

**JUNTA DEPARTAMENTAL DE MALDONADO****“II ENCUENTRO NACIONAL DE TURISMO: NUEVAS ALTERNATIVAS”****29 de junio de 2012****(Versión Taquigráfica)**

**INVITADOS:** Sres. Oscar De los Santos (Intendente Departamental de Maldonado), Horacio Díaz (Director de Turismo de la Intendencia Departamental de Maldonado), Andrés de León (Presidente de la Junta Departamental de Maldonado). Sras. Liliana Berna (Presidenta de la Comisión de Turismo), María de los Ángeles Fernández Chávez (Vicepresidenta de la Comisión de Turismo), Adriana Odazzio (Secretaria de la Mesa Permanente del Congreso Nacional de Ediles). Autoridades nacionales, Legisladores Departamentales, Delegaciones de Brasil y de Perú y alumnos del Liceo N° 4.-

**MODERADORA:** Sra. Adriana Expósito.-

**SECRETARIO ADMINISTRATIVO:** Sr. Marcelo Pereira.-

**TAQUÍGRAFOS:** Sras. Andrea Gossio, Alexandra Teigeira, Claudia García, Karina Fernández, Mariela García y Maria de los Ángeles Desanttis y Sres. Gonzalo Tolosa y Mariano Rodrigo.-

(Siendo la hora 10:07 minutos se inicia la reunión).-

**MAESTRA DE CEREMONIA.-** Muy buenos días a todos. Bienvenidos.-

Realmente es una gran alegría darles la bienvenida al “II Encuentro Nacional de Turismo: Nuevas Alternativas” que se va a desarrollar hoy y mañana aquí, en la Junta Departamental de Maldonado. Quienes tuvimos la dicha de poder participar del I Encuentro en el año 2011, con muchísimo éxito, realmente nos congratula saber que hay personas de diferentes partes del país que están aquí dándose cita para hablar, nada más ni nada menos, que de una de las actividades que más trabajo y desarrollo le están dando al Uruguay.-

Saludamos, entonces, a todos los representantes que se encuentran en la Mesa.-

Comenzamos con el Intendente Departamental de Maldonado -señor Oscar De los Santos-, el Director de Turismo de la Intendencia Departamental de Maldonado -señor Horacio Díaz-, la Presidenta de la Comisión de Turismo

-Edila señora Liliana Berna-, la Secretaria de la Mesa Permanente del Congreso Nacional de Ediles -Edila señora Adriana Odassio-, el Presidente de la Junta Departamental de Maldonado -Edil Profesor Andrés de León- y la Vicepresidenta de la Comisión de Turismo -Edila señora María de los Ángeles Fernández Chávez-, quienes están aquí como anfitriones.-

Por supuesto, también saludamos a todas las autoridades nacionales y a los Legisladores Departamentales de diferentes partes del país y especialmente también a los jóvenes del Liceo N° 4, que van a formar parte de este Encuentro.-

Saludados todos y agradeciendo la presencia de cada uno de ustedes en este día de tanta lluvia, vamos a dar la palabra al Intendente Departamental de Maldonado, señor Oscar De los Santos.-

SEÑOR INTENDENTE DEPARTAMENTAL.- Buenas días a todas y todos.-

Primero quiero reconocer el papel de la Junta Departamental y el Congreso de Ediles en la generación de este tercer evento que ubica a las Juntas Departamentales preocupadas y ocupadas en el tratamiento de los aspectos vinculados al turismo.-

Esto no es menor porque la agenda que vi que tienen para tratar y las diversas exposiciones que van a haber, desde lo local, desde los diversos actores sociales, desde la presencia de los estudiantes -lo que significa construir una cultura que asocie la vida cotidiana a las actividades turísticas, que muchas veces no fueron comprendidas por el Uruguay y por los diversos actores, que también nos incluye-, no cabe duda que pasa a ser trascendental, porque el Uruguay ha crecido sustantivamente en esta área.-

Pasamos de 500.000 turistas a casi 3:000.000 y estamos en el orden de los U\$S 2.000:000.000 de ingresos.-  
(cg).-

Si uno mira el componente del mercado turístico, se da cuenta de que el primero es particularmente el argentino y el segundo es el mercado interno. Esto tiene que ver con el enorme desafío de cómo seguir construyendo propuestas y productos que permitan que cada vez más vastos sectores accedan al derecho al turismo.-

El turismo es definido, conceptualmente, también como un derecho social más, como un derecho humano más, que es el esparcimiento, el disfrute y el goce del tiempo libre de quienes estudian, trabajan y se esfuerzan.-

Eso necesita una propuesta variada, una gama muy abierta de productos que lo hagan atractivo y dependerá, en muy buena medida, de cómo Uruguay y la región sigan creciendo, porque puede haber productos extraordinarios pero puede haber población que no acceda, por las franjas de ingresos, al disfrute de esa propuesta turística.-

Entonces, el modelo de desarrollo productivo del país y las herramientas de redistribución de la riqueza están directamente vinculadas con un modelo alternativo de turismo, con un modelo que comprenda las identidades culturales, que ponga en valor los territorios, que ponga en valor el paisaje, que ponga en valor lo que tiene que ver con su gastronomía, con su historia culinaria, con las expresiones históricas más genuinas del país, con su música, con su arte.-

Allí hay una fuerte inversión del Estado Nacional y de los Gobiernos Departamentales en eventos que trascienden fronteras departamentales, que se transforman en un atractivo nacional y dejan de ser una mera propuesta de carácter departamental de entretenimiento.-

Eso significa también un elemento que no es menor, que es el intercambio cultural en el turismo que, por lo general, lo percibimos como algo de afuera hacia dentro del país, pero lo que no percibimos es el intercambio cultural que existe entre las fronteras de los Departamentos -fronteras ficticias, en definitiva, porque somos una nación. A su vez, el desarrollo de las propuestas turísticas genera también oportunidades de empleo y trasiego de gente de un lugar a otro, lo que permite identificar al conjunto del proyecto pero también convivir con otros. No cabe duda de que estamos en una región que, junto con el resto de la costa del Río de la Plata, concita algo así como el 70% del PBI de la población nacional y que, en épocas de temporada, esto se incrementa.-

En Maldonado, en un acuerdo entre la UTU y la Intendencia, se había instalado en un Parador de la playa -que era para turistas- una Escuela de Alta Gastronomía; así que este verano funcionó un lugar donde se prestaban servicios y operaba como una empresa; UTU generó una empresa.-

Allí había jóvenes de distintos lugares del país que habían hecho los cursos de gastronomía en la UTU o en la promoción que tienen las Intendencias en capacitación -un elemento que hay que destacar es la capacitación y la formación permanente en el área de turismo-, y esa experiencia debe ser tan maravillosa como alguien que va desde la costa atlántica a un circuito termal, al turismo rural o al de la minería. O como ahora, que hoy apareció en la tapa del diario que capaz que le agregamos a la Humanidad algo así como 35:000.000 de años más en la identificación de cómo se fueron acumulando las capas en el fondo del mar.-

Eso tiene que ver con el proyecto turístico; preservar el medio ambiente, los ecosistemas y aquellos paisajes que permiten poner en valor es parte del desarrollo estratégico.-

Yo termino con dos cuestiones que creo que son fundamentales en la discusión estratégica en el corto, mediano y largo plazo.-

La base de ampliación de la propuesta turística del Uruguay depende de la capacidad de la elaboración de la propuesta turística en el campo local. No hay ninguna política nacional que se pueda sostener si desde el punto de vista

del desarrollo local -estoy hablando de los Gobiernos Departamentales, de los actores sociales departamentales, de la asociación público-privada y de los Gobiernos Locales, llámense Municipios- no generamos capacidades, no generamos recursos y no generamos masa crítica que permita agregarle mayores productos y mayor valor agregado a esos productos turísticos.-  
a.g.b.-

Allí hay un rol fundamental del Estado y las fuerzas vivas -trabajadores, empresarios, gente de la cultura, del deporte, de la intelectualidad, la Academia- y, como segundo tema, tampoco hay forma de desarrollar esas propuestas si no hay una más justa redistribución del gasto público en la definición de esos proyectos y esas propuestas locales. Nosotros no podemos discutir un desarrollo de propuesta turística en términos intelectuales, en términos de elaboración teórica, si en la discusión de los Presupuestos Nacional y Departamentales eso no tiene un correlato con la disposición de la inversión en obras, servicios, educación y promoción en cada uno de los territorios.-

El modelo de descentralización, que será una puja democrática permanente, una tensión democrática permanente, tiene como rol fundamental que los territorios, los actores sociales y el Estado en lo local, sean capaces de acumular -en el marco de la negociación colectiva con el Gobierno Departamental y Nacional- un conjunto de fuerzas con una visión progresista de desarrollo de turismo sustentable e inclusivo, elementos que aseguran que los recursos no queden concentrados sólo en aquellos lugares que tienen peso político o mayor capacidad de lobby.-

Tampoco se resuelve llorando y pidiendo recursos sino sobre la base de tener propuestas concretas -que es lo que ustedes van a tratar, por lo que vi en la agenda, y me parece sumamente importante- que permitan que en el Congreso de Ediles, en el Congreso de Intendentes y en el Congreso de Concejales, Alcaldes y Alcaldesas, se pueda pactar el impulso en el corto, mediano y largo plazo de una serie de productos y propuestas de desarrollo local que se transformen en la columna vertebral de un proyecto nacional de desarrollo turístico.-

Creo que el hecho de que las Juntas Departamentales, incorporando a sectores empresariales -que los veo acá-, actores sociales y jóvenes estudiantes, estén discutiendo y promoviendo esto, es de destacada importancia, porque son las Juntas Departamentales las que definen en los Presupuestos la orientación del gasto y las prioridades.-

Muchas veces nos quedamos discutiendo menudencias antes de discutir estratégicamente el rol que las señoras Edilas y los Ediles tienen en el marco de la definición de poner en línea lo que son metas y objetivos en lo local con los recursos que adjudica el Estado a nivel nacional y a nivel departamental.-

En Maldonado hay una rica experiencia en ese sentido -no es ejemplo de nada, es sólo una rica experiencia-, llena de conflictos y de tensiones, pero consolidar la institucionalidad democrática y los espacios de participación

ciudadana es lo que nos permitirá seguir avanzando en medio de las tensiones y construyendo consensos más amplios.-

Que tengan una muy buena jornada de trabajo y gracias por la invitación.-

(Aplausos).-

MAESTRA DE CEREMONIA.- Gracias, señor Intendente.-

Ustedes saben que tenemos una agenda muy nutrida, con exposiciones realmente muy interesantes, de empresarios y de otros actores en el área de turismo. Esto llevó un trabajo de meses, casi de un año, de la Comisión de Turismo, así que vamos a invitar, entonces, a hacer uso de la palabra a la Presidenta de la Comisión de Turismo, la señora Liliana Berna.-

SEÑORA PRESIDENTA.- Buenos días. Un saludo para todos y para todas; sean bienvenidos a esta Casa del Departamento de Maldonado en una actividad que, en esta oportunidad, es realizada a pocos días de que dejemos la Presidencia de la Comisión de Turismo. En dicha Comisión hemos estado dos años y nos ha dado muchísimas satisfacciones, por el hecho de conocer más de cerca la actividad principal de este Departamento de Maldonado.-

Como hija de Maldonado y como hija de trabajadores y prestadores de servicios al turismo, fue para mí un placer estar todo este año y el año anterior trabajando junto a los compañeros de los diferentes Partidos políticos representados en la Junta Departamental.-

Quiero hacer hincapié en felicitar por su presencia a los jóvenes del Liceo N° 4 de Maldonado, quienes llamaron para participar y estar acá junto a las autoridades nacionales y departamentales, al igual que al sector empresarial que se encuentra presente. Así que bienvenidos. Ellos también van a ser expositores, junto a todos ustedes.-

No me quiero extender mucho porque, como verán, tenemos una agenda muy nutrida.-  
(a.t.)

Quería solamente agradecer la presencia -como decía al comienzo- y decir que nos hemos sentido muy respaldados por nuestros compañeros, por el Presidente de la Junta Departamental como por los integrantes de la Comisión de Turismo. Saludo la presencia del compañero del Partido Colorado, Eduardo Elinger, que es integrante de la Comisión -está por allí; muchísimas gracias por estar acá.-

Estamos a las órdenes para todo lo que necesiten y esperemos tener dos jornadas de muy buen trabajo, que sean de provecho para todas y para todos.-

Quiero decir que nuestra compañera “Marita” Fernández Chávez, Vicepresidenta de la Comisión de Turismo en Maldonado, también Presidenta de la Comisión de Turismo del Congreso Nacional de Ediles, después nos va a dar un pantallazo sobre cómo se viene trabajando a nivel nacional con respecto a este tema.-

Así que, para no aburrirlos, solamente les digo: muchísimas gracias por estar acá.-

(Aplausos).-

MAESTRA DE CEREMONIA.- Ahora invitamos a hacer uso de la palabra a la Secretaria de la Mesa Permanente del Congreso Nacional de Ediles, Edila señora Adriana Odassio.-

SEÑORA ODASSIO.- Buenos días a todas y a todos.-

Para nosotros, en nombre de la Mesa del Congreso Nacional de Ediles, es un honor poder estar participando hoy de este Encuentro, una actividad encarada de manera seria y responsable por parte de esta Junta Departamental de Maldonado que hoy nos da la bienvenida.-

Lo que quiero destacar, sobre todo, es la importancia que tiene para nosotros como Congreso Nacional de Ediles, que los Gobiernos Departamentales contribuyan de manera firme y sostenida a fomentar y promover el turismo local y regional. La posibilidad y la herramienta tan importante que tenemos como Ediles Departamentales de articular estrategias entre todo el país es de una importancia sin igual, que nos garantiza, sin duda, un desarrollo del país con más justicia y con más equidad social.-

Simplemente quiero augurar a todas y a todos unas buenas jornadas de trabajo y de nuevo agradecer por estas iniciativas a la Junta de Maldonado, en nombre de su Presidente, Andrés de León, por estar apoyando siempre al Congreso Nacional de Ediles en todas las actividades -cuando lo hemos pedido esta ha sido nuestra casa- y creo que eso se merece el reconocimiento de todos.-

Gracias y muy buen trabajo.-

(Aplausos).-

MAESTRA DE CEREMONIA.- Ahora es el momento ideal de darle la palabra, nada más ni nada menos, que al Presidente de la Junta Departamental de Maldonado -nuestro anfitrión, una persona que además se la ha visto siempre en las misiones de Uruguay en el extranjero, una persona que está muy comprometida también con el área del turismo-, Profesor Andrés de León.-

SEÑOR PRESIDENTE de la JUNTA.- Buenos días a todas y a todos; compañero Intendente -Oscar De los Santos-, Director de Turismo -Horacio Díaz-, compañera Liliana Berna -Presidenta de la Comisión de Turismo-,

compañera Adriana -Secretaria de la Mesa Permanente del Congreso Nacional de Ediles-, compañera "Marita" Fernández Chávez -compañera de la Comisión de Turismo de la Junta Departamental de Maldonado y también Presidenta de la Comisión de Turismo del Congreso Nacional de Ediles-, Edilas y Ediles de todo el país, empresarios, actores de otras instituciones, jóvenes liceales.-

La verdad es que es un honor recibirlos en nuestra Casa, en esta Junta Departamental de Maldonado, y la verdad es que estamos muy contentos por la concurrencia de todos ustedes a esta actividad que en estos dos días nos va a estar enriqueciendo sobre algo a lo que la mayoría de los uruguayos desde que nacemos estamos estrechamente vinculados, sobre todo los que nacimos en la zona Este del país, particularmente en Maldonado, donde el 70% de la población económicamente activa de nuestro Departamento vive del turismo.-

Yo empecé a los quince años a trabajar en un restaurante, con un montón de compañeros que venían de Cerro Largo, de Treinta y Tres, de Rocha, de Minas y de otros lugares.-  
c.g.-

No hay una actividad que derrame riqueza como lo hace la industria del turismo, que está en estos últimos años con el trabajo de pasar de un turismo de sol y playa a un turismo de nuevas alternativas, a un turismo regional de integración con otros Departamentos. Yo creo que eso es lo que hay que seguir fortaleciendo y haciendo crecer, como una industria que no se puede quedar quieta y estática y depender solo de la variable sol y playa. Tenemos una riqueza en cada Departamento, en cada región y en cada lugar de nuestro país tenemos algo que destacar, sea desde el punto de vista histórico, cultural, geográfico o gastronómico. Hay un montón de cosas para ofrecer, pero cuando uno vive en el país a veces no se da cuenta, y cuando sale y ve otras experiencias y otros países, uno se dice: "pensar que nosotros tenemos tales y tales cosas y a veces no las valoramos"; nos damos cuenta cuando salimos de nuestro país.-

Felicito por la organización de este evento, felicito a la gente que cada día le pone el hombro al tema del turismo, que sale adelante y genera puestos de trabajo, y felicito también a los estudiantes. Yo creo que el tema de la formación en turismo y de pensar culturalmente en turismo -poner la cabeza en el turismo- es muy importante para un país donde es su principal industria. Siempre digo que nos falta más formación y pensar más en ello, aunque por suerte en los últimos años, con la instalación de la Universidad de la República en nuestro Departamento, con la carrera de Técnico en Turismo y con la Licenciatura en Turismo, así como con la carrera en otras instituciones privadas y con el trabajo que va prendiendo en determinados Liceos e instituciones de la zona, nos va a dar una proyección porque también el tema de los recursos humanos es muy importante.-

Así que gracias a todos por estar acá y felices jornadas. Lástima que el tiempo no nos ha acompañado, pero muy buena tarea y a trabajar.-

Muchas gracias.-

(Aplausos).-

MAESTRA DE CEREMONIA.- Ahora la Comisión de Turismo va a hacer entrega de una placa al Presidente de la Junta Departamental de Maldonado, Andrés de León.-

SEÑORA ODASSIO.- También quería llamar a Daniel Almada, en nombre del Congreso Nacional de Ediles, y a Luis Andrade, para hacer entrega de un presente a la Junta de Maldonado, a través de Andrés de León, justamente por lo que dije anteriormente, en agradecimiento al fomento de estos Encuentros que, sin duda, cuando lleguemos a nuestros Departamentos repicaremos en cada una de las Comisiones de Turismo y en cada uno de los Ediles.-

Un saludo del Presidente del Congreso Nacional de Ediles, Roberto Saravia, y de Martín Varela, su Tesorero, que están participando en Lima, Perú, de un Encuentro de Municipios.-

