

TRABAJO FINAL INTEGRADOR

Profesor Tutor: CR Walter Adrian De Poi

Alumno: Miguel Ángel Flores

TURISMO RURAL EN LA SIERRA DE COMECHINGONES EN VILLA DE MERLO

Emprendimiento Turístico Comunitario

Universidad FASTA

Facultad de Ciencias Económicas

Licenciatura en Turismo - Ciclo Licenciatura - Modalidad a distancia

ÍNDICE

| | |
|--|---------|
| Resumen ejecutivo..... | Pág. 3 |
| Análisis del contexto..... | Pág. 7 |
| Definición de objetivos y estrategias generales..... | Pág. 13 |
| Plan de marketing..... | Pág. 16 |
| Plan de producción..... | Pág. 18 |
| Dirección y organización de la empresa..... | Pág. 23 |
| Plan económico-financiero..... | Pág. 25 |
| Aspectos legales..... | Pág. 28 |
| Evaluación final del proyecto..... | Pág. 31 |
| Bibliografía..... | Pág. 36 |

RESUMEN EJECUTIVO

¿En qué consiste el proyecto?

Si bien la localidad de Villa de Merlo posee atractivos naturales, culturales y recreativos que la han posicionado en estas últimas décadas entre los destinos a visitar en nuestro país, la existencia de un ecosistema de alto valor ambiental como es la altipampa situada en la zona de la cumbre (el filo para los lugareños) de la Sierra de Comechingones, con población autóctona dedicada a la crianza de ganado, que puede sumar un atractivo singular, que al momento no está puesto en valor.

Pretendo realizar un proyecto de turismo rural que sea sustentable y que posibilite la inclusión social de los pobladores nativos de las sierras, que hasta el momento no han recibido los beneficios económicos y sociales del desarrollo turístico experimentado por el resto de la población.

El mencionado proyecto, consiste en la utilización de construcciones existentes y el reciclado de otras, para la prestación de los servicios de atención al visitante; la realización de actividades recreativas teniendo éstas como base, las propias que realizan los pobladores habitualmente y que son distintivas de su cultura.

¿A quién va dirigido?

Considero que los beneficiarios directos es un grupo de pobladores que habitan la zona alta de la sierra, ya que mejorará su calidad de vida.

Las empresas que comercializan turismo, ya que se agrega un nuevo producto.

La propia comunidad en tanto que integra un sector de la población local, aunque reducido en cuanto a número, a los beneficios del turismo.

Los turistas que visitan la zona, que podrán acceder a una experiencia más auténtica y de pleno contacto con un ambiente rural poco contaminado

¿Cómo lo voy a desarrollar?

El proyecto comprende trabajar con un grupo de pobladores, seis familias que habitan un área de aproximadamente 1000 ha dentro de una superficie mucho mayor. Se reciclarán algunas construcciones, adecuando otras, que posibiliten la prestación de servicios gastronómicos, de alojamiento, venta de artesanías y productos regionales. Organización de caminatas, cabalgatas y pesca.

Se deberá llevar a cabo un programa de capacitación y concienciación para posibilitar una integración positiva entre locales y visitantes.

Inversión Inicial: \$ 310.000

¿Quiénes son los responsables del proyecto?

La creación de una cooperativa de trabajo integrada por los pobladores involucrados, y el apoyo de la Secretaria de Turismo de la Municipalidad de Merlo como también la asistencia de otras áreas del municipio y del Ministerio de Turismo y las Culturas de la Provincia de San Luis.

El negocio consiste en la venta de las distintas experiencias a los visitantes, ya sea en forma directa o a través de las empresas de viajes de turismo receptivo de la zona como también la venta de artesanías y productos elaborados por las familias del lugar.

¿Qué impactos producirá la implementación del mismo?

Socio- culturales

Positivos

-Recuperación y conservación de valores culturales (construcciones, gastronomía, artesanías, costumbres, etc.).

- Mejora de la calidad de empleo.
- Mejora de la calidad de vida de los pobladores e intercambio socio-cultural con los visitantes.
- Mejora de la experiencia turística de los visitantes.
- Promoción del trabajo asociativo.

Negativos

- Pérdida de la identidad cultural de los pobladores involucrados por el contacto continuo con los visitantes, especialmente los niños y jóvenes.
- Posible tensión social entre los pobladores y visitantes, por diferencias económicas entre los mismos.
- La dificultad para trabajar asociativamente en una comunidad donde esto no es lo tradicional.

Económicos

Positivos

- Incremento del ingreso económico para los pobladores, que continuarán desarrollando su actual actividad ganadera, a la que sumarán los ingresos por las actividades vinculadas al turismo.
- Creación de empleo para mujeres y jóvenes.
- Aumento de ganancias para las empresas de turismo que vendan este nuevo producto.
- Aumento del valor del suelo.

Negativos

- Posible competencia entre el turismo y las actividades tradicionales.
- Mayor demanda de gasto en artículos suntuarios que hasta ahora no realizan.
- A futuro, aumento del valor del suelo que se torne inalcanzable para los nativos.

Medio ambientales

Positivos

- Revalorización del entorno natural.
- Adopción de medidas para preservar las características de la zona.
- Mayor involucramiento de las autoridades para el desarrollo del turismo sustentable, con el fin de mantener y controlar la calidad ambiental.

Negativos

- La generación de residuos y el difícil procesamiento de los mismos en el lugar.
- La erosión de la zona con la apertura de vías de acceso.
- La utilización de vehículos todo- terreno, motos, etc. que alteren la tranquilidad del lugar, como también la fauna y flora.

ANÁLISIS DEL CONTEXTO

Villa de Merlo es el principal destino turístico de la provincia de San Luis, que si bien no posee atractivos categóricos de relevancia internacional, la sierra de los Comechingones y un microclima privilegiado le dan el marco para desarrollar múltiples actividades en el ámbito natural.

