

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA
CURSO SUPERIOR EM TECNOLOGIA EM GESTÃO DE TURISMO

MITILENE ABIGAIL FERREIRA GONZALEZ

**POSADA RURAL AZUMI: Una propuesta de turismo en espacio rural para Rio
Branco - UY**

JAGUARÃO

2024

UNIVERSIDAD FEDERAL DEL PAMPA
CURSO TECNÓLOGO DE GESTIÓN EN TURISMO

MITILENE ABIGAIL FERREIRA GONZÁLEZ

**POSADA RURAL AZUMI: Una propuesta de turismo en espacio rural
para Rio Branco - UY**

Trabajo de Conclusión presentado al Curso de Tecnología de Gestión en Turismo en la Universidad Federal del Pampa - UNIPAMPA, como requisito para la obtención del título de Tecnólogo en Turismo.
Orientadora: Profesora Ms. Juliana Rose Jasper.

Jaguarão

2024



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
 MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
 Universidade Federal do Pampa

MITILENE ABIGAIL FERREIRA GONZALEZ

POSADA RURAL AZUMI: Uma proposta de turismo em espaço rural para Rio Branco UT

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Tecnologia em Gestão de Turismo da Universidade Federal do Pampa, como requisito parcial para obtenção do Título de Tecnólogo em Turismo.

Trabalho de Conclusão de Curso defendido e aprovado em: 12 de dezembro de 2024.

Banco examinador:

Profa. Msc. Juliana Rose Jaeger
 Orientadora
 UNIPAMPA

Prof. Dra. Alice Leoni Silva
 UNIPAMPA

Prof. Dra. Alessandra Burial Farinha
 UNIPAMPA



Assinado eletronicamente por **ALESSANDRA BURIAL FARINHA, PROFESSOR DO MESTRADO SUPERIOR**, em 10/12/2024, às 16:17, conforme horário oficial de Brasília, de acordo com as normativas legais aplicáveis.



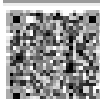
Assinado eletronicamente por **MITILENE ABIGAIL FERREIRA GONZALEZ, ALUNA**, em 20/12/2024, às 17:18, conforme horário oficial de Brasília, de acordo com as normativas legais aplicáveis.



Assinado eletronicamente por **JULIANA ROSE JAEGER, PROFESSOR DO MESTRADO SUPERIOR**, em 23/12/2024, às 12:29, conforme horário oficial de Brasília, de acordo com as normativas legais aplicáveis.



Assinado eletronicamente por **ALICE LEONI SILVA, PROFESSOR DO MESTRADO SUPERIOR**, em 23/12/2024, às 10:00, conforme horário oficial de Brasília, de acordo com as normativas legais aplicáveis.



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.unipampa.edu.br/sei/consultador_externo.php?acao=documento_consultar_documento_interno informando o código verificador **20241212** e o código CRC **87293001**.

Ficha catalográfica elaborada automaticamente com os dados fornecidos
pelo(a) autor(a) através do Módulo de Biblioteca do
Sistema GURI (Gestão Unificada de Recursos Institucionais) .

G383p González, Mitilene Abigail Ferreira
POSADA RURAL AZUMI: Una propuesta de turismo en espacio
rural para Río Branco - UY / Mitilene Abigail Ferreira
González.
56 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) -- Universidade
Federal do Pampa, GESTÃO DE TURISMO, 2024.
"Orientação: Juliana Rose Jasper".

1. Turismo em Espaços Rurais. 2. Pousada Rural. 3.
Hospedagem Rural. 4. Turismo Rural. 5. Rio Branco, Uruguai. I.
Título.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a mi orientadora Juliana Rose Jasper dedicar su tiempo y contribuir a este proyecto, así como también por la dedicación al en otras materias del curso.

Agradezco también, a las/os profesoras/es: Alice Leoti Silva, Alessandra Buriol Farinha, Francielle de Lima y Alexandre Caldeirão Carvalho por las sugerencias y contribuciones para éste proyecto, como también, por compartir sus conocimientos en cada materia.

Agradezco a todos los profesores del Curso por compartir su pasión por el turismo, contribuyendo para el crecimiento personal y profesional de cada uno de sus alumnos.

Agradezco a mi familia (Jaime Ferreira, Isabel González, Kevin Ferreira y Astrid Ferreira) por el apoyo para hacer este proyecto, por la educación que me han dado, la cual me ha permitido llegar hasta aquí, así como también, por compartirme su pasión por el turismo desde mi infancia.

Agradezco a Luana Apecetche, por el apoyo y la ayuda en la búsqueda de informaciones necesarias para éste trabajo académico.

Agradezco a mis amistades y colegas de curso por los mensajes alentadores y el apoyo ofrecido en todo momento.

RESUMEN

El objetivo general de este trabajo es proponer la creación de una posada rural en la propiedad de mi familia. El turismo en áreas rurales viene creciendo en Brasil y en Uruguay, principalmente después de la pandemia de COVID-19, ya que las personas buscan lugares más apartados donde no haya tanta contaminación. Por lo tanto, la frontera Río Branco (Uruguay) y Yaguarón (Brasil necesitan de más opciones de turismo, ya que hay pocos atractivos turísticos para que los visitantes decidan pasar más tiempo en dichas ciudades. Para el presente estudio fue utilizada la metodología de investigación aplicada, con estudio descriptivo y fue utilizada como técnica de investigación la recopilación y análisis de datos de la ciudad de Río Branco, como también, un inventario de la propiedad y su potencial. El resultado de la propuesta es la creación de la Posada Azumi, que comenzará ofreciendo apenas una unidad habitacional (UH) con baño completo privado, con desayuno, durante el verano. Con la posibilidad de ampliación para 3 UH en el futuro. Fueron planeadas varias actividades en la propiedad y su entorno, por medio de asociaciones para mostrar la vida en el campo y proporcionar una experiencia diferente, para desconectarse de la rutina diaria y conectarse con la naturaleza y la cultura del medio rural.

RESUMO

O objetivo geral deste trabalho é propor a criação de uma pousada rural na propriedade de minha família. O turismo em áreas rurais vem crescendo no Brasil e no Uruguai, principalmente após a pandemia do COVID-2019, pois, as pessoas procuram lugares mais afastados onde não tenha tanta poluição. Portanto, a fronteira Ríó Branco-UY e Yaguarón-RS necessitam de mais opções de turismo, já que há poucos atrativos turísticos para que os visitantes decidam permanecer mais tempo nas cidades. Para o presente estudo foi utilizado a metodologia de pesquisa aplicada, com estudo descritivo e foi utilizada como técnica de pesquisa a coleta e análise de dados da cidade de Ríó Branco, bem como um inventário do imóvel e seu potencial. O resultado da proposta é a criação da Pousada Azumi, que começará oferecendo apenas uma unidade habitacional - UH com banheiro completo privativo, com café da manhã, durante o verão. Com possibilidade de ampliação para 3 UH no futuro. Foram planejadas várias atividades na propriedade e no entorno, por meio de parcerias para mostrar a vida no campo e proporcionar uma experiência diferente, para desconectar-se da rotina diária e conectar-se com a natureza e com a cultura do meio rural.

Palavras-chave: Turismo. Espaço Rural. Meios de Hospedagem. Pousada.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1: LOCALIZACIÓN DE LA POSADA	10
FIGURA 2: CAPITALS CERCANAS A RÍO BRANCO	12
FIGURA 3: FESTIVAL "RÍO BRANCO LE CANTA AL YAGUARÓN"	25
FIGURA 4: SHOWS DE LA SEMANA DE RÍO BRANCO	26
FIGURA 5: GASTRONOMÍA URUGUAYA Y BRASILEÑA	27
FIGURA 6: GUASQUERIA LOCAL	27
FIGURA 7: EXPOSICIÓN DE ARTISTAS LOCALES	28
FIGURA 8: ARTESANÍAS EN TRAPILLO	29
FIGURA 9: PUENTE INTERNACIONAL BARÓN DE MAUÁ	30
FIGURA 10: AGRICULTURA FAMILIAR	31
FIGURA 11: HUERTA FAMILIAR	32
FIGURA 12: ANTIGUO GARAJE Y TROJA	32
FIGURA 13: LOGO DE LA POSADA AZUMI	33
FIGURA 14: CUARTOS DE LA ENTRADA	34
FIGURA 15: ATARDECER EN LA PROPIEDAD	34
FIGURA 16: MAPA DONDE ESTÁN SEÑALIZADOS LOS CAMINOS HACIA LA PROPIEDAD	35
FIGURA 17: EL FISCO	36
FIGURA 18: MAPA DE LA PROPIEDAD	37
FIGURA 19: ÁREA DE EUCALIPTOS	38
FIGURA 20: EJEMPLO DE ÁREA DE DESCANSO CON HAMACAS PARAGUAYAS.	39
FIGURA 21: EJEMPLO DE TIPO DE MESA	39
FIGURA 22: ÁREA PARA EL PARQUE INFANTIL DE CUBIERTAS	40
FIGURA 23: EJEMPLO DE PARQUE INFANTIL CON CUBIERTAS	40
FIGURA 24: LOCAL PARA CANCHA DE FÚTBOL Y DE TENIS.	41
FIGURA 25: EJEMPLO DE CANCHA DE FÚTBOL	41
FIGURA 26: ENTRADA DE LA CASA	42
FIGURA 27: EJEMPLO DE EL TIPO DE CARTEL PARA LA ENTRADA	42
FIGURA 28: ARTESANÍAS EN TRAPILLO DEL FESTIVAL "SEMANA DE RÍO BRANCO"	45
FIGURA 29: MATE HECHO DE GUAMPA	45
FIGURA 30: ALFAJORES ARTESANALES SIN LÍMITE	46
FIGURA 31: ARTESANÍAS DE LA FAMILIA DENIS	47
FIGURA 32: PRIMER UH	48
FIGURA 33: BAÑO DE LA PRIMER UH	48

SUMÁRIO

1. INTRODUCCIÓN	10
1.1 Tema y delimitación del tema, problema de investigación	11
1.2 Objetivos	12
1.3 Justificativa	13
1.4 Metodología	14
2. REFERENCIAL TEÓRICO	15
2.1 Turismo	15
2.2 Turismo en el Espacio Rural	17
2.3 Medios de Hospedaje	22
2.3 Breve contextualización de Río Branco.	25
3. PROYECTO APLICADO: POSADA RURAL “AZUMI”	30
3.1 Localización de la propiedad	35
3.2 Inventario de la propiedad	36
3.4 La comunidad	46
3.5 Hospedaje por medio de reserva	47
4 CONSIDERACIONES FINALES	49
REFERENCIAS	53
ANEXO A – Pioneros del Turismo Rural en Uruguay	56
ANEXO B - Uruguay Natural	58

1. INTRODUCCIÓN

En la actualidad la demanda de turismo rural está cada vez mayor, especialmente después de la pandemia de COVID-19, que hizo que las personas busquen estar más en contacto con la naturaleza, al aire libre y adquirir una forma de vida más saludable. Como lo comprueba Marta Poggi (2024) en su estudio sobre el perfil del turista Pós COVID-19.