Nada más.-

(Se hace entrega del mencionado presente).-

(Aplausos).-

SEÑOR DE LEÓN.- “Del Congreso Nacional de Ediles a la Junta Departamental de Maldonado, en reconocimiento a la organización del II Encuentro Nacional de Turismo - Nuevas Alternativas. Maldonado 29 y 30 de junio de 2012. Adriana Odassio, Secretaria, Roberto Saravia Presidente”.-

(Aplausos).-

Muchas gracias y a trabajar.-

MAESTRA DE CEREMONIA.- Justamente, hablando de trabajar, que es el momento que estamos esperando todos, vamos a comenzar de lleno con nuestra agenda y vamos a dar comienzo en la jornada de hoy con un informe de la Comisión Asesora de Turismo de la Mesa Permanente del Congreso Nacional de Ediles.-

(Se retira el señor Intendente).-

Adelante.-

a.g.b.-

SEÑORA FERNÁNDEZ CHÁVEZ.- Buenos días para todos y para todas.-

En primer lugar, es realmente un honor recibirlos en nuestra Casa, el mismo que hemos sentido cuando ustedes nos han recibido en la vuestra.-

Queremos agradecer a los integrantes de la Comisión de Turismo de esta Junta Departamental que le ha dado un lugar a la Comisión Asesora de Turismo del Congreso Nacional de Ediles. Dicha Comisión está conformada por todos los partidos políticos, y sus integrantes son: quien nos acompaña hoy como Secretario ad hoc, Alfonso Lereté, Edil del Partido Nacional de Canelones; Ramón Román Taroco, Edil del Partido Nacional, Rivera; Miguel Moreira, Edil del Frente Amplio, Salto; la compañera Grisel Caram, del Frente Amplio, Rocha; Daniel Almada, que actúa como Coordinador del Frente Amplio en Colonia; Sebastián Silvera, del Partido Colorado, Maldonado; y quien les habla.-

Llevamos dos años de trabajo, nos hemos conformado como un equipo y hemos tenido la coincidencia feliz de compartir ese período de tiempo trabajando juntos a lo largo y ancho del país. Hemos recibido e intercambiado propuestas no solamente con Ediles, sino también con los Gobiernos Departamentales; hemos tenido riquísimas experiencias de intercambio, algunas de las cuales hemos traído como proyectos para nuestras Juntas Departamentales. No es fácil el camino que el Congreso Nacional marca porque son muchísimos kilómetros los que se hacen, no solamente por nosotros sino por todos y cada uno de los miembros de esas Comisiones y de la Mesa Permanente. A veces hacemos 1.200 kilómetros en 48 horas -con lo que ello implica-, más las jornadas de trabajo, más el Plenario y el retorno a casa.-

Hay realidades que a veces no se conocen porque nosotros mismos no las transmitimos, como los extramuros de las Juntas Departamentales donde los Ediles trabajan, aportan e intercambian. Más allá de lo cotidiano está lo otro: ese trabajo de hormiga que no se ve; así como tampoco se ve el de las autoridades del Congreso que llevan adelante la organización, con todo lo que ella implica.-

No los quiero aburrir, así que voy a pedirle al compañero Secretario de la Comisión que nos dé un pantallazo un poco más amplio.-

De nuevo les doy la bienvenida; están en su casa.-

(Aplausos).-

SEÑOR LERETÉ.- Buen día para todos quienes participan de este evento.-

A solicitud de la Presidenta vamos a enumerar algunos de los puntos sobre los que hemos estado trabajando durante este año y medio, casi dos, en virtud de que en muy pocos meses va a culminar la actividad de esta Comisión debido a la renovación de autoridades del Congreso Nacional de Ediles y de sus Comisiones.-

Uno de los puntos centrales que se planteó la Comisión, cuando se constituyó, fue generar insumos y aportes para la discusión de la Ley de Turismo, el nuevo proyecto a ser abordado en el Parlamento Nacional.-

En ese sentido se liberó a las Juntas Departamentales, en algunas con éxito, en otras quizá no tuvimos el eco suficiente, pero se reunió un material muy interesante que fue derivado a la Secretaría de Estado, al Ministerio de Turismo, para que tomara recaudo y se pudiera transmitir el sentir, no solo de las Juntas Departamentales y sus Comisiones de Turismo, sino también del ámbito del Congreso Nacional de Ediles.-

(a.t).-

Luego, entrevista mediante y esto fue muy importante, mantuvimos un contacto personal, los miembros de la Comisión de Turismo con quien fue hasta hace muy pocas semanas el Ministro del sector, Héctor Lescano. Fue un encuentro muy positivo, muy saludable, sobre la base de cuatro o cinco puntos que realmente resumían el trabajo de lo que se pretendía hacer pero, por sobre todas las cosas, la perspectiva también regional.-

Uno de los puntos que se instaló en la agenda fue el turismo de segunda residencia, un tema que, de la mano de María de los Ángeles Fernández Chávez, se instaló en la Comisión de Turismo del Congreso Nacional de Ediles, en virtud de la importancia del tema pero, por sobre todas las cosas, en la proyección que eso puede generar no sólo para este Departamento de Maldonado sino también para otros Departamentos, aunque muy especialmente para Maldonado. La receptividad del Secretario de Estado fue muy importante, teniendo en cuenta lo que era no sólo la proyección del tema, sino también compaginando distintos desarrollos para poder seguir ese tema.-

El otro asunto que también concitó la atención tenía que ver con todo lo vinculado con el turismo fluvial. Veo ahora al Director de Turismo de Canelones y me viene a la mente lo que siempre está arriba de la mesa: el tan mentado tema del puerto deportivo de Canelones. Pero no es sólo en ese Departamento, hay otros Departamentos que también están manejando el desarrollo del turismo fluvial, todo lo vinculado con ríos y arroyos, y en esa ocasión el propio Ministro de Turismo nos habló de un préstamo internacional que iba a venir a los efectos de poder desarrollar lo que era esa capacidad que, evidentemente, tiene todo el país, pero muy particularmente algunos Departamentos.-

Luego se habló también -como tercer punto, como tercer escalón- de todo lo vinculado con el turismo histórico, religioso, de granja, es decir, todo ese renglón que en varios puntos del interior del país se está desarrollando con éxito y en lo que en aquella ocasión el Ministro había puesto un énfasis particular.-

Recuerdo que en una de las tantas recorridas que hemos tenido por el interior del país de esta Comisión -porque si de algo se puede jactar es que es descentralizadora porque mes a mes nos reunimos en distintos puntos del interior del país-... recuerdo cuando el Director de Turismo de la Intendencia de Florida nos dijo: "¿Cómo hago yo para que esas miles de personas que vienen el 3 de junio a San Cono se queden un poquito más o vengan un día antes? ¿Cómo hago? Y tengo un gran problema: lamentablemente tengo sesenta y cuatro camas en todo Florida y no tengo capacidad hotelera".-

Creo que esa sensación de esa persona -de ese Director, de ese jerarca de la Intendencia de Florida- también uno la puede observar hoy en distintos Departamentos del interior del país, que han hecho -reitero- una excelente avanzada en muchos temas y -en la visión del propio Ministro y de los integrantes de la Comisión de Turismo-, en ese intercambio, pudimos observar que hoy ese corte transversal que se ha venido dando desde el '85 hasta esta parte, con los distintos Gobiernos que han asumido la responsabilidad de guiar este país, se ha transformado realmente en una política de Estado.-

Hoy los vaivenes, quizás, de la política coyuntural, no llegan al turismo; creo que el turismo está por encima de esos vaivenes y eso le hace muy bien al sistema.-

Y uno de los últimos puntos que se trató en aquella ocasión fue el seguimiento pero también que el Congreso Nacional de Ediles y que los Ediles tuvieran un lugar en la Comisión Nacional de Turismo, y fue un compromiso del Secretario de Estado y esperamos que se pueda consagrar definitivamente en esa Ley que se va a discutir en el Parlamento Nacional, porque este Órgano es fundamental para poder integrar también esa mayor proyección que todos queremos del turismo.-

Por último, esta Comisión ya liberó la correspondiente comunicación -vía Secretaría oficial del Congreso Nacional de Ediles- para tener un nuevo Encuentro y continuar estos temas, para que no caiga en saco roto toda esta dinámica, con la nueva Secretaria de Estado Liliam Kechichián.-

Muy amables, muchas gracias.-

(Aplausos).-

MAESTRA DE CEREMONIA.- Sabemos que, justamente, el área de turismo cada vez está más relacionada con las áreas productivas de nuestro país, gracias a Dios. Y sabemos también que los vinos uruguayos están haciendo estragos en el mundo, en el buen sentido de la palabra.-

Por eso también el turismo enológico, los circuitos, las rutas del vino, son algunos de los protagonistas del turismo del Uruguay.-

Por eso ahora vamos a invitar al Director de Desarrollo Turístico de la Intendencia Departamental de Canelones, el señor Orlando Scasso Raffo, para que justamente ahonde un poquito en este tema: **turismo enológico**.-

Él tiene una vasta trayectoria en el área turística, fue Asesor del Ministerio de Turismo mucho tiempo y ahora está a cargo de la Dirección de Turismo del amigo Departamento de Canelones.-  
(cg).-

**SEÑOR SCASSO**.- Buenos días a todas y a todos.-

Para mí es un gusto estar en este evento y más en esta Sala, que representa lo que ciudadanas y ciudadanos han definido para contribuir al desarrollo de las propuestas, tanto productivas como sociales, etc..-

En este caso, desde el punto de vista del turismo, quisiera hacer una breve reflexión inicial mientras preparamos los temas informáticos que son siempre delicados.-

Estoy en un todo de acuerdo con lo expresado por el Intendente De los Santos y, en particular, con lo expresado por los representantes del Congreso Nacional de Ediles de la parte de Turismo, con respecto al desarrollo de esta actividad como un eje fundamental, partiendo desde el desarrollo local. O sea, no habrá desarrollo turístico ni desarrollo de las localidades en particular, o desarrollo productivo, si no hay propuestas bien definidas y acordadas entre ese colectivo, los Gobiernos Departamentales y las políticas del Gobierno Nacional.-

En este caso también concuerdo con que la política nacional de turismo se ha transformado en una política de Estado, en la cual todos podemos tener un diálogo franco, conciso, elaborado e inclusivo. Las pequeñas diferencias pueden ser algunas herramientas, pero el concepto general está presente y el objetivo está seguro y eso también es importante a la hora de obtener el resultado de todo nuestro trabajo.-

En particular, vamos a tratar el tema del turismo enológico como una peculiaridad o una tipología de turismo... Voy a buscar el archivo.-

(Se proyectan imágenes).-

Como introducción, la Dirección de Desarrollo Turístico de Canelones pertenece a la Dirección General de Desarrollo Productivo. Quien les habla también pertenece a la Comisión de la Agencia de Desarrollo canaria, un ámbito en el cual estamos trabajando con diferentes actores para lograr canalizar esas oportunidades o proyectos que se puedan presentar, tanto desde lo local como desde lo departamental, y articular con los actores externos, que pueden ser inversores externos que nos visiten o fondos de recursos internacionales de los que uno puede disponer.-

Esa articulación es fundamental para el desarrollo, para obtener fondos y para generar capacidades en nuestros territorios.-  
a.g.b.-

Vamos a hacer una breve introducción para definir qué es Canelones, sus señas de identidad. Somos 500.000 habitantes, tenemos veintinueve Municipios y somos parte del área metropolitana. Además, tenemos una serie de características que son atractivos turísticos -algunos hay que ponerlos en valor para que realmente se activen como tales-: lagos; toda la faja costera; un sistema de ciudades; una ruralidad productiva, donde entra el tema del enoturismo -con su paisaje, su producción y el buen vino como un desarrollo posible dentro de esa ruralidad productiva- y la producción hortofrutícola; los

aspectos de gastronomía y todo lo que es el aspecto de patrimonio, cultura, innovación y deporte.-

Eso es acompañado con un desarrollo de industrias -logísticas y de servicios- y extracciones de áridos, sobre todo en áreas de investigación y tecnología.-

Ese es el panorama actual de Canelones. Un panorama que tiene una realidad pero que tiene una potencialidad futura muy importante en la cual todos debemos articular y ser partícipes -desde los Gobiernos Locales hasta los Gobiernos Departamentales- para poder desarrollar -como bien decía el Intendente- una masa crítica que pueda lograr ese desarrollo -fundamentalmente en las localidades de un Canelones que es muy diverso, un departamento país con diferentes realidades en la costa, en el centro y en los límites con el Santa Lucía, Lavalleja y Maldonado-, esa articulación necesaria de desarrollo intrarregional que nosotros proponemos. Los límites los pusimos nosotros, pero quizás arroyos y ríos sean elementos de unión en este vasto campo del turismo para poder desarrollar proyectos conjuntos.-

Les muestro algunas fotos de lo que es hoy Canelones, donde podemos ver atardeceres, bosques marítimos, logística y el aeropuerto, que está en Canelones, que es importante para todo el desarrollo de lo que son las rutas nacionales. Al no tener Montevideo capacidad territorial, muchas industrias logísticas o industrias de alto impacto van a instalarse a Canelones.-

También tenemos lo que es el aspecto rural: la riqueza de nuestro territorio en ganadería, bosques marítimos y bosques ribereños. La ruralidad urbana también es muy importante, el alojamiento que -como hoy decía el Edil Lereté- es tan necesario en Canelones porque -confluyendo en lo que decía el Intendente- la mayoría de los turistas que nosotros recibimos son de Uruguay; hay turistas que vienen del extranjero pero la mayoría de la matriz de turismo interno.-

Además, tenemos infraestructura comercial.-

Vamos a hacer una breve reflexión sobre lo que era Atlántida hace cien años, como nuestra vedette del producto sol y playa. En el 2011 se hicieron festejos en función de ese centenario y hoy les estamos mostrando a ustedes cómo eran estas peculiaridades y cómo es hoy Atlántida; les estamos mostrando cómo la conformación de eventos -como el de la elección de la Reina de Carnaval, Samba y Candombe, que es un evento bien determinado, incluso a nivel internacional- forma parte de esa matriz, así como también la accesibilidad a la playa, la recreación -los juegos, lo lúdico-, la señalética, elementos simbólicos como El Águila, elementos de infraestructura patrimonial plasmada en lo que son estampillas de correo.-

Todo eso forma parte de esta introducción; yo me voy a referir a lo que es la parte de turismo rural o lo que vendría a ser una parte de él: el turismo enológico.-

(a.t).-

No debemos olvidar nunca lo que es la zona de sol y playa, que tan importante es para los ingresos de nuestro Departamento.-

Nosotros promocionamos Canelones a través de diferentes aspectos: Canelones Costa de Oro, los corredores de Costa de Oro y Ciudad de la Costa, el corredor agroalimentario de Ruta 5, corredores industriales y tecnológicos, el aeropuerto, y acá tenemos la uva, que es el tema que nos va a tocar en pocos minutos. Acá un acercamiento de lo que son los temas agroindustriales.-

Nosotros entendemos que el turismo debe estar inserto en cualquier matriz de desarrollo productivo; o sea, cuando se generan instalaciones tecnológicas, industriales o de alta tecnología, eso también debe incluir una visión turística que debe ser permeable en todos los sectores -tanto empresariales, como en lo que es la articulación público-público así como la público-privada- para que sea potenciado aún más. Hay muchas industrias, o muchos desarrollos, que son interesantes desde el punto de vista turístico, porque son transmisión de conocimientos.-

Ahí también está la valorización de los patrimonios tangibles e intangibles como un valor a mejorar y a activar luego para que ese turista que nos visite haga ese intercambio cultural, que es el turismo en sí mismo. Es cómo dentro de una región o dentro de un país, esos intercambios hacen crecer nuestros conocimientos y nuestras emociones.-

Yo siempre expreso que el turismo es un encuentro de los sentidos en donde nosotros podemos disfrutar un momento de agrado en un paisaje agradable, compartiendo una buena comida y una buena bebida. Eso es invaluable en los momentos en que nosotros necesitamos tener mayor contacto con nuestros congéneres, con nuestra familia, y en esos momentos es cuando estamos mucho más permeables a recibir y a dar nuestros conceptos. Ese es un valor que se agrega y es un plus para el tema del turismo.-

Ahora llegamos al punto que nos afecta: la producción agroindustrial de la vid, cómo esa producción se transforma en un atractivo turístico y cómo hay diversos actores que están trabajando para eso.-

Acá tenemos, sintéticamente, cómo desde un racimo de uvas podemos llegar a una festividad en la cual se manifiesta un grupo familiar en una boda, levantando todos la copa de vino y brindando, pasando por todos estos procesos: la cosecha, o sea la vendimia, el traslado, la generación del mosto - lo que yo llamo un sueño para que el vino adquiriera sus características-, después el stock, después la parte tecnológica es importante -el desarrollo de las tecnologías y el control de la calidad de los vinos es algo en lo que Uruguay ha hecho un gran esfuerzo, muchas bodegas han trabajado en ese sentido, INAVI, Ministerio de Ganadería, los productores vitivinícolas, los productores bodegueros-, lo que hoy nos permite obtener premios en el exterior y lograr -según un acuerdo que se hizo con INAVI y el Ministerio de Turismo- que las botellas del Uruguay lleven la marca "Uruguay Natural".-

Eso es muy importante, porque la producción de nuestros hombres y de nuestras mujeres del campo se transmite al exterior en una vivencia gastronómica, en una vivencia de sentidos, en una vivencia de emociones, que eso es también el turismo.-

Acá tenemos las botellas durmiendo...

