



ESPERANZA, 29 de diciembre de 2025

VISTAS estas actuaciones por las que la M.Sc. María Isabel CASTIGNANI eleva la Planificación 2026 de la asignatura optativa “Turismo en el Espacio Rural”, correspondiente a la carrera de Ingeniería Agronómica; y

CONSIDERANDO que cuenta con el aval del Departamento de Ciencias Sociales y el informe técnico realizado por la Dirección de la Carrera de Ingeniería Agronómica,

Que la presente se ajusta a lo dispuesto en los artículos 11° a 13° del Reglamento de la carrera de Grado de la Facultad aprobado por Resolución de Decano n° 449/13,

POR ELLO y teniendo en cuenta lo sugerido por la Comisión de Enseñanza, como así también lo acordado en sesión ordinaria del día 15 de diciembre del año en curso,

EL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS AGRARIAS

RESUELVE:

ARTÍCULO 1°: Aprobar la Planificación 2026 de la asignatura optativa “Turismo en el Espacio Rural” elevada por la M.Sc. María Isabel CASTIGNANI, correspondiente al Plan de Estudios aprobado por Resolución CS n° 438/09 y que como Anexo forma parte de la presente.-

ARTÍCULO 2°: Inscribase, comuníquese. Notifíquese al responsable de la asignatura, a la Directora de Carrera de Ingeniería Agronómica y a la Directora del Departamento de Ciencias Sociales. Gírese a la Dirección de Carrera de Ingeniería Agronómica. Cumplido, archívese.-

RESOLUCIÓN “C.D.” N° 588/25



ANEXO
RESOLUCIÓN CD N° 588/25
PLANIFICACION DE ASIGNATURA

AÑO ACADÉMICO: 2026

Asignatura: Turismo en el Espacio Rural

Régimen: cuatrimestral

N° de semanas: cursado intensivo de 7 semanas

Carga Horaria: 50 hs

a) Objetivos del aprendizaje:

- Identificar el turismo rural como una alternativa innovadora, con potencial de mejorar el desempeño de la empresa, generar empleo para los miembros de la familia, y establecer relaciones sinérgicas con otras empresas, contribuyendo a mejorar la competitividad de la empresa y la dinámica económica del territorio.
- Comprender los principios que ordenan el turismo en el ambiente rural como instrumento de desarrollo integrado y sostenible.
- Identificar los recursos y atractivos del ambiente rural de interés para el desarrollo de actividades turísticas.
- Diseñar un modelo de negocios para la creación de una empresa de turismo en el espacio rural, aplicable para el desarrollo de redes, como estrategia de diversificación para una empresa agropecuaria, o para asociaciones de turismo en el área rural.
- Desarrollar una visión integrada que ayude a comprender como funcionan los distintos componentes del negocio, el funcionamiento de la actividad y sus relaciones.
- Aplicar los conceptos y la terminología específica de la asignatura.

b) Contenidos:

b.1 Contenidos mínimos.



El turismo y la multifuncionalidad del espacio rural. Los recursos, los servicios y el producto turístico. Generación del modelo de negocios y desarrollo del plan. Modelo Canvas.

Área de Formación: Profesional				
Contenidos y habilidades	Apren e	Observ a	Resuelv e	Ejecut a
16. Formulación y evaluación de proyectos	X		X	X

b.1 Programa analítico

Unidad 1: Introducción al turismo rural y su impacto en el territorio.

Conceptos básicos de turismo y turismo rural. El uso múltiple del espacio rural. Actores clave del turismo rural y su integración con otras actividades rurales. Modalidades de turismo rural. El turismo rural como estrategia para el desarrollo local y regional. Las rutas agroalimentarias. Evolución del turismo rural en Argentina.

Unidad 2: Los recursos, los servicios y el producto turístico.

2.1. Categorización, identificación y evaluación de recursos y servicios turísticos.

Recursos turísticos: categorización, identificación y evaluación. Recursos humanos: Estructura organizativa básica en un emprendimiento de turismo rural. Puestos de trabajo típicos en turismo rural y aspectos a considerar en la organización del trabajo y planificación de jornadas y actividades. Infraestructura y equipamientos.

2.2. El producto turístico en las diferentes modalidades de turismo rural. Análisis de la demanda en turismo rural: perfil del turista rural y sus motivaciones.

2.3 Diseño de la Propuesta de Valor (Producto Turístico Rural): Definición y Concepto del Propuesta de valor: Creación de un concepto integral: nombre, logotipo y eslogan.



