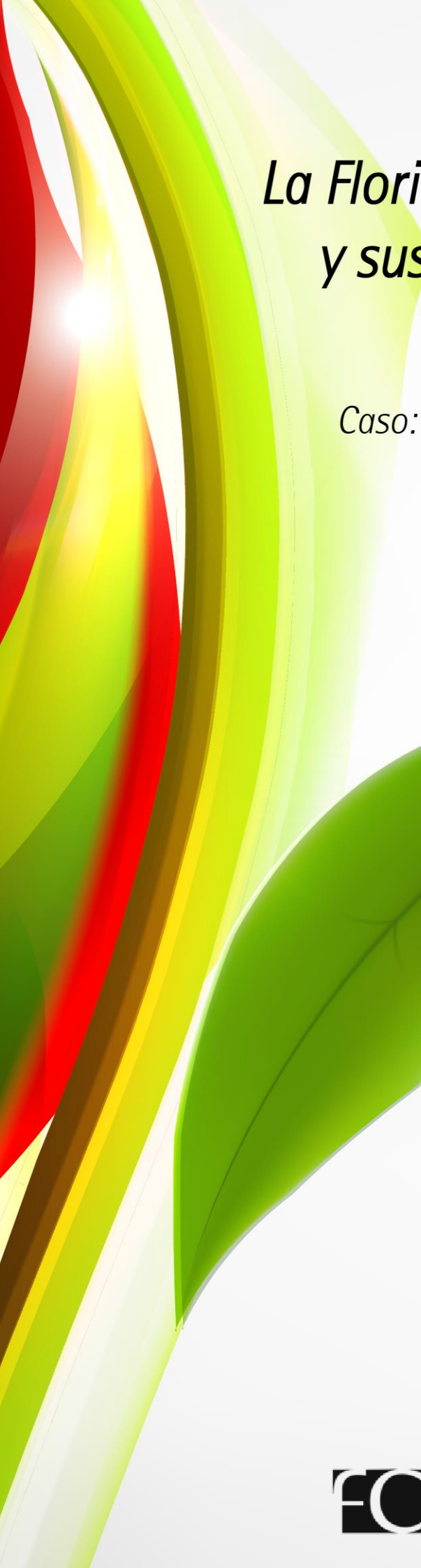




La Floricultura como Actividad Rural y sus Potencialidades Turísticas

*Caso: Colonia Justo José de Urquiza y Abasto
(Cordón Periurbano de La Plata)*



Facultad de
Ciencias Económicas
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA



La Floricultura como Actividad Rural y sus Potencialidades Turísticas

*Caso: Colonia Justo José de Urquiza y Abasto
(Cordón Periurbano de La Plata)*

*Alumna: da Silva Sequeira, Magalí Melina.
Legajo N° 74511/5*

Email: magali.sequeira@outlook.com

Director de tesis: Ferrari, Olegario Joaquín.

Fecha de entrega: 19 de mayo de 2014

Agradecimientos

A mi familia por sus consejos, apoyo incondicional, y gran contención.

A mis amigos, los de siempre y los hallados en este camino, por estar siempre en los buenos y malos momentos, y darme ánimo.

A la Universidad y profesores que estuvieron presentes en mi formación como profesional y como ser humano.

A Olegario Ferrari, mi director de tesis.



ÍNDICE

RESUMEN	5
INTRODUCCIÓN	6
Problemática	6
Objetivo general.....	6
Objetivos específicos.....	6
Alcance	7
Fundamentación	7
CAPÍTULO 1	9
La Plata: breve reseña histórica y características generales.....	9
Cordón Periurbano de La Plata	11
Ubicación Geográfica	12
Floricultura	13
CAPÍTULO 2	17
Antecedentes y Actualidad del Turismo Rural en Argentina	17
¿Qué es el Turismo Rural?.....	18
Beneficios del Turismo Rural.....	20
CAPÍTULO 3	21
Oferta y Producto Turístico.....	21
Demanda Turística	27
CAPÍTULO 4	29
Metodologías y Análisis de la Investigación.....	29
Encuestas.....	29
Entrevistas.....	34
Observación participante a través de Prueba Piloto.....	46
PROPUESTAS Y RECOMENDACIONES FUTURAS	48
Cluster Florícola y Cluster de Turismo.....	48
Creación de “Ruta de Las Flores”	48
Interacción con Campo de Arándanos en Colonia Urquiza.....	50
CONCLUSIONES.....	51
BIBLIOGRAFÍA	53
ANEXOS	58
ANEXO 1 ENTREVISTAS.....	58



ANEXO 2 GRÁFICOS ENCUESTAS	95
ANEXO 3 FOTOS PRUEBA PILOTO	97



RESUMEN

El presente trabajo de investigación aborda un estudio sobre la situación actual de la floricultura como actividad rural, en el Cordón Periurbano Platense, y su potencial para un desarrollo turístico, como el Turismo Rural.

La investigación se basa, por un lado, en encuestas a visitantes de la “Expo Flor” y *Bon Odori*, eventos celebrados en La Plata y, por el otro, en el análisis de entrevistas realizadas a referentes tanto de la actividad florícola como del turismo en el Partido de La Plata. A partir del análisis de la información obtenida, se realiza una prueba piloto en un cultivo de flores de la localidad de Abasto.

Además, la tesis intenta aportar información y conocimientos que pueden ser aplicados a establecimientos agropecuarios, propios o no del área de estudio, y servir como guía para una futura gestión turística, de acuerdo a las tendencias actuales de la hibridez.

Finalmente, se exponen propuestas y recomendaciones futuras, detectadas durante la elaboración de la respectiva tesis, que apuntan a aprovechar nuevas oportunidades de negocios en el agro, como lo es el turismo, diversificando la economía de las familias rurales.

INTRODUCCIÓN

Problemática

La crisis agropecuaria argentina originada a comienzos del año 2000, planteó la necesidad de encontrar alternativas viables para obtener rentabilidad y garantizar el crecimiento y continuidad de las actividades rurales. El turismo se presenta entonces, como una opción para atenuar la difícil situación por la que atravesaba el sector, y emerge como alternativa económica complementaria a la actividad principal del establecimiento agropecuario.

En el siguiente trabajo de investigación se pretende demostrar que el Cordón Periurbano de la Ciudad de La Plata, de acuerdo a las tendencias conceptuales de la hibridez en el turismo, se encuentra en condiciones de satisfacer cierta demanda y generar así un producto turístico integrado.

Objetivo general

- Demostrar que los recursos asociados al Cordón Periurbano de la Ciudad de La Plata, convertidos en atractivos turísticos (puestos en valor) y, a su vez interrelacionados, son capaces de generar una corriente motivacional, pudiéndose confeccionar un producto híbrido, de acuerdo a los gustos y preferencias actuales de la demanda.

Objetivos específicos

- Efectuar una revisión de los antecedentes del turismo rural y rutas turísticas, que hayan generado productos exitosos en Argentina, como así también indagar sobre cuestiones referidas al asociativismo y la actividad florícola.
- Hacer un relevamiento de los productores florícolas y de sus actividades económicas productivas.
- Enumerar recursos que pueden ser convertidos en potenciales atractivos turísticos.
- Entrevistar a los diferentes actores.



- Detectar y comprender las inquietudes, intereses y necesidades de los entrevistados, y determinar si estarían dispuestos a sumarse y apostar a la actividad turística en la zona.
- Realizar prueba piloto en cultivo florícola.
- Plantear posibles propuestas turísticas.

Alcance

Este trabajo se limita a la investigación y estudio de la floricultura como potencial atractivo turístico del Cordón Periurbano de La Plata, escogiendo como zona de análisis algunos de los cultivos florícolas de las localidades de Colonia Justo José de Urquiza y Abasto.

Fundamentación

La idea principal del trabajo de investigación, aborda los contenidos curriculares vistos sobre Turismo Rural, aplicándolos al caso práctico del Cordón Periurbano de La Plata, tomando específicamente como territorio de estudio las localidades de Colonia Justo José de Urquiza y Abasto, realizando un aporte empírico.

La tesis pretende demostrar que los recursos (naturales, culturales) puestos en valor, junto con la prestación de determinados servicios y equipamiento, pueden convertirse en atractivos turísticos, y ser capaces de conformar un producto y una oferta turística en la zona (Barrera; Muñoz, 2003).

Se analizan posibles actividades y propuestas futuras a desarrollar, como la visita a diferentes cultivos florícolas, donde los turistas o visitantes puedan aprender y participar del ciclo productivo de las flores, y, a su vez, complementar este tipo de programas con aquello que ofrece el Casco Urbano de la Ciudad, a partir de un desarrollo híbrido de la actividad turística.

Esta puesta en valor podría significarle a los productores de la zona (floricultores, agricultores, fruticultores, apicultores) encontrar en el turismo una actividad económica complementaria a su negocio principal, y generar mayores beneficios.¹ Como así también para las cooperativas afines, Cooperativa Argentina de Floricultores Limitada (CAF) y Cooperativa de Flores y Plantas Mercoflor (Mercoflor), quienes, entre otros eventos, cubren la “Expo Flor”, celebrada en víspera del aniversario de la ciudad de La Plata en la República de los Niños. Desde lo comunicacional, sería conveniente valerse de este tipo de eventos/fiestas/exposiciones que ofrece la ciudad (*Bon Odori*,

¹ Conclusiones del Foro Nacional de Turismo Rural “Mil por Mil” del año 2013, por la Cámara Argentina de Turismo Rural (CATUR).



Fiesta del Tomate Platense, Fiesta del Alcaucil, Expo Flor) para dar a conocer de alguna forma, las actividades productivas rurales y sus potencialidades turísticas, como el Turismo Rural.



CAPÍTULO 1

La Plata: breve reseña histórica y características generales.

La fundación de La Plata se inicia en el año 1880, mediante la sanción de la Ley que proclamaba a la Ciudad de Buenos Aires, hasta entonces capital de la provincia del mismo nombre, Capital Federal de la República Argentina.

La cesión de la Ciudad a la Nación, provocó el enfrentamiento entre autoridades nacionales y provinciales. Ante dicha situación, se hizo indispensable el traslado del Gobierno Provincial a otra ciudad, por lo cual se realizó un estudio y búsqueda de localidades bonaerenses potenciales, que reunieran las condiciones para ser la nueva Capital Provincial.

Dardo Rocha, el entonces Gobernador Provincial, se inclinó por el Municipio de Ensenada, debido a su ubicación lindante al Río de La Plata, y por su relativa proximidad y conexión, a través del ferrocarril, con Buenos Aires. Además de contar con un puerto, y buenas condiciones topográficas y climáticas.

En marzo de 1882, Dardo Rocha, anuncia al Partido de Ensenada como la nueva Capital. No obstante, el Gobierno y la administración, serían ubicados en una nueva ciudad a 10 kilómetros de la zona costera de Ensenada. Terrenos, por entonces, poblados de montes, lomas y bañados recorridos que continuaban su curso hacia el Río de La Plata, constituían parte de las propiedades de Martín Iraola.

El diseño de la misma estuvo a cargo del Departamento de Ingenieros, al frente del cual se hallaba el Ingeniero Pedro Benoit, quien trazó los planos de la futura Capital. Se hizo una convocatoria, a nivel internacional, para el proyecto de los edificios públicos más importantes como la Casa de Gobierno, Legislatura, Municipalidad y la Catedral. Participaron profesionales de distintos países. Llegado el momento de la votación, el Jurado premió dos de los proyectos seleccionados, el de la Legislatura y la Municipalidad.

El trazado urbano del “Eje Histórico” comprende un cuadrado perfecto, con diagonales que lo cruzan formando rombos en su contorno, y bosques y plazas ubicadas cada seis cuadras. En el Eje Cívico, a la vez eje de simetría, se establecieron los edificios públicos principales. Los extremos del eje comprenden, por un lado, la terminal



ferroviaria y, por el otro, el puerto. En dos ejes secundarios transversales al mismo, se encuentran los edificios ministeriales y demás edificios públicos. Además, cuenta con un gran pulmón verde formado por un bosque de eucaliptos, hoy “Paseo del Bosque”, que pertenecía a la estancia de Martín Iraola.

Luego, el senador José Hernández, propuso el nombre ‘La Plata’ para la nueva Capital, en consideración al histórico Virreinato del Río de La Plata y Provincias Unidas del Río de La Plata.

Finalmente, el 19 de noviembre de 1882, en representación del entonces Presidente Julio Argentino Roca, el Gobernador Dardo Rocha y el Ministro Victorino de la Plaza presencian la colocación de la Piedra Fundacional, en el centro geográfico de la ciudad, actual Plaza Moreno. Anheló de su fundador de que ello fuera símbolo de unidad nacional.

Desde fines de 1882, los primeros habitantes, albañiles de origen italiano, comenzaron a ocuparse de las obras fundacionales. En 1884, se llevó a cabo el primer censo de la ciudad, determinó que la gran mayoría de quienes la habitaban eran extranjeros provenientes principalmente de Italia, España, Francia, Portugal, Austria e Inglaterra.

La ciudad fundada por Dardo Rocha, fue desde un comienzo polo educativo de excelencia, y es el principal centro político, fiscal y administrativo de la Provincia de Buenos Aires.

La ciudad cuenta con atractivos como la Catedral de estilo neogótico, frente a Plaza Moreno, hace unos años se habilitó un ascensor de estilo moderno en una de las torres de la Catedral, desde el cual puede apreciarse una vista panorámica de la Ciudad. El Museo de Ciencias Naturales, considerado de gran importancia a nivel mundial. La República de los Niños, fundada con el propósito de ser un espacio recreativo en un mundo de fantasía y cuentos ligados a la infancia, y el de aprender a ejercer los derechos y obligaciones propias de un país democrático. Emprendimiento que más tarde inspiró a Walt Disney en la construcción de *Disneylandia*, en Estados Unidos. En la actualidad, la República es sede de diferentes eventos anuales tales como la “Expo Flor”, que celebró su sexta edición el año 2013, con la presencia de más de 100.000 visitantes.²

² Datos corroborados por Yuka Yamahuaki, Gerente General de Mercoflor. Para más información ver entrevista en Anexo 1.

Además, La Plata cuenta con otros espacios de recreación y ocio como el Parque Pereyra Iraola, Parque Ecológico y el Paseo del Bosque, donde se encuentra el observatorio astronómico, y el Jardín Zoológico y Botánico. A metros del Bosque se halla la “Casa Curutchet”, única construcción edificada en América por el notable arquitecto Le Corbusier. Durante el año 2014, fue propuesta para integrar la lista de patrimonio mundial de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO).

La Plata presenta también una gran oferta gastronómica y de espectáculos, como el nuevo Teatro Argentino, Teatro Coliseo Podestá, Centro Cultural Pasaje Dardo Rocha, Centro Cultural Islas Malvinas, entre otros.

En el año 2003, se inauguró el Estadio Ciudad de La Plata, uno de los más modernos de Latinoamérica, y sede principal de la Copa América de Fútbol 2011.

Cordón Periurbano de La Plata

El Cordón Periurbano de La Plata, se encuentra aproximadamente a 20 kilómetros del Casco Urbano. Esta zona forma parte del “Cinturón Verde”, denominado así por su intensa actividad fruti-flori-hortícola. Las localidades más representativas, a nivel productivo, son Colonia Justo José de Urquiza, Abasto, Melchor Romero, Lisandro Olmos, Arturo Seguí, Los Porteños, City Bell y Villa Elisa.

El partido de La Plata, como integrante del Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA)³, es el principal productor de flores de corte bajo cubierta⁴; en él se encuentran las localidades de Colonia Justo José de Urquiza, conocida comúnmente como Colonia Urquiza, y Abasto, territorio en el cual se desarrolla intensamente la floricultura.

³ Designación geográfica del AMBA según el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación, junto al Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA).

⁴ Flores de corte: Plantas seleccionadas y mejoradas por acción del hombre, siendo el objeto del mismo y de su cultivo, el valor ornamental de sus tallos florales, que se comercializan una vez separados de la planta que los originó.

Sistema bajo cubierta: invernaderos o invernáculos, son ambientes artificiales donde se desarrollan los cultivos.

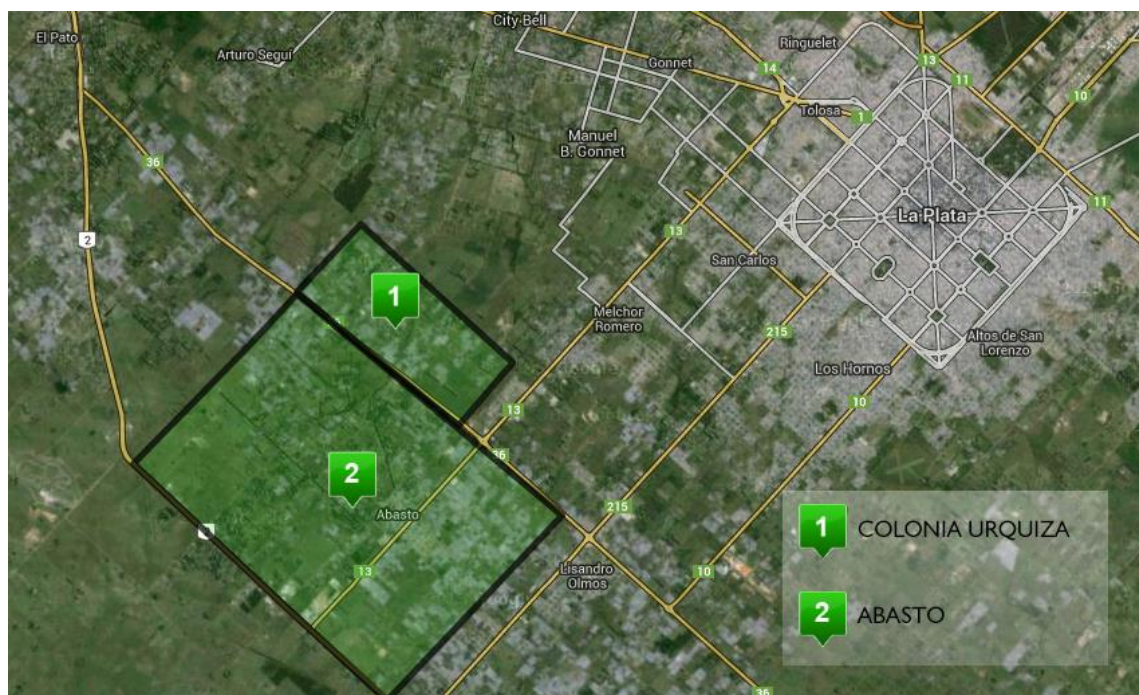


La fundación del pueblo Abasto data del año 1887, pueblo que se desarrolló debido al paso del ferrocarril con la inauguración del ramal La Plata-Brandsen, y la instalación de un matadero que abastecía a gran parte de la ciudad. Actualmente, sigue siendo además, gran centro de producción tanto hortícola como florícola.