Enoturismo en Canelones. Acá tenemos un esquema de lo que es Canelones, la parte de lo que es Canelones Oeste y todas sus rutas, donde están la mayoría de las bodegas.-  
(cg).-

Este esquema viene de una folletería de Caminos del Vino. Caminos del Vino es una agrupación de bodegas exportadoras, y no exportadoras también, que han generado toda una propuesta de circuitos turísticos con el producto del vino y de lo que es enseñar la cosecha, de cómo vivenciar en sus establecimientos lo que es esta producción, a través de un sinfín de calendarios anuales que nos invitan a recorrer las distintas rutas y las distintas bodegas, a efectos de degustar especialidades gastronómicas como pueden ser el cordero y el Tannat, postres, diferentes gastronomías, con un aporte especial en su confección de nuestros vinos y, en particular, el Tannat, que es la estrella del Uruguay.-

Llegando al territorio hicimos un estudio, un análisis muy profundo de lo que es la realidad territorial de Canelones, de cómo Canelones es el productor agroalimentario por excelencia y donde vastamente Montevideo recibe toda esa producción para su consumo.-

Entonces, entendemos que el turismo de Canelones tiene que sí estar basado en el producto sol y playa, pero también en lo que es el patrimonio territorial y cultural, que es su cadena agroalimentaria y, en particular en este caso que vamos a plantear, en la cadena del vino y lo que puede llamarse "enoturismo", al desarrollar diferentes actividades dentro de lo que son circuitos de bodega y otros circuitos complementarios de las bodegas, de los que vamos a dar en breves instantes algunos ejemplos que se dan en Santa Lucía.-

Acá tenemos unos círculos que nos determinan la complementariedad de circuitos turísticos. Tenemos Atlántida y toda su costa, pero también tenemos una bodega que está en Atlántida que articula circuitos con lo que es sol y playa; se trata de visitar la bodega y también un establecimiento de turismo rural que acá nos acompaña, que es El Renacimiento.-

Esa es una forma de articulación de cómo este producto tiene un eje territorial muy significativo. Tenemos la Ruta 11 y la Ruta 5, que son los ejes por los cuales nosotros tenemos gran cantidad de bodegas, gran cantidad de oportunidades para desarrollar y tenemos la intersección de diversos Municipios, que tienen, quizás, matrices iguales de desarrollo productivo y que deben articular, junto con el Gobierno Departamental, proyectos para hacer un desarrollo armónico pero basado en esa peculiaridad agroalimentaria,

valorizando lo que son los bienes patrimoniales históricos que tiene Canelones como ciudad en la cual existió el primer Gobierno Nacional, donde se desarrollaron un sinnúmero de hechos históricos -la Batalla de Las Piedras, etc.. El año pasado nosotros hicimos esos festejos en conjunto con otras actividades, que también fueron un elemento de aspectos turísticos, con la llegada de turistas extranjeros también de diferentes puntos del Uruguay.-

Siguiendo con el tema de enoturismo podemos decir que acá está definido lo que son los caminos del vino canario. Estamos trabajando junto con el Ministerio de Turismo, INAVI, Ministerio de Ganadería, por supuesto la Intendencia, las Alcaldías y Caminos del Vino, para tratar de generar una propuesta piloto de lo que es el enoturismo en Canelones, para después generar un proyecto a nivel nacional.-

Es firme voluntad de este Director llevar adelante todo ese proceso.-  
a.g.b.-

Proceso en el que no sólo van a estar insertas las bodegas, sino también la posibilidad de generar alojamientos dentro de sus esquemas -pequeños hoteles extendidos- y la posibilidad de articular con actores del turismo rural - articular realmente con los operadores turísticos por excelencia- para desencadenar en un proceso de turismo natural y responsable en el que cuidemos el medio ambiente. Este es un tema que nos ocupa a todos los que estamos acá: el desarrollo del turismo responsable y sustentable.-

Acá también tenemos bodegas en ejes diferentes y territorios diferentes. En particular tenemos: Las Piedras, la Ruta 48, Las Brujas, Rincón del Colorado, Canelones ciudad, donde hay determinadas bodegas, que vamos a ver en otra presentación. Haciendo un estudio podemos decir que tenemos algunas bodegas al Oeste de Canelones muy significativas, como Filgueira, Juanicó, Gallo, Castillo Viejo y Pizzorno, diferentes propuestas siempre con el mismo producto, donde la artesanía del hombre define las diferencias. Y eso es un atractivo fundamental: la cantidad de bodegas, la cantidad de trabajo de gente -sobre todo de emigrantes- que ha desarrollado su vida en esta tierra y que ahora aporta a un desarrollo diferente: el turismo; por el que todavía tenemos mucho por hacer y mucho por entender.-

Me voy a referir en particular al Museo de la Uva y el Vino, que se encuentra en la ciudad de Las Piedras, en la Ruta 67. Es un proyecto liderado por la Comisión de Patrimonio de la Comuna Canaria, junto con diversos actores, dentro del Programa Uruguay Integra; un plan desarrollado por la Unión Europea, el Ministerio de Turismo, el Ministerio de Ganadería, INAVI y otros actores.-

Primero, los invitamos a conocer el Museo y, después, les decimos que ahí van a encontrar el desarrollo de la historia vitivinícola a nivel del mundo, a nivel de nuestro territorio -Canelones- y a nivel del país. Además, van a encontrar diferentes aspectos de transferencia de conocimientos o de centros de interpretación de este producto, como por ejemplo la parte organoléptica. Acá hay un sensor de sabores y aromas de los diferentes vinos, con el que uno

puede tener la experiencia tan importante -vuelvo a decir- de saber cuando dicen: "Este tiene olor a manzana. --¿Dónde está? --"Está acá y es este vino que tiene esas características".-

Cómo un museo, cómo un elemento de producción, también desemboca en algo fundamental: los eventos. En particular, en Las Piedras, en el Parque Tecnológico Canario -donde se encuentra el Museo de la Uva y el Vino-, tenemos la Fiesta de la Vendimia y la elección de las reinas nacionales, evento que se está realizando desde hace varios años en el cual se elige la Reina de la Vendimia de entre todos los departamentos que se presentan y que tienen producción vitivinícola. Algunos no la tienen pero también aportan su belleza y su juventud a este concurso.-

La reina electa lleva la corona y los atavíos característicos y nos acompaña en todas las fiestas constitutivas de lo que es el vino. Acompaña a INAVI en todo el país y también en eventos internacionales. En particular, el año pasado -al igual que hace algunos años-, junto a quien les habla, fue a Mendoza a representar a nuestro país en la Fiesta del Vino en Argentina, que es un espectáculo fuera de renglón, muy interesante, al que le dan mucha importancia. Los atributos, la gestión de la reina es toda una secuencia de elementos que conforman y cierran el círculo del tema del vino.-  
(a.t).-

Nosotros estamos trabajando en espectáculos, junto con esa festividad, que se desarrolla en Las Piedras. Hay una Ley que definió el Día de la Vendimia y un desfile en Las Piedras; entonces, cuando se hace la elección de la Reina, luego hay espectáculos a nivel de la población, hay un desfile de colectividades nativas. Este año se articuló con el Automóvil Club del Uruguay para que fuera a la final de su evento máximo.-

También tuvimos la presencia de reconocidos artistas a nivel nacional, acompañando, como por ejemplo Valeria Lima y Larbanois-Carrero; hay catas, degustaciones... Esta es la parte de cómo una producción se transforma luego en evento y en atractivo turístico, que tenemos que mejorar, dimensionar e integrar con los diferentes Departamentos en una acción mucho más conjunta.-

Luego tenemos lo que hoy hablábamos del turismo rural y de que una bodega puede ser un concentrador de actividades turísticas y luego transferir a esas personas hacia otras partes del territorio: lo que es la hortofruticultura, lo que son los almuerzos de comidas tradicionales realizadas por la mujer rural, también visitar la Quinta Capurro en Santa Lucía -que es una maravilla que tenemos que poner en valor y que me parece que es un debe no sólo de Canelones sino de todo el país, porque tiene una riqueza en naturaleza muy importante.-

Tenemos también la visita a tambos... Y acá definido como un elemento constitutivo de una producción vitivinícola que articula con otros actores, que también son de la producción dentro del territorio rural.-

Acá tenemos la señalética que está en la puerta de la Bodega Filgueira, que nos dice dónde estamos ubicados y el circuito que vamos a hacer.-

Estos son ejemplos de cómo podemos trabajar un producto como el vino o cómo transferir ese producto en una infinidad de otros subproductos que, con innovación y sagacidad, podemos lograr que se transformen en productos diferenciales para una oferta o una demanda para este tipo de turistas.-

También articulamos con el Paseo Ruta Cinco Sentidos, con los amigos de Florida y de Durazno y quizás algunos otros Departamentos que se sumen a esta propuesta, que es el eje de la Ruta 5, un Proyecto que se llama "Sensaciones, Sabores y Aromas de Canelones" -en particular lo nuestro- y luego articulando con los diferentes actores de Florida y de otros territorios que se van a ir sumando.-

También articulamos con lo que es Montevideo y el Humedal del Santa Lucía, un lugar muy importante y en el cual también hay producción vitivinícola; tenemos que cerrar en lo posible circuitos que sean interregionales, que el circuito pase de Montevideo a Canelones y así sucesivamente.-

Acá tenemos diferentes fiestas, diferentes eventos, que también son posibles porque hay actores que llevan adelante emprendimientos que, con diferentes iniciativas y articulando en lo local, en lo regional y con el Gobierno Departamental, se logran atractores diferentes para lo que es el turismo.-

Voy a referirme nuevamente al Museo de la Uva y el Vino y dejar estas imágenes para hacer algunas reflexiones.-  
(cg).-

Acá hay un ejemplo de turismo enológico, pero pienso que todos los actores del turismo -en particular el turismo tradicional de sol y playa y el turismo rural o agroturismo, que es la gran oportunidad que tiene Uruguay y en particular Canelones por su territorio, y la producción agroalimentaria, que también es una oportunidad de Canelones- deben generar oportunidades a quienes viven en territorios disímiles.-

Cuando nosotros presentamos Canelones en el Presupuesto... y es una parte en la que tomo las palabras del Intendente De los Santos: cómo dentro de esos Presupuestos y dentro de sus herramientas, los Gobiernos Nacional, Departamentales y las Alcaldías definen la importancia que tiene el turismo como un elemento transversal.-

O sea, cómo podemos desarrollar productos turísticos desde la base patrimonial y desde la puesta en valor de edificios que a veces vemos todos los días, de relatos y de cuentos que nos hicieron nuestros abuelos, que tienen una base histórica, patrimonial y social que, llevados a un relato sobre un evento histórico o a un relato sobre las características de cierto poblador o sobre cierta obra teatral o literaria -que contempla todo ese rico patrimonio de la localidad-, es un atractor turístico. Cómo llevar eso al territorio, junto a los elementos que nos rodean y nos acompañan normalmente, que son el

panorama, la naturaleza, los pájaros, la visión del campo, todo eso articulado de una forma que se transforme en un bien cultural y que ese bien sea transmitido. Esa es la riqueza del turismo.-

El turismo es, por sobre todo, la transmisión de valores culturales entre una persona que viene a conocer y a descubrir un nuevo territorio y lo que esa gente del territorio identifica y reconoce de ese visitante; ahí está la riqueza del turismo.-

Cómo la generación de valores, es -una expresión que a mí me gusta decir- “patrimonio en movimiento”; nosotros lo definimos como “patrimonio en movimiento”. Cuando nosotros migramos o vamos a otros lugares llevamos nuestras costumbres y las hacemos conocer; cuando vienen los visitantes o turistas por un corto período, uno siempre se interesa porque hablan otro idioma, de dónde vienen, por qué se visten de otra forma, por su cultura, por qué diferente cosa le podemos aportar nosotros. Esa es también la riqueza del turismo; me parece que es la fundamental y en la que todos debemos generar nuestros esfuerzos y tratar de construir para que la sociedad sea más justa y más redistributiva también, porque el turismo acerca esa redistribución a todas las localidades, a toda la gente, a todos nuestros ciudadanos.-

Es importante definir en el turismo la permanente capacitación. No es decir: “yo tengo esta definición turística...” No, me estoy capacitando permanentemente y capacitando en emprendimientos turísticos, en información zonal, en información que otros me pueden brindar, y eso también da esa riqueza del turismo como un elemento para generar transferencia de conocimientos en la cual -para cerrar- debemos ser innovadores, y yo lo llamaría innovadores emocionales. Debemos generar, desde nuestras propuestas, una propuesta innovadora pero emocional, que llegue al corazón del turista, del visitante y de nuestros ciudadanos.-

Muchas gracias.-

(Aplausos).-

MAESTRA DE CEREMONIA.- Antes de tomarnos un receso, vamos a pedirle a la Presidenta de la Comisión de Turismo, Edila Liliana Berna, que nos cuente un poco cómo va a ser la agenda, a qué hora tenemos que retornar...

Así que, adelante, Liliana.-

SEÑORA PRESIDENTA.- Muy bien. Muchísimas gracias al Director de Turismo de Canelones.-

No sé si, antes de ir a un corte, alguno de los presentes quería hacerle alguna consulta; también lo pueden hacer si así lo desean.-  
a.g.b.-

Vamos a ir ahora a un corte para regresar a la hora 14:00, dado que...

SEÑOR MODERADORA.- Hay una pregunta.-

SEÑORA PRESIDENTA.- ¿Hay una pregunta? Muy bien.-

SEÑOR GARCÍA.- Buenos días. Me gustaría preguntar si el Museo del Vino es público o privado.-

SEÑOR SCASSO.- Es absolutamente público y de acceso gratuito. Está conformado por una Comisión de Amigos del Museo del Vino, la Intendencia e INAVI, con quien hay un acuerdo para que su edificio y su administración se transfieran a ese Parque Tecnológico y así formar parte de ese elemento al que yo me refiero como el centro de diferentes arcos concéntricos que van a hacer posible el desarrollo más armónico de este producto.-

Además cuenta con una sala de conferencias, donde se hacen charlas a escolares y donde nosotros, personalmente, damos sensibilización en turismo. Llevamos a las escuelas, a los liceos, articulamos con la UTU, con la Escuela de Enología y con el Centro de Vitivinicultores para explicar -desde el punto de vista productivo, emocional y patrimonial- cuál es la voluntad de ese territorio y también cuál es la riqueza productiva.-

Así que los esperamos. En ese sentido, pueden ver alguna información en un Facebook que se llama "Turismo Canelones" o uno que se llama "Museo de la Uva y del Vino".-

SEÑOR GARCÍA.- Muchísimas gracias.-

SEÑORA PRESIDENTA.- Yo les voy a pedir a quienes participen que digan su nombre y a quién representan, para facilitar el trabajo de los taquígrafos. También le vamos a pedir al Director de Turismo de Canelones si tiene a bien dejarnos el material que él presentó.-

(Asentidos).-

Gracias.-

Me había pedido la palabra el compañero...

SEÑOR GARATEGUY.- Alberto Garateguy, Montevideo. La pregunta iba dirigida en ese mismo sentido. Fue tan vasto y tan general el informe, que queríamos saber la vía para hacernos de ese material, por lo menos para poder contárselo a nuestros colegas en la Junta Departamental.-

Gracias.-

SEÑOR SCASSO.- Queda acá. Además, este Director -algunos lo conocen y otros no- siempre está disponible para invitaciones en distintos órdenes, distintos rangos y distintos grupos, porque también es parte de nuestro trabajo como servidores públicos el difundir este producto y esta cadena productiva que es el turismo.-

SEÑOR GARATEGUY.- Gracias.-

MAESTRA DE CEREMONIA.- Creo que había una pregunta por allá...

SEÑORA PRESIDENTA.- Sí, la compañera Liliana Chevalier, de Colonia.-

SEÑORA CHEVALIER.- En principio quisiera saludar este informe que -compartimos con los compañeros- ha sido totalmente enriquecedor.-

La pregunta es si ya están haciendo mediciones, si tienen retorno numérico del alcance de visitantes que hay en el lugar.-

SEÑOR SCASSO.- Sí, ya tenemos; es en cantidad y en calidad. Hemos recibido muchas visitas de embajadores y muchas visitas de escuelas de enología de otros países, así como también visitas clásicas, como las de las escuelas, liceos y universidades. Nosotros fomentamos esas visitas a través de un grupo de guías que no sólo explican los recorridos sino que también transmiten lo que es el turismo a las escuelas y a los liceos.-

También es un momento propicio para que nos visiten cuando se hacen las festividades. Se inauguró el 14 de diciembre de 2011 y cada vez que hay una fiesta importante en Las Piedras -como fueron los festejos de La Batalla de Las Piedras- los visitantes pueden oscilar entre las 1.000 y 1.500 personas en un día. También vienen embajadores de forma particular, con grupos más restringidos, con los cuales se hace una degustación de vinos y los estudiantes de la Escuela de Enología evacúan las consultas particulares de algunos turistas que tienen un perfil más interesado en lo que es la producción, un perfil más profesional con respecto al tema.-

(a.t).-

Entonces ahí articulamos con la Escuela de Enología, el Centro de Vitivinicultores, INAVI, la Comisión Honoraria de Patrimonio y Turismo, todos esos elementos son los que en realidad ministran ese Museo. La Comisión Honoraria de Patrimonio y quien les habla tratamos de mejorar y de dar una visita de calidad.-

Esa es la otra parte que si después uno pudiera opinar sería interesante; la calidad en el turismo y qué es turismo de calidad, pero no es el tema, así que eso se lo dejo a los que van a venir después.-

Gracias.-

SEÑORA PRESIDENTA.- El compañero Luis.-

SEÑOR GOOGIA.- Gracias, Presidenta.-

Yo le quería solicitar al Director de Turismo, ya que tiene unos minutitos más, si puede dar una breve reseña sobre los emprendimientos que se han proyectado para la costa de Canelones y lo que estuvimos hablando en

Comisión acerca de lo que se está desarrollando con pequeños emprendimientos de granja.-

SEÑOR SCASSO.- Es una pregunta referida a una reunión que tuve con la Comisión de Turismo de la Junta Departamental, en la cual les pregunté si tenían tiempo; estuve como dos horas mostrándoles todo un trabajo que estamos haciendo y, en particular, dos aspectos: lo que es valorizar y poner en valor elementos patrimoniales y culturales de lo que es la zona de sol y playa y el otro elemento, la cadena agroalimentaria, o sea la producción rural, la producción de sus mujeres y de sus hombres y cómo esa producción debe también volcarse al corredor turístico.-

En Canelones tenemos una matriz, si uno mira Norte - Sur, el Sur es el corredor turístico y el Oeste es la logística de la carretera, pero lo que tenemos que lograr es justamente esa articulación y que la producción de nuestras mujeres y hombres se vuelque y se comercialice en el corredor turístico. En eso estamos trabajando, en cada temporada se incorporarán algunos aspectos de ferias o eventos que ya se producen en Atlántida, en particular, donde hay ferias de economía solidaria, también estamos tratando de perfeccionar ferias o hacer catas, acompañar a toda esa producción en un momento en el cual en la zona de costa hay turistas extranjeros y nacionales que están ávidos por conocer y descubrirnos.-

En los aspectos de hortofruticultura y de granja hay dos circuitos, está el sendero de la naturaleza centralizado en la Bodega Filgueira, después un recorrido por lo de la familia Fourcade de la Ruta 62, que son productores de manzanas, de duraznos y de un sinfín de frutas. Entonces está el relato de ese productor que hace años trabaja y transmite en distintas épocas del año cuándo la floración de la planta está en tal situación, enseña a cosechar, transmite qué son los diferentes tipos de duraznos o de manzanas que cosecha, después cómo la señora transforma los higos en glaseados. Todo eso es una evidencia muy importante porque tenemos que saber que no todos nosotros nacimos en el mismo lado, hay mucha gente que vive en Montevideo, en las zonas urbanas, no conoce o no ha tenido tiempo de transferirle a sus hijos la rica experiencia de lo que ellos una vez fueron cuando vivían en el interior, pero el que nació en un conurbano, a veces, no conoce y los niños tampoco.-

