

UNIVERSIDAD PARA LA COOPERACION INTERNACIONAL  
(UCI)



Análisis de un proceso de Certificación de Sostenibilidad Turística como  
herramienta de diferenciación y factor de competitividad para el Municipio de José  
Ignacio y Garzón, Maldonado, Uruguay

Natalia Buroni de Barros

PROYECTO FINAL DE GRADUACION PRESENTADO COMO REQUISITO  
PARCIAL PARA OPTAR POR EL TITULO DE MASTER EN GESTIÓN DEL  
TURISMO SOSTENIBLE

San José, Costa Rica

Enero 2017

UNIVERSIDAD PARA LA COOPERACION INTERNACIONAL  
(UCI)

Este Proyecto Final de Graduación fue aprobado por la Universidad como  
Requisito parcial para optar al grado de Máster en Gestión del Turismo Sostenible

Ing. Mario A Socatelli

PROFESOR TUTOR

Fernando Bermúdez

LECTOR No.1

Natalia Buroni de Barros

SUSTENTANTE

## DEDICATORIA

*“La elección es nuestra: formar una sociedad global para cuidar la Tierra y cuidarnos unos a otros o arriesgarnos a nuestra propia destrucción y la de la diversidad de la vida. Se necesitan cambios fundamentales en nuestros valores, instituciones y formas de vida. Debemos darnos cuenta de que, una vez satisfechas las necesidades básicas, el desarrollo humano se refiere primordialmente a ser más, no a tener más. Poseemos el conocimiento y la tecnología necesarios para proveer a todos y para reducir nuestros impactos sobre el medio ambiente. El surgimiento de una sociedad civil global está creando nuevas oportunidades para construir un mundo democrático y humanitario. Nuestros retos ambientales, económicos, políticos, sociales y espirituales, están interrelacionados y juntos podemos proponer y concretar soluciones globales.”*

Carta de la Tierra, Naciones Unidas

## **AGRADECIMIENTOS**

Especial agradecimiento al Ing. Mario A. Socatelli por acompañarme en este camino

## INDICE

HOJA DE APROBACION	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
INDICE	v
INDICE ILUSTRACIONES	vii
INDICE CUADROS	viii
RESUMEN EJECUTIVO	ix
1. INTRODUCCION .....	12
1.1 Antecedentes .....	12
1.2 Problemática.....	12
1.3 Justificación del problema.....	14
1.4 Supuestos.....	16
1.5 Restricciones .....	16
1.6 Objetivo general.....	17
1.6.1 Objetivos específicos .....	17
1 .....	18
1.7 Marco referencial del Municipio de José Ignacio y Garzón.....	18
1.7.1 Delimitación del área.....	21
1.7.2 Dimensión Ecosistémica .....	22
1.7.3 Evolución histórica y proceso de expansión urbana.....	33
1.7.4 Ocupación del Suelo .....	38
1.7.5 Realidad Social .....	40
1.7.6 Servicios y Actividades Económicas .....	42
1.7.7 Planta turística.....	47
2. MARCO TEORICO .....	51
2.1 Sostenibilidad .....	51
2.2 Sostenibilidad Turística.....	52
2.3 Criterios Globales del Turismo Sostenible .....	55

2.4	Certificaciones internacionales para la Sostenibilidad Turística .....	57
2.4.1	Green Globe Certification.....	59
2.4.2	Rainforest Alliance Verified .....	62
2.5	Certificación para la Sostenibilidad Turística de Costa Rica (CST) .....	65
3.	MARCO METODOLOGICO .....	66
3.1	Fuentes de información .....	67
3.2	Técnicas de Investigación.....	68
3.3	Método de Investigación.....	69
4.	RESULTADOS.....	69
4.1	Viabilidad de proponer una Certificación para la Sostenibilidad Turística en el Municipio de Garzón y José Ignacio .....	74
4.2	Costa Rica, un caso de éxito .....	77
4.3	CST, herramienta de competitividad y diferenciación para las empresas turísticas y para Costa Rica como destino .....	83
5.	CONCLUSIONES .....	92
6.	RECOMENDACIONES .....	96
7.	BIBLIOGRAFIA .....	99
8.	ANEXOS.....	103
8.1	Anexo 1: ACTA DEL PROYECTO FINAL DE GRADUACIÓN.....	103
8.2	Anexo 2: Ilustración Ocupación del Suelo en la Microregión.....	110
8.3	Anexo 3: Infraestructuras y equipamiento del Municipio.....	111
8.4	Anexo 4: Transcripción de entrevista con el Alcalde de Garzón y José Ignacio, Fernando Perez .....	117
8.5	Anexo 5: Transcripción de la entrevista realizada a Alvaro Perez, Responsable de Operaciones y Ventas de Turismo de Agroland .....	122
8.6	Anexo 6: Criterios globales de turismo sostenible .....	125
8.7	Anexo N°7: Criterios Green Globe.....	130

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1- Ubicación de Uruguay en América.....	18
Figura 2- Ubicación del Departamento de Maldonado en Uruguay.....	19
Figura 3- Mapa político de Uruguay .....	19
Figura 4- Uruguay en América del Sur.....	19
Figura 5- Municipios del departamento de Maldonado .....	20
Figura 6- Ubicación del Municipio de Garzón-José Ignacio .....	20
Figura 7- Límites del Municipio de Garzón-José Ignacio .....	21
Figura 8- Ecosistema oceánico Laguna José Ignacio y Garzón .....	23
Figura 9-Imágenes de la Sierra de Garzón .....	24
Figura 10- Áreas ecológicas significativas .....	24
Figura 11- Laguna de José Ignacio.....	25
Figura 12- Costa oceánica laguna José Ignacio .....	26
Figura 13- Flamencos .....	26
Figura 14- Laguna Garzón .....	27
Figura 15- Laguna Garzón .....	28
Figura 16- Balsa Laguna Garzón .....	29
Figura 17- Matorral Psamófilo.....	29
Figura 18- Sapito de Darwin.....	30
Figura 19- Garzas .....	30
Figura 20- Flamencos .....	30
Figura 21- Construcción de puente sobre la Laguna Garzón.....	31
Figura 22-Lomadas de José Ignacio .....	32
Figura 23- Antigua estación de tren .....	34
Figura 24- Hotel y Restaurante de Francis Mallman .....	34
Figura 25- Francis Mallman .....	35
Figura 26- Naufragio en la costa de José Ignacio.....	35

Figura 27- Faro de José Ignacio .....	35
Figura 28- Faro de José Ignacio en la actualidad .....	36
Figura 29 - Algunas construcciones que sistituyeron a los antiguos ranchos de pescadores.....	37
Figura 30- Pueblo de José Ignacio.....	37
Figura 31- Imágenes de José Ignacio .....	39
Figura 32- Áreas de Prioridad Social y las organizaciones sociales que actúan en la Microrregión .....	40
Figura 33- Hogares con Carencias Críticas .....	41
Figura 34- Boya Petrolera .....	43
Figura 35- Terminal Este ANCAP .....	43
Figura 36- Cultivo de olivos de empresa AGROLAND .....	44
Figura 37- Viñedos y Bodega Garzón .....	48
Figura 38- Globo Aerostático Bodega Garzón .....	48
Figura 39- Olivo.....	49
Figura 40- Almazara Boutique Finca José Ignacio.....	49
Figura 41-Ponderación para cada criterio .....	60
Figura 42- Desarrollos turísticos en la zona costera del Municipio .....	114

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1- Población y vivienda según localidad 1985-2004.....	38
Cuadro 2- Estimación población y vivienda en alta temporada 1985-2004.....	39
Cuadro 3- Matriz FODA del Municipio como destino turístico .....	72
Cuadro 4: Categorización de la CST.....	80
Cuadro 5- Percepción de empresas de hospedaje certificadas CST sobre ciertos temas y su relación con la CST.....	85
Cuadro 6- Percepción de empresas de hospedaje certificadas con la norma CST sobre las ventajas del CST en la conjuntura de la crisis .....	87
Cuadro 7- Percepción de empresas de hospedaje certificadas sobre las ventajas de tener la CST .....	88

## RESUMEN EJECUTIVO

El Municipio de Garzón y José Ignacio, ubicado en el departamento de Maldonado, Uruguay entre dos ecosistemas lagunares y un área protegida, está caracterizado por la exclusividad turística, su tranquilidad, su posición privilegiada entre recursos naturales de alto valor turístico y el sentimiento de pertenencia y amor que tienen los locales, turistas y empresarios por el lugar.

Ese amor que tienen las personas que viven y veranean en este lugar genera una necesidad de protegerlo y conservarlo tal cual está; factor clave que hace al Municipio perfecto para generar e implementar iniciativas que sirvan de base para lograr su desarrollo sostenible.

Al ser una región fundamentalmente turística, la única forma de que la actividad sea un motor económico, de bienestar social y que mantenga y conserve los propios recursos naturales que genera el atractivo, es la sostenibilidad.

A nivel público se entiende que el desarrollo sostenible es el modelo a seguir para el Municipio pero por diversas razones, principalmente por falta de información, no logra concebir herramientas que lleven la sostenibilidad a la práctica.

Como en Uruguay no existen antecedentes de estudios sobre certificaciones para la sostenibilidad turística, este trabajo se presenta como una primera aproximación al tema con el objetivo principal de analizar la viabilidad de implementar una certificación de éste tipo en el Municipio de Garzón y José Ignacio como una herramienta que permita la diferenciación y el aumento de competitividad del lugar como destino turístico.

Entonces, además de analizar las características propias del Municipio y evaluar la aceptación de los actores locales, se analizan los criterios globales de sostenibilidad turística, los procesos de certificación como herramienta para alcanzar la sostenibilidad y el CST de Costa Rica como caso de éxito.

Se analiza la CST por ser un ejemplo práctico y replicable que significó para las empresas del sector turístico de Costa Rica una herramienta que les permitió reducir costos operativos, aumentar la calidad del servicio brindado y atraer un nicho de turistas de alto valor. Para el país como destino, implicó posicionarse a nivel mundial como un producto diferenciado y altamente competitivo.

El Municipio de Garzón y José Ignacio tiene las características ideales para implementar una herramienta como esta; que de seguir los pasos y ejemplo de Costa Rica, le podría permitir desestacionalizar su producto y abrirse a un mercado internacional de una forma más contundente. Todo traduciéndose en un aumento de competitividad y diferenciación tanto de las empresas como del destino en sí, al mismo tiempo que protege sus recursos naturales altamente frágiles y en torno al cual gira todo su atractivo.

Dadas esas características específicas del Municipio, principalmente el amor de las personas por el lugar que genera una necesidad por conservar y proteger el medio que los rodea y la influencia de grandes emprendimientos que ya marcan una línea hacia la sostenibilidad, se concluye como primera aproximación, que la implementación de una herramienta como ésta sería aceptada por los actores locales y por lo tanto viable de llevar adelante.

A través de la investigación se encontró una gran falta de información, por lo que se recomienda, para poder poner el tema de certificaciones en la mesa, la capacitación de los actores turísticos del Municipio en materia de sostenibilidad y certificaciones.

## 1. INTRODUCCION

### 1.1 Antecedentes

No existe ni en el Municipio de Garzón y José Ignacio, ni en el Departamento de Maldonado, ni en Uruguay, un estudio anterior que analice la posibilidad o viabilidad de implementar una certificación para la sostenibilidad turística como herramienta que permita superar los desafíos que experimenta un destino turístico. Por ésta razón, este trabajo es una primera aproximación.

### 1.2 Problemática

Uruguay es y siempre fue un país mayoritariamente agricultor y ganadero, pero también es el país de América del Sur que recibe más turistas en relación a su población. “El turismo representa el 7% del PIB del Uruguay y genera más de 100.000 puestos de trabajo en actividades relacionadas” (Ministerio de Turismo de Uruguay, 2015); es por eso que hoy representa uno de los motores más importantes de la economía Uruguaya.

Sin embargo, con respecto a la región y al mundo, es un país que aún está en ciernes en materia de planificación y política turística. Recién en el año 2009, gracias al apoyo del Banco Interamericano de Desarrollo, se aprobó en Uruguay el primer Plan Nacional de Desarrollo Turístico; hecho innovador en la historia del turismo Uruguayo y estableciendo por fin una guía para el desarrollo de la actividad en el país.

Como guía estratégica, el documento está orientado a promover una actividad turística planificada, en la que todos los involucrados sean protagonistas y decisores de su desarrollo. La guía establece que para ello, es necesaria la promoción de ámbitos de trabajo que faciliten la articulación y el planteo de objetivos comunes

entre los distintos actores del sector (público-privado, público-público, privado-privado).

Entonces, con el Plan Nacional de Turismo Sostenible 2009-2020, se propone caminar hacia un desarrollo turístico equilibrado que promueva la equidad social en las regiones receptoras, el uso sostenible de los recursos, brindando también una oportunidad para mitigar el cambio climático, desde la gestión turística responsable. El objetivo principal del plan es ser una guía estratégica que brinde las grandes líneas de acción, estableciendo las prioridades y dejando abiertas las modalidades de aplicación, promoviendo planes y programas. Esas grandes líneas como el mismo nombre del Plan lo indica es la Sostenibilidad.

Dentro del paradigma de Sostenibilidad se proponen objetivos en cuanto a la gestión de los destinos turísticos, propiciar las condiciones para la rentabilidad y la creación de empleo para promover el desarrollo local y sostenibilidad como calidad en la experiencia turística.

La realidad es que el plan, al igual que la marca país “Uruguay Natural”, quedó simplemente como un documento escrito, un término vacío que carece de contenido real y aplicable. Es un conjunto de conocimientos prácticos pero que fallan al ponerlo en práctica. El paso del tiempo y la realidad a la que enfrenta la planificación en Uruguay lo demuestra, ya estamos en el 2016 y poco se ha hecho por convertir al país en: “reconocido internacionalmente por su compromiso con el desarrollo sostenible, competitivo, accesible, amigable y seguro. Con servicios de calidad, actores capacitados y la máxima articulación entre los diversos protagonistas de la actividad” (Plan Nacional de Turismo Sostenible 2009-2020). No existe una planificación real del turismo, los planes fallan al no proponer objetivos específicos alcanzables en el período de tiempo en cuestión ni diseñar los instrumentos para cumplir esos objetivos.

Al fallar la planificación nacional, también la local lo hace; y es así que el Departamento de Maldonado y sus municipios se presentan como un producto estacionalizado, sin mucha identidad, totalmente dependiente del mercado argentino y brasilero, y cada vez con mayores dificultades de diferenciarse de otros destinos de “Sol y Playa”.

Sin embargo, dentro del departamento de Maldonado, al Municipio de José Ignacio y Garzón se lo avizora al 2025 como un territorio de alta naturalidad que integra y abarca toda su diversidad “de la campaña a las lagunas y el mar”. Esto implica afirmar su identidad como lugar eco-turístico alternativo, articulando con las actividades productivas y culturales emergentes y promoviendo un manejo responsable del ambiente.

### 1.3 Justificación del problema

Punta del Este es un puerto natural, que dentro de sus principales atractivos siempre se destacaron sus extensas playas casi intactas de arena blanca y su tranquilidad.

A partir de los años 80, el lugar surgió como destino turístico propiamente dicho. Principalmente impulsado por un desarrollo inmobiliario sinigual, un desarrollo completamente desorganizado y sin planificación, dónde florecieron las torres de apartamentos y los complejos hoteleros a lo largo de toda la franja costera.

En un principio lo posicionó como el balneario más importante de América del Sur y también llegó a ser llamada como la Ibiza de América, caracterizándose como un lugar de glamour y exclusividad. El destino desde un principio se desarrolló como de sol y playa, y atrajo principalmente a turistas brasileros y argentinos.

Hoy en día estamos viendo los efectos de un desarrollo planificado a corto plazo, dónde reducimos nuestra oferta a un turismo de masas que presenta una marcada

estacionalidad, y que es altamente sensible a cambios en las economías de nuestros mercados origen.

El actual desarrollo del destino turístico basado en el turismo de sol y playa dificulta poder captar otros tipos de turistas, que estén más alineados con los principios de la sostenibilidad turística, ya que los principales atractivos que caracterizan el destino son sujeto del agotamiento y estancamiento propio del ciclo de vida de estos. Por ello es necesario propulsar una oferta mejor organizada, y el desarrollo de productos turísticos que aseguren una actividad turística sostenible

Como bien dice Flora Díaz Pérez en su Manual de Política Turística del 2006: la competitividad y sostenibilidad de los destinos: “El hecho de proponer instrumentos que permitan pasar de la teoría a la práctica constituye, en efecto, el mayor desafío de toda política turística que apele al desarrollo sostenible.”

Es hora de superar ese desafío, y para eso es necesario proponer e incluir herramientas prácticas para alcanzar los objetivos planteados sobretodo con respecto a la sostenibilidad.

Puntalmente, dada la visión que tiene el Municipio de José Ignacio y Garzón en cuanto a su desarrollo, se destaca la importancia de:

- Promover y manejar responsablemente la significativa oferta ambiental de la microrregión: la franja costera, las ciuencas de las Lagunas de José Ignacio y Garzón y la Sierra de Garzón
- Fomentar un desarrollo sostenible con Identidad Local de los centros poblados, en base a su perfil de enclaves singulares desde el punto de vista ambiental, paisajístico y de su patrimonio urbano-edilicio

- Manejar urbanizaciones puntales y controladas, compatibles con el paisaje de alta naturalidad predominante, así como los establecimientos agro productivos existentes.

Dada la poca conciencia, atención y acción que existe por parte de los empresarios y tomadores de decisión, sobre los impactos ambientales y sociales del turismo en Maldonado y en el Municipio de José Ignacio y Garzón, se propone a través de éste proyecto mostrar la importancia en términos de competitividad de la planificación y gestión del turismo sostenible. En otras palabras, el proyecto intenta poner el tema “Sostenibilidad Turística” sobre la mesa, presentándose como una solución a los desafíos que enfrenta el departamento y con la esperanza de ser el primer paso a un cambio de políticas y prácticas turísticas.

#### 1.4 Supuestos

Que exista una necesidad e interés de diferenciar la oferta turística del Municipio para poder captar a un tipo de turista más consciente así como también que exista una proyección de desarrollo más sostenible para el Municipio.

Por último, que exista un interés real y material por parte de las autoridades gubernamentales por utilizar un programa de certificación de sostenibilidad turística, con unos de los elementos de desarrollo turístico del Municipio.

#### 1.5 Restricciones

Dentro de las posibles restricciones para alcanzar los objetivos de ésta investigación, se destaca:

- Resistencia al cambio por parte de los empresarios
- Falta de conocimientos de sostenibilidad y gestión ambiental

- Altos costos de inversión para implementar los cambios

## 1.6 Objetivo general

Analizar la viabilidad de implementar una Certificación de Sostenibilidad Turística en el Municipio de José Ignacio y Garzón, departamento de Maldonado; de acuerdo con las necesidades que sean detectadas en los mismos empresarios, con la intención futura de diseñar una herramienta de certificación que sea factor de diferenciación y competitividad de dicho Municipio como destino turístico

### 1.6.1 Objetivos específicos

- A. Investigar las necesidades y desafíos que tiene el Municipio de José Ignacio y Garzón en cuanto a competitividad y diferenciación como destino, desde el ángulo de la sostenibilidad turística
- B. Analizar la experiencia de Costa Rica, como caso de éxito, dónde la certificación fue una herramienta crítica para superar esos desafíos, demostrando su importancia a nivel local, regional e internacional
- C. Evaluar la aceptación y beneplácito de una herramienta de esta naturaleza, dentro de los actores del turismo en el Municipio
- D. Promover el inicio de un proceso de investigación para el diseño e Implementación de una Certificación de Sostenibilidad Turística en el Municipio y luego en el departamento de Maldonado

### 1.7 Marco referencial del Municipio de José Ignacio y Garzón

Uruguay, oficialmente la República Oriental del Uruguay, es un país de América del Sur, situado en la parte oriental del Cono Sur americano. Limita al noreste con Brasil —estado de Río Grande del Sur—, al oeste con Argentina —provincias de Entre Ríos y Corrientes— y tiene costas en el océano Atlántico al sureste y sobre el Río de la Plata hacia el sur. Abarca 176 000 km<sup>2</sup>, siendo el segundo país más pequeño de Sudamérica en cuanto a territorio, después de Surinam. Según los datos del INE, censo de 2011, la población de Uruguay es de 3,2 millones de habitantes, estando en la décima posición entre los países de América del Sur.

Es una república presidencialista subdividida en 19 departamentos y 89 municipios. La capital y ciudad más poblada del país es Montevideo, con 1,3 millones de habitantes, y cuya área metropolitana alcanza los 1,7 millones, lo que representa el 53% del total nacional.

Figura 1- Ubicación de Uruguay en América



Fuente: Wikipedia

Figura 4- Uruguay en América del Sur

Fuente: <http://www.lamochila.com.uy/>

Figura 3- Mapa político de Uruguay

Fuente: <http://www.lamochila.com.uy/>

Maldonado es uno de sus 19 departamentos, ubicado sobre el litoral sur del país. Limita al norte con Lavalleja, al este con Rocha, al sur con el Río de la Plata y el océano Atlántico, y al oeste con Canelones. Posee 4793 km<sup>2</sup>, con una población de 164 300 habitantes según el último censo del año 2011. La capital departamental es la ciudad homónima (situada a 140 km respecto a Montevideo). En conjunto con Punta del Este, forman el segundo conurbano más amplio y poblado del país.

Figura 2- Ubicación del Departamento de Maldonado en Uruguay



Fuente: Wikipedia

La principal fuente de ingresos del departamento se encuentra dada por la intensa actividad turística que tiene su mejor época en los meses de verano, esto es, desde mediados de diciembre a principios de marzo. Sus principales atractivos en este sentido son sus extensas e intactas playas, su tranquilidad, seguridad y calidad de vida.

A su vez, Maldonado como los demás departamentos del país, se subdivide en municipios. Los municipios están gobernados por órganos de cinco miembros. El presidente del órgano recibe el nombre de alcalde y los demás miembros el de concejales. Los miembros se eligen por voto directo de la ciudadanía en la misma oportunidad en la que se eligen los Intendentes y las Juntas Departamentales. Popularmente los nuevos municipios son conocidos como "alcaldías".

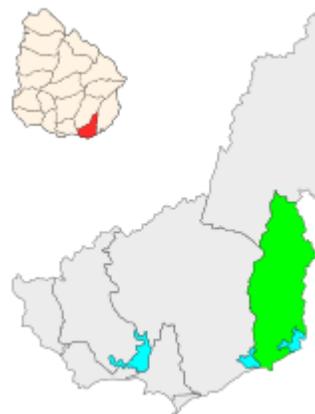
El municipio de Garzón y José Ignacio es uno de los ocho municipios del departamento de Maldonado, en Uruguay.

**Figura 5- Municipios del departamento de Maldonado**



Fuente: Wikipedia

**Figura 6- Ubicación del Municipio de Garzón-José Ignacio**



Fuente: Wikipedia

Cuenta con un área de 719 km<sup>2</sup> (15% del área departamental) y una población aproximada de 900 habitantes (0,47% de la población departamental).

#### 1.7.1 Delimitación del área

Los límites de la Microrregión Garzón-José Ignacio, coincidiendo con la 7<sup>a</sup> Sección Censal, son los siguientes:

Al Oeste: Arroyo y Laguna José Ignacio (Microrregión San Carlos),

Al Norte: Camino Vecinal que va por Sierra de Garzón y Cuchilla de los Cerrillos (Microrregión Aiguá)

Al Este: Arroyo Garzón (límite departamental con Rocha)

Al Sur: Océano Atlántico.

**Figura 7- Límites del Municipio de Garzón-José Ignacio**



Fuente: Google Maps

### 1.7.2 Dimensión Ecosistémica

La Microrregión está caracterizada al Sur, por la presencia de Lagunas -José Ignacio y Garzón- comunicadas con el frente costero oceánico, conformando un área natural de gran biodiversidad que integra la Reserva de Biosfera de los Bañados del Este y un proyecto de Parque Nacional Lacustre (Decreto 260/977). Por otro lado esta zona costera del Departamento es objeto de fuerte presión inmobiliaria para el desarrollo de clubes de campo o chacras marítimas en los últimos tiempos, que implican importantes alteraciones en el medio físico.