Las personas están cansadas de la rutina de vivir en ciudades grandes, con muchos ruidos, inseguridades y es cada vez mayor la cantidad de enfermedades, por eso, la demanda de un turismo alternativo y tranquilo crece cada vez más. Las personas interesadas en ese tipo de turismo buscan comidas y costumbres típicas del medio rural y adquirir productos artesanales y naturales libres de agrotóxicos y químicos. (SENAR, 2020).

Estos datos actualizados refuerzan la tendencia citada por Poggi (2024) y muestran que el espacio rural es un gran potencial para el turismo, lo que lleva a la idea de éste proyecto, el cual se trata de una posada rural a 5,6 km de la ciudad, como se puede observar en la siguiente figura:



Figura 1: Localización de la posada

Fuente: Mitilene Ferreira

Ofrece un espacio familiar, donde las personas encontrarán paz y relajación al mismo tiempo que conocen y aprecian la cultura y costumbres de la zona rural y de Uruguay, ya que Río Branco se encuentra en frontera con Brasil y la mayoría de turistas que recibe son brasileños.

1.1 Tema y delimitación del tema, problema de investigación

El tema de este proyecto es crear una posada rural donde las personas puedan estar en contacto con la naturaleza, el descanso, los animales y las actividades del medio rural. El municipio de Río Branco recibe turistas que vienen de otras ciudades para aprovechar los precios bajos de los Free Shops (entre otros motivos), y la mayoría de las veces se hospedan en Jaguarão, la ciudad vecina, por la falta de medios de hospedaje en Río Branco. Una posada rural, sería una oportunidad de interés para que los turistas deseen quedarse unos días más en la ciudad, conociendo y contribuyendo con la economía local.

Este proyecto se trata de la creación de una posada rural en el municipio de Río Branco, el cual se encuentra en el departamento de Cerro Largo en Uruguay. Según el censo de 2011, la ciudad cuenta con una población de 16.392 habitantes. La ciudad es agrícola ganadera y cuenta con varios tambos y también hace frontera con Yaguarón – RS (Brasil). Por lo tanto la mayoría de los turistas que recibe son brasileños que vienen para aprovechar los precios bajos de los Free Shops y el Balneario Lago Merín (entre otros motivos). En la figura 2 podemos observar el mapa de las 2 capitales más cercanas a Río Branco (Montevideo, Uy - Porto Alegre, RS, Brasil).

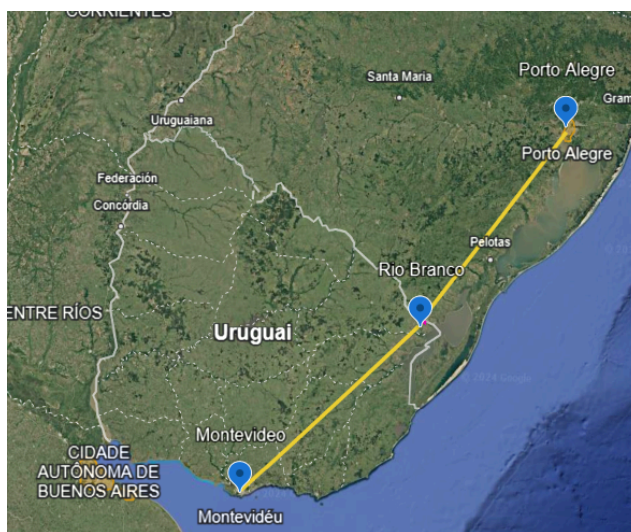


Figura 2: Capitales cercanas a Río Branco

Fuente: Creado por la autora con Google Earth.

Hay un enorme potencial para captar el interés de las personas que viajan de una capital a otra y lograr que la ciudad de Río Branco no sea solo una parada de compras o de entrada al país, si no también, lograr que deseen pasar unos días para disfrutar, descansar y conocer la ciudad. De esta forma el presente trabajo es interesante para retener la atención de los turistas por más tiempo antes de continuar con su viaje. Para lograr esto se colocaron los objetivos a seguir.

1.2 Objetivos

El objetivo general es proponer la creación de una posada rural en Río Branco, Cerro Largo, Uruguay.

Objetivos específicos:

- Investigar sobre los temas: Turismo en el Espacio Rural, Hospedaje Rural, Salud y Espacio Rural, Hospedaje;
- hacer un inventario de la propiedad;
- planear la cantidad de UH y las actividades que puedan ser ofrecidas en la propiedad.

1.3 Justificativa

Hace algunos años atrás, en mi adolescencia, trabajé en propiedades rurales de la zona, tanto con agropecuaria como con agricultura y tambos, lo que hizo que valorara y admirara la vida en el campo y los trabajos típicos del medio rural. Luego, en la disciplina de Turismo e Innovación en el Espacio Rural, surge el interés y la oportunidad de crear un emprendimiento vinculado al turismo y la vida en el campo.

Mi familia siempre ha sido amante de los viajes, el turismo, conocer personas y lugares. En mi infancia, mi padre tenía una combi (aún la tiene en la propiedad) con la cual hacíamos un viaje en familia una vez al año, a veces por Brasil, otras Uruguay o Argentina, lo que hizo que la pasión por el turismo creciera conmigo, por lo tanto siempre tuve el sueño de emprender en el sector turístico y nada mejor que hacerlo mezclando mis conocimientos sobre la vida en el campo y sus “quehaceres” rurales con el conocimiento adquirido en el curso de Gestión de Turismo.

Además de eso, mi familia cuenta con una propiedad en la zona rural desde diciembre de 2008, por lo tanto, es una buena oportunidad para emprender un negocio familiar, atrayendo turistas que tengan el interés de vivenciar experiencias diferentes a las que ofrece el turismo urbano o turismo convencional y adquirir nuevos conocimientos sobre la cultura y costumbres del lugar.

Una posada rural sería una oferta de hospedaje diferente de las que ya hay en la ciudad de Río Branco, ya que contará con espacios recreativos y actividades típicas del medio rural.

Actualmente, en la ciudad de Río Branco existe solo una posada rural, la cual no cuenta con actividades típicas del medio rural, solamente ofrece servicios de hospedaje y eventos.

Al hacer visitas a otras chacras vecinas y vender sus productos estaría contribuyendo con los productores rurales de la zona. De esta forma, la propuesta, además de ser una fuente de ingresos para la familia también es interesante y puede contribuir para la comunidad. Souza (2010, p. 162) lo afirma: “En vez de ser apenas um complemento para a receita familiar, a atividade turística, pode responder pela maior parte do sustento das famílias rurais empreendedoras”

O turismo tem um papel importante no ambiente rural, pois desperta os habitantes para o patrimônio que estes possuem, sobretudo ao trazer visitantes. Segundo Moreira (1994, p. 96) “acontece muitas vezes que, por estarmos em contato com determinada realidade, começamos a alhear-nos dela, senão mesmo a deixar de a apreciarmos convenientemente”. Assim, “uma nova relação é susceptível de se estabelecer entre os habitantes e aquilo que os rodeia. O que passava despercebido é apreciado, o que era tido como uma vulgaridade é agora valorizado. Pois até os forasteiros gostam. Portanto o turismo no espaço rural é uma atividade que também possibilita o enriquecimento da comunidade, pois faz com que esta desenvolva um profundo conhecimento dos seus próprios traços culturais. (SOUZA M., ET AL, 2010, P.162).

La mayoría de los turistas que llegan a Río Branco vienen para comprar en los Free Shops y/o ir al Balneario Lago Merín y/o para pasar al país vecino, por lo tanto con este proyecto turístico podría cautivar el interés de los turistas que visitan la ciudad para que deseen quedarse más días y así contribuir con la economía local.

Otro motivo por el cual me parece interesante presentar esta propuesta, es que no existe ningún trabajo de conclusión de curso sobre el espacio rural de Río Branco.

1.4 Metodología

El presente espacio utiliza la investigación aplicada que, según Veal (2011, p. 67) son investigaciones que “simplesmente utilizam um modelo como referencial para analisar um problema em determinada organização”. De acuerdo con Dencker (2007, p.151) la investigación puede ser considerada un “estudo de descritivo e estabelece relações entre variáveis, utiliza técnicas de coleta de dados como questionário e a observação sistemática”. La forma más común es el levantamiento de datos que ofrece una descripción de la situación en el momento de la investigación.

La metodología utilizada es la colecta de datos por medio de un inventario de la propiedad, levantamiento del potencial de la propiedad describiendo la propiedad con su área, construcciones y ocupaciones para la subsistencia de la familia. Fue

descrita la vocación de los familiares que tienen un vínculo con la propiedad y que pueden contribuir con las actividades propuestas.

Además de eso se buscó datos sobre la demanda a partir de investigaciones sobre tendencias actuales realizadas por Poggi (2020 y 2024) y Sprint Datos (2023), empresa de asesoramiento de turismo que realizó una investigación sobre lo que los turistas desean al buscar propiedades rurales para turismo. Sobre Río Branco para evaluar el mercado, fue realizada una investigación sobre los vecinos para identificar posibles asociaciones y una investigación en los eventos de la ciudad, como el “Festival de la semana de Río Branco”, el “Festival Cantando al Yaguarón” y el “Festival de la cerveza artesanal”, sobre productos de artesanías de Río Branco para posibles asociaciones con artistas locales.

También, fue realizado un levantamiento fotográfico, que, en tales imágenes se explica los futuros proyectos planeados para ciertos espacios de la propiedad. Por fin, con los datos recolectados fue posible crear una propuesta para la propiedad.