Entonces, ver a un niño -en particular, tengo nietos-, ver a nuestros nietos corriendo, conociendo, arrancando y cosechando la fruta en el lugar mismo de producción es una vivencia emocional. Vuelvo a tocar el tema del encuentro de los sentidos, que es el turismo, y en el que debemos hacer fuerte hincapié en esa transferencia.-

No sé si ha quedado claro, porque podríamos hablar un poco más, pero eso ya sería un abuso.-  
cg.-

SEÑORA PRESIDENTA.- Como les decía antes de las preguntas, ahora vamos a hacer un corte. Antes del mismo quiero saludar la presencia de los

representantes del Sector Friendly del Conglomerado de Turismo de Montevideo que, en realidad, ellos van a exponer mañana: Adrián Russo, su Relacionista Público, y la compañera Isabel, empresaria de Montevideo. Ellos vinieron para Maldonado en la noche de ayer y se van a quedar acompañando esta actividad hasta el día de mañana, aunque ellos exponen mañana.-

Así que muchísimas gracias por estar acá y sean bienvenidos a nuestra Casa.-

Como les decía, luego del almuerzo, los invitamos para que vuelvan a las 14:00 horas. Vamos a tratar de ser lo más puntuales posible, compañeros, porque hay empresarios que vienen puntualmente a exponer en horario y que, por tema de agenda de ellos, es el horario que les pudimos arreglar y son exposiciones bien interesantes las que vamos a tener en la tarde.-

A todos muchísimas gracias por estar acá. También a la compañera Cristina Rodríguez, integrante de la Comisión de Turismo, que también la veo por allá.-

Los espero a partir de las 14:00 horas.-

Adriana: muchísimas gracias por estar nuevamente con nosotros; una compañera periodista y una luchadora en materia de turismo acá, en nuestro Departamento, y que siempre está con la buena disposición de colaborar con esta Casa.-

A todos muchísimas gracias y los espero a partir de las 14:00 horas.-

(Aplausos).-

(Siendo la hora 11:26 minutos se pasa a un cuarto intermedio, que es levantado a la hora 14:19 minutos).-  
a.g.b.-

MAESTRA DE CEREMONIA.- Buenas tardes, bienvenidos nuevamente. Hay algunos que todavía están un poquito remolones, ya que no han llegado del almuerzo. Espero que hayan disfrutado un poquito este tiempo para ustedes y tengo para contarles también que si en algún momento, en algún recreo, quieren ver una muestra maravillosa aquí arriba, en el atrio de la Junta, hay una exposición de un grupo de artesanas de aquí, de Maldonado, que se llama "Live Design Punta". Ellas van a estar dentro de unos días exponiendo en la Liga de Fomento, pero aquí hay una muestra que da un adelanto de las maravillas que ellas hacen, realmente fantástico. En algún recreo también es interesante que vayan a verlo.-

En la mañana recorrimos juntos varios temas, todos muy interesantes y ahora estamos muy interesados en ver una nueva exposición; un área del turismo que se va a fortalecer mucho, sabemos que hay inversiones del extranjero que están tratando, justamente, de apoyar el turismo fluvial y el turismo náutico en el Uruguay.-

Ahora le damos la bienvenida a la gente de Soriano, en la persona de la Edila María José Riva, Junta Departamental de Soriano, que va a hablar justamente del "Turismo náutico: un presente con mucho futuro".-

Adelante entonces.-

SEÑORA RIVA.- Buenas tardes.-

Para la Junta de Soriano es un honor estar aquí. Agradecemos la invitación que nos realizó la Junta de Maldonado y empezaremos con nuestra exposición.-

Nuestro primer plan es de turismo náutico. Además de que es un proyecto nuevo que se está implementando en nuestro Departamento, ya que es conocido como agrícola ganadero. Estamos apuntando a un Departamento con un turismo alternativo y diferente, donde tenemos historias, tradiciones arraigadas que nos dejaron los primeros pobladores del país, que fueron los de la localidad Villa Santo Domingo de Soriano. Desde ahí partimos a nuestro Departamento, ya que esta población, dentro de doce años, cumplirá 400 años. Hermosos lugares para visitar.-

En este plan está trabajando el Ministerio de Transporte y Obras Públicas, Intendencia y privados. Se va a hacer una remodelación del Hotel Olivera, monumento histórico nacional, donde se van a hacer mejoras y una vista panorámica hacia el río.-  
g.t.d

(Se proyectan fotografías).-

Esa foto muestra cómo está ahora el muelle de Villa Santo Domingo de Soriano, el que va a tener una remodelación, con un proyecto en donde se van a invertir aproximadamente U\$S 2:000.000, donde también entra el edificio que se ve atrás, que es el ex Hotel Olivera, el que va a ser reflotado.-

Ahí tenemos un mapa -que después lo van a entender- de un recorrido que se llama "En el Catamarán Soriano I", que sería la primera etapa del turismo náutico.-

Uno de los objetivos de esto es recuperar el edificio antiguo del Hotel Olivera -de valor patrimonial- y parte del predio en el que se ubica para instalar la primera Estación Fluvial del Uruguay. Los objetivos de esta intervención son: revitalizar el espacio ribereño como soporte de actividades físicas, turísticas, recreativas y deportivas; generar un punto estratégico donde el visitante interactúe con el río y canalice las actividades turísticas que en su entorno se puedan desarrollar; ser un punto de encuentro entre turistas y residentes, donde el río será el principal escenario de experiencia turística; brindar un contexto físico adecuado al desarrollo empresarial, vinculado al turismo náutico; estimular al emprendimiento turístico en Villa Soriano.-

El Hotel va a contar con una Oficina de Información Turística, Oficinas de Aduanas y Prefectura -porque ahí es donde ha estado ubicada la División de Prefectura y Aduanas-, una cafetería, aulas polivalentes, baños públicos, y también una parte va a pertenecer a la Dirección de Hidrografía.-

Los resultados esperados de este proyecto son: recuperación del Hotel -como ya dije-; recuperación del entorno del edificio -el que está bastante venido abajo, pero ya están en una parte bastante avanzada del proyecto-; aumento de navegantes en la localidad -en la temporada de verano nos visitaron más de 300 embarcaciones en ese muelle-; una reactivación de la Comisión Local de Turismo -que no está funcionando en este momento, entonces se le va a dar un empuje a través de eso-; la incorporación del personal de Hidrografía -porque solamente está el de Prefectura y Aduanas-; y brindar una mayor calidad turística, tanto al pueblo como al turista.-  
(m.r.c).-

Acá van a ver algunas fotos del Departamento. Esas son de la Fiesta Nacional de la Primavera, en la ciudad de Dolores, que se realiza en el mes de octubre por parte de centros educativos -Liceo N° 1, "Roberto Taruselli", Liceo N° 2, "Juan Bautista Herrero", y la UTU-, donde jóvenes y padres se unen para hacer un trabajo de artesanos maravilloso, donde nos acompañan unos 40.000 visitantes en dos días. Este año la fiesta cumpliría 52 años.-

También tenemos una fiesta parecida en Cardona, el Rendez Vous, que cumple 47 años.-

Después tenemos el Catamarán "Soriano I", importante inversión público-privada, que en 15 meses de funcionamiento ha transportado casi 11.500 pasajeros, gran porcentaje de ellos turistas que han venido de diversos puntos del país y del exterior. Navegó 945 horas, realizando unos 318 viajes. Tiene capacidad para 45 pasajeros y normalmente cuenta con 5 tripulantes. Incluye una guía turística que apoya con su relato las hermosuras del paisaje que los pasajeros pueden ver por los ríos Negro, Uruguay y San Salvador. En los viajes a la Villa Santo Domingo de Soriano los pasajeros bajan en puerto, recorren con un guía local la ciudad y generalmente almuerzan en el restaurante del lugar.-

Esto ha creado en ese pueblo un impacto muy importante, ya que en estos meses de temporada de verano se calcula que en ese restaurante se vendieron más de 1.000 platos. Imagínense que la población cuenta con 1.100 habitantes, más o menos.-

Además, tenemos un hermanamiento con la ciudad de San Fernando, en Buenos Aires.-

También en un video que vamos a pasar luego mostraremos el Festival Náutico -Power Boat y Jet Ski- en el Río Negro, y en el río San Salvador la Exponáutica.-

Tenemos eventos para la bajada del río San Salvador en canoa, la travesía Mercedes-Palmar -también en canoa- y además, hace unos meses organizamos el Sudamericano de Remo Master, que fue impresionante, no dábamos abasto, colmó nuestras expectativas, ya que fue mucha la concurrencia de gente del exterior.-

En Palmar tenemos la pesca -se pesca muy bien- y es un centro de eventos relacionados con el río.-

Además tenemos el Festival y Marcha del Grito de Asencio, que se realiza en el mes de febrero -26, 27 y 28-, la Fiesta del Caballo en el mes de marzo en la ciudad de Dolores, la Revancha del Prado en Cardona, y el 1º de mayo en Palmitas.-

También en Semana Santa contamos con la Expo Deportes y la Maratón de 10 kilómetros, actividades en el Parque Mauá, donde nos acompaña un gran número de público, y con el "Jazz a la calle", la segunda semana del mes de enero, donde nos acompañan bandas de Paraguay, Chile, Brasil, Méjico, Bolivia y Estados Unidos, en donde aproximadamente asisten 2.500 personas por noche durante 9 días.-

Además, estamos trabajando la parte legislativa y ejecutiva con los empresarios de Soriano, se contrató una consultora para identificar los puntos débiles y los más fuertes que tiene el Departamento y se creó una Página Web: [www.visitesoriano.com](http://www.visitesoriano.com).-

k.f

Ahí se hicieron promociones de los lugares que tiene Soriano -se hizo un paquete-, que fueron vendidas por un link y tuvieron muy buena recepción de parte de los que ingresaron por Internet a esa página. Además a esa página se le ha ido agregando información de cómo llegar, cuántos kilómetros queda de distintas partes del exterior a Uruguay, las líneas de acceso.-

El año pasado se participó por primera vez en la Feria Internacional de Turismo en la ciudad de Buenos Aires, nuestro Departamento tuvo su stand y fue muy bien visto. Llamó mucho la atención el tema del Río.-

Hace poco tuvimos la visita del Presidente Consorcio del Puerto de San Pedro de la Provincia de Buenos Aires y quieren hacer un hermanamiento con Soriano por el tema de que ellos también dan a un río y ver cómo logramos el hermanamiento.-

Después tenemos uno en la parte Jurídica de la Intendencia con Valparaíso, para intercambio de información, de turistas, cultural, universitario, que se está estudiando y se calcula que dentro de un mes, mes y medio se esté firmando.-

Por el momento nos estamos dedicando a mejorar el tema del catamarán, que es una de las vedettes que seguimos teniendo en nuestro Departamento, y lograr que este proyecto del Puerto de Villa Soriano funcione.

El Ministerio le está poniendo muchas ganas y también la Intendencia. Esta sería nuestra propuesta del turismo en Soriano.-

Voy a pasar un video.-

(Se proyecta video).-

g.t.d

Eso es Palmar, el Encuentro de Escultores, que se puede visitar y ver cómo trabajan y van colocando sus piezas en un Centro que hay para que ellos expongan.-

Ese es el Polideportivo: con dicha inversión se ha encontrado que nuestra capacidad hotelera se ha visto colmada, teniendo que recurrir a los Departamentos vecinos principalmente por el tema del alojamiento, que es donde nos quedamos más cortos porque no damos abasto con las categorías. Las categorías van desde las motos -que las están viendo en este momento-, ciclismo, karting y categorías argentinas.-

Esa es la Marcha del Grito de Asencio, que se hace en el mes de febrero, donde más o menos se calcula que desfilaron unos ochocientos caballos. Se hace un recorrido de unos 70 kilómetros a caballo en dos días.-

Esa es la Fiesta de la Primavera en la ciudad de Dolores, donde van a ver algunas imágenes de los chiquilines con su trabajo. Imagínense que trabajan jóvenes que van desde los 11 hasta los 18 años. Es la fiesta más esperada por ellos todos los años.-

La Semana de la Recreación en Mercedes; esa es la maratón de los 10 kilómetros, donde se puede ver en las imágenes que es muy concurrida.-

Ese es el Parque Mauá, donde hay actividades musicales y tiene también la parte del zoológico.-

(Se continúa con la reproducción del video).-

Esta es la presentación de Soriano. Nos sentimos orgullosos de nuestro Departamento, él ha ido creciendo. Esperamos que siga así, encontrando nuestras fortalezas y haciéndole sentir a la persona que nos visita que es un soriano más.-

Se espera también que las inversiones que se sigan realizando en Soriano continúen trayendo turistas, porque en cada fiesta o en cada evento que se lleva a cabo estamos hablando de 40.000 ó 50.000 personas.-  
(m.r.c).-

Y muchas de ellas superan los dos días de estadía.-

La Comisión de Turismo de Soriano ha estado trabajando muy bien en ese aspecto con el Director de Turismo, con la parte ejecutiva, con la que

tenemos un buen relacionamiento y a la que podemos aportar nuestros datos y también dárselos a los empresarios. Eso nos ha llevado a formar un grupo que se está solidificando cada vez más y los empresarios se están acercando, porque primero estaban con un poco de miedo de ver qué pasaba -el comerciante o el empresario siempre tienen miedo de qué se les va a pedir-, aunque nosotros estábamos más para ofrecerles qué soluciones o qué mano les podíamos dar. El grupo empezó con unos diez y ahora van más o menos unos quince empresarios que se están reuniendo, de distintas áreas: hotelería, restaurantes, servicios...

Así que ese es nuestro aporte. Espero que les haya gustado y, si hay alguien con alguna consulta, estoy a las órdenes.-

(Aplausos).-

SEÑORA PRESIDENTA.- Lo que le vamos a pedir a María José es si nos puede proporcionar el material para aquellos compañeros que de repente lo quieran llevar a sus localidades y también para que quede en esta Junta Departamental.-

MAESTRA DE CEREMONIA.- Aquí tenemos una pregunta.-

SEÑOR ACOSTA.- Soy Idris Acosta, Edil de Treinta y Tres.-

Como ustedes sabrán, en nuestro Departamento se realiza una regata que tiene categoría internacional, que va desde Treinta y Tres hasta La Charqueada. Son tres jornadas, aunque se ha acortado un poco, algunas veces por las condiciones normales del río y otras veces por transformación. Es una regata que empezó con embarcaciones criollas y que hoy está utilizando toda la tecnología.-

Nosotros no la consideramos en sus inicios como un producto turístico. Evidentemente, a la luz de todo lo que se está hablando, todo lo que estamos aprendiendo en este Taller, así como en otras instancias que hemos compartido y en reconocimiento de palabras que ya fueron dichas acá, hay cosas que por obvias no las vemos.-

Nosotros tenemos, conjuntamente con eso, una serie de cosas que están ligadas íntimamente al tema de navegación. Somos la otra hidrovía que tiene el país. Una es la que tenemos en el litoral, por el río Uruguay y sus afluentes, y la otra la que tenemos con Brasil a través de la Laguna Merín.-

Nos interesa puntualmente -no queremos dar la lata como decimos nosotros- saber por parte de la informante -que tan gustosa y ampliamente nos ha informado de sus tareas- qué cooperación tienen en lo nacional y, fundamentalmente, si lo que se hace en Soriano trasciende en Argentina. Porque nosotros tenemos una parte del río Cebollatí que ha sido estudiada y calificada como una de las mejores pistas motonáuticas naturales que tiene el país, por temperatura del agua, por velocidad de las corrientes, por el espejo de agua del canal y por otros elementos que en este momento no recuerdo, y

es muy probable que también ahí, obviamente, no estemos utilizando una muy buena herramienta.-

Nos interesa saber de qué forma Argentina, puntualmente, se interesa en lo que ustedes hacen y, por supuesto, damos por descontada la colaboración de nuestros coterráneos -compañeros, en este caso y en este Período, esperamos que sigamos siendo los mismos en el próximo- para aunar esfuerzos y conocimientos para hacer que el país sea uno solo, con el esfuerzo de todos.-

(k.f.)

SEÑORA RIVA.- Nosotros hemos estado participando de ferias y encuentros que se han hecho en Buenos Aires. Además hemos estado haciendo estudios sobre el tema de la navegabilidad. Sabemos que entre la ciudad de Mercedes y Buenos Aires hay más de 80.000 embarcaciones deportivas, entonces estábamos manejando que si nada más que un 10% de eso llega a Uruguay y de ese 10%, que son 8.000, le pedimos un 10% para esta zona -vamos a decir zona litoral- no daríamos abasto, entonces estamos mandando información a Buenos Aires, a San Fernando, ahora a San Pedro, por el tema de que ellos tampoco dan abasto con sus puertos y los navegantes quieren salir a recorrer, entonces nos piden información y se la mandamos o vamos a los lugares, como los clubes náuticos, a llevar información de lo que es Soriano -esa es nuestra promoción a nivel de eso- y ahí empezamos a hacer los contactos e invitarlos a que conozcan Soriano, hacer promociones, paquetes para ellos cuando nos visitan y tratar de darles lo mejor. No sé si contesta su pregunta.-

Nosotros nos manejamos dando el puntapié inicial de llevar la información, de que se le entregue a cada navegante de cada club náutico, y así empezamos la promoción, de a poquito, así se ha ido haciendo, no queremos abarcar mucho porque sabemos que nuestro Departamento todavía no está preparado para una capacidad tan grande de navegantes -porque voy a ser sincera, no estamos preparados, estamos en un inicio bueno-, pero estamos pensando en lugares para empezar a ampliar, para que cuando lleguen los turistas y les tengamos que decir: "Bueno, señores, miren que puede recorrer otros Departamentos u otras zonas de ríos, puede pasear, puede ingresar con su bote". Darle esa información, a nosotros no nos costaría nada.-

Eso es lo que estamos evaluando en este momento y por eso es que estamos haciendo las mejoras en el muelle de Villa Soriano, que solamente puede amarrar a treinta botes. Y estamos hablando de que en un período de menos de tres meses pasaron más de trescientos por un muelle solo y nos falta hablar del muelle de Río San Salvador y del muelle de Mercedes, con los que capaz que se superen los mil entre los tres muelles.-

SEÑOR ACOSTA.- Muchas gracias por su información.-

SEÑORA RIVA.- De nada.-

SEÑOR ACOSTA.- Evidentemente que se hace la consideración de la utilización del muelle, pero acá también se dijo de la capacidad de camas, de recepción. El medio tiene una capacidad de carga que no puede ser sobrepasada, ya que el turismo está encadenado a un desarrollo que tiene que verse en su total globalidad.-

Muchas gracias.-

SEÑORA RIVA.- Seguro, por eso también compartimos muchas veces como con el Polideportivo, que nos vemos superados en la cantidad de visitantes. Entonces, pedimos auxilio al Departamento de Río Negro o de Colonia que son, en el momento, los que tenemos más cerca, porque no sólo es la capacidad hotelera de Soriano, también son las casas para alquilar, y lo que podamos alquilar no nos da y entonces recurrimos a los Departamentos vecinos que también se ven beneficiados en ese aspecto. Tratamos de hacer una región en la que podamos ayudarnos todos, ayudarnos entre vecinos por el momento, capaz que también se puede extender a todo el país.-

MAESTRA DE CEREMONIA.- ¿Tenemos alguna pregunta por allí también?