Las lagunas están comunicadas con el océano intermitentemente por una barra litoral arenosa que se abre naturalmente en forma periódica, o artificialmente por la

acción humana, integran los sistemas lagunares costeros que se desarrollan en la costa atlántica del Uruguay y Sur de Brasil.

Al Norte se caracteriza por la presencia de serranías –Sierra de Garzón y Cerro de los Cerrillos- con monte indígena particularmente denso en algunos sectores, conformando un paisaje variado y de singular interés.

**Figura 8- Ecosistema oceánico Laguna José Ignacio y Garzón**



Fuente: Google

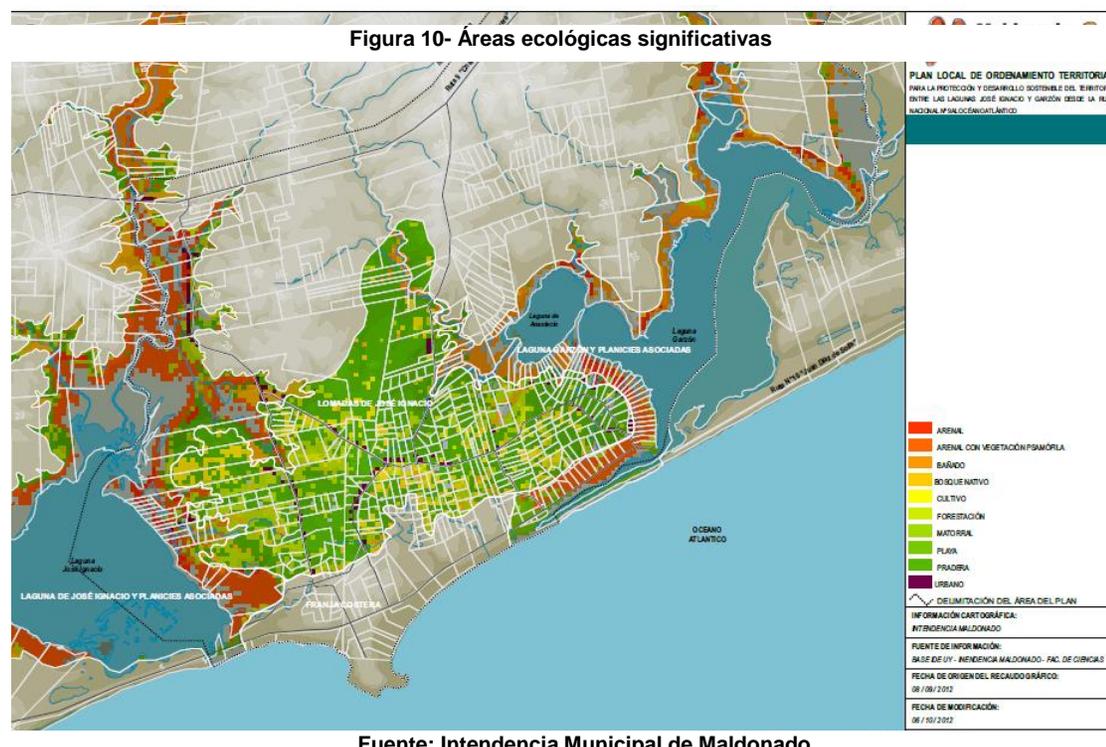
La Sierra de Garzón, con alturas que llegan a los 300 metros, constituye el parteaguas de las cuencas de los arroyos que conforman los límites de la Microrregión (Arroyo José Ignacio al Oeste y Arroyo Garzón al Este).

Figura 9-Imágenes de la Sierra de Garzón



Fuente: Elaboración propia

A continuación se detallará las características de las áreas ecológicas más significativas



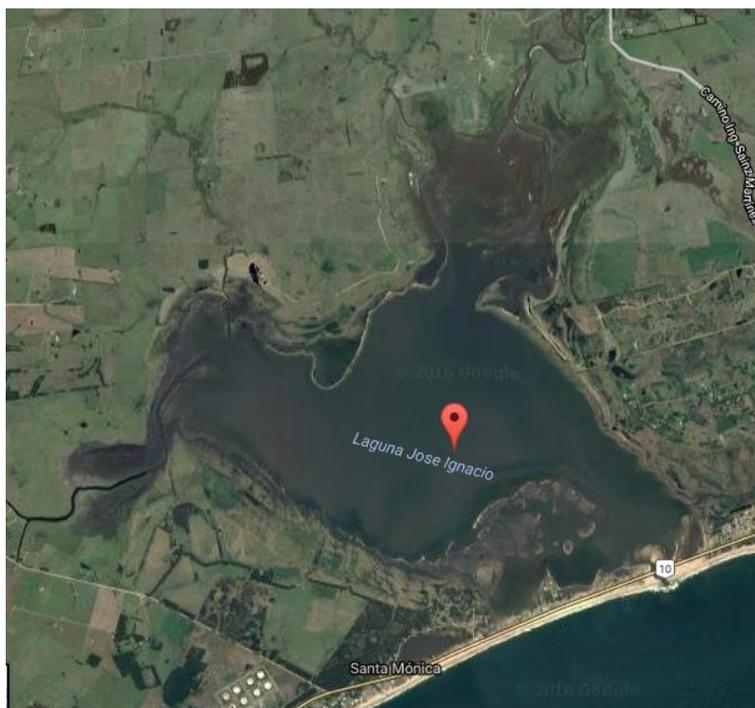
### 1.7.2.1 Laguna de José Ignacio y planicies asociadas

Se ubica en la región centro sureste del departamento, y comprende la Laguna José Ignacio y las planicies bajas de los arroyos Magdalena, de Sosa, de Corbo, de la Totora y José Ignacio, y las planicies bajas de las cañadas de la Colina, de los Ceibos y Barboza. Presenta una superficie de 5856 hectáreas (1,2% del departamento).

Presenta un grado de naturalidad medio (89,7%), con las superficies de agua y bañados como ecosistemas naturales de mayor extensión y los cultivos como superficies antrópicas más extendidas.

Un 65% de la superficie de esta área está incluida en cuadrículas identificadas como prioritarias para la conservación de la biodiversidad en Uruguay.

Figura 11- Laguna de José Ignacio



Fuente: Google Maps

Figura 12- Costa oceánica laguna José Ignacio



Figura 13- Flamencos



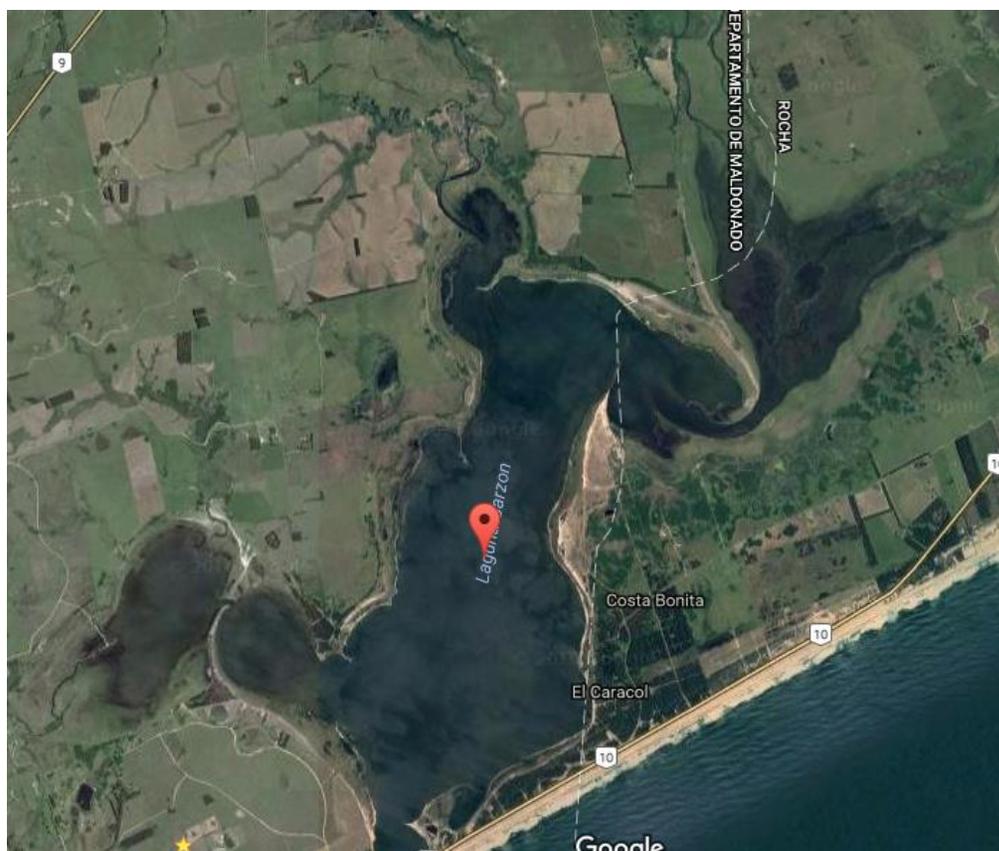
Su diversidad de especies de aves y mamíferos es de 268 y 44 especies respectivamente. Han sido registradas en el área 119 especies de aves (Thierry Rabau com. pers., 2009). Entre ellas se destaca la presencia de la Gaviota Cangrejera *Larus atlanticus*, un ave que es considerada cercana a la amenaza por UICN y prioritaria para la conservación por el SNAP de Uruguay (SNAP, 2009). En lo que refiere a las leñosas, la riqueza potencial es de 84 especies.

La Laguna José Ignacio ha sido identificada como un Área de Importancia para la Conservación de las Aves – AICA, en función de la presencia regular, en los ambientes asociados a la laguna, de aves con problemas de conservación y congregaciones de aves acuáticas. Constituye una de las tres AICAs identificadas para Maldonado al Sur de la Ruta 9, junto a Laguna Garzón y Esteros del Arroyo Maldonado.

### 1.7.2.2 Laguna de Garzón y planicies asociadas

Se ubica al sureste del departamento en el límite con Rocha y comprende la Laguna Garzón y las planicies bajas de los Arroyos de la Cruz y Garzón.

Figura 14- Laguna Garzón



Fuente: Google Maps

Su superficie es de 3456 hectáreas (0,7% del departamento).

La planicie de inundación está compuesta principalmente por ambientes de bañado y aguas libres, y en menor medida por los restantes ambientes.

“Los ambientes naturales ocupan el 98,6% constituyendo un alto grado de naturalidad, siendo los bañados y las superficies de agua las que se encuentran en mayor proporción. La escasa superficie antrópica está ocupada principalmente por cultivos.” (Intendencia de Maldonado, 2012)

Formalmente, la Laguna Garzón junto a las Lagunas José Ignacio y Rocha, integran el “Parque Nacional Lacustre y Área de Uso Múltiple”, según el Decreto 260/977 (1977). El parque tiene el objetivo general de asegurar la conservación de la biodiversidad, sus valores ecosistémicos y paisajísticos, así como promover el desarrollo sustentable. La laguna forma parte de la Reserva de Biosfera Bañados del Este y es considerado un sitio Ramsar desde 1992. (Pezzani, 2007)

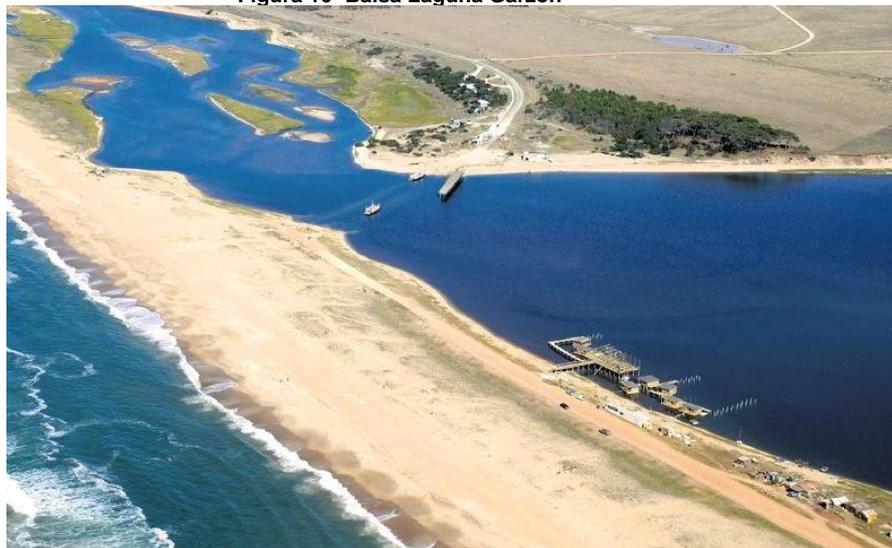
**Figura 15- Laguna Garzón**



**Fuente: Uruguay desde lo alto**

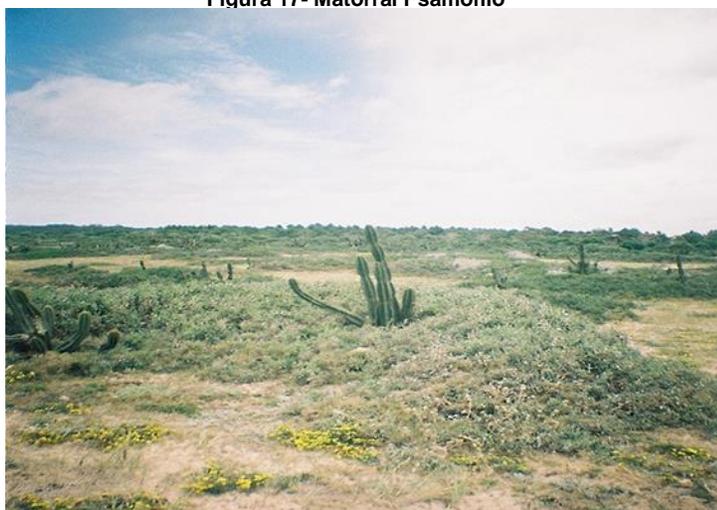
La totalidad de la superficie de esta área está representada dentro de cuadrículas relevantes para la conservación de la biodiversidad en Uruguay.

En 2008 se presentó la propuesta de ingreso del área al SNAP y actualmente forma parte de una de las 18 áreas en proceso de ingreso al sistema de áreas protegidas.

**Figura 16- Balsa Laguna Garzón**

Fuente: Visión Marítima

La preservación de la zona costera de la Laguna Garzón, resulta de especial interés, debido a la presencia del relicto de mayor extensión y menos fragmentado de bosque y matorral psamófilo de la costa uruguaya (Rodríguez & de Álava, 2007). Estas formaciones vegetales únicas de la región, constituían la vegetación representativa de la costa atlántica uruguaya previa a la intervención del hombre, el cual a través de la urbanización y forestación, fue disminuyendo estas formaciones al punto que hoy se encuentran amenazadas (Alonso & Bassagoda, 1999).

**Figura 17- Matorral Psamófilo**

Fuente: Casas en el este

En esta zona, además, se han identificado praderas naturales, pastizales costeros, humedales y bosque fluvial, lo que le otorga al área una gran diversidad de ambientes. La diversidad potencial de especies de aves y mamíferos para el área es de 268 y 44 especies respectivamente. En el área de la laguna han sido registradas unas 154 especies de aves (Intendencia de Maldonado, 2012). En lo que refiere a las leñosas, se ha determinado una riqueza potencial de 84 especies.

Es importante destacar la presencia de *Porophyllum brevifolium* (Asteraceae), una planta herbácea endémica de las dunas de Maldonado y Rocha. Con respecto a la fauna, en el área se destaca la presencia de numerosas especies de aves amenazadas a escala global y nacional, y por la presencia de endemismos regionales de anfibios (Sapito de Darwin *Melanophryniscus montevidensis*) y moluscos, entre otros valores (ver Rodríguez & de Álava, 2007).

**Figura 19- Garzas**



**Fuente: Portal Oficial de Turismo de Rocha**

**Figura 18- Sapito de Darwin**



**Fuente: Contenidos Ceibal**

**Figura 20- Flamencos**



**Fuente : Aves ACUO**

Laguna Garzón ha sido identificada como un Área de Importancia para la Conservación de las Aves – AICA (Devenish et al., 2009; Cuadro 3), en función de la presencia regular, en los ambientes asociados a la laguna, de aves con problemas de conservación y congregaciones de aves acuáticas. Constituye una de las tres AICAs identificadas para Maldonado al Sur de la Ruta 9, junto a Laguna José Ignacio y Esteros del Arroyo Maldonado.

Ambas lagunas sufren las mismas presiones y amenazas; principalmente por el incremento de la urbanización con fines turísticos (fraccionamientos) que provoca un aumento de la degradación de las comunidades nativas y sus especies asociadas. Cabe destacar que este proceso de parcelación y expansión urbana podría ser potenciado por la construcción del puente sobre Laguna Garzón, acentuando los impactos negativos sobre la biodiversidad.

La circulación de vehículos motorizados en la zona costera, provoca la reducción de la estabilidad de las dunas y su vegetación asociada, lo que disminuye y degrada los ecosistemas nativos.

**Figura 21- Construcción de puente sobre la Laguna Garzón**

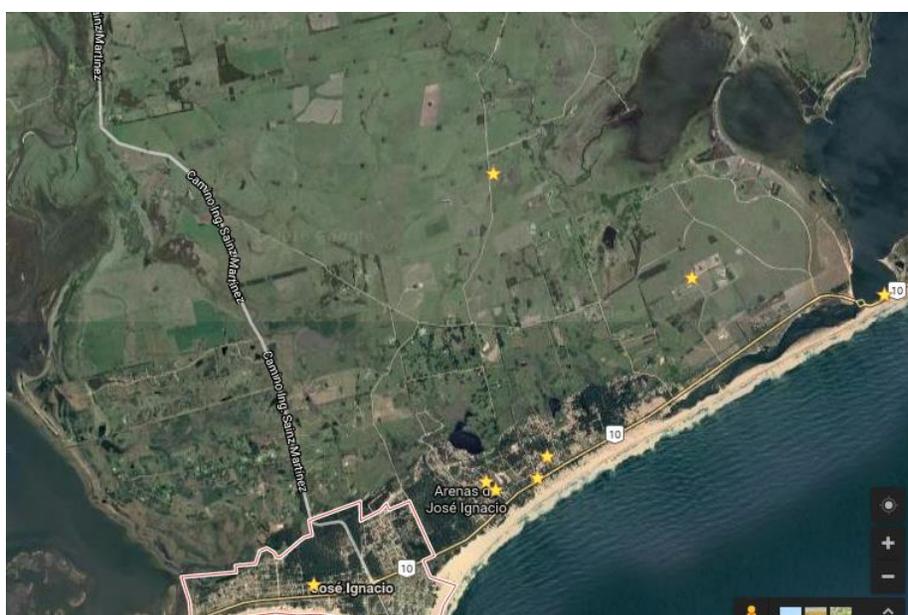


**Fuente: Uruguay desde lo alto**

### 1.7.2.3 Lomadas de José Ignacio Norte

Se ubica al sureste del departamento entre las lagunas Garzón y José Ignacio y presenta una superficie de 2989 hectáreas (0,6% del departamento).

Figura 22-Lomadas de José Ignacio



Fuente: Google Maps

Presenta un grado de naturalidad medio (87,1%), con praderas como ecosistemas naturales de mayor extensión y los cultivos como superficies antrópicas más extendidas.

La totalidad de su superficie está representada dentro de cuadrículas relevantes para la conservación de la biodiversidad en Uruguay.

La diversidad de especies potencial para aves y mamíferos es de 267 y 41 especies respectivamente. Con respecto a las leñosas, la riqueza potencial es de 82 especies.

Las principales amenazas sobre esta área son la sustitución de áreas naturales por emprendimientos forestales y cultivos agrícolas, que en la actualidad representan en conjunto un 11% del área. A esto se suma la contaminación por efluentes como

resultado de estas actividades. El desarrollo inmobiliario representa también una amenaza importante, con algo más de un 2% de área afectada por el desarrollo urbanístico.

El área está dominada por pastizales, los cuales podrían correr riesgos por sobre pastoreo o transformación en cultivos. Los pastizales, a pesar de ser el ecosistema dominante del país, son escasos los fragmentos de pastizales naturales en buen estado de conservación. En la mayor parte del territorio nacional han sido transformados en tierras de cultivo o forestación, o han sido sustancialmente modificados por la ganadería. En tal sentido, a los efectos de mantener una muestra representativa de los paisajes del departamento en buen estado de conservación, sería recomendable estimular actividades productivas de baja intensidad en estas áreas y/o desarrollo de actividades ecoturísticas.

### 1.7.3 Evolución histórica y proceso de expansión urbana

Como elementos clave en el proceso de conformación del territorio, se destacan el surgimiento de las localidades de Garzón y José Ignacio, así como la construcción de las infraestructuras de comunicación: primero la vía ferrea y Ruta 9, luego la Ruta 10 con la construcción del Puente Pérez-Veiga sobre la Barra de la Laguna José Ignacio a la altura del Km, 174, en 1982.

Con respecto a la localidad de Garzón, existen varias versiones sobre la fecha exacta de su fundación; pero hacia 1890 se registran los primeros pobladores.

La pequeña localidad que conocemos actualmente llegó a tener 2000 habitantes entre 1930 y 1950 cuando la actividad industrial y comercial giraba en torno al molino y a la estación de AFE.

Figura 23- Antigua estación de tren



Fuente: Google

Varios factores incidieron en el progresivo despoblamiento de la localidad en las últimas décadas: el decaimiento de la actividad en el molino, el cual daba trabajo a productores de trigo y maíz de la región; la construcción de la ruta 9 a más de 11 kilómetros del pueblo, y el cese del funcionamiento del ferrocarril.

En los últimos años ha surgido un reposicionamiento de Garzón desde que se instaló en el pueblo un pequeño hotel y restaurante exclusivo, propiedad del reconocido empresario y chef argentino Francis Mallmann.

Figura 24- Hotel y Restaurante de Francis Mallman



Fuente: Google

Figura 25- Francis Mallman



Fuente: Google

En lo que refiere a José Ignacio, en 1877 se inauguró el Faro de José Ignacio con el fin de evitar naufragios en la zona y era la empresa Costa y Cía. encargada de controlar el mismo.

Figura 26- Naufragio en la costa de José Ignacio



Fuente: Google

Figura 27- Faro de José Ignacio



Fuente: Google

En 1907 el Agrimensor Eugenio Sainz Martínez realizó el primer loteo de terrenos. Hacia fines de la década del 20 se construyeron las primeras casa de material y la primera pulpería.

En la década del 60 llegan los primeros veraneantes argentinos.

La construcción y fundación del Faro de José Ignacio fue el llamado a civilizar una, hasta entonces inhóspita zona que hoy es el polo de atracción de turistas del mundo entero. Ha dejado de ser un pueblito de aficionados a la pesca y a la caza submarina, e ingresó sin querer a las páginas de las revistas de moda de la mano de personajes de la farándula del país vecino.

**Figura 28- Faro de José Ignacio en la actualidad**



Fuente: Google

Su actual desarrollo inmobiliario se inició con la llegada de pioneros que optaron por adquirir suelo y construir sus viviendas de veraneo en un contexto carente de infraestructuras, de difícil acceso, pero privilegiado en términos de sus paisajes naturales y de la tranquilidad que ofrecía, en contraste con la agitada vida social y el paisaje urbanizado de Punta del Este. Esta contraposición estuvo presente desde un inicio como definición de la identidad del pueblo que iba surgiendo a medida que se sumaban vecinos.