Villa de Merlo, es un asentamiento de tardía fundación española ocurrida en el siglo XVIII. Pero sus transformaciones sustanciales ocurrieron en la historia moderna del siglo XX y del presente. Dentro de este período pueden reconocerse tres grandes fases de su desarrollo local signadas por

- Su reposicionamiento pionero como pequeño pueblo turístico de la Sierra de Comechingones.
- Su consolidación como nodo turístico regional.
- Su cambio de escala reciente.

Una primera etapa moderna es la de su Reposicionamiento Pionero como Pequeño Pueblo Turístico de la Sierra. Eso ocurrió en los años 30, 40 y 50, con la construcción y explotación de "hoteles de veraneo" como el Hotel Piedra Blanca y Hotel El Rincón. En esa época contaba con poco menos de 1000 habitantes.

Una segunda fase es la de Consolidación de Merlo como Nodo Turístico Regional. Ello ocurrió en las décadas del 60, 70, 80 y 90. En efecto, Merlo pasa de ser un pueblo a constituirse en una pequeña ciudad del orden de los 10.000 habitantes y cerca de 2000 plazas turísticas al final del periodo. La actuación disparadora fue la localización del Casino Provincial en 1965, el cual está cumpliendo sus 50 años, en un tiempo en que su número era muy limitado en nuestro país. Ello arrastró la generación de nuevas actividades complementarias, en el área turística, comercial, de la construcción y de múltiples servicios, con nuevos desarrollos hoteleros y con nuevos

migrantes que se radican. A lo largo de estas décadas Merlo refuerza su marca como un destino regional y nacional.

Una tercera etapa del desarrollo local es la del Cambio de Escala Reciente ocurrida en la primera década de este siglo y tendencialmente abierta. Es el Merlo de poco más de 20.000 habitantes y unas 12000 plazas turísticas.

El crecimiento explosivo de población y de plazas turísticas, la sitúa actualmente dentro de la gran constelación de pequeños a medianos destinos turísticos, con características similares.

Describir la situación de Merlo es describir la evolución y la situación turística del país y de una cantidad de centros turísticos dispersos en el territorio:

- No son destinos con grandes atractivos diferenciales o de magnitud, que impliquen una atracción de corrientes específicas por si misma (caso Cataratas, Glaciar Perito Moreno, etc.).
- Se han desarrollado en las regiones turísticas tradicionales: Patagonia, norte, sierras. En las regiones turísticas más tradicionales, con desarrollos en la década de los 50/60, se ha observado un reciente impulso de crecimiento, que ha llevado a una reconversión, surgida tardíamente respecto a ciertos destinos patagónicos (Villa La Angostura, San Martín de los Andes que se han desarrollado en los últimos veinte años).
- Juegan en el territorio subsidiariamente a los grandes destinos, ya degradados, o se constituyen en nodos de una red más pequeña de localidades aún más incipientes que se nutren de sus infraestructuras.
- Atraen corrientes de turismo interno motivadas en el deseo de conocer, el descanso, el alejamiento de las grandes urbes y por ende de la inseguridad.
- Su escala urbana es humana, sin edificios de alturas, con espacios verdes, con servicios (comerciales, bancarios, comunicaciones, etc.) en crecimiento.
- Su diferenciación se basa más en los aspectos urbanos, la atractividad o amigabilidad de la ciudad/pueblo, que en los atractivos turísticos mismos, ya que los productos que se

ofrecen se basan en recorrer circuitos y en actividades multivariadas relacionadas al turismo activo, que se ofrecen en la mayoría de los lugares.

- Los productos y actividades singulares no atraen, y difícilmente lo logren, corrientes significativas para asegurar la sustentabilidad económica del destino, por lo que aun siendo diferenciales se constituyen en complementarios.
- El entorno paisajístico y el cuidado ambiental pasa a jugar un rol preponderante tanto en la estética de los centros turísticos como para el desarrollo de las actividades.
- Los desarrollos y/o mejoramientos de los atractivos de los atractivos paisajísticos pasan a constituir un símbolo de calidad del destino conjuntamente con la red vial y la señalización turística.
- En el ideario e imagen de la demanda pesan los nombres de los centros turísticos y su trayectoria, con alta significancia en los atributos de belleza.
- Dispersos en territorios no capitalinos, ejercen una gran atracción no solo a turistas sino a una ola de nuevos inmigrantes que se incorporan a la masa laboral e invierten en pequeños emprendimientos turísticos o relacionados a éstos.

ANÁLISIS FODA DE VILLA DE MERLO

Fortalezas y Oportunidades Turísticas

Generales

- Excelente conectividad y tiempo de viaje no excesivo, desde los centros emisores.
- Inserción y vinculación dentro de circuitos tradicionales interregionales.
- Imagen y posicionamiento de prestigio, su microclima y calidad ambiental. Está en el imaginario de destinos destacados que hay que conocer.
- Posición destacada y diferenciada a nivel provincial respecto de otros atractivos.
- El ciclo de crecimiento del turismo en el país y el interés de inversiones en el destino.

- Atrae turismo interno motivado por el deseo de conocer, el descanso, el alejamiento de las grandes urbes y por ende de la inseguridad. Esto motiva no solo la visita turística sino también la migración.
- Su escala urbana es humana sin edificios de altura, con espacios verdes con servicios (comerciales, bancarios, comunicaciones, etc.) en crecimiento.
- Amigabilidad del pueblo/ciudad.

Específicos

- La sierra como marco paisajístico y atributo categórico, diferenciado por su emplazamiento y altura en marcado contraste con el valle, potencia el desarrollo de experiencias para diversos tipos de público.
- Estructura para generar vías paisajísticas de distinta jerarquía y usos.
- El número de recursos y su diversidad de tipologías: culturales, paleontológicos, minero, de salud, aventura, permiten realizar un variado menú a la carta de oportunidades recreativas para el turista.
- En la escala del Corredor, la existencia de ofertas complementarias y sinérgicas con los pequeños centros circundantes-balnearios especialmente-en cercanía distancia-tiempo.
- Buena red de rutas turísticas Norte-Sur (de tránsito vehicular y sin tránsito pesado).
- La declaración de varias áreas protegidas con diferente escala de manejo y potencialidades interesantes.
- La vocación por el cuidado ambiental y el desarrollo de un turismo sustentable.
- Ofertas de servicios turísticos que cubren una amplia gama de tipologías y categorías con gran número de establecimientos de reciente desarrollo.
- Los servicios brindados por infraestructura de la provincia: wi-fi, rutas de acceso.
- La posibilidad de profundizar en ofertas diferenciadas para segmentos de mercado específicos sin grandes incompatibilidades entre sí.