SEÑORA PRESIDENTE.- Le iba a pedir a alguno de los Secretarios por favor, ahora que terminamos de usar la pantalla si podemos aumentar la luz, porque está muy tenue.-

Gracias.-

SEÑOR ALBISU.- Buenas tardes.-

Mi nombre es Manuel Albisu, Junta Departamental de Salto.-  
(m.g.g.).-

Es interesante lo que planteaba la colega, conozco Soriano en su totalidad y, en cuanto a Salto, creo que estamos algún tiempo atrasados.-

Concretamente, pocas preguntas. ¿Qué rol -más allá del informativo que tú decías- cumple la Intendencia con respecto a todas estas iniciativas? Es decir, ¿pone dinero, apoya? El caso que tú hablabas del turismo aventura, la travesía que se da entre Palmar y Mercedes, los 90 kilómetros. Generalmente, si mal no recuerdo, la organiza el Club Remeros.-

Digo, más allá de lo informativo, lo organizativo, qué papel cumple la Intendencia junto con este grupo de empresarios, estos quince empresarios, junto a los privados, al Ministerio de Transporte y Obras Públicas y a la Dirección de Hidrografía.-

¿Qué apoyo -aparte del informativo- brinda la Intendencia de Soriano?

Gracias.-

SEÑORA RIVA.- Tu pregunta es fácil: está poniendo dinero. En el muelle de Villa Soriano y la recuperación del Hotel Olivera está poniendo dinero.-

SEÑOR ALBISU.- Segunda pregunta, entonces: ¿la Intendencia tiene presupuestado algo para este rubro?

SEÑORA RIVA.- Sí.-

SEÑOR ALBISU.- El catamarán que tú decías... Yo acá vengo para preguntar y para escucharte.-

El catamarán que tú decías, hecho en Soriano, ¿es una inversión público-privada, la Intendencia puso dinero?

SEÑORA RIVA.- Sí.-

SEÑOR ALBISU.- ¿Puedo saber cuánto? Más o menos, números redondos.-

SEÑORA RIVA.- Habrá puesto unos U\$S 100.000 más o menos, o un poco más.-

SEÑOR ALBISU.- Claro, todas estas preguntas eran básicamente para aprender, porque nosotros tenemos un gran potencial que no lo hemos aprovechado hasta ahora.-

SEÑORA RIVA.- Seguro. Además te cuento que los privados pusieron otro tanto parecido a lo de la Intendencia o un poco más. Por eso es una inversión público-privada. Y del muelle de Villa Soriano todavía no sé bien los números redondos, pero sé que hay una parte en la que va a hacer la inversión la Intendencia.-

Por ejemplo, la Marcha de Asencio, que son como unos setenta kilómetros a caballo, eso lo hace la Intendencia, lo “banca” la Intendencia.-

También la parte de los escultores en Palmar -eso del video- lo financia la Intendencia, la Dirección de Turismo.-

En el Carnaval en Soriano -que no hay imágenes-, y en el “Jazz a la calle”, la Intendencia cubre los gastos. En el Carnaval se maneja más la Dirección de Cultura en ese aspecto. El Power Boat lo ha estado manteniendo la Intendencia, trae las categorías acá.-

El Polideportivo se dio en comodato a una empresa para que se encargara de hacer las carreras de cualquier categoría y es una inversión también Intendencia-Ministerio de Transporte y Obras Públicas.-

(Dialogados).-

SEÑORA REGULES.- Mi nombre es Cecilia Regules, tengo una agencia de viajes, pero vengo hoy acompañando a SUTUR, la Sociedad Uruguaya de Turismo Rural.-

Me interesaría saber si ustedes tienen un almanaque que nos pudieran armar con las fechas fijas de todas las fiestas.-

SEÑORA RIVA.- Están ahí los meses en que hay actividades...

SEÑORA REGULES.- Pero ¿son fechas fijas?

SEÑORA RIVA.- Sí, muchas de ellas son fechas fijas: enero, febrero, marzo...

Por ejemplo, en enero está el "Jazz a la Calle", que es la segunda semana -este año fue del 7 al 15 más o menos, tengo que mirar la fecha exacta para decirte la del próximo año.-

En febrero, la Marcha de Asencio es 26, 27 y 28 de febrero.-  
(g.t.d)

En marzo...

SEÑORA REGULES.- O sea, ¿siempre es en esa fecha?

SEÑORA RIVA.- Siempre son esas fechas. Y el segundo fin de semana de marzo es la Fiesta del Caballo en Dolores.-

Después, no me acuerdo que...

SEÑORA REGULES.- Disculpa por haber preguntado algo que estaba acá...

SEÑORA RIVA.- No, no hay ningún problema, estoy para informarles.-

SEÑORA REGULES.- Y otra pregunta muy cortita...

SEÑORA RIVA.- También tenemos en marzo -que me faltaba- la Expoactiva...

SEÑORA REGULES.- ¿Dónde está el gliptodonte que aparece en la fotos?

SEÑORA RIVA.- Está en el Museo Alejandro Berro, que queda en el Parque Mauá, a cuatro o cinco kilómetros del Centro de Mercedes. Ahí también se encuentra una bodega, que es municipal.-

SEÑORA REGULES.- Quería felicitarte porque hace muy poco que estuve por Soriano y quedé impactada al ver cómo funciona ese Departamento a nivel de turismo -la verdad es que quedé impresionada- y con todo lo del catamarán. Los felicito por cómo está.-

SEÑORA RIVA.- Muchas gracias.-

El gliptodonte fue encontrado cerca de la zona de Palmar y está completo; le falta una pieza nada más, pero el caparazón está completo. La encontró un niño de unos diez años jugando en las orillas del río, cuando había una bajante.-

MAESTRA DE CEREMONIA.- ¿Alguna pregunta más?

Agradecemos mucho, entonces, a María José Rivas, ya que fue más que esclarecedora su presentación.-

Aprovechamos también este pequeño recreo para darle la bienvenida y saludar muy especialmente al Subdirector de Turismo de Maldonado - Arquitecto Álvaro Bertoni-, quien llegó acompañado de una delegación de autoridades de distintos puntos. En este caso, Raúl Rocha -Secretario de Turismo de Porto Alegre-, Ronaldo García -Secretario Adjunto de Porto Alegre-, la señora Mayki Gorosito -Secretaria Ejecutiva de Mercociudades-, Juan Velázquez -de la Municipalidad de Uros Chulluni, Perú- y Mariana Milani -Secretaria de Turismo del Estado de Rio Grande do Sul.-

Bienvenidos todos ellos y gracias por participar de este Encuentro de Turismo.-

Continuamos con nuestra programación, ¿le parece, Presidenta?

(Asentidos).-

SEÑORA PRESIDENTA.- Era para darle la bienvenida a la delegación que llegaba recién, y nuevamente queremos darles las gracias al Director General de Turismo de la Intendencia de Maldonado, y a todos los compañeros que se han ido sumando, por estar acá en esta segunda parte de la jornada.-

Vamos a seguir con nuestro próximo expositor.-

MAESTRA DE CEREMONIA.- La próxima **exposición** es sobre un tema que nos tiene a todos muy interesados. “**Más allá de la calidad en turismo rural**” se va a llamar esta presentación y está a cargo del **Doctor Luis Del Baglivi**. Él es el responsable o titular de la Estancia Renacimiento en el Departamento de Canelones y viene en representación de la Sociedad Uruguaya de Turismo Rural o SUTUR.-

Les cuento que el Doctor Del Baglivi es Veterinario, egresado de la UdelaR, modeló su formación en Reino Unido, dedicó años a la investigación científica, es empresario en varios ramos, en grandes y en pequeñas empresas, es ex productor rural y ahora está dedicado de lleno al turismo rural; titular, por supuesto, de la Estancia El Renacimiento.-

Así que le damos la bienvenida y le cedemos la palabra.-

(Aplausos).-

**SEÑOR DEL BAGLIVI.-** Gracias.-

Les agradezco la invitación en nombre de SUTUR a las autoridades, los felicito por la inquietud de crear nuevas oportunidades turísticas, y me comprometo -ya que venimos de comer- a tratar de no aburrirlos.-

(Hilaridad).-

Vamos a comenzar con el tema.-  
(m.r.c).-

Perdón, porque es un Windows diferente...

(Dialogados).-

Antes del inicio de la charla específicamente, quiero mostrarles tres diapositivas para darles un ejemplo de lo que puede llegar a ser el turismo rural, la potencialidad que tiene.-

Esta foto que ustedes ven acá fue sacada hace dos años en un viaje que hicimos para aprender lo que era el turismo rural en una zona de Estados Unidos que está en medio del campo: Lancaster, Pennsylvania.-

Esto que ven acá se ve por todos lados, por la calle, lo que llaman “buggy rides”, los sulkys, paseando a los turistas.-

Estas son las características de Lancaster. Para que tengan una idea, tiene la superficie de Canelones, la población de Canelones y recibe entre 12:000.000 y 14:000.000 de turistas prácticamente en siete meses del año, porque en los otros meses la temperatura es inhóspita.-

Y no hacen nada raro para conseguir esto, simplemente sentido común aplicado.-

Esta es otra foto para que ustedes vean que el turismo allí se desarrolla en medio del campo, allí no existe ciudad. Sale del shopping y se choca con la alfalfa; sale de otro lado y se choca con las vacas. O sea, dentro de un shopping se siente el olor a silo; es en el medio del campo. Los Bancos están en el medio del campo, el shopping está en el medio del campo y los turistas están en el medio del campo.-

Esto es una idea de lo que es la potencialidad del turismo rural; es un ejemplo simplemente, a título ilustrativo, para que ustedes vean qué es lo que se puede lograr con el turismo rural.-

Ahora pasamos directamente a la presentación.-

El tema es “Más allá de la calidad en turismo rural” y vamos a explicar el porqué. Yo sé que esto va a ser polémico, pero, justamente, uno de los

objetivos de esta charla es crear una polémica sobre el tema, si no no tendría sentido.-

¿Cuál es el propósito? Promover la discusión sobre nuevas formas de desarrollar el turismo rural, romper los esquemas clásicos...

Así como acá la Junta está promoviendo formas nuevas, alternativas, bueno, en el turismo rural también promovemos lo mismo.-

No quiero extenderme, quizás voy muy rápido y no soy muy claro, pero cualquier cosa, si a alguien no le queda claro, levanta la mano y desacelero un poco.-

Entonces, primera cosa: yo voy a hablar con el corazón, diciendo todo lo que creo que se debe decir, así le caiga mal a algunos y le caiga bien a otros o viceversa. Y la misma sinceridad se la pido a ustedes para conmigo, porque yo no soy el dueño de la verdad. Entonces, si a ustedes les parece que estoy diciendo cosas que no son acertadas, díganme: "Mire, señor, usted está equivocado por esto, por esto y por lo otro", porque este es el motivo de la charla, la discusión de ideas. Les reitero, voy a hablar con el corazón y decir no sólo lo que pienso, sino lo que he vivido en mis cuarenta años de empresario y veinte años de empresario del turismo rural.-

¿Para qué ponemos este esquema acá? Acá hablamos de anclajes. Decimos: anclaje viejo -el que está en color plata- y anclaje nuevo -en rojo. ¿Qué queremos decir con esto? Que normalmente todos los individuos, cuando razonamos, lo hacemos atados a determinadas creencias o suposiciones, y lo hacemos en forma inconsciente, es toda una rutina que trabaja en forma subconsciente, que es la que nos lleva a tomar ese tipo de decisiones.-

Tan es así que recientes estudios de Harvard han demostrado que los propios médicos en Estados Unidos se manejan con rutinas subconscientes, sin hacer caso a la evidencia científica más reciente. O sea que no es que esto le pasa a dos o tres personas en el mundo, nos pasa a todos, me incluyo, nos pasa a todos. Entonces, acá lo que vamos a tratar de hacer es romper viejos anclajes, los que ya no tienen más valor, y sujetarnos a nuevos anclajes, a nuevas formas de pensar.-

¿Cuáles son los viejos anclajes? Las ideologías, yo pienso tal cosa porque soy de tal ideología. Bueno, olvidémosnos de eso, borrémoslo, eso no puede existir. En los negocios la ideología no existe, lo único que existe en los negocios es la registradora, que marque la registradora; cuanto más suena, mejor. Porque si suena la registradora todos van a estar bien: el empleado, el comerciante, el país, todo el mundo.-

(k.f.)

Eliminar aquello de tener en cuenta experiencias sin valor estadístico, es decir: "¡ah, mi experiencia o la experiencia de Fulano de Tal!" Si las experiencias no son bien analizadas, bien evaluadas, son un contrapeso, son un mal anclaje, dejémoslas de lado. Otro anclaje que debemos desarrollar: lo

que dice la gente, hacer caso a lo que dijo "Fulano" porque "Fulano" es influyente ¡Él sabe mucho! ¡Él es reconocido!" Craso error, craso error. Otra cosa a descartar.-

Y por último, y lo quiero poner con énfasis porque se da mucho en nuestro país, es dejarse encandilar por expertos de la calidad. Para cualquier cosa "llamemos al experto", "¡llamemos al experto!" Y no hay nada más fácil en el mundo y menos comprometedor que ser un experto. "Vengo, te doy la receta y si te sale mal es culpa tuya, si sale bien es culpa mía". Y te salga mal o te salga bien siempre te voy a cobrar. Entonces, olvidémonos de eso, el experto no existe, nosotros tenemos que ser los expertos basados en las experiencias de la vida real.-

Entonces, ¿cuáles son los nuevos anclajes? Tenemos que dejar aquellos de lado, y ¿a cuáles nos tenemos que sujetar? A estos que se mencionan aquí.-

Primero, apuntemos a ser líderes y no seguidores. ¿Qué quiero decir con esto? Nosotros tenemos una dependencia intelectual del mundo desarrollado abrumadora -abrumadora-, para lo que sea: para las enfermedades en los humanos, para las enfermedades en los animales, para lo que vamos a hacer en el turismo, para lo que vamos a hacer en el tema de las energías, para todo dependemos del mundo desarrollado y ya lo hemos incorporado, y yo creo que en esto, si tenemos la capacidad, podemos ser líderes. En lugar de copiar podemos innovar, podemos ser mejores que ellos -este es un tema que nos tenemos que poner en la cabeza- y olvidarnos de los expertos y no decir: "tenemos que llamar al experto que viene de tal lugar"; olvidémonos de esto, los expertos no van a resolver nada, los uruguayos somos los únicos que podemos resolver nuestros problemas.-

Y esto que puede ser polémico, al que esté en desacuerdo le digo de tomar un café y discutimos, charlamos, porque de esto le daré millones de ejemplos, porque desde que tengo 25 años he trabajado con expertos internacionales y ninguno aportó nada, todos le costaron al país, ¡todos le costaron mucha plata!