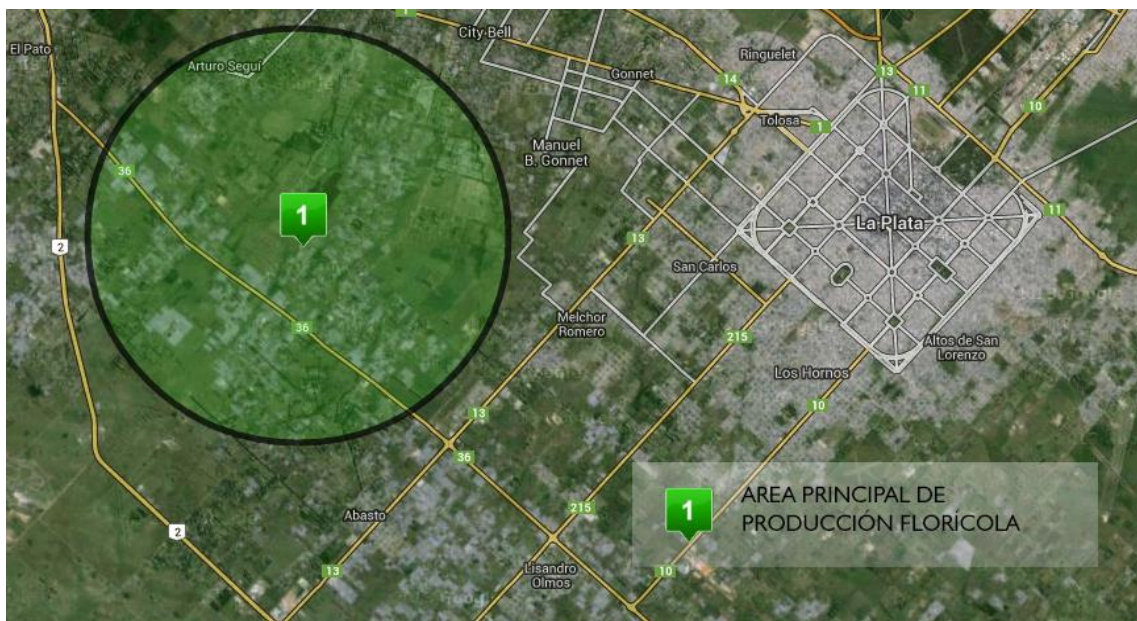
La Ley de Nacionalización de Grandes Latifundios (expropiación de territorios en 1948) durante el gobierno de Juan Domingo Perón, provocó que varios terratenientes vendieran sus tierras o parte de ellas a sus puesteros o inquilinos. Las tierras que no llegaron a venderse fueron entregadas al gobierno, y administradas a través de Asuntos Agrarios de la Nación. Surge entonces un proyecto de colonización en pro de la horticultura y comienzan a construirse las primeras casas para futuros inmigrantes. Las primeras familias en llegar, en la década de 1950-1960, fueron italianas. Luego, llegaron los japoneses y portugueses, y en menor medida españoles.

Más tarde, los productores se asociaron formando cooperativas. Con el tiempo, la floricultura resultó ser la actividad más rentable, razón por la cual los cultivos agrícolas fueron quedando rezagados. Así es como se funda la Colonia Justo José de Urquiza (Cafiero, 2013).

Ubicación Geográfica



Fuente: Elaboración Propia en base a Google Maps.



Fuente: Elaboración propia en base a Google Maps.

Floricultura

El Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA) define la floricultura como *“aquella actividad orientada al cultivo de flores de corte para uso decorativo, desarrollada por un productor en una explotación florícola, cuyo destino final es la comercialización a través de los distintos canales, ya sea mercados internos o para exportación”* (INTA, 2007).

El Periurbano Platense concentra, aproximadamente, 290 productores dedicados a la producción de flores de corte, ya sea de manera exclusiva o compartida también con otra actividad económica. Esta región se especializa en flores para corte, principalmente en variedades como el Clavel, Crisantemo, Gerbera, Liliun, Rosa, Lisianthus, y en menor volumen, Gypsophila, Fresa y Alstroemeria.⁵

Según explica Daniela Nieto (2007), los productores y trabajadores rurales, quienes han expandido las actividades económicas productivas en la zona, en su gran mayoría, son inmigrantes que llegaron a nuestro país a través de las corrientes migratorias de principios del siglo XX, provenientes de Europa y otros continentes,

⁵ Estimaciones de datos recopilados por la Encuesta Florícola del Partido de La Plata 2012, por el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA).

principalmente de Japón y Portugal. En las últimas décadas, inmigrantes procedentes de países limítrofes como Bolivia, han comenzado a trabajar en estas actividades, empleando técnicas desarrolladas por quienes se asentaron en la región previamente.

Las relaciones constituidas entre las comunidades portuguesa, japonesa, y en menor medida italiana, han sido fundamentales para la reproducción de la actividad florícola en la zona de estudio. El oficio adquirido, generalmente por tradición familiar, y gracias a las instituciones de apoyo, han sido un condicionante para continuar con dicha actividad.

El rol que cumplen las cooperativas, Cooperativa Argentina de Floricultores Ltda. (CAF) y Cooperativa de Flores y Plantas Mercoflor (Mercoflor), en cuanto a comercialización, asesoramiento, capacitación, información, ha sido de suma importancia para el desarrollo de la floricultura. Ambas son centros de comercialización ubicados en la zona de cultivos.

La CAF se fundó en el año 1940, por un grupo de treinta y dos cultivadores de origen japonés. El Mercado Central de Flores y Plantas se encuentra en Barracas, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, y su respectiva sucursal en La Plata (ubicada en ruta 36 y calle 425). Actualmente, reúne 405 socios activos, de los cuales 98 son productores de la Región Periurbana de La Plata.⁶

El Mercoflor,⁷ segunda cooperativa de floricultores presente en el área de estudio, se creó en 1998, mayoritariamente por japoneses o descendientes de los mismos. Concentra 135 socios productores, 100 de flores de corte y 35 de plantas y plantines, de los cuales 85 tienen producción en el Partido de La Plata.⁸

Los cultivos y plantaciones (florícolas, hortícolas, apícolas) hacen del lugar un destino atractivo y vistoso, ideal para el esparcimiento, práctica de deportes, como el ciclismo, y evadir el estrés generado por la rutina. Colonia Urquiza y Abasto cuentan con diferentes atractivos, entre los que se destacan:

⁶ Información brindada por el Área de Sistemas de la CAF, el día 10/03/2014.

⁷ Ubicado en ruta 36 e/ calle 420 y 425, predio aledaño con la sucursal de la CAF en La Plata.

⁸ Datos obtenidos mediante entrevista con Yuka Yamahuaki, Gerente General del Mercoflor.

- “Campo Libre *Mizujo*”, granja criolla con espíritu japonés, más allá de la granja interactiva cuenta con un jardín japonés, viveros, parque recreativo con quinchos y juegos para niños, verdulería y frutería, y un restaurante-comedor de estilo campestre, donde se ofrecen comidas típicas japonesas.
- Diversos viveros como el *Vivero Di Carlo*, que incluye un parque con laguna y cascada, además de diferentes ejemplares de plantas y árboles.
- Supermercados *Asahi* y *Hatanaka*, venden productos tanto nacionales como de origen japonés, sus dueños son japoneses.
- Mercados como la CAF y el Mercoflor, donde se comercializan las flores y plantas de la zona, se encuentran abiertos al público en general, operan en días y horarios determinados.
- En Colonia Urquiza también se encuentra la Asociación Japonesa de La Plata (AJLP), donde se celebra anualmente en el mes de enero, el Festival de Baile Japonés *Bon Odori*, declarado desde 2008 de interés municipal y provincial, por el Instituto Cultural de la Provincia de Buenos Aires.
- Campo de producción de arándanos, futuro Eco Centro Turístico “*Los Arándanos*”. En una parte del campo cosechado con arándanos, se instalarán pequeñas cabañas para alojamiento, un spa, una huerta orgánica y una casa de té, priorizando el uso de energías alternativas.⁹

Actualmente, los motivos principales de viaje a La Plata, incluyen a los turistas o visitantes que viajan por negocio, eventos, trámites, visita a amigos y parientes (VAP), salud, turismo/ocio, educación y otros (Molinari, 2010).

Es curioso que, siendo el Partido de La Plata el principal productor de flores de corte a nivel provincial,¹⁰ no exista una oferta turística híbrida que combine lo cultural, propio del Casco Urbano, con la naturaleza y actividades agro-productivas del Periurbano, contexto en el que prevalece una falta de asociación entre los distintos atractivos y actores.

⁹ Entrevista personal con Fernando Kovalivker, una de las personas a cargo de este futuro emprendimiento. Ver en Anexo 1.

¹⁰ Resultados obtenidos de la Encuesta Florícola del Partido de La Plata año 2012, por el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA).

En el siguiente trabajo se propone realizar una investigación, la cual busque demostrar que el Cordón Periurbano de la Ciudad de La Plata, de acuerdo a las tendencias conceptuales de la hibridez en el turismo, estaría en condiciones de poder satisfacer cierta demanda y generar así un producto turístico integrado.

En este primer capítulo, se efectuó una breve reseña histórica y características generales de la Ciudad de La Plata y su Cordón Periurbano; particularidades de la floricultura en la región, y ubicación geográfica en el mapa.

CAPÍTULO 2

Antecedentes y Actualidad del Turismo Rural en Argentina

El Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA) comenzó el apoyo al Turismo Rural, a mediados de la década de 1990, ante la suma de problemas que habían afectado a los chacareros patagónicos, quienes buscaban propuestas económicas que les permitieran hacer frente a la compleja situación que enfrentaban, evitando tener que abandonar los campos o migrar de sus localidades. Desde el INTA, se les propuso a los afectados abrir sus tranqueras a la visita de turistas y asumir esta actividad como un emprendimiento económico más, para hacer frente a la difícil situación por la que atravesaban.

En 1996, a través de un proyecto elaborado por el INTA, se crea la Red Argentina de Turismo Rural (RATUR), organización que hoy en día continúa en funcionamiento. Después de este inicio, el Programa Cambio Rural (de la ex Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos) lanzado a comienzos de la década de 1990, se convirtió en el instrumento para contener al primer grupo de productores agropecuarios que formalmente se organizó para prestar servicios de Turismo Rural en la Patagonia.

En el año 2004, a partir de la implementación del Programa Federal de Apoyo al Desarrollo Rural Sustentable (ProFeder), comienza a registrarse un crecimiento exponencial de este tipo de experiencias.

Cabe señalar que debido a la importancia y peso alcanzado por la actividad turística en los últimos años, resulta necesario continuar y actualizar el desarrollo del Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2020 (PFETS), promovido por el Ministerio de Turismo de la Nación. Junto al Instituto Nacional de Promoción Turística (INPROTUR), mencionan la tipología de Turismo Rural, en el PFETS, dentro del emblema “*Argentina Auténtica*”, que engloba lo referido a chacras, casas de campo, estancias, Turismo Rural Comunitario y actividades deportivas como el polo y golf.

A partir del desarrollo del Turismo Rural, surgen productos turísticos utilizando diferentes rutas con determinados atractivos. La Secretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires, en el marco del Plan Anfitrión 2021, se encuentra trabajando en la

Provincia con grandes corredores turísticos como la Ruta del Vino, la Ruta del Olivo y la Ruta del Arándano, que hilvanan a diferentes productores y actores sociales a través del asociativismo.

Asimismo, la Secretaría de Turismo a través de la Dirección Provincial de Turismo Social y Comunitario, promueve el Programa “Pueblos Turísticos”, una apuesta al desarrollo turístico de pequeñas localidades de la Provincia de Buenos Aires. Actualmente, se han sumado dieciséis localidades,¹¹ en búsqueda del desarrollo de actividades y emprendimientos turísticos sostenibles (en el tiempo), para generar fuentes de empleo y favorecer el arraigo rural.

¿Qué es el Turismo Rural?

En el sector agropecuario coexisten diferentes actores sociales, que le imprimen una conectividad al lugar. Entre ellos, el agricultor, al que hace referencia Câmara Gomes Sales (2009) como el “*Novo rural*”, quien asume un rol que lo lleva a combinar actividades agropecuarias con otras que no lo son, pertenecientes tanto a los ramos tradicionales como a las nuevas actividades que han comenzado a desarrollarse en el medio rural, relacionadas con el ocio, turismo, conservación de la naturaleza, alojamiento y prestación de servicios varios. De ello se desprende el concepto de *pluriactividad*.

La *pluriactividad*, según el autor precedente, es un fenómeno a través del cual las familias que viven en el medio rural, y se encuentran ligadas a la producción y vida en el campo, optan por el ejercicio de actividades no meramente agrarias. Entre éstas se destaca el turismo, suele utilizarse como complemento para la obtención de ingresos, produciendo un proceso de ampliación y diversificación del mercado de trabajo en el agro.

El Turismo Rural se presenta entonces como una alternativa económica a la actividad principal del establecimiento agropecuario. El Ingeniero Agrónomo Ernesto Barrera

¹¹ Las localidades que se encuentran dentro del Programa Pueblos Turísticos son Azcuénaga, Carlos Keen, Escalada, Gouin, Isla Santiago, Mechongue, Pipinas, Saldungaray, San Agustín, Santa Coloma, Santa María, Uribelarrea, Villa Lia, Villa Loguercio, Villa Ruiz y Vuelta de Obligado.

(2006) define al turismo rural como *“aquella actividad turística realizada en el espacio rural, compuesto por una oferta integrada de ocio dirigida a una demanda cuya motivación incluye el contacto respetuoso con el entorno natural y una interrelación con la población local”*.

Regina Schlüter (2001) indica que, básicamente, se ofrecen dos formas de disfrutar este tipo de turismo, una de las opciones consiste en *“pasar un día de campo”*, llevando a cabo diferentes actividades recreativas, contando con la posibilidad de observar el desarrollo de tareas típicas del establecimiento rural, y degustando, a su vez, platos típicos criollos. La segunda alternativa radica en hospedarse varios días en el establecimiento y adentrarse, aún más, en lo que implica la vida en el campo argentino.

La tendencia actual refleja la participación activa de los turistas en las actividades productivas (laboreo del suelo, riego, recolección, entre otros), permitiéndoles la posibilidad de ser actores y no meramente espectadores del encuentro. De todas formas, hay un segmento que prefiere participar de manera pasiva (Barrera; Muñoz, 2003).

Un programa de Turismo Rural, según sostiene Barrera (2006), habría de comprender cierta estructura asociativa, que implique determinados grupos u organizaciones de productores, y actores interesados, indicando los pertinentes responsables para representar al grupo. Asimismo, sugiere la creación de *“centrales de reserva”* para que las asociaciones operen comercialmente y trabajen con estándares de calidad, diferenciando el servicio turístico.

Por su parte, la Organización Mundial del Turismo (2006), alega que mediante el asociativismo, los socios implicados se benefician de la armonización de recursos y objetivos, comparten tanto riesgos como beneficios, y la responsabilidad del éxito o fracaso de la iniciativa. También destaca las numerosas oportunidades de asociación que presenta la actividad turística, caracterizada por gestionar un conjunto de pequeñas y medianas empresas florecientes, las cuales poseen iniciativa y flexibilidad estructural, necesarias para valerse de nuevas oportunidades.

Con el objetivo de continuar una línea conceptual, se ha decidido elaborar una definición propia de Turismo Rural:

El **Turismo Rural** se define como un conjunto de actividades turísticas practicadas en el medio rural, donde los turistas pueden participar de forma activa o pasiva en los trabajos agrarios, y su finalidad principal es la diversificación de la economía de las familias rurales.

Beneficios del Turismo Rural

En resumen, el Turismo Rural constituye una estrategia de desarrollo territorial, según explica Barrera (2006) y el INTA (2011)¹² dado que:

- Genera nuevas oportunidades de empleo, incorporando tanto mano de obra directa como indirecta.
- Permite la diversificación de la economía de las familias rurales.
- Mejora la distribución de los ingresos locales.
- Fomenta el arraigo rural, disminuyendo el éxodo rural hacia las ciudades, provocado por el desalojo de mano de obra a causa de la incorporación tecnológica en el agro. Cuestión de preocupación para muchas familias radicadas en el Cordón Periurbano Platense.
- Destaca el protagonismo de la mujer y los jóvenes, quienes se suman al proceso económico de la empresa, generalmente la mujer es la principal responsable del negocio turístico agropecuario;
- Revaloriza el patrimonio cultural, arquitectónico, antropológico y ambiental.
- Promueve el asociativismo. La necesidad de lograr escala suficiente para la promoción, comercialización, capacitación, compra de insumos, y las dificultades para acceder a fuentes de financiamiento y asesoramiento, estimula a los productores a reunirse para alcanzar estos objetivos.

En el segundo capítulo se expusieron contenidos sobre el marco teórico del Turismo Rural, sus antecedentes y actualidad en Argentina; beneficios y conceptos de la tipología según diferentes autores.

¹² Ver “El Turismo Rural en el INTA”. Obtenido el 15 de abril de 2013 desde <http://inta.gob.ar/documentos/el-turismo-rural-en-el-inta>

CAPÍTULO 3

Oferta y Producto Turístico

La oferta turística se compone de los siguientes elementos, según Altés Machin, Carmen (1993) en García, Alejandro (2011):



Fuente: Elaboración propia en base a Altés Machín, Carmen (1993).

Recurso

Es la materia prima del producto turístico, como la naturaleza, cultura, historia y otros creados por obra del hombre como las ferias, exposiciones, congresos, entre otros.

Servicios y Equipamientos

Permiten el aprovechamiento del recurso, indispensables para disfrutar del atractivo y cubrir con las necesidades básicas del visitante o turista, como el servicio de alojamiento, gastronómico, de transporte, entretenimientos, y equipamiento como los accesos, señalización y puestos de información.

Producto turístico

Es la sumatoria de los recursos, servicios y equipamientos, que satisfacen las motivaciones y expectativas de nichos de mercado específicos.

Según la autora precedente, Altés Machin, se pueden distinguir dos niveles de productos turísticos, uno a nivel “*global integrado*”, concierne al producto desde el punto de vista de los destinos turísticos; y otro a nivel “*específico individual*”, el producto desde un punto de vista empresarial.

- a) El **producto turístico *global e integrado***, incluye el desplazamiento a través de los diferentes medios de transporte, y los atractivos (servicios y equipamientos). Se encuentran implicados tanto el sector público como el privado, de allí la complejidad del concepto, ya que la falta de coordinación entre ambos sectores podría distorsionar la definición del producto.
- b) El **producto turístico a nivel *empresarial***, se restringe al conjunto de componentes de la oferta de una empresa determinada.

El trabajo de investigación, pretende abordar la posibilidad futura de confeccionar un **producto turístico *integrado e híbrido***. Híbrido, en el sentido de desarrollar un producto basado en la innovación e intersección de los diferentes sectores, mercados y áreas del conocimiento implicados en turismo, generando nuevas alternativas para la actividad turística (Hibridatur, 2011).

La hibridez en el turismo radica en encontrar productos intermedios, aprovechando lo mejor de cada segmento. Por ejemplo, el turista enológico no quiere recorrer todo el tiempo bodegas, sino que también desea vivir otras experiencias, tal vez dedicar tiempo a recorrer los mejores museos de la ciudad o sus edificios históricos.

La idea consiste en ofrecer una combinación mixta del servicio, por ejemplo en el caso abordado, pasar unos días en el campo en una estancia, casa de campo o disfrutando de transitar caminos agro-turísticos por zonas de producción, y luego disfrutar unos días de la oferta cultural propia de la ciudad. Es una alternativa interesante ya que el Partido de La Plata cuenta con ambos atractivos.

El turista no tiene intereses tan lineales, no es tan monotemático como antes, si no que busca experiencias variadas e incluso contrapuestas, y crea un viaje óptimo a su medida. La tendencia rige en convertir los productos turísticos en algo diferente, atendiendo a una oferta más personalizada y diversa.

Comercialización

La actividad turística pertenece al sector terciario de la economía, el cual engloba los servicios. En general, la venta de servicios precisa de una buena comunicación y correspondiente distribución.

Particularidades de los servicios turísticos, según Kotler (2004):

- **Intangibilidad:** los servicios no pueden ser experimentados por los sentidos antes de su compra.
- **Inseparabilidad:** dado que la producción y consumo ocurren simultáneamente, los servicios no pueden separarse de sus proveedores; para su prestación deben estar presentes tanto el suministrador del servicio como el cliente.
- **Heterogeneidad:** los servicios son muy variables, su calidad depende de quién, cuándo y dónde se los provea, por lo tanto no siempre será reproducido de manera exacta. Se produce debido a que el servicio es producido y consumido al mismo tiempo, a la fluctuación de la demanda, a las habilidades del suministrador, y la falta de comunicación y expectativas según el tipo de cliente.
- **Carácter perecedero:** dado que los servicios no pueden almacenarse, si no que son consumidos en un determinado tiempo y lugar. Por ejemplo, esto impide que se produzca mayor cantidad en épocas que hay menor demanda, para utilizarlos luego en momentos que la misma crece abruptamente.

Asimismo, las empresas turísticas presentan otras particularidades, como los comportamientos estacionales de la demanda; la elevada inversión requerida e inflexibilidad; deben localizarse próximas a los recursos turísticos; importancia al grado de profesionalidad y atención de los recursos humanos con el cliente; cambios en los gustos y preferencias de los clientes, que marcan las pautas de los servicios a prestar, y existen diversos factores que afectan estos cambios, como los destinos que se ponen de moda, problemas de inseguridad, aparición de nuevas tipologías de turismo, entre otras (Casanova, 2000).

