad que todos tenemos frente a esta importante problemática.

Como continúa mencionando el autor²⁷, ante este cambio de paradigma sobre la concepción del medio ambiente, el hombre de las ciudades, que vive diariamente el tránsito vehicular, la tensión generada por las presiones sociales, el aislamiento familiar,

²⁵ *Op. cit.* (Barrera y Muñoz)

²⁶ Nieva García, Ángel. “*Turismo Alternativo. Una nueva forma de hacer turismo*”. (2004). México: SECTUR.

²⁷ *Ibidem.*

social y laboral por el número de horas que pasa trabajando; encuentra en el contacto con la naturaleza el complemento necesario y vital para satisfacer sus necesidad de escapar de los tiempos impuestos por el sistema y tecnología, para valorar y respetar las particularidades naturales y socioculturales de los lugares que visita.

Podemos reconocer que el turismo, está totalmente ligado a este cambio de tendencias ya que permite el acercamiento a la naturaleza de una forma directa y activa, pero a su vez responsable, valorando y respetando las características autóctonas de los lugares.

El Turismo Rural, en particular, permite el encuentro con las diferentes formas de vivir de las personas que habitaron los establecimientos, y las sensibiliza sobre el respeto y valor de su identidad cultural. El turista no solo es un observador en un día de paseo, sino que forma parte activa de la comunidad durante el transcurso de la jornada.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

A partir de una consulta realizada por los dueños del campo, quienes pretenden desarrollar un emprendimiento para la implementación del Turismo Rural en su establecimiento, llevamos a cabo un análisis para evaluar las factibilidades y la viabilidad de desarrollar la propuesta.

Con este fin, realizamos un proceso de investigación, abordando distintas intervenciones y técnicas cualitativas, que nos permitieron un estudio exhaustivo de las diferentes variables y aspectos relevantes para brindar una devolución apropiada a los propietarios y que ellos puedan tomar la decisión de llevar adelante o no el planteo de la propuesta.

Unidad de Análisis

La unidad de análisis sobre la que realizamos este estudio es el Campo “Don Alfredo”, ubicado en la periferia de la ciudad de Gálvez, a 13 Km. de la misma. El mismo cuenta con 48 Ha. y posee una casa rodeada por un parque, el resto del terreno se utiliza para la agricultura. Analizamos los recursos físicos y materiales disponibles en función de su recuperación.

Asimismo, situamos este establecimiento en el marco del Sector turístico, analizado tanto en su desarrollo internacional, como nacional. Enfocándonos, especialmente, en la provincia de Santa Fe con sus leyes e instituciones que promueven este tipo de negocios.

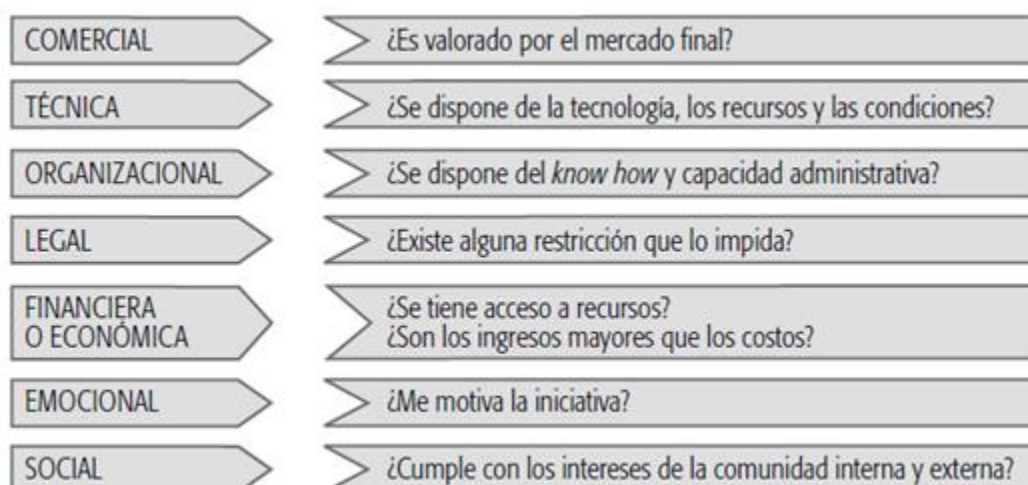
Variables de estudio

Teniendo en cuenta la técnica que aporta Sapag Chain en su libro “Preparación y Evaluación de Proyectos”²⁸ existen distintas variables que podemos analizar para determinar si es factible o no la implementación.

Utilizamos las de mayor relevancia para la unidad de análisis, que sirvan con el propósito de determinar las factibilidades necesarias.

Como menciona el autor, el análisis de estas variables permite determinar si es conveniente o no desarrollar un proyecto, para esto, el estudio de factibilidades simula lo que sucedería si el proyecto fuera implementado. Permite tener un panorama básico, una primera aproximación tomando las variables determinantes del proyecto.