A medida que se escribía esta propuesta se presentaron algunas dificultades como por ejemplo la falta de registros, información o historia sobre la ciudad de Río Branco, ya que fueron muy pocos los artículos encontrados en formato digital.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Turismo

Según la ONU (2000), el turismo se describe como las actividades que las personas realizan al desplazarse de su residencia habitual a otra localidad (ciudad, departamento, país, etc.), ya sea en el trayecto o al llegar a su destino, por un período de tiempo menor a un año. Siendo su viaje por motivos de vacaciones, negocios, familiares, de salud u otros.

La Ley N° 19253 “Regulación de la actividad turística”, creada 9 de septiembre del 2014, define el Turismo:

Entiéndase por turismo, a los efectos de esta ley, el conjunto de actividades lícitas de esparcimiento, ocio, recreación, negocios u otros motivos, desarrolladas por personas o grupos de personas fuera del lugar de su residencia habitual, con las notas de temporalidad y voluntariedad, siendo turista la persona que desarrolla dichas actividades. (Art. 4, Ley 19253).

El Turismo es un elemento importante para cualquiera que sea el destino receptor ya que trae consigo muchos beneficios: impulsa a emprendedores locales a invertir o mejorar sus negocios, ya que los visitantes requieren de servicios de hospedaje, de transporte, turísticos y alimenticios; mejora la calidad de vida de los residentes, anima a la comunidad a mejorar su educación por medio de cursos de idiomas, de servicios hoteleros o turísticos, de gestión de eventos y otros para prepararse para recibir a los turistas; fomenta la inclusión y el respeto por la diversidad cultural, promoviendo costumbres y tradiciones locales por medio de atractivos, artesanías, eventos culturales, gastronomía, etc.; contribuye para la mejoría de la infraestructura local como la creación y mejora de espacios públicos como plazas, parques y atractivos, inversiones en mejorar las carreteras y medios de transporte público, mejoras en las instituciones públicas y privadas. (SOUZA, M. *et al.*, 2010), (SENAR, 2020).

Campodónico (2022) cuenta que el turismo en Uruguay comenzó a fines del siglo XIX y se estabilizó en la década de 1930. Comenzó con el turismo de veraneo situado sobre la costa del río platense y la costa atlántica del país, luego fueron incorporando nuevos lugares y nuevas modalidades turísticas. La autora también hizo un estudio sobre la historia del turismo en el cual asegura que:

En la década de 1960 el turismo fue considerado como una opción de desarrollo nacional, en opinión de Acerenza (1997) el objetivo de captar divisas fue uno de los más privilegiados en la planificación del turismo en América Latina en la década de 1970. De esta manera surgieron planes que tenían como objetivos la generación de empleos y el desarrollo de zonas del territorio de menor peso económico para lo cual se buscaba el financiamiento de las agencias internacionales. En base a lo expuesto anteriormente, se analizaron los primeros intentos de planificación que se iniciaron con la labor llevada adelante por la Comisión de Inversiones y Desarrollo Económico (CIDE) en la década de 1960. Mientras que a partir de la década siguiente, comenzaron a realizarse diferentes asesoramientos o consultorías internacionales, los que tuvieron sus influencias en posteriores definiciones de las políticas turísticas que se adoptaron. (CAMPODÓNICO, 2017, p.2)

Luego, en 1974 fue promulgada la Ley N° 14.335, “donde se declara al Turismo como una actividad de interés público y como factor de desarrollo económico y social, además se mandata al Poder Ejecutivo a fijar y dirigir la política nacional de turismo.” (Ministerio de Turismo de Uruguay).

Ya en 1986 se crea el Ministerio de Turismo en la Ley N° 15.851. Luego en 2014, después de analizar la situación del turismo en el país y su regulación vigente, surge la nueva Ley de Turismo N° 19.253 que viene a derogar la Ley N° 15.851 de 1974. Según ésta nueva ley, el turismo es:

Una actividad de interés nacional, por ser un factor de desarrollo cultural, económico y social para el país y sus individuos, una manifestación del derecho humano al esparcimiento, al conocimiento y a la cultura, una contribución al entendimiento entre los más diversos individuos y un ámbito para demostrar el equilibrio entre el desarrollo de una actividad económica y la protección del medio ambiente. (Ministerio de Turismo, 2024)

A medida que la actividad turística fue creciendo, fueron incorporando nuevas modalidades y una de ellas fue el Turismo en el Espacio Rural (TER), sobre el cual se enfoca éste proyecto.

2.2 Turismo en el Espacio Rural

El Turismo en el Espacio Rural (TER) y Turismo en Áreas Rurales (TAR), son expresiones que se refieren a cualquier tipo de actividad turística en áreas/espacios rurales, las cuales no necesariamente deben ser típicas del medio rural. Otros autores utilizan la expresión “Turismo Rural (TR)” para referirse a cualquier actividad turística en áreas rurales, mientras que la mayoría lo utiliza para referirse al conjunto de actividades típicas del medio rural en áreas rurales. (SOUZA, 2010). En Brasil, la actividad turística en espacios rurales está siendo discutida y difundida desde hace poco tiempo. Según Zimmermann (2003) esta actividad se inició en 1986 en el interior de Lages, SC. Para él, el proceso que se desarrolla hasta hoy en Brasil es fruto de los medios y de la necesidad de nuevas fuentes de ingresos del productor rural. Según Souza, *et al.* (2010) en el municipio de Lages en la hacienda Piedras Blancas y en el Estado de Rio Grande do Sul, debido a las dificultades que

enfrentaba el sector agropecuario. Para El Ministerio de Turismo de Brasil, el Turismo Rural es un segmento que “proporciona conhecer, vivenciar e usufruir das práticas sociais e culturais próprias do meio rural de cada região de forma sustentável”. (BRASIL, 2008, p.16).

En Uruguay “La Sociedad Uruguaya de Turismo Rural y Natural (SUTUR) surgió en el año 1995 impulsada por el trabajo de unos pioneros del sector rural que vieron un potencial turístico en emprendimientos agropecuarios. Al sumar otra actividad a sus establecimientos, notaron que era positivo poder vincularse con otro sector de la economía para afianzar el rubro en el que se desarrollaban. Fue así que, poco a poco, abrieron las puertas de sus bodegas, tambos, estancias y granjas a turistas que, curiosos y deseosos de conocer más sobre la vida en el campo y los atractivos naturales que ofrece nuestro país, comenzaron a llegar.

En estos años de gran fermento y mucho trabajo, según indicó Marina Cantera (Presidenta del SUTUR), el sector turístico comenzó a afianzarse y crecer. El agroturismo comenzó a volverse más popular y a diversificar sus productos. Hoy se pueden encontrar, por ejemplo, turismo en espacios rurales y naturales, enoturismo, agroturismo, turismo de áreas protegidas, posadas de campo y turismo aventura, entre otros subsectores”. (La Mañana, 2022).

Uruguay vende como su principal producto turístico la naturaleza usando la marca “Uruguay Natural”, la cual se creó en el año 2001 “En ese momento, es utilizada principalmente por el Ministerio de Turismo como marca turística y no se difunde al resto del estado como marca país debido a la coyuntura de crisis económica del momento.” (URUGUAY XXI). Tiene como objetivo representar a Uruguay en el extranjero como un país que valora mucho su identidad y el respeto por la naturaleza, así como también, representando la calidad de sus productos, servicios y lugares turísticos.

Souza y Fucks (2010), afirman que el turismo rural tiene funciones psicosociales, económicas, espaciales y ambientales. Algunas de ellas son: Fomenta el respeto por la comunidad rural; oportunidad para conocer la cultura y el estilo de vida rural; aprendizaje de idiomas y culturas extranjeras; nuevas oportunidades de trabajo y capacitaciones para mujeres rurales en el sector turístico. El turismo rural puede ser una oportunidad de trabajo y educación para jóvenes,

reduciendo así la migración de los jóvenes que se van para la ciudad en busca de oportunidades de estudio o trabajo. Oportunidad para revivir tradiciones rurales, promoviendo el respeto y valorización a las tradiciones folclóricas y la cultura; desenvolvimiento de la cultura en áreas rurales; oportunidad de concientizar a los visitantes/turistas sobre el peligro de los agrotóxicos y la protección de la naturaleza y el medio ambiente, creando un ambiente saludable para turistas y moradores siendo una oportunidad de aprendizaje para los turistas al participar de actividades rurales.

Hay que destacar la participación de las mujeres en el turismo realizado en espacios rurales, ya que desempeñan un papel importante en las actividades turísticas rurales, como por ejemplo la gastronomía, la higiene del lugar, etc. De acuerdo con González apud Elesbão (2010, p. 158), “trata-se de uma atividade em que a contribuição da mulher é significativamente importante, dado este alentador, considerando-se as altas taxas de emigração feminina e sua baixa incorporação ao mercado de trabalho nas zonas rurais”. Jasper (2012), Silva y Lanzer (2018), también hablan sobre el tema, observando la investigación en el espacio rural de la región del Litoral Norte de Río Grande del Sur.

Ivo Elesbão (2010) destaca aún que el turismo rural tiene también beneficios económicos como: Facilita las ventas de productos artesanales y otros servicios locales; más oportunidades de empleos, posibilitando el desenvolvimiento de la zona rural; diversifica la economía local, ya que crea oportunidades de ingresos por otras actividades y servicios fuera de la agricultura, ganadería y otras actividades típicas del medio rural; desenvolvimiento de infraestructura local (electricidad, agua, calles, etc.), mejorando la calidad de vida de los moradores.

Para desenvolver el turismo en el espacio rural, según Moleta (2002), Mtur (2010), Jasper (2006) se necesita una infraestructura mínima como agua, energía, acceso, cuidado con los residuos (basura y aguas residuales), servicio de internet y ofrecer algunos servicios turísticos que deben ser desenvueltos de acuerdo a lo que la propiedad y las personas pueden ofrecer. Esos servicios pueden ser de alimentación, de hospedaje y/o actividades relacionadas con la producción, la naturaleza o la ruralidad.

En el espacio rural podemos encontrar algunos aspectos que deben ser analizados para verificar si la propiedad está apta o no para ofrecer servicios turísticos. Para que esta actividad sea prometedora, estos aspectos deben ser analizados: armonía ambiental, preservación y divulgación de las raíces y costumbres, identidad propia, autenticidad, conciencia ecológica (Moletta, 2002).