Experiencia del Turista: Diseño de actividades y servicios: itinerarios, paquetes y experiencias clave. Identificación de emociones y experiencias memorables. Elementos Diferenciadores del Producto: Innovación y diferenciación frente a la competencia. Valor agregado desde lo cultural, ambiental y social. Sostenibilidad en el Turismo Rural: Incorporación de prácticas sostenibles en el diseño de la propuesta de valor. Evaluación del impacto ambiental, social y económico del proyecto.

Unidad 3: Desarrollo de la idea y generación del modelo de negocio.

Aplicación de la metodología Canvas para la descripción, análisis y diseño de modelos de negocio. Los nueve módulos del lienzo.

3.1. ¿Qué valoran los clientes?

Módulo 1- SM: Segmentos de mercado. Identificación de públicos objetivos. Propuesta de posicionamiento respecto a la competencia.

Módulo 2- PV: Propuestas de valor. Productos y servicios que crean valor para el segmento de mercado definido previamente. Identificación de las necesidades o carencias a cubrir y problemas a resolver.

3.2. Conectar con el cliente:

Módulo 3-C: Canales. Tipos de canales y fases para llegar a los clientes del segmento de mercado definido. Canales de Comercialización.

Módulo 4-RCI: Relaciones con los clientes. Diferentes tipos de relaciones con los clientes: Captación de clientes, fidelización y estimulación de las ventas. Canales de Comunicación.

3.3. ¿Cómo conseguir ingresos?

Módulo 5-FI: Fuentes de ingreso. Tipos diferentes de fuentes de ingreso.

Módulo 6-AC: Actividades clave. Diseño y programación de las acciones necesarias para que el modelo de negocio tenga éxito. Actividades relacionadas con la producción, con la implementación de soluciones (servicios) que respondan a necesidades del cliente y aquellas vinculadas a plataformas y redes y a la organización del trabajo y planificación de actividades.

3.4. ¿Cuánto dinero costará?



Módulo 7-RC: Recursos clave. Recursos físicos, económicos, intelectuales o humanos necesarios para crear u ofrecer una propuesta de valor. Los recursos humanos.

Módulo 8-AsC: Asociaciones clave. Red de proveedores y socios que contribuyen al funcionamiento de un modelo de negocio. Tipos de asociaciones.

Módulo 9-EC: Estructura de costos. Tipos de costos implicados en el modelo de negocio.

3.5. Resultados proyectados

Determinación de los Ingresos. Mecanismos de Fijación de Precio. Flujo de caja: Previsión de ventas. Determinación de los Costos. Flujo de caja. Previsión de costos. Comparación de ingresos y costos. Punto de equilibrio. Análisis de sensibilidad.

b.2 Programa de trabajos prácticos

Trabajo Práctico N° 1: Modalidades del Turismo Rural.

Trabajo Práctico N° 2: Los recursos, los servicios y el producto turístico.

Trabajo Práctico N° 3: Análisis de demanda: Identificar el perfil del turismo.

Trabajo Práctico N° 4: Diseño de la propuesta de valor.

Trabajo Práctico N° 5: Estructura organizativa de un emprendimiento turístico

Trabajo práctico N° 6: ¿Qué valoran los clientes? Módulos SM y PV

Trabajo Práctico N° 7: Conectar con el cliente. Módulos RCI y C

Trabajo Práctico N° 8: ¿Cómo conseguir ingresos? Módulos FI y AC

Trabajo Práctico N° 9: ¿Cuánto dinero costará? Módulos RC – AsC y EC

Trabajo Práctico N°10: Resultados proyectados

b) Bibliografía básica y complementaria recomendada.



Título	Autores	Editorial	Ejemplar	Año de edición	Si se encuentra disponible en línea indique la modalidad de acceso y el link.
Desarrollo de productos turísticos rurales. Material didáctico del Núcleo 1, Módulos 3 y 11.	Barrera, E.	Editorial Facultad de Agronomía	1	2009	En cátedra.
Manual de turismo rural para micro pequeños y medianos empresarios rurales	Barrera, E. Muñoz, R.	PROMER		2003	Manual de Turismo Rural para micro, pequeños y medianos empresarios rurales ~ TURISMO ACADÉMICO (academicoturistico.blogspot.com)
Guía para la formulación de planes de desarrollo turístico en territorios rurales	Blanco M, M.	Costa Rica, IICA.		2014	https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/3028/BVE17068944e.pdf;jsessionid=3F6E73A8DD8A3E3E9EDF79029CD0E567?sequence=1
Marketing turístico	Philip Kotler Jesús García de Madariaga Miranda Javier Flores Zamora John T. Bowen	Pearson Educación, S.A		2011	https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/04/Marketing-Tur%C3%ADstico-de-Philip-Kotler.pdf