Debilidades y Amenazas

- No es un nodo urbano de un atractivo turístico categórico como Cataratas o Glaciares.
- Se ha segmentado las ofertas en dos áreas: el centro con lo viejo y una inadecuada calidad estética y dificultades en el tránsito y la Av. del Sol donde se manifiesta la modernidad con dispares calidades de oferta.
- Alto nivel de polución visual y auditiva: descontrol en la cartelería, cableado y el uso de los espacios públicos-veredas, canteros.
- Las mejoras en atractivos son deficientes en señalización, accesos, seguridad y mejoras en general, con el agravante de una falta de control y desorden.
- Diversidad y dispersión de productos-actividades manejados por un sinnúmero de prestadores.
- Falta de ordenamiento de alojamientos y presencia estatal en fiscalización y control.
- Saturación de espacios públicos y atractivos que atentan contra la experiencia del turista.
- Ante las numerosas alternativas de paseos y visitas, no se han diseñado adecuadamente los posibles circuitos de excursiones dentro del ejido, presentándose en la información promocional como un solo circuito urbano, que no es posible concretar en una jornada experimentando todas las propuestas.
- No hay cultura de gestión de calidad y cuidado ambiental en los emprendimientos.
- La estructura y funciones de la secretaria municipal no ha crecido en la medida del explosivo crecimiento habido, con roles difusos o asumiendo roles para los cuales no cuenta con recursos y faltas de coordinación de otras áreas municipales.
- La quietud y tranquilidad pueblerina se ve afectada por el arribo masivo y concentrado de turistas en las altas temporadas, con sus propias conductas urbanas que pocas veces se adecuan a los usos locales, generan tensiones, afectando el tránsito, colas de espera, residuos dispersos, etc.

Amenazas

- Los actores gubernamentales y privados se encuentran desconcertados ante las demandas que genera el crecimiento, con escasas herramientas para su control, avanzando intuitivamente en la aplicación de las más variadas estrategias de manejo, muchas veces imitando acciones de otros destinos, pero sin adaptarlas adecuadamente a la realidad local. La utopía de cerrar la tranquera aparece recurrentemente como alternativa ante las presiones y la falta de estrategia.
- Poco incentivo en políticas públicas que promuevan Merlo como destino turístico
- los cambios en las preferencias de consumo o cambios de estilo de vidas que desfavorezcan elegir Merlo
- Políticas o inversionistas que estimulen el desarrollo de otros destinos turísticos en localidades de la provincia

DEFINICIÓN DE OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS GENERALES

OBJETIVO PRINCIPAL

Realizar un proyecto de turismo rural que sea sustentable y que posibilite la inclusión social de los pobladores nativos de las sierras, que hasta el momento no han recibido los beneficios económicos y sociales del desarrollo turístico experimentado por el resto de la población.

Se considera turismo rural a aquel que:

- Se desarrolla fuera de los núcleos urbanos.
- Se produce de forma reducida, a través de espacios amplios.
- Utiliza recursos naturales, culturales, patrimoniales, de alojamiento y de servicios propios del medio rural.
- Contribuye al desarrollo rural y a la diversificación y a la competitividad turística.

La estrategia se plantea a partir de la definición de Koontz-Weirich: "La estrategia se ocupa de la dirección en la cual se aplicaran los recursos con el fin de acrecentar la posibilidad de lograr los objetivos seleccionados.

También, desde el análisis de Mintzberg, la estrategia como posición, que constituye en ubicar a la organización en un medio ambiente, estableciendo el ajuste entre los aspectos internos y externos de la organización.

Como estrategia de negocios, se propone desarrollar ventajas competitivas, teniendo en cuenta la singularidad del producto, su localización y los servicios brindados a los consumidores.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Puesta en marcha de un Centro de Interpretación del Ecosistema del Área del Filo Serrano y Altipampa de la Sierra de Comechingones, para impulsar el lugar como un

atractivo sostenible y acorde a las nuevas tendencias de la demanda, en función de sus valores ambientales y paisajísticos.

- Reciclar y adecuar construcciones típicas existentes para la prestación de servicios turísticos.
- Capacitar a los pobladores en gestión de servicios a visitantes y en atención a los mismos.
- Formar una cooperativa de trabajo asociativo para la gestión del Centro de Interpretación.

ANÁLISIS FODA DEL PROYECTO

Fortalezas

- Conectividad: la ruta pcial. n° 5 que vincula el centro de Villa de Merlo con la localidad de La Cruz (Cba.) a través de la sierra de Comechingones, posibilita el acceso de los turistas al área de desarrollo del proyecto.
- Los pobladores naturales del lugar poseedores de una cultura propia y poco contaminada.
- La existencia de instalaciones para su puesta en marcha.
- Los pobladores ven en la actividad turística una posibilidad de desarrollo.
- Se encuentra en la zona de la altipampa, rodeado de naturaleza casi virgen.
- Biodiversidad.
- Fácil acceso a la información y difusión del emprendimiento.

Oportunidades

- Los ejes del turismo en la actualidad pasan por la sustentabilidad de los recursos y en gran parte, hoy el turista busca estar en contacto con la naturaleza y el medio rural. Pero demanda a su vez buenos servicios, dos de las cualidades en las que el emprendimiento puede dar un producto distintivo a la hora de tener una oferta turística de gran valor,

como así también poder abarcar diferentes mercados desde el turismo activo, familiar, de descanso entre otros.

- Valorización internacional de los espacios naturales y rurales poco contaminados.
- Empresas privadas que contribuyen económicamente para el desarrollo de proyectos turísticos sustentables como parte de su política de Responsabilidad Social Empresaria.