El consumo del producto turístico es la suma de muchos consumos sucesivos, y esos consumos recién se vuelven “tangibles” en el lugar de destino. Por este motivo, es de suma importancia la comercialización turística, que abarca tanto la comunicación como la distribución.

Distribución

Comprende la acción de poner el producto turístico en el mercado para acercarlo al consumidor. Se puede dar a través de dos canales, el directo y el indirecto.

- ≈ **Canal directo:** es la forma más sencilla que tiene el demandante de acceder al producto turístico, y consiste en la no intervención de intermediarios. Se refiere a la reserva o compra directa por parte de un cliente poniéndose en contacto, por sí sólo, con el prestador del servicio.
- ≈ **Canal indirecto:** supone la intervención de intermediarios, como las agencias de viajes minoristas o mayoristas (éstas ofrecen servicios bajo un precio global). *Brokers* o *wholesalers*, son mayoristas que surgen ante eventos de gran escala, adquieren grandes volúmenes de plazas hoteleras y boletos aéreos con anticipación para luego comercializarlos entre los diversos intermediarios turísticos. Sistemas Globales de Distribución, es una herramienta tecnológica de búsqueda *on line*, propia de las agencias de viajes, como *Amadeus* y *Sabre*. Centrales de Reserva, herramienta de acceso *on line* para reserva de habitaciones en hoteles, utilizada tanto por agencias como por el consumidor final.

Comunicación

La comercialización tiene como objetivo crear conocimiento de la oferta en el mercado e influir en el comportamiento de compra. Se divide en dos categorías:

- **Comunicación de identidad,** es una estrategia integral para la promoción exterior del comercio, el turismo y las inversiones. Como la “Estrategia Marca País” de Argentina.
- **Comunicación al mercado,** los canales tradicionales comprenden las ferias turísticas; encuentros de comercialización; viajes de familiarización (*fam trips*) de prensa y operadores; publicidad y relaciones públicas (*publicity*: publicidad no paga), *workshops* (encuentros profesionales) y sitios Webs.

Volviendo a nuestro caso de estudio, el Cordón Periurbano de La Plata, y a través de las localidades interesadas, sería de suma importancia trabajar sobre diferentes propuestas comunicacionales, orientadas a fomentar el turismo en el lugar. Promocionando sus productos, y diagramando, por ejemplo, una posible ruta turística denominada “Ruta de Las Flores”. Trabajando conjuntamente con las acciones comunicacionales de la Ciudad, ya sea a partir del EMATUR, La Cámara Regional de Turismo La Plata, La Municipalidad de La Plata y el sector privado (agencias de viajes, hoteles, restaurantes).

Algunas de las acciones comunicaciones, considerando los cambios tecnológicos y la importancia de la utilización de la Web durante el Ciclo de Viajes¹³, podrían ser:

- Creación de una página Web, con información pertinente de las actividades turísticas que se puedan realizar, características generales del lugar, breve reseña histórica, actores y participantes implicados. Y creación de un *Blog* que, a diferencia de la página Web, contiene información más actualizada y es un sitio Web más dinámico. Se pueden publicar, por ejemplo, promociones de los servicios ofrecidos.
- Manejo de redes sociales como *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *YouTube*, por su innegable utilización e importancia actual otorgada por los usuarios. Los turistas, antes de decidir dónde y cómo viajar leen *blogs*, críticas en las redes sociales y ven videos de los destinos. Las redes sociales se complementan con medios de comunicación que poseen contenido generado por el propio usuario, como *TripAdvisor*.
- Creación de aplicaciones para dispositivos móviles (teléfonos inteligentes, ordenadores portátiles o tabletas), que brinden información del servicio y la posibilidad de reservar dicho servicio por el turista o visitante.
- Participación en *workshops* y *fam trips* (viajes de familiarización), con el fin de generar relación con quienes comercializan los productos turísticos en el destino. Incorporación de la reciente modalidad *blog trip*,¹⁴ se invita a *bloggers*

¹³ Ciclo de viajes: consta de cinco etapas por las cuales transita un viajero. La primer etapa es la del sueño, le sigue la etapa de investigación, reserva, experimentación e intercambio de información. Para más información ver Organización Mundial del Turismo (2011). *Tecnología y Turismo*. Madrid, España. <http://www2.unwto.org/es/publication/am-reports-vol-1-turismo-y-tecnologia>

¹⁴ El *blogtrip* es una evolución del *fam trip*, son viajes de familiarización que organizan los destinos para dar a conocer los recursos turísticos, empresas del sector, entre otros, invitando

influyentes de los medios sociales, para que luego publiquen y difundan, en tiempo real, sobre la experiencia y el destino en sus *blogs*.

- Generación y obtención de un Código QR.¹⁵ La posibilidad de leer códigos QR desde teléfonos y dispositivos móviles permite un sinnúmero de aplicaciones, sirve para hacer campañas de marketing, publicidad, *merchandising*, diseño gráfico, y redirigirte a páginas Webs, blogs, entre otras.

Además de formas tradicionales como,

- Participación del destino en ferias y eventos locales, regionales y provinciales, de forma conjunta sector público y privado.
- Impresión y distribución de folletería en puntos estratégicos (agencias de viajes, hoteles, oficinas de turismo) sobre las localidades y emprendimientos de Turismo Rural.

La idea rige en ofrecer un **producto híbrido del turismo**, que combine lo cultural, propio de la ciudad como el patrimonio histórico y arquitectónico (edificios históricos, plazas, teatros, museos), con las actividades productivas rurales (floricultura, horticultura, apicultura, fruticultura) correspondientes al Cordón Periurbano Platense. Aprovechando el uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TICs) para fomentar el turismo en la región.

a *bloggers* influyentes para que transmitan, a través de sus canales sociales, sobre las características y atractivos del destino.

¹⁵ Códigos QR (en inglés *QR Code*): son un tipo de códigos de barra bidimensionales. A diferencia de un código de barras convencional, la información está dentro de un cuadrado, permitiendo almacenar gran cantidad de información alfanumérica.

Demanda Turística

Se denomina demanda turística al *“conjunto de servicios solicitado efectivamente por el consumidor. Está constituida por el conjunto de consumidores- o posibles consumidores- de bienes y servicios turísticos”* (Torrejón, 2007).

Los turistas, tanto nacionales como internacionales, han comenzado a demandar alternativas al Turismo Convencional (turismo de masas, como el de sol y playa), que sumado a la necesidad de diversificar ingresos por parte de los habitantes del ámbito rural, propician la consolidación del Turismo Rural como producto genuino, de respeto por el medio ambiente y la diversidad cultural (INTA, 2011).

Algunas de las tendencias abordadas por la Organización Mundial del Turismo (2006), que perduran actualmente y favorecen el turismo rural incluyen:

- Los turistas están más informados, producto de la utilización de las nuevas tecnologías de la información y comunicación, principalmente por el uso de la Web (Internet). Esto permite conocer diversas opciones durante el Ciclo de Viaje, y el usuario tiene fácil acceso a toda la oferta turística que se ofrece en la Web, entre las que se halla el segmento de Turismo Rural.
- Saturación de los destinos visitados por Turismo Masivo. Los nuevos consumidores intentan evadir este tipo de lugares, y buscan destinos que ofrezcan tipologías de Turismo Alternativo como el Turismo Rural, Ecoturismo, Turismo Comunitario, Turismo Aventura, inclinándose por la elección de zonas de menor concurrencia, o bien áreas naturales.
- Los consumidores tienen nuevas prioridades e inquietudes, son más concientes del entorno que los rodea y de los problemas ambientales, buscan nuevas experiencias y actividades en sus viajes, exigen atención personalizada y mejor calidad en los servicios.
- Interés de los individuos por cuestiones tales como la salud y el bienestar personal, aspectos que suelen dejarse a un lado durante el período laboral para cumplir con otras obligaciones, adquiriendo un papel fundamental durante las vacaciones.

- La urbanización influye en la elección de los turistas por destinos y lugares de relajación lejos del trabajo y el hogar. El espacio rural brinda la posibilidad de olvidar el estrés y tensiones generadas por la rutina en las grandes ciudades. Hospedarse en una estancia o casa de campo, durante períodos breves como fines de semana largos, disfrutando de las actividades campestres, puede ser una buena opción.

En el desarrollo del tercer capítulo se abordaron conceptos teóricos generales sobre la oferta y demanda turística. En el siguiente capítulo se aplican estos conceptos a las localidades seleccionadas como caso de estudio: Colonia Urquiza y Abasto.

CAPÍTULO 4

Metodologías y Análisis de la Investigación

El desarrollo de la presente tesis se basa en una investigación de enfoque mixto. Según el investigador Sampieri (2006), en el enfoque mixto se recolecta, analiza y vinculan tanto datos cualitativos como cuantitativos, en respuesta al planteamiento de la problemática inicial.

Como se mencionó anteriormente, el alcance de investigación se limita al estudio de la floricultura como potencial atractivo turístico del Cordón Periurbano de La Plata, escogiendo como zona de análisis algunos de los cultivos florícolas de las localidades de Colonia Justo José de Urquiza y Abasto.

La metodología de trabajo empleada para la consecución y cumplimiento de los objetivos propuestos, se ha basado en los siguientes instrumentos:

1. Encuestas a la demanda potencial.
2. Entrevistas a diversos actores.
3. Observación participante a través de prueba piloto.

1.

Encuestas

La pequeña encuesta se realizó a 160 visitantes de la “Expo Flor” en su 6ta Edición, celebrada del día 22 al 25 de Noviembre del año 2013 en la República de Los Niños y del Festival de Baile Japonés, “*Bon Odori*”, el día sábado 11 de enero del 2014, con el objetivo de conocer la existencia o no de una corriente motivacional en torno a la floricultura.

Los escenarios elegidos para la realización de las encuestas, Expo Flor y *Bon Odori*, fueron seleccionados debido a su cercanía con la actividad florícola. La “Expo Flor” como exposición principal que ofrece la actividad, a nivel municipal, y el festival “*Bon Odori*”, ya que es celebrado dentro de una de las comunidades de análisis, Colonia Urquiza. La comunidad japonesa es quien organiza el evento, comunidad implicada

directamente con la floricultura, debido a que gran parte de la misma comprende a productores florícolas.¹⁶

Durante la realización de las encuestas me encontré con ciertas limitaciones, propias de factores externos como el clima, ya que el último día de la Expo Flor llovió. En el caso del *Bon Odori*, el evento dura sólo un día, desde las 18hs hasta las 23hs, por lo cual el factor tiempo fue limitado.

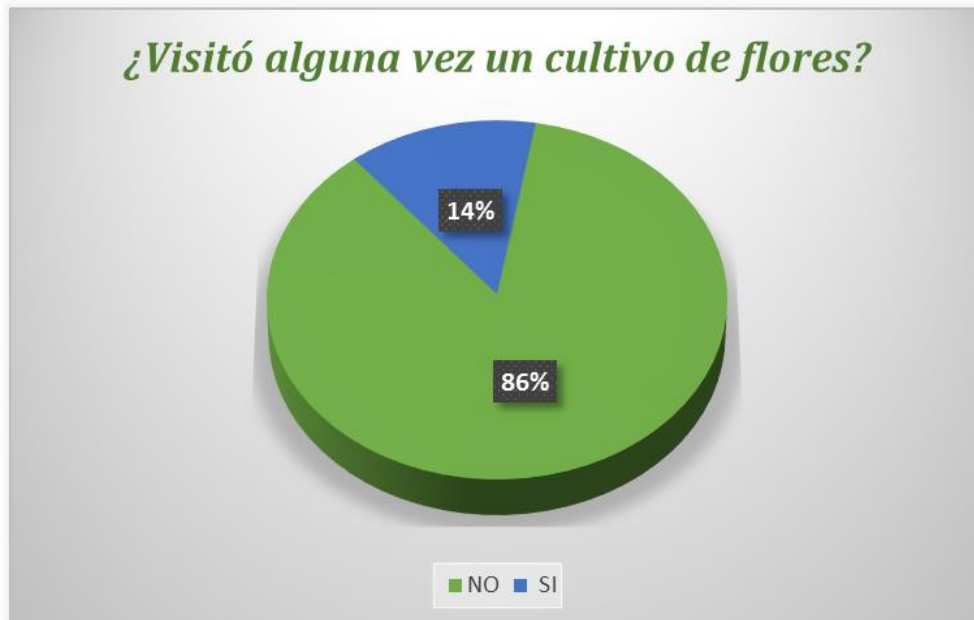
El propósito de esta técnica fue obtener una aproximación, ya que otro tipo de estudio que implique un mayor número de encuestas, requiere no sólo el trabajo de más de un investigador, sino también un aumento de costos y tiempo requerido.

Modelo de Encuesta hecha a los visitantes:

<i>1- ¿Visitó alguna vez un cultivo de flores?</i>	
<i>Si</i>	<i>No</i>
<i>2- ¿Le interesaría participar en una actividad rural visitando un cultivo florícola, en el Gran La Plata?</i>	
<i>Si</i>	<i>No</i>
<i>En caso de la respuesta ser negativa, ¿Por qué?</i>	
<i>En caso de ser afirmativa, ¿Usted podría dejarme un medio de contacto?</i>	
<i>3- ¿Reside en el Partido de La Plata?</i>	
<i>Si</i>	<i>No</i>

¹⁶ Comunicación personal con Irene Cafiero, el día 26 de julio de 2013.

En la primer pregunta, se hizo hincapié en si alguna vez habían visitado algún cultivo florícola o habían participado de un recorrido por la zona de producción, en el Cordón Periurbano Platense. Se obtuvo el siguiente resultado:



Fuente: Elaboración Propia.

Un porcentaje mayor, 86% (138 personas) nunca tuvieron la experiencia de visitar un cultivo florícola, de lo contrario un 14% (22 visitantes) participaron en actividades agrarias relacionadas, como por ejemplo visita a cultivos de amigos o conocidos, recorridos en la zona de producción a diferentes viveros y al Campo Libre *Mizujo*.

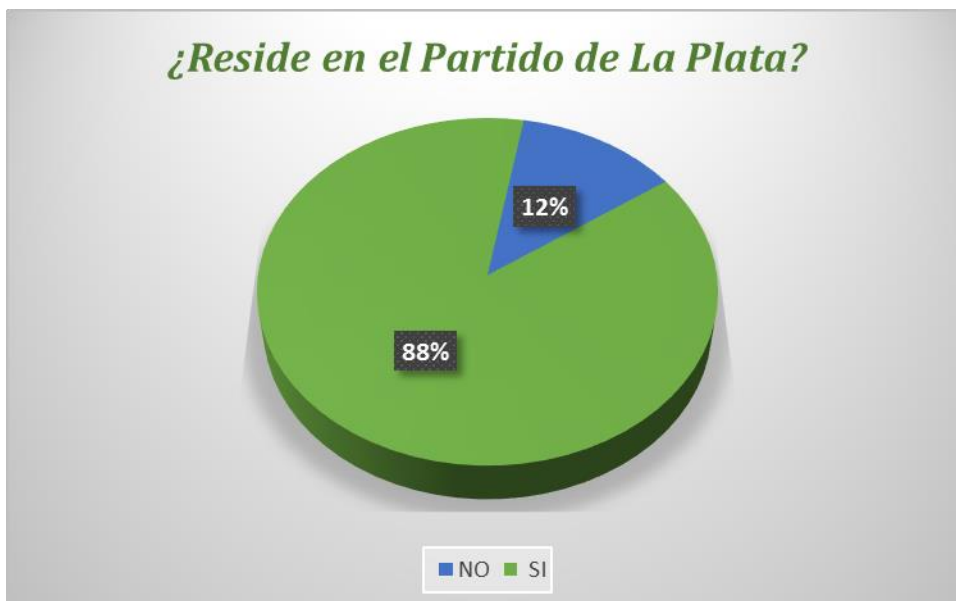
A continuación, en el gráfico, puede observarse el interés de los encuestados, por participar en un viaje de Turismo Rural en la Región Periurbana de La Plata:



Fuente: Elaboración Propia.

Sobre el total de los encuestados (160 personas) un 96%, que corresponde a 154 personas, le interesaría participar de una actividad rural, mientras que sólo un 4% (6 personas) no les interesa por los siguientes motivos: pertenecen a la zona de producción, son del rubro; y porque retornaban a su lugar de residencia, aunque podrían considerar la propuesta para cuando volvieran a visitar nuevamente la ciudad de La Plata.

Con respecto a la procedencia de los visitantes, un 88% (140 encuestados), residen en el Partido de La Plata, no obstante un 12% (20 personas) provienen del resto de la Provincia de Buenos Aires. A continuación se muestra el gráfico obtenido a partir de los datos analizados:



Fuente: Elaboración Propia.

En la celebración del *Bon Odori*, a diferencia de la “Expo Flor”, la mayoría de los participantes no son procedentes del Partido de La Plata, si no del resto de la Provincia de Buenos Aires.

Otros datos de interés

Al momento de realizar las encuestas, tuve la oportunidad de conversar con la gente y apreciar ciertas inquietudes al respecto. Algunas de las preguntas hechas por los encuestados son las siguientes:

- ¿En qué consiste la visita? ¿De qué se trata específicamente?
- ¿Cómo se organizaría el desplazamiento al lugar? ¿En qué medio de transporte se puede ir? ¿Cuál sería el punto de partida?
- ¿Cuál es el costo aproximado del recorrido?
- ¿Se incluye servicio gastronómico?
- ¿Qué días y horarios se realizaría la visita? ¿En qué época del año? La gran mayoría prefiere los fines de semana.

A pesar de que algunos encuestados no tienen conocimiento de la actividad florícola en el Periurbano Platense, se nota gran entusiasmo en los mismos por participar en este tipo de programas. Quienes realmente parecían interesados me facilitaron un

medio de contacto (*E-mail, Facebook*, teléfono fijo o celular), con el propósito de no perder el contacto.

Al llegar a este punto, se deduce que existe un segmento de demanda potencial para desarrollar esta tipología de Turismo Rural en el Cordón Periurbano de La Plata.

2.

Entrevistas

La entrevista es un instrumento metodológico de tipo cualitativo. El enfoque cualitativo busca principalmente la extensión de datos e información. En el proceso cualitativo las muestras son más flexibles, según hace hincapié Sampieri (2006), “...*la muestra representa un grupo de personas, eventos, sucesos, comunidades, etcétera, sobre el cual habrán de recolectar los datos, sin que necesariamente sea representativo del universo o población que se estudia*”.

En referencia a la cantidad de casos a relevar, se utilizó el criterio de “*saturación de categorías*”, corresponde al fenómeno por el cual, luego de un cierto número de entrevistas realizadas, los datos obtenidos se convierten en repetitivos o redundantes, por lo cual no se encuentran nuevas categorías (significados diferentes) ni se aprende nada nuevo (Coleman y Unrau, 2005 en Sampieri, 2006).

En este caso, se efectuaron entrevistas en profundidad semiestructuradas, algunas individuales y otras de más de una persona. Las entrevistas semiestructuradas se basan en una guía de preguntas o temas, en la cual el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales, no todas las preguntas están predeterminadas.

Las entrevistas se efectuaron a diferentes actores implicados en la actividad florícola como dueños y productores con más de diez años de trayectoria en el rubro, trabajadores, miembros y socios de las cooperativas afines (CAF y Mercoflor). A su vez, se entrevistó a autoridades municipales abocadas a la actividad turística, como el Ente Municipal para la Actividad Turística (EMATUR), y la Cámara Regional de Turismo La Plata.

Durante la investigación se han entrevistado 21 personas. Los entrevistados debieron ser mayores de 21 años y pertenecer a ambos sexos. Se han considerado también aspectos de tipo económico, laboral y tecnológico a nivel agropecuario.

Las entrevistas fueron grabadas y transcritas, se utilizó el programa informático *Atlas.Ti* para el análisis y cruzamiento de datos.

Este abordaje metodológico, busca determinar la situación actual del Cordón Periurbano de La Plata, y sus potencialidades para incorporar la floricultura a un posible desarrollo turístico.

A continuación, se mencionan las preguntas realizadas a los distintos representantes, tanto de la actividad florícola como de la actividad turística, en el ámbito local. Seguido de ello se encuentra, a modo de conclusión, una síntesis por temas abordados a partir de todas las respuestas obtenidas.

Entrevista a dueños, productores, trabajadores, miembros y socios de las cooperativas afines (CAF y Mercoflor):¹⁷

¿Usted conoce las bondades de la actividad vinculada con el turismo rural?