Gráfico N° 2: Variables de análisis de pre-factibilidad



Fuente: Nassir. Sapag Chain, “*Preparación y evaluación de Proyectos*”.²⁹

Técnicas

1- Revisión Bibliográfica

Nos permite analizar la bibliografía y ubicarla de acuerdo al contexto y la necesidad de información que requiere el estudio de casos para llegar a resultados óptimos. Determinar cuáles son las características más relevantes del Turismo Rural, para tener una perspectiva completa sobre el tema de interés, conocer el estado actual

²⁸ Sapag Chain, Nassir. (2008) “*Preparación y evaluación de Proyectos*”. 5e. Colombia: Mc Graw Hill

²⁹ Ibídem.

del mismo, el marco de referencia que nos interesa para enriquecer el estudio y arribar a conclusiones óptimas.

2- Estudio de Pre-factibilidad

Consiste en una breve investigación de los factores más importantes que afectarán al proyecto. Debemos definir la disponibilidad de los principales insumos que requiere y realizar un análisis de mercado que refleje, en forma aproximada, las posibilidades de llevar adelante el proyecto. Este estudio, como detalla Sapag Chain, Nassir³⁰ ayuda a estimar las inversiones probables, los costos de operación y los ingresos que demandará y generará el proyecto para poder evaluar sus posibles fuentes de financiamiento.

Como resultado de este estudio, surge la recomendación de su aprobación, su continuación a niveles más profundos de análisis, su abandono o su postergación.

3- Matrices

F.O.D.A.: En el primer capítulo, realizamos una matriz FODA que nos permitió determinar los aspectos fundamentales de la unidad y su contexto.

Esta herramienta de análisis puede ser aplicada a cualquier situación, individuo, producto, organización determinada. Permite evaluar aspectos internos y externos del objeto en estudio y determinar con ella con qué ventajas contamos y que cuestiones debemos reforzar para poder enfrentar los cambios del contexto y la competencia.

A través de la misma podemos obtener un rápido paneo de los factores tanto positivos como negativos. Permite determinar las Fortalezas, agentes críticos positivos con los que contamos; y Oportunidades, aspectos reales que podemos aprovechar utilizando nuestras fortalezas. Por otro lado, también muestra las Debilidades internas, factores que debemos eliminar o reducir y las Amenazas externas, que podrían obstaculizar el logro de los objetivos planteados.

F.O.D.A. Cruzado: Permite realizar una comparación entre las principales variables internas y externas relacionadas con el negocio, para elaborar una estrategia

³⁰Op. Cit. (Sapag Chain, Nassir)

adecuada a las necesidades y así luego los propietarios puedan definir los planes a seguir y poder elaborar el Plan de Negocios para llevar adelante el proyecto.

Con esta herramienta podemos determinar, uniendo las variables del FODA, diversas estrategias derivadas de los aspectos positivos y negativos, internos y externos determinantes en el estudio.

Fortalezas + Oportunidades: deja en evidencia como utilizar las fuerzas internas para aprovechar las oportunidades que presenta el entorno. La estrategia que surja de esta combinación es de “ataque”.

Debilidades + Oportunidades: permite establecer cómo superar los aspectos internos negativos a través del aprovechamiento de las oportunidades externas, cuales son los aspectos que debemos evaluar minuciosamente para movilizar y generar un cambio interno con el objetivo de superarlos para lograr una ventaja.

Fortalezas + Amenazas: posibilita determinar cómo, con las fortalezas actuales, podremos evitar, superar o disminuir las repercusiones que podrían tener las amenazas del entorno sobre el negocio. Posibilita la elaboración una estrategia de “defensa” para poder anticipar y hacer frente a las adversidades que pueden presentarse.

Debilidades + Amenazas: identifica las tácticas que podemos utilizar para reducir al máximo las debilidades internas y evitar las amenazas que presenta el entorno. A través de ella podemos determinar estrategias para reforzar los aspectos en los que el negocio tiene más debilidades.

4- Entrevistas

Como mencionan Hernández, Samperi y Baptista³¹, la entrevistas es un método de investigación que permite crear un ambiente de conversación e intercambio de información entre el entrevistador y el/los entrevistado/s. A través de las preguntas y respuestas, se logra una comunicación y la construcción conjunta de significados respecto a un tema.

³¹ Hernández, Carlos; Sampieri, Roberto y Baptista, Pilar. (2010). “*Metodología de la investigación*”. 5e. México: Mc Graw Hill

Para este estudio, realizamos una entrevista estructurada, con el objetivo de analizar cuáles son sus inquietudes, que los motiva querer realizar un emprendimiento, cuáles son sus intereses con el mismo, y relevar cuestiones técnicas para poder determinar la pre-factibilidad de plantear este proyecto.

RESULTADOS

Analizamos los datos obtenidos con el fin de transformarlos en información útil que nos permita determinar si es factible desarrollar el proyecto.

Presentamos analíticamente lo que obtuvimos a través de la búsqueda de información sobre el tipo de actividad y la entrevista realizada a los interesados en el emprendimiento, para poder determinar líneas de acción a seguir que los propietarios podrán utilizar para el desarrollo óptimo del proyecto.