(Aplausos).-

Segundo, siempre considere la relación costo beneficio de cualquier acción. Es decir, hay que buscar la productividad, si voy a hacer tal cosa debo pensar ¿cuánto me cuesta? ¿Cuánto voy a sacar? Esto es un tema que tenemos que poner en nuestra frente. El uruguayo de por sí habla las cosas con cierto lirismo y nunca pone la relación costo beneficio y después dice: "No, no me fue bien, esto podría haber sido de otra manera". No, acá, nosotros, como cultura, no estamos preparados para hacer una relación costo beneficio de cada una de las acciones que tomamos. Hablamos de que hay que hacer mil cosas, pero nunca estudiamos relación costo beneficio. Un nuevo anclaje que debemos adoptar.-

Tercer punto: sospechar de toda idea fenomenal o término nuevo. El conocimiento raramente es generado por genios y generalmente se construye lentamente. Este es otro fenómeno general que se da en Uruguay y en muchos países: "voy al congreso a escuchar a un 'Fulano de Tal' que trae la 'sellada'. Saca la figurita sellada, la pone arriba de la mesa y nos develó toda la verdad. Eso no existe, es mentira, el conocimiento se construye lentamente - lentamente-, y yo, para su tranquilidad, les digo que no traigo ninguna idea fenomenal, si no estaría mintiendo, simplemente traigo sentido común ordenado.-

Cuarto punto: basemos nuestras decisiones en evidencias de la vida real, en lo que nosotros vivimos, en lo que nosotros vemos.-

Y un quinto punto -que lo tenemos que tener en cuenta- es que, sin investigación, no hay crecimiento sostenido; sin investigación no hay crecimiento sostenido y en Uruguay la investigación es muy escasa y cuando existe es teórica y alejada de la realidad. También se lo puedo decir por experiencia propia, porque he trabajado muchos años en investigación y tengo contacto con gente que está haciendo investigación.-

Entonces, acá vamos a un tema que es polémico y decimos, ¿qué es la calidad? Porque este es un tema que aparece en todas las conversaciones, y yo digo lo siguiente: la calidad es un conjunto de normas que uniformizan o estandarizan. Segundo: es una estampilla de prestigio que en algunos casos abre mercados. Si yo tengo una Norma ISO, una estampilla, en algunos mercados voy a entrar. Tercero, en muchos casos puede convertirse en una barrera no arancelaria, si yo no tengo esa estampilla en algunos mercados no me van a dejar entrar.-

(m.g.g)

Otro punto es que las empresas grandes hacen desaparecer a las chicas; es una estrategia de las empresas grandes. Hagamos que se dicten determinadas normas de calidad que sólo las podemos cumplir nosotros y los chicos, y como no las puedan cumplir, queden fuera de circulación. Esto es así, no tiene otra vuelta.-

Quinto punto: ¿qué es la calidad? Es un negocio, como vender cualquier otra cosa, como vender Coca Cola, como vender un vaso, como vender platos, es un negocio. La gente quiere vender su servicio de calidad así no sirva para nada.-

Y ¿qué les digo al final? Que es muchas cosas menos sinónimo de satisfacción.-

Pero, antes de seguir, quiero decirles que no estoy en contra de la calidad; estoy en contra de la calidad aplicada al turismo rural, que son dos cosas diferentes.-

Entonces, ¿cómo se utiliza el concepto calidad? Aparece en todas las reuniones como una cosa casi mágica que resuelve todos los problemas. Se

dice: "hay que tener calidad, hay que tener en cuenta los conceptos de calidad", como si eso resolviera todo. Eso no resuelve nada en turismo rural.-

Segundo, cuando uno se encuentra con un estudiante de Turismo, lo primero que le pregunta es ¿cuáles son las normas de calidad que usted aplica? Craso error, craso error.-

Tercero, en pos de la calidad se cometen gravísimos errores y yo se los voy a demostrar ahora.-

Cuarto, el Plan Nacional de Turismo 2020 señala la necesidad de aplicar planes de calidad. Está muy bien, estamos de acuerdo.-

Y en la Ley que se está gestando se habla de la calidad con un énfasis exacerbado, diría yo, y nosotros en ese sentido hemos hecho una documentación escrita argumentando en contra de su aplicación en turismo rural y por qué estamos en contra. O sea que también pueden tener acceso a todos los comentarios que tenemos en ese sentido.-

Entonces, para ser más claro, yo pongo el lastre de la calidad. ¿Por qué digo que la calidad es un lastre en turismo rural? Y acá les voy a poner un ejemplo, una vivencia. En medio del campo un día una señora dice que le apareció una ranita, en una teterita, y fue al Ministerio de Turismo e hizo la denuncia y este, en pos de la calidad, mandó a tres empleados a hacer la inspección, hicieron un expediente, la multa, y pito y flauta y flauta... Y yo me pregunto: ¿dónde vive la ranita? ¿No vive en el campo? ¿Dónde viven las víboras? ¿Dónde hay más moscas? ¿Dónde están los chivos? ¿Dónde están las ovejas? ¿Dónde está el olor a caca? ¿En el campo? Bueno, es parte del campo, es lo que va a vivir la gente.-

Entonces, como se quiso aplicar mal, mal aplicado el concepto de calidad, ahí tienen una prueba de que un operador se vio sometido a un sinnúmero de presiones por la incorrecta aplicación de los conceptos de calidad.-

Para entrar ya en tema, analicemos una visión panorámica del turismo rural. Acá tienen frutas; ¿las frutas qué significan? Las diversas ofertas; diferentes tipos de frutas, diferentes ofertas del turismo rural, los diferentes públicos del turismo rural y las normas ISO -como un ejemplo, hay otros tipos de normas- y, a la derecha, un sellito de las oficinas reguladoras, que quieren imponer normas estrictas sobre la calidad.-

Esa es la visión panorámica: diversidad de ofertas, diversidad de público, normas que estandarizan, organismos reguladores que le quieren poner el sello. Esa es la visión panorámica.-

Acá tenemos una diapositiva que muestra la variabilidad de clientes; unos buscan la aventura, otros la pesca, otros el confort, infinidad de ofertas... El turismo rural es muy rico; justamente su riqueza radica en su variabilidad.-

Para ser más claros, acá ponemos dos fotos y hacemos una pregunta: ¿dónde hay más calidad, en esa foto muy lujosa que tiene la televisión o en la que está al lado de la cañada? ¿Dónde hay más calidad? Para algunos en la cañada, para otros en donde está la habitación lujosa. ¿Entienden? Ese es el tema.-

Otro ejemplo. ¿Dónde hay más calidad, comiendo donde están estos platos, con este mantel, o comiendo acá abajo, en el monte? ¿Dónde les parece que hay más calidad? Depende del gusto, es clarísimo; de esto podemos poner innumerables ejemplos.-

Ahora bien, la gran interrogante: ¿cómo se conjuga la variabilidad de la oferta y la demanda con la aspiración de brindar mejor servicio en base a normas que uniformizan? O sea, variabilidad de oferta, variabilidad de demanda... Entonces, ¿cómo hago si tengo normas que uniformizan? ¿Cómo funciona el tema? ¿Es posible?

Les hago una pregunta: ¿es posible que todos usemos zapatos N° 40?  
g.t.d

Si yo le doy a ella un zapato N° 40, ¿le va a quedar igual que a mí? No, no: la variabilidad no se mata con una receta. Entonces, si no es posible, ¿cuál es la respuesta frente a esta interrogante? Por supuesto que la calidad ya vemos que no es, porque uniformiza lo que no es uniformizable. Entonces, ¿cuál es la respuesta?

Acá, con las diapositivas, tratamos de aplicar una respuesta. Dice: “Para una solución, los invito a razonar bajo un marco intelectual diferente al tradicional”. Por un lado tenemos la “calidad” y, por otro, lo que es nuestra propuesta, que es lo que llamamos la “satisfacción” del cliente, y es por eso que decimos “más allá de la calidad”.-

Primer punto. En la calidad, “con normas de calidad se repite lo hecho por otros”. ¿Qué quiere decir? Se establecieron las normas, yo cumplo con mis normas, y con todo aquel que las cumple estamos en igualdad de condiciones: repito lo que hizo otro. En cambio, en la satisfacción -concepto que vamos a desarrollar- “apuntamos a ser libres, y no seguidores”; libres: inventar algo, innovar.-

Segundo punto. En lo que es la tradicional calidad, “las normas son elaboradas por expertos”; en la satisfacción, “el experto no funciona más”. No existe: el cliente es el que sustituye al experto, es la opinión del cliente la que vale, es el que nos da de vivir, el que hace sonar la registradora, es al que no le tenemos que pagar -como al experto-, es el que nos deja dinero.-

Tercer punto. En la calidad, “muchas decisiones se toman en un ámbito alejado de la realidad”, en una oficina, generalmente; los expertos en calidad están en una oficina, son expertos en calidad sin trabajo real. Sin embargo, acá nosotros decimos que en la satisfacción “basamos las decisiones en hechos de

la vida real”, no de lo que dicen en la oficina, sino en lo que vemos en la realidad.-

Cuarto punto. En la calidad, “el cumplir la norma es el techo que empareja a todos”. Si acá todos tenemos diferentes establecimientos y todos cumplimos la norma de calidad, estamos todos emparejados, todos llegamos al techo, está todo bárbaro, todos parejitos. Sin embargo, en la satisfacción “cuánto más satisfacción, mejor”, no hay un techo; y no es como en la calidad, que cumpla una norma, me cruzo de brazos y ya llegué a la calidad.-

Quinto punto. La calidad “no tiene en cuenta la economía del negocio”, y algo que no tiene en cuenta la economía del negocio está alejado de la vida real. La satisfacción “tiene en cuenta la economía del negocio”.-

Por eso nosotros proponemos -repito-, hablando para el turismo rural, desterrar el término “calidad” -desterrarlo, no existe- y sustituirlo por el término “satisfacción”, que más que término es un concepto diferente.-

Entonces, ¿qué es la satisfacción? Es muy simple: es la diferencia entre las expectativas previo a la visita y la percepción luego de realizada la misma. Yo voy a visitar determinado lugar, voy con determinadas expectativas, y si mi experiencia y mi percepción son inferiores, la satisfacción es negativa; pero si recibo mucho más de lo que yo pensé que iba a recibir, la satisfacción va a ser muy positiva. Los jueces somos nosotros, somos los que pagamos, y no hay expertos que digan qué es lo que es bueno y lo que es malo.-

Ahora, tiene una complicación, y acá lo decimos: “Un negocio puede ser muy exitoso sin certificación de calidad y mucha satisfacción del cliente, pero nunca a la inversa”. Yo puedo tener mil sellos de calidad de todos los organismos, pero si el cliente que me visita no tiene satisfacción, los sellos no sirven para nada. Y, por el contrario, me pueden visitar, no tengo ningún sello de satisfacción y el cliente queda loco de la vida. ¿Se dan cuenta la diferencia que hay?

La satisfacción es diferente a la calidad porque tiene en cuenta la economía y por todas las cosas que vimos, pero además porque la satisfacción comienza antes de la visita. Supónganse que yo hoy quiero visitar Estados Unidos. Les voy a poner el ejemplo, Wisconsin: ahora con mi señora estábamos por tomarnos días de vacaciones y pensamos ir a Wisconsin, un lugar que queremos ver desde el punto de vista turístico. ¿Dónde empieza la satisfacción? Empieza en el momento que yo entro a Internet y tengo que encontrar todo lo que quiero saber; ahí empieza la satisfacción. Si yo tengo que buscar acá, preguntarle al otro, llamar a la agencia de viajes y decir: “Averiguame...”, y pitos y flautas..., eso es una complicación. O sea que la satisfacción comienza antes de la visita.-  
(m.r.c).-

Les pongo otro ejemplo. Nosotros recibimos gente que viene de los cruceros, los trae un taxímetro, paran, tocan y dicen: “Acá les traigo gente que viene del crucero”. ¡Pero nosotros ese día tenemos cerrado! Entonces, por

mejor que atienda al cliente que viene, por más calidad que le dé, la satisfacción va ser un desastre, porque el tipo viene recaliente porque se encontró con el establecimiento cerrado, pero no por culpa mía sino porque todos los engranajes del sector turístico funcionan en forma independiente, no hay una unidad, no está encajando uno en el otro.-

Entonces, la calidad, así tuviese veintisiete sellos colgados, no existe; el tipo se va mal, se va enojado, cero satisfacción. Por eso digo que la satisfacción comienza antes de la visita.-

Entonces, volviendo al tema, ¿qué es lo más difícil de un negocio? Porque de repente hay gente que está en el negocio y lo sabe y gente que está en la actividad pública que tiene otra visión. Yo fui empleado público y sé cuál es la visión del mismo; la tengo clarita, lo fui durante diez años.-

Lo más difícil de un negocio es aumentar el número de clientes, mantenerlos, y que suene la registradora lo más seguido posible. Y esto se los digo con total propiedad: he hecho muchas investigaciones y usado tecnología de punta, la más de punta de todas, y todo eso es mucho más fácil que hacer que suene la registradora en un negocio. Esta es una tarea difícilísima. Entonces, como dije anteriormente, la calidad no se ocupa de eso y la satisfacción comienza con ello.-

Y acá vamos a ese ejemplo. ¿Cómo generamos ingresos? Reclutando nuevos clientes y promoviendo la visita de los existentes.-

¿Cómo hacemos para reclutar clientes? Mejorando la accesibilidad de la oferta y su compra. Si yo quiero viajar, que tenga todo a mi mano en mi casa. Si hoy tengo Internet, tengo el mundo en mi casa y quiero tener todo a mano. Eso es mejorar la accesibilidad. Tengo todo ahí, no tengo que pensar, elijo esto, vamos aquí... Es como si ustedes quieren ir a comprarse un par de zapatos y no encuentran una zapatería, capaz que siguen andando en zapatillas por seis meses. Esto es lo mismo, yo tengo que tener accesibilidad.-

Segundo punto, simplificando la presentación; que los clientes puedan encontrar y comparar fácilmente diferentes ofertas. Por ejemplo, si yo quiero hacer un viaje de turismo rural, que vea esta, que vea esta otra, que todas sean presentadas de la misma forma, que las pueda comparar, y sería útil también que yo, como cliente -como hay en cantidad de sitios de Internet-, tenga un ranking de satisfacción de clientes anteriores, que me diga: "Vaya al establecimiento equis que allí el índice de satisfacción es diez puntos, a este no vaya porque es de dos puntos o de menos dos".-

Entonces, si tengo accesibilidad e información, ya ahí comenzó mi satisfacción; tengo casi todo resuelto.-

Ahora, el otro punto: ya conseguimos los clientes, ¿cómo mantenemos la clientela? A la clientela la mantenemos con más satisfacción; cuanto más, mejor; no hay otra fórmula. No busquen otra porque no existe: más satisfacción, más vamos a retener a la clientela.-

¿Qué se propone para todo esto? Establecer lo que se llama shopping de turismo rural virtual, donde se encuentren todas las propuestas de turismo rural en forma estandarizada y donde cada propuesta se presenta de la misma forma; no que uno la presente de una forma y otro de otra, porque eso hace difícil la comprensión.-

Entonces, ¿cuál es la propuesta? La creación de una web colectiva de turismo rural por el Ministerio de Turismo, donde se presenten todas las ofertas de forma uniforme. Es más, desde mi casa entro y lleno determinados ítems con no más de determinada cantidad de palabras, cosa que la presentación del establecimiento “a”, la del “b” y la del “c” sean iguales o similares.-

¿Cuál es el otro punto dentro de esa Página Web? Categorizar las ofertas -ofertas por alojamiento, por turismo aventura, por todo lo que sea. ¿Y esa página qué tiene que tener también? La información de la evaluación del cliente. Una vez que se tiene esa información del cliente, los establecimientos pueden ser “rankeados” por orden de satisfacción, y evidentemente aquellos que tengan más satisfacción van a ser los más visitados. Y esto tiene una ventaja: si yo ofrezco a través de la Web lo que no tengo y quiero engañar al cliente, este me va a dar palo porque le estoy ofreciendo algo que no tengo.- (k.f.)

Entonces su satisfacción va a ser negativa; eso hace que uno sea transparente, claro en la presentación de su oferta.-

Esto es un ejemplo de cómo pueden categorizarse los establecimientos: de alojamiento, con cabalgatas, o sea de diferentes formas.-

Dentro de cada una de las categorías, digamos que ahora estamos en la categoría alojamiento, podemos elegir determinados ítems a llenar por cada uno de los establecimientos que ofrecen alojamiento. Si tengo entretenimiento, pongo lo que tengo, mi infraestructura, pongo si tengo calefacción o no, etc., etc., y después la evaluación por parte del cliente y del comprador misterioso, la técnica del comprador misterioso, donde el Ministerio en lugar de mandar inspectores -algo que es una tarea obsoleta- manda al comprador misterioso, que ese sí que es efectivo, porque uno no sabe cuándo le cae una inspección tipo cliente que no le va a poner ninguna multa, simplemente le va a servir para decir: “Mire, usted tiene que mejorar en esto”. “En determinada oportunidad usted cometió este o este error”.-

Esto que le presento acá es un ejemplo aproximado, ustedes pueden entrar a la Página Web de turismo rural en Wisconsin, que la hicieron recientemente -hace poco no estaba en Internet-, esta es la página principal, el “Home”, donde ustedes pueden entrar y ver algo similar a esto que yo estoy proponiendo. Lo que estoy proponiendo va más allá de esto, pero para que tengan una idea, porque quizás esto suene muy abstracto y uno dice: “¿Qué quiere decir este hombre que no le entiendo?”. Entren a esta página de turismo rural en Wisconsin y van a tener un ejemplo que, por lo menos, va a dar una idea más definida de lo que estoy tratando de transmitir.-

¿Esto tiene ventajas o no? Tiene ventajas para todos los que estamos en esto: primero que nada para el MINTUR, porque le refuerza la imagen del país tener una presentación sólida, uniforme de toda su propuesta rural. Coordina los diferentes actores. ¿Esto que significa? Lo que hablábamos hoy al inicio; más retorno sobre la inversión, porque una cosa es mi esfuerzo aislado, el esfuerzo del señor, de la señora, por aquí, por allá, la feria, esto, lo otro, todo esfuerzo desperdigado. ¿Cuánto costó? ¿Cuál fue la relación costo beneficio? ¿Hay algún estudio? Esto vale vintenes. Es decir: mejor relación costo beneficio que esto, imposible. ¿Qué le permite al Ministerio? Conocer qué es lo que está pasando en tiempo real.-

Acá tenemos a una funcionaria que está muy dedicada a su tarea, que hizo toda una encuesta en los establecimientos, que si hubiese tenido este instrumento desde su oficina sabía todo lo que estaba pasando en tiempo real en todo el país. O sea, le permite promover y supervisar.-

La opinión es que para el MINTUR ofrece todo tipo de ventajas. Para las Intendencias lo mismo, a diferente nivel, pero le ofrece el mismo tipo de ventajas, no se multiplican esfuerzos, todos entran ahí, a esa Página. ¿Cuántas páginas individuales hay ahora? Que quede claro, esto no quiere decir que cada uno no pueda tener su página individual, cada uno la puede tener, estoy hablando del Shopping de turismo rural. Es como si tengo una tienda y voy al Shopping de Portones, la tengo que poner bajo determinados parámetros que me define la administración del Shopping, después puedo tener una tienda en el Centro, en Pocitos, donde sea, como a mí se me da la gana.-

Ventajas para los operadores: a los operadores los ayuda en la tarea más difícil, que es vender. La presentación institucional con el respaldo del MINTUR sin duda genera más credibilidad, una cosa es la página individual y otra cosa es la página donde hay el respaldo institucional de un Ministerio.-

Al aparecer en el Shopping cada operador no tiene que mantener ni promocionar, le simplifica la vida, el operador que entra allí sabe que esa Página va a ser promocionada institucionalmente. El operador es evaluado por clientes y no por expertos. O sea, cada uno de los que visitó el establecimiento va a dejar su opinión y ahí, cada uno, si las opiniones son malas tratará de mejorar y si son buenas más manija agarrará y tratará de mejorar más también.

Les permite conocer puntos fuertes y débiles, porque toda esa información colectiva que entra en los diferentes establecimientos, analizada adecuadamente, va a permitir sacar conclusiones de aplicación general.-

Acá hay un punto importante, dice: “Necesidades de la investigación”. Cuando se habla de turismo como se habla de comunicación o de marketing, hay una cantidad de temas donde todo el mundo se cree que sabe todo. Dice: “No precisa investigar”, “Yo sé, Fulano sabe”, “No, porque el otro tiene experiencia”, “Uh, este hace veinte años que está”.- (m.g.g.)-

No existe un crecimiento sostenible en ninguna actividad si no existe una investigación seria que sustente ese crecimiento, no existe. Y en el Uruguay, que yo sepa, investigaciones de turismo rural no existen; simplemente lo que se da son cátedra y pitos y flautas y se repite lo que se hace en otros lugares, pero eso no es investigación, para eso no se precisa la Universidad, para eso uno se queda en su casa, entra en Internet, no paga matrícula y sabe lo que van a decir en la Universidad. La Universidad es otra cosa, es generadora de conocimientos, si no, no es Universidad, es escuela. ¿Queda claro esto?