Los propietarios, vecinos y comerciantes del área de José Ignacio se abocaron desde fines de los 80s a la defensa y promoción del área y sus calidades excepcionales. Lo aprendido en otras experiencias, por ejemplo en La Barra de Maldonado, que pasó de ser un “pueblo” relativamente separado y tranquilo, a convertirse en pocos años en un centro de la movida y la actividad comercial, fue

una advertencia para la comunidad local sobre los riesgos que enfrentaba José Ignacio, especialmente luego de la construcción del Puente sobre la Laguna, que permitió el acceso vehicular por la Ruta 10. Se tomó conciencia entonces acerca de la fragilidad del modelo, y de la necesidad de contar con unas reglas de juego capaces de proteger la identidad local.

**Figura 30- Pueblo de José Ignacio**



**Figura 29 - Algunas construcciones que sustituyeron a los antiguos ranchos de pescadores**



Fuente: Google

Gracias a una ordenanza aprobada en 1993 por la Intendencia Municipal de Maldonado, se propone regular los usos del suelo y la edificación con el objetivo de proteger las calidades de “pueblo de mar” del balneario. Como pueblo no se admiten fábricas, edificios, discotecas ni se puede construir en su casco más del 30% de la tierra como establece la norma que los regula desde hace muchos años. José Ignacio es un lugar donde la gente se mira y se ve, donde la conversación aún tiene valor, que es inclusivo y no exclusivo. Fruto de todo esto es que José Ignacio se transformó en el lugar preferido de artistas, escritores, ciudadanos de todo el mundo que encuentran en él un destino sofisticado pero casual.

#### 1.7.4 Ocupación del Suelo

Es una Microrregión “despoblada” la mayor parte del año, posee la menor densidad de población del Departamento fuera de temporada, tan solo 1,3 habitantes por kilómetro cuadrado.

Para cada una de las localidades y el área rural de la Microrregión, se indican en el Cuadro adjunto, el tipo de localidad, su jerarquía urbana, la cantidad de población residente en baja temporada y de viviendas, según los censos de 1985 y 2004 (son los datos más actualizados que existen y en base a los cuales se realizó el Taller Territorial de la Microregión en el 2015), con sus porcentajes de crecimiento durante dicho período.<sup>1</sup>

**Cuadro 1- Población y vivienda según localidad 1985-2004**

LOCALIDAD	Denominación	Jerarquia	Total Viv. 04	Pob.04	Total Viv. 85	Pob. 85	% Crec. Viv.	% Crec. Pobl.
Garzón	pueblo	Local	149	207	141	216	5,7	-4,2
Faro José Ignacio	balneario	Sublocal	374	159	147	99	154,4	60,6
Arenas J. Ignacio	balneario		9	4	0	0	--	--
ST Urbano Microrregión			532	370	288	315	84,7	17,5
Rural			271	415	298	578	-9,1	-28,2
TOTAL Microrregión			803	785	586	893	37,0	-12,1

Fuente: Talleres Territorial de la Microregión Garzón-José Ignacio

Por otra parte, a continuación se agrega una estimación de las viviendas ocupadas y de la población total en alta temporada, para esos años y su crecimiento porcentual.

<sup>1</sup> Ver Anexo N°2- Ilustración Ocupación del Suelo en la Microregión

Cuadro 2- Estimación población y vivienda en alta temporada 1985-2004

LOCALIDAD	Denominación	Jerarquía	Viv. Ocup. 04	Pob. Total 04	Viv. Ocup. 85	Pob. Total 85	% Crec. Viv.	% Crec. Pobl.
Faro José Ignacio	balneario	Sublocal	300	1400	137	483	119,0	189,9
Arenas J. Ignacio	balneario		8	40	--	--	--	--
ST Urbano costero Microrregión			308	1440	137	483	124,8	198,1

Fuente: Talleres Territorial de la Microrregión Garzón-José Ignacio

Las viviendas aumentaron durante todo el período, generado por la construcción de viviendas de uso estacional, resultando un gran aumento de población en alta temporada que pasa de 785 a 1740.

José Ignacio y demás localidades costeras de la Microrregión aumentan casi nueve veces su población durante la alta temporada, pasando de 163 habitantes a una población estimada en algo más de 1440 habitantes, en base a los criterios mencionados más arriba que retoman entre otras fuentes para su definición, datos estadísticos del Ministerio de Turismo. (Intendencia de Maldonado, 2012)

Figura 31- Imágenes de José Ignacio

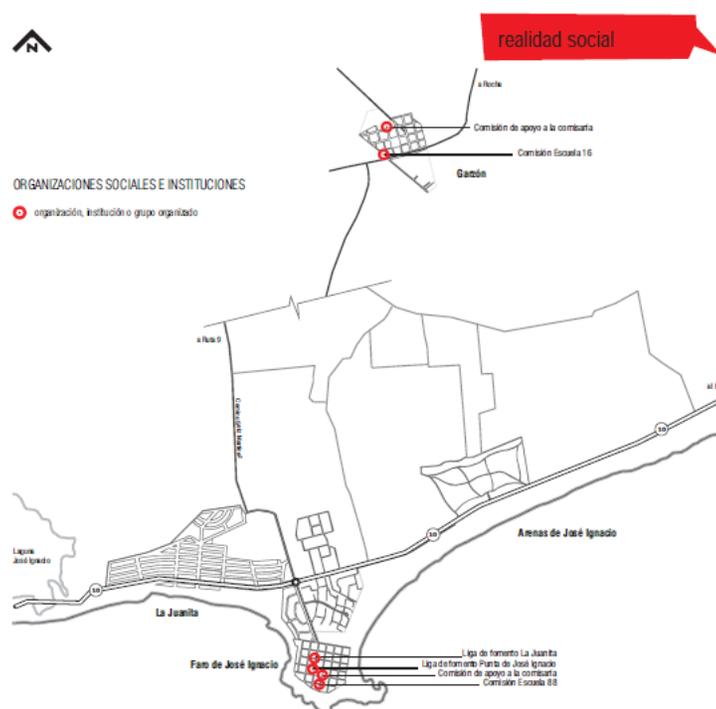


Fuente: Google

### 1.7.5 Realidad Social

Las organizaciones sociales se constituyen en una referencia fundamental para la definición y aplicación de políticas que se acuerden llevar adelante en lo que concierne a la ordenación del territorio y más específicamente, en lo que respecta al mejoramiento sustancial de la calidad de vida en el área objeto de intervención.

**Figura 32- Áreas de Prioridad Social y las organizaciones sociales que actúan en la Microrregión**



**Fuente: Talleres Territorial de la Microrregión Garzón-José Ignacio**

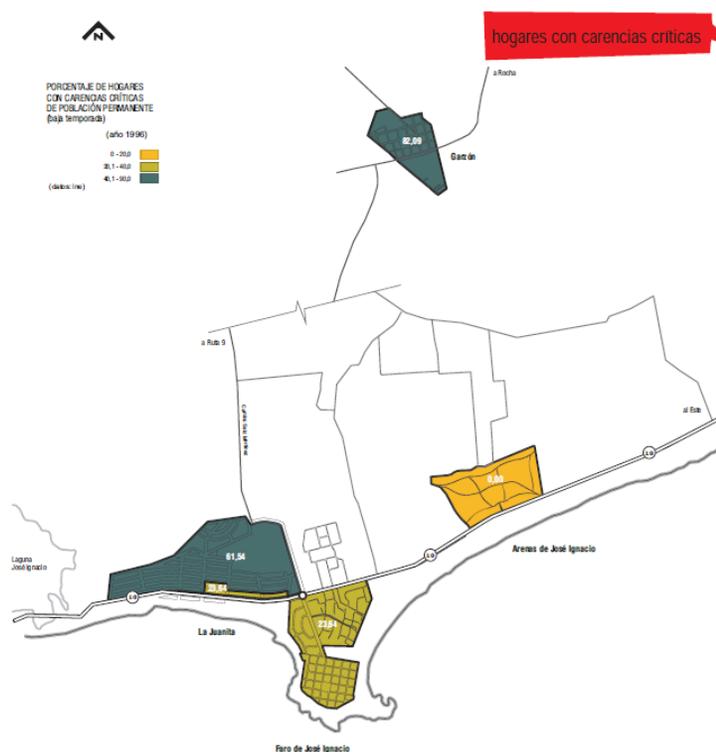
En lo que respecta a Garzón, se identifican dos organizaciones sociales de apoyo a instituciones estatales: de apoyo a la comisaría y la Comisión de la Escuela No.16.

En José Ignacio se destacan la Liga de Fomento en José Ignacio y la Liga de Fomento La Juanita. Se identifican dos organizaciones sociales de apoyo a instituciones estatales: de apoyo a la Comisaría y la Comisión de la Escuela No. 88.

En el gráfico Hogares con Carencias Críticas, se pueden observar los segmentos urbanos con carencias críticas, según el censo del INE 1996. Se considera hogar con carencias críticas cuando registra al menos uno de los siguientes indicadores: indicadores de: carencia de agua potable, de hacinamiento, de falta de sistema de evacuación, de tipo de vivienda, de falta de energía eléctrica.

Es necesario advertir acerca del alto porcentaje de hogares con carencias críticas en toda el área que en su mayoría no se condice con la realidad social y ambiental del conjunto del tejido urbano. A excepción de La Juanita estos altos porcentajes pueden considerarse como no significativos dado el pequeño universo de hogares efectivamente censados.

Figura 33- Hogares con Carencias Críticas



Fuente: Talleres Territorial de la Microregión Garzón-José Ignacio

### 1.7.6 Servicios y Actividades Económicas

La dotación de servicios de la Microrregión no se la puede evaluar sino se la vincula con el resto del sistema de servicios de la aglomeración Maldonado-Punta del Este-San Carlos, extremadamente diversificado y complejo y a su vez funcional a los requerimientos de la población y de los sectores de producción de bienes y servicios de todo el Departamento.

En el año 2008 se anunció el hallazgo de yacimientos de gas natural frente al balneario Punta del Este y a unos 100 Km. de la costa. Paralelamente se estimó como altamente probable la existencia de petróleo en esa misma ubicación. Para un país que no cuenta con reservas propias y que depende de la importación, es un hecho muy significativo.

Aún es muy temprano para tener estudios o avances referentes a los requerimientos que podrían existir en tierra para poder explotar este recurso. De todas maneras es previsible que este hallazgo pueda marcar algunos cambios trascendentales en el territorio departamental y posiblemente también en esta Microrregión dado que muy próxima a la misma se encuentra la Boya de José Ignacio. Inaugurada el 21 de agosto de 1978, ésta constituye la puerta de entrada de una parte muy importante de la energía que hoy se consume en el país.

La Terminal Este de ANCAP está conformada por una boya petrolera de diez metros de diámetro ubicada a unos 3.600 metros de la costa que permite la descarga de crudo mediante dos líneas de mangueras de 250 metros de largo desde los petroleros hasta el parque de tanques en tierra.

Figura 34- Boya Petrolera

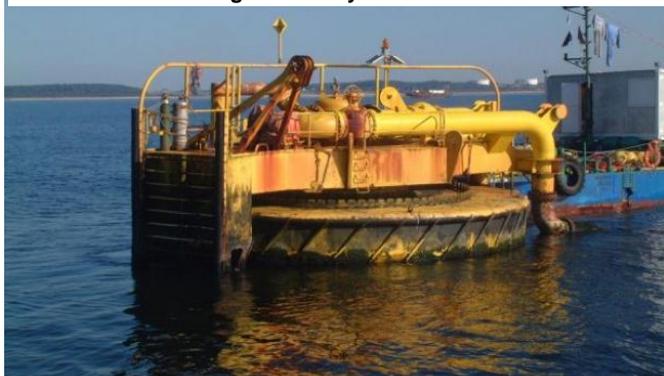


Figura 35- Terminal Este ANCAP



Fuente: El País

El Complejo Terminal del Este permite la descarga de superpetroleros en aguas profundas, lo que abarata el costo del transporte. El petróleo se bombea hasta Montevideo a través de un oleoducto. La zona ha sufrido varios derrames de petróleo de barcos que llegan a la boya, lo que evidentemente entra en conflicto con el ambiente de alta naturalidad y la actividad eco-turística que se busca fomentar.

Las actividades más importantes que se desarrollan en el área son el turismo de sol y playa, la producción ganadera y la pesca artesanal. En las proximidades de la localidad de Garzón (que está 6 kilómetros fuera del área, y tiene una población de menos de 200 habitantes), sobre suelos arenosos y franco-arenosos se desarrolla una agricultura papera intensiva que ocupa unas 500 hectáreas

La actividad agropecuaria de la Microrregión, constituye una actividad económica histórica en ese espacio departamental. La misma posee un tamaño intermedio en el contexto departamental, ocupando el 13 % de la superficie total del mismo; y su área rural representa más del 99% de la superficie de la micro región

También es importante resaltar que en esta Microrregión se vienen desarrollando actividades productivas agropecuarias de importancia tal como el cultivo de olivos, dónde se fusiona también la actividad turística al ofrecer distintos tipos de paseos y degustaciones

**Figura 36- Cultivo de olivos de empresa AGROLAND**



**Fuente: Punta del Este Internacional**

Por otra parte, como en la gran parte del departamento el uso pecuario es el más extendido, explicando el 85 % de la superficie bajo explotación agropecuaria, con un total de 46.369 ha.

La actividad pecuaria por tanto es de carácter marcadamente extensivo, como el promedio departamental en rubros vacunos y lanares.

El uso forestal de la Microrregión abarca 7.500 ha que representan casi el 14 % de su superficie total, participando en el departamento con similar proporción. De dicho total 2.857 ha que representan el 38 % del total, corresponde a plantaciones forestales, que en casi un 98 % corresponden a especies de eucaliptos; a su vez, de éstas más del 56 % fueron plantadas con apoyo de la ley forestal. (Intendencia de Maldonado, 2012)

Según el mismo Plan de Ordenamiento Territorial del Municipio, el bosque natural se extiende sobre 4.651 ha, en unidades de bosque mayoritariamente menores a 20 has cuya localización se asocia en gran parte a cursos de aguas y serranías.

El panorama de escaso dinamismo de la actividad agropecuaria en general, según los datos censales del año 2000, en el marco de una tendencia de pérdida de importancia de la actividad si se compara con datos de censos anteriores, contrasta con la aptitud de los suelos, generando una situación de una extendida subutilización del potencial, tal cual sucede en muchas otras Microrregiones.

Los usos turístico-recreativos localizados en zona rural aprovechando los potenciales paisajísticos, constituyen una fuerte presión y son un desestímulo a la actividad agropecuaria, que nunca podrá competir en términos de rentabilidad con aquellas actividades. Asimismo la existencia de una normativa poco clara de uso del suelo constituye un factor que coadyuva a la gran subutilización del potencial productivo de la Microrregión.

Al respecto, existen un total de 10.928 ha donde se podrían realizar cultivos agrícolas, más allá de los cuidados al seleccionar los paquetes tecnológicos que resuelvan limitaciones menores. También son tierras muy aptas para actividades lecheras con producción intensiva de forrajes y otros alimentos.

Se debería tener especial cautela con la presión por usos turísticos residenciales en zonas de fragilidad o reserva como las localizadas en torno a las lagunas principales. Asimismo, se debe prestar la debida atención a la potencial aparición de algunas amenazas asociadas a la expansión no regulada del monocultivo forestal, que afectaría los valores ecosistémicos del área (paisaje y recursos naturales).

Otra actividad económica de importancia en el área es la pesca artesanal relacionada con las especies de peces y crustáceos que entran a las lagunas y cumplen parte de su ciclo en ellas. Esto ha generado un asentamiento de pescadores artesanales en la barra de la laguna. Ellos conforman un grupo de diez familias con un total de cuarenta personas que se han radicado en esos lugares en forma permanente, construyendo asentamientos precarios sin regularizar la tenencia de los terrenos ocupados.

Esta comunidad ha desarrollado un proceso de formación y capacitación, que ha elevado su nivel de convivencia y organización. Han recibido entrenamiento en el uso de nuevas técnicas de captura, conservación y transformación de los recursos pesqueros estando capacitados para producir pescado ahumado, marinados y salados de alta calidad.

En el año 1996 se integró una Comisión de Pescadores de las Lagunas de Garzón y Rocha, electa por voto secreto entre los vecinos que permanecen en el lugar durante todo el año. Estos pescadores artesanales han desarrollado además a través del tiempo un particular sentimiento de pertenencia y arraigo al lugar, así como tradiciones culturales y pesqueras muy fuertes.

Debido a la riqueza ictícola de la laguna y a la dinámica de apertura y cierre de la barra arenosa, se producen zafras en diferentes épocas del año y para diferentes especies. La más importante es la zafra del camarón por el alto valor comercial de esta especie.

### 1.7.7 Planta turística

Como ya se mencionó anteriormente, el Municipio tiene una fuerte vocación turística.<sup>2</sup>

La Microrregión en la que está enclavado el Municipio tiene una superficie total de 630km<sup>2</sup>, y en ese territorio existen aproximadamente 20 establecimientos hoteleros (Strauch, 2016), los cuales a un promedio de 12 plazas por hotel suman una capacidad de 240 habitaciones. El costo promedio de cada habitación varía de U\$S 200 la noche en invierno a U\$S700 la noche en verano.

Es necesario aclarar que la mayoría de los establecimientos de alojamiento y restauración responden a un público de alto poder adquisitivo, no corresponden a un turismo masivo y su demanda está altamente estacionalizada a la temporada de verano; cerrando casi la totalidad de los establecimientos durante el resto del año.

Con respecto a los establecimientos de esparcimiento, es interesante especificar las actividades que desarrollan alguno de ellos:

- Bodega Garzón

El abanico de actividades que ofrece la bodega, autoproclamada como sustentable, se engloban bajo la marca “Experiencias Garzón”.

Dentro de ellas se puede disfrutar:

- ✓ TOUR BODEGA GARZÓN – En el cual se visitan los viñedos, se brinda información acerca de su terruño y las cepas que se desarrollan, se visita la bodega y se conocen los procesos de producción mientras que se degustan 3 de sus vinos

---

<sup>2</sup> En el Anexo N°3 se muestran mapas y planillas que detallan más exhaustivamente la planta turística

Figura 37- Viñedos y Bodega Garzón



Fuente: Bodega Garzón

- ✓ EXPERIMIENTO GARZÓN – Se propone una recorrida por los olivares y la planta boutique de elaboración de aceite de oliva extra virgen, donde se conocerá el origen de este producto y su proceso de elaboración al mismo tiempo que se disfruta de un paisaje único. Luego se podrán degustar vinos y aceites, acompañados por selectos quesos y panes de campo.
- ✓ GARZÓN DESDE EL AIRE- Espectacular experiencia para recorrer los olivares a más de 300 metros de altura, disfrutando las vistas desde un globo aerostático.

Figura 38- Globo Aerostático Bodega Garzón



Fuente: Bodega Garzón

- ✓ PICNIC ENTRE OLIVARES – Es el escape perfecto donde se podrá disfrutar de los paisajes privilegiados de las Colinas de Garzón, además de la

tranquilidad en su estado más puro. Es el programa ideal para románticos y familias que disfrutan del contacto con la naturaleza

- ✓ **COSECHANDO ILUSIONES** – Invitación a la cosecha manual de aceitunas, formando parte del equipo de recolectores que inician en cada campaña el proceso de elaboración de aceite de oliva extra virgen más premiando de Sudamérica



Fuente: Bodega Garzón

- Finca José Ignacio – O´33

Alberga un área de olivares y en su almazara boutique se produce aceite de oliva extra virgen Premium con frutos seleccionados provenientes de la finca. También se rige por una política sostenible remarcando su preocupación por el cuidado de la

Figura 40- Almazara Boutique Finca José Ignacio



Fuente: O´33

naturaleza y los recursos que brinda.

Se destacan su Tour Gourmet y su Tour Degustación guiados por el campo, dónde se describe el cultivo del olivo, se muestra la plantación, la transformación de la aceituna en aceite extra virgen para luego degustar el producto.

- Haras Godiva



Es un club para los amantes de los caballos que disfrutan de sus cabalgatas semanales en grupo o de las clases de equitación. Se destacan sus cabalgatas por el pueblo de José Ignacio y las de Luna Llena.

- The Shack Yoga

Es un espacio para explorar nuestro mundo interior y despertar la conciencia mediante prácticas de yoga, meditación y masaje terapéutico

Con respecto a las Inmobiliarias, las mismas fueron incluidas dentro del equipamiento turístico ya que cumplen una función importante de promoción, desarrollo y oferta del alojamiento en el municipio ya que una de las modalidades más extendidas de alojamiento es el alquiler de residencias.

Por otra parte, las agencias de viaje incluidas no se encuentran enclavadas en el Municipio pero ofrecen tours por la microrregión, razón por la cual también fueron incluidas.

Por último, la totalidad de los comercios están abiertos únicamente durante la temporada de verano.

## **2. MARCO TEORICO**

### **2.1 Sostenibilidad**

El concepto de desarrollo sostenible surge en el año 1987 a partir del Informe de la Comisión de Brundtland, para que luego lo acuñe las Naciones Unidas y lo tome como paradigma global, emergiendo como el principio rector para el desarrollo mundial a largo plazo.

Desde ese momento, se define el desarrollo sostenible como un “desarrollo que satisface las necesidades de la generación presente, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades” (Informe titulado “Nuestro Futuro Común” de 1987, Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo)

El desarrollo sostenible consta de tres pilares igualmente importantes, interdependientes y equilibrados; el desarrollo económico, el desarrollo social y la protección del medio ambiente.

El concepto de Sostenibilidad hace referencia a una meta a largo plazo (ej: ser un destino turístico más sostenible) mientras que el Desarrollo Sostenible se refiere a los procesos y medios para lograrlo (ej: la planificación, la producción y consumo sostenibles, la educación y capacitación, la gestión de residuos, etc)

Se trata de un concepto nuevo, que pretende movilizar la responsabilidad colectiva para hacer frente al conjunto de graves problemas y desafíos a los que se enfrenta

la humanidad, apostando por la cooperación y la defensa del interés general. (OEI, 2017)

La sostenibilidad puede ser aplicada a todas las actividades que realiza el hombre, y una de ellas es el turismo.

## 2.2 Sostenibilidad Turística

Según la World Tourism Organization Network (UNWTO), el turismo sostenible se define como:

El turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas. Las directrices para el desarrollo sostenible del turismo y las prácticas de gestión sostenible pueden ser aplicadas a todas las formas de turismo en todos los tipos de destinos, incluido el turismo de masas.

A partir del crecimiento y popularidad que fue ganando esta forma de hacer turismo es que surge la necesidad de llegar a un entendimiento común acerca de lo que es el turismo sostenible y representar los principios mínimos de sostenibilidad a los que una empresa turística debe aspirar. Así nacen los Criterios Globales de Turismo Sostenible, que según el Global Sustainable Tourism Council:

Los criterios son parte de la respuesta brindada por la comunidad turística frente a los desafíos mundiales que se presentan en los Objetivos de Desarrollo del Milenio de las Naciones Unidas. La mitigación de la pobreza y la sostenibilidad ambiental – incluyendo el cambio climático – son dos de los principales temas transversales que se abordan mediante los criterios.

Los mismos se centran sobre cuatro temas principales: la planificación eficaz para la sostenibilidad, la maximización de los beneficios sociales y económicos para la comunidad local, el mejoramiento del patrimonio cultural, y la reducción de los impactos negativos sobre el ambiente.

Dentro de las utilidades que se les da a los criterios, uno muy importante es la verificación que le da a los programas de certificación y otros programas voluntarios para asegurarse que sus estándares cumplan con la normativa básica internacionalmente aceptada.

El impulso por la certificación ambiental comenzó con la “Cumbre de la Tierra” de las Naciones Unidas, en Río de Janeiro en 1992. Uno de los resultados del evento fue la creación de la “Agenda 21”, que hace un llamado a la responsabilidad social y ambiental de todos los sectores de la sociedad en el mundo, incluyendo a los gobiernos, organizaciones no gubernamentales y empresas.