Análisis de datos

Análisis cualitativo de Pre-factibilidad

Presentamos los datos obtenidos sobre las 7 variables de estudio analizadas para el análisis de pre-factibilidad desarrolladas en el Capítulo III (pág. 29)

La entrevista fue realizada a 4 personas, los propietarios del campo, y sus dos hijas. A través de la misma analizamos la visión de los mismos con respecto a las variables analizadas.

VARIABLE 1: Aspecto Comercial.

Valor para el mercado final: El aspecto comercial, como valor que el mercado objetivo al que apuntan los propietarios le da al emprendimiento, es un aspecto fundamental, que comprobará que el proyecto pueda ser utilizado por las personas a las que se apunta beneficiar, y que pueda ser viable el desarrollo del mismo. Que el mercado valore la propuesta determinará el éxito de la misma, y la decisión de los interesados a desarrollar la propuesta.

En la entrevista, todos consideran que será valorada, ya que no existen propuestas similares a la redonda y estas actividades son muy buscadas hoy en día por instituciones y familias que no encuentran un sitio para desconectarse de la ciudad y

realizar actividades diferentes que les permitan aprender de las costumbres típicas del campo. Como menciona Nanci: *“será valorado porque las experiencias de campo son muy buscadas por las familias, pero no hay a la redonda algún espacio que las ofrezca.”*

Esta variable tiene una influencia positiva, porque no existen propuestas similares con cercanía y además se vislumbra una tendencia en la sociedad al respeto y disfrute de la naturaleza.

Proponemos la búsqueda de una ventaja competitiva que no sea solo la distancia del campo a la ciudad, ya que es fácilmente imitable, sino que además de diferenciar al emprendimiento de la competencia, genere un plus-valor para quienes lo disfruten que los fidelice con la idea, y los haga volver.

VARIABLE 2: Aspectos Técnicos

Disponibilidad de recursos físicos y materiales: son los medios físicos y concretos que nos permiten conseguir un objetivo. En este caso, son el pilar fundamental para poder desarrollar el emprendimiento. Conocer lo que poseen actualmente nos permitió sentar las bases y el punto de partida, para determinar qué acciones debemos concretar a fin de conseguir lo necesario o mejorar lo existente para poder definir el proyecto.

De acuerdo a lo recabado en las entrevistas, los propietarios consideran que el campo, cuenta con los recursos primordiales necesarios, tiene una casa, la cual cuenta con el mobiliario necesario para recibir a un contingente de personas, 3 habitaciones, baño, cocina, servicios de agua, gas y luz, también cuenta con un amplio parque. Todos concluyen en que los recursos están, pero sería necesario renovar algunos de ellos, como los baños y la pintura de la casa. También una limpieza del predio, a modo de erradicar elementos que puedan ser peligrosos, serían los aspectos más importantes y urgentes a modificar.

La variable técnica tiene una influencia positiva para el proyecto; las modificaciones a realizar son menores y el campo cuenta con los recursos básicos necesarios. Es importante destacar que los propietarios se muestran predispuestos a realizarlas, ven la necesidad y la importancia de realizarlos.

VARIABLE 3: Aspecto Organizacional

Know How y capacidad administrativa: se trata de un aspecto fundamental a considerar, ya que la capacidad administrativa para emprender el proyecto puede determinar su éxito o fracaso. En este proyecto la capacidad de gestión del mismo por un lado, y por otro de manejo de niños son los aspectos más relevantes.

De acuerdo a lo recabado en las entrevistas, los interesados cuentan con las capacidades y conocimientos necesarios. Como mencionan los propietarios: *“Si, creemos que existe idoneidad porque nuestras hijas son docentes que conocen las necesidades de los niños actuales de vivir experiencias rurales, que hoy por hoy se han perdido, pero que ellas han vivido desde muy niñas y que sienten la necesidad de que todos lo puedan disfrutar”*. Una de ellas es profesora de educación física, con especialización en campamentos juegos al aire libre, y actividades de supervivencia. La otra, es maestra de grado, por lo que conoce de planificación de actividades para niños y actualmente se desempeña como directora de la institución para la que trabaja por lo que tiene conocimientos de gestión.

La influencia de esta variable también es positiva; cuentan con los conocimientos y capacidades para llevar adelante el emprendimiento y están dispuestos a reforzar con un tercero los aspectos de gestión y preparación del proyecto.

El punto débil puede estar en la capacidad de gestión y manejo del proyecto, no cuentan con experiencia en propuestas similares y de tal magnitud. Por lo que se propone buscar una persona externa con la idoneidad necesaria para el manejo y la gestión del proyecto.

VARIABLE 4: Limitaciones Legales.

Existencia de Restricciones legales que impidan desarrollar el proyecto: Se trata de la existencia de ordenanzas y leyes que afecten directamente el desarrollo del Turismo Rural, generando restricciones o limitaciones en su implementación.