Debilidades

- No contar con un plan de desarrollo turístico orientado a uno de sus principales atractivos como lo es la sierra de Comechingones.
- La escasa participación de la comunidad involucrada en el proyecto en cuestiones de índole turística. Los habitantes de la sierra no cuentan con los niveles de concientización y educación en el cuidado y protección del ecosistema.
- Resistencia al cambio.

Amenazas

- Presión del sector inmobiliario.
- Descontrol de las actividades de los operadores turísticos de aventura.
- Pérdida de la cultura local.

PLAN DE MARKETING

El diseño de la estrategia de marketing para posicionar el producto, estará basado en sus atributos (una experiencia diferente en la sierra, experimentando sabores tradicionales y olores naturales).

Siendo una experiencia única y no masiva la que vivirá el turista, se espera que el emprendimiento se posicione como líder en diferenciación. Esto le permitirá obtener un Premium Price.

Siendo un producto nuevo en el mercado turístico de Villa de Merlo, se realizarán acciones tendientes a que tanto los informantes turísticos que desarrollan su labor en los diferentes centros de Información turística como los operadores de turismo receptivo, especialmente los que comercializan actividades en la sierra conozcan y vivencien el producto.

Se diseñará y producirá material promocional para ser distribuido en los centros de atención al visitante, agencias, establecimientos de alojamiento. El mismo será confeccionado con papel reciclado en consonancia de que es un producto de turismo sustentable.

Implementación de una página web con links a los sitios de los organismos oficiales de turismo tanto municipal como provincial.

Como lo que se pretende es un desarrollo sustentable del área, no se incentivará la masificación.

Los pobladores locales venden y los turistas compran una experiencia diferente en un entorno rural único.

Complementariamente se instrumentará un plan de marketing de relaciones, creando vínculos sólidos y sustentables a lo largo del tiempo, dando lugar a que los clientes participen en el diseño y su posterior perfeccionamiento, constituyéndose estos como referentes.

La credibilidad es uno de los factores claves en la construcción de las relaciones con los clientes. Esto se logra a través de la comunicación verbal, el desarrollo de la infraestructura, las relaciones estratégicas y la venta a los clientes apropiados.

PLAN DE PRODUCCIÓN

Se espera que cada una de las familias que participan del proyecto, desarrolle una actividad productiva o recreativa, que actualmente realizan como parte de su cotidianeidad: cabalgatas, pesca, cría de ganado, elaboración de quesos, tejidos, etc. y que la misma se transforme en una experiencia que los turistas compartan a cambio del pago de una retribución.

Para ello se utilizarán construcciones existentes y el reciclado de otras para la prestación de los servicios de atención al visitante. Teniendo en cuenta que la carencia mayor es la falta de instalaciones sanitarias adecuadas a los requerimientos de la demanda, se instalarán núcleos húmedos (baño y cocina) con drenaje de lecho nitrificante para las aguas servidas a fin de minimizar la contaminación.

Estos módulos se construirán con materiales secos desmontables a fin de facilitar su construcción y que a su vez se puedan reubicar en caso de que alguna de las familias participantes decida desvincularse del proyecto.

Si bien estos módulos serán disonantes con relación a la construcción típica serrana realizada en piedra, es preciso reconocer que el baño no es parte de la construcción de los puestos de la sierra y el visitante lo reconocerá como parte de un equipamiento pensado para su mejor atención.

Metas, resultados, actividades y tareas, métodos y técnicas.

| Metas | Resultados | Actividades y Tareas | Métodos y técnicas |
|---|---|--|--|
| <p>Crear un Centro de Interpretación en un puesto serrano para la recepción de los visitantes.</p> | <p>Posibilitar una comprensión del entorno, y contratar las distintas actividades que se ofrecen.</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Reciclado del puesto para la puesta en marcha del Centro de Interpretación. Sala de exposición y venta de artesanías y productos regionales. - Construcción de un núcleo húmedo (sanitarios y cocina). - Búsqueda de materiales en el entorno. - Compra de otros materiales. - Instalación de una cafetería. - Adquisición de equipamiento. | <ul style="list-style-type: none"> - Relevamiento para la establecer la ubicación e instalación más adecuada. - Entrevistas con los vecinos para explicitar el proyecto y las tareas constructivas a llevar a cabo. - Entrevistas con los postulantes y selección del personal adecuado para trabajar en el Centro. - Capacitación del personal del Centro y al resto de los pobladores involucrados sobre cómo gestionar sus prestaciones - Creación de una página Web para dar a conocer el Proyecto y el Centro. - Presentación del Centro y Proyecto a operadores turísticos para su promoción. - Señalética con información sobre el cuidado del ecosistema. - Material informativo sobre el entorno y pautas de comportamiento para entregar a los visitantes. |

| | | | |
|---|--|--|--|
| <p>Adecuación del resto de los puestos y otras construcciones para la prestación de las actividades.</p> | <p>Puesta en valor de las construcciones tradicionales</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Reciclado de las construcciones. - Puesta en valor. - Construcción de núcleos húmedos. - Adecuación de los mismos en relación a la actividad predominante que se desarrolle. - Adquisición de equipamiento. | <ul style="list-style-type: none"> - Entrevistas con los vecinos para explicitar el proyecto y las tareas constructivas a llevar a cabo. - Capacitación de las familias involucradas sobre cómo gestionar sus prestaciones. |
| <p>Lograr el uso de los recursos acorde a la protección del ecosistema reinante.</p> | <p>A través del turismo sustentable y del turismo rural poner en valor la zona declarada como reserva con el objetivo de la mejora turística de la ciudad.</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Concientización y Sensibilización de prestadores y turistas sobre la importancia de un turismo sustentable y responsable en todas las actividades del proyecto. - Proveer información sobre la importancia del cuidado del medioambiente en el turismo. - Respetar la capacidad de carga. - Llevar a cabo un monitoreo de impactos. | <ul style="list-style-type: none"> - Señalética con información sobre el cuidado del ecosistema. - Conferencias en el centro sobre temas relacionados al cuidado del medioambiente. - Control constante de las actividades para mantener los impactos en el nivel más bajo posible. |