Hablando específicamente del turismo, en años recientes, el negativo impacto social y ambiental de la actividad se ha hecho evidente en muchas partes del mundo, provocando la pérdida de posición en el mercado de muchos de éstos lugares. Como resultado, algunos líderes de la industria turística comenzaron a promover la triple rentabilidad de la sostenibilidad como una práctica de negocios recomendada.

Según un estudio ECOTRANS realizado para la Organización Mundial del Turismo (OMT), en la década entre la “Cumbre de la Tierra” celebrada en 1992 y el Año Internacional del Ecoturismo celebrado en el 2002, se desarrollaron más de 60 programas de certificación de turismo ambiental.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> Una Guía Simple para la Certificación del Turismo Sostenible y el Ecoturismo, Center of Ecotourism and Sustainable Development

Como resultado de la proliferación descontrolada de programas de certificación y los potenciales problemas que esto podría acarrear (diversidad de estándares, desconfianza, confusión de los consumidores, falta de reconocimiento, etc) en el año 2000, se realiza una reunión en Mohonk Mountain House, Nueva York, con representantes de la mayoría de los programas de certificación de turismo sostenible y ecoturismo. De aquí surge un consenso informal sobre los estándares mínimos para otorgar certificaciones de turismo sostenible y ecoturismo, al que llaman “Acuerdo de Mohonk”

A partir de ahí, se establece un esfuerzo formal, un estudio de factibilidad llamado Consejo de Acreditación de Turismo Sostenible (STSC)

Entre muchas otras cosas el estudio recomendaba el establecimiento de estándares mínimos para la certificación del turismo sostenible, que eventualmente sería garantizado por un organismo de acreditación que, de hecho, certificaría a los certificadores. Entre los resultados concretos están el establecimiento de estándares armonizados en Europa (el estándar VISIT) y en las Américas (el criterio de línea base para la Red de Certificación en Turismo Sostenible de las Américas).

La importancia de la certificación radica en el establecimiento de un marco para actuar, de estándares y a su vez en la credibilidad que le proporciona a las empresas. No es un fin en sí misma, sino que es una herramienta para motivar a mejorar el desempeño ambiental, social y económico, al mismo tiempo que otorga recompensas por hacerlo. Estas recompensas algunas veces son tangibles y otras no.

En conclusión, todos los acuerdos, reuniones, convenciones y documentos nombrados anteriormente, son el resultado de una búsqueda del equilibrio entre el crecimiento económico y la protección del medio ambiente y sus recursos. Esa

búsqueda es la que ha forzado la creación de herramientas para garantizar el desarrollo sostenible del turismo; como por ejemplo: el establecimiento de normas, guía de buenas prácticas de gestión y la certificación basada en estándares de sostenibilidad.

Entonces, la certificación al considerar todos los elementos de la sostenibilidad y al guiar a las empresas por ese camino, se ha convertido en una valiosa herramienta para apoyar la labor de la conservación y el desarrollo sostenible.

### 2.3 Criterios Globales del Turismo Sostenible

Para dar un marco de referencia universal que debería inspirar la creación, desarrollo e implementación de una herramienta como una certificación para la sostenibilidad turística, es necesario analizar los criterios globales de turismo sostenible ya que los mismos representan el principio de un proceso para lograr que la sostenibilidad sea la práctica normativa en todas las formas de turismo.

Los Criterios Globales de Turismo Sostenible resultan de un esfuerzo para llegar a un entendimiento común del turismo sostenible y significan el mínimo a que una empresa turística debe aspirar. Se organizan alrededor de cuatro temas: planificación eficaz para la sostenibilidad; maximizar los beneficios sociales y económicos para la comunidad local; mejorar el patrimonio cultural; y reducir impactos negativos sobre el ambiente.<sup>4</sup>

Aunque los criterios se orientan inicialmente para el uso de los sectores de hoteles y operadores de turismo, son aplicables para la toda la industria turística.

---

<sup>4</sup> Los criterios se pueden ver completos en el Anexo 6

Algunos de los usos de los criterios, establecidos en la página web de los mismos (Global Sustainable Tourism Council), incluyen:

- Constituir las directrices básicas para que las empresas de cualquier tamaño se vuelvan más sostenibles y ayudar a las empresas escoger programas de turismo sostenible que cumplen con estos criterios globales;
- Brindar orientación a las agencias de viajes cuando seleccionen proveedores y programas de certificación sostenibles;
- Ayudar a los consumidores a identificar programas y empresas sólidos de turismo sostenible.
- Servir de común denominador para que los medios de información reconozcan a los proveedores de turismo sostenible;
- Ayudar a los programas de certificación y otros programas voluntarios a cerciorarse de que, como mínimo, sus normas cumplan con una línea base ampliamente aceptada;
- Ofrecer a los programas gubernamentales, no- gubernamentales y privados un punto de partida para elaborar requisitos de turismo sostenible.
- Servir de directrices fundamentales para las entidades de educación y capacitación, como escuelas de hotelería y universidades.

Los criterios indican qué se debe hacer, no cómo hacerlo, ni cómo saber si se ha alcanzado la meta, esto da lugar a la creatividad y diferenciación de cada emprendimiento. Son indicadores de desempeño que brindan materiales educativos y acceso a herramientas de implementación para alcanzar la sostenibilidad

## 2.4 Certificaciones internacionales para la Sostenibilidad Turística

A partir de estos criterios es que surgen un abanico de certificaciones a nivel internacional, regional y nacional, proponiendo una herramienta de diferenciación para las empresas a través del cumplimiento de sus normas y del pago de una tarifa generalmente anual establecida por la empresa certificadora.

En general hay varias otras razones por las que la certificación es importante y a continuación se detallan algunas de ellas según (Center of Ecotourism and Sustainable Development)

### 1) **Beneficios para empresas certificadas**

- a) La certificación permite experimentar a las empresas un proceso formativo que les ayuda a mejorar. Si la empresa mejora, tiende a ser más eficiente y competitiva, atrayendo a más clientes.
- b) Generalmente, el proceso de implementar una certificación de este tipo, facilita el acceso a financiación por implementar nuevas tecnologías
- c) Potencialmente, la certificación puede proporcionar una ventaja de mercadeo a las empresas certificadas, ya que los consumidores aprenden a reconocer marcas de certificación creíbles. Esto ha ocurrido en otras industrias, tales como alimentos orgánicos, productos de madera, ropa, vino, etc.

### 2) **Beneficios para los consumidores**

- a) En general la certificación aumenta la conciencia pública de prácticas empresariales responsables.

- b) La certificación puede alertar a los turistas sobre cuestiones ambientales y sociales de un área, permitiendo que actúen más respetuosamente o que contribuyan a encontrar soluciones.
- c) Las empresas certificadas tienden a ofrecer servicios de mejor calidad.

### 3) **Beneficios para los gobiernos**

- a) La certificación ayuda a los gobiernos a proteger sus nichos de mercado como destinos de ecoturismo o turismo sostenible, especialmente cuando la credibilidad del destino se ve amenazada por el lavado verde.
- b) La certificación eleva los estándares de la industria en las áreas de la salud, la seguridad, el ambiente y la estabilidad social.
- c) Baja los costos regulatorios de la protección ambiental.
- d) Al requerir que haya beneficios económicos para las comunidades, la certificación puede ayudar a reducir la pobreza, especialmente en áreas rurales.

### 4) **Beneficios para el ambiente y las comunidades locales**

- a) Finalmente, la certificación del turismo sostenible y el ecoturismo protege tanto al ambiente como a la estructura social y económica de las comunidades locales que se encuentran cerca de las empresas certificadas.

Sin embargo, existen algunas limitaciones de la certificación claramente establecidas en el Manual del Center of Ecotourism and Sustainable Development titulado “Una guía simple para la certificación del turismo sostenible y el ecoturismo”:

#### A. La certificación no puede sustituir la buena práctica empresarial

Es un común y grave error asumir que si la empresa ofrece sostenibilidad ambiental y social significa el éxito asegurado, sin dar a sus clientes lo que necesitan en términos de una experiencia de calidad. Sin embargo, una buena administración tiende a producir un buen servicio, y la buena administración ambiental y social son algunos de los aspectos más palpables de la experiencia de los huéspedes.

#### B. La certificación no llenará a su negocio con nuevos clientes

Muchas empresas buscan la certificación para aumentar su ocupación. Mientras que esto puede ocurrir eventualmente, en el presente la mayoría de los clientes de empresas turísticas no usan la sostenibilidad de un negocio como razón para escoger su destino. Para que esto suceda, es preciso que programas reconocidos certifiquen a muchas más empresas turísticas. En otras palabras, debe haber una masa crítica de empresas certificadas con reconocimiento de marca del programa que certifica. Los clientes deben comprender lo que significa el sello de certificación.

A continuación se establecen algunas certificaciones que tienen alcance internacional y que cualquier empresa turística dentro del municipio o el país podría acceder con una implementación inmediata.

##### 2.4.1 Green Globe Certification

Green Globe tiene sus orígenes en la Cumbre de la Tierra en Río de Janeiro en 1992. Nació como iniciativa del Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC) y es miembro afiliado a la Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas.

Sus criterios de sostenibilidad se basan en los Criterios Globales de Turismo Sostenible, a la Agenda 21 y a las normas ISO 9001, 14001 y 19011.

Busca introducir y alcanzar objetivos de sostenibilidad en las empresas miembro, con el objetivo de contribuir en la reducción de impactos ambientales y con ello costos operativos, para que puedan ofrecer un producto más competitivo estimulando el desarrollo del crecimiento turístico para beneficio de todos.

La evaluación se basa en nueve áreas principales: conservación, manejo y eficiencia energética; manejo de los recursos de agua dulce; conservación y manejo de los ecosistemas; manejo de asuntos sociales y culturales; planeación y manejo del uso del suelo; protección de la calidad atmosférica y control del ruido; manejo de desechos; reducción de desechos al mínimo, reutilización y reciclado; y, almacenamiento y uso de desechos peligrosos.<sup>5</sup>

La ponderación que se le da a cada área no es igual y se resume en lo siguiente:



Fuente: <http://greenglobe.com/>

<sup>5</sup> Un resumen del contenido de los criterios Green Globe se pueden encontrar en el Anexo N°7

En cuanto al resultado, existen 3 niveles de certificación:

### 1. Miembro certificado Green Globe



Fuente:<http://greenglobe.com/>  
criterios.

El estatus de miembro certificado se otorga a los miembros de Green Globe que están certificados sobre todos los criterios exigidos dentro de su estándar.

La certificación se confirma anualmente cuando se alcanza más del 50% de los indicadores relacionados con los

### 2. Miembro ORO Green Globe



Fuente:<http://greenglobe.com/>  
completado las auditorías in situ independientes y obligatorias en años alternos.

El estatus de miembro oro se concede a los miembros Green Globe que están certificados por 5 años consecutivos. Esta prestigiosa designación sólo es posible cuando un miembro cumple con todos los criterios requeridos, y se han completado las auditorías in situ independientes y

La membresía de oro no se concede automáticamente al término de estos requisitos básicos, pero sí luego de una revisión de los resultados globales durante el período de 5 años para asegurar que se han realizado mejoras continuas en los temas clave: Gestión sostenible; Social / Económica; Patrimonio cultural; Ambiente.

### 3. Miembro PLATINO Green Globe



La membresía PLATINO se concede a los miembros Green Globe que están certificados por 10 años consecutivos. Esta es la designación más alta ofrecida por Green Globe y al igual que la suscripción ORO, sólo es posible cuando un miembro cumple con todos los criterios exigidos dentro del estándar y completan las auditorias in situ independientes y obligatorias

Fuente: <http://greenglobe.com/>

en años alternos.

Se puede decir que la certificación ha generado ahorros a las empresas afiliadas a través de la reducción de consumo de energía, disminución del desperdicio de agua y racionalización del uso del agua potable, además de lograr grandes avances en el ámbito de la calidad ambiental

#### 2.4.2 Rainforest Alliance Verified

La marca Rainforest Alliance Verified™ es miembro de la Red de Certificación de Turismo Sostenible de las Américas. Comunica el compromiso de una empresa de reducir su impacto ambiental y es otorgada a negocios que trabajan en turismo y algunas empresas y proyectos forestales que cumplen con los criterios desarrollados por Rainforest Alliance. Desde finales del 2012, el GSTC había reconocido los estándares de Rainforest Alliance para turismo sostenible por contener criterios 100% equivalentes a los Criterios Globales para Turismo Sostenible que promueve este organismo. Sin embargo, recién éste año en el 2016, le otorgó la aprobación que representa un nivel superior de reconocimiento, el cual respalda la transparencia, independencia y credibilidad del proceso mediante el cual se aplican estos estándares.

Para la actividad turística tiene un estándar para hoteles y servicios de alojamiento, y otro para tour operadoras receptoras. Ambos incluyen criterios de cumplimiento obligatorio que hacen referencia a factores de altamente importantes para la sostenibilidad; los cuales están incluidos dentro tres grandes grupos: empresarial, sociocultural y ambiental.

El ámbito empresarial está organizado a través de 8 principios que atienden los temas claves para una organización eficiente de las empresas sostenibles:

- 1) Planificación de gestión sostenible
- 2) Gestión de la calidad
- 3) Gestión de recursos humanos
- 4) Gestión de seguridad
- 5) Gestión de comunicación y mercadeo
- 6) Salubridad en alimentos y bebidas
- 7) Gestión de proveedores
- 8) Educación para la sostenibilidad

El ámbito sociocultural se organiza en 4 principios:

- 1) Contribución al desarrollo local
- 2) Legalidad y ética de prácticas laborales
- 3) Respeto a las culturas y poblaciones locales
- 4) Rescate y protección patrimonio histórico- cultural.

El eje ambiental atiende aquellos aspectos de la gestión empresarial que impactan los ecosistemas y la biodiversidad y que se relacionan con el cambio climático. Los principios son:

- 1) Cambio climático
- 2) Uso racional del agua
- 3) Uso racional de la energía
- 4) Protección de biodiversidad

- 5) Protección de áreas naturales
- 6) Contaminación
- 7) Gestión integral desechos sólidos.

Todos los principios se hacen operativos a través de criterios e indicadores que permiten medir el grado de cumplimiento del principio.

Para poder obtener y mantener la certificación, toda empresa que sea auditada contra este estándar deberá cumplir con el 100% de los requisitos que implican los indicadores denominados como críticos y al menos un 70% de todo el estándar en forma global.

En general los objetivos de la certificación Rainforest Alliance cubren tres aspectos principales:

1. La biodiversidad y los ecosistemas de los destinos turísticos sostenibles se preservan gracias a la implementación de medidas de gestión ambiental en las empresas; dichas medidas protegen la integridad de los ecosistemas, el uso racional de los recursos naturales, la protección directa de la biodiversidad y la mitigación del impacto negativo sobre el cambio climático y la adaptación de los destinos ante este fenómeno.
2. El desarrollo social y cultural de las comunidades involucradas en el turismo sostenible se optimiza; esto al mejorar los medios de vida sostenibles de las personas, respetar y valorizar las culturas locales y preservar los patrimonios culturales tangibles e intangibles.
3. Las empresas Rainforest Alliance Certified se posicionan en los mercados internacionales gracias a su eficiencia y la calidad de los productos y servicios sostenibles. Esto debido a la implementación de un sistema de gestión empresarial

que incorpora los principios de la sostenibilidad a través de 8 programas de gestión. (Rainforest Alliance )

## 2.5 Certificación para la Sostenibilidad Turística de Costa Rica (CST)

Se puede decir que la CST de Costa Rica, programa del Instituto Costarricense de Turismo (ICT) es un caso de éxito y modelo a seguir en términos de la aplicación de ésta herramienta. Como se describe en su página: “Es un programa que pretende la categorización y certificación de empresas turísticas de acuerdo con el grado en que su operación se aproxime a un modelo de sostenibilidad” (Instituto Costarricense de Turismo, 1999) Para esto se evalúan cuatro aspectos fundamentales:

1. El **entorno físico-biológico**, dónde se evalúa la interacción entre la empresa y el medio natural circundante, interesando la implementación de políticas y programas de sostenibilidad, protección del medio ambiente, entre otros.
2. La **planta de servicio** (correspondiente a los establecimientos de hospedaje) y donde se evalúan los aspectos relacionados con los sistemas y procesos internos de la empresa, en cuanto al manejo de desechos y la utilización de tecnologías para el ahorro de luz y agua.

La **gestión del servicio** (correspondiente a agencias tour operadoras) y donde se evalúa el proceso mediante el cual, la empresa considerando todos los elementos exógenos y endógenos, diseña un producto turístico acorde con las tendencias del mercado y las características propias del país y de las localidades en donde se va a operacionalizar el producto.

El **cliente**, evaluándose las acciones que realiza la gerencia para invitar al cliente en la implementación de las políticas de sostenibilidad de la empresa

El **entorno socioeconómico**, en dónde se evalúa la identificación e interacción del establecimiento con las comunidades adyacentes

Esta certificación surge con el propósito de convertir el concepto de sostenibilidad en algo tangible, práctico y necesario en el conexto de la competitividad turística del país, con el objetivo de mejorar la forma en que se utilizan los recursos naturales y sociales a través de la participación activa de las comunidades locales.

### **3. MARCO METODOLOGICO**

Para poder formar un criterio científico en la conducción de ésta investigación, es imprescindible definir el marco metodológico dónde se establezcan los procedimientos y herramientas a utilizarse en el transcurso de la investigación.

Con el PFG seleccionado, procederé a analizar la viabilidad de proponer una Certificación de Sostenibilidad Turística como herramienta de diferenciación y factor de competitividad para el Municipio de José Ignacio y Garzón ubicado en el departamento de Maldonado en Uruguay.

Para esto, se evaluarán las necesidades y desafíos del Municipio como destino turístico, se determinará la necesidad del Municipio de implementar una herramienta de éstas dimensiones y la viabilidad de implementarla dadas las características ecosistémicas y sociales que presenta la microrregión. Con respecto a esto, será necesario investigar las políticas e inversiones necesarias para implementar la certificación así como también la opinión de los empresarios, líderes políticos y sociales en lo referente a la sostenibilidad, la posición turística del municipio y sus necesidades, la implementación de una herramienta como la certificación. Se deberá evaluar la aceptación de la propuesta y si estas personas estarían dispuestas a enfrentar un proceso de implementación de certificación.

Se analizarán los criterios globales de sostenibilidad turista, los procesos de certificación y al CST de Costa Rica como caso de éxito, evaluando su capacidad de diferenciación hacia la sostenibilidad y su contribución al aumento de competitividad de las empresas y destinos.

### 3.1 Fuentes de información

Para lograr sustentar el presente trabajo de investigación fue necesario recopilar información tanto de fuentes primarias como secundarias. Ésta categorización se define en referencia a la procedencia de la información.

#### **Fuentes Primeras:**

Las fuentes primarias se caracterizan por ser portadoras originales de la información; convirtiéndose en evidencia o referencia directa.

Específicamente para el desarrollo del trabajo de investigación, se recurrió a la observación directa, entrevistas y conversaciones informales.

La Observación directa se refiere a la percepción continua por parte de la investigadora de aquella información vinculada a las características de la zona, su actividad y desarrollo, sin necesariamente ser parte de ese “ecosistema”.

Por otra parte, el uso de entrevistas, encuestas y conversaciones informales corresponden a la necesidad de indagar acerca de las necesidades del Municipio como destino turístico y la opinión de los empresarios sobre la implementación de una certificación de sostenibilidad turística.

### **Fuentes Secundaria:**

Las fuentes secundarias se refieren a los portadores de información que han sido recopiladas en un documento, encontrándose disponible en todo momento.

Se destaca el uso de publicaciones, manuales, trabajos de investigación y páginas webs acerca de las implicaciones de la Certificación para la Sostenibilidad Turística así como de las características y desarrollo turístico del Municipio de José Ignacio y Garzón.

### 3.2 Técnicas de Investigación

- Observación directa

Durante las visitas realizadas al Municipio se observaron directamente ciertas necesidades que implicaría desarrollar una certificación de sostenibilidad turística en la microrregión. Estos datos se respaldan a través de un formulario de observación.

- Entrevistas

Se diseñó una entrevista dirigida hacia los actores públicos encargados del desarrollo del Municipio, específicamente al Alcalde y a las asociaciones más relevantes de la localidad como la Liga de José Ignacio y la ONG Faro Limpio.

- Conversación informal

Se realizan tres conversaciones informales importantes para el desarrollo del presente trabajo. La primera es con el Doctor José Sciandro, especializado en la abogacía ambiental, quién recomendó enfocar el trabajo específicamente en el

Municipio presentado en vez de todo el departamento. La segunda es con la Lic. Andrea Strauch, fundadora de Hart Management y actual gerente de tres hoteles boutique ubicados en el Municipio. Por último, pero para nada menos importante, una conversación mantenida con el Sr. Alberto López miembro de la gerencia general del ICT de Costa Rica acerca de los comienzos de la CST, su desarrollo, implementación e implicaciones.

### 3.3 Método de Investigación.

Se puede decir que el enfoque empleado para ésta investigación fue mixto ya que implicó la recolección y análisis de datos tanto cuantitativos como cualitativos para lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio. De todas formas, de acuerdo con la definición de Johnson *et al.* (2006) se puede decir que en este caso, existe un mayor peso hacia el enfoque cualitativo; obteniendo una investigación mixta con preponderancia cualitativa

A su vez, la investigación tiene un fuerte matiz documental sumado a un método analítico-sintético en el que se descompone el tema en sus elementos más simples de investigación.

## 4. RESULTADOS

Al igual que el fenómeno que ocurre en el resto del departamento, la gran mayoría de los turistas del Municipio son de origen Argentino; se podría decir que alrededor del 85% (Strauch, 2016). Sin embargo, alberga importantes inversiones extranjeras y un atractivo natural sinigual que seducen a turistas internacionales, sobre todo de EE.UU y Europa. Uno de los responsables de cautivar y atraer a un público más internacional fue el empresario noruego Alexander Vik; visionario con una gran conciencia ambiental que cuenta con tres establecimientos exclusivos en la zona.

Al ser un destino caracterizado por sus elevados precios marcando exclusividad, en general el rango de edades de su público es de aproximadamente 40 años en adelante, viajando en familia o en pareja.

A grandes rasgos, son tres las características principales que destacan al Municipio: una es la exclusividad liderada por los excesivos precios, la segunda es como dice Alexander Vik: “es un lugar único en el mundo, donde Wyoming se encuentra con Saint-Tropez, por esa cosa del campo salvaje muy cerca del mar” y la tercera es el cariño y amor que tienen los locales, turistas y empresarios por el lugar; sentimiento que desemboca en la necesidad de cuidarlo y conservarlo tal y como está.

A partir de ese amor por el lugar y el deseo de protegerlo es que desde el Municipio y los actores locales, la visión y proyección a futuro que se propone es la de Desarrollo Sostenible con Identidad Local, incluyendo los siguientes aspectos:

- respeto por la escala y la identidad de José Ignacio y Garzón
- compatibilización de las necesidades de “los que vienen con las de los que viven”
- preservación de los recursos naturales y muy especialmente de la playa, los médanos y las rocas, adecuando el uso a su capacidad de carga
- no al elitismo, sí al cuidado
- mejora de servicios e infraestructura para todos
- promoción de diseños arquitectónicos amigables con el entorno
- bienestar de los pobladores
- turismo responsable
- ecoturismo como alternativa fuera de temporada
- no al pueblo fantasma en el invierno
- usos productivos distintos e integrados

Dentro de esa visión, se valora principalmente la sostenibilidad, la identidad pueblerina, la tranquilidad y seguridad.

Claramente, por parte de los actores locales existe un interés por preservar los aspectos ambientales y sociales que los identifica; eligiendo un modelo de desarrollo enfocado principalmente en la sostenibilidad.

Sin embargo, ante el desafío de imaginar el desarrollo sostenible de éste territorio, es necesario identificar aquellos factores que hoy existen y que le dan una característica general que lo hace atractivo. Dentro de esos factores, existen recursos sobre los cuales se realiza una presión de uso consciente o inconscientemente y que para llevar a la realidad la proyección de un desarrollo sostenible es necesario aplicar herramientas que lo haga tangible.