También para Cunha (2006, p. 80) muchas actividades de bienestar se desenvuelven en lugares lejos de las aglomeraciones poblacionales buscando una relación profunda con la naturaleza, el medio ambiente y ciertas condiciones climáticas. De esta forma es posible entender que esta vía debe de ser explotada en el turismo, dinamizando a los emprendimientos ya existentes al crear una marca capaz de promover actividades diversas como relajación, experiencias existenciales, terapias alternativas, tratamientos anti estrés, masajes relajantes, meditación, yoga, etc.

En estos últimos años la salud mental y el descanso han sido un tema muy importante en nuestra sociedad. La importancia de tomarse vacaciones, descansar y los beneficios que ello tiene para la salud mental y física, ha hecho que las personas viajen más y busquen lugares más apartados, lejos de los ruidos y de la polución. Por dicho motivo, actualmente, la demanda de turismo en el medio rural es cada vez mayor.

A partir de un estudio realizado por la FGV (Fundação Getúlio Vargas), SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) separó algunas tendencias turísticas pós pandemia, entre ellas:

- “Experiência: Enfatiza a importância da autenticidade para o consumidor, mesmo que por meio de serviços ou atividades simples, assim oferecendo experiências mais únicas e profundas, marcando mais a viagem para o excursionista”.
- “Sustentabilidade e inclusão: A sociedade está cada vez mais preocupada com a preservação do meio-ambiente, por isso a boa sustentabilidade do destino de viagem, além da integridade das pessoas envolvidas, torna-se a preocupação principal do consumidor”.

Además de estos, Poggi (2020, p. 6 y 7), también escribe sobre el perfil de los turistas pós COVID-19:

- Medo de aglomerações: [...] aumento da demanda por destinos menos massificados e menos conhecidos, o que é uma super OPORTUNIDADE para os destinos menos consolidados;
- Sustentabilidade: valorização das empresas e marcas que têm iniciativas e compromissos com o meio ambiente e, sobretudo com as comunidades locais;
- Aumento da demanda por atividades de natureza e espaços ao ar livre;
- Preferência pelos “produtos locais” – artesanato, gastronomia (pratos típicos, doces, cachaça, compotas, café, etc.). (POGGI, 2020, p. 6 y 7)

Estos autores demuestran que la demanda por el Turismo en espacios rurales tiene mucho potencial, así como [SPRINT DADOS](#), una empresa que realiza investigaciones para empresas públicas y privadas del sector turístico de Brasil, utilizando datos internos, externos o Big Data. Tal empresa realizó, en 2023, una investigación sobre las preferencias y motivaciones que lleva al turista a escoger el Turismo en espacios rurales. Dicha investigación demostró los siguientes resultados:

- **Preferencias del Turismo Rural:** El 74% busca contemplar la naturaleza, el 73% busca probar y conocer comidas caseras y típicas del lugar, el 60% busca poder hacer caminatas en la naturaleza, el 57% busca un lugar donde hacer actividades en familia y el 50% buscan espacios de descanso, donde al mismo tiempo puedan aprender y vivir experiencias típicas del medio rural.

- **Oportunidades de mercado – Actividades diferenciadas:** Demostró que el 47% de los turistas que prefieren el Turismo Rural buscan actividades relacionadas a la sustentabilidad, entre el 40% y el 34% buscan actividades como la observación de estrellas, actividades de aventura, picnic y observación de pájaros. El 29% buscan participar de eventos temáticos relacionados a la cultura tradicional y típica del medio rural.

- **Motivación:** Según reveló este estudio el 68% es motivado por el contacto con la naturaleza, el 68% por el gusto al ambiente tradicional y rural, el 32% es motivado por la comodidad y la simplicidad del campo y el 30% es motivado por la tranquilidad del campo, permitiéndoles alejarse de la agitación de la ciudad.

- **Factores decisivos en la elección:** El factor más importante a la hora de tomar la decisión de escoger el producto turístico es el ambiente natural en el cuál se encuentra el establecimiento, luego la calidad de la alimentación, espacios y servicios y la diversidad de las actividades ofrecidas.

- **Expectativa del viaje al ambiente rural:** La expectativa más alta es la de tener Paz y Tranquilidad en el viaje, la segunda es el contacto con la naturaleza y con la vida rural y luego el poder encontrar un descanso de lo cotidiano.

Poggi (2024 s/p) también habla de Turismo de Bienestar como una de las tendencias actuales:

“Em todas as suas vertentes: yoga, spas, terapias alternativas, retiros, tratamentos de saúde e estética, prática de esportes durante as viagens, alimentação saudável, vegana, banhos de floresta, massagens etc. Tudo o que envolve bem-estar físico, mental e emocional continua em expansão”. (POGGI, 2024, s/p)

Por lo tanto, es un área que se encuentra en desenvolvimiento, sin embargo en la actualidad tiene mucho potencial y los propietarios rurales pueden emprender en el sector turístico de varias formas, ofreciendo actividades de ocio, de bienestar, culturales, participaciones en actividades de producción agrícola o pecuaria, alimentación, hospedaje, entre otras.

En este estudio trabajaremos con TER (Turismo en Espacios Rurales), observar la infraestructura y lo que la familia de la propiedad y su entorno pueden ofrecer. La familia tiene interés en hospedar turistas en la propiedad, por lo cual, tienen algunos cuartos que podrían ser adaptados para el hospedaje.

2.3 Medios de Hospedaje

Según Nelly da Cunha (2005), en Uruguay el período de apertura de hoteles comenzó entre los años 1907 y 1914 en el Municipio de Montevideo. Para mediados del año 1930 “se aseveraba que el 95% de los terrenos con construcciones en Pocitos, Malvín y Carrasco pertenecían a uruguayos. [...] el mayor volumen de visitantes se concentraba en la hotelería, convirtiéndola en el centro exclusivo de sociabilidad veraniega.” (CUNHA N., 2005, p.67)

“O Hotel é a forma de meio de hospedagem mais convencional que é comumente encontrada nas cidades. É uma empresa onde os turistas encontram hospedagem e alimentação em troca de pagamento por esses serviços. Hotel é uma empresa que visa obter lucro oferecendo ao hóspede

alojamento, alimentação e entretenimento”. (CÂNDIDO E VIEIRA, 2003, p. 24).

Hay muchas otras formas de hospedaje, de acuerdo con las definiciones de BENI (1998):

- **Hotel:** Medio de hospedaje convencional, más común, normalmente localizado en zona urbana.
- **Flat / Apart-Hotel:** Establecimiento comercial de hospedaje con servicio de recepción y telefonía, cuyas unidades habitacionales (UH) tienen instalaciones mínimas como dormitorio, sala de estar, baño privado y una cocina pequeña.
- **Hotel Business:** Hoteles localizados en complejos de torres con oficinas, tiendas, cines y se destacan por tener espacios para eventos, salas de reuniones, etc.
- **Hotel económico:** Se caracterizan por la reducción de costos operacionales y administrativos, así como en la prestación de servicios. Normalmente la permanencia suele ser por una o dos noches.
- **Hotel SPA:** Estos se caracterizan por tener su foco en la estética y el bienestar. Normalmente cuentan con nutricionistas, masajistas, saunas o servicios personalizados.
- **Hotel Resort:** Cuentan con una gran área de lazer y descanso. Tienen espacios con piscinas, campos de golf u otros espacios deportivos y espacios recreativos. La mayoría se localizan en zonas remotas de gran belleza natural. Normalmente funcionan en épocas específicas. Sus objetivos son que el cliente regrese y aumentar sus índices de ocupación, utilizando estrategias de marketing, vendiendo para convenciones, empresas, programas de incentivo de ventas o de productividad en general, eventos deportivos y de recreación.
- **Hotel-Residencia o Suite Service:** Establecimiento de hospedaje encuadrado en la categoría de hotel, disponiendo de UH (unidades habitacionales) constituidas de acuerdo con la clasificación oficial de alimentación parcial, siendo el alquiler más básico cobrando por semana completa.

- **Eco Hotel / Lodge:** Establecimiento comercial de hospedaje situado en selvas tropicales o en áreas naturales protegidas, con arquitectura y estructura adaptada a las condiciones del medio ambiente en el sentido de la preservación.
- **Hotel Hacienda:** Localizados en haciendas que mantienen su actividad rural y complementan su fuente de ingresos con la actividad hotelera.
- **Motel:** medio de hospedaje que alquila apartamentos amueblados, con servicios completos de alimentación, situados al margen de la ruta, fuera de la zona urbana y suburbana. Disponen de estacionamiento.
- **Pensión:** Establecimiento comercial de hospedaje, generalmente para familias, cuentan con servicios característicos de alojamiento, representados por la locación de cuartos individuales o compartidos, con instalaciones sanitarias colectivas o proporcionales al número de camas y con servicio alimenticio incluidas en las diarias.
- **Albergue Turístico / Hostal:** Establecimiento comercial de hospedaje destinado al atendimento del Turismo Social. Tiene instalaciones y servicios básicos y elementales para atender la demanda específica del alojamiento de segmentos sociales con modestos recursos financieros como estudiantes o jubilados. Están localizados en las grandes ciudades o centros turísticos. Cuentan con habitaciones (simples) individuales o colectivas y con servicios parciales de alimentación.
- **Camping:** Establecimiento comercial de alquiler de espacio, instalaciones y servicios destinados a la instalación de carpas y/o estacionamiento de tráilers o casas rodantes. Disponen de infraestructura básica en toda el área y edificaciones de servicios centralizados en la higiene y la alimentación.

Existen también las posadas, que según el Ministerio de Turismo de Brasil, “Pousada é um empreendimento de característica horizontal, de no máximo 30 unidades habitacionais e 90 leitos, com serviços de recepção, alimentação e alojamento temporário, podendo ter um prédio único com até três pavimentos, ou contar com chalés”. (MTUR, 2012)

Por lo tanto, en este trabajo trataremos la elaboración de una posada que está localizada en el espacio rural con diversas actividades conforme he citado anteriormente.