Todos los entrevistados conocen acerca del Turismo Rural, pero no específicamente acerca de sus beneficios. De todos modos, sólo algunos han practicado este tipo de turismo. Por lo general asemejan esta tipología de turismo con lo siguiente:

- Alojamiento en estancias rurales, como *la Finca María Cristina*, es un hotel boutique de campo de lujo, de la cadena *Howard Johnson* ubicado en el Partido de Brandsen; y visitas durante el día a estancias como *La Campiña* ubicada en San Pedro, Provincia de Buenos Aires, de los famosos periodistas Mónica y César.
- Los diferentes caminos como el “Camino del Vino” en la Provincia de Mendoza, que incluye visitas a las plantaciones y bodegas, y el “Camino de la Yerba Mate”, recorriendo diferentes establecimientos rurales como el de “Las Marías”.

¹⁷ Ver en Anexo 1 las entrevistas realizadas.

- Recorridos por explotaciones frutícolas, como la del kiwi en Vieytes, Provincia de Buenos Aires, donde muestran todo el proceso productivo hasta su embalaje. Los visitantes pueden disfrutar de un día de campo.
- A nivel local, el “Campo Libre *Mizujo*”, como se mencionó anteriormente, es una granja criolla recreativa con espíritu japonés.
- Visita a otros cultivos de flores, como los que organiza la Asociación Japonesa de La Plata (AJLP) dentro de Argentina. El año pasado se visitaron cultivos en la Provincia de Mendoza y San Luis. Este año se prevé visitarán plantaciones en Mar del Plata y Necochea, Provincia de Buenos Aires.
- Viajes internacionales realizados normalmente una vez al año, por los socios desde la Cooperativa Argentina de Floricultores Ltda. (CAF). Los productores, socios e ingenieros agrónomos, recorren cultivos de flores según tipo de variedades y, a su vez, visitan mercados de venta principalmente de Europa, como el *Mercat de Flor i Planta Ornamental* en Vilassar de Mar, España, y la famosa subasta de flores “*Bloemenveiling*” en Aalsmeer, Holanda.

Según testimonio del Presidente Amaro Mathieur y Secretaria Roxana Chalukian de la CAF:

“A partir de los viajes que se organizan al extranjero, generalmente a Holanda y España, viajes que apuntan a un tipo de turismo educacional y técnico, surge la idea de generar algún tipo de intercambio o interés con quienes nos reciben en los mercados de flores y cultivos de allá, y hacer hincapié para que ellos también puedan venir a visitar nuestros cultivos y mercados. Más allá, que a nivel tecnología y demás Europa se encuentre a un nivel superior, sin embargo, puede focalizarse desde un punto de vista pintoresco o comercial para potenciales negocios. Tal vez, habría que apuntar a realizar este tipo de intercambios primero dentro de Latinoamérica con países como Chile y Uruguay, ya que no tienen gran desarrollo de la floricultura como en nuestro país. Es una propuesta interesante para plantearse”.

Desde su punto de vista, ¿Cree que la floricultura podría convertirse en un atractivo turístico para La Plata? Partiendo de que el Partido de La Plata, es el principal productor de flores de corte bajo cubierta del Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA).



La floricultura tiene todas las condiciones para ser un atractivo turístico, como lo es en otros destinos. De hecho, para algunos de los entrevistados ya lo es. Según los entrevistados, los ciudadanos en general, se interesan por la actividad florícola, de hecho la realización de fiestas y eventos, como la “Expo Flor” en la República de los Niños, ayudan de cierta forma a dar a conocer la actividad y que se reconozca como tal.

Catalogar a la Ciudad de La Plata como la “Capital de la Flor”, engloba todas las potencialidades que la floricultura tiene para un futuro desarrollo turístico.

De todas maneras, la mayoría coincide que abocar la floricultura al turismo y presentarla como atractivo turístico, implica un trabajo o desafío a mediano o largo plazo. El Presidente y Secretaria de la CAF comentan al respecto:

“Hace años venimos hablando de posicionar el Mercado Central de Flores y Plantas en Barracas, como un atractivo turístico. No lo pensamos con la sucursal del Mercado localizado en La Plata, ya que no maneja un flujo de personas como el de Barracas. En Barracas, contamos con la ventaja de que es un barrio muy tradicional, ubicado cerca del barrio La Boca, y podría captarse todo el flujo de turistas que llegan a Capital Federal. El único inconveniente que nos preocupa es el tema del horario, es muy acotado, y no contamos con un espacio donde permanentemente se estén exhibiendo las flores y plantas, como para que la gente venga y pueda visitarlo en cualquier momento. Al Mercado de La Plata habría que pensarlo, como parte de un circuito productivo. Sería interesantísimo potenciar, en todo lo que concierne a la actividad florícola, como un atractivo turístico”.

Fernando Kovalivker, emprendedor turístico de la zona a cargo del proyecto “Eco Centro Turístico Los Arándanos”, en Colonia Urquiza, opina que además de las actividades productivas y los Mercados de Flores, Colonia Urquiza y alrededores, cuenta de por sí con diferentes encantos para ser un lugar atractivo. Es un lugar tranquilo, propio de una semi-ruralidad ubicada a 50 minutos de Capital Federal y a 30 minutos de la ciudad de La Plata. Presenta caminos adecuados para practicar deportes, como el ciclismo. Uno puede encontrar supermercados japoneses, y comprar productos de origen japonés. Asimismo, la zona es sede del festival anual *Bon Odori*, el cual convoca gran cantidad de visitantes año tras año, y puede aprovecharse para difundir actividades de Turismo Rural en la zona.

¿Le interesaría sumarse de alguna manera a la actividad turística? Por ejemplo, formando parte de un circuito agroturístico. En caso de la respuesta ser negativa, ¿Por qué no le interesa la propuesta?

Al llegar a este punto de la entrevista, es preciso distinguir entre aquellos interesados en la propuesta y quienes no lo están.

Tres son los productores que, por el momento, no les interesa incorporarse a la actividad turística por los siguientes motivos:

- ≈ No se dedica exclusivamente al rubro de la floricultura como antes, el tiempo lo ocupa en otros asuntos laborales. Por lo tanto, no tiene disponibilidad horaria para sumarse a dicha actividad (Bernardini).
- ≈ No cuentan con tiempo disponible para acondicionar su cultivo, y mantenerlo en condiciones para recibir visitas. Además, el acceso a su campo es precario, la calle está en mal estado (Akashima).
- ≈ No le agrada la idea de “combinar” el negocio de la floricultura, con otro negocio totalmente distinto como lo es el turismo. Ante lo cual el productor expresa “...no es lo mismo que un profesional venga a ver qué data tiene tal o cual planta, cómo funciona, sí sirve o no económicamente, a un grupo de personas que vengan de paseo, por ocio” (Hatanaka).

El resto de los entrevistados, interesados en la temática de turismo rural creen que, de todos modos, la propuesta implicaría un trabajo a mediano o largo plazo ya que deberían acondicionar los cultivos.

Requiere invertir en infraestructura adicional, lo que llevaría tiempo. Invertir en la construcción de un espacio para recibir a los visitantes, donde se puedan dar charlas, y ofrecer servicios adicionales como el gastronómico, incluyendo un aperitivo o almuerzo según la ocasión.

Al respecto, uno de los principales productores de Gerbera¹⁸, y primero en cultivarla a nivel nacional comenta “...no sirve de nada que lo gastronómico sea en una parrilla o lugar externo al cultivo, conviene ofrecer este servicio también, para lograr un beneficio económico mayor” (Katsumi).

¹⁸ Gerbera: variedad de flor de corte. Origen: Holandés.

Los interesados reconocen la importancia del beneficio económico adicional que generaría el turismo, ya que, tal vez, podrían vender parte de su producción y hacerse una cartera de clientes potenciales, al igual que lo hacen las bodegas con el vino.

También alegan que es una idea interesante e innovadora, y un buen disparador para que se reconozca el cinturón fruti-flori-hortícola como tal, debido a que podrían sumarse productores de diversa índole como los horticultores, fruticultores, apicultores y viveristas.

Además, uno de los temas abordados y a considerar es la organización de las visitas o recorridos, y la importancia de contar con días y horarios determinados, fundamental para que los productores se organicen y tengan todo acorde para la recepción de turistas.

Uno de los productores más emblemáticos de la zona, Molina, comenta:

“Si vos destinas un lugar dentro del cultivo para los visitantes, se pueden organizar diferentes actividades. Algunos invernáculos, por ejemplo, pueden destinarse pura y exclusivamente para que ingresen los turistas, puedan cortar flores y llevarse su propio ramo.

Como uno no está acostumbrado a tener este tipo de visitas, se debería destinar un espacio para ellos. Mínimamente contar con un baño en condiciones, y un espacio parqueizado y en condiciones, donde la gente pueda servirse un aperitivo.

Con respecto al pos-venta estaría bueno otorgarle a la gente un listado de los diferentes puntos de venta de flores, como las florerías y mercados de flores, para fomentar su consumo posterior”.

Por otra parte, al indagar acerca de las posibilidades laborales que ofrece el turismo de cara a un futuro, los entrevistados destacan ciertas inquietudes que preocupan dentro del rubro. Tal es el caso del avance de la urbanización, dependerá de ello que las generaciones venideras continúen o no con la producción. Algunos ejemplifican lo sucedido en el Partido de Escobar, Provincia de Buenos Aires, donde muchos cultivos han quedado rezagados y han sido vendidos por el avance de la ciudad.

Además, ratifican que la floricultura necesita promocionarse de alguna forma, para que despegue o mínimamente se mantenga en el tiempo. Como expresa el productor

Molina "...revalorizar la actividad se logra mediante campañas de publicidad, dándote a conocer".

Víctor Sequeira, productor de tercera generación en el rubro de la floricultura añade "...informar al ciudadano, mostrarle cómo es la actividad y los cultivos, es una forma de activar y hacer que progrese o evolucione nuestra actividad".

La mayoría insiste en la importancia de llevar a cabo actividades como el turismo, y considerarlo como negocio paralelo y complementario al principal (producción y venta de paquetes de flores).

¿Estaría dispuesto a abrir las puertas de su cultivo para mostrar parte del proceso productivo de las flores? ¿Se encuentra en condiciones de llevar a cabo este tipo de actividades? En caso negativo, ¿por qué?

Al llegar a este punto, vinculado con la pregunta precedente, la mayoría de los entrevistados afirma que sí abrirían las puertas de sus cultivos, sin embargo, actualmente, no se encuentran en plenas condiciones de hacerlo, ya que deberían readaptar sus cultivos para la recepción de turistas. Cuestiones referidas al orden, parqueización, infraestructura adicional, y considerando el factor tiempo para diagramar los recorridos y las charlas, dirigidas a los visitantes para interiorizarlos en el tema.

Otro asunto es la capacitación, ya que si expertos en floricultura como por ejemplo los holandeses, quieren practicar Turismo Rural en la zona, gran mayoría de los entrevistados creen no estar en condiciones de cubrir totalmente ese segmento de demanda. Necesitarían invertir tiempo para capacitarse tal vez en el idioma o cuestiones más técnicas.

Uno de los productores sumaría su cultivo a la actividad turística, siempre y cuando se manejen grupos medianamente reducidos, para evitar complicaciones respecto a la organización del itinerario y el recorrido por la producción.

De todas maneras, hay ciertos cultivos que se encuentran aptos y pueden reunir las condiciones para recibir visitantes, pero igualmente son la minoría.



¿Han tenido experiencias de visitas a su cultivo? ¿Cómo cuales?

Usualmente reciben visitas de estudiantes de la carrera de Ingeniería Agrónoma, generalmente de la Facultad de Lomas de Zamora, Capital Federal y de La Plata; de ingenieros agrónomos; personal del INTA; productores amigos para intercambiar experiencias e información; estudiantes secundarios de la Escuela Agraria N°1 de Abasto; y grupos de gente particular, aunque éstos con menor frecuencia. Uno de los principales productores de la zona, Hatanaka, agrega:

“Las visitas que se hacen a mi cultivo son netamente técnicas, están orientadas a colegas y estudiantes de agronomía, que vienen alrededor de cuatro veces al año de diferentes universidades, son futuros ingenieros, quienes, a su vez, pueden venir a hacer pasantías o trabajar. Obviamente, sirve como medio para desarrollar el marketing también”.

Sólo dos de los productores entrevistados, nunca han recibido visitas de ningún tipo en sus cultivos.

Respecto al Mercado Central de Flores y Plantas ubicado en Barracas, a lo largo del año reciben visitas provenientes de grupos de estudiantes agrónomos o trabajadores del rubro, con previa autorización. Viviana M., profesora de la “Escuela Argentina de Arte Floral”, organiza y lleva grupos de decoradores y floristas oficiales a recorrer diferentes cultivos y el Mercado de Barracas. Además, tienen previstas visitas de escuelas con alumnos de capacidades diferentes, a cargo de la misma profesora.

Yuka Yamawaki, Gerente del Mercoflor, comenta que en el Mercado reciben visitas de:

- Personal del INTA mediante el Instituto de Floricultura, generalmente son expertos que llegan del exterior y quieren conocer cómo trabajan los productores en Argentina.
- Estudiantes de Agronomía, Geografía y Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de La Plata, de Lomas de Zamora, de Florencio Varela, y la Universidad de Buenos Aires; y de diferentes escuelas técnicas.
- Productores regionales provenientes de Provincias como Salta, Jujuy, Misiones, Corrientes y Mendoza.
- Visitas anuales de estudiantes de Agronomía de la Universidad de Waseda de Tokyo, Japón.

- Intercambios permanentes de becas y visitas de expertos, con el objetivo de intercambiar información productiva, promovidos por la Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA).
- La Municipalidad de La Plata.
- Autoridades provenientes de la Embajada de Estados Unidos y Holanda.

Por lo tanto se puede concluir que las experiencias han sido meramente técnicas, en muy pocas ocasiones reciben visitas de gente particular por ocio o recreación.

¿Encuentra algún aspecto negativo en la actividad turística?

Los entrevistados opinan, por unanimidad, que de concretarse la actividad turística en el Periurbano Platense no ven ningún aspecto negativo, al contrario, ven al turismo como una actividad económica positiva y viable. Positiva ya que podría utilizarse el turismo, por ejemplo, como medio de estrategia para el marketing, y que la gente comience a consumir flores, el producto final, no tan esporádicamente si no más seguido.

La única cuestión que preocupa es la seguridad, por lo cual las visitas deberían acordarse con previo aviso, mediante algún medio de contacto.

¿Cree usted que sería posible generar asociativismo entre los productores para realizar este tipo de actividades? ¿Qué piensa al respecto?

Los entrevistados coinciden en que asociarse es la mejor opción para hacerle frente a una actividad como el Turismo Rural. En cierto modo, sería muy difícil plantearlo de manera individual y por separado.

Tal vez, para otorgarle mayor preponderancia al turismo, y que se aprecie la floricultura como tal, habría que formar un grupo de productores interesados en hacer Turismo Rural. En tal sentido, Víctor Sequeira amplía "...ya que no todos los productores trabajamos de la misma forma, al igual que las especies varían, entonces estaría bueno asociar cultivos especializados en diferentes especies, para que los turistas puedan apreciar la actividad florícola en su conjunto".

Asimismo, el productor precedente, hace referencia a la importancia de contar con una forma de trabajo y metodología similar, entre los productores, para el recibimiento de los turistas. Focalizándose en un modelo de imagen para identificarse del resto de los emprendimientos de Turismo Rural, como un distintivo de la agrupación.

Cabe destacar, según comentarios obtenidos en las entrevistas, que como en todos los ámbitos laborales, muchas veces hay opiniones e ideas encontradas entre los productores y gente del rubro, y, es posible que sea uno de los obstáculos a sobrellevar por parte de la comunidad analizada.

De todos modos, productores de los diferentes Mercados de Flores y Plantas del Cordón Periurbano Platense, Mercoflor y CAF, están trabajando y participando conjuntamente dentro del “*Cluster Florícola del AMBA y San Pedro*”.¹⁹ En el marco del Programa de Servicios Agrícolas Provinciales (PROSAP), el cual depende del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Presidencia de la Nación. Algunos productores, advierten la posibilidad de anexar el turismo, como actividad innovadora, dentro del *Cluster Florícola*.

La mayoría concuerda que estas cuestiones hay que fomentarlas y abordarlas, bajo el apoyo de las instituciones implicadas en la actividad florícola. En tal sentido Molina, propone:

“Si o sí debe hacerse a nivel institucional, desde la CAF, Mercoflor y/o Asociación Argentina de Floricultores y Viveristas. Básicamente mediante estos tres actores. A partir del “*Cluster Florícola*”, ha comenzado a haber una relación más fluida entre los productores pertenecientes a los diferentes mercados. En la medida en que no se haga nada en común, en conjunto, las diferencias y malentendidos van a seguir existiendo, por eso destaco la importancia del asociativismo”.

¹⁹ Cúmulos (*clusters* en inglés) son concentraciones geográficas de empresas interconectadas, proveedores de servicios, distribuidores especializados, empresas de sectores afines e instituciones relacionadas (universidades, institutos de normalización, entidades de formación profesional, asociaciones comerciales) unidas por rasgos comunes y complementarias entre sí, que compiten en el mercado pero también cooperan (Porter, 1999).

Cluster Florícola del AMBA y San Pedro: constituido por un conjunto de empresas, productores e instituciones (públicas, privadas y técnicas) que participan en la producción y comercialización de flores y plantas, dentro del AMBA y la localidad de San Pedro. De manera conjunta han definido una estrategia y plan de mejora competitiva para el sector.

Entrevista a autoridades municipales de la actividad turística. Romina Grigioni quien desempeña una función laboral en el Ente Municipal para la Actividad Turística (EMATUR), y Daniel Loyola, presidente de la Cámara de Turismo Regional de La Plata.

La floricultura, ¿Podría llegar a ser un atractivo turístico complementario a la oferta turística que ofrece la Ciudad?

Ambos coinciden afirmativamente. El Presidente de la Cámara de Turismo Regional de La Plata, explica:

“La floricultura ya es un atractivo turístico, por ejemplo a través de la celebración de la “Expo Flor”. Sin embargo, La Plata se tiene que “vestir de flores”. A través de diferentes acciones como ornamentar alguna fiesta especial de fin de año, tal como lo han hecho una vez con la entrada de la Catedral. La Plata tiene que dar a conocer la floricultura, y mostrar que somos uno de los principales productores de flor de corte a nivel nacional”.

Respecto a la complementariedad con la oferta turística que ofrece la Ciudad de La Plata, Daniel Loyola agrega:

“El trabajo es cultura. Por ende, lo que concierne a la cultura es la transformación de la naturaleza por el hombre, con lo cual se complementa con las actividades productivas, en este caso la floricultura”.

¿Alguna vez se plantearon la posibilidad de confeccionar o apoyar la creación de un circuito turístico por la zona de producción?

Ambos sostienen que siempre estuvo la idea de hacer algo al respecto, pero nunca se llegó nada en concreto.

Loyola ha ahondado en la posibilidad de armar algo con el sector hortícola. Entiende que es un sector económico muy avanzado también. Como el caso de un productor hortícola de la localidad de Lisandro Olmos, que trabaja en la realización de semillas en cápsula y las vende a todo el país.



En cambio, Romina Grigioni, piensa que al sector hortícola todavía le falta desarrollar aún más todo lo que concierne a Seguridad e Higiene, para dedicarse a recibir a turistas.

¿De qué manera estarían dispuestos a colaborar para llevar a cabo actividades de turismo rural en el Cordón Periurbano Platense?

Ambas instituciones, EMATUR y Cámara de Turismo Regional de La Plata, se ofrecieron a ayudar en la difusión de las actividades agroturísticas. Promocionando en la página Web y redes sociales; incluyendo un programa de Turismo Rural en la Agenda Regional. Realización de convenios, desde la Cámara, con las diferentes instituciones involucradas en el desarrollo de la actividad turística, como la CAF, y apoyo en las respectivas reuniones que se lleven a cabo entre los productores y actores implicados.

Luego de analizar las entrevistas y opiniones obtenidas, se concluye que el turismo es una actividad innovadora, atractiva y de bajo impacto ambiental. La cual no sólo permite la diversificación de la economía en las familias rurales, si no que también puede utilizarse como medio para revalorizar las actividades productivas, en este caso la floricultura, y como estrategia de marketing fomentando el consumo posterior del producto final (paquetes de flores).