A continuación se establecerán las principales Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas del Municipio, desarrollado con los aportes de los propios empresarios) como destino turístico para una mejor comprensión de su dinámica.

Cuadro 3- Matriz FODA del Municipio como destino turístico

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
Cercanía entre el mar y el campo	Turistas conscientes, interesados en la protección de los recursos naturales
Ubicación privilegiada entre atractivos naturales casi intactos	Demanda de un mercado extra regional, internacional de alto poder adquisitivo
Biodiversidad que le da condiciones únicas y particulares al lugar, como elementos para generar y atraer a nuevos mercados	Incremento de demanda de un turismo alternativo, ecoturismo, turismo rural, turismo aventura, observación de aves
Existencia de un ecosistema que permite su aprovechamiento con fines turísticos	
Influencia de grandes empresarios que marcan una línea hacia la sostenibilidad	
Posee una Ordenanza de Desarrollo Territorial cuya proyección es el desarrollo sostenible	
Seguridad y tranquilidad	
Excelente oferta gastronómica, restaurantes posicionados a nivel internacional	
Una estructura y sistema que procura la protección y conservación del patrimonio natural del lugar	
Habitantes y empresarios conscientes, interesados en cuidar y preservar los recursos naturales	
Emprendimientos piloto de clasificación de residuos en el municipio	
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
Marcada estacionalidad de oferta y demanda	Mal manejo de disposición de residuos a nivel departamental y nacional
Precios excesivos fuera de temporada	Falta de políticas ambientales públicas a nivel nacional
Empresarios de la zona con una orientación hacia una gestión estacional de sus negocios	Deterioro de la imagen Uruguay Natural
Falta de servicios e instalaciones fuera de temporada	Aumento de demanda que puede desvirtuar la infraestructura e inversión
Falta de herramientas desde el gobierno para alcanzar las proyecciones de desarrollo territorial del municipio	
Excesiva dependencia al mercado argentino	
Producto no consolidado a lo largo del año	
Intensa asociación del lugar con un destino de sol y playa	
El lugar como destino turístico no cuenta con elementos diferenciales	
No existe una articulación de producto turístico orientado a romper con la estacionalidad	
Deterioro ambiental por la actividad turística	
Presión inmobiliaria en la franja costera que amenaza la conservación de dunas	

Fuente: Elaboración propia

Es posible apreciar que el Municipio como destino turístico enfrenta muchas de las consecuencias que genera el turismo de sol y playa. A modo de ejemplo se destacan: el ser un producto altamente estacionalizado por depender de la temporada de verano, excesiva dependencia a un mercado regional que consume mayoritariamente ese producto, falta de productos diferenciales establecidos, falta de políticas ambientales, falta de servicios e instalaciones fuera de la temporada de verano, presión inmobiliaria en la franja costera amenazando a los ecosistemas sobre todo las dunas y un intenso deterioro ambiental.

Sin embargo, a partir de él ya se puede ver que todavía hay esperanza, se pueden palpar indicios de que una herramienta como la certificación podría encontrar entrada en el Municipio de Garzón y José Ignacio. Entre las razones por las cuales se podría predecir que la implementación de esta herramienta podría ser viable, se encuentran las siguientes: el municipio ya incluye un modelo de desarrollo sostenible en sus proyecciones a futuro y en su ordenanza de desarrollo territorial (a diferencia de otros municipios), su ubicación entre ecosistemas altamente frágiles, en la zona ya se instalaron grandes emprendimientos reconocidos a nivel internacional y que en cuya gestión asumieron compromisos con el medio que los rodea; marcando así una línea hacia la sostenibilidad para los futuros emprendimientos. Además se destaca el amor de los habitantes y empresarios por ese lugar y su preocupación por cuidarlo y preservar sus recursos, es una zona donde existe un nivel de conciencia mayor que en otras zonas del departamento; encontrando por ejemplo a nivel municipal emprendimientos piloto de clasificación de residuos. Por último, la demanda creciente de un mercado extra regional e internacional con un alto poder adquisitivo que elige productos alternativos al sol y playa.

#### 4.1 Viabilidad de proponer una Certificación para la Sostenibilidad Turística en el Municipio de Garzón y José Ignacio

A partir de las entrevistas realizadas, cuyas transcripciones se encuentran en los Anexos 4 y 5, se destaca el hecho de que a nivel general las personas que habitan en el municipio, los empresarios y los turistas ya tienen un grado de responsabilidad y conciencia ambiental. Empresas como Agroland, Colinas de Garzón, ya incluyen a la sostenibilidad dentro de sus objetivos de gestión y tienen un programa de gestión energética liderado por la energía eólica, llevan una gestión del recurso hídrico; reaprovechando el agua de lluvia para diferentes usos, utilizan techos verdes para ser más eficientes con la energía y hasta cumple con estándares de una certificación estadounidense llamada LEAD (Leadership, Energy and Environmental Design)

Por otra parte, como lo establece en su página web, Estancia Vik está comprometida a prácticas ambientalmente amigables con una arquitectura que maximiza la ventilación natural y la regulación de la temperatura. Además tienen paneles solares, fotovoltaicos y molinos de viento que les permite generar energía solar, eólica y geotérmica, también reciclan el recurso hídrico. Todo esto les permite ser una propiedad auto sostenible.

Estos dos grandes emprendimientos ya marcaron un camino para el resto, como dice Fernando Perez Alcalde del Municipio hablando del compromiso ambiental por parte de los empresarios: “Yo creo que, o lo aceptas, o levantas la bandera y te vas...porque no tienes acompañamiento, o te adaptas a eso que está bueno para el pueblo o te buscas tu actividad por otro lado”. En este sentido se refiere a que se busca que todos los emprendimientos sean compatibles con esa armonía entre la naturaleza y el hombre, con esa intención de proteger los recursos. Más adelante

remarcó que hasta ahora no hubo situaciones en las cuales algún empresario turístico busque ir por otra línea, todos siempre han respetado y respetan el medio que los rodea. Aquí entra de nuevo el amor por el lugar al que se refirió anteriormente; con respecto a esto y a la posibilidad de implementar una herramienta como la certificación, Alvaro Perez de Agroland decía: “Yo creo que el perfil del lugar y de la gente que hay acá se presta para eso. Hay diferentes niveles, porque incluso las personas que forman parte del staff en general vienen con una cabeza que también sigue esa línea.”

Entonces se podría decir que a nivel de los locales y empresarios hay un interés por el cuidado de la naturaleza que los rodea y posiblemente una actitud positiva frente a la posibilidad de asumir compromisos reales y tangibles.

Sin embargo, a nivel público todavía falta mucho por recorrer. A pesar de que las proyecciones de desarrollo para el Municipio, donde se destaca la sostenibilidad por sobre todas las cosas, se establecieron en el avance de los talleres territoriales en el año 2007; hasta el momento no se han propuesto ni implementado ninguna herramienta para alcanzar esa visión. Solamente en el año 2012 se entregó un avance del Plan Local de Ordenamiento Territorial para la protección y el desarrollo sostenible del área entre las lagunas de José Ignacio y Garzón desde la Ruta Nacional N°9 al Océano Atlántico.

El Alcalde del Municipio remarca que el desarrollo sostenible es el modelo a seguir pero que desde el 2007 no se siguió trabajando tanto sobre el tema, son atribuibles muchos factores pero una de los principales es la discontinuidad de políticas debido a los cambios de gobierno

Al indagar acerca de las necesidades del Municipio para alcanzar la sostenibilidad turística, ambos entrevistados coincidieron de la falta de información y capacitación

acerca del tema. El alcalde establece que “hay cuestiones que tienen que ver con este tema, que yo necesitaría informarme mucho más. De cuáles serían las características técnicas que se pueden llevar adelante para el desarrollo. Debería informarme más, por eso es fundamental el compromiso del gobierno local, departamental y nacional. Yo creo que un soporte técnico en materia de desarrollo sostenible sería fundamental acá.” A su vez resalta la importancia del trabajo conjunto y participativo entre los actores público y privado.

Desde Agroland, Alvaro Perez, que no está al tanto de los objetivos y proyecciones del Municipio, dice: “Me parece que un punto importante sería apoyar desde la información e incluso hasta una folletería y cartelera responsable. Que realmente se preocupara por el medio y respetara el lugar; además de ofrecer una plataforma para separar, clasificar los residuos. Me parece que puede ayudar a concientizar desde la información y desde ahí generar lo necesario como para que de pronto la gente que vive en el lugar también tome esa conciencia.”

Analizando la matriz FODA y la información obtenida a través de las entrevistas, es posible visualizar aquellos objetivos que deberían alcanzar las estrategias propuestas para maximizar las fortalezas y oportunidades y minimizar o neutralizar las amenazas y debilidades del Municipio como destino turístico.

Esos objetivos se pueden clasificar de la siguiente manera:

1. Proteger y conservar el ecosistema y los recursos naturales de la microrregión
2. Potenciar el interés de los pobladores locales, empresarios y turistas en proteger y conservar ese ecosistema
3. Generar un nuevo mercado turístico que permita disminuir la dependencia con los públicos tradicionales y que ofrezca un producto definido y

diferenciado para poder captar a un segmento que valore y contribuya a la conservación del patrimonio natural.

4. Generar un producto articulado que no esté únicamente asociado al sol y playa sino que se base en la vocación a la conservación; permitiendo romper con la estacionalidad del lugar y sumar un elemento de diferenciación con otros destinos
5. Aumentar la competitividad de los establecimientos con respecto a los mercados internacionales.

Una estrategia enfocada en implementar un modelo de desarrollo sostenible en el Municipio perfectamente podría atender los objetivos planteados anteriormente, los cuales serían completamente abarcados si se definiera como proyecto dentro de esa línea, la implementación de una certificación para la sostenibilidad turística.

#### 4.2 Costa Rica, un caso de éxito

Para demostrar como un programa de certificación para la sostenibilidad turística podría aprovechar las oportunidades y fortalezas, eliminar las debilidades y mitigar las amenazas, es que a continuación se analizará el caso de Costa Rica cuya certificación, a diferencia de las mencionadas anteriormente, nace a partir del trabajo conjunto entre actores públicos y privados del mismo país y es brindada sin costo desde el Instituto Costarricense de Turismo (ICT), ente gubernamental.

Entonces, se presenta a la Certificación para la Sostenibilidad Turística de Costa Rica (CST) como un ejemplo del tipo de herramienta que se le propone a la junta y actores locales de la microrregión, que permita ser un elemento de competitividad y diferenciación para el Municipio.

En primer lugar es necesario realizar una breve introducción acerca de los inicios de la CST, para tal motivo fue consultado el Sr. Alberto López Chaves quién integra la Gerencia General del ICT.

Según él, el primer dato importante a destacar es que la CST inicia en los años 90 como un proceso originado por el sector privado, ósea que fueron empresarios privados quienes se acercaron al ICT para proponer la creación de alguna certificación, o algún mecanismo que los diferenciara a ellos dado el esfuerzo que estaban haciendo en el área de sostenibilidad.

Ese acercamiento fue bien recibido por el instituto y a partir del año 1995 se comienza con un proceso conjunto entre sector público y sector privado para el diseño de las normas.

Ese proceso, requirió primero ponerse de acuerdo en cuáles eran los componentes que una norma tan novedosa en sostenibilidad iba a incluir, y de las primeras decisiones que se tomaron fue que la norma debería apartarse de las tradicionales para poder cubrir todo el aspecto de la sostenibilidad. Por eso es que se crearon los cuatro ámbitos, donde estaba muy claro que había que tener uno que involucrara la parte ambiental, uno que evaluara como la empresa opera su planta física, otra cómo se involucra con los clientes y finalmente como se relaciona con las comunidades en aspectos relacionados con la responsabilidad social empresarial. De ahí nacen los cuatros ámbitos de la certificación CST que se establecieron en la primera parte de éste trabajo. Para este momento no existía un antecedente previo; sino que fue el primer esbozo de procesos de este tipo aplicados al turismo.

Posterior a ello, luego de dos años de trabajo, se crea la norma inicialmente y únicamente para las empresas de hospedaje, aunque ya estaba desde el inicio la norma para empresas de tour operación. Arranca oficialmente en 1997 con la

publicación en el diario oficial, “La Gaceta”, del reglamento que da origen a la Comisión Nacional de Acreditación y a sus miembros. Esta comisión es de los aspectos clave en la creación de la norma, porque desde el inicio dejó de lado cualquier indicio de parcialidad del ICT. El Instituto tiene un departamento técnico que se encarga de evaluar y la Comisión Nacional de Acreditación es la que certifica, entonces queda claro que el instituto no es juez y parte, sino que hay dos órganos independientes. Eso les dio mucha tranquilidad a los empresarios y a los clientes de que efectivamente los resultados del proceso son muy objetivos.

Desde 1997 hasta 2001 se trabajó en un proceso intenso de capacitación a los empresarios inicialmente interesados en obtener la certificación. Ese proceso generó que en 2001 saliera el primer grupo de empresas certificadas, 51 empresas de hospedaje.

Luego en el 2002 se le da inicio a la aplicación para empresas tour operadoras y con ella comienza un proceso de capacitación más abierta, tanto para empresarios como para el personal interno del ICT, y que se extiende hasta el 2008. Al final de este periodo, la institución invierte en un programa de capacitación para formadores y evaluadores del CST, denominados órganos externos de evaluación. Por lo tanto, a partir de 2009, las empresas podían buscar a los órganos externos de evaluación para que atendieran su proceso de capacitación y de preparación para la evaluación.

Con la aparición de los órganos externos de evaluación, se da un poco más de flexibilidad y se comienza a trabajar en investigación para crear las nuevas normas. A partir de ese momento, se crearon: la norma de retadoras de auto en 2010, luego la de parques o actividades temáticas, la de empresas gastronómicas y la de tour operación marino costera. Ese es el momento en el que está el ICT hoy, con 6 normas de evaluación para 6 sectores.

Con respecto al proceso para obtener la certificación, las empresas turísticas interesadas, someten sus operaciones a una evaluación voluntaria dirigida por técnicos de la Comisión Nacional de Acreditación para determinar el nivel de cumplimiento en una cantidad determinada de ítems, que demuestra el grado en que su operación se aproxima a un modelo de sostenibilidad.

Para cada uno de los cuatro aspectos establecidos, el empresario debe responder preguntas específicas que sirven para evaluar el nivel con que la empresa cumple con los estándares de la norma. A partir del resultado es que se le asigna una categoría de sostenibilidad, que va del 1 al 5, representado en hojitas.

**Cuadro 4: Categorización de la CST**

Nivel	% cumplimiento
0	< 20
1	20-39
2	40-59
3	60-79
4	80-94
5	> 95

Según el nivel que se obtenga será el beneficio que recibirá; incentivos directos, beneficios en promoción diferenciada internacional y nacional, capacitación, respaldo para participación en ferias y otros eventos, información y otros más.

La obtención del primer nivel significa que la empresa dio el primer paso para asumir el compromiso de la sostenibilidad. Los siguientes niveles corresponden con estados cada vez más avanzados en el proceso específico evaluado, culminando con la obtención del nivel 5, dónde la empresa sería considerada como ejemplar en términos de sostenibilidad. La categorización se realiza de acuerdo con el siguiente

esquema donde el % de cumplimiento se refiere al cumplimiento de las condiciones establecidas para los ámbitos: entorno físico biológico, planta de servicio, gestión del servicio, cliente externo y entorno

El nivel en el que logre ubicarse una empresa, corresponde al menor nivel alcanzado en alguno de los ámbitos. Con esto se pretende que las empresas avancen hacia un modelo de sostenibilidad considerando por igual la importancia de los cuatro ámbitos.

Dentro de las mayores fortalezas con las que cuenta el programa se destaca: que es totalmente gratuito para los empresarios y que tiene una vigencia de dos años; estimulando a las empresas a mantener de manera constante sus niveles de sostenibilidad ya que se arriesgan a perder la CST en la siguiente evaluación o a obtener un nivel más bajo.

A nivel general, la CST ha tenido diversas implicaciones sobre diferentes niveles. A continuación se establecen las principales definidas por el propio ICT:

#### A. Para el sector turístico

El CST representa una marca que le permite diferenciarse como destino, al ofrecer un producto turístico con una connotación de sostenibilidad que transmite confianza al eliminar la práctica de algunas empresas que operan abusando del concepto “eco, green o sostenible”. Según la página web del ICT: “ El Certificado para la Sostenibilidad Turística, conocido como CST, ha sido reconocido por la Organización Mundial de Turismo, como uno de los programas que está logrando modificar la forma de hacer turismo.” El programa permite captar al destino, un

público especializado, exigente y de alto poder adquisitivo; abriéndose al mercado internacional

#### B. Para el empresario turístico

El programa significa la posibilidad de contar con un nuevo elemento de competitividad basado en una nueva forma de diferenciación de su producto. Por otra parte el CST incentiva el manejo adecuado en el uso de recursos en la empresa, promoviendo su ahorro y utilización eficiente, lo que resultará en un impacto positivo sobre la relación costo-beneficio de la empresa. Por ejemplo, la utilización de tecnologías para el ahorro energético ofrecen oportunidades para evitar el uso intensivo del recurso sin detrimento en la calidad del servicio a la vez, busca una reducción significativa sobre la facturación en los recursos.

#### C. Para el turista

El turista que seleccione una empresa turística que cuente con el logotipo del CST podrá estar seguro de que en ésta realizan acciones en todos los procesos de la gestión empresarial, con el fin de evitar impactos negativos en el ambiente, cultura y sociedad.

#### D. Para otros sectores productivos

El CST es un programa "punta de lanza" que abre oportunidades para el desarrollo de empresas suplidoras de bienes y servicios con una orientación sostenible.

La necesidad por utilizar productos reciclables, reutilizables, naturales, dispositivos para el ahorro de energía y agua, manejo de desechos, información y otros, es el detonante que abre las puertas para un nuevo mercado de productos ambiental y socialmente amigables, capaz de suplir a mediano plazo a otros sectores de la

economía, generando una sinergia y un balance positivo global en términos de sostenibilidad.

#### 4.3 CST, herramienta de competitividad y diferenciación para las empresas turísticas y para Costa Rica como destino

Para conocer con más profundidad el caso de Costa Rica, a continuación se analiza con mayor detalle lo que significó para el país la implementación de la certificación, sus implicaciones a nivel empresarial y de destino y su importancia.

En este país, la actividad turística y los atractivos naturales son interdependientes ya que el patrimonio natural constituye el principal motivo de visita señalado por las personas provenientes de los principales mercados emisores de turismo como los son Estados Unidos y Europa.

El noveno Informe sobre el Estado de la Nación señaló algunos aspectos que no se deben omitir, como el desafío y amenaza que constituye para la actividad turística la degradación de los recursos naturales, que constituyen paradójicamente el principal atractivo. En este contexto, es donde la sostenibilidad turística constituye una opción de política pública que busca promover acciones que minimicen los efectos negativos del turismo en la sociedad costarricense y maximizar lógicamente sus beneficios. (Rodríguez, 2012)

A partir de 1998, el ICT implementa el Programa de Certificación para la Sostenibilidad Turística justamente con el objetivo de brindar una herramienta que ayudara a categorizar y certificar a las empresas turísticas en función de las acciones que desarrollan, a fin de aminorar el impacto que sus actividades generan sobre el entorno, dentro de un modelo de sostenibilidad que considera tanto elementos ambientales, económicos como socioculturales.

Entonces la CST nace con los siguientes objetivos: a) Ser el instrumento a través del cual Costa Rica logra diferenciarse en el mundo como destino turístico sostenible; b) Brindar información confiable sobre las empresas certificadas y; c) Establecer la sostenibilidad como un elemento de competitividad dentro de las empresas que conforman el sector turístico a nivel nacional e internacional (Art. 3, Decreto Ejecutivo N° 36012-MINAET-MEIC-TUR)

Un aspecto importante de las empresas certificadas, es su inclinación ya sea para cambiar su filosofía empresarial hacia un modelo de sostenibilidad o bien que desde su creación sus fundadores por convicción han marcado un sello que se orienta a este modelo. Para ambas el CST constituye una oportunidad para obtener beneficios y generar impactos positivos para la comunidad y el país en general.

En el marco del artículo titulado “Es la sostenibilidad turística una herramienta para enfrentar una crisis?”<sup>6</sup> se realizó una valoración sobre la percepción que tienen las empresas de hospedaje certificadas con la Norma CST. Los resultados fueron agrupados en cuatro temas: competitividad, recurso humano y mercado laboral, incentivos y universidades públicas.

Para los intereses de esta investigación en particular, solo se analizarán los resultados obtenidos con respecto a los tres primeros temas: competitividad, RRHH y mercado laboral e incentivos.

---

<sup>6</sup> Elaborado por Leonardo Chacón Rodríguez para el Observatorio de Desarrollo de la Universidad de Costa Rica

Cuadro 5- Percepción de empresas de hospedaje certificadas CST sobre ciertos temas y su relación con la CST

Característica:		<b>Competitividad</b>	<b>RRHH y Mercado Laboral</b>	<b>Incentivos</b>
		Promedio	Promedio	Promedio
<b>Provincia</b>	Alajuela	8,1	6,53	5,92
	Cartago	8,65	4,55	6
	Guanacaste	9,11	6,81	6,11
	Heredia	9,18	4,93	5,75
	Limón	8,77	5,93	5,67
	Puntarenas	8,72	6,35	5,58
	San José	8,58	6,25	5,25
<b>Tipo</b>	Ciudad	8,36	6,24	4,74
	Montaña	8,6	6,12	6,42
	Playa	9,02	6,49	5,69
<b>Tamaño</b>	Grande	8,57	7,14	6,43
	Mediano	9,08	6,47	6,33
	Micro	8,82	4,74	3,75
	Pequeño	8,52	6,05	5,41
<b>Nivel</b>	1	8,42	5,16	5,8
	2	8,31	5,86	5,06
	3	8,5	6,6	6,05
	4	9,02	6,75	4,8
	5	9,66	6	7,8
<b>Promedio para todos los hoteles</b>		<b>8,7</b>	<b>5,9</b>	<b>5,7</b>

Fuente: "Es la sostenibilidad turística una herramienta para enfrentar una crisis?" de Leonardo Chacón Rodríguez, Universidad de Costa Rica

La encuesta realizada arrojó datos interesantes sobre todo con respecto a la importancia del CST para la competitividad empresarial, aspecto en el cual se obtuvo una calificación promedio general de 8,7.

En este aspecto se destacan las empresas medianas y ubicadas en la playa como Guanacaste, con las mayores valoraciones. Por otra parte, si se analiza los resultados por nivel de certificación, los valores más altos corresponden a aquellas empresas con los niveles más altos de sostenibilidad (4 y 5).

Esta percepción positiva que vincula a la CST con el nivel de competitividad, contrasta con los resultados obtenidos en el tema de recursos humanos y mercado laboral (aspecto que obtuvo una calificación promedio de 5,9); lo que se traduce en la disponibilidad de personas con formación en los temas vinculados a la norma. Para este caso se destaca que la percepción más negativa se encontró para las empresas clasificadas como microempresas y aquellas con menores niveles de certificación. La valoración positiva que tiene este aspecto en las empresas grandes y medianas podría sugerir que estas disponen de mayores recursos y ventajas para atraer talento humano con las competencias vinculadas con el CST.

Igual percepción no favorable se encontró para el tema de los incentivos recibidos por disponer del CST que tuvo una valoración promedio de 5.75. Si se observan las empresas por tamaño se notará que las empresas clasificadas como micro o pequeñas asignan una menor puntuación respecto a las grandes y medianas, lo cual podría indicar que los incentivos ofrecidos son mejor aprovechados por este grupo de empresas.

En conclusión, y como importante aporte en ésta investigación, el análisis de los datos recogidos por el Observatorio de Desarrollo de la Universidad de Costa Rica muestra que es notoria la percepción positiva respecto que el CST constituye una herramienta para mejorar la competitividad de las empresas de hospedaje

Como parte de la misma investigación (Rodríguez, 2012) para valorar la percepción de las empresas de hospedaje con respecto a la certificación, también se consultó sobre cuáles son los principales beneficios de participar en el CST en un marco de crisis económica.