2.3 Breve contextualización de Río Branco.

El municipio de Río Branco se encuentra en el departamento de Cerro Largo. Según el censo de 2011 por la OPP (Oficina de Planeamiento y Presupuesto), la ciudad cuenta con una población de 16.392 habitantes, siendo el 92% población urbana, 8% rural. En un artículo publicado por la USI (Uruguay Sociedad de la Información) afirma, que Río Branco es una ciudad agrícola ganadera y cuenta con varios tambos, aunque su mayor producción proviene de los cultivos de arroz, por lo que posee varios molinos arroceros, algunos con exportación propia. La ciudad ha crecido y mejorado en los últimos 10 años, por lo que el turismo viene creciendo gracias a la mejora en la infraestructura de la ciudad, como, por ejemplo: más de 5 plazas, un Polideportivo y un Teatro de verano en el cual se organizan eventos como batallas de rap, shows de danzas, competencias de boxeo y artes marciales, etc.

El municipio también realiza algunos eventos anuales como “La semana de Río Branco” (Figura 4) donde participan varios cantantes nacionales, grupos de danza, desfile en el cual se elige la Reina de Río Branco, entre otros shows y atractivos; el Festival “Río Branco le canta al Yaguarón” (Figura 3) y el Festival de la Cerveza Artesanal.



Figura 3: Festival "Río Branco le canta al Yaguarón"

Fuente: Río Branco al día (2020).

En la figura 4 podemos observar el público del Festival “Semana de Río Branco” en los cuales participaron grupos de danzas y artistas locales, nacionales y de Yaguarón, la ciudad vecina.



Figura 4: Shows de la Semana de Río Branco

Fuente: Mitilene Ferreira (2024)

En la figura 5 podemos observar la mezcla cultural entre la gastronomía Uruguaya y Brasileña por medio de una parrillada la cual contiene chorizos uruguayos y espetinhos brasileños. Tal figura fue fotografiada en el Festival de La Semana de Río Branco.



Figura 5: Gastronomía Uruguaya y Brasileña

Fuente: Mitilene Ferreira (2024)

En la figura 6 se pueden ver productos de guasquería como bozal, cabezada, fusta, etc. También algunas artesanías en cuero como matera, porta mate, llaveros, vaina para cuchillo, cintos, etc. hechos a mano por un morador local. Siendo comercializada en el evento mencionado anteriormente.



Figura 6: Guasqueria local

Fuente: Mitilene Ferreira (2024)

En la siguiente figura (Figura 7) se puede observar una exposición de cuadros pintados por artistas locales, en el mismo evento ya mencionado antes. La mayoría de ellos son pinturas de paisajes de algunos lugares de Río Branco e inclusive uno de ellos del barrio La Coronilla, donde se encontrará ubicada la posada.



Figura 7: Exposición de artistas locales

Fuente: Mitilene Ferreira (2024)

En la figura 8 se puede ver la exposición de artesanías (Materas, fundas de almohadones, forro de espejo y accesorios de decoración) hechas a mano en trapillo hechos por una artista local y comercializados en el Festival “Cantando al Yaguarón”.



Figura 8: Artesanías en trapillo

Fuente: Mitilene Ferreira (2024)

Como se puede ver, Río Branco cuenta con diversidad de eventos, gastronomía, productos culturales, como también, artesanos locales que producen varios tipos de artesanías, con los cuales se podrían hacer asociaciones para hacer las *workshop* y comercializar sus productos en la propiedad.

El municipio de Río Branco hace frontera con la ciudad de Yaguarón-RS, Brasil (Como se puede observar en la Figura 1), la cual es una ciudad histórica conocida por su riqueza arquitectónica ya que conserva un patrimonio similar con edificaciones coloniales, eclécticas, art déco y modernistas las cuales se encuentran bien conservadas ya que fueron construidas en las últimas décadas del siglo XIX y primeras del siglo XX (IPHAN). Tales edificaciones son patrimonio cultural declarado por el IPHAN (Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional) en 2011.

Entre esos bienes declarados se encuentra el Puente Internacional Barón de Mauá (figura 9) construido entre 1927 y 1930 después de un tratado firmado por Brasil y Uruguay en 1918. El Puente Barón de Mauá fue el primer bien en ser declarado patrimonio del Mercosur, ya que, de manera simbólica expresa la conexión entre las dos naciones. (Asesoría de comunicación. Ministerio de Cultura, 2015).



Figura 9: Puente Internacional Barón de Mauá

Fuente: Mitilene Ferreira (2024)

Yaguarón es conocido también por el carnaval, ya que cada año realiza un carnaval de 7 días y recibe excursiones de algunas ciudades vecinas. Tal evento atrae turistas los cuales muchas veces prefieren hospedarse en el Balneario Lago Merín para aprovechar la playa en el día y el Carnaval por la noche. MOTO FEST es otro evento importante que atrae turistas a Yaguarón el cuál se realiza cada año y atrae personas de los dos países, incluso vienen desde Montevideo y otros departamentos de Uruguay para participar de los show de tal evento.

3. PROYECTO APLICADO: POSADA RURAL “AZUMI”

Mi familia vino de Maldonado-Uy en diciembre de 2008 y alquilaron la propiedad por 6 años, luego en junio de 2014 la compraron.

Cuando llegamos en 2008, la casa donde actualmente son dos cuartos, era un salón de baile donde los vecinos se reunían los fines de semana para bailar y tomar. La casa principal, donde actualmente se encuentra la cocina, la sala, un baño, el cuarto y la lavandería, antes eran la cocina, el baño, el cuarto y un garaje donde vivían los dueños. La chacra tenía como producción la agricultura y la cunicultura, por eso había también un galpón lleno de jaulas conejos y una troja de madera donde se guardaba el maíz, boniatos y papas que eran plantados en la

propiedad. Mi familia continuó con la agricultura por algunos años aunque esa no fuera la principal fuente de ingresos de la familia, luego por cuestiones climáticas pasaron a plantar solamente árboles frutales.

Actualmente la casa ha sido reformada, se han construido 2 cuartos con baño, una sala y un garaje.

En la Figura 10 se puede observar una parte de la chacra donde mi familia plantaba maíz, papa, boniato, arvejas, entre otras cosas y donde había una hilera de parras de uvas. También se puede ver el galpón donde los antiguos dueños tenían la producción de conejos y donde años después fue restaurado y convertido en un salón de eventos donde mi familia todos los domingos recibían personas de la ciudad de Río Branco para hacer reuniones religiosas. Mi padre traía en la combi a las personas que no tenían locomoción y otras de ellas venían en “La Volanta de Monterito”, la cual era el transporte local de aquella época (Carro cinchado por caballos), muchas veces se tuvieron que hacer varios viajes para buscar a todos, ya que llegaron a venir un total de 70 adultos y 40 niños. Habían reuniones para los niños también, a los cuales se les daba merienda y se les contaba historias de la biblia junto con otras actividades recreativas.



Figura 10: Agricultura Familiar

Fuente: Astrid Ferreira (2011)

En la Figura 11, se puede observar una parte de la huerta donde mi familia plantaba diversas verduras para sustento propio y para vender en la ciudad.



Figura 11: Huerta Familiar

Fuente: Astrid Ferreira (2011)

En la Figura 12 se puede ver el garaje, el cual fue modificado y restaurado para hacer la sala, el baño y la lavandería. Al lado se puede ver lo quedaba de la troja en 2011, cuando fue tomada la foto, la cual fue demolida y en su lugar fue construido un cuarto con baño.



Figura 12: Antiguo garaje y troja

Fuente: Astrid Ferreira (2011)

Unos años después comenzamos a organizar cabalgatas con amigos de la zona y visitas que venían de Brasil y se hospedaban en casa. Las cabalgatas salían de la propiedad y la mayoría de las veces iban hasta el pueblo Casarone y retornaban, el recorrido era de 20 km aproximadamente.

Como se puede ver, antes de la llegada de nuestra familia a la propiedad, los antiguos dueños ya tenían un salón de eventos donde recibían la comunidad, luego mi familia organizaba eventos y actividades en las cuales se recibían muchas personas en la propiedad, así como también se hospedaron familias y amigos de Montevideo, Maldonado, Curitiba-PR, Anchieta-SC, de Río de Janeiro, del Caribe, y otros. Por lo tanto la propiedad y la familia cuenta con una gran historia, la cual es un gran potencial para las actividades turísticas que se quieren hacer en la propiedad por medio de éste proyecto.

El nombre de la posada será AZUMI. Fue elegido a partir de la búsqueda de opciones de nombres y significados en internet, con la intención de encontrar un nombre diferente y con un significado que caracteriza la propiedad. El nombre y el logo pueden ser observados en la Figura 13:



Figura 13: Logo de la Posada Azumi

Fuente: Creado por la autora con la herramienta Canva (2024).

El nombre tiene origen Japonés que significa “Lugar Seguro” y representa paz y pureza, reflejando tranquilidad y bienestar, por lo tanto, representa lo que se quiere transmitir a los turistas que visitan la propiedad ya que lo que buscan es el bienestar y la tranquilidad que el campo les puede ofrecer.

La casa del logo es del mismo modelo y color que la casa principal y los dos cuartos que están en la entrada (Figura 14). El sol atrás de la casa representa los hermosos atardeceres (Figura 15) y amaneceres que se pueden apreciar en la propiedad. Las hojas verdes que aparecen en el logo representan la cantidad de plantas y árboles que caracterizan la propiedad.



Figura 14: Cuartos de la entrada

Fuente: Mitilene Ferreira

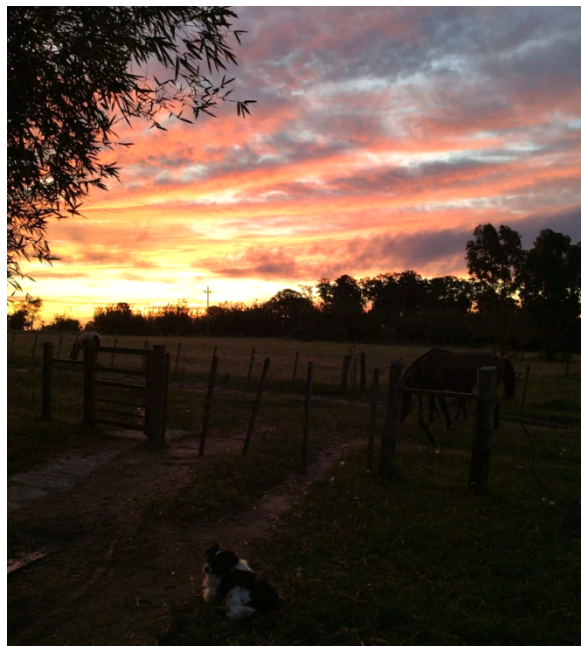


Figura 15: Atardecer en la propiedad

Fuente: Mitilene Ferreira (2024)

Desde la propiedad, no solo se podrán apreciar hermosos atardeceres si no también, podrán ver caballos, vacas, ovejas, chanchos y otros animales que permanecen sueltos en los campos que rodean la propiedad. También podrán observar aves que solo se encuentran en primavera y verano, ya que después migran para otros lugares.