Actividades y Tareas

| Tareas 2016 | Enero | | | | Febrero | | | | Marzo | | | | Abril | | | | Mayo | | | | Junio | | | |
|--|-------|----|----|----|---------|----|----|----|-------|----|----|----|-------|----|----|----|------|----|----|----|-------|----|----|----|
| | 1a | 2a | 3a | 4a | 1a | 2a | 3a | 4a | 1a | 2a | 3a | 4a | 1a | 2a | 3a | 4a | 1a | 2a | 3a | 4a | 1a | 2a | 3a | 4a |
| Relevamiento de las construcciones en el área. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Selección del puesto para la instalación del Centro de Interpretación. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Construcción de un núcleo húmedo (sanitarios y cocina) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Búsqueda de materiales en el entorno | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Compra de otros materiales | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Adquisición de equipamiento | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Instalación de una cafetería | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Reciclado de otras construcciones y puesta en valor | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Concientización y sensibilización de prestadores | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Entrevista con los vecinos para explicitar el proyecto. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Entrevista y selección del personal para trabajar en el Centro. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Capacitación de las familias involucradas en la gestión de las prestaciones. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Creación de materiales promocionales | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Instalación de señalética | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

| Tareas 2016 | Julio | | | | Agosto | | | | Septiembre | | | | Octubre | | | | Noviembre | | | | Diciembre | | | |
|--|-------|----|----|----|--------|----|----|----|------------|----|----|----|---------|----|----|----|-----------|----|----|----|-----------|----|----|----|
| | 1a | 2a | 3a | 4a | 1a | 2a | 3a | 4a | 1a | 2a | 3a | 4a | 1a | 2a | 3a | 4a | 1a | 2a | 3a | 4a | 1a | 2a | 3a | 4a |
| Presentación del proyecto a operadores turísticos | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Difusión y comunicación | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Evaluación y seguimiento de la actividad y los actores | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Monitoreo de impactos | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

DIRECCIÓN Y ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

Este proyecto si bien se desarrollaría con fondos públicos, se administraría a través de la figura legal de Cooperativa de Trabajo que incluya y vincule a las familias para llevar a cabo las actividades necesarias para alcanzar el objetivo planteado.

Una cooperativa es una empresa constituida por personas que se asocian libremente para la realización de actividades encaminadas a satisfacer sus necesidades y aspiraciones económicas y sociales, con estructura y funcionamiento democráticos, conforme a los Principios Cooperativos.

Una cooperativa de trabajo asociado tiene por objeto proporcionar a sus socios puestos de trabajo, mediante su esfuerzo personal y directo, a través de la organización común de la producción de bienes o servicios para terceros.

Las cooperativas de trabajo asociado conjugan al tiempo profesionalidad, flexibilidad y participación. Representan un modelo de empresa en el que los objetivos económicos y empresariales se integran con otros de carácter social. Se consigue, así, un crecimiento económico basado en el empleo, la equidad social y la igualdad.

Como toda empresa, la cooperativa busca obtener rentabilidad por la actividad realizada. Pero, además, la fórmula cooperativa te ofrece una serie de ventajas que se derivan de un modelo propio de organización interna, así como de los principios en los que basa su filosofía:

- Es una fórmula de empleo estable: los socios se unen para satisfacer sus necesidades de trabajo en las mejores condiciones posibles.
- Las personas y el valor del trabajo están por encima del capital aportado. La cooperativa es una **organización democrática** donde las decisiones se toman de manera igualitaria.
- Los trabajadores son al mismo tiempo propietarios y gestores de la cooperativa. Por eso existe mayor motivación e identificación con la empresa y su futuro.
- Es una fórmula empresarial en expansión que ofrece grandes posibilidades a los emprendedores para abrirse camino profesionalmente.

En una comunidad tan pequeña como la que integran las seis familias participantes del proyecto, la **autoridad** tal como identifica Weber será **carismática** por ser personas reconocidas ampliamente por el grupo social serrano. Esta autoridad será ejercida por el presidente de la cooperativa, secundado por algunos colaboradores, que tendrán cargo de secretario, tesorero, vocales; esta cooperativa tendrá el asesoramiento permanente de la Municipalidad de Merlo, a fin de contenerlos y capacitarlos en el ejercicio de sus funciones

PLAN ECONÓMICO-FINANCIERO

Para llevar a cabo la realización y puesta en marcha del proyecto se utilizarán fondos públicos para invertir en instalaciones y acondicionar las viviendas de las familias que se verán beneficiadas .El mayor porcentaje de inversión está destinado a instalaciones de núcleos húmedos, (baños y cocinas) y espacios cómodos con mobiliario que permita recibir y brindar un servicio acorde al potencial del lugar, siendo estos servicio gastronómico, excursiones, producción y venta de artesanías.

DETALLE

| | |
|--|--------|
| INVERSION INICIAL | PESOS |
| INSTALACION DE NUCLEOS HUMEDOS | 70000 |
| ABERTURAS | 30000 |
| LIMPIEZA DE ESPACIOS COMUNES | 10000 |
| ACONDICIONAMIENTO DE VIVIENDAS | 50000 |
| INSTALACIÓN DE PANELES SOLARES | 50000 |
| INSTALACION Y CONEXIÓN DE AGUA | 10000 |
| MOBILIARIOS Y EQUIPAMIENTO CAFETERIA | 30000 |
| MOBILIARIOS Y EQUIPAMIENTO OTRAS VIVIENDAS | 20000 |
| COMPRA DE INSUMOS PARA ACTIVIDAD GASTRONOMICA Y ARTESANIAS | 40000 |
| FIJOS MENSUALES | |
| PUBLICIDAD | 3000 |
| MANTENIMIENTO DE INSTALACIONES | 6000 |
| IMPUESTOS NACIONALES Y GASTOS RELACIONADOS | 1500 |
| COMBUSTIBLES | 2000 |
| GASTOS DE COMUNICACIONES | 2000 |
| FIJOS ANUALES | 170000 |
| COSTOS VARIABLES MENSUALES | |
| SE ESTIMA EL 30% DE LOS INGRESOS PERCIBIDOS | |

Se estima que los costos fijos se incrementan anualmente un 25% y los costos variables sufren una variación del 30% anual

Como consecuencia de establecer un escenario pesimista el cálculo de ingresos presenta un incremento del 10% anual. 6 Familias.