	James C. Makens				
Características diferenciales del producto turismo rural.	García Henche, B.	Cuadernos de Turismo 15: 113-133.		2005	https://revistas.um.es/turismo/article/view/18481
Norma Argentina Alojamiento rural. Sistema de gestión de la calidad, la seguridad y el ambiente.	IRAM-SECTUR.	IRAM-SECTUR 42250. Buenos Aires.		2009	https://www.studocu.com/es-ar/document/universidad-nacional-del-nordeste/teoria-del-diseno-y-la-gestion-urbana/iram-42250-turismo-rural/42363847
Generación de modelos de negocio	Osterwalder, A; Pigneur, Y.	Grupo Planeta, Av. Diagonal, 662-664, 08034 Barcelona (España). ISBN: 978-84-234-2841-0		2011	https://www.academia.edu/9142310/Generacion_de_Modelos_de_Negocios
El turismo rural en debate: 10 años de experiencia en la formación de técnicos en FAUBA: 2009-2019	Sandra Patricia Fernández	Editorial Facultad de Agronomía		2019	https://www.agro.uba.ar/sites/default/files/turismo_rural_-_final.pdf
El Turismo Rural en debate II: la FAUBA en interacción con los territorios /	Sandra Fernández ; Gabriela Fernanda Rodríguez; Analía Canale	Editorial Facultad de Agronomía		2023	https://www.agro.uba.ar/sites/default/files/turismo_rural_ii.pdf
Recomendaciones de la OMT sobre	Organización Mundial	Copyright © 2020, Organización	2020		DOI: https://doi.org/10.1



turismo y desarrollo rural. Una guía para convertir el turismo en una herramienta de desarrollo rural efectiva	del Turismo (OMT), Madrid, España	ón Mundial del Turismo (OMT)			8111/9789284422210.
Las rutas agroalimentarias en América latina: concepto, situación y Perspectivas	Daniel De Jesús Contreras, Marvin Blanco Murillo	AGROALIMENTARI A. Vol. 31, N° 61 julio-diciembre 2025		2025	http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/agroalimentaria/articulo/view/21787

d) Recursos humanos y materiales existentes.

Apellido y Nombre	Cargo			Dedicación		Responsable		Situación	
Castignani, María Isabel	Prof.	Tit.	<input checked="" type="checkbox"/>	Exclusivo	<input checked="" type="checkbox"/>	Si	<input checked="" type="checkbox"/>	Por concurso	<input checked="" type="checkbox"/>
		Aso.	<input type="checkbox"/>	Semi	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	Interino	<input type="checkbox"/>
		Adj.	<input type="checkbox"/>	Simple	<input type="checkbox"/>			Contratado	<input type="checkbox"/>

Apellido y Nombre	Cargo			Dedicación		Responsable		Situación	
Suero, Marta	Prof.	Tit.	<input type="checkbox"/>	Exclusivo	<input type="checkbox"/>	Si	<input type="checkbox"/>	Por concurso	<input checked="" type="checkbox"/>
		Aso.	<input type="checkbox"/>	Semi	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	Interino	<input type="checkbox"/>
		Adj.	<input checked="" type="checkbox"/>	Simple	<input checked="" type="checkbox"/>			Contratado	<input type="checkbox"/>

Apellido y Nombre	Cargo			Dedicación		Responsable		Situación	
Maina, Mariela	Prof.	Tit.	<input type="checkbox"/>	Exclusivo	<input checked="" type="checkbox"/>	Si	<input type="checkbox"/>	Por concurso	<input checked="" type="checkbox"/>
		Aso.	<input type="checkbox"/>	Semi	<input type="checkbox"/>	No	<input checked="" type="checkbox"/>	Interino	<input type="checkbox"/>
		Adj.	<input checked="" type="checkbox"/>	Simple	<input type="checkbox"/>			Contratado	<input type="checkbox"/>
	J.T.P.								