3.1 Localización de la propiedad

La Posada Azumi, estará localizada en La Coronilla, una zona rural que pertenece al municipio de Río Branco, se encuentra a 5, 6 km del centro de la ciudad, a 18 km del Balneario Laguna Merín y a 3 km del acceso más cercano al Río Jaguarão. Como se puede observar en la Figura 16.



Figura 16: Mapa donde están señalizados los caminos hacia la propiedad

Fuente: Creado por la autora con la herramienta de google earth (2024)

El color amarillo: indica el camino para llegar desde Río Branco; el color violeta: indica cómo llegar desde la Laguna Merín; el color celeste: indica el camino desde la posada hasta “El Fisco” (Figura 17).

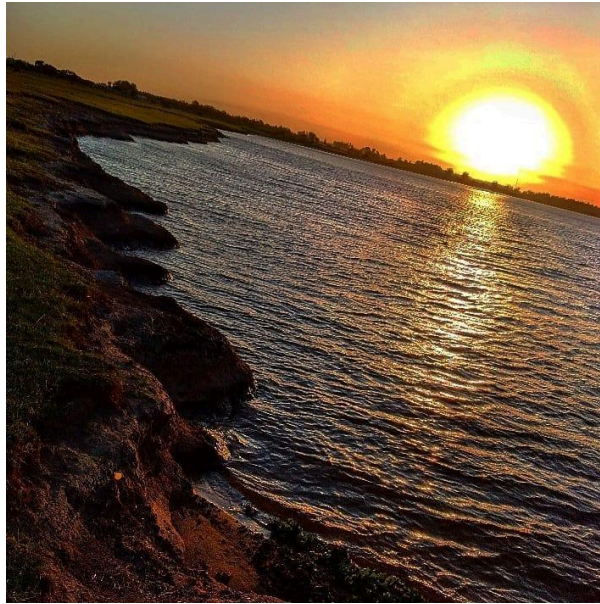


Figura 17: El Fisco

Fuente: Mitilene Ferreira (2021)

“El Fisco” es un espacio público con acceso al Río Yaguarón el cual es una opción de visitación para pesca, picnic, observar el atardecer, entre otras actividades que se podrían realizar.

3.2 Inventario de la propiedad

La propiedad tiene 172m de largo x 48m de ancho. La casa principal tiene aproximadamente 140m² y otra casa donde serían 2 UH con 2 baños de aproximadamente 93m². Como se puede observar en la figura 18.



Figura 18: Mapa de la propiedad

Fuente: Creado por la autora con la herramienta de Google earth. (2024)

La propiedad cuenta con:

- Una cocina, una sala con baño, una lavandería, un garaje para cuatro autos y cuatro cuartos, tres de ellos con baño. Un cuarto de soltero, dos cuartos de casal y un cuarto para cuatro personas (una cama de casal y una cucheta).
- Luz eléctrica, agua de pozo artesano e internet.
- Tiene como producción plantas fructíferas como: naranja, limón, guayaba, higo, uva, quinoto, amora, durazno, mango, manzana, tangerina, etc.
- También con equipamientos para cabalgata y pesca.

La familia está compuesta por mi padre Jaime Ferreira, el cual en su tiempo libre se ocupa de la plantación de los árboles frutales y demás plantas de la propiedad. Además, dedica las primeras horas del día para estudiar las propiedades y beneficios que tienen para la salud cada una de esas plantas o árboles, adquiriendo conocimientos sobre tratamientos naturales que se pueden hacer para prevenir o curar ciertas enfermedades. Tales conocimientos podrían ser utilizados para hacer un *tour* por la propiedad para conocer cada una de esas plantas y sus beneficios para la salud. Mi madre, Isabel González, es asistente personal de personas con autismo, en su tiempo libre se encarga de la limpieza de la casa y de mantener el jardín. Mi hermana, Astrid Ferreira, es cosmetóloga y masajista, actualmente tiene su consultorio en la ciudad de Río Branco. Futuramente, podría ofrecer sus servicios en la propiedad a los clientes de la posada por medio de reservas de horarios con anticipación. Mi hermano, Kevin Ferreira, es Contador,

por lo tanto será quien se ocupará de la administración y contaduría de la posada.

A pesar de que hospedar personas cambie la rutina y la privacidad, no es algo nuevo para la familia, ya que siempre ha recibido visitas de otros lugares, tanto amigos como personas que estaban de viaje y pasaban por la ciudad. También están acostumbrados a convivir con otras personas en casa, ya que en mi infancia, la propiedad fue un hogar sustituto para jóvenes, los cuales los padres por problemas económicos, no tenían recursos para cubrir sus necesidades básicas y darles una buena educación (entre otros motivos), por lo tanto mis padres les daban un lugar donde vivir, les brindaba la oportunidad de hacer cursos y de acompañarnos a los viajes familiares que hacíamos una vez al año en una combi que tenía mi padre, la cual aún se encuentra en la propiedad, no funciona pero podría ser un atractivo para que los visitantes puedan conocer su historia y ver fotos de los viajes hechos en ella, así como también, futuramente se podría adaptarla para ser una UH.

3.3 Actividades en la Posada AZUMI

La propiedad cuenta con un monte de eucaliptos donde en verano se pondrán hamacas paraguayas para relajarse en la sombra y lámparas amarillas de poca intensidad en los árboles para decorar el espacio por la noche. En la figura 19 puede verse el monte eucaliptos de la propiedad y las figuras 20 y 21 son un ejemplo de cómo podría ser aprovechada.



Figura 19: Área de eucaliptos

Fuente: Mitilene Ferreira (2024)



Figura 20: Ejemplo de área de descanso con hamacas paraguayas.

Fuente: Pinterest (2024)

Las mesas para la propiedad serán hechas por un carpintero local, de la misma manera, las hamacas paraguayas serán compradas a un vendedor local, de esta forma estaría incluyendo a la comunidad local y contribuyendo con su economía.



Figura 21: Ejemplo de tipo de mesa

Fuente: Fitor Florestal (2024)

También habrá un parque infantil creado con gomas por un artesano local para promocionar el reciclaje y los productos locales. En la figura 22 podemos observar el espacio donde estaría localizado el parque infantil y la figura 23 contiene 3 ejemplos de juegos que se podrían crear.



Figura 22: Área para el parque infantil de cubiertas

Fuente: Mitilene Ferreira



Figura 23: Ejemplo de parque infantil con cubiertas

Fuente: RODES (2024)

En otro espacio de la propiedad se crearían una cancha de fútbol y una cancha de tenis, tanto para uso de los clientes como para actividades o eventos de recreación o deporte para la comunidad local, a los cuales se les cobraría cierto valor por cada hora de uso y así generaría otra fuente de ingresos. En la figura 24 puede verse el espacio donde sería la cancha de fútbol y de tenis y la figura 25 es el ejemplo de cómo sería.



Figura 24: Local para cancha de fútbol y de tenis.

Fuente: Mitilene Ferreira



Figura 25: Ejemplo de cancha de fútbol

Fuente: FREEPIK

Serán colocados en el Camino de Río Branco a la posada carteles señalizando donde se debe doblar para llegar a la posada. También se colocará un cartel de madera (Figura: 27) con el nombre de la posada tallado en la entrada de la casa para que las personas sepan que llegaron a destino. La figura 26 muestra el lugar donde iría el cartel con el nombre:

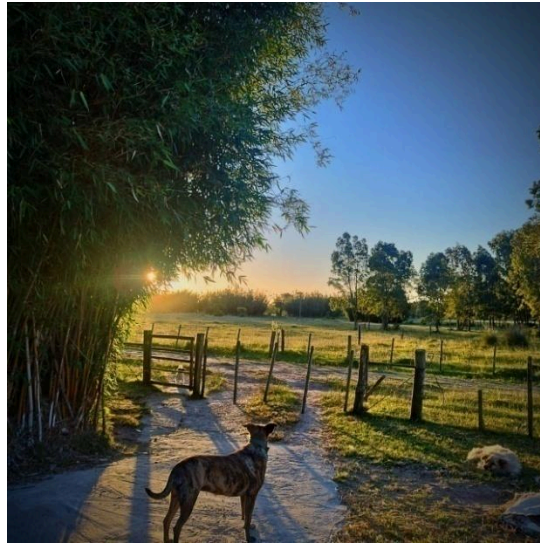


Figura 26: Entrada de la casa
Fuente: Mitilene Ferreira (2024)



Figura 27: Ejemplo de el tipo de cartel para la entrada
Fuente: Pinterest (2024)

Además de hospedaje, también serán ofrecidas actividades como:

- Visita al tambo de Fabio Denis (Vecino), donde verán el proceso de ordeñe y embotellado de la leche;
- Visitar “El Fisco” (Figura 17), el acceso más cercano al Río Yaguarón donde podrán pescar, hacer picnic o apreciar el atardecer;

- Cabalgata. De la posada hasta la entrada del pueblo Casarone, aproximadamente 3km de ida y 3km de vuelta, pasando por plantaciones de arroz y soja y canales donde extraen agua para dichas plantaciones;
- Un domingo al mes podrá ser realizada una presentación en vivo de música tradicional (Folklore) y cumbia, dándole prioridad a artistas locales poco conocidos;
- Workshop de artesanías, quesos o dulces;
- Paseos en charret y tractor.

Algunas actividades serán realizadas sólo los domingos, ya que al ser asociadas con otras personas de la comunidad, deberán ser agendadas con anticipación. Tales actividades son: *workshop*, paseos en tractor y charret, visita al tambo de Fabio Denis (Vecino) y visita a la propiedad de algún vecino que esté dispuesto a recibirnos y compartir sus conocimientos sobre la creación de productos artesanales como quesos, dulces, mermeladas, etc., así como también, conocimientos sobre el manejo de animales (ovejas, ganado, caballos, gallinas) y huerta familiar.