Por eso digo que en esto se puede involucrar a las universidades, porque un producto como el turismo, que genera más del 10% del PBI, es insólito que las universidades no estén dedicadas con gran intensidad a resolver los problemas autóctonos. Porque otros problemas se pueden resolver importando tecnología. Si tengo una infección, un estafilococo, “ah, yo sé que este estafilococo es sensible a una droga que descubrieron en Europa”, compro la droga y lo trato. Es un problema genérico.-

Pero los problemas turísticos del Uruguay son autóctonos del Uruguay, no los resuelvo comprando información de otros países. No tienen solución si no es a través de la investigación autóctona. ¿Cuál es el camino a seguir? No sé si entendieron algo y si no les pido disculpas, tal vez no fui claro.-

¿Cuál es el camino a seguir? Esta propuesta no se hace con buena voluntad ni con trabajo en comisiones, como es práctica en nuestro país. Cualquier cosa nombremos una comisión, hagamos una comisión, no existe señores, en ninguna parte seria del mundo se trabaja en comisiones. Mire que yo he trabajado en muchas partes, las comisiones son para la burocracia, para dar empleo a aquellos que quieren pasarla bien, no existen las comisiones. Para obtener resultados en el trabajo no existen. No vamos a entrar ahora porque no es tema, podemos poner innumerables ejemplos.-

Esto lo quiero decir con énfasis: tampoco es la tarea de un experto a quien generalmente se le atribuyen potestades divinas. Dicen: “Vamos a llamar al experto que va a resolver lo que vamos a hacer”. Tampoco, así como la comisión no funciona, no funciona lo del experto.-

Ustedes me van a decir: “Este hombre está loco, ¿qué es lo que funciona?”. Yo les voy a decir lo que funciona y no es invento mío.-

No busquen soluciones a la uruguayana, el camino se consigue con objetivos claros, mucho trabajo, investigación y paciencia, “resultados ya”, no existe. No hay otra fórmula, es la fórmula del mundo desarrollado, que hoy están en problemas porque gastaron más de lo que debían, pero si no, nos sacan una ventaja de novela.-

El camino para poner en práctica esta idea puede ser conjugar la logística del MINTUR e Intendencias, con alguna Universidad interesada y la participación de SUTUR. A un costo insignificante -y acá vuelvo a la relación costo beneficio- es mucho lo que se puede lograr.-

Entonces, espero que esta presentación sea un disparador para discutir un tema que está más allá de la calidad, que es la satisfacción del cliente. Si esta presentación no dispara la discusión de este tema, ustedes y nosotros habremos perdido el tiempo.-

He terminado, estoy a su disposición, no sé si fui claro, si no, les pido mil disculpas.-

(Aplausos).-

SEÑORA PRESIDENTA.- No sé si tengo a alguien para preguntar.-

En lo personal quiero agradecerle a SUTUR la presencia. Es la segunda vez, que nos están acompañando la primera oportunidad fue el año pasado y ahora en este segundo Encuentro.-

Solamente quiero decir que el expositor hacía referencia a las comisiones, nosotros en los Legislativos Departamentales trabajamos en Comisiones. ¿Hacía referencia a las comisiones en los ámbitos privados o en otros ámbitos de lo público?

SEÑOR DEL BAGLIVI.- Buena pregunta.-

Voy a poner un ejemplo de otro ámbito para que se interprete bien. En la salud animal -yo que soy veterinario-, hay soluciones que se toman a través de una comisión, donde el consenso es la base de la solución. Por ejemplo, hoy el país está enfrentado a una campaña de brucelosis, una enfermedad que ha reaparecido y crea una infinidad de problemas. Esa campaña necesita de fondos, esos fondos tienen que salir de algún lado, y para eso sí se precisa una comisión y un consenso, porque la solución debe tomarse por consenso.-  
g.t.d

Pero las soluciones científicas nunca se pueden tomar por consenso -es un error-, sino que hay que tomarlas sobre la evidencia de la vida real. Hay cosas para las cuales las comisiones tienen su uso, como en este caso, para determinar de dónde van a salir los fondos para la campaña, pero la evidencia real y la investigación no necesitan del consenso; por sí solas mandan. ¿Me entienden la diferencia?

SEÑORA PRESIDENTA.- Gracias por la aclaración.-

Tengo varias manos levantadas: la señora allá, y después el señor que está al lado. Les voy a pedir nombre y a qué Institución representan, así los compañeros de Taquigrafía pueden dejar todo registrado.-

SEÑORA FUENTES.- Socióloga Silvia Fuentes, y pertenezco a CIPETUR.-

Usted hablaba del tema de la investigación, de que no la hay en Uruguay. Yo creo que a veces el no poder acceder a una investigación no significa que no exista. Puntualmente, con varias consultoras de España y de

Uruguay hemos participado de investigaciones de turismo rural, una de ellas para el propio Ministerio de Turismo y para varias Instituciones empresariales privadas de América Latina, el Caribe y del propio Uruguay.-

Hay investigaciones en turismo rural en Uruguay, han sido de alguna manera el fundamento para varios emprendimientos rurales del Uruguay, y creo que el hecho de que sean investigaciones reservadas que no estén en el uso público no significa que en el país no se investigue y que no existan.-

Por otro lado, me quedó la duda -y acá va la pregunta- de cómo hace usted para ser sujeto y objeto de investigación, porque si usted está a cargo de un emprendimiento de eco y agroturismo, evidentemente usted no puede hacer investigación sobre eso porque se está uniendo el sujeto y el objeto de la investigación. No entendí qué investigación usted había realizado, si era en su establecimiento o a nivel genérico del turismo rural.-

Gracias.-

SEÑOR DEL BAGLIVI.- No, por favor, de nada.-

No he realizado ninguna investigación, ni la podría hacer, porque realizar una investigación es algo muy serio que requiere de una metodología, de un equipo y de recursos, que no es el caso que un establecimiento privado los tenga. Simplemente hablé de "la necesidad" de que se investigue abiertamente.-

No quiero aburrir a los presentes, pero podría lanzar diez preguntas al vuelo, diez macropreguntas, que estoy seguro que ninguna de ellas va a tener ninguna respuesta, porque no sabemos. No estoy hablando de preguntas rebuscadas, sino de monstruos de preguntas, y no vamos a tener respuesta; a eso me refiero.-

Yo jamás lideraría la investigación, para eso hablé de las Universidades... Que la materia prima, que es injustificable en un país en donde el turismo ha sobrepasado a otras actividades, no tenga un desarrollo de la investigación... La carne lo tiene: mal o bien tiene el INIA, la Estanzuela, etc.; el turismo no tiene nada.-

A eso me refería.-

SEÑOR CICUTTO.- Yo soy Eduardo Cicutto, responsable del Parador Salus en Lavalleja.-

Quería poner de manifiesto que no comparto absolutamente manejar la calidad como algo opuesto a la satisfacción. Creo que sin calidad no se puede satisfacer.-

Solamente eso, gracias.-

SEÑOR DEL BAGLIVI.- Es respetable su opinión.-

SEÑORA BONILLA.- No... porque capaz que hubo un malentendido en lo que es calidad...

SEÑOR DEL BAGLIVI.- Le cuento, le voy a poner un ejemplo.-

Mire que quien está hablando y mi señora -la que está allí-... Por años mi señora fue la responsable del control de calidad del mayor producto de exportación del Uruguay, como es la carne. O sea que fuimos formados en el área de la calidad, y no estamos negando la calidad: estamos diciendo que para el turismo rural es un lastre; esa es la diferencia. No estamos en contra de la calidad, sino que decimos que para el turismo rural la calidad es un lastre: va en contra de la esencia del turismo rural, que es la diversidad.-

(Superposición de voces).-

SEÑOR LAPAZ.- Muchas gracias, soy Gustavo Lapaz, de Salto.-

Quería hacer una pregunta: ¿el Ministerio de Turismo tiene apoyo sobre lo que es la empresa de ustedes?  
(m.r.c).-

SEÑOR DEL BAGLIVI.- No, en absoluto.-

SEÑOR LAPAZ.- Porque según lo que dice en su página trabaja en conjunto con el Ministerio de Turismo y con la Asociación de Hoteles y Restaurantes del Uruguay.-

El año pasado concurrí aquí, me interesa mucho el tema rural, he estudiado un montón de temas y tuvimos la satisfacción de tener unos cursos en Salto.-

Lo que veo también es que sigue moviéndose sobre su empresa, a su grupo, como que siempre está cerrado a su grupo, y quería que me dijese qué beneficios le dan a aquellos que quieren emprender lo que es el turismo rural -estancias turísticas-, o si se están preocupando, ya que no hay control y todo eso, de lo que va a ser en el futuro la ley de turismo nacional. Quería averiguar eso.-

También quería averiguar si se estudió el tema impuestos y exoneraciones, porque acá en Uruguay no se trata de abrir un emprendimiento y al otro día hacer dinero sino que tenés que estar pensando todo lo que tenés que pagar de impuestos; si dentro de lo que es el grupo de ustedes se estudia ese tema.-

Gracias.-

SEÑOR DEL BAGLIVI.- Le cuento. Yo vine a hacer una presentación. Allí decimos que la Sociedad Uruguaya de Turismo Rural trabaja conjuntamente y mancomunadamente con el Ministerio y este ha apoyado abiertamente todo lo

que son sus acciones, es un apoyo que promueve la presencia en ferias... o sea, es un apoyo pero no económico, es un apoyo logístico.-

Desde el punto de vista del que usted habló, de un grupo de establecimientos, mi establecimiento no integra ningún grupo, crecimos en base a la competencia, creemos en la competencia, fuimos rodeados por muchos establecimiento; dado el éxito que nosotros teníamos se nos ponían al lado, ponían la cartelería de los establecimientos vecinos en la entrada de nuestro establecimiento como diciendo: "No visite este lugar, venga a vernos a nosotros". Eran ocho establecimientos y de esos ocho quedó uno, siete cerraron, y no tuvimos apoyo de nadie, fue simplemente estar todo el día enchufados, pelear, trabajar, invertir, sin ningún apoyo de nadie, pagando todos los impuestos que hay que pagar, bancándose al BPS, bancándose al Ministerio de Trabajo, bancando todo lo que tiene que bancar cualquier emprendimiento.-

Por eso es que conociendo esa amarga experiencia presentamos esta propuesta que le va a simplificar la vida a los operadores que están en SUTUR y a todos los que se quieran incorporar a la Sociedad de Turismo Rural, porque esta es una forma que ayuda a vender, a presentar el producto, a promocionarlo a un costo insignificante. Creemos que esto no es un beneficio para la gente que integra la Sociedad de Turismo Rural, puede ser un beneficio compartido para todo el país. Esa es la esencia de esta presentación.-

SEÑOR LAPAZ.- Una última pregunta: usted acá en su página dice que tienen socios. Por eso quería saber qué beneficios le dan a los socios.-

SEÑOR DEL BAGLIVI.- Están aquí las representantes de Turismo Rural, la Comisión Directiva. Quizá después de la charla, te pones en contacto con ellas. Yo sinceramente no te lo sé decir, sinceramente no lo sé.-

SEÑORA PRESIDENTA.- Tiene la palabra el señor Director de Turismo de Canelones.-

SEÑOR SCASSO.- Gracias.-

Estimado "Pocho", este es un tema que normalmente hemos tratado. Me parece de suma importancia lanzar el tema. Quizá en algunas cosas básicamente pueda no estar de acuerdo, voy a expresar por qué.-

Yo también he trabajado en calidad y hay una cosa que en turismo es muy importante: el turismo es una cadena productiva donde los distintos eslabones dan al eslabón siguiente el resultado de su actividad, y cuando se transfiere de un eslabón al otro, si no hay una satisfacción del cliente, que yo la hago símil a calidad...

Porque tú estabas a veces hablando de calidad del producto.-  
(k.f.)

La calidad de un producto, desde mi punto de vista, es diferente a la calidad de un servicio y lo que es la base de toda estructura de calidad es la satisfacción del cliente. Soy cliente y proveedor simultáneamente y como proveedor tengo que darle calidad a mi comprador de forma tal que vea satisfecho su requerimiento y como destinatario de los servicios tengo las posibilidades para controlar que ese material provisto tenga las características que me cierren con la calidad esperada, entonces tenemos satisfacción ofrecida, satisfacción percibida y satisfacción real.-

El enfoque que vos planteas me parece interesante porque estás definiendo la forma de generar una nueva herramienta o una herramienta que quizás exista, pero que tendría que ser contemplada con una visión diferente a lo que son los sellos de calidad, que es en lo que vos me parece que estás haciendo hincapié ahí.-

SEÑOR DEL BAGLIVI.- Estoy de acuerdo.-

Para aclarar.-

Ustedes y yo estamos aburridos de visitar empresas públicas y privadas que entramos y dice: "Misión de la empresa", "Visión de la empresa", "Valores de la empresa". Todo recortado, lindos cuadros, sellos de calidad y salimos recalientes. ¿Eso es calidad?

SEÑOR SCASSO.- Bueno...

(Hilaridad).-

SEÑOR DEL BAGLIVI.- Pará, te estoy respondiendo.-

Tiene todos los sellos de calidad y salimos recalientes, no sirve para nada, discúlpenme, quiero ser claro.-

SEÑOR SCASSO.- En eso podemos compartir, el tema es el siguiente, tu expresás una tautología, dejá un paréntesis para definir -como bien expresó el caballero- que en la mayoría de la teoría de la calidad de servicio, no de productos, la satisfacción de clientes es igual a la calidad...

SEÑOR DEL BAGLIVI.- No, no es igual.-

SEÑOR SCASSO.- No, cómo no.-

SEÑOR DEL BAGLIVI.- No, no es igual.-

Yo puedo cumplir todas las normas de calidad...

SEÑOR SCASSO.- De producto...

SEÑOR DEL BAGLIVI.- No, no; no tiene nada que ver.-

SEÑOR SCASSO.- Porque hay un paso más de la calidad, la calidad implica que el plan de negocios se cumpla, la variable económica, que vos decís que no está...

SEÑOR DEL BAGLIVI.- Te voy a poner un ejemplo. ¿Para mí que es calidad? Ustedes se van a reír de lo que voy a decir ahora acá: la calidad es algo que es imprevisible. Si yo voy a un establecimiento, a un hotel, y si entre las 18:00 y las 19:00 no tengo leche chocolatada, para mí no hay calidad, así de simple, porque es un vicio que tengo, otros deben de tener otro vicio y otros otro...

SEÑOR SCASSO.- No, no, no...

SEÑORA PRESIDENTA.- Compañeros, si me permiten una interrupción: para el buen trabajo de mis compañeros taquígrafos, que han tenido la gentileza de estar acá, no se puede hablar uno sobre otro sino ellos no pueden trabajar correctamente.-

Muchas gracias.-

SEÑOR DEL BAGLIVI.- Disculpe, tiene razón.-

Perdón, perdón.-

SEÑOR SCASSO.- Voy a continuar.-

Básicamente si yo en un establecimiento o en un servicio ofrezco que todos los días va a tener un batracio arriba del escritorio -por decir algo- y lo tiene, está cumplido. Esa es la cuestión.-

Porque si vos ponés en esa filmina un espacio en el que hay un televisor, esa es una percepción de la calidad que vos le ofreciste; si vos le ofreces eso y el hombre va a estar en un río, eso no es calidad. Ahora, si vos le ofreciste el río, el espacio, la naturaleza, el encuentro de los sentidos, un turismo emotivo, como vos empezás con un corazón -que me parece que con eso hoy cerré la exposición- eso es calidad para el tipo.-

Por eso la calidad tiene mucho que ver con lo que vos ofrecés, lo que el cliente obtiene y percibe de ese ofrecimiento, por eso me parece de suma importancia la herramienta; la herramienta de plantearte que haya una base de datos que esté ordenada y homogenizada de forma sistémica, de forma tal que sea posible la percepción del cliente frente a los servicios ofrecidos por distintos establecimientos. Estos, a su vez, deben cumplir otras normas, que son las normas estatutarias para regirse en el mundo empresarial, normas jurídicas, normas económicas, eso también es una parte de la calidad, cumplir con el entorno y la reglamentación del entorno, pero después si ofrezco un servicio y el cliente no lo percibe como tal, van a ser lo que se llaman los deméritos, la acumulación de deméritos es lo que te da la no calidad, que es la insatisfacción del cliente y de ahí la importancia del tema del turismo como tal, como vos bien decís, es la percepción casi individual de los quehaceres y de lo que una persona percibe de lo que le ofrezco.-

Entonces: asegurarme permanentemente. Y está la otra palabra importantísima, que es aseguramiento de la satisfacción del cliente, que es el ciclo virtuoso que se logra con formación permanente, investigación y trabajo, y eso es lo que nos da la posibilidad: el aseguramiento de la satisfacción del cliente.-

(m.g.g.).-

SEÑOR DEL BAGLIVI.- Creo que estamos diciendo lo mismo Orlando, el tema es que la palabra "calidad" la destierro porque es un lastre en turismo rural.-

SEÑOR SCASSO.- Yo te dije aseguramiento de la satisfacción del cliente. Después, ciertamente, la metodología moderna..., es decir, yo fui auditor de calidad, ese cliente fantasma es un auditor encubierto. Puedo preparar clientes que van y determinan según una casuística que después me hago y puedo sacar de esa herramienta o de las herramientas que se institucionalicen, hago un testeo y digo: "acá tenés tantos deméritos". Siempre hablamos de la posibilidad de una mejora, apertura para que vos o que el empresario crezca y se integre mucho más, al tener la posibilidad de mejora. Decirle: tenés tantos deméritos, bueno vamos a trabajar sobre esos deméritos, para generar calidad y no calidad.-

El otro tema importantísimo es el de la investigación. La investigación autóctona es algo que defendimos particularmente desde siempre. Siempre uno dice: bueno, vienen los auditores externos, vienen con la receta, vienen con un sellito y vos te ves enmarcado en eso y dices: "con eso cumplo", resulta que después la satisfacción es negativa. Hay mayor cantidad de deméritos que de méritos, entonces ahí se forma ese conflicto.-

Sigo insistiendo en conocimiento e innovación emotiva, eso debe ser fundamental, sobre todo en el turismo rural, en el agroturismo, como bien decían, el enoturismo, el turismo de naturaleza, donde la percepción que tiene el cliente de los valores, de ese encuentro de los sentidos, tiene mucho más que ver con el sentimiento que con la razón y ahí es donde se produce la satisfacción.-

Gracias.-

SEÑOR DEL BAGLIVI.- Termino, no hablo más, para aclarar eso.-

Estoy de acuerdo contigo, el tema es este: nosotros hemos tenido, por suerte, la experiencia de la casuística en veinte años que estamos trabajando, que hemos recibido más de un millón de personas; eso nos ha enriquecido porque nos ha presentado, hay infinidad de situaciones impensadas, eso no es previsible, ninguna norma de calidad, ningún experto de calidad, ni todos los expertos de calidad del mundo juntos pueden escribir algo que se pueda cumplir y dar satisfacción a un millón de personas. Eso se hace con mentalidad de servicio y dedicación. Por eso es que yo no quiero hablar de calidad, todos los expertos juntos del mundo no podrían haber redactado un manual por el que nosotros pudiéramos haber dado satisfacción a un millón de personas;

imposible. Eso es la actitud de servicio. En los conceptos estamos de acuerdo, la palabra "calidad" me rechina.-

SEÑOR SCASSO.- Es un tema semántico. Cuando hoy pusiste una filmina, una exposición, está puesta ahí una definición de calidad dentro de los sistemas y, aparte, tenemos que entender que esto debe ser sistémico. Pusiste unos ejemplos que identifican una sistematización de la información y ese trabajo que tienes inserto o hecho, justamente sistematiza la voluntad, las emociones, los sentimientos de la experiencia del turismo de un montón de personas que debe ser justamente lo que todas las empresas deben tomar como tal para generar mayor satisfacción del cliente.-

Gracias.-

MAESTRA DE CEREMONIA.- Los voy a molestar. Sé que el tema es muy interesante, que se presta al debate, tal vez sería una moción para la Presidenta que organicemos extra del horario el debate sobre este tema. Evidentemente hay dos posiciones que están encontradas, algunos de un lado y otros del otro, pero desgraciadamente venimos con un atraso importante y tenemos también que respetar a todos los expositores. Algunos han venido especialmente, tienen un tiempo muy acotado y tienen que volver a lugares bastante lejanos. ¿Qué es lo que me dice Presidenta?