**Cuadro 6- Percepción de empresas de hospedaje certificadas con la norma CST sobre las ventajas del CST en la conjuntura de la crisis**

Tema	Opinión 1 <sup>7</sup>	2% <sup>8</sup>	3% <sup>9</sup>
Disminución de costos	40	38,7	65,6
Nichos de mercado	34	31,2	55,7
Conservación de recursos naturales	11	10,1	18
Imagen	11	10,1	18
Publicidad diferenciada	8	7,3	13,1
No han sentido la crisis	3	2,8	4,9
Estadía promedio se mantiene	2	1,8	3,3
<b>Total</b>	<b>109</b>	<b>100</b>	

Fuente: "Es la sostenibilidad turística una herramienta para enfrentar una crisis?" de Leonardo Chacón Rodríguez, Universidad de Costa Rica

Del total de hoteles consultados un 87% afirmó tener algún tipo de ventaja; y un 13% argumentó que ninguno. Si se analiza los resultados obtenidos para las respuestas sobre las ventajas, se pueden agrupar en siete categorías dentro de las cuales: un 65% de las empresas reconoce la importancia del CST para la reducción de costos, y un 56% identifica la importancia de tener acceso a nichos de mercado.

La imagen y la publicidad diferenciada también constituyen aspectos identificados como relevantes. Otro aspecto que se destaca es el reconocimiento de disponer de CST como una ventaja para conservar los recursos naturales.

Si se analiza con más detalle el tema referido a la disminución de costos, se concluye que si bien un 58% mencionó sobre la disminución de costos en general, un 25% y 10% mencionó específicamente el ahorro en el consumo de electricidad y agua respectivamente. En general, se estima que los ahorros implican más de un 70% en el consumo de electricidad y alrededor de un 60% en agua. A su vez,

<sup>7</sup> Total de hoteles que lo identificaron

<sup>8</sup> Porcentaje del total de temas

<sup>9</sup> Porcentaje del total de 61 empresas consultadas

cambian las elecciones de productos; aumentando el consumo de productos biodegradables y orgánicos y aumento de más de un 50% en la adquisición de alimentos producidos localmente.

Otro aspecto importante está referido con un 8% que argumentó la ventaja por la posibilidad de mantener tarifas bajas a los clientes.

Con respecto al tema referido a los nichos de mercado, un 68% de las empresas que señalaron este aspecto, indicaron que es ventajoso por tener acceso a nichos de turistas que están comprometidos con el ambiente, prefieren estos hoteles y tienen capacidad de pago.

Un 18 % señaló la diferenciación como un elemento importante, seguido por un grupo de hoteles que consideran como ventaja la posibilidad de explorar nuevos mercados (9%) y porque se convierten en prioridad de algunas tour operadoras (6%).

Cuadro 7- Percepción de empresas de hospedaje certificadas sobre las ventajas de tener la CST

Tema	Opinión 1 <sup>10</sup>	2% <sup>11</sup>	3% <sup>12</sup>
Acceso a Mercados	48	29	79
Gestión de la empresa	35	21	57
Conservación de recursos naturales	29	18	48
Disminución de costos	26	16	43
Vínculo con la comunidad	10	6	16
Disminución impactos ambientales	7	4	11
Aumento en los ingresos	7	4	11
No hay beneficios	1	1	2
<b>Total</b>	<b>163</b>	<b>100</b>	

Fuente: "Es la sostenibilidad turística una herramienta para enfrentar una crisis?" de Leonardo Chacón Rodríguez, Universidad de Costa Rica

<sup>10</sup> Total de opiniones del tema

<sup>11</sup> Porcentaje del total de opiniones

<sup>12</sup> Porcentaje del total de 61 empresas consultadas

En términos generales, las empresas que cuentan con la CST señalaron ventajas en el acceso a mercados (79%), seguido por la mejora en la gestión de la empresa (57%), la importancia de conservar los recursos naturales (48%), la disminución de costos (43%) y la importancia de crear vínculos con la comunidad (16%)

Si se desagrega el aspecto sobre la gestión de la empresa, se observa que un 25% de las empresas señaló mejoras relacionadas con la planificación y control, un 17% mejoras en cuanto a la gestión del recurso humano, un 14% la incorporación de mejorar para satisfacer al cliente externo y un 9% destacó las alianzas con otras empresas.

Es importante recalcar que una vez que las empresas disponen del CST, pueden acceder a un gran abanico de beneficios entre ellos: acceso a información sobre tecnologías amigables con el ambiente y a toda otra información necesaria para aplicar el estándar del CST según sea su operación, promoción diferenciada a nivel nacional e internacional en ferias turísticas y prioridad en el apoyo técnico y logístico para la participación de las mismas, prioridad en los programas de capacitación para un proceso de mejora continua, participación en eventos, seminarios y talleres para compartir o discutir los alcances de la certificación y enlace en el sitio web del programa con información sobre la empresa certificada.

Lo anterior permite explicar porque la disminución de costos constituye para las empresas de hospedaje con CST una de las principales ventajas en la coyuntura de crisis, ya que les permite mejorar su gestión interna por medio de una mayor documentación y un mejor monitoreo de sus costos, permitiendo una mejor planificación de recursos y gestión de costos. La razón se encuentra en la rigurosidad de la norma que efectivamente requiere de evidencias de cumplimiento

con los requisitos contenidos en el cuestionario del CST, y donde por ejemplo, el monitoreo del consumo es fundamental.

Desde el punto de vista de la preservación de los recursos naturales disponer de una menor demanda del recurso agua y electricidad contribuye con la sociedad en general, y promueve una mayor responsabilidad de las empresas por la adopción de políticas de monitoreo, control y reducción de consumo, que derivan en menor presión sobre los servicios de agua y electricidad, que hoy enfrentan desafíos para atender una población creciente y una llegada internacional de turistas que se aspira y espera sea creciente para el país.

En este sentido, también estas empresas certificadas favorecen la adopción de patrones de consumo en los turistas que de forma responsable reducen los gastos de estos insumos durante su estancia. Por esta razón los mercados que valoran el CST constituyen un nicho, con una extensa capacidad de pago, que debe ser potenciado dado que presentan menos fluctuaciones por las crisis y desde el punto de vista del uso de los recursos internos, disponer de una mayor oferta turística certificada con la Norma CST será cada vez más relevante por la reducción de impactos negativos y un mayor vínculo con la comunidad.

En conclusión, la norma CST permitió que las empresas turísticas en Costa Rica obtuvieran importantes ventajas competitivas, convirtiéndose en una herramienta clave para desarrollar el producto diferenciado que hoy ofrece como destino turístico.

También es interesante analizar las estadísticas para la actividad turística a nivel país de los últimos años; antes y después de la implementación de la certificación, en las que a su vez se puede evidenciar la importancia de una herramienta como

esta para lograr la diferenciación y el aumento de competitividad del destino turístico. Las cifras muestran que en los últimos 32 años, Costa Rica ha experimentado un crecimiento del 70% en las llegadas al país por todas las vías. Ya que el ICT solo detalla las estadísticas a partir del 2003 a continuación se establecerán algunos datos importantes a partir de esa fecha; las divisas por concepto de turismo han aumentado más del 100% desde el 2003, hay un 33% más de habitaciones para hospedaje, la estadía promedio aumentó a 12 días y el gasto diario a U\$S 121. Por otra parte, el turismo en Costa Rica emplea al 7% del total de la población trabajadora y los parques nacionales atraen a 1 millón de turistas extranjeros por año, el territorio dedicado nacional protegido aumentó un 32%.

Entonces, para Costa Rica y su actividad turística, la sostenibilidad no significa solamente una respuesta a la demanda sino que implica una necesidad y condición indispensable para ser competitivo en este momento y en el futuro.

En los últimos años, la actividad, al igual que los demás sectores económicos, se ha centrado en los beneficios meramente económicos del turismo sin importar las consecuencias ambientales, culturales y sociales. Sin embargo, la acumulación de impactos que aumentan las crisis ambientales y sociales a nivel mundial “han tenido una repercusión significativa sobre la conciencia humana y por ende ha incidido en el rápido crecimiento que viene experimentando en los últimos años, el turismo de enfoque responsable; hasta el punto de propiciar un cambio en los hábitos y expectativas de los turistas.” (Instituto Costarricense de Turismo)

El ICT también afirma que

dentro de ese cambio de la demanda, cada día son más evidentes las exigencias de los turistas hacia un turismo más activo, más participativo con respecto a los intereses ambientales y socioculturales, con servicios de alta calidad, donde se procure la conservación y protección del medio natural, el aprendizaje y

preservación de culturas locales, complementando con ello el disfrute de sus vacaciones.

Cada vez más, el turismo es analizado internacionalmente como una actividad integral e interdependiente que no puede desligarse de su interacción e impactos sobre el medio ambiente, la cultura, la sociedad y su calidad de vida.

Esta nueva corriente consciente y que espera que la actividad turística asuma un rol responsable cada vez es más grande e importante. De hecho, el 84% de los clientes de Expedia están interesados en hoteles sostenibles y dispuestos a pagar 5% más por ellos, 59% de los compradores de Travelocity encuestados en línea establecieron que alguna distinción “verde” tendría algún influencia en su decisión de hospedaje para el 2009. Por otra parte, una encuesta realizada en el 2012 por Tripadvisor, reveló que el 71% de sus usuarios planeaban elegir hoteles basados en la sostenibilidad para sus futuros viajes. En una encuesta realizada este año por la misma empresa a sus usuarios españoles reflejó que el 55% de los viajeros españoles son propensos a tomar decisiones sostenibles en los próximos 12 meses, una tendencia creciente en comparación con 2015 (27%).

## **5. CONCLUSIONES**

Como en Costa Rica, en Uruguay y el Municipio de Garzón y José Ignacio, la actividad turística depende de una simbiosis armónica con el entorno natural ya que éste es el principal motivo de visita al destino.

Costa Rica ha sabido planificar y gestionar su actividad turística de tal forma que presenta a la sostenibilidad como herramienta para neutralizar todas las amenazas que ponen en peligro su patrimonio natural, al mismo tiempo que potencia las oportunidades al presentar un modelo que aporta competitividad a sus empresas y

hasta lo convierte en una de sus principales fortalezas al ofrecer un producto diferenciado.

A través de la certificación, Costa Rica decidió y encontró la forma de asumir la sostenibilidad como responsabilidad pública y privada para enfrentar los desafíos de la actualidad y los venideros.

Los datos que muestran una mejora de competitividad para las empresas son contundentes. La misma se traduce en reducción de costos operativos, acceso a nichos de mercado comprometidos con el ambiente y con una gran capacidad de pago que les permite elegir pagar más por hoteles consientes y sostenibles, mejoras en la gestión general de la empresa; sobre todo en la planificación y control, alianza con empresas y organizaciones internacionales, promoción diferenciada y acceso a capacitaciones.

Además a nivel nacional la incorporación de la sostenibilidad al producto turístico, representó un aumento en la cantidad de llegadas, en el ingreso de divisas, en los días de estadía y en el gasto diario de los turistas. En Costa Rica, la sostenibilidad turística materializó la diferenciación del destino y la certificación para la sostenibilidad turística, es la herramienta que fortalece el modelo y valida la oferta.

Entonces, como primera aproximación al tema se puede concluir que:

- El Municipio de José Ignacio y Garzón presenta el importante desafío de desestacionalizar y diversificar su oferta, diferenciando su producto de uno netamente de sol y playa, para poder romper con la dependencia al mercado argentino y competir a nivel internacional

- A la luz de las nuevas tendencias y de las experiencias vividas en otros países como por ejemplo en Costa Rica, se puede decir que el desarrollo de un proceso que certifique la adopción de los preceptos del turismo sostenible por los diferentes actores de la actividad turística del Municipio de José Ignacio y Garzón, sería una herramienta de diferenciación, un factor de competitividad como destino turístico; y la forma de asegurar la debida gestión y conservación de los recursos de los que se sustenta el turismo en el Municipio.

Se puede decir que cualquier proceso de certificación implica un mejoramiento en la gestión de la empresa, aumentando su eficiencia y resultando en una empresa más competitiva en un mercado exigente. Por otro lado, la integración de la sostenibilidad en la planificación y gestión de las empresas y destinos significa un factor de diferenciación sobre todo para el departamento, el país y la región.

Desde la perspectiva de un negocio y la gestión de las empresas es fundamental disponer de mejores herramientas para mejorar la gestión. En este punto es pertinente señalar que éste tipo de certificación exige una documentación (registros de evidencias como se le conoce) que revierte en réditos para el monitoreo, control, motivación del personal, valor agregado para los clientes y una oportunidad de mejora continua para las empresas turísticas, que en el caso de Costa Rica fueron contundentes en afirmar que el CST mejora su competitividad. Además las empresas mejoran el control de sus costos y son evidentes los ahorros en agua y electricidad que favorecen su rentabilidad.

- Dadas las características específicas del Municipio, principalmente el amor de las personas por el lugar que genera una necesidad por conservar y

proteger el medio que los rodea y la influencia de grandes emprendimientos que ya marcan una línea hacia la sostenibilidad, creo que la implementación de una herramienta como ésta sería aceptada por los actores del Municipio.

- Por todo lo anterior, considero que sí sería viable implementar una certificación para la sostenibilidad turística como herramienta de competitividad y diferenciación para el Municipio de Garzón y José Ignacio como destino turístico; siempre y cuando sea el sector privado quién impulse su desarrollo e implementación.

El concepto de desarrollo sostenible ya está incluido dentro de las proyecciones a futuro del Municipio, el problema es que no se está trabajando para lograr hacer esa visión realidad. Como sucede con muchas estrategias a nivel nacional, se marcan objetivos, pero el ámbito gubernamental falla en proponer estrategias, planes y programas específicos para alcanzar esos objetivos. Además, si la propuesta viene por parte del gobierno, es cuestión de que a los cuatro años el gobierno cambie y la propuesta quede sin validez ni valor alguno. Para que la herramienta sea sostenible en el tiempo, es necesario empoderar a los actores privados para que a partir de ellos surja la propuesta.

Para el Municipio, la certificación viene a ser una herramienta que acerque el presente al futuro en términos de sus proyecciones en cuanto a la sostenibilidad, al mismo tiempo que aporta importantes ventajas competitivas para las empresas turísticas y por ende al Municipio como destino turístico.

## 6. RECOMENDACIONES

Para poder empezar a hablar sobre una certificación para la sostenibilidad turística en el Municipio, es necesario informar y capacitar a los empresarios turísticos de la zona acerca del desarrollo sostenible, la sostenibilidad turística y las certificaciones.

Se recomienda al sector privado que cree un comité, una cámara o una asociación de empresarios turísticos del Municipio, para darle una estructura más formal al sector y poder organizar un grupo de trabajo donde se generen propuestas de valor.

Por otra parte, se recomienda que desde la academia se brinde al sector empresarial la información necesaria resaltando las ventajas competitivas que implicaría la implementación de una herramienta como ésta para el Municipio como destino turístico. Para esto, el sector académico podría generar vínculos con las instituciones académicas de Costa Rica; como por ejemplo con la Universidad de Costa Rica y la Universidad para la Cooperación Internacional, lo cual supondría un intercambio de información vital para la capacitación empresarial de Uruguay.

Con respecto al sector público del Municipio, se recomienda participar activamente de las instancias de capacitación y fomentar un diálogo con el sector político del Departamento.

Una vez organizado el sector privado del Municipio, se podría contactar a las autoridades del ICT (Instituto Costarricense de Turismo) para generar intercambio de experiencias, sobretodo de Costa Rica a Uruguay, con respecto a su proceso de diseño e implementación de la certificación. Para esto sería muy recomendable organizar un seminario en el Municipio, en el que participen todos los actores, y además asistan personas del ICT y CST para transmitir su experiencia.

El objetivo es informar para generar la motivación necesaria para que desde el sector privado se impulse su desarrollo; proponiéndola como herramienta de desarrollo al sector público.

Evidentemente el turismo como una actividad donde la experiencia es uno de los factores que motivan nuevas y recurrentes visitas, promover el involucramiento con un turismo responsable con el entorno al cual se visita, favorece a las empresas, a las comunidades y donde la creatividad e innovación propia de las empresas podría encontrar nuevos productos y servicios.



## 7. BIBLIOGRAFIA

Bodega Garzón Uruguay. (2016). *Bodega Garzón Uruguay*. Recuperado el 22 de Noviembre de 2016, de <http://bodegagarzon.com/es/>

Center of Ecotourism and Sustainable Development. (n.d.). Una guía simple para la certificación del turismo sostenible y el ecoturismo.

CST. (Abril de 2016). *Certificación para la Sostenibilidad Turística Costa Rica*. Recuperado el 12 de Noviembre de 2016, de <http://www.turismo-sostenible.co.cr/>

Díaz Pérez, F. M. (2006). Política Turística. *La competitividad y sostenibilidad de los destinos*. Valencia: Tirant Le Blanch.

División de Turismo Sostenible de RainForest Alliance. (Octubre de 2002). *Rainforest Alliance*. Recuperado el 2016 de Noviembre de 12, de [http://www.rainforest-alliance.org/tourism/documents/certification\\_study.pdf](http://www.rainforest-alliance.org/tourism/documents/certification_study.pdf)

Gislof, M. C. (1 de Abril de 2012). *Turismo en Teoría*. Recuperado el 12 de Noviembre de 2016, de <http://www.tourismtheories.org/?p=470&lang=es>

Global Sustainable Tourism Council. (s.f.). *GST Council*. Recuperado el 12 de Noviembre de 2016, de <http://www.gstcouncil.org/en/>

Green Globe. (n.d.). *Do good by always doing better*. Retrieved Diciembre 17, 2016, from <http://greenglobe.com/>

Grupo Gesta (Junio de 2015). Programa de Actuación Integrada La Quebrada. Departamento de Maldonado

Grupo Vik. (n.d.). *Estancia Vik Jose Ignacio*. Retrieved Diciembre 8, 2016, from <http://estanciavikjoseignacio.com/indexENG.php>

Haras Godiva. (2011). *Haras Godiva*. Recuperado el 22 de Noviembre de 2016, de <http://www.harasgodiva.com/>

Instituto Costarricense de Turismo. (1999). *Certificación para la Sostenibilidad Turística*. Recuperado el 18 de Noviembre de 2016, de Certificación para la Sostenibilidad Turística: <http://www.turismo-sostenible.co.cr/index.php>

Intendencia de Maldonado. (2012). *Plan Local de Ordenamiento Territorial*. Maldonado: Dirección General de Planeamiento Urbano y Ordenamiento Territorial.

Ministerio de Turismo Uruguay. (2015). *PLANTUR 2009/2020*. Recuperado el 12 de Noviembre de 2016 de Plan Nacional de Turismo Sostenible: <http://apps.mintur.gub.uy/Plantur/>

Municipio de Garzón y José Ignacio. (s.f.). *Municipio de Garzón y José Ignacio*. Recuperado el 22 de Noviembre de 2016, de <http://www.garzon.gub.uy/>

Naciones Unidas. (s.f.). *Iniciativa Carta de la Tierra*. Recuperado el 27 de Enero de 2017, de <http://cartadelatierra.org/descubra/la-carta-de-la-tierra/>

O´33 José Ignacio. (s.f.). *O´33 José Ignacio*. Recuperado el 22 de Noviembre de 2016, de <http://www.o33.com.uy/>

OEI. (24 de Marzo de 2017). *Programa de Acción Global*. Obtenido de Un compromiso renovado por la Educación para la Sostenibilidad: <http://www.oei.es/historico/decada/accion.php?accion=1>

Pezzani, F. (2007). *UNESCO*. Obtenido de Reserva de Biosfera Bañados del Este, Uruguay:

<http://www.unesco.org.uy/mab/fileadmin/ciencias%20naturales/mab/wp37TODO.pdf>

Rainforest Alliance . (n.d.). *Rainforest Alliance Verified*. Retrieved Diciembre 17, 2016, from <http://www.rainforest-alliance.org/>

Reilly, A. L. (20 de Enero de 2016). *El País*. Recuperado el 20 de Diciembre de 2016, de El País: <http://www.elpais.com.uy/vida-actual/jose-ignacio-enamora-europeos-norteamericanos.html>

Rodriguez, L. C. (2012, Noviembre 19). Universidad de Costa Rica - Observatorio de Desarrollo. *Es la sostenibilidad turistica una herramienta para enfrentar una crisis?* Costa Rica.

Socatelli, I. M. *El Aporte del Turismo Sostenible al Desarrollo Económico de Costa Rica*. InterMark.

Socatelli, I. M. *Ventaja Competitiva de los Destinos Turísticos en Tiempos de Crisis*. Desarrollos Turísticos LOS CUATRO.

Strauch, A. (10 de Noviembre de 2016). Necesidades y desafíos del Municipio de Garzón y José Ignacio. (N. Buroni, Entrevistador)

Taller Territorial Microrregión Garzón-José Ignacio

UNWTO. (s.f.). *UNWTO*. Recuperado el 12 de Noviembre de 2016, de World Tourism Organization Network: <http://sdt.unwto.org/es/content/definicion>

Uruguay XXI - Promocion de Inversiones y Exportaciones. (Octubre de 2015). *Uruguay XXI*. Recuperado el 12 de Noviembre de 2016, de Promoción de Inversiones y Exportaciones: <http://www.uruguayxxi.gub.uy/inversiones/el-sector-turismo-en-uruguay-uno-de-los-principales-motores-de-la-economia/>

## 8. ANEXOS

### 8.1 Anexo 1: ACTA DEL PROYECTO FINAL DE GRADUACIÓN

#### ACTA (CHARTER) DEL PROYECTO FINAL DE GRADUACIÓN (PFG)

**Nombre y apellidos:** Natalia Buroni de Barros

**Lugar de residencia:** Punta del Este, Uruguay

**Institución:** Máxima Seguridad

**Cargo / puesto:** Encargada del departamento de Proyectos

Información principal y autorización de proyecto	
<b>Fecha:</b> 02/11/2016	<b>Nombre de Proyecto:</b> Análisis de un proceso de Certificación de Sostenibilidad Turística como herramienta de diferenciación y factor de competitividad para el Municipio de José Ignacio y Garzón
<b>Áreas de conocimiento:</b> Turismo Sostenible Desarrollo Sostenible Certificación Turística Planificación Turística Competitividad Turística	<b>Área de aplicación:</b> Turismo Sostenible Desarrollo Sostenible Certificación Turística Planificación Turística Competitividad Turística
<b>Fecha de inicio del proyecto:</b> Noviembre del 2016	<b>Fecha tentativa de finalización del proyecto:</b> Enero del 2017
<b>Tipo de PFG: (tesina) Proyecto de Investigación</b>	

**Objetivos del proyecto:**General

Analizar la viabilidad de implementar una Certificación de Sostenibilidad Turística en el Municipio de José Ignacio y Garzón, departamento de Maldonado; de acuerdo con las necesidades que sean detectadas en los mismos empresarios, con la intención futura de diseñar una herramienta de certificación que sea factor de diferenciación y competitividad como destino turístico.

Específicos

- Investigar las necesidades y desafíos que tiene el Municipio de José Ignacio y Garzón en cuanto a competitividad y diferenciación como destino, desde el ángulo de la sostenibilidad turística
- Analizar la experiencia de Costa Rica, como caso de éxito, dónde la certificación fue una herramienta crítica para superar esos desafíos, demostrando su importancia a nivel local, regional e internacional
- Evaluar la aceptación y beneplácito de una herramienta de esta naturaleza, dentro de los actores del turismo en el Municipio
- Promover el inicio de un proceso de investigación para el diseño e implementación de una Certificación de Sostenibilidad Turística en el Municipio y luego en el departamento de Maldonado

**Descripción del producto:**

Uruguay es y siempre fue un país mayoritariamente agricultor y ganadero, pero también es el país de América del Sur que recibe más turistas en relación a su población. El turismo representa el 7% del PIB del Uruguay y genera más de 100.000 puestos de trabajo en actividades relacionadas; es por eso que hoy representa uno de los motores más importantes de la economía Uruguaya.