Asimismo, incorporarse a la actividad turística implica una inversión adicional, no sólo en infraestructura para reacondicionar los cultivos, ya que originalmente no están diseñados para la recepción de turistas, sino también en factores intangibles tales como disponibilidad horaria y tiempo para capacitarse, en caso de ser necesario. Ahora bien, las visitas a los cultivos deberían reservarse con anticipación a través de un medio de contacto, por cuestiones tanto de organización como de seguridad.

Desde luego, sería conveniente crear una red de vinculación y agruparse entre los interesados, y considerar ofrecer servicios adicionales como el gastronómico, para brindar un servicio turístico más completo.

3.

Observación participante a través de Prueba Piloto

La observación participante, como metodología cualitativa, permite al investigador “...contar con su versión, además de las versiones de otras personas (protagonistas, informantes, etcétera) y las contenidas en los documentos” (Valles, 1999).

En este caso se ha optado por tomar un rol de *participación completa*, papel deseable cuando se trata de una observación de tipo cualitativa, donde el observador se mezcla totalmente en el trabajo de campo, y es un participante más (Sampieri, 2006).

En base a la realización de una prueba piloto, se procedió a utilizar esta metodología. El grupo seleccionado para la prueba fue de 20 personas, de ambos sexos; amigos, compañeros y profesores de la Facultad de Ciencias Económicas y Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, ambas instituciones de la Universidad Nacional de La Plata (UNLP).

La prueba piloto consistió en recorrer un cultivo florícola. El productor Victor Sequeira, floricultor de tercera generación, ofreció su establecimiento rural ubicado en la zona de Abasto para realizarla. El propósito de la técnica fue obtener una aproximación a la realidad, a través de un ejemplo palpable.

Se utilizaron diferentes instrumentos para el control y registro de la observación. Durante el recorrido por el cultivo se tomaron registros fotográficos y videos.²⁰ Además, se utilizó un teléfono celular para tener registro de audio y luego hacer anotaciones de las preguntas e inquietudes que tuvieron los participantes durante el recorrido.

La duración de la visita fue de 1.30h aproximadamente. Durante la cual se apreciaron las diferentes etapas del proceso productivo. Se indagó sobre el manejo y cuidado de las flores, como la utilización de iluminación, riego y calefacción. Origen de las plantas. Utilización de abono orgánico, reciclado y separación de residuos. Diferencias entre cultivos argentinos y cultivos europeos, como los de Holanda y España. Sistema de empleo de los trabajadores. También se visitó el salón de empaque, donde se hallan las cámaras de frío y puede verse el producto final terminado (paquetes de flores).

²⁰ Ver en Anexo 2 fotografías de la visita al cultivo.

La mayoría de los participantes nunca había tenido la experiencia de visitar un cultivo de flores, en cambio si quintas hortícolas.

Una de las participantes comenta lo importante que sería difundir estos programas de Turismo Rural, en los diferentes eventos o fiestas que ofrece La Plata. El Festival de Baile Japonés *Bon Odori* sería un ejemplo de ello.

En conclusión, la prueba piloto ha permitido dar a conocer las inquietudes e intereses de la gente por la floricultura; y también sobre la preparación y organización que implica ofrecer un servicio turístico de este tipo. Cuestiones a tener en cuenta para recomendaciones y propuestas futuras.

PROPUESTAS Y RECOMENDACIONES FUTURAS

Cluster Florícola y Cluster de Turismo

En los Países Bajos, las cooperativas de cultivadores construyeron instalaciones especializadas para las subastas de flores “*Bloemenveiling*”, y para su almacenamiento y distribución, que constituyen una de las principales ventajas competitivas del “Cúmulo Florista Holandés”. El Consejo Floral Holandés y los Grupos de Investigación de la Asociación de Cultivadores de Flores Holandeses, en los que participan la mayoría de los cultivadores, también han asumido otras funciones, como el marketing, turismo y la investigación aplicada (Porter, 1999).

A nivel internacional, también se encuentra el “Cúmulo Californiano del Vino”, vinculado principalmente con el gran Cúmulo Agrícola de California. El Cúmulo del Vino tiene, además, grandes conexiones con los sectores de la restauración y la alimentación (productos complementarios) y con el Cúmulo de Turismo de Napa y de otras regiones vinícolas de California (Porter, 1999).

A nivel nacional con la floricultura, como se explicó precedentemente, se ha formado el “Cluster Florícola del AMBA y San Pedro”. Una alternativa sería trabajar desde la creación de un Cluster de Turismo, y vincularlo con el Cluster Florícola que ya está constituido. Propuesta sugerida por algunos de los entrevistados.

Creación de “Ruta de Las Flores”

En Argentina, Provincia de Misiones se encuentra la Ciudad de Montecarlo, la cual forma parte de la denominada “Región de Las Flores”. En Montecarlo se realiza la “Fiesta Nacional de la Orquídea” y la “Fiesta Provincial de La Flor” (así como la “Expo Flor” en La Plata y la “Fiesta Nacional de la Flor” en Escobar). De todos modos, no existe una ruta turística o camino específico sobre flores y plantas, si no que estos emprendimientos de agroturismo se anexan, por ejemplo, a la “Ruta de la Yerba Mate”, que abarca el norte de la Provincia de Corrientes y Misiones en toda su extensión.

A nivel internacional, si existen “Rutas de Las Flores” como las siguientes:



- Ruta de Las Flores en Guatemala, para conocer sobre la cultura maya, gastronomía, sitios arqueológicos y floricultura de la región. La ruta incluye diferentes pueblos localizados a no más de 60 kilómetros de la capital guatemalteca. Es una oportunidad para la población comercializar las flores, evitando que sólo se venda en fechas festivas.
- Ruta de Las Flores localizada en la sierra Apaneca-Illamatepec, El Salvador. Dicha ruta combina la tradición cultural, gastronomía y el atractivo natural de los paisajes con los cultivos de flores, y otro tipo de plantaciones como el café.
- *Bollenstreek Route*, también conocida como *Flower Route*, es la Ruta de Las Flores en Holanda. Se extiende entre Haarlem y Leiden, región rodeada de flores, en especial de tulipanes (variedad de flor típica de los Países Bajos). Es una de las rutas turísticas más visitadas de este país. También se puede disfrutar de la celebración de uno de los desfiles de carrozas con flores más famosos del mundo, llamado *Bloemencorso*.
- La Ruta de la Lavanda en *Provence* y *Côte d’Azur*, Francia. Los campos de lavanda son uno de los mayores atractivos de la zona sudeste de este país. Territorio de gran patrimonio natural y cultural. Además de los recorridos por estos campos, se pueden visitar museos, destilerías, ver cómo se fabrican productos derivados de la lavanda, y asistir a fiestas de la misma temática.
- *Ilha da Madeira* en Portugal, conocida como la “Isla de las Flores”, es rica en vegetación, flores y plantas, a causa del clima subtropical. Los turistas son los principales consumidores de flores dentro de la isla. Luego de su estadía, muchos se llevan flores para sus casas. En Funchal, capital de *Ilha*, se encuentra el “*Mercado dos Lavradores*”, donde se exhiben flores locales, sitio muy visitado por los turistas. Durante el mes de abril, se organiza también la fiesta de las flores, época de gran demanda turística, los hoteles cubren casi la totalidad de su ocupación.

Volviendo a nuestro caso de estudio, sería conveniente diagramar una “Ruta de las Flores”, que abarque la floricultura del Periurbano Platense, con la posibilidad de sumar productores de diversa índole, y considerando tanto lo natural como lo cultural propio de la Ciudad de La Plata.



Interacción con Campo de Arándanos en Colonia Urquiza

Posibilidad de vincularse con el Eco Centro Turístico Los Arándanos, próximamente será base de hospedaje en Colonia Urquiza. Fernando Kovalivker interpreta "...nuestro emprendimiento hará circular un flujo importante de turistas principalmente los fines de semana, es como un pequeño disparador para que otro en la zona haga lo suyo y se beneficie. Por ejemplo, un productor abre las puertas de su cultivo de flores para que lo visiten y compren mercadería (paquetes de flores)".

Asimismo, tiene la idea de armar un pequeño invernadero mostrando parte de la producción florícola de la zona. A lo que Kovalivker añade "...desde luego, si la gente está interesada en visitar o recorrer una plantación florícola en tiempo y espacio real podría hacer un tour por el mismo".

CONCLUSIONES

El trabajo de investigación se ha centrado en el estudio de la actividad florícola en el Cordón Periurbano Platense, y su potencial para un desarrollo del Turismo Rural. Las localidades de Colonia Urquiza y Abasto fueron seleccionadas como caso de estudio, por representar el área principal de la floricultura (flores de corte) tanto a nivel provincial como nacional.

A partir de las encuestas realizadas, durante la Expo Flor 2013 y *Bon Odori* 2014, se deduce que existe un segmento de demanda potencial para desarrollar esta tipología de turismo en el Periurbano Platense. Aunque, de todos modos, no hay una oferta turística sólida que ofrezca programas agro-turísticos, si no emprendimientos individuales y aislados como el Campo Libre *Mizujo* y el Vivero Di Carlo.

Una de las alternativas para que la zona productiva se incorpore a la actividad turística, podría ser a través de la confección de un producto híbrido e integrado, ofreciendo la alternativa de un servicio mixto, que combine actividades recreacionales propias de Turismo Rural, con otras como por ejemplo culturales, proporcionadas por el Casco Urbano de la Ciudad de La Plata. El turista no es tan monotemático como antes, si no que demanda experiencias múltiples e incluso contrapuestas, por eso es importante considerar las tendencias actuales de la híbrides en el turismo.

El turismo es una actividad innovadora para los productores y personas del rubro de la floricultura. Es una actividad atractiva, de bajo impacto ambiental y a desarrollar a un mediano o largo plazo. El Turismo Rural, no sólo permite la diversificación de la economía en las familias rurales, sino que también puede utilizarse como medio para revalorizar las actividades productivas, y como estrategia de marketing, para fomentar el consumo posterior del producto final (en este caso, paquetes de flores).

Además, incorporarse a la actividad turística implica una inversión adicional, no sólo en infraestructura para reacondicionar los cultivos, ya que originalmente no están diseñados para la recepción de turistas, sino también en factores intangibles tales como disponibilidad horaria. Las visitas a los cultivos, deberían reservarse con previo aviso por cuestiones de organización y seguridad. Asimismo, habría que considerar ofrecer servicios complementarios como el gastronómico, para brindar un servicio turístico más completo.



La realización de la prueba piloto me ha permitido conocer las inquietudes e intereses de la gente por la floricultura; y sobre la preparación y organización que implica ofrecer un servicio turístico de este tipo. Cuestiones a tener en cuenta para recomendaciones y propuestas futuras, como la creación de una “Ruta de las Flores”, ejemplo de caso en otros países como Holanda.

Desde luego, sería conveniente crear una red de vinculación o agruparse entre los interesados en crear emprendimientos de Turismo Rural, ya que los diversos atractivos con que cuenta el Periurbano Platense se encuentran disociados, y no se aprovecha la sinergia que permitiría darle mayor relevancia al turismo.

En tal sentido, espero que la investigación sirva como puntapié inicial para considerar al turismo como una posible alternativa económica viable en el Cordón Periurbano Platense, no solamente que abarque la floricultura si no también las demás actividades productivas del área de estudio como la horticultura, apicultura y fruticultura. Debido a que la zona reúne todas las condiciones y potencialidades para desarrollarse turísticamente; y a su vez, existe un segmento de demanda potencial interesado en practicar Turismo Rural en la zona propiamente dicha.

BIBLIOGRAFÍA

- Adriani, Luis *et al.* (2011) "El sector florícola en el partido de La Plata: permanencia y continuidad de la actividad. Las estrategias de los productores". En *ACTORES, ESTRATEGIAS Y TERRITORIO. El Gran La Plata: de la crisis de la convertibilidad al crecimiento económico*. La Plata: Universidad Nacional de La Plata, Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación La Plata.
- Barrera, Ernesto. y Muñoz, Roberto. (2003). *Manual de turismo rural para micro, pequeños y medianos empresario rurales*. Buenos Aires: Artes Gráficas Sagrhe.
- Barrera, E. (2006). "Turismo rural: Un agronegocio para el desarrollo de los territorios rurales". *Agronegocios Alternativos. Enfoque, importancia y bases para la generación de actividades agropecuarias no tradicionales*. Buenos Aires: Editorial Sudamericana.
- Barrera, E. (2006). "Rutas Alimentarias. Estrategias culturales de desarrollo territorial". *Revista Patrimonio Cultural y Turismo*, N° 15 pp. 67-86.
- Barrera, E. (2013). *Foro Nacional de Turismo Rural Mil por Mil. Conclusiones de los talleres*. Buenos Aires: Cámara Argentina de Turismo Rural".
- Barsky, Andrés. (2007). "La agricultura de "cercanías" a la ciudad y los ciclos del territorio periurbano. Reflexiones sobre el caso de la Región Metropolitana de Buenos Aires", *Globalización y Agricultura Periurbana en la Argentina. Escenarios, Recorridos y Problemas*. Buenos Aires: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales.
- Bote Gómez, Venancio. (1979). "Turismo rural en España: Una estrategia artesanal para un turismo masivo". *Revista de Estudios Agrosociales*, N° 109 pp. 29-51.
- Cafiero, Irene. y Cerono, Estela. (2013). *Algunas voces, mucha tradición. Pasado y Presente de la Comunidad Japonesa de Colonia Justo José de Urquiza*. Buenos Aires, La Plata: Ediciones Al Margen.
- Casanova, Rocha. *et al.* (2000). "Empresa, empresario y sector turístico". *Organización y gestión de empresas turísticas*. Madrid, España: Ediciones Pirámide.

- Câmara Gomes Sales, Elias Júnior. (2009). "O turismo como alternativa pluriativa no espaço campestre". Artículo escrito para el V Encontro de Grupos de Pesquisa Agricultura, Desenvolvimento Regional e Transformações Socioespaciais, Rio Grande do Sul: Universidade Federal de Santa Maria. Obtenido el 27 de agosto de 2012 desde http://w3.ufsm.br/gpet/engrup/vengrup/anais/3/Elias%20Sales_NEARio%20Claro.pdf
- Fernández Méndez, Manuela., y Puig Martínez, Antonio. (2003). "El papel del cooperativismo en el turismo rural de la comunidad Valenciana". *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, N° 041 pp. 183-212.
- Flotman, Christian. (2008). "Floricultura en la Isla de Madeira". *Revista Horticultura. La industria ornamental: flores y plantas*, Vol. XXVI, N° 204, pp. 74-77.
- García, Alejandro (2012). "Algunas consideraciones sobre la actividad turística. Conceptos y definiciones de turismo". *Revista Notas en Turismo y Economía*, N°4.
- Garobbio, Carlos Ezequiel. (2010). "Red Argentina de turismo rural: Turismo rural en red". *Revista 125° Aniversario de Campana*, pp.21-22.
- Girano, Jorge. (1998). "La Historia de Abasto". *Revista El Ciudadano*.
- González, Rocío. et al. (2010). "Los blogs y los portales de servicios, las nuevas herramientas del marketing relacional en el Turismo Rural". *Revista de Investigación en Turismo y Desarrollo Local*, Vol.3, N°7 7, pp. 1-20.
- Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria. (2012). *Encuesta Florícola del Partido de La Plata*. Obtenido el 06 de julio de 2013 desde <http://inta.gob.ar/documentos/encuesta-floricola-del-partido-de-la-plata-ano-2012/>
- Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria. (2011). "El Turismo Rural en el INTA". Obtenido el 15 de abril de 2013 desde <http://inta.gob.ar/documentos/el-turismo-rural-en-el-inta>
- Kotler, Philip. et al. (2004). "Características del servicio y marketing turístico", *Marketing para Turismo*. Madrid, España: Pearson Educación, S.A. (3ª ed.).

-Ministerio de Turismo de la Nación. (2011). *Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable. Actualización 2012-2020*.

-Molinari, Gloria. (2010). "¿Se puede ser competitivo sin competencia? La situación de la hotelería en la ciudad de La Plata. En *Organización y Gestión en Turismo. Cuestiones complementarias*. La Plata: Ediciones HABER Ciencias Económicas.

-Morisigue, Daniel E. et al. (2012). *Pasado y Presente de la Floricultura Argentina*. Buenos Aires: Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria. Obtenido el 10 de julio de 2013 desde <http://inta.gob.ar/documentos/floricultura-pasado-y-presente-de-la-floricultura-argentina/>

-Nieto, Daniela Patricia (2009). "Patrones culturales y sociales en el sostenimiento y reproducción de la actividad florícola en el partido de La Plata". Artículo escrito para el 12° Encuentro de Geógrafos de América Latina en Montevideo.

-Organización Mundial del Turismo. (2006). *Cooperación y asociación en el turismo: Una perspectiva mundial*. Madrid, España: Organización Mundial del Turismo.

-Organización Mundial del Turismo (2011). *Tecnología y Turismo*. Madrid, España. Obtenida el 8 de mayo de 2014 desde <http://www2.unwto.org/es/publication/am-reports-vol-1-turismo-y-tecnologia>

-Porter, Michael E. (1999). "Cúmulos y competencia. Nuevos objetivos para empresas, Estados e instituciones". En *Ser Competitivo. Nuevas Aportaciones y Conclusiones*. Bilbao, España: Ediciones Deusto S.A.

-Rey, Amalio. et al. (2011). *Hibridatur. Efecto Medici e innovación multidisciplinar en el Turismo*. Sevilla, España: Instituto Andaluz de Tecnología.

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

-Sampieri, Roberto. (2006). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill. (4ta ed.).



-Schlüter, Regina G. (2001). "El turismo como instrumento de desarrollo rural". En *El turismo en Argentina. Del balneario al campo*. Buenos Aires: Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos.

-Secretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires. (2013). "Rutas Gourmet en la Provincia de Buenos Aires". Obtenido el 18 de septiembre de 2013 desde http://www.turismo.gba.gov.ar/marketing/archivos/folleto/Folleto_rutas_gourmet.pdf

-Torrejón, Antonio (2007). "Diccionario –abreviado- de Turismo y su Ambiente". *Organización y Gestión en Turismo. Cuestiones complementarias*. La Plata: Ediciones HABER Ciencias Económicas.

-Yagüe, María. (1997). "Definición, origen e interés actual del Turismo Rural como actividad económica y social". *Revista Valenciana D' Estudis Autonomics*, N°20, pp. 237-258.

-Waisman, María Alejandra. (2011). "Superando dualismos: Trayectorias socio-productivas en el abordaje de las transformaciones en la estructura social hortícola platense". *Revista Mundo Agrario*, Vol. 12, N° 23.

Recursos electrónicos

Organización Mundial del Turismo (OMT)
<http://www2.unwto.org/es>

Ministerio de Turismo de la Nación
<http://www.turismo.gov.ar/>

Secretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires
<http://www.turismo.gba.gov.ar/inicio/index.php>

Programa Pueblos Turísticos de la Provincia de Buenos Aires
<http://www.pueblosturisticos.tur.ar/>

Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA)
<http://inta.gob.ar/>



Programa de Servicios Agrícolas Provinciales

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

Cámara de Turismo Regional La Plata

<http://www.visitelaplata.org.ar/>

Red Argentina de Turismo Rural

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

Campo Libre *Mizujo*

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

Viveros Di Carlo

<http://viverosdicarlo.com/>

Cooperativa *FloraHolland*, Holanda.

<http://www.floraholland.com/nl/>

ANEXOS

ANEXO 1 ENTREVISTAS

Entrevista a dueños, productores, trabajadores, miembros y socios de las cooperativas afines (CAF y Mercoflor):

Nombre y apellido del entrevistado: **Antonio Bernardini.**

Fecha: 05/03/2014

Hora: 15.30pm.

Entrevistado: Plantinera de flores de corte.

Lugar del cultivo (dirección aproximada):

Calle 460 e/ 178 y 186, Colonia Urquiza.

Años de cultivo: Iniciación en el año 1970.

Preguntas:

1- ¿Usted conoce las bondades de la actividad vinculada con el turismo rural? Por ejemplo, que puede ofrecer oportunidades económicas complementarias a su actividad principal, en este caso, la producción y venta de flores.