De acuerdo al análisis realizado sobre el marco legal que regula este tipo de actividades, en la provincia de Santa Fe, no existen leyes u ordenanzas puntuales sobre implementación de Turismo Rural, por lo que no existen restricciones en particular que no permitan el desarrollo del proyecto.

Esta variable tiene una influencia positiva; en rasgos generales no existen impedimentos legales.

Proponemos la búsqueda de asesoramiento legal, para evaluar, al momento de desarrollar el proyecto, que cuestiones son necesarias para la habilitación del predio, con el fin de incluirlas en el proyecto desde el momento inicial y que luego no se transformen en impedimentos.

VARIABLE 5: Aspectos Financieros – Económicos

Acceso a los recursos: Esta variable es de suma importancia para que los propietarios puedan pensar en desarrollar el proyecto. Si bien, como mencionamos anteriormente, la cuestión que los moviliza a reutilizar el campo es el valor sentimental que tiene para ellos, la disponibilidad de recursos para poder definirlo y llevarlo adelante es esencial.

Si bien, no consideran necesarias grandes modificaciones en el predio, pretenden con el ingreso que aporta el campo mensualmente por la explotación agrícola soportar las distintas remodelaciones que surjan y sean necesarias. Dejan en claro también, que esa entrada de dinero, es en parte, con la que subsisten sus propietarios, por lo que estarían dispuestos a buscar financiamiento externo solo si es sumamente necesario. Como menciona Carina: *“Probablemente ayudaría buscar financiamiento externo, en un principio, para llevar a cabo los arreglos necesarios para comenzar”*.

La influencia aquí es positiva; existen recursos para financiar el inicio del proyecto, existe la predisposición de destinar parte de los ingresos que produce el mismo campo con el fin de realizar las refacciones necesarias y no están negados, sino que lo dejan como última opción, a buscar financiamiento externo.

Para mejorar y plantear la posibilidad de conseguir financiamiento, podemos plantear la presentación del proyecto a la municipalidad de la ciudad, que puede ser de interés para la ciudad, teniendo en cuenta que no existen propuestas similares, con el objetivo de obtener financiamiento por parte de la misma para poder desarrollarlo.

VARIABLE 6: Aspecto Emocional

Motivación para desarrollar la iniciativa: Este aspecto es uno de los más determinantes para el desarrollo del proyecto. Los propietarios desean llevar adelante un

emprendimiento en el “Campo Don Alfredo” no con una motivación de rentabilidad, que si bien es importante para el sustento del mismo, no está visto como un objetivo para ellos. Lo fundamental aquí, es la recuperación y reutilización del espacio que tanto valoran y que genera un sentido de pertenencia muy fuerte. Este es el motivo principal por el que se plantean analizar la posibilidad de modificarlo y ponerlo a punto para poder aprovecharlo.

La influencia es altamente positiva; las respuestas demuestran que, la motivación y la cuestión sentimental de abordar este proyecto, esta ante todas otras variables, por lo que no existirían impedimentos para su desarrollo. Y también deja en claro que existe una predisposición a la búsqueda de ayuda externa, si es necesario, para poder concretarlo. Como menciona Nanci: *“En orden de prioridades podría decirse que en primera medida hay una necesidad de recuperar un patrimonio familiar para evitar que este se deteriore; en segundo lugar propiciar a la comunidad un espacio de recuperación de costumbres en relación a la naturaleza y las actividades de campo que se ha perdido como valor en la sociedad actual”*.

VARIABLE 7: Aspecto Social.

Intereses de la comunidad interna: Sin lugar a dudas, el cumplimiento de los intereses internos se haría efectivo con el desarrollo del emprendimiento, como aludimos antes, el valor que tiene el campo para sus propietarios es el motor que los lleva a plantearse la idea de llevar adelante un emprendimiento. Por otro lado, con respecto a la comunidad externa, todos consideran que, al no existir propuestas similares en la zona, es un mercado que no se encuentra atendido, por lo que la necesidad no puede ser satisfecha, o al menos, no con la comodidad que la cercanía del establecimiento a la ciudad brinda. Además, la tendencia actual de la sociedad es hacia estos tipos de actividades, al aire libre, para encontrarse con la naturaleza, la cultura y las tradiciones que se dejaron de lado.