Las actividades propuestas serán distribuidas durante el día según la disponibilidad de los demás asociados, por ejemplo en el caso de la visita al tambo debe ser a esa hora porque es el horario fijo de ordeño y no puede ser cambiado. Todas las actividades son opcionales, ya que pueden haber personas que prefieran quedarse en la propiedad descansando.

El sábado después del desayuno, vendrá el transporte para llevar a los que quieran comprar en los free shops o conocer la ciudad y aprovechar para almorzar. A las 15:00h el transporte los traerá de vuelta. Ya que a las 16:00h tendrán la posibilidad de hacer un *tour* por la propiedad para conocerla, así como también las plantas que hay en ella y sus beneficios. En el siguiente cuadro se encuentran los horarios para las actividades del domingo:

Cuadro 1: Horarios de actividades

HORA	ATIVIDADE
7:00 hasta 9:00	Desayuno
9 hasta 12:00	Cabalgata, paseos en tractor y charret
12:00 hasta 15:00	Horario de almuerzo y tiempo de descanso
15:00 hasta 18:30	Actividad del día
19:00 hasta 20:00	Visita al Tambo de Fabio

❖ **Actividad del día:** Workshop o visita a otra propiedad rural.

Fuente: Mitilene Ferreira

En la posada también habrá un espacio para venta de comidas típicas de Uruguay como: churros, tortas fritas, chivito, bizcochos, quesos y dulce de leche Conaprole. También, productos naturales sin agrotóxicos ni productos químicos que serán producidas por vecinos, como: quesos, yogures, pan de semillas, dulce de zapallo, dulce de higo, dulce de boniato, dulce de guayaba, entre otros y artesanías hechas por artistas locales, como: productos de cuero (mates, llaveros, cintos, materas, billeteras, etc.); productos hechos de guampa (Figura 29) como: llaveros, mates, cuchara de yerba, accesorios, joyería con guampa, etc.; productos hechos en crochet o tejido con lana de oveja; artesanías en trapillo (Figura 28) y guasquería, ya presentado anteriormente (Figura 6).



Figura 28: Artesanías en trapillo del festival “Semana de Río Branco”

Fuente: Mitilene Ferreira (2024)



Figura 29: Mate hecho de guampa

Fuente: Mitilene Ferreira, (2024)

En esta parte del trabajo fue presentada la propuesta de la Posada Azumi, las actividades que serán realizadas en ella y algunos de los productos artesanales que estarán a la venta en la propiedad. A continuación serán brindadas algunas informaciones sobre la comunidad y sus productores rurales.

3.4 La comunidad

La ciudad de Río Branco cuenta con varios productos locales, por lo tanto, la posada sería una oportunidad para promocionar y vender algunos de sus productos (Figuras: 6, 8, 28 y 29) para contribuir con la comunidad, la economía local y dar a conocer productos hechos en la comunidad como por ejemplo la nueva marca de alfajores artesanales “Sin Límite” (Figura 30).



Figura 30: Alfajores artesanales Sin Límite

Fuente: Mitilene Ferreira (2024)

El barrio La Coronilla, en el cual se encuentra localizada la propiedad, está compuesto por aproximadamente 14 familias las cuales la mayoría viven de la agricultura familiar, pecuaria, producción de leche o lana. Actualmente hay 4 tambos en el vecindario de los cuales uno vende para la empresa de Coleme y los demás venden para casas particulares o pequeños mercados y almacenes de la ciudad. Una de las familias tiene un invernáculo en la propiedad, por lo tanto plantan para uso propio y para vender en la ciudad junto con productos artesanales (Figura 31), también venden huevos caseros y alimentos como quesos, ensaladas de frutas, tortas y postres, etc.



Figura 31: Artesanías de la familia Denis

Fuente: Fernanda Denis

Es importante resaltar la inclusión de la comunidad en éste proyecto por medio de la venta de sus productos artesanales y los *workshops* que serán realizados en la propiedad, además de ofrecer visitas a otras propiedades vecinas, para de esta manera contribuir para que los productores rurales tengan otra fuente de ingresos en el sector turístico y la experiencia del turista sea única y diferente a la que ofrece el turismo convencional.

3.5 Hospedaje por medio de reserva

La posada para comenzar iniciará con un solo cuarto (Figura 32 y 33) y a medida que pase el tiempo y la demanda sea mayor ofreceremos los demás cuartos totalizando 3 UH con capacidad total de 4 personas por cuarto (agregando una cama extra), cada uno con baño privado completo con kit de higiene y toallas, su funcionamiento sería solo en temporada de verano, comenzando a mediados de noviembre hasta mediados de abril, ya que en invierno y primavera el clima es muy lluvioso por lo que el acceso a la propiedad se hace difícil.

Como se puede observar en las figuras 32 y 33, la primer UH tendrá una cama matrimonial y en caso de ser más personas se puede agregar una cucheta para dos personas más, tendrán ropa de cama, kit de higiene, toallas para cuerpo y rostro, mesas de luz, perchero y un ropero para que puedan guardar sus ropas y pertenencias. El baño es privado, completo y cuenta con calefón, para que en caso de que haya un corte de energía, puedan de igual manera tener agua caliente.



Figura 32: Primer UH

Fuente: Mitilene Ferreira (2024)



Figura 33: Baño de la primer UH

Fuente: Mitilene Ferreira (2024)

Las diarias tendrán desayuno incluido. Los desayunos tendrán:

- frutas sin agroquímicos
- pan, tortas y bizcochos caseros
- té de plantas de la propiedad
- quesos y mermeladas hechas vecinas de la comunidad
- productos uruguayos como: Dulce de Leche y Café.

- se creará también, un espacio para que las personas que vienen a hospedarse puedan traer sus mascotas.
- para las personas que no cuentan con transporte propio, por un determinado costo, se les ofrecerá transporte hasta la propiedad.

Para los huéspedes que no cuentan con vehículo propio les será ofrecido (por un precio menor al de un Uber) servicio de transporte para que puedan llegar a la posada sin problema, en caso de ser menos de tres personas usaremos los vehículos que ya tenemos en la propiedad. Cuando la demanda sea mayor y más personas visiten la propiedad, se hará un convenio con alguna empresa local de transportes.

La posada será comercializada por medio de Airbnb, Booking, redes sociales (Instagram, Facebook, Whatsapp), folletos y volantes publicitarios los cuales serán entregados a turistas en el puente Mauá y zona comercial.

Para mejor relación con el cliente se publicarán en las redes sociales (todos los días) fotos y videos de la propiedad, de las mejoras que se estarán haciendo y de las actividades que serán realizadas con los turistas. También por dicho motivo al tomar los datos de los clientes se tendrá en cuenta su fecha de cumpleaños para mandarles mensajes en su día. En fechas especiales como navidad o año nuevo regalarles a los clientes algún producto artesanal con el logo de la Posada Azumi.

4 CONSIDERACIONES FINALES

En este proyecto se investigaron conceptos y temas como: Turismo, Turismo Rural, Turismo en Espacio Rural (TER), Hospedaje y Turismo de Bienestar. También, vimos que Turismo de Bienestar es un término nuevo el cuál no existen muchas definiciones aún, pero la demanda de ese tipo de turismo viene creciendo cada vez más. Existen algunas controversias en relación a los conceptos de Turismo Rural y Turismo en Espacios Rurales, ya que mucha gente piensa que significan lo mismo. El Turismo Rural es un turismo en el medio rural que incluye actividades típicas del medio rural, en cambio Turismo en Espacios Rurales es cuando es cualquier tipo de

turismo y actividades que no necesariamente estén vinculadas al medio rural, pero se encuentra localizado en el área rural.

Se realizó un inventario de la propiedad y de sus equipamientos. Así como también se brindó un poco de información sobre cada uno de los familiares que están vinculados a la propiedad, ya que ellos apoyan el proyecto y tienen interés en recibir turistas en la propiedad. El objetivo general es proponer la creación de una posada rural en la propiedad de mi familia. El nombre de la posada será Azumi porque su significado representa lo que se quiere transmitir a los turistas que visitan la propiedad. Se comenzará ofreciendo solo una UH y funcionará solo en temporada de verano por problemas de acceso a la propiedad en invierno y primavera. Después de un año de funcionamiento, ya con más experiencia y recursos, la idea es ampliar la oferta ofreciendo 3 UH más. Se planificaron varias actividades diferentes en la posada y fuera de ella, enfocadas en mostrar la vida en el campo y proporcionar una experiencia diferente a las demás ofertas turísticas de ésta ciudad. Se planeó un espacio de lazer y descanso donde las personas pudieran desconectarse de su rutina diaria y conectarse con la naturaleza, la cultura típica del medio rural y de la región. Se logró llegar al objetivo general el cual era planificar paso a paso una posada rural en un espacio familiar, la cual no solo ofrecerá hospedaje sino también actividades recreativas y típicas del medio rural asociados con vecinos para las visitas a otras propiedades y compras de productos de la comunidad.

Este trabajo fue importante para mí ya que la propuesta es sobre la propiedad de mi familia en la cual he vivido desde mis 4 años de edad y sería un sueño para mí, poder compartir su historia y recuerdos de mi infancia en ella, como también tener un espacio donde compartir mi pasión por la vida en el campo, el turismo y la cultura de mi país, con las personas que visitan la ciudad. También fué importante para mi formación en el turismo, ya que aprendí paso a paso cómo crear una posada sustentable en armonía con el medio ambiente e incluyendo a la comunidad, ya que este proyecto tiene la intención no solo de obtener un ingreso para la familia sino también de impactar positivamente en la región, contribuyendo con la oferta turística de la ciudad, con la economía local y con la comunidad al brindarles la oportunidad de compartir sus conocimientos, vender sus productos y crear una nueva fuente de ingresos aparte de la que les brinda la agropecuaria.

Así como este proyecto impacta positivamente para la comunidad y especialmente la familia, también tendrá dificultades al realizarse como: la falta de privacidad para la familia, el cambio total de la rutina diaria, la inversión tanto de recursos como de tiempo que se le dedicará a la posada para que esté apta para recibir a los turistas y todas las dificultades económicas a las que se debe cada emprendedor.