Si, como lo que ofrece el “Camino del Vino” en la Provincia de Mendoza, que los turistas, gran parte extranjeros, van a degustar el vino.

2- Desde su punto de vista, ¿Cree que la floricultura podría convertirse en un atractivo turístico para La Plata? En base a que el partido de La Plata, es el principal productor de flores de corte bajo cubierta del Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA).

Si, tiene todas las condiciones para serlo. Hay que encontrar productores que estén dispuestos a exponer sus cultivos y prestarse para este tipo de actividades.



3- ¿Le interesaría sumarse de alguna forma a la actividad turística? Por ejemplo, formando parte de un circuito agro turístico.

En caso de que la respuesta sea negativa, ¿Por qué no le interesa la propuesta?

No, porque no me dedico al rubro de la floricultura como antes, destino mi tiempo a otros asuntos laborales.

Además, si vienen expertos en floricultura, como los holandeses, creo que no estaríamos en plenas condiciones de cubrir esa demanda, necesitaríamos estar más capacitados. Se necesita tiempo para armar todo este tipo de cuestiones, es a un mediano o largo plazo.

De todos modos me parece una buena idea para revalorizar la actividad y el trabajo en el campo. Y que, a la vez, sirva como disparador para palear evitar que la población se vuelva “vieja” como en Escobar, ya que los hijos no continuaron con la actividad y hoy en día es difícil encontrar gente que quiera trabajar la tierra.

4- ¿Estaría dispuesto a abrir las puertas de su cultivo para mostrar parte del proceso productivo de las flores? ¿Se encuentra en condiciones de llevar a cabo este tipo de actividades?

En caso negativo, ¿por qué?

Por los mismos motivos explícitos en la pregunta anterior.

5- ¿Ha tenido experiencias de visitas a su cultivo? ¿Cómo cuales? Por ejemplo: Grupos de estudiantes de agronomía, del INTA, de escuelas, entre otros.

Recibía usualmente grupos de diferentes facultades de Agronomía de Lomas de Zamora, Capital Federal y La Plata, los recibíamos con un aperitivo. Después me cansé, y empecé a dedicarme a otro rubro además de la plantinera.

6- ¿Encuentra algún aspecto negativo o amenaza en la actividad turística?

No veo ninguna amenaza en la actividad, es más creo que es una actividad con grandes oportunidades y aspectos positivos.



7- ¿Cree usted que sería posible generar asociativismo entre los diferentes productores para realizar este tipo de actividades? ¿Qué piensa acerca de esto?

Si, es necesario generar asociativismo. Por ejemplo, hay que organizar 3 o 4 cultivos para que muestren las diferentes variedades, y luego asociarse con el rubro gastronómico o hacer algo al respecto, ya que el servicio debe incluir un almuerzo o merienda, depende el momento del día en que se realice la visita.

Nombre y apellido de los entrevistados: **Germán Guerreiro Veiga.**
Edith da Silva Faisca.

Fecha: 28/02/2014

Hora: 17pm.

Lugar del cultivo (dirección aproximada): 460 e/ 202 y 208.

Años de cultivo: Iniciación en 1980 (Abasto).

¿Qué tipo de flores cultivan?

Especialidad en Gerberas y alstroemerias.

¿Son productores y vendedores?

Productores, vendedores en el Mercoflor y CAF.

Preguntas:

1- ¿Usted conoce las bondades de la actividad vinculada con el turismo rural? Por ejemplo, que puede ofrecer oportunidades económicas complementarias a su actividad principal, en este caso, la producción y venta de flores.

Si, de un cierto modo conocemos. El tipo de turismo de estancias, “La Campiña” de Mónica y César. Ambos fuimos a Mendoza y recorrimos bodegas. En sí de los beneficios específicamente desconocemos.

2- Desde su punto de vista, ¿Cree que la floricultura podría convertirse en un atractivo turístico para La Plata? En base a que el partido de La Plata, es el



principal productor de flores de corte bajo cubierta del Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA).

A raíz de las encuestas que realizaste, y por experiencias personales, por ejemplo tenemos conocidos que quieren ver cómo es la plantación de la Gerbera, creemos puede ser una buena idea convertir la actividad florícola, como atractivo turístico. Para que la gente reconozca el trabajo que hacemos, vean el ciclo productivo y sepan que una flor o planta no se cultiva de un día para el otro, lleva tiempo. Sería una forma de revalorizar nuestra actividad.

3- ¿Le interesaría sumarse de alguna forma a la actividad turística? Por ejemplo, formando parte de un circuito agro turístico.

En caso de que la respuesta sea negativa, ¿Por qué no le interesa la propuesta?

Si, a un mediano o largo plazo, ya que implica un proceso por ejemplo armar los invernáculos para recibir a la gente, organizar un esquema de recorrido o itinerario, preparar folletería para mostrar, se puede mostrar en una pantalla la historia de la floricultura, la proyección de las etapas productivas y otras cuestiones, como hacen en las bodegas en Mendoza.

Uno de los problemas que veo por parte de la comunidad, es el tema de los jóvenes. Nos preocupa ese tema, no sabemos si las generaciones venideras continuarán con los cultivos, en mi caso con mis hijos. Esto sería una manera interesante de buscarle la vuelta (Edith).

4- ¿Estaría dispuesto a abrir las puertas de su cultivo para mostrar parte del proceso productivo de las flores? ¿Se encuentra en condiciones de llevar a cabo este tipo de actividades?

En caso negativo, ¿por qué?

Si, estaríamos dispuestos a un mediano o largo plazo, ya que actualmente el cultivo no está preparado para recibir turistas, hay que acondicionarlo.

5- ¿Ha tenido experiencias de visitas a su cultivo? ¿Cómo cuales? Por ejemplo: Grupos de estudiantes de agronomía, del INTA, de escuelas, entre otros.

No, nunca hemos tenido experiencias de visitas al cultivo.



Al mercado, Mercoflor, vienen grupos de extranjeros, por ejemplo japoneses a ver lo que producimos, las visitas son organizadas por la gerente general Yuka Yamahuaki (Germán).

6- ¿Encuentra algún aspecto negativo o amenaza en la actividad turística?

Por el momento no vemos ninguna amenaza, si no al contrario.

7- ¿Cree usted que sería posible generar asociativismo entre los diferentes productores para realizar este tipo de actividades? ¿Qué piensa acerca de esto?

Si, sería una buena opción que se sumen cultivos que produzcan diferentes variedades de flores, como los que se especializan en Rosas, Lilioms, Gerberas y cultivos varios. Así los visitantes pueden disfrutar de experiencias distintas.

Nombre y apellido del entrevistado: **Fabián Akashima.**

Fecha: 26/03/2014

Hora: 9.30am

Lugar del cultivo (dirección aproximada):
Calle 427 y 201.

Años de cultivo: Iniciación aproximada en 1985.

¿Qué tipo de flores cultivan?
Actualmente cultivamos rosas.

¿Son productores y vendedores?
Si. Las cultivamos, y la venta la realizamos en el mercado de flores, Mercoflor.

Preguntas:

1- ¿Usted conoce las bondades de la actividad vinculada con el turismo rural? Por ejemplo, que puede ofrecer oportunidades económicas complementarias a su actividad principal, en este caso, la producción y venta de flores.



Si conozco. He escuchado sobre el turismo rural.

2- Desde su punto de vista, ¿Cree que la floricultura podría convertirse en un atractivo turístico para La Plata? En base a que el partido de La Plata, es el principal productor de flores de corte bajo cubierta del Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA).

Yo creo que hoy no, es difícil. Quizás en un futuro a largo plazo, cuando haya mayor información, estructura e ideas. Inclusive que los cultivos se desarrollen más.

3- ¿Le interesaría sumarse de alguna forma a la actividad turística? Por ejemplo, formando parte de un circuito agro turístico.

En caso de que la respuesta sea negativa, ¿Por qué no le interesa la propuesta?

Actualmente no me interesa. Porque creo que para recibir visitas turísticas deberíamos tener un cultivo muy ordenado. Por ejemplo el mantenimiento: tener el campo limpio, mantener el pasto corto, que los invernáculos y los nylon no estén rotos, etcétera.

Se necesita tiempo y de una persona capacitada para realizar el recorrido.

Y hasta la ubicación de los cultivos podría afectar, ya que muchos están lejos o en zonas difíciles de acceder por la mala condición de las calles.

Creo que hoy muy pocos cumplimos con estos requisitos para recibir turismo.

4- ¿Estaría dispuesto a abrir las puertas de su cultivo para mostrar parte del proceso productivo de las flores? ¿Se encuentra en condiciones de llevar a cabo este tipo de actividades?

En caso negativo, ¿por qué?

No. Por el momento no estoy dispuesto. Las razones son las mismas que di en las preguntas anteriores (2 y 3).

5- ¿Ha tenido experiencias de visitas a su cultivo? ¿Cómo cuales? Por ejemplo: Grupos de estudiantes de agronomía, del INTA, de escuelas, entre otros.

Si hemos recibido visitas de ingenieros agrónomos, personal del INTA y productores amigos.

6- ¿Encuentra algún aspecto negativo o amenaza en la actividad turística?



De concretarse y ser real el turismo creo que no habría ningún aspecto negativo.

7- ¿Cree usted que sería posible generar asociativismo entre los diferentes productores para realizar este tipo de actividades? ¿Qué piensa acerca de esto?

Es difícil. Los cultivos se caracterizan por ser egoístas. Cada productor tiene su forma de cultivar, de vender, de pensar y de ser. Y con este tema pasaría lo mismo, va haber muchas ideas, opiniones, posturas, y no va a ser fácil ponerse de acuerdo.

Creo que el turismo rural a los cultivos como idea es factible, pero bajado a la realidad está muy lejos de concretarse. Insisto en que hoy se tienen que superar muchos obstáculos, cambiar cosas y proponer ideas para que esto sea posible.

Nombre y apellido del entrevistado: **Maco Hatanaka.**

Fecha: 26/03/2014

Hora: 10.45am.

Lugar del cultivo (dirección aproximada):

183 y 474, Colonia Urquiza.

Años de cultivo:

La primera generación comenzó con la floricultura en 1967, yo comencé en 1997 con producción propia, y soy de segunda generación en la actividad.

¿Qué tipo de flores cultivan?

Actualmente cultivamos Rosas, Liliun y Gerberas.

¿Con qué estructura o tecnología cuenta?

Contamos con última tecnología. Actualmente, estamos construyendo invernáculos de origen francés, son mecánicos, automáticos. Además, contamos con invernaderos colombianos.

En cuanto al trabajo en la tierra, hacemos compost como abono para el suelo, incorporando materia orgánica.

¿Son productores y vendedores?

Si. Las cultivamos, y la venta es de manera particular.



Preguntas:

1- ¿Usted conoce las bondades de la actividad vinculada con el turismo rural? Por ejemplo, que puede ofrecer oportunidades económicas complementarias a su actividad principal, en este caso, la producción y venta de flores.

Si conozco. He escuchado sobre el turismo rural y sus beneficios.

2- Desde su punto de vista, ¿Cree que la floricultura podría convertirse en un atractivo turístico para La Plata? En base a que el partido de La Plata, es el principal productor de flores de corte bajo cubierta del Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA).

Si, tranquilamente puede convertirse en un atractivo turístico. Indirectamente la zona productiva se revalorizaría.

Respecto al Periurbano Platense, preocupa el tema del avance de la urbanización, dentro de poco van a comenzar a venderse los cultivos si todo sigue así. Además, hay preocupación por las generaciones venideras, si continuarán o no con los cultivos.

3- ¿Le interesaría sumarse de alguna forma a la actividad turística? Por ejemplo, formando parte de un circuito agro turístico.

En caso de que la respuesta sea negativa, ¿Por qué no le interesa la propuesta?

Si bien vamos a la realidad nosotros estamos acostumbrados a recibir gente, de ahí en más que lo haga en forma comercial es otro tema. Porque por lo general los que vienen son profesionales o que tienen un interés en intercambio de trabajo, son interesados en el trabajo en sí. Pero esto es turismo, es totalmente diferente, es lucro. Además, hay que preparar a la gente. No es lo mismo que venga un profesional a ver qué data tiene tal o cual planta, cómo funciona, si sirve o no económicamente, a un grupo de personas que vengan de paseo, por ocio.

Con el turismo viene gente que no tiene nada que ver con el lucro, vienen a “pasear”, entonces para mí hay que tomarlo como un negocio, y a mi no me gusta mezclar los negocios.

Yo creo que va a funcionar el negocio que planteas, está bueno, porque si vamos a la realidad a un montón de gente que tiene interés en conocer una vez cómo es el circuito productivo, eso está bárbaro. Pero de ahí en más que yo lo quiera hacer, personalmente si vos me lo decís, yo te digo que no.

A lo que voy, a futuro si lo armas como un negocio, puede resultar tranquilamente.

4- ¿Estaría dispuesto a abrir las puertas de su cultivo para mostrar parte del proceso productivo de las flores? ¿Se encuentra en condiciones de llevar a cabo este tipo de actividades?

En caso negativo, ¿por qué?

No, porque pareciera que te lleva poco tiempo pero en realidad no es así, porque una semana antes uno tiene que estar preparando todo, limpiando, parquizando, entre otros. Hay pocos cultivos que se encuentran preparados y ordenados como para recibir gente.

Si yo tendría que hacer esto como un negocio turístico, hay que preparar el lugar para hacer turismo. Hay un montón de gastos extras, como tener empleados para guiar los grupos, gastos en infraestructura, entre otras, que implican otro negocio. Hay que encararlo como un negocio totalmente aparte.

Sí alguien el día de mañana hace algo al respecto, a través de un programa o itinerario, vamos a ayudar, no siempre pero una vez cada dos meses, una vez al mes no habría problema, pero durante un tiempo nada más.

5- ¿Ha tenido experiencias de visitas a su cultivo? ¿Cómo cuales? Por ejemplo: Grupos de estudiantes de agronomía, del INTA, de escuelas, entre otros.

Las visitas que se hacen a mi cultivo son netamente técnicas, están orientadas a colegas y estudiantes de agronomía, que vienen alrededor de cuatro veces al año de diferentes universidades, son futuros ingenieros, quienes, a su vez, pueden venir a hacer pasantías o trabajar. Obviamente, sirve como medio para desarrollar el marketing también.

6- ¿Encuentra algún aspecto negativo o amenaza en la actividad turística?



Yo no lo veo negativo, si no positivo. Podría servir para que luego la gente compre más seguido plantas o flores para decorar sus casas, por ejemplo.

7- ¿Cree usted que sería posible generar asociativismo entre los diferentes productores para realizar este tipo de actividades? ¿Qué piensa acerca de esto?

Hoy en día, se está armando el “Cluster Florícola”, desde allí se puede llegar a organizar lo que es turismo de la floricultura o de la maceta. Incluso podría llegar a funcionar bien desde las cooperativas, por ejemplo se recorre el mercado de la planta, abrir un día en la semana exclusivamente para terceros, si quieren venden o no, y sería un ingreso más para los productores. Si se llega a realizar, hay que hacerlo vía Cooperativa.

Nombre y apellido del entrevistado: **José da Silva.**

Fecha: 07/03/2014.

Hora: 15.30pm.

Entrevistado: Plantinera de flores de corte y hortalizas.

Lugar: 460 e/ ruta 36 y 202, Abasto.

Años de cultivo: Comencé con cultivo de flores de corte, después continué con plantinera de flores de corte (especializada en variedades de Crisantemos) desde 1985, y hace 10 años añadí plantines de hortalizas.

Preguntas:

1- ¿Usted conoce las bondades de la actividad vinculada con el turismo rural? Por ejemplo, que puede ofrecer oportunidades económicas complementarias a su actividad principal, en este caso, la producción y venta de flores.

Si, algo acerca del turismo rural por ejemplo lo que se hace en Mendoza con los caminos del vino y demás. No conozco en profundidad sobre los beneficios del turismo.



2- Desde su punto de vista, ¿Cree que la floricultura podría convertirse en un atractivo turístico para La Plata? En base a que el partido de La Plata, es el principal productor de flores de corte bajo cubierta del Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA).

Si creo que es un atractivo turístico. Nosotros lo miramos como algo rutinario de hace 60 años de trabajo, pero a los turistas o visitantes que no son del rubro tal vez les interese ver qué hacemos porque es algo nuevo.

3- ¿Le interesaría sumarse de alguna forma a la actividad turística? Por ejemplo, formando parte de un circuito agro turístico.

En caso de que la respuesta sea negativa, ¿Por qué no le interesa la propuesta?

Si, es una idea interesante e innovadora, está bueno para que se conozca el trabajo que uno hace. Sería interesante anexar la plantinera dentro de un circuito turístico, ya que hay pocas.

Además, está bueno para que los jóvenes se impliquen en algunas actividades relacionadas con el trabajo de campo de sus padres y abuelos. Y de suma importancia también para darle importancia a la zona, para darle mayor categoría.

4- ¿Estaría dispuesto a abrir las puertas de su cultivo para mostrar parte del proceso productivo de las flores? ¿Se encuentra en condiciones de llevar a cabo este tipo de actividades?

En caso negativo, ¿por qué?

Si, estaría dispuesto a abrir las puertas de mi cultivo.

5- ¿Ha tenido experiencias de visitas a su cultivo? ¿Cómo cuales? Por ejemplo: Grupos de estudiantes de agronomía, del INTA, de escuelas, entre otros.

Usualmente vienen grupos de estudiantes de Agronomía, más que nada de Capital Federal. Vienen con un profesor, que como ya conoce la plantinera, les hace de guía. Más que nada porque no dispongo de tiempo como para hacer ese tipo de cosas, en caso de hacerse algo se lo delegaría a una persona que conozca de la plantinera o del tema.



También venían chicos de la Escuela Agraria N°1 de Abasto.

6- ¿Encuentra algún aspecto negativo o amenaza en la actividad turística?

No veo ninguna amenaza. Algo a tener en cuenta si vienen niños, es evitar que ingieran algo que tenga algún tipo de agroquímico. Tomar las precauciones necesarias respecto a los niños.

7- ¿Cree usted que sería posible generar asociativismo entre los diferentes productores para realizar este tipo de actividades? ¿Qué piensa acerca de esto?

Si, habría que asociarse entre algunos productores para armar un circuito completo.

Nombre y apellido del entrevistado: **Katsumi Nishida.**

Fecha: 1/04/2014.

Hora: 11am.

Lugar del cultivo:

472 e/ 199 y 202, Abasto.

Años de cultivo:

Comencé en 1994, es segunda generación. Primer productor en cultivar la variedad Gerberas en Argentina.

¿Qué tipo de flores cultivan?

Gerberas (origen Holandés) y algo de follaje.

¿Son productores y vendedores?

Productor, y vendedor en el Mercado Central de Barracas.

Preguntas:

1- ¿Usted conoce las bondades de la actividad vinculada con el turismo rural? Por ejemplo, que puede ofrecer oportunidades económicas complementarias a su actividad principal, en este caso, la producción y venta de flores.



Si, conozco he ido a visitar bodegas, por ejemplo. También tengo un amigo con una gran producción de Kiwi en Vieytes, Buenos Aires y suele apuntar a este tipo de cosas, hace recorridos por la plantación y va gente a pasar el día.

Nosotros como grupo desde la Asociación Japonesa de La Plata (AJLP) recorremos cultivos de flores, el año pasado visitaron cultivos de Mendoza y San Luis, este año de visitarán de Mar del Plata y Necochea. Y como grupo siempre nos planteamos la idea de hacer algo semejante acá en Colonia Urquiza, y generar ese intercambio.

2- Desde su punto de vista, ¿Cree que la floricultura podría convertirse en un atractivo turístico para La Plata? En base a que el partido de La Plata, es el principal productor de flores de corte bajo cubierta del Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA).

Sí, creo podría ser un atractivo turístico.

El tema del avance de la urbanización es un asunto preocupante, eso fue lo que pasó en Escobar y a raíz de ello ya no se puede cultivar. El turismo sería una manera de buscarle la vuelta al asunto, para valorizar la actividad y que no pase lo mismo que en Escobar.

3- ¿Le interesaría sumarse de alguna forma a la actividad turística? Por ejemplo, formando parte de un circuito agro turístico.

En caso de que la respuesta sea negativa, ¿Por qué no le interesa la propuesta?