Sin embargo, con respecto a la región y al mundo, es un país que está muy atrasado en materia de planificación y política turística. Recién en el año 2009, gracias al apoyo del Banco Interamericano de Desarrollo, se aprobó en Uruguay el primer Plan Nacional; hecho innovador en la historia del turismo Uruguayo y estableciendo por fin una guía para el desarrollo de la actividad en el país.

Entonces, con el Plan Nacional de Turismo Sostenible 2009-2020, se propone caminar hacia un desarrollo turístico equilibrado que promueva la equidad social en las regiones receptoras, el uso sostenible de los recursos, brindando también una oportunidad para mitigar el cambio climático, desde la gestión turística responsable.

El objetivo principal del plan es ser una guía estratégica que brinde las grandes líneas de acción, estableciendo las prioridades y dejando abiertas las modalidades de aplicación, promoviendo planes y programas. Esas grandes líneas como el mismo nombre del Plan lo indica es la Sostenibilidad.

La realidad es que el plan quedó simplemente como un documento escrito. Es un conjunto de conocimientos prácticos pero que fallan al ponerlo en práctica. El paso del tiempo y la realidad a la que enfrenta la planificación en Uruguay lo demuestra, ya estamos en el 2016 y poco se ha hecho por convertir al país en: **“reconocido internacionalmente por su compromiso con el desarrollo sostenible, competitivo, accesible, amigable y seguro. Con servicios de calidad, actores capacitados y la máxima articulación entre los diversos protagonistas de la actividad”**. No existe una planificación real del turismo, los planes fallan al no proponer objetivos específicos alcanzables en el período de tiempo en cuestión ni diseñar los instrumentos para cumplir esos objetivos.

Al fallar la planificación nacional, también la local lo hace; y es así que el Departamento de Maldonado y sus municipios se presentan como un producto

estacionalizado, sin mucha identidad, totalmente dependiente del mercado argentino y brasilero, y cada vez con mayores dificultades de diferenciarse de otros destinos de “Sol y Playa”.

Dentro del departamento de Maldonado, el Municipio de José Ignacio y Garzón se la avizora al 2025 como un territorio de alta naturalidad que integra y abarca toda su diversidad “de la campaña a las lagunas y el mar”. Esto implica afirmar su identidad como lugar eco-turístico alternativo, articulando con las actividades productivas y culturales emergentes y promoviendo un manejo responsable del ambiente.

**Necesidad del proyecto:**

Como bien dice Flora Díaz Pérez en su Manual de Política Turística: la competitividad y sostenibilidad de los destinos: “El hecho de proponer instrumentos que permitan pasar de la teoría a la práctica constituye, en efecto, el mayor desafío de toda política turística que apele al desarrollo sostenible.”

Es hora de superar ese desafío, y para eso es necesario proponer e incluir herramientas prácticas para alcanzar los objetivos planteados sobretodo con respecto a la sostenibilidad.

Puntalmente, dada la visión que tiene el Municipio de José Ignacio y Garzón en cuanto a su desarrollo, se destaca la importancia de:

- Promover y manejar responsablemente la significativa oferta ambiental de la microrregión: la franja costera, las ciuencas de las Lagunas de José Ignacio y Garzón y la Sierra de Garzón
- Fomentar un desarrollo sostenible con Identidad Local de los centros poblados, en base a su perfil de enclaves singulares desde el punto de vista ambiental, paisajístico y de su patrimonio urbano-edilicio

- Manejar urbanizaciones puntuales y controladas, compatibles con el paisaje de alta naturalidad predominante, así como los establecimientos agro productivos existentes.

Dada la poca conciencia, atención y acción que existe por parte de los empresarios y tomadores de decisión, sobre los impactos ambientales y sociales del turismo en Maldonado y en el Municipio de José Ignacio y Garzón, se propone a través de éste proyecto mostrar la importancia en términos de competitividad de la planificación y gestión del turismo sostenible. En otras palabras, el proyecto intenta poner el tema “Sostenibilidad Turística” sobre la mesa, presentándose como una solución a los desafíos que enfrenta el departamento y con la esperanza de ser el primer paso a un cambio de políticas y prácticas turísticas.

**Justificación de impacto:**

Punta del Este es un puerto natural, que dentro de sus principales atractivos siempre se destacaron sus extensas playas casi intactas de arena blanca y su tranquilidad.

A partir de los años 80, el lugar surgió como destino turístico propiamente dicho. Principalmente impulsado por un desarrollo inmobiliario sinigual, un desarrollo completamente desorganizado y sin planificación, dónde florecieron las torres de apartamentos y los complejos hoteleros a lo largo de toda la franja costera.

En un principio lo posicionó como el balneario más importante de América del Sur y también llegó a ser llamada como la Ibiza de América, caracterizándose como un lugar de glamour y exclusividad. El destino desde un principio se desarrolló como de sol y playa, y atrajo principalmente a turistas brasileños y argentinos.

Hoy en día estamos viendo los efectos de un desarrollo planificado a corto plazo, dónde reducimos nuestra oferta a un turismo de masas que presenta una marcada estacionalidad, y que es altamente sensible a cambios en las economías de nuestros mercados origen.

El actual desarrollo del destino turístico basado en el turismo de sol y playa dificulta poder captar otros tipos de turistas, que estén más alineados con los principios de la sostenibilidad turística, ya que los principales atractivos que caracterizan el destino son sujeto del agotamiento y estancamiento propio del ciclo de vida de estos. Por ello es necesario propulsar una oferta mejor organizada, y el desarrollo de productos turísticos que aseguren una actividad turística sostenible.

**Restricciones:**

- Resistencia al cambio por parte de los empresarios
- Falta de conocimientos de sostenibilidad y gestión ambiental
- Altos costos de inversión para implementar los cambios

**Entregables:**

- Investigación que resuelve el siguiente problema:

Los lineamientos para la implementación de una Certificación de Sostenibilidad Turística en el Municipio de José Ignacio y Garzón, podría ser una herramienta de diferenciación y competitividad para el departamento y necesaria para los empresarios turísticos?

**Identificación de grupos de interés:**

Directos

- Intendencia Municipal de Maldonado
- Municipio de José Ignacio y Garzón
- Dirección de Turismo de Maldonado

- Dirección de Medio Ambiente de Maldonado
- ONG's
- Población Local
- Turistas
- Empresarios del sector

Indirectos

- Ministerio de Turismo y Deporte
- Intendencias y Direcciones de Turismo de los demás departamentos del país
- Ministerio de Vivienda y Ordenamiento Territorial

**Aprobado por Tutor:**

**Mario A. Socatelli Porras**

**Firma:**



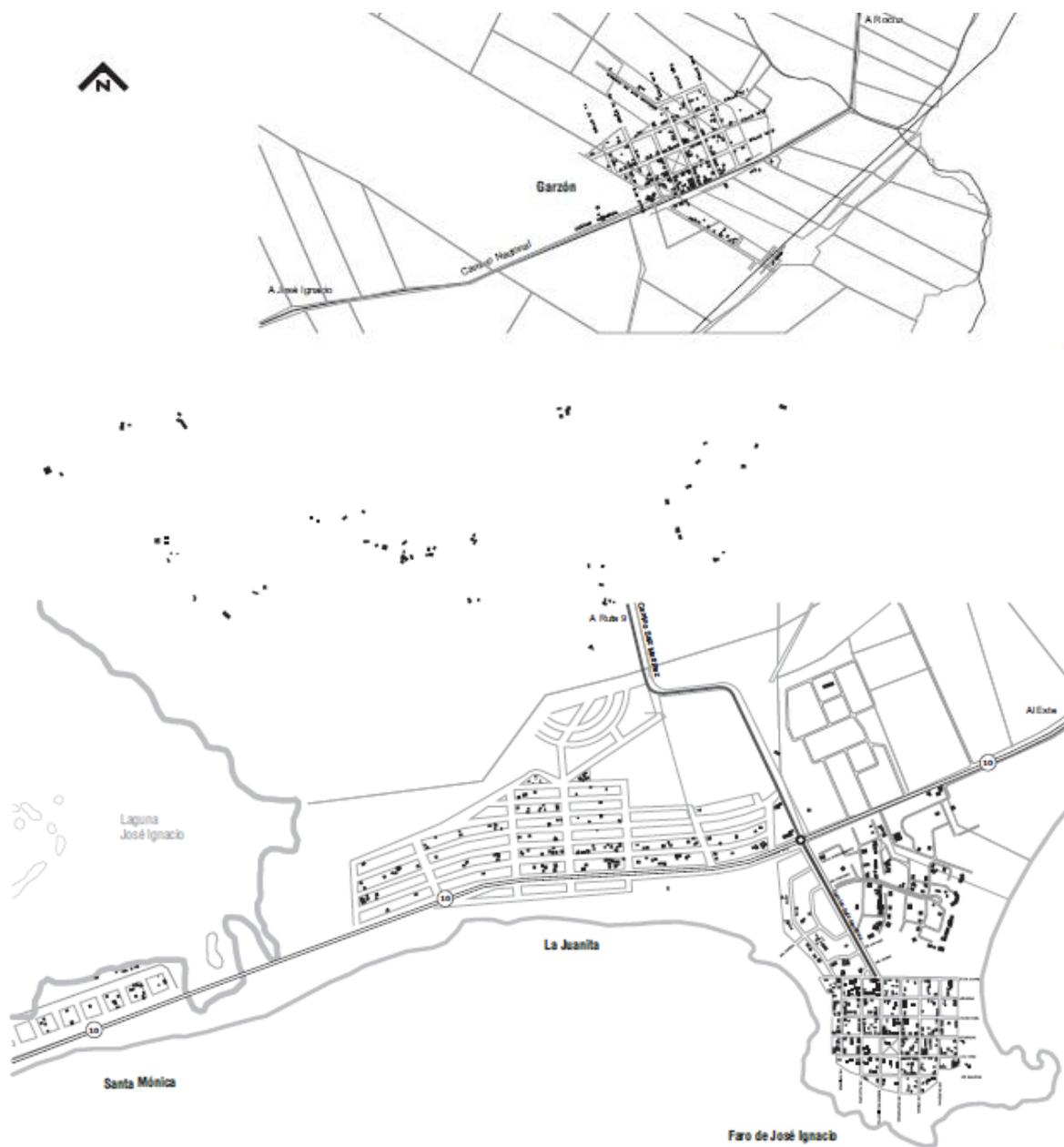
**Estudiante:**

**Natalia Buroni de Barros**

**Firma:**



## 8.2 Anexo 2: Ilustración Ocupación del Suelo en la Microregión



### 8.3 Anexo 3: Infraestructuras y equipamiento del Municipio

## REFERENCIAS:

## ● HABITACIÓN

- 1- Residencia
- 2- Hotel
- 3- Vivienda colectiva o conjunto habitacional
- 4- Asentamientos
- 5- Camping / Cabañas

## ■ BIENESTAR SOCIAL

- 1- Enseñanza Primaria
- 2- Enseñanza Secundaria
- 3- Salud Pública
- 4- Salud Privada
- 5- Iglesias y asociaciones religiosas
- 6- Clubes sociales y deportivos (canchas)
- 7- Esparcimiento - cine/teatro/centro de espectáculos
- 8- Instituciones Culturales Públicas
- 9- Instituciones Culturales Privadas
- 10- Plaza / Parque público
- 11- Playa
- 12- Mirador

## ▲ PRODUCCIÓN, ABASTECIMIENTO Y ADMINISTRACIÓN

- 1- Comercio general
- 2- Comercio grandes superficies
- 3- Industria
- 4- Administración Pública
- 5- Oficinas de negocios inmobiliarios
- 6- Banca
- 7- Sociedad Civil - autogestión de agua potable
- 8- Depósito

## ▼ ENLACES

- 1- Antel / Correo
- 2- Estaciones de Servicio
- 3- Recorrido ómnibus interdepartamental
- 4- Agencia de ómnibus

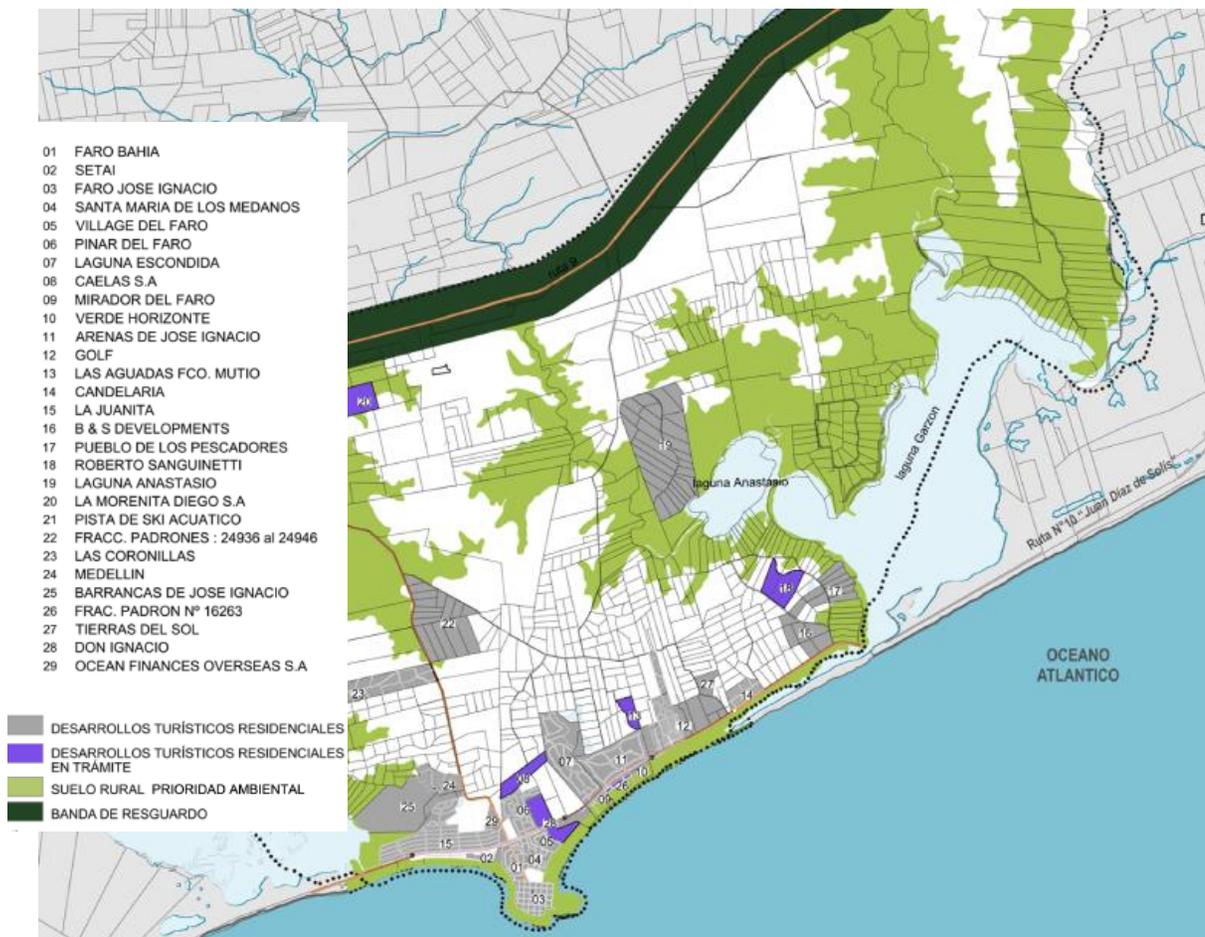
## SANEAMIENTO

- - Cobertura de saneamiento





Figura 42- Desarrollos turísticos en la zona costera del Municipio



A

Fuente: Plan de Ordenamiento Territorial, Intendencia Municipal de Maldonado  
 continuación se detalla la planta turística del Municipio



Equipamiento	Garzón	José Ignacio
Alojamiento	Hotel Garzon	Pinar del Faro
	Posada Mosaico	La Viuda de José Ignacio
	Estancia VIK	Bahía VIK José Ignacio
		Casa Suaya
		Laguna Garzón Lodge
		Anastasio Playa
		Hotel Posada Paradiso
		Posada Azul Marino
		Miradores de Laguna Garzón
		La Posada del Faro
		Palafitos
		Posada Arenas de José Ignacio
		Lomas de San Vicente
		Posada de los Pájaros
		The Setai
	Eco Ranch	
Restauración	Restaurante Garzon-D' Cepa Art &	La Huella
	Restaurante Lucifer	La Olada
	Bodega Garzón	La Susana
		La Caracola
		Rincón Verde
		Santas Negras
		El Mostrador de Santa Teresita
		Café de la plaza
		Marismo
		Tutta
		Sentido Café
		Lucy
		Los Negros
	Namm	
	Popeye	
	Los Mejillones	
	Isla de Flores	
	Can Pakito	
Almacenes	Provicentro	Almacén El Palmar
	Provisión	Manolo
Paradores		La Caracola
Esparcimiento	Bodega Garzón	Haras Godiva
	Finca José Ignacio	The Shack Yoga
		The Wine Experience
		Playas de José Ignacio (Mansa y Brava)
		Escuela de kitesurf Laura Monino
		José Ignacio International Film Festival
		Tours de avistamiento de aves
		Ciclismo
	Pesca	
Inmobiliarias		LOCATION José Ignacio
		GM Propiedades
		Antonio Diaz Propiedades
		Amarras
		Terramar
		Aispurú Bienes Raíces
		José Ignacio Inmobiliaria
		Sebastian Plada Inmobiliaria
	Ignacio Ruibal Propiedades	
	Alejandro Perazzo Inmobiliaria	
	Antonio Mieres	
Agencias de viaje		NOVO Turismo
		AGT Viajes & Turismo
		Viajes TOT
		LARES
Comercios		Galería de Arte Los Caracoles
		Artesanos del Faro
		El Canuto
		Sentido
		Matute
		Sea Harbour
		Felix y Lupe
	La Estefía	

Instalaciones	Garzón	José Ignacio
	Camino Sainz Martinez	Faro de José Ignacio
	Ruta 9	Pasarelas de madera en la costa
		Puente de la Laguna de José Ignacio
		Puente de la Laguna Garzón
		Senderos

#### 8.4 Anexo 4: Transcripción de entrevista con el Alcalde de Garzón y José Ignacio, Fernando Perez

1. Cuales considera que son las principales Fortalezas y Oportunidades del Municipio como destino turístico?

Yo creo que la principal fortaleza la tenemos por el lado de la tranquilidad, de la seguridad, yo creo que ese es un diferencial que tenemos. Oportunidades, hay un montón de oportunidades de desarrollo, nosotros la estamos visualizando por varios lados. No sé si tu estás al tanto del desarrollo vitivinícola de la zona, de olivas, de aceites de olivas que hoy estamos entre los 5 mejores del mundo. Entonces la gran fortaleza, yo te diría es, la seguridad, la tranquilidad y un lugar que tiene la mixtura entre el sol y playa de José Ignacio y un turismo alternativo de Garzón. Es algo que está comenzando y que creo que está en los gobernantes y en los empresarios que llegan, mantener un equilibrio.

2. Cuales considera que son sus principales Amenazas y Debilidades?

La principal amenaza es que el desarrollo no sea equilibrado, que nos dejemos llevar demasiado por el entusiasmo y que.. A ver, Garzón, tu lo vas a recorrer, lo vas a mirar, yo tengo 40 años y me crié acá y te puedo asegurar que Garzón está en líneas generales prácticamente igual. En líneas generales... han mejorado las fachadas, obviamente, pero en líneas generales está igual. Yo creo que por ahí viene la mano. La amenaza más grande es que nos dejemos llevar por el entusiasmo y que terminemos transformando un pequeño pueblito en una pequeña ciudad, que no sería la idea. Por lo menos en Garzón.

3. Es preocupante el avance del desarrollo inmobiliario?

Exacto, para eso nosotros hemos trabajado mucho lo que son normativas de construcción. Acá Garzón ya tiene una ordenanza muy clara. Lo mismo está pasando en José Ignacio, con una diferencia, y esto yo tengo que ser claro, en mi caso en particular hace 6 años que estoy (5 del periodo anterior y salí reelecto) entonces yo te puedo hablar de estos últimos 6 años. José Ignacio viene experimentando un desarrollo que tiene unos 40 años. La diferencia de Garzón, es que el crecimiento en sí de los que es Garzón, viene de estos últimos años y nosotros hemos podido minimizar un montón de cosas que hubieran pasado si no hubiera existido el gobierno local. Eso sí te lo puedo asegurar.

4. Sabe cuáles son las proyecciones de desarrollo para el Municipio al 2025?

La sostenibilidad es el modelo de desarrollo que se busca seguir?

Es el modelo a seguir, sabes que después no se siguió trabajando tanto, tan encima de ese tema. Yo hubiera preferido que se hubiera trabajado mucho más encima de eso. Es el modelo, yo creo que en líneas generales es el modelo. Igualmente hay que estar atentos a los cambios que van surgiendo pero en líneas generales yo estoy muy muy de acuerdo con ese modelo

5. Que se está haciendo para alcanzar esa proyección?

A mi me parece que se debería trabajar más, esa sería la palabra. En el medio de eso hemos tenido cambios de gobierno. No digo con mala voluntad, si vamos a la parte política yo estuve con un gobierno que no era el mio en el periodo anterior y hoy estoy con un gobierno que si bien no es mi sector pero es mi partido. Yo creo que cada gobierno, cada cambio de gobierno, en líneas generales, para bien o para mal termina retrasando las cosas. Yo creo que es ahí donde viene el tema. No te estoy diciendo que sea un tema que un gobierno lo hace con mala intención, es que se retrasa el cambio de nombre cambios, hay que volver otra vez, y es ahí donde..

Para el que sigue un proceso de gobierno es distinto, y fue lo que me pasó a mí. Yo a veces espero que el proceso siga tan rápido como venía, y después me doy cuenta que cambiaron actores y ahí hay que volver otra vez. Eso es lo que no tolero. Para mi tendrían que haber planteos que tienen que excede los gobiernos, con acuerdos políticos claros y que sigan para adelante. Es fácil decirlo, pero en la teoría es una cosa y en la práctica otra.

6. Considera que los habitantes y empresarios de la zona conocen el concepto?, están a fin con ese modelo de desarrollo para su localidad?

Al de toda la vida de acá, nos falta en algunos casos hasta cultura. Siempre vivimos tranquilos pero no falta hasta determinada cultura de aprender a lo que es el cuidado real del medio ambiente. Creo que tampoco le hacíamos demasiado daño. El que viene, la gran mayoría, felizmente viene cuidando el medio ambiente , que eso no es un detalle menor, no tienes que estar luchando con que ese te va a destruir el medio ambiente. En líneas generales se viene dando de forma casi natural. Lo que tiene que ver con lo que tu decias del tema de la exclusividad, nosotros tenemos claro que José Ignacio se ha transformado en un lugar bastante exclusivo. Esa transformación se dio bastante rápida y cuando nosotros asumimos hace 6 años ya se había generado esa transformación con una diferencia enorme entre José Ignacio y la gente más común digamos, que fue desplazada en su mayoría a La Juanita. Nosotros tratamos de generar políticas de gobierno de inclusión con equilibrio. No esa inclusión que te deja hacer cualquier cosa. En Garzón lo que hicimos, sabemos que tenemos un Restaurante que es exclusivo que es el de Mallman, al cual yo no puedo acceder, podré ir un día pero no puedo acceder. No me tengo que sentir mal, no puedo acceder porque es una locura. Sabemos que es un lugar exclusivo, pero no es mi intención de que se transforme en que Garzón es un pueblo exclusivo. Es exclusivo para el que quiere exclusividad. Por eso la seguridad es muy importante

7. Que pasa con la estacionalidad?

Bueno, tu sabes que en el tema ese, se está trabajando muy bien y felizmente hay emprendimientos privados que están trabajando muy bien lo que es esa situación. Porque qué pasa, nosotros con Colinas de Garzón, Agroland, se está generando una actividad durante todo el año muy buena. Viste que se inauguró hace poquito una bodega que es una de las mejores del mundo, entonces que pasa, eso es turismo de todo el año. Y hoy por hoy no son todos los municipios los que tienen esta posibilidad, entonces tu hoy puedes venir en el medio del invierno , puedes venir a esta zona. A 5km tenemos un emprendimiento que permite tener turismo todo el año. Esa situación creo que aca vienen marchando bien porque los privados han invertido mucho y han trabajado con esa conciencia y con esa mentalidad, que no sea solo una actividad de estos meses del año.