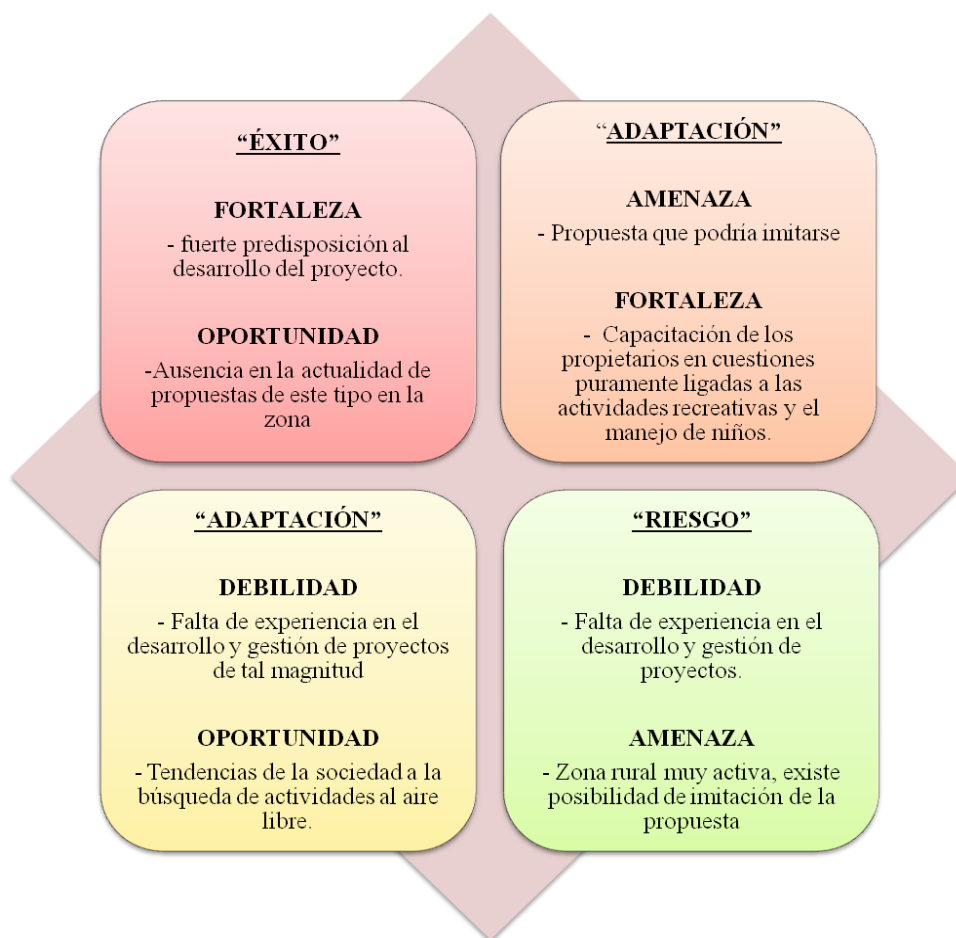
La influencia de esta variable también es positiva, existen fuertes intereses tanto internos como externos que motivan fuertemente al planteo de un proyecto.

Aconsejamos un estudio más minucioso de las necesidades del mercado objetivo para poder orientar las actividades y crear un atractivo para este mercado.

Diagnóstico: F.O.D.A. Cruzado

Realizamos diversas combinaciones con los factores enumerados en la matriz F.O.D.A., para poder determinar en primer lugar diversas estrategias y facilitar de esta forma la propuesta de líneas de acción a seguir.

Gráfico N° 3: F.O.D.A. Cruzado



Fuente: Elaboración Propia

FO: Par de éxito - Al combinar las fortalezas con las oportunidades que brinda el mercado, obtenemos que al tener como fuerza interna una fuerte predisposición al desarrollo del proyecto y ausencia en la actualidad de propuestas de este tipo en la zona. Esto es relevante, y determina que sería positivo llevar a cabo el desarrollo del mismo,

porque existe una necesidad de mercado posible de ser atendida, y una fuerte predisposición por los propietarios para revalorizar el campo.

La conjunción de estos factores, sugiere una posición ofensiva, es decir, determina una “estrategia de ataque”, desarrollo del proyecto para hacer frente a esta necesidad actual.

DO: Par de adaptación - Los factores fundamentales a tener en cuenta son la falta de experiencia en el desarrollo y gestión de proyectos de tal magnitud, junto con la necesidad social que determinamos, podría traer aparejado una falencia que dificulte el óptimo aprovechamiento de la oportunidad que se presenta. Este cruzamiento, genera sugerencias de adaptación, como la búsqueda de un agente externo que brinde ayuda en la gestión del proyecto.

DA: Par de Riesgo – nuevamente, la falta de experiencia en el desarrollo y gestión de proyectos, sumado a que los propietarios, en principio, no se dedicarán full time al emprendimiento, genera un riesgo, ya que al ser una zona rural muy activa, existe posibilidad de imitación de la propuesta, y si las falencias en estos aspectos son notorias, podrían generar un diferencial para la competencia que perjudicaría al emprendimiento en el campo “Don Alfredo”. Esto sugiere una estrategia de supervivencia, que consiste en reforzar este aspecto, a través del asesoramiento externo y la capacitación de los propietarios en aspectos de gestión y administración.

FA: Par de Reacción – Volviendo a la amenaza de que es una propuesta que podría imitarse, podemos tomar como una ventaja la capacitación de los propietarios en cuestiones puramente ligadas a las actividades recreativas y el manejo de niños, con un amplio conocimiento de las necesidades del mercado objetivo y totalmente inmersos en el mismo. La estrategia reactiva, consiste en crear una ventaja competitiva a través de la idoneidad de quienes desarrollarán el emprendimiento. Aprovechando estos conocimientos para buscar la forma de dificultar la imitación de la propuesta, y así reducir la amenaza de la posible competencia.