Si, a un mediano o largo plazo ya que hay que acomodar el cultivo para recibir a la gente. Habría que invertir en un espacio para cuando llegue la gente, una especie de quincho para dar las charlas, y para comer si es que se ofrece un aperitivo o almuerzo.

No sirve de nada que lo gastronómico sea en una parrilla o lugar externo, si no que conviene ofrecer este servicio también, para lograr un beneficio económico mayor.

A su vez, uno puede vender parte de su producción y hacerse una cartera de clientes potenciales, al igual que lo hacen las bodegas con el vino.



4- ¿Estaría dispuesto a abrir las puertas de su cultivo para mostrar parte del proceso productivo de las flores? ¿Se encuentra en condiciones de llevar a cabo este tipo de actividades?

En caso negativo, ¿por qué?

Todo depende de la época. En primavera, de septiembre hasta marzo/abril podría ser, encantado. De todos modos, durante el resto del año se podría hacer, pero la producción más vistosa y agradable se encuentra en primavera-verano.

5- ¿Ha tenido experiencias de visitas a su cultivo? ¿Cómo cuales? Por ejemplo: Grupos de estudiantes de agronomía, del INTA, de escuelas, entre otros.

Si, unas cuantas veces han venido estudiantes de Agronomía. Por lo general, vienen dos veces al año. Además, recibimos visitas de INTA.

6- ¿Encuentra algún aspecto negativo o amenaza en la actividad turística?

No encuentro nada negativo al respecto. Nunca hubo problemas cuando vinieron a visitar el cultivo.

7- ¿Cree usted que sería posible generar asociativismo entre los diferentes productores para realizar este tipo de actividades? ¿Qué piensa acerca de esto?

Si, sería una posibilidad.

Desde el Club Japonés tenemos un grupo de estudio, y muchas veces nos hemos planteado la idea de crear un tipo de excursión, como la de las bodegas en Mendoza pero con las flores. No sólo apuntando a estudiantes si no a los turistas en general. Armando una red de vinculación entre cuatro o cinco cultivadores, y cobrando una entrada.



Nombre y apellido del entrevistado: **Gastón Molina.**

Fecha: 28/03/2014.

Hora: 10am.

Lugar del cultivo (dirección aproximada):

474 e/ 178 y 182, Colonia Urquiza.

Años de cultivo:

En un principio era hortícola el cultivo, luego comenzamos con la floricultura en 1989, soy tercera generación en la actividad.

¿Qué tipo de flores cultivan?

Alstroemerias, Rosas y Caveles.

¿Son productores y vendedores?

Productores y vendedores en el Mercado Central de Barracas.

Preguntas:

1- ¿Usted conoce las bondades de la actividad vinculada con el turismo rural? Por ejemplo, que puede ofrecer oportunidades económicas complementarias a su actividad principal, en este caso, la producción y venta de flores.

Si, conozco sobre el agroturismo en Mendoza con los viñedos. No escuché hablar mucho, pero si sobre todo de la zona de Mendoza, de otros destinos tengo idea.

Conozco la Finca María Cristina, en Brandsen. Llevé un contingente de holandeses, vienen por el tema de las semillas de Alstroemerias y a ver las plantaciones, como no les gustaban los hoteles de la ciudad de La Plata los llevé allí.

2- Desde su punto de vista, ¿Cree que la floricultura podría convertirse en un atractivo turístico para La Plata? En base a que el partido de La Plata, es el principal productor de flores de corte bajo cubierta del Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA).



Creo que sí, sin duda se puede armar algo, porque no deja de ser publicidad para nosotros que, a mi criterio, es lo que le está faltando a la floricultura, para que despegue o mínimamente se mantenga. Revalorizar la actividad se logra mediante campañas de publicidad, dándote a conocer.

Si uno no comienza a hacer cosas de este tipo, va quedando rezagado.

Además, el turismo podría llegar a tomarse como un negocio paralelo y complementario.

3- ¿Le interesaría sumarse de alguna forma a la actividad turística? Por ejemplo, formando parte de un circuito agro turístico.

En caso de que la respuesta sea negativa, ¿Por qué no le interesa la propuesta?

Si, estaría bueno. Siempre y cuando sea bien organizado. Teniendo días y horarios pactados, como para más o menos tener todo armado.

Además, hay que acondicionar un poco los lugares para que sea medianamente pintoresco y prolijo.

Si vos destinas un lugar dentro del cultivo para los visitantes, se pueden organizar diferentes actividades. Algunos invernáculos, por ejemplo, pueden destinarse pura y exclusivamente para que ingresen los turistas, puedan cortar flores y llevarse su propio ramo.

Como uno no está acostumbrado a tener este tipo de visitas, se debería destinar un espacio para ellos. Mínimamente contar con un baño en condiciones, y un espacio parqueizado y en condiciones, donde la gente pueda servirse un aperitivo.

Con respecto al pos-venta estaría bueno otorgarle a la gente un listado de los diferentes puntos de venta de flores, como las florerías y mercados de flores, para fomentar su consumo posterior

4- ¿Estaría dispuesto a abrir las puertas de su cultivo para mostrar parte del proceso productivo de las flores? ¿Se encuentra en condiciones de llevar a cabo este tipo de actividades?

En caso negativo, ¿por qué?

Si, a un mediano o largo plazo, considerando las cuestiones de organización explícitas en la pregunta anterior.



5- ¿Ha tenido experiencias de visitas a su cultivo? ¿Cómo cuales? Por ejemplo: Grupos de estudiantes de agronomía, del INTA, de escuelas, entre otros.

Si, varias veces. Sobre todo de estudiantes de la Universidad Nacional de La Plata, y personal del INTA de Castelar.

6- ¿Encuentra algún aspecto negativo o amenaza en la actividad turística?

Sin analizarlo demasiado, a primera vista no veo ningún aspecto negativo. Inclusive, me parece una idea positiva, para que dentro de la estructura de gobierno se empiece a conocer un poco más sobre la floricultura, que hoy por hoy es una actividad económica muchas veces “olvidada”.

7- ¿Cree usted que sería posible generar asociativismo entre los diferentes productores para realizar este tipo de actividades? ¿Qué piensa acerca de esto?

Si o sí debe hacerse a nivel institucional, desde la CAF, Mercoflor y/o Asociación Argentina de Floricultores y Viveristas. Básicamente mediante estos tres actores. A partir del “*Cluster Florícola*”, ha comenzado a haber una relación más fluida entre los productores pertenecientes a los diferentes mercados. En la medida en que no se haga nada en común, en conjunto, las diferencias y malentendidos van a seguir existiendo, por eso destaco la importancia del asociativismo.

Lo que hay que dar a conocer es la “Flor” como producto, no la Cooperativa o Mercoflor, la gente tiene que consumir ese producto, de esa manera va a trabajar el florista, y sí el florista trabaja, trabajamos todos (mayoristas). Para dar a conocer la “Flor” uno sólo no lo puede hacer, tienen que implicarse todos los que de ello se benefician.

Nombre y apellido del entrevistado: **Nancy Matías.**

Andrea Matías.

Fecha: 12/03/2014

Hora: 15.30pm

Lugar del cultivo (dirección aproximada):

202 e/ 472 y 483, Abasto.



Años de cultivo: 45 años hace que tenemos el cultivo, somos de segunda generación en la actividad.

¿Qué tipo de flores cultivan?

Fresias, Alstroemerias.

¿Son productores y vendedores?

Productores y vendedores en el Mercado Central de Barracas.

Preguntas:

1- ¿Usted conoce las bondades de la actividad vinculada con el turismo rural? Por ejemplo, que puede ofrecer oportunidades económicas complementarias a su actividad principal, en este caso, la producción y venta de flores.

Conocemos el tema del turismo rural relacionado a la viticultura, y el Camino de la Yerba Mate, como el establecimiento “Las Marías”. Además, la estancia de los famosos periodistas Mónica y César.

2- Desde su punto de vista, ¿Cree que la floricultura podría convertirse en un atractivo turístico para La Plata? En base a que el partido de La Plata, es el principal productor de flores de corte bajo cubierta del Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA).

Si, de hecho ya lo es. Por algo catalogan a La Plata como la Capital de la Flor.

En realidad la floricultura no está explotada turísticamente, pero no significa que no pueda lograrse, al contrario, es una buena idea. Lo hacen con otros productos por qué no se va a poder hacer con las flores, que ya de por sí son atractivas.

Lo único que, a diferencia de otros productos, faltaría anexarle de alguna manera una parte gastronómica.

3- ¿Le interesaría sumarse de alguna forma a la actividad turística? Por ejemplo, formando parte de un circuito agro turístico.

En caso de que la respuesta sea negativa, ¿Por qué no le interesa la propuesta?



Si, en un futuro podríamos llegar a sumarnos. Con el testeo que hiciste, te da la pauta que se puede llegar a armar algo.

La gente en general se interesa por la actividad florícola. Un ejemplo, a nivel local, es la concurrencia que tiene el Campo Libre *Mizujó*, la gente quiere ver cosas distintas, salen de la ciudad y vienen a disfrutar de actividades rurales.

Es una buena propuesta, para dar a conocer el proceso productivo, ya que siempre ven el producto final terminado (paquetes de flores), y no aprecian todas las instancias; la gente se intriga y tiene muchas inquietudes con las cuestiones que implican el manejo y cuidado de las plantas.

4- ¿Estaría dispuesto a abrir las puertas de su cultivo para mostrar parte del proceso productivo de las flores? ¿Se encuentra en condiciones de llevar a cabo este tipo de actividades?

En caso negativo, ¿por qué?

Si, en un futuro. Lleva tiempo organizar un emprendimiento para la recepción de visitantes.

5- ¿Ha tenido experiencias de visitas a su cultivo? ¿Cómo cuales? Por ejemplo: Grupos de estudiantes de agronomía, del INTA, de escuelas, entre otros.

Muy pocas veces. Como por ejemplo un grupo del INTA, a cargo del Ingeniero Agrónomo de la CAF Conrado Pakoca, han venido a ver los bulbos de Fresias.

6- ¿Encuentra algún aspecto negativo o amenaza en la actividad turística?

No, por el momento no vemos ninguna amenaza en el turismo.

7- ¿Cree usted que sería posible generar asociativismo entre los diferentes productores para realizar este tipo de actividades? ¿Qué piensa acerca de esto?

Si, creemos que debería armarse una red y vincularse. Pautando un itinerario entre los productores dispuestos a abrir las puertas de sus cultivos al público.



Nombre y apellido del entrevistado: **Ricardo Sumihiro.**

Fecha: 01/04/2014

Hora: 17.30pm

Lugar del cultivo:

474 e/ 178 y 182, Colonia Urquiza.

Años de cultivo: Iniciación aproximada en 1994, segunda generación en la actividad.

¿Qué tipo de flores cultivan?

Rosas.

¿Son productores y vendedores?

Productores y vendedores en el Mercado Central de Barracas.

Preguntas:

1- ¿Usted conoce las bondades de la actividad vinculada con el turismo rural? Por ejemplo, que puede ofrecer oportunidades económicas complementarias a su actividad principal, en este caso, la producción y venta de flores.

Si, conozco del tema pero nunca he practicado turismo rural, ni tampoco se mucho acerca de sus beneficios.

2- Desde su punto de vista, ¿Cree que la floricultura podría convertirse en un atractivo turístico para La Plata? En base a que el partido de La Plata, es el principal productor de flores de corte bajo cubierta del Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA).

Si, podría ser un atractivo para la zona. De hecho creo ya lo es, por la importancia que le están dando a la floricultura, como por ejemplo con la celebración de la “Expo Flor” anualmente, en la República de los Niños.

3- ¿Le interesaría sumarse de alguna forma a la actividad turística? Por ejemplo, formando parte de un circuito agro turístico.

En caso de que la respuesta sea negativa, ¿Por qué no le interesa la propuesta?



Si, siempre y cuando se proyecte a un mediano o largo plazo, donde se coordinen días y horarios de visitas.

Además, estaría bueno que se integren diferentes productores, y que no siempre le toque al mismo.

4- ¿Estaría dispuesto a abrir las puertas de su cultivo para mostrar parte del proceso productivo de las flores? ¿Se encuentra en condiciones de llevar a cabo este tipo de actividades?

En caso negativo, ¿por qué?

Si, estaría interesado pero a un futuro. Lo que debería hacerse es invertir en infraestructura adicional y eso lleva tiempo.

5- ¿Ha tenido experiencias de visitas a su cultivo? ¿Cómo cuales? Por ejemplo: Grupos de estudiantes de agronomía, del INTA, de escuelas, entre otros.

No, nunca hemos recibido visitas.

6- ¿Encuentra algún aspecto negativo o amenaza en la actividad turística?

Por ahora te puedo decir que no veo nada negativo en la actividad, si no al contrario. Eso podrá verse una vez que se empiece a recibir a los turistas o visitantes.

7- ¿Cree usted que sería posible generar asociativismo entre los diferentes productores para realizar este tipo de actividades? ¿Qué piensa acerca de esto?

Cabe destacar que, como en todos los ámbitos de trabajo, hay diferencias en ideas con algunos productores, y es posible que haya conflictos al respecto. De todas formas, para darle mayor volumen a la actividad turística debería haber varios cultivadores implicados, sería muy difícil plantearlo uno sólo, individualmente.

Nombre y apellido de los entrevistados: **Jiroyuki Takahashi.**

Nicolás Takahashi.

Fecha: 20/03/2014

Hora: 17.30pm

Lugar del cultivo:

467 e/ 195 y 196 Colonia Urquiza.

Años de cultivo: Comienzo en 1992.

¿Qué tipo de flores cultivan?

Actualmente cultivamos rosas.

¿Son productores y vendedores?

Si, las cultivamos y vendemos en el Mercado Central de flores de Barracas.

Preguntas:

1- ¿Ustedes conocen las bondades de la actividad vinculada con el turismo rural? Por ejemplo, que puede ofrecer oportunidades económicas complementarias a su actividad principal, en este caso, la producción y venta de flores.

Si, hemos escuchado hablar de turismo rural, por ejemplo con la viticultura. Mucha idea sobre los beneficios no tenemos.

2- Desde su punto de vista, ¿Creen que la floricultura podría convertirse en un atractivo turístico para La Plata? En base a que el partido de La Plata, es el principal productor de flores de corte bajo cubierta del Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA).

Creo que podría convertirse en un atractivo turístico, ya que, por lo general, la gente se interesa por nuestra actividad florícola. Sobre todo la gente mayor. No sólo por la floricultura, si no también por el segmento de plantas de maceta.



3- ¿Les interesaría sumarse de alguna forma a la actividad turística? Por ejemplo, formando parte de un circuito agro turístico.

En caso de que la respuesta sea negativa, ¿Por qué no les interesa la propuesta?

Si, a un mediano o largo plazo nos gustaría sumarnos. Actualmente, no nos interesa porque creemos que para recibir visitas deberíamos tener el cultivo más ordenado. Por ejemplo buena parquización, que los invernáculos y nailon no estén rotos, entre otras. Se necesita tiempo y de una persona capacitada para realizar el recorrido, en caso de que ninguno de los dos tenga disponibilidad horaria.

Otro aspecto a considerar, no es nuestro caso, es la ubicación de las plantaciones, ya que muchos están lejos o en zonas de difícil acceso porque las calles están en malas condiciones.

4- ¿Estarían dispuestos a abrir las puertas de su cultivo para mostrar parte del proceso productivo de las flores? ¿Se encuentran en condiciones de llevar a cabo este tipo de actividades?

En caso negativo, ¿por qué?

Si, siempre y cuando no sean grupos en cantidades muy grandes. Debido a que sería más complicado organizar el recorrido y demás.

El tema es coordinar bien las visitas y todo lo que ello implica. Adaptar el cultivo para recibir a los visitantes. Cuestiones que tienen que ver con el orden, la infraestructura, y el tiempo para dedicarse a esta nueva actividad, el turismo.

Tal vez, podría encargarme de dar las charlas en el recorrido e interiorizar a los visitantes en el tema (Nicolás).

Notoriamente, hay cultivos que se encuentran en mejores condiciones que otros. Creemos que, hoy en día, hay muy pocos que cumplen con los requisitos para recibir visitantes o turistas.

5- ¿Han tenido experiencias de visitas a su cultivo? ¿Cómo cuales? Por ejemplo: Grupos de estudiantes de agronomía, del INTA, de escuelas, entre otros.



Si, hemos recibido visitas de estudiantes de Agronomía, también grupos de gente particular que visitaron previamente el cultivo de un vecino, quien se dedica también a la floricultura, y luego los trajo para que recorran el nuestro.

Los estudiantes de agronomía quedaban muy satisfechos y se los veía entusiasmados con los recorridos.

6- ¿Encuentran algún aspecto negativo o amenaza en la actividad turística?

No veo ningún aspecto negativo, creo sería una buena idea para que la gente aprecie nuestro trabajo, el trabajo del campo (Jiroyuki).

Tampoco veo ninguna amenaza, sería interesante para llamar la atención de nosotros, los jóvenes, y trabajar en algo relacionado a la actividad de nuestros padres o abuelos (Nicolás).

7- ¿Creen que sería posible generar asociativismo entre los diferentes productores para realizar este tipo de actividades? ¿Qué piensan acerca de esto?

Sería una buena idea, para que no siempre sea un único productor el que ofrece la visita guiada. Así también la gente puede apreciar los diferentes cultivos, con las particularidades correspondientes.

Nombre y apellido del entrevistado: **Víctor da Silva Sequeira.**

Fecha: 02/03/2014

Hora: 17pm

Lugar del cultivo:

460 e/ 202 y 208, Abasto.

Años de cultivo: Comienzo en 1988, tercera generación en la actividad.

¿Qué tipo de flores cultivan?

Alstroemerias, Crisantemos varios, Lisianthus.

¿Son productores y vendedores?



Si, producimos las flores y las vendemos en el Mercado Central de Flores en Barracas. Actualmente, también desempeño el cargo de síndico en la CAF.

Preguntas:

1- ¿Usted conoce las bondades de la actividad vinculada con el turismo rural? Por ejemplo, que puede ofrecer oportunidades económicas complementarias a su actividad principal, en este caso, la producción y venta de flores.

Si, el Turismo Rural es una actividad que se anexa a la actividad económica principal.

2- Desde su punto de vista, ¿Cree que la floricultura podría convertirse en un atractivo turístico para La Plata? En base a que el partido de La Plata, es el principal productor de flores de corte bajo cubierta del Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA).

Si, creo que sí. Tenemos el ejemplo acá en la zona con *Mizujo*.

3- ¿Le interesaría sumarse de alguna forma a la actividad turística? Por ejemplo, formando parte de un circuito agro turístico.

En caso de que la respuesta sea negativa, ¿Por qué no le interesa la propuesta?

Si, cualquiera que esté consiente de mostrar la actividad que desarrolla puede sumarse, es parte también del conocimiento. Informar al ciudadano, mostrarle cómo es la actividad y los cultivos es una forma de que nosotros activemos la actividad florícola y hagamos que progrese y evolucione en el tiempo.

4- ¿Estaría dispuesto a abrir las puertas de su cultivo para mostrar parte del proceso productivo de las flores? ¿Se encuentra en condiciones de llevar a cabo este tipo de actividades?

En caso negativo, ¿por qué?

Si, pero hay que reacondicionar parte de la infraestructura para hacer turismo. Hoy por hoy los cultivos no están preparados. Uno tiene que tener mínimo un estar o espacio público, que cuente con baño, por ejemplo.



5- ¿Ha tenido experiencias de visitas a su cultivo? ¿Cómo cuáles? Por ejemplo: Grupos de estudiantes de agronomía, del INTA, de escuelas, entre otros.

Si, grupos de estudiantes de la Facultad de Agronomía; personal del INTA; grupos de productores para intercambio de información y experiencias, los grupos siempre asesorados por ingenieros agrónomos.

6- ¿Encuentra algún aspecto negativo o amenaza en la actividad turística?

Los productores son muy “cerrados” en su actividad, y la mayoría tiene miedo a la apertura de sus cultivos a causa de la inseguridad. Al estar “abierto al público” es como que uno queda muy expuesto.

Habría que pactar días y horarios, y que la gente se comuniqué previamente antes de realizar la visita.

7- ¿Cree usted que sería posible generar asociativismo entre los diferentes productores para realizar este tipo de actividades? ¿Qué piensa acerca de esto?