Apellido y Nombre	Cargo		Dedicación	Responsable		Situación	
Acosta, Larisa	Pr of.	Tit.	Exclusiv o	Si		Por concurso	x
		Aso	Semi	No	X	Interino	
		Adj.	Simple			Contratado	
	JTP		Simple	X			

Apellido y Nombre	Cargo		Dedicación	Responsable		Situación	
Lesman, Ma. de Los Ángeles	Pr of.	Tit.	Exclusiv o	Si		Por concurso	
		Aso	x Semi	No	X	Interino	
		Adj.	Simple			Contratado	X
	Ayte. de Cátedra	X	Simple	X			

e) Cronograma por semana y responsable de cada actividad.

Todas las actividades tienen formato de taller, con la presentación de un mapa conceptual y la realización de ejercicios y resolución de casos para aplicación de los contenidos teóricos.

Se realizarán en 2 encuentros presenciales de 2 ½ horas, durante 7 semanas.

Semana	Temario (Tema / Unidad)	Responsable
Semana 1	Presentación de la asignatura y consignas de la evaluación final. Unidad 1: Introducción al turismo rural y su impacto en el territorio. Trabajo Práctico N° 1: Modalidades del Turismo Rural	Equipo docente
Semana 2	Unidad 2: Los recursos, los servicios y el producto turístico. Trabajo Práctico N° 2: Los recursos, los servicios y el producto turístico	Equipo docente
	Feriado	



Semana 3	<p>Unidad 2: 2.1. Análisis de la demanda en turismo rural: perfil del turista rural y sus motivaciones.</p> <p>Trabajo práctico N° 3: Análisis de demanda: Identificar el perfil del turista</p>	Equipo docente
	<p>Unidad 2: 2.1. Estructura organizativa básica en un emprendimiento de turismo rural.</p> <p>Trabajo práctico N°4: Estructura organizativa de un emprendimiento turístico</p>	Equipo docente
Semana 4	<p>Unidad 2: 2.2 Diseño de la Propuesta de Valor (Producto Turístico Rural): Definición y Concepto del Propuesta de valor:</p> <p>Trabajo práctico N° 5: Diseño de la propuesta de valor (producto turístico)</p> <p>Evaluación parcial a través del aula virtual</p>	Equipo docente
	<p>Unidad 3: Generación del modelo de negocios para Productos de Turismo Rural. Aplicación de la metodología Canvas para la descripción, análisis y diseño de modelos de negocio.</p>	Equipo docente
Semana 5	<p>3.1. ¿Qué valoran los clientes? Módulo 1- SM. Módulo 2- PV.</p> <p>3.2. Conectar con el cliente: Módulo 3-C: Canales. Módulo 4-RCI</p> <p>Trabajo práctico N° 6: ¿Que valoran los clientes? Módulos SM y PV</p> <p>Trabajo práctico N° 7: Módulos RCI y C</p>	Equipo docente
	<p>3.3. ¿Cómo conseguir ingresos?</p> <p>Módulo 5-FI: Fuentes de ingreso. Tipos diferentes de fuentes de ingreso. Módulo 6-AC: Actividades clave.</p> <p>3.4. ¿Cuánto dinero costará?</p> <p>Módulo 9-EC: Estructura de costos.</p> <p>Trabajo Práctico N° 8: ¿Cómo conseguir ingresos? Módulos FI y AC</p> <p>Trabajo Práctico N° 9: ¿Cuánto dinero costará? Módulos RC – AsC y EC</p>	Equipo docente
Semana 6	<p>3.5. Resultados proyectados</p> <p>Determinación de los Ingresos. Determinación de los Costos. Flujo de caja.</p> <p>Punto de equilibrio. Análisis de sensibilidad.</p> <p>Trabajo Práctico N° 10: Resultados proyectados</p>	Equipo docente
	<p>Consulta para trabajo integrador</p>	Equipo docente
Semana 7	<p>Entrega del trabajo integrador (aula virtual)</p>	Equipo docente



Presentación oral del Trabajo Integrador y entrega del informe escrito	Equipo docente
--	----------------

e.1. Carga horaria de la actividad curricular.

e.1.1. Carga horaria total de la actividad curricular según sus contenidos

Área temática / otra formación	Carga horaria	
	Presencial	No Presencial
Formación Básica		
Formación Aplicada		
Formación Profesional		
Formación Complementaria	25	25
Otros contenidos		
Carga horaria total	25	25

e.1.2. Carga horaria total de las actividades de formación práctica

Área temática / otra formación	Carga horaria	
	Presencial	No Presencial
Formación Básica		
Formación Aplicada		
Formación Profesional		
Formación Complementaria	15	15
Otros contenidos		
Carga horaria total		

e.1.3. ámbitos donde se desarrollan las actividades de formación práctica



Las actividades prácticas se realizan en aula.

e.1.4. carga horaria semanal total y de actividades de formación práctica

	Presencial	No presencial
Carga horaria semanal total	5	5
Carga horaria semanal destinada a la formación práctica	2,5	2,5

f) Estrategias de enseñanza-aprendizaje a emplear.

f.1. De las clases

Las clases son teóricos-prácticas, de carácter obligatorio y de una duración de 2,5 horas, dos veces por semana. Al inicio de la clase se realizará la presentación del mapa conceptual y de los conceptos teóricos correspondientes al tema del día.