Líneas de acción

Siguiendo el objetivo principal planteado por los propietarios, a saber, desarrollar un proyecto para implementar Turismo Rural en el “Campo Don Alfredo”, y teniendo en cuenta el análisis realizado; proponemos las siguientes líneas de acción a seguir.

- Aspecto comercial

Llevar a cabo un **estudio de mercado**, con el objetivo de definir cuáles son las necesidades que no son atendidas actualmente, para establecer las actividades a realizar y así lograr ventajas competitivas difíciles de imitar. Para esto, y teniendo en cuenta la cercanía que tienen las propietarias a las instituciones educativas de la ciudad, podrían efectuarse entrevistas a personas referentes con el fin de obtener información concreta.

En relación a la competencia, y la fácil imitación del emprendimiento, **generar una propuesta creativa**, perdurable en el tiempo, con el atractivo suficiente para que pueda ser disfrutada por toda la comunidad y que a su vez, logre el acercamiento de personas de otras localidades, ampliando el horizonte del mercado.

También determinar las **formas de comunicación** del proyecto, a través de qué medios se realizará la promoción del proyecto, teniendo en cuenta el mercado objetivo y las tendencias actuales de comunicación, para que dicha estrategia sea efectiva y rentable a los fines del proyecto.

- Aspecto técnico

Realizar las modificaciones necesarias para **dejar el predio en condiciones óptimas**. Solicitando los presupuestos necesarios para determinar la inversión inicial a realizar.

Presentamos un diagrama de Gantt con un cronograma de las principales actividades a realizar de acuerdo con los tiempos y fechas planteados por los propietarios para comenzar la renovación del espacio.

Gráfico N° 4: Diagrama de Gantt

DIAGRAMA DE GANTT									
ACCIONES	Marzo 2017					Abril 2017			
	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4
Puesta a punto de la casa									
Reacondicionar baño									
Pintura interna y externa									
Limpieza total del inmueble									
Reordenamiento del predio									
Reparación de jaulas y corrales									
Plantar hierbas aromáticas									
Limpieza general del espacio									
Puesta a punto del estanque									
Agregar agua a la laguna									
Parquización									
Comprar árboles frutales									
Plantar árboles y plantas en el jardín									

Fuente: Elaboración propia

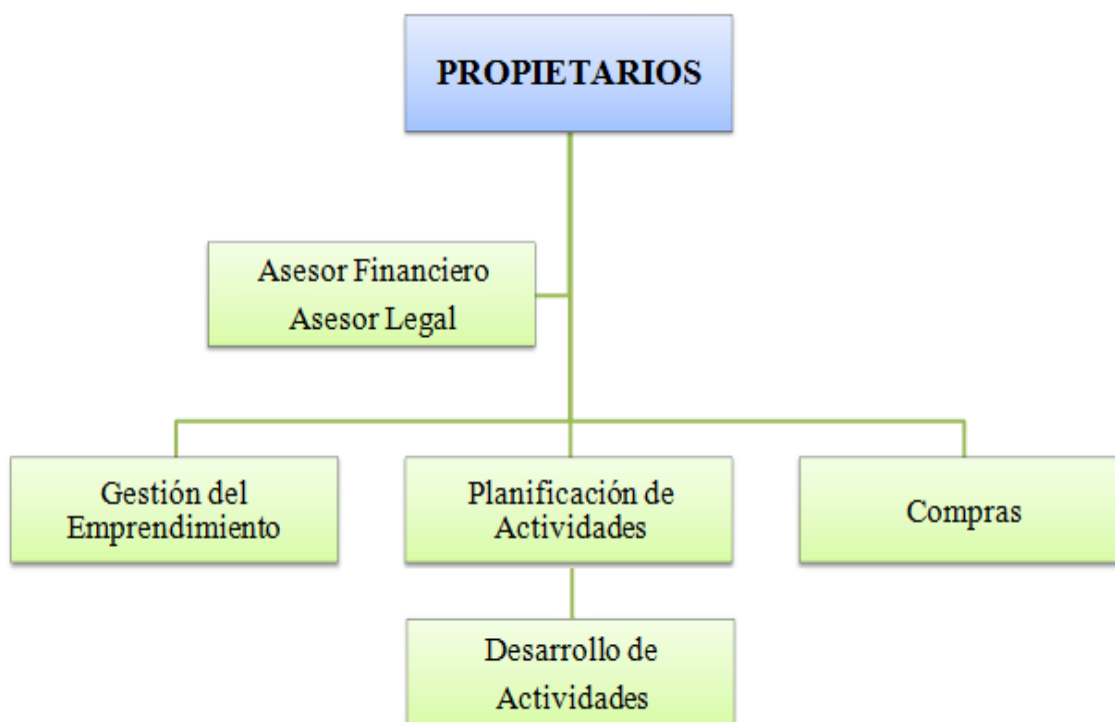
- Variable Organizacional

Teniendo en cuenta el punto débil encontrado, la falta de capacitación de los propietarios en cuestiones de gestión, proponemos la **búsqueda de una persona externa idónea en cuestiones administrativas y financieras** para poder plantear el proyecto de la forma más óptima y ordenada posible, con todos los factores fundamentales para su desarrollo, y logrando así, además de una administración excelente, la posibilidad de no caer en errores que dificulten su realización.