Se presumen datos promedios globales como resultado del análisis de las familias en conjunto. .

| DATOS ANUALES | INGRESOS | COSTOS VBLES | C.FIJOS |
|---------------|----------|--------------|---------|
| AÑO 1 | 1200000 | 360000 | 170000 |
| AÑO 2 | 1320000 | 396000 | 212500 |
| AÑO 3 | 1452000 | 435600 | 265625 |
| AÑO 4 | 1597200 | 479160 | 332031 |

CASH FLOW ESTIMADO

| CONCEPTO | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 |
|------------------------------------|---------|---------|---------|---------|
| INGRESOS = VENTAS | 1200000 | 1320000 | 1452000 | 1597200 |
| COSTOS VARIABLES(COMPRAS INSUMOS) | 360000 | 396000 | 435600 | 479160 |
| COSTOS FIJOS (ANUALES) | 170000 | 212500 | 265625 | 332031 |
| TOTAL COSTOS | 530000 | 608500 | 701225 | 811191 |
| RDO | 670000 | 711500 | 750775 | 786009 |

La inversión inicial es de \$310000 aportada en su totalidad por el Gobierno de la Provincia a través del Ministerio de Turismo y las Culturas y el Programa Pueblos Puntanos, organismos públicos provinciales y aportes de la Municipalidad de Villa de Merlo.

El Programa Pueblos Puntanos brinda asistencia técnica y financiera para proyectos de asociaciones vecinales de la Provincia de San Luis que signifique una mejora sustancial en su calidad de vida.

ANALISIS

Si bien los datos arrojan resultados positivos en los periodos estimados, consideramos que el aporte del proyecto a las familias representa un ingreso promedio básico. Consideramos que insertando acciones provenientes de políticas públicas bien definidas, las familias que componen parte de este proyecto se encontrarán con un beneficio mucho mayor al financiero, pues contarán con un desembolso que permite comenzar actividades económicas rentables, con fuerte colaboración desde el municipio y acciones provinciales en las inversiones iniciales y de mantenimiento y fomento de consumo a través de planes de marketing.

Asesoramiento permanente y colaboración para el desarrollo de cada participante del proyecto para impulsar el crecimiento sostenido.

Aporta además, atractivos turísticos valorados por los turistas que buscan ver reflejada la identidad cultural del pueblo y pone en valor recursos naturales y espacios hoy poco explotados.

La inversión aportada por el Gobierno de la Provincia y el Municipio de Merlo alcanza los \$310000, monto que permite otorgar a las 6 familias promedio que se insertan en la economía local y con los cuales se contribuye a mejorar la calidad de vida, siendo estas quienes comienzan a explotar sus recursos económicos propios poniendo en valor el lugar y las actividades que desarrollan actualmente.

Se pretende trabajar en el proyecto de manera conjunta y no asignar a las familias subsidios en forma aislada para potenciar la inclusión y trabajo cooperativo, la suma de las partes aportará a la comunidad un resultado mucho más importante. Se colabora con las economías familiares impulsando el trabajo y se aporta un espacio para explotación turística.

ASPECTOS LEGALES

La Ley N° VIII-0722-2010- Ley General de Turismo- Plan Maestro de Turismo 2010-2020, establece en sus primeros artículos el marco legal en el que se inserta el proyecto:

ARTÍCULO 2º.- La presente Ley tiene como objeto contribuir a la sustentabilidad económica, ambiental y social de la Provincia de San Luis a través del fomento, el desarrollo, la promoción del turismo receptivo e interno y la regulación de la actividad turística y de sus recursos, determinando los mecanismos necesarios para la creación, conservación, protección y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos provinciales, resguardando el desarrollo sostenible y sustentable y la optimización de la calidad, estableciendo los mecanismos de participación y concertación de los sectores público y privado en la actividad.-

PRINCIPIOS

ARTÍCULO 3º.- Son principios rectores de la presente Ley los siguientes:

- a) Promoción del desarrollo regional equilibrado;
- b) Valorización y preservación del patrimonio natural y cultural de la Provincia;
- c) Promoción de la integración social;
- d) Consolidación y protección de las culturas de la Provincia;
- e) Diversificación de la estructura económica;
- f) Innovación productiva y calidad de servicios y destinos, como recursos de competitividad;
- g) Armonización entre el progreso y el ambiente.-

En el Artículo 9º.- en el que se aprueban los Programas con sus respectivos Planes de Acción en el inciso b) se establece el Programa de Valorización Patrimonial. Este programa, tiene como finalidad principal la consideración estratégica de los recursos naturales y culturales, transformándolos en importantes atractivos turísticos; a través del proceso de identificación, planificación, puesta en valor, gestión y protección.-

En el inciso c) se crea el Programa de Desarrollo del Espacio y la Oferta Turística.

Este programa busca consolidar el sistema turístico en todo el territorio Provincial. Pretende la distribución de la actividad de forma equilibrada, teniendo en consideración las características territoriales y la dinámica de la demanda. Además, con el propósito de generar un efecto multiplicador en las economías locales, se aspira a la creación y gestión de corredores, circuitos y rutas turísticas temáticas.-

En el Artículo 26, refiere a los fondos:

ARTÍCULO 26.- Destino del fondo. Los recursos provenientes del Fondo Provincial de Turismo (FONTUR) serán administrados por la Autoridad de Aplicación y serán destinados a:

- a) La ejecución de los Planes Maestros, Planes Ejecutivos y Agendas Anuales;
- b) La promoción del desarrollo de la infraestructura, del equipamiento y de la prestación de servicios turísticos;
- c) La innovación de productos turísticos existentes y creación de nuevos productos turísticos;
- d) La conservación, protección y desarrollo del patrimonio natural y cultural de la Provincia;
- e) La promoción de los destinos y productos turísticos provinciales;
- f) El financiamiento

De acuerdo a la Ley N° VIII-0514-2006 que implementa en la jurisdicción provincial el Programa San Luis Turismo en cuyo marco se desarrollaran acciones de generación y fomento de las actividades turísticas de la Provincia. En el Art. 2º establece: El objetivo del Programa es la optimización de la oferta turística provincial, a través del fomento a la construcción, ampliación, puesta en valor y modernización de establecimientos hoteleros y demás complejos turísticos, como así también la inversión en actividades relacionadas con el turismo.