Exposición: se aplica para conducir el proceso de teorización acerca de los temas medulares de la asignatura. Contribuyen a la internalización de estructuras conceptuales complejas. Facilitan el abordaje de la aplicación de contenidos a problemas del mundo real. Mediante un espacio de interacción, se conforman los mapas conceptuales de los principales temas de la asignatura.

Estudio de casos: se utilizan como actividad práctica que tiende a facilitar la aplicación de los procedimientos específicos a situaciones concretas.

f.2. De las consultas y clases de revisión.

Tienen por finalidad asistir al alumno en una secuencia lógica de internalización y elaboración de los contenidos de la asignatura. Son de carácter opcional.

f.3. Aula virtual:

Los alumnos disponen del aula virtual para consultar el programa analítico, la bibliografía y toda la información necesaria para el cursado. Además, encuentran en la misma videos



explicativos de todos los contenidos de la asignatura, la resolución de los ejercicios planteados en los trabajos prácticos, novedades, listas actualizadas y notas.

Asimismo, el aula brinda la posibilidad de participar en foros de discusión y actividades de consulta.

g) Tipo y número de evaluaciones parciales exigidas durante el cursado

El desarrollo de la asignatura comprende dos tipos de evaluaciones, formativa y sumativa.

Para garantizar la evaluación formativa, se realizan trabajos prácticos grupales que se exponen al final de la clase.

La evaluación sumativa consta de:

- Evaluación parcial a carpeta abierta e individual, diseñado como una instancia intermedia de evaluación sumativa.
- Trabajo practico integrador: su objetivo es la aplicación de los contenidos de la asignatura a un estudio de caso. Estos trabajos se realizan en forma grupal. Se aprueba con la entrega de un informe escrito y una defensa oral.

h) Requisitos para el cursado

h.1 Tener regularizadas las siguientes asignaturas:

Mercadeo Agroalimentario

i) Exigencias para obtener la regularidad, promoción parcial o total, incluyendo criterios de calificación y porcentaje de aprobación.

i.1 Requisitos para regularizar:

- **Para acceder a la condición de regular el alumno** deberá cumplir con los siguientes requisitos:

- 75% de asistencia a clases.
- Evaluación parcial aprobada con el 60%

i.2 Requisitos para promocionar:



- **Para acceder a la condición de promoción el alumno deberá cumplir con los siguientes requisitos:**

- 75% de asistencia a clases.
- Evaluación parcial aprobada con el 60%
- Trabajo integrador aprobado con el 60%.

La nota final de la asignatura quedará conformada de la siguiente manera:

- Evaluación parcial 40 %
- Calificación obtenida en el Trabajo integrador.....60 %

- **El alumno que no haya completado los requisitos mencionados previamente quedará con la condición de libre.**

j) Modalidad de los exámenes finales para alumnos regulares, libres y oyentes, incluyendo programa de examen si correspondiera

- **El alumno regular:** Este alumno deberá resolver un cuestionario semiestructurado elaborado sobre la base de los contenidos de la asignatura y trabajos prácticos.

- **El alumno libre:**

Si el alumno no aprobó el cursado de la asignatura, deberá resolver un cuestionario semiestructurado elaborado sobre la base de los contenidos de la asignatura, trabajos prácticos y preguntas referidas al trabajo integrador realizado durante el cursado.

En caso de que no haya realizado dicho trabajo o no haya cursado la asignatura, deberá realizar el trabajo integrador de manera individual. En este caso deberá, 15 días antes de la fecha de examen, presentar por escrito. Si el trabajo está aprobado podrá acceder a rendir el examen que contempla la modalidad planteada para alumnos regulares.

En este caso, la calificación final de la asignatura se obtiene ponderando las instancias de evaluación de la siguiente manera:

- Calificación del examen escrito 50 %
- Calificación obtenida en el Trabajo integrador.....50 %