También en este punto, planteamos un **modelo de organigrama que refleja la estructura de funciones** del futuro emprendimiento, a modo de optimizar la toma de decisiones, la realización de las acciones, que permita organizar correctamente a los integrantes, para evitar toda clase de conflictos futuros, teniendo en cuenta que se tratará de un emprendimiento familiar. El mismo incluye a los propietarios, en la toma de decisiones generales, y se agregan diferentes funciones de los mismo, a saber: gestión del emprendimiento; diseño de actividades a realizar y administración de las compras. Los propietarios, se encargarán recibir a las personas que se acerquen al campo, y guiarán las actividades que se realizarán durante la estadía.

Exponemos, como staff de apoyo, a los asesores legales y financieros que consideramos necesarios debido a la falta de conocimientos en estas áreas por los propietarios, optimizando la toma de decisiones en estas cuestiones tan relevantes para el desarrollo del mismo.

Gráfico N° 5: Organigrama por funciones



Fuente: Elaboración Propia

Asimismo, consideramos fundamental que **los propietarios se capaciten en el área de Turismo Rural y en aspectos de negocios** para tener una mirada más amplia y que de esta forma puedan aprovechar de forma óptima sus capacidades actuales en cuestiones de educación y planeamiento de actividades al aire libre.

- Variable legal

Teniendo en cuenta lo que mencionamos en el análisis, deberán contar con **asesoramiento legal y contable**, para determinar qué cuestiones legales y técnicas requiere el proyecto para su puesta en marcha, en términos de habilitación y operatoria comercial.

- Variable financiera-económica:

En primer lugar, **elaborar un plan de negocios**, para determinar minuciosamente todas las estrategias a seguir, y determinar la forma más rentable de llevarlas adelante. Esto permitirá tener una visión general de todos los aspectos del proyecto y los recursos necesarios para su puesta en marcha.

Generar un presupuesto, con la inversión inicial necesaria, para evaluar, en base a la misma, la necesidad de solicitar financiamiento externo, tanto en instituciones públicas como privadas, para poner a punto el espacio y lanzar la propuesta.

El objetivo del Plan es que el emprendimiento pueda ser rentable y autosustentable ya que el deseo de los propietarios es dedicarse full-time al mismo.

CONCLUSIONES

Tomando en cuenta el análisis realizado, sobre el desarrollo del Turismo Rural en nuestro país y región; sumado al análisis de las variables específicas que influyen en el desarrollo de este tipo de proyectos; concluimos que es viable desarrollar el proyecto por tres aspectos que se presentan sólidos.

En primer lugar, el Turismo Rural está muy estimulado en la actualidad, a nivel mundial por un cambio en el enfoque de las políticas y una reorientación de los recursos para desarrollar actividades no agrarias en el ámbito rural. En Argentina, la crítica situación del sector agropecuario fomentó el desarrollo del mismo, sumado a que los habitantes de las ciudades aprecian al mundo rural como un sitio que atesora tranquilidad, naturaleza, tradiciones que valen la pena resguardar para las generaciones venideras. En la Provincia de Santa Fe, existen diversas instituciones que brindan apoyo y fomento a este tipo de proyectos, por la existencia de una tendencia de la sociedad al respeto y cuidado del medio ambiente, a la búsqueda de espacios de calma y relajación, que hace que cada vez más personas quieran formar parte de este tipo de propuestas. Por estos motivos, podemos afirmar que el Turismo Rural se encuentra en pleno auge, creciendo día a día.

En segundo lugar, todas las variables analizadas tienen una influencia positiva. Si bien se trata de un análisis de pre-factibilidad, podemos determinar, que sería conveniente comenzar a desarrollar el proyecto; teniendo en cuenta que los tiempos y plazos de ejecución de las acciones iniciales están apuntalados por los deseos de los propietarios; lo que no debe dejar al descuido el imprescindible desarrollo del Plan de Negocio como planificación a futuro, que será lo que aportará la sustentabilidad al proyecto.

En tercer lugar, basados en el motor fundamental por el que los propietarios desean transformar el “Campo Don Alfredo” en un establecimiento en el que se realice Turismo Rural, esto es, el valor sentimental que tiene para ellos, es importante determinar si es viable comenzar a pensarlo detalladamente o no. A pesar del anhelo por

llevarlo adelante y el arraigo que tienen por él, en su elaboración se encuentran implicados otros factores que fue importante analizar. Como ya mencionamos, el principal objetivo de quienes desean realizarlo, no tiene en principio fines económicos, pero la puesta en marcha del mismo, implica una movilización de recursos, que es indispensable examinar para determinar si se cuenta con los requerimientos mínimos para iniciar el emprendimiento.