Más bien sería agruparse, que haya un grupo de productores para fortalecer y hacer realmente interesante la actividad turística, y para apreciar realmente cómo es la actividad florícola, ya que no todos los productores trabajamos de la misma forma, al igual que las especies varían, entonces estaría bueno asociar cultivos especializados en diferentes especies, para que los turistas puedan apreciar la actividad florícola en su conjunto.

Además, la infraestructura o espacio para atender al público tendría que ser parecida, en común, al igual que la metodología y recibimiento de la gente, habría que ponerse de acuerdo y hacer armar algo similar. Apuntando a un modelo de imagen, al marketing y demás, para que los emprendimientos de turismo rural sigan avanzando y para identificarse de los demás, como un distintivo de la agrupación.

Nosotros somos productores individuales pero, a su vez, estamos todos agrupados en cooperativas, entonces tal vez con las cooperativas (CAF y Mercoflor) y las distintas instituciones que ya han trabajado con los productores, sumado por ejemplo el “Cluster Florícola” que también está el sector de viveros, y la gente de la Facultad, o mismo tú proyecto incorporarlo de alguna forma. Ya hay proyectos armados, el tema es mejorarlos y hacerlos viables.



Nombre, apellido y cargos de los entrevistados: **Amaro Mathieur**, Presidente de CAF.
Roxana Chalukian, Secretaria de CAF.

Fecha: 09/04/2014

Hora: 10.30am

Lugar: Mercado Central de Flores y Plantas, Barracas.

Preguntas:

1- ¿Conocen las bondades de la actividad vinculada con el turismo rural? Por ejemplo, que puede ofrecer oportunidades económicas complementarias a su actividad principal.

Si, y se podía ejemplificar con los viajes realizados normalmente una vez al año, por los socios desde la CAF. Productores, socios e ingenieros agrónomos, recorren cultivos de flores y, a su vez, visitan mercados de venta principalmente de Europa, como el de España, y la subasta de flores en Aalsmeer, Holanda.

A partir de los viajes que se organizan al extranjero, generalmente a Holanda y España, viajes que apuntan a un tipo de turismo educacional y técnico, surge la idea de generar algún tipo de intercambio o interés con quienes nos reciben en los mercados de flores y cultivos de allá, y hacer hincapié para que ellos también puedan venir a visitar nuestros cultivos y mercados. Más allá, que a nivel tecnología y demás Europa se encuentre a un nivel superior, sin embargo, puede focalizarse desde un punto de vista pintoresco o comercial para potenciales negocios. Tal vez, habría que apuntar a realizar este tipo de intercambios primero dentro de Latinoamérica con países como Chile y Uruguay, ya que no tienen gran desarrollo de la floricultura como en nuestro país. Es una propuesta interesante para plantearse.

2- Desde su punto de vista, ¿Creen que la floricultura podría convertirse en un atractivo turístico para La Plata? En base a que el partido de La Plata, es el principal productor de flores de corte bajo cubierta del Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA).

Hace años venimos hablando de posicionar el Mercado Central de Flores y Plantas en Barracas, como un atractivo turístico. No lo pensamos con la sucursal del Mercado localizado en La Plata, ya que no maneja un flujo de personas como el de Barracas. En Barracas, contamos con la ventaja de que es un barrio muy tradicional, ubicado

cerca del barrio La Boca, y podría captarse todo el flujo de turistas que llegan a Capital Federal. El único inconveniente que nos preocupa es el tema del horario, es muy acotado, y no contamos con un espacio donde permanentemente se estén exhibiendo las flores y plantas, como para que la gente venga y pueda visitarlo en cualquier momento. Al Mercado de La Plata habría que pensarlo, como parte de un circuito productivo. Sería interesantísimo potenciar, en todo lo que concierne a la actividad florícola, como un atractivo turístico.

3- ¿Les interesaría sumarse de alguna forma a la actividad turística? Por ejemplo, que los Mercados formen parte de un circuito turístico.

En caso de que la respuesta sea negativa, ¿Por qué no les interesa la propuesta?

Desde la Cooperativa, hay varias cuestiones que atender a diario, pero es una linda propuesta a considerar en un mediano o largo plazo.

De todas maneras, antes habría que volver posicionar la “Flor” como producto, implica todo un trabajo integral. Para lograr llevar a cabo este tipo de actividades, primero hay que volver a captar el interés de la gente por consumir flores, ya que a raíz de la crisis y cambios de hábitos se está perdiendo. Al contrario de un país como Holanda, donde las flores forman parte del consumo diario.

A partir del segmento “Eventos” (exposiciones, fiestas), la actividad florícola de algún modo está resurgiendo, pero lo que nos falta es que la gente consuma a diario o semanalmente flores, digamos, que lo tengan asumido como “algo más” de las costumbres de su vida. Estas cuestiones implican gastos y demandan mucho tiempo, porque también habría que cambiar la idiosincrasia de una generación completa que hemos perdido.

4- ¿Ha tenido experiencias de visitas al Mercado? ¿Cómo cuáles? Por ejemplo: Grupos de estudiantes de agronomía, del INTA, de escuelas, entre otros.

Si, a lo largo del año visitan el Mercado de Barracas diferentes grupos de las facultades o gente del rubro, siempre con previa autorización.

La profesora de Arte Floral, Viviana M. trae grupos de decoradores y floristas oficiales a recorrer el Mercado y también los lleva a diferentes cultivos. Además de ser algo propiamente educativo, sus alumnos toman la visita como una excursión.

Actualmente, hay programadas visitas para escuelas con capacidades diferentes a cargo también de la misma profesora.

Nombre, apellido y cargo del entrevistado: **Conrado Pakoca**, Ing. Agrónomo CAF.

Fecha: 11/09/2012

Hora: 11am.

Preguntas:

1- ¿Usted conoce las bondades de la actividad vinculada con el turismo rural?

Lo que conozco de turismo relacionado a lo rural, es a partir de los viajes internacionales realizados normalmente una vez al año, organizados desde la Cooperativa Argentina de Floricultores Ltda (CAF). Recorremos cultivos y visitamos mercados de venta, principalmente de Europa, como el *Mercat de Flor i Planta Ornamental* en Vilassar de Mar, en España, y la famosa subasta de flores “*Bloemenveiling*” en Aalsmeer, Holanda.

Visitamos empresas líderes en introducción de nuevas variedades de flores como *Kordes Roses*, donde fuimos atendidos por sus dueños y las explicaciones estuvieron a cargo de un Ingeniero Agrónomo. Se visitó también la exposición *International Floriculture Trade Fair* (IFTF), y *Hortifair* en Amsterdam.

2- Desde su punto de vista, ¿Cree que la floricultura podría convertirse en un atractivo turístico para La Plata? En base a que el partido de La Plata, es el principal productor de flores de corte bajo cubierta del Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA).

Sí, creo es una idea interesante e innovadora. Muchas veces se planteó la posibilidad de hacer algo con el turismo pero nunca se llegó a nada en concreto.

La Plata es el principal productor de Flores de Corte mientras que el Partido de Escobar es el primero en producción de plantas en maceta o plantines.

3- ¿Encuentra algún aspecto negativo o amenaza en la actividad turística?



No, al contrario. Lo veo como una buena alternativa económica y de bajo impacto ambiental para el agro.

Nombre, apellido y cargo del entrevistado: **Yuka Yamahuaki**, Gerente Gral. Mercoflor.

Fecha: 09/03/2014

Entrevista vía e-mail.

Preguntas:

1- ¿Cómo está conformada la Cooperativa Mercoflor?

Los productores se clasifican en socios y usuarios. A su vez, se dividen de acuerdo al rubro en: flores de corte y plantines o plantas (viveros).

Los socios en total son 135, de los cuales 100 son de flores de corte y 35 de plantas y plantines.

Los usuarios son, aproximadamente, 90 productores de flor de corte y 3 de plantas de exterior.

De los 135 productores totales, 85 son los productores socios que tienen producción en el Partido de La Plata. Los 80 restantes son no socios.

5- ¿Han tenido experiencias de visitas al Mercado? ¿Cómo cuáles? Por ejemplo: Grupos de estudiantes de agronomía, del INTA, de escuelas, turistas, entre otros.

En relación a las visitas que recibimos en Mercoflor, provienen de diferentes canales. Respecto de esto lo que tratamos es de que el grupo, que previamente nos solicita visitar Mercoflor, nos comente cuál es su objetivo, en función de ello se los espera. Lo que tratamos es que el visitante se vaya del Mercoflor sintiéndose que fueron bien atendidos, lo que es una tarea bastante complicada.

Los canales son:



-INTA Vía Instituto de Floricultura o desde Colonia La Plata, generalmente se tratan de expertos que vienen del exterior y quieren conocer a los productores.

-Universidad de La Plata: desde la Facultad de Agronomía. También vamos a dar charlas en la cátedra de Introducción, contando sobre la actividad, y tenemos un vínculo importante con la cátedra de Paisajismo.

Universidad de Lomas de Zamora, tenemos las visitas de los estudiantes de Floricultura y Horticultura. Hemos hecho un convenio con la Maestría de Floricultura que se dicta en la misma Universidad.

Universidad Nacional de Florencio Varela, desde hace 2 años vienen estudiantes de la cátedra de Floricultura a visitar en Mercoflor.

Universidad de Buenos Aires (UBA): visitas de ingenieros y especialistas de la UBA y profesionales del exterior.

-Escuelas técnicas de Montes, Lomas de Zamora y La Plata.

-Productores regionales de Salta, Jujuy, Misiones, Corrientes y Mendoza.

-Estudiantes de Agronomía de la Universidad de Waseda, Tokyo (una vez al año).

-Intercambios permanentes de becas, visitas de expertos e intercambio de información con JICA.

-Municipalidad de La Plata.

-Embajada de Estados Unidos y Holanda.

-Estudiantes de Ciencias Económicas, para preparar sus tesis sobre cooperativismo. Y otros estudiantes como de la carrera de Geografía.

Con respecto a la Expo Flor, ¿Ha venido teniendo éxito?

Si, el año 2013 recibió aproximadamente 100.000 visitantes, en comparación con el año 2012 que superaron los 150.000. Pudo haberse debido al factor clima, ya que el último de celebración llovió hasta cierta hora.



Día: 11/03/2014

Hora: 10.30am

La floricultura, ¿Podría llegar a ser un atractivo turístico complementario a la oferta turística que ofrece la ciudad?

La floricultura ya es un atractivo turístico, por ejemplo a través de la celebración de la “Expo Flor”. Sin embargo, La Plata se tiene que “vestir de flores”. A través de diferentes acciones como ornamentar alguna fiesta especial de fin de año, tal como lo han hecho una vez en la entrada de la Catedral. La Plata tiene que dar a conocer la floricultura, y mostrar que somos uno de los principales productores de flor de corte a nivel nacional.

Con respecto a la complementariedad, el trabajo es cultura. Por ende, lo que concierne a la cultura es la transformación de la naturaleza por el hombre, con lo cual se complementa con las actividades productivas, en este caso la floricultura.

¿Alguna vez se plantearon la posibilidad de confeccionar o apoyar la creación de un circuito turístico por la zona de producción?

Siempre estuvo la idea y posibilidad de hacer algo al respecto, pero nunca se llegó nada en concreto.

He estado ahondando en la posibilidad de armar algo con el sector hortícola. Creo que es un sector económico muy avanzado también, he tenido contacto con un productor hortícola, de la localidad de Lisandro Olmos, que trabaja con semillas en cápsula y vende a todo el país.

Tenés que encontrar productores que puedan exhibir un lindo lugar, prolijo, y que cuenten con buena tecnología. Que la gente que visite los cultivos se sienta orgullosa de lo que produce La Plata.

Hay que apuntar a un circuito de temática didáctica. Donde la gente pueda ver cómo se produce y termina el proceso productivo. Además, hay que pensar en ofrecerle un servicio complementario, como el gastronómico.

Sería una buena alternativa trabajar con las escuelas, y valerse de la difusión en el tiempo, ya que el chico que aprendió sobre la floricultura no se lo olvida más, y puede transmitírselo a los demás.

¿De qué manera estarían dispuestos a colaborar para llevar a cabo actividades de turismo rural en el Cordón Periurbano Platense?

A través de la difusión. Desde la Cámara participa la Secretaría de Turismo de la Provincia, y los directores de turismo de municipios de la Región (Brandsen, Pipinas, Magdalena, Ensenada, Berisso). Dentro de la Cámara hay una Comisión Regional, y se hacen reuniones en cada lugar. Podríamos hacer una reunión en la zona productiva, una vez que esté armado el proyecto.

Nosotros vamos a tener una página Web más fuerte, así que lo podemos promocionar. También se puede incluir un programa de Turismo Rural en la Agenda Regional.

Si se organiza mediante la CAF, podemos hacer convenios conjuntamente.

Día: 27/06/2013

Hora: 10.30am.

La floricultura, ¿Podría llegar a ser un atractivo turístico complementario a la oferta turística que ofrece la ciudad?

Si, podría convertirse en un atractivo turístico, en la medida que los productores estén dispuestos a abrir las puertas de sus cultivos.

¿Alguna vez se plantearon la posibilidad de confeccionar o apoyar la creación de un circuito turístico por la zona de producción?

Siempre, desde EMATUR, tuvimos la idea de hacer turismo a partir de la floricultura, pero nunca se llegó a ningún acuerdo. A lo largo de estos años, sólo hemos tenido contacto con los productores a partir de la celebración de la “Expo Flor”.

Pienso que a otros sectores productivos, como el hortícola, y a diferencia de la floricultura, todavía les falta desarrollar cuestiones de Seguridad e Higiene, antes de dedicarse a recibir a turistas.

¿De qué manera estarían dispuestos a colaborar para llevar a cabo actividades de turismo rural en el Cordón Periurbano Platense?

Mediante difusión, a través de folletería en hoteles, oficinas de turismo y demás lugares públicos.

Fecha: 28/03/2014

Hora: 15.30pm.

¿Cómo surgió la idea del emprendimiento turístico? ¿En qué consiste?

A raíz de que no funcionó económicamente la producción de arándanos, surgió la idea de hacer un emprendimiento turístico. A la hora de reinvertir en la producción el dueño no lo vuelve a hacer, sino que simplemente mantiene la producción que le quedó en pie, entonces el campo termina teniendo sectores de arándanos.

Luego, el dueño estaba por vender el campo, y con mi hermano le hicimos esta propuesta, pero para ello habría que pensar en un proyecto turístico que recupere la inversión.

A nivel de planeamiento del código urbano se define como una zona rural intensiva, manteniendo el carácter productivo y dentro del carácter normativo, nos proponemos hacer un centro turístico ecológico. Constará de pequeñas cabañas que prioricen las energías alternativas, manteniendo las zonas productivas. También contará con una huerta orgánica, un único estacionamiento de vehículos para que los mismos no circulen constantemente por los caminos internos, los caminos serían irregulares, generando un circuito que respete lo ecológico y sea de baja densidad. Ya más retirado, un spa.

El encanto del centro turístico apunta a una experiencia de alojarse tres días en una cabaña de energías naturales, que justamente esa es la autonomía aproximada que tienen (72hs).

La producción de arándanos, a nivel mercado es una producción pequeña, será utilizada como materia prima para utilizar en productos elaborados, como mermeladas, vino, entre otros. Se prevé la venta de productos propios de la zona como flores, verduras de la huerta orgánica, y un poco de aquello que ofrece la zona, como las comidas típicas japonesas.



La idea, además, era instalar un pequeño invernáculo que muestre las diferentes variedades de flores, para que la gente vea lo que es un cultivo de flores; sería una parte de lo que ofrecería el centro turístico.

La cabañita, ya construida, funcionaría como una casa de té abierta al público en general, entonces durante el fin de semana la gente podrá tener acceso a este sitio.

Sería como una unidad de tierra que mantiene su capacidad productiva, pero paralelamente puede tener acceso a otras oportunidades económicas, como la casa de té, un spa y alojamiento. También se ofrecería un espacio para encuentros, congresos y visitas educativas.

¿Ustedes presentaron el proyecto ante la Municipalidad de La Plata?

Tenemos el expediente aprobado por la Municipalidad de La Plata, administrativamente está el visto bueno. Tuvimos que modificar varias cuestiones y adaptarlas al código de planeamiento de zona rural intensiva. La Municipalidad nos tiene que habilitar la posibilidad de construir.

Una vez aprobado el proyecto por la Municipalidad, pasas a la instancia de evaluación de impacto ambiental, y se publican edictos en el diario para notificar a los vecinos, para saber si hay oposición o no de los mismos. Ya toda esta etapa administrativa está cumplida.

¿Por qué eligieron Colonia Justo José de Urquiza para este emprendimiento?

La Colonia y alrededores, tiene un encanto de por sí que es la tranquilidad, propia de una semi ruralidad, ubicada a 50 minutos de Capital Federal y a 30 minutos de la ciudad de La Plata.

Cuenta con caminos adecuados para practicar deportes, como el ciclismo.

También tenemos la granja educativa “*Mizujo*”, y a su vez la celebración anual del festival “Bon Odori”, el cual convoca mucha gente.

Características propias del lugar tales como la implicancia del movimiento cooperativista (CAF, Mercoflor, Cooperativa Telefónica, entre otros).



La zona tiene todo el potencial. Tu propuesta de tesis es muy interesante, y destaco que para hacer un recorrido turístico en la Colonia tiene que haber una base de hospedaje.

¿Cómo sería la relación del Eco Centro Turístico con la floricultura?

Nuestro emprendimiento hará circular un flujo importante de turistas principalmente los fines de semana, es como un pequeño disparador para que otro en la zona haga lo suyo y se beneficie. Por ejemplo, un productor abre las puertas de su cultivo de flores para que lo visiten y compren mercadería (paquetes de flores). Después también tenés la potencialidad de venta de productos japoneses.

Nosotros mostraríamos sólo una parte de la floricultura. Desde luego, si la gente está interesada en visitar o recorrer una plantación florícola en tiempo y espacio real, podría hacer un tour por el mismo.

Si uno busca alternativas de esta índole, como el turismo, le da oportunidades al lugar.

ANEXO 2 GRÁFICOS ENCUESTAS

1. ¿Visitó alguna vez un cultivo de flores?

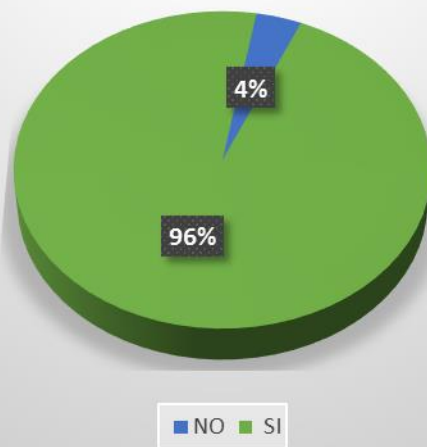
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NO	138	86,3	86,3	86,3
	SI	22	13,8	13,8	100,0
	Total	160	100,0	100,0	



2- ¿Le interesaría participar en una actividad rural visitando un cultivo florícola, en el Gran La Plata?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NO	6	3,8	3,8	3,8
	SI	154	96,3	96,3	100,0
	Total	160	100,0	100,0	

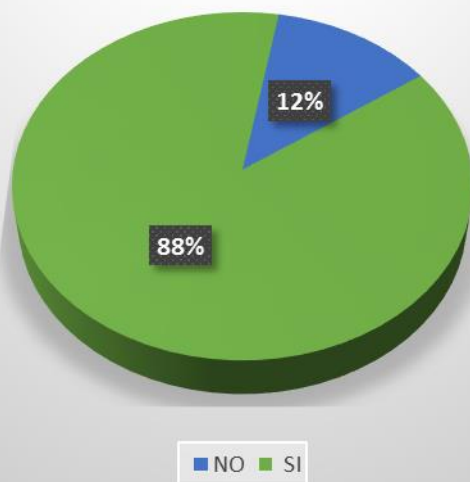
¿Le interesaría participar de una actividad rural, visitando un cultivo florícola?



3- ¿Reside en el partido de La Plata?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NO	20	12,5	12,5	12,5
	SI	140	87,5	87,5	100,0
	Total	160	100,0	100,0	

¿Reside en el Partido de La Plata?



ANEXO 3 FOTOS PRUEBA PILOTO