Futuramente se podría hacer una investigación sobre éste proyecto para ver qué interés tendrían los turistas de hospedarse en la posada y realizar las actividades ya planeadas. Futuramente se podría realizar una investigación, entrevistando a los turistas que entran en la ciudad, para saber si les interesa hospedarse en una posada rural o participar de las actividades propuestas en este proyecto.

REFERENCIAS

- Asesoría de comunicación. Ministerio de Cultura. MERCOSUR: **Puente Barón de Mauá recibirá certificado de Patrimonio Cultural del Mercosur**. Disponible en: <https://www.mercosur.int/puente-baron-de-maua-recibira-certificado-de-patrimonio-cultural-del-mercosur/>. Accedido: 27/11/2024
- BRASIL, MINISTÉRIO DO TURISMO - MTUR. **Turismo Rural: Orientações Básicas**. 2ª ed. Brasília, 2007.
- CAMPODÓNICO ROSANA, **Turismo en Uruguay: Diario EL PAÍS (1965)**, 2022. Disponible en: <https://sou.ucs.br/etc/revistas/index.php/rosadosventos/article/view/10297>. Accedido: 02/11/2024
- CAMPODÓNICO ROSANA, **El desarrollo de Uruguay como país turístico (1960-1986)**, Argentina. Disponible en: <https://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/3905>. Accedido: 07/11/2024
- CUNHA, L. (2006). **Turismo de saúde – conceitos e mercados**. Revista Lusófona de Humanidades e Tecnologias, 10, 79-84. Disponível em: <https://revistas.ulusofona.pt/index.php/rhumanidades/article/view/1274>. Accedido: 10.10.2024.
- DA CUNHA NELLY, **El fomento del turismo en Montevideo: la problemática de los hoteles municipales, 1915-1950**, 2005. Disponible en: https://www.audhe.uy/Boletin_Audhe/Boletin_4/AUDHE_No_04_da_Cunha.pdf. Accedido: 08/11/2024.
- ELESBÃO, I. Impactos socioeconômicos do turismo no espaço rural. In.: Santos, E. e Souza, M de. **Teoria e prática do turismo no espaço rural**. Editora Manole Ltda., São Paulo, 2010.
- JASPER, J. R. Roteiros rurais: Um estudo de caso do Roteiro Turístico Delícias da Colonia. In: Cereta, C. Jasper, J. R. **Turismo no espaço rural: oportunidades e sinergias contemporâneas**. Pelotas, Ed da Ufpel, 2012.
- JASPER, J.R.; SOUZA, E.; LANZER, R. A mulher no turismo rural no litoral norte do RS. Anais Citurdes 2018. Disponível em: Acessado em: 02/11/2024.
- Ley 19253 “REGULACIÓN DE ACTIVIDAD TURÍSTICA”**, Art. 4. Disponible en: <https://www.impo.com.uy/bases/leyes/19253-2014>. Accedido: 02/11/2024.
- MINISTÉRIO DE TURISMO, **Creación y evolución histórica**, 2024. Disponible en: <https://www.gub.uy/ministerio-turismo/institucional/creacion-evolucion-historica#:~:text=Este%20mismo%20a%C3%B1o%20se%20promulga.la%20pol%C3%ADtica%20nacional%20de%20turismo>. Accedido: 07/11/2024.

MINISTÉRIO DE TURISMO. **Uruguay Natural**, 2024. Disponible en: <https://uruguaynatural.com/pt/>. Accedido: 07/11/2024.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Sistema Brasileiro de classificação dos Meios de Hospedagem**. 2012. Disponible en: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/por-dentro-do-sbclass-conheca-as-es-trelas-de-uma-pousada>. Accedido: 15/12/2024

MOLETTA, V.a F. **Turismo Rural**. 2.ed. Porto Alegre: SEBRAE, 2002.

Diario: La Mañana, 10 de febrero de 2022. Disponible en: <https://www.xn--lamaana-7za.uy/actualidad/el-turismo-rural-se-ha-consolidado-generando-empleo-en-el-interior-del-pais/>. Accedido: 29/10/2024

ONU - NACIONES UNIDAS. **Concepto de turismo**. Nueva York, 2000. Disponible en: <https://ecosoc.un.org/sites/default/files/documents/2023-10/m83-S.pdf>. Accedido: 20/11/2024

POGGI (2024): **Tendências do turismo em 2024**. Disponible en: <https://agentenoturismo.com.br/2024/01/24/tendencias-do-turismo-em-2024/>. Accedido: 29/10/2024

POGGI, M. **Turismo pós COVID-2019**. Ebook, Copyright ©, 2020. Disponible en: <https://agentenoturismo.com.br/wp-content/uploads/2022/06/ebook-turismo-p%C3%B3s-covid-19.pdf>. Accedido: 15/10/2024

Rio Branco. Disponible en: <https://otu.opp.gub.uy/perfiles/cerro-largo/rio-branco> . Accedido: 25/09/2024

RUSCHAMANN, D. (1998) / citación en el libro: **Turismo Rural**: Mary Mércia G. Salles, p.20, Campinas-SP, Alínea (2006).

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Turismo pós-pandemia**, 2022. Disponible en: https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-anda-o-turismo-no-pos-pandemia_b34c06de0bbe6810VgnVCM1000001b00320aRCRD. Accedido: 15/10/2024

SENAR. Serviço Nacional de Aprendizagem Rural. **Turismo Rural**: legislação e gestão de empreendimentos. Brasília: Senar, 2020.

Significado del nombre "AZUMI". Disponible en: <https://venere.it/es/el-significado-y-la-historia-del-nombre-azumi/>. Accedido: 16/11/2024

SOUZA, M.; FUCKS, P.M. Turismo no Espaço Rural e preservação do patrimônio, da paisagem e da cultura. In.: Santos, E. e Souza, M de. **Teoria e prática do turismo no espaço rural**. Editora Manole Ltda., São Paulo, 2010

SPRINT DADOS. Demanda do Turismo Rural, 2º edición, Junio de 2023. Disponible en: <https://www.sprintdados.com.br/turismorural>. Accedido: 18/11/2024

URUGUAY XXI, **La historia de nuestra Marca**, Disponible en:
<https://marcapaisuruguay.gub.uy/la-historia-de-nuestra-marca/#:~:text=La%20marca%20Uruguay%20Natural%20nace,de%20crisis%20econ%C3%B3mica%20del%20momento>.
 o. Accedido: 14/12/2024

USI. **Pasaje Histórico de Río Branco**. Disponible en:
<https://www.usi.org.uy/blog/presentacion/pasaje-historico-de-rio-branco-28>
 Accedido: 25/09/2024

ZIMMERMANN, A. Planejamento e organização do turismo rural no Brasil. In: ALMEIDA, J. A.; RIEDLY, M.; FROELICH, J.M. (org.) **Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável**. Santa Maria, 1998. Universidade Federal de Santa Maria.

REFERENCIAS DE LAS FIGURAS NO AUTORALES:

Figura 1: **Festival de la Semana de Río Branco**. Disponible en:
<https://www.riobrancoaldia.com/10-02-2020-este-fin-de-semana-se-celebro-el-festival-riobranco-le-canta-al-yaguaron>. Accedido: 17/11/2024

Figura 1: Autora con la herramienta de Google Earth

Figura 11: Autora con la herramienta de Google Earth

Figura 13: Elaborada por la autora con la herramienta Canva.

Figura 14: Elaboradas por la autora con la herramienta de Google Earth.

Figura 16: Elaborada por la autora con la herramienta de Google Earth.

Figura 18: Elaborada por la autora con la herramienta de Google Earth.

Figura 20: PINTEREST. Disponible en: <https://pin.it/6L4llarzQ>. Accedido: 27/11/2024

Figura 21: FITOR FORESTAL. Disponible en:
<https://www.fitorforestal.com/equipamiento-y-mobiliario-urbano-de-madera/mesas-picnic-de-madera/mesas-de-picnic-de-madera-pica.html>. Accedido: 27/11/2024

Figura 23: RODES. Disponible en:
<https://www.ro-des.com/blog/neumaticos-viejos-convertidos-en-juegos-parque-infantil/>.
 Accedido: 27/11/2024

Figura 25: FREEPIK: **Cancha de fútbol sala en el parque público al aire libre con césped natural**. Disponible en:
https://www.freepik.es/fotos-premium/cancha-futbol-sala-parque-publico-al-aire-libre-césped-natural_10273863.htm. Accedido: 27/11/2024

Figura 27: PINTEREST. Disponible en:
<https://es.pinterest.com/pin/139470919704184379/>. Accedido: 15/12/2024

Figura 31: Fernanda Denis

ANEXO A – Pioneros del Turismo Rural en Uruguay

Disponible en: <https://youtu.be/kcR9Kx06Aao?feature=shared>
Accedido: 05/12/2024

ANEXO B - Uruguay Natural

¿Qué es la Marca País? Disponible en: <https://marcapaisuruguay.gub.uy/que-es-la-marca-pais/>. Accedido: 14/12/2024.

La historia de nuestra Marca. Disponible en: <https://marcapaisuruguay.gub.uy/la-historia-de-nuestra-marca/>. Accedido: 14/12/2024.

Marca País Uruguay Natural. Disponible en: <https://youtu.be/MoGdG7IzXac?si=6jfVm5q23N-ZP2Gv>. Accedido: 14/12/2024.

Marca País Uruguay Natural como herramienta de promoción internacional. Disponible en: <https://marcapaisuruguay.gub.uy/marca-pais-uruguay-natural-y-su-dimension-internacional/>. Accedido: 14/12/2024.

Uruguay Natural al Mundo. Disponible en: https://youtu.be/DSPF6_m1YIg?si=Vx2Sx_EYDuligQDG. Accedido: 14/12/2024.

Uruguay en una palabra. Disponible en: <https://youtu.be/iY4k3DUdP1A?si=7LxCtVuoruilsboa>. Accedido: 14/12/2024.

Vení a Uruguay. Disponible en: https://youtu.be/18WCu4_3EIk?si=SIRI0ZEXj9XnxoUQ. Accedido: 14/12/2024.

Identidad. Disponible en: <https://uruguaynatural.com/es/identidad/>. Accedido: 14/12/2024