.A través de este Estudio de Casos, demostramos que existen muchos aspectos positivos para comenzar con el proyecto, y que, si bien, también hay algunas variables que necesitan ser reforzadas, existen posibilidades para lograrlo, y sobre todo, existe predisposición para hacerlo; por lo que sería conveniente comenzar su desarrollo.

ANEXOS



Universidad Abierta Interamericana

Facultad de Ciencias Empresariales.

Agradeceríamos tomarse unos minutos para responder esta entrevista. La información que se obtenga de ella será utilizada para un estudio de casos de la carrera de Licenciatura en Ingeniería Comercial y de ningún modo comprometerá al encuestado.

Modelo de entrevista

- 1- ¿Qué cuestiones movilizan la idea de desarrollar un emprendimiento de Turismo Rural?
- 2- ¿Considera que el establecimiento cuenta con los recursos básicos necesarios para poder proyectar la implementación del proyecto? ¿Cree necesario realizar modificaciones o agregados?
- 3- ¿Cree que existe idoneidad en los familiares interesados en el proyecto para poder llevarlo adelante? ¿Deberían buscar personal externo para poder llevarlo adelante?
- 4- ¿Tienen acceso a los recursos necesarios para financiar el proyecto?
- 5- ¿La rentabilidad que genera la explotación agrícola, alcanza a financiar la inversión mínima necesaria?
- 6- ¿Consideraría como una opción buscar financiamiento externo?
- 7- ¿Cree que el público al que apunta valorará la propuesta?
- 8- ¿Cree que es necesario el asesoramiento legal?

BIBLIOGRAFÍA

Libros Generales

- Dei H. Daniel. (2006). *“La Tesis”*. 2e. Buenos Aires: Prometeo Libros.
- Fassio, A. Pascual, L. y Suárez F. M. (2002) *“Introducción a la Metodología de la Investigación aplicada al Saber Administrativo”*. Buenos Aires: Ediciones Cooperativas.
- Hernández, Carlos; Sampieri, Roberto y Baptista, Pilar. (2010). *“Metodología de la investigación”*. 5e. México: Mc Graw Hill
- Sabino Carlos. (1998) *“Cómo hacer una tesis”*. Edición ampliada. Buenos Aires: Editorial Lumen Humitas.
- Sapag Chain, Nassir. (2008). *“Preparación y evaluación de Proyectos”*. 5e. Colombia: Mc Graw Hill
- Scavone, Graciela M. (2006). *“Cómo se escribe una tesis”*. Buenos Aires: La ley.
- Yuni, José y Urbano, Claudio (2006). *“Técnicas para investigar: recursos metodológicos para la preparación de proyectos de investigación”*. 2e. Argentina: Editorial Brujas.

Libros Específicos

- Barrera, Ernesto. (2006). *“Turismo Rural en Argentina y el potencial de México”*. México: Proyecto Nutopia S. de R. L. MI.
- Barrera, Ernesto y Muñoz, Roberto. (2003). *“Manual de Turismo Rural para micro, pequeños y medianos empresarios rurales”*. Buenos Aires: PROMER.
- Bote Gómez, Venancio. (2013). *“Turismo en espacio Rural”*. España: Editorial Popular S.A.
- Consortio Dominicano de Competitividad Turística. (2013). *“Manual para elaborar un plan de negocios para empresas Eco Turísticas”*.

Foro Nacional De Turismo Rural. (2013). *“Mil x Mil”*. Buenos Aires: Cámara Argentina de Turismo Rural (CATUR).

García Cuesta, José Luis. (1996). *“El turismo rural como factor diversificador de rentas en la tradicional economía agraria”* en: Estudios Turísticos, nº 132.

Nieva García, Ángel. (2004). *“Turismo Alternativo. Una nueva forma de hacer turismo”*. México: SECTUR.

Román Ma. Florencia y Ciccolella Mariana. (2009). *“Turismo rural en Argentina: concepto, situación y perspectivas”*. Buenos Aires: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA)

Velasco, Félix. (2007). *“Aprender a elaborar un plan de negocio”*. España: Paidós.

Leyes

Ley Nacional de Turismo Nro. 25.997. Buenos Aires, 27 de Septiembre de 2006.
Publicada en Boletín Oficial según Decreto 1297/2006

Artículos web

Urien, Paula *“El gran éxodo: el campo se vacía y huye a ciudades hacinadas”* 17 de Junio de 2015). Disponible en: <http://www.lanacion.com.ar/1802453-el-gran-exodo-el-campo-se-vacia-y-huye-a-ciudades-hacinadas>

Páginas web

<http://www.lanacion.com.ar/>

<http://www.turismosantafe.com.ar/>

<http://www.blogdeturismorural.com.ar/>

<http://www.agroindustria.gob.ar/>

<http://www.turismo.gov.ar/>

<http://inta.gob.ar/>

<http://www.infoleg.gob.ar/>

<http://www.catur.com.ar/>

<http://www.guiafe.com.ar/>