8. Considera usted que los empresarios turísticos de la zona estarían dispuestos a asumir compromisos en cuanto a la sostenibilidad en la planificación, gestión de su empresa turística?

Yo creo que, o lo aceptas o levantas la bandera y te vas. Porque que pasa, cuando ya han venido dos o tres emprendimientos importantes, y han marcado ese camino, cuando viene un gobierno que va por esa línea, quedas demasiado en evidencia. Porque no tienes acompañamiento, entonces o te adaptas a eso que está bueno para el pueblo o buscate tu inversión o tu actividad por otro lado. En ese sentido yo acá hasta ahora no he tenido, o cuando he tenido situaciones que he visto que ya van a comenzar a impactar, yo las hago saber: pero mira que esto así no va con lo que queremos ser. Y bueno, ha habido gente que o ha bajado el perfil del tema o directamente dice: mira aca no lo puedo llevar a cabo. No es que acá se hace nada a la fuerza, o que por ejemplo: “ta bueno pero a ver, y si lo puedo acomodar”, no, no, si no es compatible con esto, no va.

9. Sería interesante captar a un mercado diferente gracias a la implementación de esta herramienta?

Te entiendo clarísimo. Yo creo que todas las experiencias que hayan reflejado buenas en algún lugar, seguramente puedan ser aplicables por más que a veces las características de los lugares no todas son iguales. Por ejemplo, aca hay un proyecto interesante que tiene que ver con Colinas de Garzon, se está presentando un proyecto de un fraccionamiento en las tierras de ellos, a unos 10km, donde se planifica una especie de una pequeña Toscana. Todo eso generaría un circuito que desembocaría en Garzón y eso está destinado prácticamente a un mercado netamente europeo con gente de poder adquisitivo muy alto. Eso sería un lugar exclusivo porque es un espacio privado.

10. Que considera usted que sería necesario para que el desarrollo del turismo en el municipio fuera sostenible?

Uno lo ve primero que nada desde el punto de vista institucional, del Municipio, nosotros recién en este periodo logramos mejorar y tener un presupuesto medianamente acorde a lo que ha sido el crecimiento del lugar. Para mi es fundamental la tarea que desempeña las empresas privadas que están en la zona, que se pueda trabajar en conjunto con la parte institucional. Yo te voy a ser muy sincero, yo siempre soy muy respetuoso de lo que son los técnicos en cada area, cada vez que voy a opinar de un tema trato de informarme. Hay cuestiones que tienen que ver con este tema, que yo necesitaría informarme mucho más. De cuales serían las características técnicas que se pueden llevar adelante para el desarrollo. Debería informarme más, por eso es fundamental el compromiso del gobierno local, departamental y nacional. Yo creo que un soporte técnico en materia de desarrollo sostenible sería fundamental acá, fundamental.

## 8.5 Anexo 5: Transcripción de la entrevista realizada a Alvaro Perez, Responsable de Operaciones y Ventas de Turismo de Agroland

1. Cuales considera que son las principales Fortalezas y Oportunidades del Municipio como destino turístico?

Bueno en realidad, una de las grandes explotaciones acá es sin duda la naturaleza, osea tenemos un entorno fantástico natural, y es una de las cosas que mucha de la gente que viene lo resalta mucho: los paisajes, el entorno. Despues, que toda esta parte de productividad de las empresas, de la empresa en la que trabajo, se esté aprovechando para darle un aspecto turístico me parece que está muy bueno. A la gente le encanta poder ver las plantaciones, saber como se realiza la cosecha, como se llega a ese producto que compran en una góndola que no tienen ni idea muchas veces por que proceso pasó. Por eso nosotros, el sector de turismo, que se encarga de ofrecer estos productos, se le puso el nombre “Experiencias Garzón” porque entendemos que lo que estamos vendiendo acá son justamente experiencias. Entonces algo que de pronto sería normalmente una plantación en la que tendrías una cosecha, una producción y después una venta en una góndola, lo transformás en una experiencia para el turista.

Además de eso, la empresa tiene dentro de sus objetivos y estándares el tema de la sustentabilidad.

2. Que hace la empresa específicamente con respecto al tema sostenibilidad?

Mirá, hay varios puntos. Tenés por ejemplo, tenemos molinos de energía eólica. Entonces, gran parte de la parte energética la tenemos con nuestra propia producción. Entonces gastamos mucho menos energía eléctrica que otras instalaciones del mismo tipo. En la bodega por ejemplo, se calculó que se gasta por lo menos un 40% menos de lo que se gastaría en una bodega de similares características, por reaprovechar nosotros nuestra propia energía. Y eso es algo

que va a seguir cambiando, porque tengo entendido que se van a seguir agregando más molinos. Específicamente, la bodega se pensó desde los orígenes para aplicar en la certificación LEAD de Estados Unidos, que si no me equivoco es Leadership, Energy and Environmental Design. De momento sería la única bodega fuera de los Estados Unidos que cumple con todos los estándares que pide esa normativa. Cuando se terminen todos los trabajos, porque la bodega está todavía con algunos detalles, ya se va a pasar a la aplicación formal. De momento, en lo que estamos es que aplicamos y cumplimos pero todavía no la tenemos. Pero sí se pensó desde un principio. Entonces, también es el tema de la energía eólica, se reaprovecha el agua de lluvia en los lagos, esa agua de lluvia se utiliza por medio de bombas si es necesario por caso de incendios, se puede reaprovechar para riego. Los techos de la bodega son techos verdes, eso también ayuda a regular la temperatura. Son un montón de factores que todos se tomaron en cuenta desde un principio.

Podríamos decir que tenemos un compromiso real con el medio ambiente

### 3. Cuales considera que son sus principales Amenazas y Debilidades?

Buena pregunta, ayudame.

### 4. Por ejemplo, el creciente desarrollo inmobiliario que amenaza con la squalidades naturales del lugar

Yo creo que las inversiones, la gente que está aca, de momento yo veo que hay una conciencia de que justamente forma parte del encanto del lugar. Entonces, sí podría ser una amenaza si en algún momento no se toma en cuenta, pero no lo veo en este momento como que suceda. Mismo aún la obra, bueno la estructura de la bodega es enorme, pero el entorno sigue siendo el entorno natural. Lo que se pudo mantener se mantuvo, se respetaron palmeras que son propias del lugar, osea se trató de mantener parte de lo que se llama el “terroir” de donde crece el viñedo. En

realidad creo que de momento no veo que haya ninguna perspectiva puntual de perderlo.

5. Ves general por parte de los empresarios de la zona, ese compromiso con el medio que los rodea?

Sí.

6. Considera que los habitantes y empresarios de la zona conocen el concepto?, están a fin con ese modelo de desarrollo para su localidad? Considera usted que los empresarios turísticos de la zona estarían dispuestos a asumir compromisos en cuanto a la sostenibilidad en la planificación, gestión de su empresa turística?

Yo creo que el perfil del lugar y de la gente que hay en el lugar se presta, y hay diferentes niveles porque incluso hasta, me refiero al staff que son personas que en general vienen con una cabeza que también sigue esa línea. Yo creo que si venís acá a trabajar o a incluso por el verano que es la época fuerte de trabajo y te instalás un tiempo en el pueblo y demás, creo que requiere de un perfil, de una personalidad particular. No es para cualquiera.

7. Que considera usted que sería necesario para que el desarrollo del turismo en el municipio fuera sostenible?

Te voy a opinar totalmente de afuera, porque sinceramente no, no tengo información ni de la proyección de la alcaldía ni de cuales son sus objetivos. Pero me parece que un punto importante sería apoyar desde la información y incluso hasta una folletería y cartelera responsable. Que realmente se preocupara por que en espacios del lugar, espacios y una plataforma para separar, clasificar los residuos. Me parece que puede ayudar a concientizar desde la información y que desde el momento que la gente que llega o entra al pueblo y que lo visita por primera vez, ya vea que ahí

se recicla la basura, que se cuida. Yo creo que lo puede hacer desde la información, y desde generar lo necesario como para que de pronto la gente que vive en el lugar también tome esa conciencia.

## 8.6 Anexo 6: Criterios globales de turismo sostenible

### **A. Demostrar una gestión sostenible eficaz.**

A.1. La compañía ha instaurado un sistema de gestión de la sostenibilidad en el largo plazo que se adecúa a su realidad y escala y que considera temas ambientales, socioculturales, de calidad, salubridad y seguridad.

A.2. La compañía cumple con toda la legislación y los reglamentos pertinentes, internacionales o locales (entre ellos, los aspectos laborales, ambientales, de salubridad y de seguridad).

A.3. Todo el personal recibe capacitación periódica relacionada con su función en la gestión de las prácticas ambientales, socioculturales, de salud y de seguridad.

A.4. Se mide la satisfacción de los clientes y se toman las medidas correctivas cuando es apropiado.

A.5. Los materiales promocionales son precisos y completos y no prometen más de lo que la empresa puede brindar.

A.6. El diseño y la construcción de edificios e infraestructura:

A.6.1. cumplen con los requisitos locales de zonificación y de áreas protegidas o de patrimonio;

A.6.2. respetan el patrimonio natural o cultural que se encuentra en los alrededores en la selección del sitio, el diseño, la evaluación de impactos y los derechos y adquisición del terreno;

A.6.3 utilizan principios localmente apropiados de construcción sostenible;

A.6.4 ofrecen acceso a personas que tienen necesidades especiales.

A.7. A los clientes se les brinda información e interpretación sobre los alrededores naturales, la cultura local y el patrimonio cultural, además de explicarles el comportamiento adecuado mientras visitan áreas naturales, culturas vivas y sitios de patrimonio cultural.

**B. Maximizar los beneficios sociales y económicos a la comunidad local y minimizar los impactos negativos.**

B.1. La compañía apoya activamente las iniciativas en pro del desarrollo comunitario social y de infraestructura, lo que entre otras cosas incluye educación, salud y saneamiento.

B.2. Se ofrece empleo a los residentes locales, incluso en puestos gerenciales. Se les imparte capacitación cuando sea necesario.

B.3. Cuando es posible, la empresa compra bienes y servicios locales y de comercio justo.

B.4. La compañía ofrece facilidades a los pequeños empresarios locales para que desarrollen y vendan sus productos sostenibles, basados en la naturaleza, la historia y la cultura de la zona (lo que incluye alimentos y bebidas, artesanías, artes dramáticas, productos agrícolas, etc.)

B.5. Se ha elaborado un código de conducta para las actividades que tienen lugar en comunidades indígenas y locales, con el consentimiento de y en colaboración con la comunidad.

B.6. La compañía ha instaurado políticas contra la explotación comercial, especialmente de niños y adolescentes, incluyendo la explotación sexual.

B.7. La compañía es equitativa al contratar mujeres y minorías locales, incluso para puestos gerenciales, al mismo tiempo que restringe el trabajo infantil<sup>2</sup>.

B.8. Se respeta la protección legal internacional o nacional de los empleados, y ellos reciben un salario que les permite vivir.

B.9. Las actividades de la compañía no ponen en peligro la provisión de servicios básicos (tales como agua, energía o saneamiento) a las comunidades vecinas.

**C. Maximizar los beneficios para el patrimonio cultural y minimizar los impactos negativos.**

C.1. La compañía sigue directrices establecidas o un código de comportamiento para las visitas a sitios que son cultural o históricamente sensibles, a fin de minimizar el impacto causado por los visitantes y maximizar su disfrute.

C.2. No se venden, negocian o exhiben artefactos históricos y arqueológicos, excepto cuando sea permitido por la ley.

C.3. La empresa ayuda a proteger las propiedades y sitios locales que son históricamente, arqueológicamente, culturalmente o espiritualmente importantes, y no impide el acceso de los residentes locales a ellos.

C.4 La empresa utiliza elementos locales del arte, la arquitectura o el patrimonio cultural en sus operaciones, diseño, decoración, alimentos o tiendas, al mismo tiempo que respeta los derechos de propiedad intelectual de las comunidades locales.

**D. Maximizar los beneficios para el ambiente y minimizar los impactos negativos.**

***D.1. Conservar los recursos***

D.1.1. La política de compras favorece los productos que sean ambientalmente benignos para ser utilizados como materiales de construcción, bienes de capital, alimentos y consumibles.

D.1.2. Se mide la compra de artículos descartables y consumibles y la empresa busca activamente la forma de reducir su uso.

D.1.3. Se debe medir el consumo de energía e indicar las fuentes, además de adoptar medidas para disminuir el consumo total, al mismo tiempo que se fomenta el uso de la energía renovable.

D.1.4. Se debe medir el consumo de agua e indicar las fuentes, además de adoptar medidas para disminuir el consumo total.

***D.2. Reducir la contaminación***

D.2.1. La empresa mide las emisiones de gases de efecto invernadero provenientes de todas las fuentes controladas por ella e instaure procedimientos para reducir las y compensarlas, como forma de alcanzar la neutralidad climática.

D.2.2. Las aguas servidas, inclusive las aguas grises, son tratadas eficazmente y reutilizadas donde posible.

D.2.3. Se implementa un plan de manejo de desechos sólidos, con metas cuantitativas para minimizar los desechos que no se reutilizan o reciclan.

D.2.4. Las sustancias perjudiciales, tales como plaguicidas, pinturas, desinfectantes de piscinas y materiales de limpieza, se minimizan y se reemplazan con productos inocuos, cuando éstos se encuentren disponibles; y todo uso de químicos se maneja correctamente.

D.2.5. La empresa implementa prácticas para reducir la contaminación causado por el ruido, la iluminación, la escorrentía, la erosión, los compuestos que agotan el ozono y los contaminantes del aire y el suelo.

### ***D.3. Conservar la biodiversidad, los ecosistemas y los paisajes.***

D.3.1. Las especies silvestres únicamente se recogen del entorno natural, se consumen, exhiben, venden, o comercian internacionalmente, cuando se haga como parte de una actividad regulada que asegure que su utilización sea sostenible.

D.3.2. No se mantienen animales silvestres en cautiverio, excepto para actividades correctamente reguladas; las muestras vivas de especies silvestres protegidas están únicamente bajo la custodia de personas autorizadas, que cuentan que facilidades adecuadas para albergar y cuidarlas.

D.3.3. La empresa utiliza especies autóctonas para las áreas verdes y la restauración y toma medidas para evitar que se introduzcan especies exóticas invasoras.

D.3.4. La empresa ayuda a apoyar la conservación de la biodiversidad, lo que incluye apoyar las áreas naturales protegidas y las zonas que tienen un alto valor de biodiversidad.

D.3.5. Las interacciones con las especies silvestres no deben producir efectos adversos en la viabilidad de las poblaciones en el entorno natural; y cualquier perturbación de los ecosistemas es minimizada o rehabilitada, y que se efectúe una contribución compensatoria a la gestión de la conservación.

## 8.7 Anexo N°7: Criterios Green Globe

Los criterios se agrupan en los siguientes:

### **1) Gestión Sostenible**

#### a) Implementación de un sistema de Gestión Sostenible

La organización ha implementado un sistema de gestión de la sostenibilidad a largo plazo que sea adecuado a su realidad y escala, y que considera temas ambientales , socioculturales , de calidad , salud y seguridad .

El primer paso para adoptar prácticas de negocio sostenibles, es crear un sistema de gestión de la sostenibilidad ( SMS ) , que incluye políticas y procedimientos que estén documentados y sean transparentes , la implementación del sistema y los planes de comunicación . Una correcta política de sostenibilidad implica definir y comunicar claramente las metas y objetivos organizacionales y como se relacionan con el negocio, con el desempeño ambiental , socio- cultural y económico . El objetivo principal del

plan de gestión de la sostenibilidad es guiar la toma de decisiones, la gestión y las operaciones diarias de la empresa de una manera sostenible.

b) Conformidad Legal

El negocio está en cumplimiento con todas las leyes y reglamentos (incluyendo , entre otros, la salud , la seguridad , el trabajo y aspectos ambientales ) internacionales y locales que sean relevantes .

c) Capacitación Laboral

Todo el personal recibe capacitación periódica con respecto a su papel en la gestión ambiental, socio-cultural , la salud y las prácticas de seguridad

d) Satisfacción del Cliente

La satisfacción del cliente se mide y las acciones correctivas son tomadas cuando corresponde.

El cliente es el foco central de la experiencia turística. Su satisfacción se debe buscar con entusiasmo con el fin de fomentar la continuación de viaje a un destino a través de las visitas de retorno y comunicación boca a boca.

e) Exactitud de los Materiales Promocionales

Los materiales promocionales son exactos y completos y no prometen más de lo que puede ser entregado por la empresa.

f) Acondicionamiento del espacio , Diseño y Construcción

*i) Diseño y Construcción – Cumplimiento con los requerimientos legales*

Cumple con la legislación de la adquisición local de la tierra y los derechos de la tierra, con la zonificación local y los requerimientos de las áreas protegidas o del patrimonio.

*ii) Diseño y construcción sostenible de edificios e infraestructuras - edificios nuevos y existentes.*

Se utilizan principios locales apropiados para la construcción y diseño sostenible, respetando el entorno natural y cultural.

g) Interpretación

Se proporciona información e interpretación del entorno natural, la cultura local y el patrimonio cultural a los clientes, así como una explicación de la conducta apropiada durante su visita a las zonas naturales, culturas vivas y sitios del patrimonio cultural.

h) Estrategia de Comunicación

El negocio ha implementado una estrategia integral de comunicación para informar a los visitantes y huéspedes de sus políticas, programas e iniciativas sostenibles.

i) Salud y Seguridad

El negocio garantiza el cumplimiento de todas las medidas de salud y seguridad pertinentes para asegurar el bienestar de sus clientes, empleados y la comunidad local.

## 2) Social/Economico

a) Desarrollo de la Comunidad

La empresa apoya activamente las iniciativas para el desarrollo social y la infraestructura de la comunidad, incluyendo, entre otros, la educación, la salud y el saneamiento.

b) Empleo Local

Los residentes locales son empleados, incluyendo los puestos gerenciales.  
La capacitación es ofrecida como necesaria.

c) Comercio Justo

La empresa adquiere productos y servicios locales y de comercio justo

d) Apoyo a emprendimientos locales

La empresa ofrece facilidades a los pequeños empresarios locales para desarrollar y vender productos sostenibles que se basan en la naturaleza, la historia y la cultura (incluyendo alimentos y bebidas, artesanías, artes dramáticas, productos agrícolas, etc) de la zona.

e) Respeto hacia las comunidades locales

Se ha desarrollado un código de conducta, con el consentimiento y la colaboración de la comunidad, para las actividades que se realizan en las comunidades locales.

f) Explotación

La empresa ha implementado una política contra la explotación comercial , en particular de niños y adolescentes , incluida la explotación sexual.

g) Contratación Equitativa

El negocio es equitativo en la contratación de mujeres y minorías locales, incluso en puestos de dirección, mientras que restringe el trabajo infantil.

h) Protección al empleado

Se respeta la protección jurídica internacional o nacional de los empleados y se retribuye a los empleados con un salario digno.

i) Servicios Basicos

Las actividades de la empresa no ponen en peligro la prestación de servicios básicos, como el agua, la energía o el saneamiento a las comunidades vecinas.

### 3) Herencia Cultural

a) Codigo de Conducta

La empresa sigue las directrices o un código de conducta para las visitas a los sitios sensibles cultural o históricamente, con el fin de minimizar el impacto del turismo y maximizar el disfrute.

b) Artefactos Históricos

Los artefactos históricos y arqueológicos no se venden, negocian o exhiben, con excepción de lo permitido por la ley.

c) Protección de Sitios

La empresa contribuye a la protección de las propiedades y lugares de interés histórico, arqueológico, cultural y espiritualmente importantes de la zona

d) Incorporación de la Cultura

La empresa utiliza elementos del arte, la arquitectura o el patrimonio cultural en sus operaciones, diseño, decoración, comida o tiendas; respetando al mismo tiempo los derechos de propiedad intelectual de las comunidades locales.

### 4) Ambiental

a) Política de Compras

La política de compras favorece a aquellos productos que son amigables con el medio ambiente incluyendo los materiales de construcción, bienes de capital, alimentos y artículos de consumo.

b) Bienes \_\_\_\_\_ Consumibles

La compra de bienes desechables y consumibles se mide , y la empresa busca activamente formas de reducir su uso

c) Consumo \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ Energía

El consumo de energía se debe medir e indicar las fuentes, y las medidas para reducir el consumo global deben ser adoptadas, así como fomentar el uso de energías renovables .

d) Consumo de Agua

El consumo de agua se debe medir e indicar las fuentes , y las medidas para reducir el consumo global deben ser adoptadas.

e) Reducción de la Contaminación

*i) Gases de Efecto Invernadero*

Se miden las emisiones de gases de efecto invernadero de todas las fuentes controladas por la empresa. Se aplican procedimientos para la reducción y compensación como una forma de minimizar el cambio climático .

*ii) Aguas Residuales*

Las aguas residuales se tratan con eficacia y son reutilizadas siempre que sea posible.

*iii) Plan de Gestión de Residuos*

Un enfoque de ciclo de vida de la gestión de residuos comienza con las prácticas de compra a través de la coordinación con las autoridades locales sobre la disposición apropiada.

*iv) Planificación y Reducción*

Se lleva a cabo un plan de gestión de residuos sólidos, con metas cuantitativas para reducir al mínimo los residuos que no reutilizados o reciclados.

*v) Reutilización*

Existe una estrategia global de reutilización para reducir los residuos que terminan en los vertederos.

*vi) Reciclar*

Existe una estrategia global de reciclaje para reducir los residuos que terminan en los vertederos.

*vii) Substancias Peligrosas*

El uso de sustancias nocivas, incluyendo los pesticidas, pinturas, desinfectantes de piscinas, y los materiales de limpieza, se reduce al mínimo; sustituido, cuando esté disponible, con productos inocuos; y uso de productos químicos se gestiona adecuadamente.

*viii)Otros Contaminantes*

La empresa implementa prácticas para reducir la contaminación del ruido , la luz , la escorrentía , erosión, las sustancias que agotan el ozono y los contaminantes del aire y del suelo .

f) Conservación de la biodiversidad, los ecosistemas y paisajes

*i) Especies de la Vida Silvestre*

Las especie solamente se recolectan en el medio silvestre; consumidas, exhibidas, vendidas o comercializadas internacionalmente, como parte de una actividad regulada que asegure que su utilización sea sostenible.

*ii) Vida Silvestre en Cautiverio*

Ninguna especie de vida silvestre se mantiene en cautiverio, a excepción de las actividades reguladas adecuadamente, y los especímenes vivos de especies silvestres protegidas solamente se mantienen por las personas autorizadas y debidamente equipadas para albergar y cuidar de ellos .

*iii) Paisajismo*

La empresa utiliza especies autóctonas para la jardinería y restauración, y toma medidas para evitar la introducción de especies exóticas invasoras.

*iv) Conservación de la Biodiversidad*

La empresa contribuye a la conservación de la biodiversidad , incluyendo el apoyo a las áreas naturales protegidas y áreas de alto valor en biodiversidad .

*v) Interacciones con la Vida Silvestre*

Las interacciones con especies silvestres no deben producir efectos adversos sobre la viabilidad de las poblaciones en la naturaleza ; y cualquier alteración de los ecosistemas naturales está minimizada o rehabilitada , y hay una contribución compensatoria a la gestión de la conservación.