Las Ordenanzas Municipales; HCD/01 N°780 sobre Normas Básicas para el desarrollo de las Políticas Turísticas de Villa de Merlo; HCD 1026 sobre Turismo Activo donde se incluye el Turismo Rural y la Ord. III-0502-HCD 2012 que crea el Ente Mixto de Promoción Turística de Villa de Merlo EMIPROTUR contempla el Plan de Promoción Turística, se constituyen en el marco legal del proyecto y dan respaldo al mismo.

La Ley N° VIII – 0844-2013 de Creación y Fomento de Cooperativas de Trabajo “Progreso y Sueño”, simplifica el trámite para formar asociaciones y ofrece ventajas impositivas a todos los trabajadores del Plan de Inclusión Social - Ley N° I-0001-2004(5411*R). Determina que toda la tramitación se hace en San Luis, cuando antes se hacía en el INAES – Instituto Nacional de Asociativismo y Economía Social.

EVALUACIÓN FINAL DEL PROYECTO

Atrás de las ideas que se formulan en un proyecto, hay personas con intereses, historias, estilos de vida, muy variadas intenciones que intentan poner en práctica esas ideas, que asumen riesgos, que sufren con los obstáculos y disfrutan de una idea creativa, rentable o novedosa. Es un proceso complejo que debe comenzar con el reconocimiento de distintos tipos de viabilidades que condicionan o potencian las ideas del proyecto.

VIABILIDAD DEL PROYECTO

Técnica: el proyecto contempla la disponibilidad de espacio físico, acceso a las viviendas, recursos materiales y recursos humanos capacitados para desempeñar las funciones propuestas, ya que son las que realizan habitualmente los pobladores nativos. Son sus "saberes y haceres"; estos son requeridos para poder ofrecer las experiencias buscadas por la demanda del proyecto, y con esto hacer factible el cumplimiento de sus objetivos.

El hecho de contar con la disponibilidad de la infraestructura física, recursos materiales y humanos determinan la viabilidad técnica del mismo.

Legal: El proyecto está considerando el desarrollo de actividades lícitas que no presentan inconvenientes ni imposibilidad para llevarse a cabo. Están encuadradas en el marco legal de la Ley N° VIII-0514-2006 que implementa en la jurisdicción provincial el Programa San Luis Turismo en cuyo marco se desarrollaran acciones de generación y fomento de las actividades turísticas de la Provincia. En el Art. 2º establece: El objetivo del Programa es la optimización de la oferta turística provincial, a través del fomento a la construcción, ampliación, puesta en valor y modernización de establecimientos hoteleros y demás complejos turísticos, como así también la inversión en actividades relacionadas con el turismo.

Las Ordenanzas Municipales; HCD/01 N°780 sobre Normas Básicas para el desarrollo de las Políticas Turísticas de Villa de Merlo; HCD 1026 sobre Turismo Activo donde se incluye el Turismo Rural y la Ord. III-0502-HCD 2012 que crea el Ente Mixto de Promoción Turística de Villa de Merlo EMIPROTUR

contempla el Plan de Promoción Turística, se constituyen en el marco legal del proyecto y dan respaldo al mismo.

La Ley N° VIII – 0844-2013 de Creación y Fomento de Cooperativas de Trabajo “Progreso y Sueño”, simplifica el trámite para formar asociaciones y ofrece ventajas impositivas a todos los trabajadores del Plan de Inclusión Social - Ley N° I-0001-2004(5411*R). Determina que toda la tramitación se hace en San Luis, cuando antes se hacía en el INAES – Instituto Nacional de Asociativismo y Economía Social.

Se enmarca en la figura de cooperativa cumpliendo con los requisitos, asumiendo las responsabilidades que conlleva la función de cada integrante.

Las familias que se pretende incluir en el proyecto, sujetos a mejorar su calidad de vida, disponen de las propiedades, esto facilita la puesta en marcha porque no hay impedimentos relacionados con derechos de propiedad ajena. En cualquier caso, es conveniente, por asesoramiento legal, que los integrantes del proyecto que actúen en propiedades que no estén registradas a su nombre cuenten con los contratos de Comodato para respaldar cualquier acción e inversión.

Las viviendas rurales cumplirán con la normativa para su habilitación y funcionamiento que establece el Reglamento Bromatológico de la Municipalidad de Villa de Merlo y con una correcta manipulación de alimentos generando conciencia de las buenas prácticas y usos adecuados de utensilios e insumos.

Estudiada y analizada la normativa legal existente, y no encontrándose impedimentos que interfieran en su localización, funcionamiento y comercialización, se determina su viabilidad legal.

Ambiental: La implantación de un proyecto turístico en espacios naturales y rurales es un reto difícil y complejo, que en ocasiones ha tenido, no sólo con la oposición de algunos sectores productivos que se ven sometidos a las nuevas directrices con carácter ambientalista, sino también con el rechazo de grupos ecologistas que ven el turismo como una amenaza para la naturaleza

El proyecto no generará impactos ambientales negativos; por el contrario, se espera colaborar en la preservación con acciones de concientizar al turista y los lugareños de los beneficios en el cuidado de los espacios. Se procura favorecer una gestión ambiental que respete el entorno natural y cultural y que valore y proteja la flora y la fauna autóctona, respetando el rol del habitante local como custodio

del patrimonio. Permite introducir instrumentos de regulación desde el inicio de su desarrollo capaces de sustituir acciones fundamentalmente correctoras por medidas preventivas que eviten los posibles impactos negativos derivados de la actividad. La puesta en marcha de este proyecto plantea como estrategia principal minimizar los impactos y maximizar los beneficios, ya que de otra manera no contribuirá a un desarrollo sostenible del lugar. Es objetivo de este proyecto mejorar la calidad y las condiciones habitacionales, higiene y no contaminar, cuidando el medio ambiente y demostrando que se puede desarrollar actividades económicas manteniendo armonía con el contexto natural donde se desarrollan.

Teniendo presente que el proyecto contempla la conservación de los recursos y la puesta en valor del patrimonio natural y cultural, se evalúa ambientalmente positivo.

Económico-financiera: En el espacio donde se pretende desarrollar el proyecto ya existen instalaciones. Es necesario y está contemplado en el plan de inversiones mejorar las instalaciones y acondicionar acorde a la actividad que desarrollará cada familia. El dinero para la puesta en marcha será obtenido desde el Gobierno de la Provincia de San Luis, Programa Pueblos Puntanos, mediante un aporte no reintegrable, con entregas parciales y monitoreo con rendición de cuentas.

Este proyecto si bien se desarrollaría con fondos públicos, se administraría a través de la figura legal de Cooperativa que incluya y vincule a las familias para llevar a cabo las actividades necesarias para alcanzar el objetivo planteado

Se considera el análisis de costos e inversión inicial y se prevé colaborar en el asesoramiento contable y financiero, de parte de la Municipalidad, para que las familias puedan generar recursos y crear nuevos espacios y ampliar con nuevas prestaciones de servicios en la medida que se mueva la economía regional y local. El municipio gestionará para eximir el pago de impuestos provinciales y municipales.

El proyecto es rentable ya que posibilita la mejora y generación de empleo, como también la generación de riqueza. Visto la existencia de un mercado en crecimiento, dada la tendencia mundial de un turismo que demanda el producto ofrecido, lo hace viable comercial, económica y financieramente.

Social: Se mejorará la calidad de vida y la integración a la vida comunitaria, abandonando el aislamiento y fortaleciendo las redes naturales de familiares, amigos, vecinos. El proyecto revaloriza

su modo de vida, tomando como unidad principal a la familia como un espacio estratégico con potencialidades y no fomentar la actitud de espera pasiva o dependencia. El impacto social del proyecto es muy positivo desde el análisis en general, ya que se contribuye a la mejora la vida de las personas. Mejora la estructura económica familiar. Actualmente, los ingresos familiares están basados en la explotación agrícola o cría de animales pero no permite un gran desarrollo económico. La implementación de este proyecto permitiría desarrollo económico sostenible en el tiempo. Culturalmente se traduce en una fuerte revalorización de los espacios existentes, siendo estos un patrimonio muy importante que necesita ser preservado y que forma parte de la identidad del lugar. Si bien se mencionó que el intercambio entre los pobladores y visitantes puede modificar la cultura y las costumbres de los lugareños, consideramos que si se trabaja como está previsto, se puede concientizar a las personas participantes que es muy importante y valioso mantener los valores y costumbres actuales para no perder la identidad que los caracteriza.

Dado que el proyecto tiene como objetivo paliar las diferencias económicas y sociales existentes entre los pobladores de la zona serrana y el área urbana para lograr su integración. Se considera viable socialmente.

Evaluación global

Los procesos de desarrollo local vinculan estrechamente los aspectos sociales, económicos, culturales, políticos, ambientales y administrativos con el objeto fundamental de elevar el nivel de vida de la población de una localidad.

En este marco conceptual, los beneficios resultados del trabajo asociativo, son aplicables a cualquier sector o actividad. La asociatividad en turismo además de resultar necesaria para competir en mercados ampliados, sirve para armonizar valores locales, impulsar y consolidar liderazgos, impulsar la dinámica del trabajo en equipo, desarrollar mecanismos de negociación, mejorar la comunicación intracomunitaria, estimular el empleo, utilizar los recursos propios y combatir las amenazas de sustitución e imitación de productos turísticos, impactando positivamente en la calidad de la experiencia que se ofrece a los turistas.

El proyecto posibilita un enfoque articulado de desarrollo de un producto turístico con un adecuado equilibrio entre crecimiento económico y desarrollo social; promoviendo la responsabilidad individual,

familiar y comunitaria. A nivel de la sociedad en su conjunto estimula que nuevos actores asuman responsabilidades y contribuyan a su superación, pudiendo convertirse en aliados estratégicos de las agencias de viaje (entre otras instituciones) para implementar conjuntamente programas de Responsabilidad Social Empresaria.

Tal lo manifestado, son diversos los actores que intervienen en el proyecto, la comunidad rural nativa, los gobiernos provincial y municipal, y las empresas; todos ellos juegan un papel de primer orden en su puesta en marcha. Y permiten un mantenimiento del entramado social en donde la experiencia y el saber organizado de la población serrana juegan un papel destacado.

El valor del proyecto Turismo Rural en la Sierra de Comechingones se basa en el papel que desempeña en la educación e interpretación ambiental como sistema tradicional de producción agraria, en el interés que representa de cara a la conservación y protección medioambiental y en el patrimonio cultural que alberga, de forma que estos singulares conjuntos que son la síntesis de la naturaleza y la evolución humana constituyen además de un importante patrimonio, la memoria histórica y las señas de identidad de este territorio.

Se considera llevar adelante el proyecto.

Bibliografía

Viñals Blasco, M. José "Turismo En Espacios Naturales y Rurales". Universidad Politécnica de Valencia.1999

IDEL (Instituto de Estudios del Desarrollo Local y Regional/ Universidad Católica del Uruguay) Plan de Desarrollo Local y Regional de Villa de Merlo. 2007

De Poi, Walter, "Módulo de Gestión de Empresas Turísticas" UFASTA. 2013.

De Poi, Walter, "Módulo formulación y Evaluación de Proyectos Turísticos".2013

Toniut, Hernán. "Módulo de Dirección Estratégica de Empresas Turísticas". 2013

Unió de Cooperatives d'Ensenyament Valencianes (UCEV)