SEÑORA PRESIDENTA.- No quería cortar a ninguno de los compañeros.-

(Dialogados).-

No quería cortar ni al compañero Director de Canelones ni a nuestro expositor, que ha tenido la gentileza de venir, pero quería en algún momento hacer pasar al compañero Director General de Turismo de Maldonado, que se encuentra parado ahí, que nos venga a acompañar a la Mesa. Por favor, no encontraba el momento para pedirle que nos acompañara.-  
g.t.d

Muchísimas gracias y un aplauso para nuestro expositor.-

(Aplausos).-

MAESTRA DE CEREMONIA.- Continuamos, entonces, con las presentaciones.-

Ahora llega el momento de **APROTUR**, justamente exponiendo sobre una experiencia que tiene que ver con la **participación público-privada**. Para eso vamos a convocar al señor José Luis Piñeiro, Vicepresidente de APROTUR, la Asociación de Promoción Turística de Piriápolis.-

Les cuento que José Luis Piñeiro, nacido el 16 de junio de 1955, estudió Análisis de Sistemas en la Universidad de la República, pero luego trabajó en empresas de informática hasta 1987 y se dedicó al sector turístico como empresario gastronómico y hotelero en Piriápolis, también desde el año 1987.-

Participa en distintas organizaciones turísticas, como el Centro de Hoteles y Restaurantes de Piriápolis, ocupando distintos cargos de Directiva, incluso de Vicepresidente de la Asociación de Fomento y Turismo de Piriápolis, ocupando los cargos de Secretario y Presidente. Es representante también de Piriápolis en la Comisión Departamental de Turismo desde el año 2000 a 2004 y en el Consejo Departamental de Turismo desde 2005 a 2008.-

Actualmente, por supuesto, como les decía, es Vicepresidente de APROTUR Piriápolis.-

Así que ahora lo invitamos a compartir su experiencia, justamente, de la participación público-privada.-

Agregamos un dato más. Además de tener el gusto de tener a Horacio Díaz, que es nuestro Director General de Turismo, también viene como representante de la parte pública en APROTUR. Eso valía la pena aclararlo.-

**SEÑOR PIÑEIRO.-** Buenas tardes a todos.-

Antes que nada, quiero agradecer la invitación que nos hizo la Comisión de Turismo de la Junta, dándonos la oportunidad de participar y de contar un poco nuestra experiencia, una experiencia más.-

Agradezco la presencia de todos ustedes, en especial de la delegación de Brasil, tanto al Subdirector, los Ediles y Directores de Turismo; a todos muchas gracias.-

Trataremos, de alguna manera, de contribuir con esto, con lo que nosotros hemos vivido, con lo que estamos haciendo -porque todavía es un proceso que no ha terminado, estamos en plena ejecución del mismo- y que creemos que puede ser interesante.-

Antes de empezar con la exposición, a mi lado, a la derecha, tengo a Andrea, que es parte del equipo técnico. Lo vamos a explicar más adelante, pero hoy día estamos en un Programa de la ANII, donde nos está dando una ayuda en lo que tiene que ver con la gestión de APROTUR -Asociación de Promoción Turística de Piriápolis. También tenemos la suerte -que no había confirmado hasta este momento- de que pueda participar también en esta exposición el Director de Turismo de Maldonado, mi amigo Horacio Díaz, quien va a brindar su visión, justamente, de la parte pública de esta experiencia de gestión y de trabajo mixto entre el sector privado y el público.-

Creemos que puede ser más que nada interesante contarle -sabemos que no es una idea original, realmente hay experiencias de que se ha trabajado a diferentes niveles, tanto en lo nacional como en lo internacional-, pero como todos aquellos que lo han intentado, sabemos que esto presenta una serie de dificultades de diferente tipo.-

Dificultades, en primer lugar, para ponernos de acuerdo en el sector privado -que no somos fáciles-; en Piriápolis, en particular, tenemos una larga historia de instituciones -que es la parte privada que está integrando esta nueva Asociación, con algunas instituciones de hace setenta años-, con instituciones que fueron intercalando su protagonismo, y es una vida de luces y sombras, de blancos y negros, de amores y odios.-

Entonces, esa es la historia, hasta que llega un momento en que un poco por las circunstancias, por un mercado turístico que obliga a tomar caminos diferentes, realmente la comercialización del producto turístico hace que tengamos que trabajar de manera diferente y ser más unidos.-  
(m.r.c.)-

Eso es un poco lo que estamos viviendo en este momento.-

Pero lograda esa parte -que es coordinar con el sector privado, luego viene tratar con el sector público, al que históricamente estamos acostumbrados a ver en la vereda de enfrente. No es un diálogo fácil. Y si eso camina, después está la parte jurídica; y dijimos: "Bueno, formalicemos esto". Y ahí se plantea una nueva dificultad, porque realmente las herramientas, los mecanismos que existen hoy para integrarse como una institución con todas las formalidades del caso también presentan sus dificultades. Así que vamos a contar un poquitito la historia, en lo que estamos, los logros.-

Vamos a ver lo que es APROTUR. Llevamos cerca de cinco años -cumpliríamos cinco años allá por el 21 de diciembre si es que no se acaba el mundo- y vamos a ver un poquitito cómo vamos llegando a eso.-

Ya en la década del 90 hay una serie de acciones particularmente interesantes del sector privado en forma conjunta -estoy hablando de Piriápolis- que hacen que esa mentalidad de enfrentamiento y todo lo demás se vaya cambiando para acostumbrarnos más a lo que es un trabajo en forma conjunta. Eso se va solidificando.-

La actitud con respecto al sector público también va cambiando; de la indiferencia que había, o más que nada de concentrarse -estoy hablando a nivel departamental- en lo que tenía que ver con la presentación del producto del destino turístico, se pasa a involucrarse más en lo que es la comercialización del producto turístico. Y eso, que fue medio tibio a finales de los 90, empieza a tomar mucha fuerza en este nuevo siglo y cada vez más. Porque como hoy decían, desde el punto de vista económico, el destino depende de la actividad turística. Y hoy en día esas son realidades que se van conjuntando y que cada vez nos hacen más fuertes y se va tomando una posición cada vez más sólida.-

Dentro de todas esas actividades nosotros aquí queremos destacar -y es lo que estamos presentando en este momento- un hito que fue fundamental, allá por el año 2003. Si recordamos, en el 2003 salíamos de una crisis tremenda, afectados por lo que fue todo el tema político financiero de la Argentina, una de las peores temporadas, la del año 2002. Ya eso que estaba

incipiente, aquella semilla que estaba sembrada hizo que dijéramos: “Tenemos que trabajar de otra manera”. Y allá por el año 2003, 2004, contratamos a un consultor para que, aparte de lo que es la experiencia personal de cada uno, que es muy importante, hiciera un estudio más objetivo, más científico, más profesional, de lo que era la situación, para tratar de hacer un plan estratégico a varios años, que en ese momento denominamos “Piriápolis 2010”, con un cambio de enfoque -como dice ahí-: más que hablar de por qué no vienen los turistas, hablar de qué estamos haciendo para captar más turistas. Y eso es lo que, de alguna manera, se logró con ese plan estratégico.-

Lo queremos marcar porque a partir de ahí se lograron varias cosas. Una es el acostumbramiento a una cultura de trabajo en forma conjunta. En todo lo que fue el plan estratégico trabajaron muchos actores, de todos los ámbitos, privados y públicos, y eso creó, más que nada, una cultura, y se empezaron a ver lo que son los beneficios de un trabajo en forma conjunta, que nadie discute.-

Dentro de ese plan estratégico, de ese estudio, hubo jornadas como la de los diálogos apreciativos, jornada muy intensa, de mucha participación, de la que salieron los puntos flacos o aquellos que de alguna manera debíamos mejorar para tener un destino más competitivo.-  
(k.f.)

Y ahí están algunos de los puntos, no es exactamente el tema de hoy, pero ahí surgieron algunos que ya en muchos de ellos hemos avanzado y a otros todavía los tenemos en el debe.-

Entonces, como decíamos, nace APROTUR. Ya entre el 2004 y el 2007 hay una serie de actividades cada vez más intensas de salidas promocionales en forma conjunta. Por ejemplo hacemos la primera paella gigante promocional, que la hacemos en el año 2006, como resultado de otra crisis, que era el cierre de los puentes, que también afectó a Piriápolis por el tipo de turistas que tiene, que es de la parte de Entre Ríos. Sobre todo vimos la necesidad de ir a buscar mercados que, hasta ese momento, no eran de Piriápolis, como es el caso de Brasil. Y fue cuando estuvimos con nuestra primera paella gigante promocional en el exterior, en la ciudad de Pelotas, en el año 2006, que después seguimos en Porto Alegre en los años 2008 y 2009, como consecuencia del análisis... de abrirnos.-

Pero todo eso era un trabajo de todos los sectores que veían la necesidad de ir hacia ese tipo de trabajo, buscar nuevas herramientas para nuevos desafíos. Y es así que a partir de ese trabajo en forma conjunta sale la empresa mixta, en el año 2007, a partir de lo que es la confirmación de Piriápolis 2010, con el plan estratégico y esta es, dentro de sus principales objetivos, la de promoción: promoción del destino. En eso es que estamos trabajando y es hacia donde se ha ido encaminando.-

Voy a empezar a explicar cómo está constituido APROTUR.-

APROTUR, la Asociación de Promoción Turística de Piriápolis, como sabemos -ahora hay una herramienta que estamos trabajando-, utilizó un camino jurídico para la consolidación de esto, pero en ese momento no había nada y como queríamos trabajar en una mesa en que estuvieran los sectores que, de alguna manera, están involucrados con lo que tiene que ver con el destino desde el punto de vista promocional, y otros aspectos también -y después de buscar varias opciones-, vimos que la más apropiada para que pudiera participar y estar representado el sector público, y en particular estamos hablando del Municipio de Piriápolis, la Intendencia de Maldonado -en aquel entonces todavía el Municipio era la Junta Local- y el Ministerio de Turismo, ese era nuestro interés, era hacia ahí hacia donde apuntábamos, y tuvimos que buscar.-

Lo que constituimos fue una sociedad civil, con un cuerpo de neutrales donde por arreglo, de hecho, están siendo representantes de diferentes instituciones u organismos públicos que están involucrados en este proyecto, en esta idea. Es así que hoy día, cuando nos reunimos, que lo hacemos semanalmente, tenemos representantes del Centro Comercial, del Centro de Hoteles y Restaurantes de Piriápolis, del Centro de Inmobiliarias y de la Asociación de Fomento y Turismo -estas son las cuatro instituciones principales de Piriápolis-, junto con el Municipio, con la Intendencia y con el Ministerio. Y estamos trabajando.-

Estamos trabajando bien, de una manera coordinada -atendiéndonos, escuchándonos- y que ha resultado para beneficio de todos. Formalmente, todavía hoy tenemos un camino para recorrer, no hemos podido hacer que esto pasara a los papeles y darle perdurabilidad, que es lo que estamos buscando. ¿Por qué? Porque seguimos dependiendo un poco de que las voluntades del sector público quieran seguir apoyando este proyecto. No hay nada que lo vincule oficialmente o que lo obligue, oficialmente, a hacerlo. Hemos encontrado, por supuesto -y aquí está la mejor demostración- el mejor de los apoyos, tanto de la parte de los Gobiernos Departamentales, como por parte del Ministerio de Turismo.-

Estamos buscando que esto se cristalice -ya lo vamos a explicar un poco más adelante, para poder darle continuidad-, y no tener que depender tanto de lo que pueden ser las voluntades de cada uno de los integrantes.-

Yo quería pasarle la palabra a Horacio para que dé su visión de lo que fue esta experiencia, de lo que fue desde el punto de vista del Gobierno, sus expectativas y dejarlo con la palabra.-

SEÑOR HORACIO DÍAZ.- Buenas tardes a todos y todas. Es un gusto estar participando de esta Mesa de trabajo.-  
(m.g.g)

APROTUR es una experiencia bastante inédita en el Uruguay y estamos aún a mitad de camino en este proceso de trabajar en relación a lo que es particularmente APROTUR. Está conformada por corporaciones empresariales, recién lo decía Luis, el Centro Comercial e Industrial de

Piriápolis, el Centro Inmobiliario de Piriápolis, el Centro de Hoteles y Restaurantes de Piriápolis y Fomento y Turismo -no como una entidad empresarial sino como una entidad social que aglutina a los vecinos de la ciudad de Piriápolis-, el Ministerio de Turismo, el Municipio y la Intendencia a través de la Dirección General de Turismo.-

Esta ha sido una institución que ha funcionado de hecho, donde hemos definido cuáles son los intereses en común que tenemos como Gobierno Nacional, como Gobierno Departamental, como Gobierno Local y como corporaciones empresariales. Subrayo esto porque hay otro proceso en formación también en el Departamento de Maldonado, donde cambia la composición y no aparecen las corporaciones porque aparecen empresas, es decir, una segunda institución público-privada que de hecho se da en el Departamento de Maldonado, que se define como Destino Punta del Este.-

Esta institución la definimos como Destino Piriápolis y está conformada -decíamos, me tomo un minuto porque es importante- por empresas y el Gobierno Departamental. En el caso de Destino Piriápolis, está conformada por APROTUR -que es la integración de las corporaciones- y los Organismos de Gobierno en sus tres niveles. ¿Por qué? Porque entendemos que el desarrollo de lo que es la principal actividad económica que tiene el Departamento de Maldonado, que es el turismo, su escenario tiene que estar integrado, en la toma de decisiones, por aquellos actores que conforman esa actividad: el sector social, la comunidad -a través de Fomento y Turismo-, el sector de los empresarios y el sector de los trabajadores, expresados también a través de los canales que tiene -en este caso, la representación en esta Institución.-

Decíamos que en los hechos vamos a cumplir cinco años y es cierto lo que dice Luis, pasa por la voluntad política expresa de los gobiernos, en este caso, pero no es ese el camino. Si bien como comienzo de una institución tiene que ser, en primer lugar, manifiesta la voluntad, el poder resolver la continuidad y la sustentabilidad que tiene que tener una empresa de estas características, asociada a la principal actividad económica, no puede estar solamente supeditado al gobernante de turno sino que tiene que ser un gran acuerdo, un gran pacto entre la comunidad, los empresarios, los trabajadores y los gobiernos. Y para eso queremos sellar, por primera vez, una empresa mixta; pasar -y alguien lo graficaba de esta manera- de un noviazgo a un matrimonio formal. ¿Por qué? Porque hay una ley que habilita a que las empresas departamentales se conformen en el ámbito departamental desde el punto de vista mixto.-

Entonces, pasar de una institución de hecho a una empresa que funcione bajo el Derecho Privado, que nos permita resolver los tiempos de funcionamiento no ya solamente sobre el Derecho Público sino sobre el Derecho Privado, lo que nos permite otro nivel de agilidad en la toma de decisiones.-

Estamos en ese proceso. Decía Luis que hay que conjugar varios intereses; es cierto. Hay que conjugar lo que es el interés, en algún momento de alguna manera muy mal denominado, la competencia dentro del propio

sector privado. Si no somos capaces de entender que hay que apostar a la complementariedad, primero, en los mismos rubros, segundo, en la diversidad de servicios que requiere la actividad en un destino y que hace a la eficiencia del destino el poder conjugar los intereses, los servicios, las características hasta personales que se tiene en representación de cada empresa o de cada representante del Gobierno, si no somos capaces de conjugar que hay un proceso de encuentro de intereses superior, va a ser muy difícil poder llegar a conformar una empresa mixta. En ese proceso estamos hace cinco años.-

Creo que hemos encontrado un camino donde el interés mayor es el interés del destino y se expresa en la acción.  
(g.t.)

Y cómo somos capaces de pensar en la calidad del servicio -y estábamos escuchando la discusión que se dio con quien nos antecedió en el uso de la palabra en el tema calidad-, porque para nosotros es importante para el sector privado -y lo hablábamos- el apostar a la excelencia, a la calidad, a la profesionalidad, a la imagen del destino y luego a la imagen individual de cada uno de los actores, que es lo que conforma ese escenario de excelencia que hay que seguir buscando.-

En ese sentido, la empresa mixta juega un rol fundamental. Primero, el poder conjugar los intereses, definir y presupuestar los objetivos y definir la asignación de los recursos públicos y privados es un proceso que hay que hacer. Y esto es muy rico, porque allí aparecen visiones diferentes, las mal llamadas contradicciones, porque si hay un interés en común para el que fuimos capaces de ponernos de acuerdo también tiene que haber intereses en común.-

Entonces: la definición de los objetivos, la presupuestación, la asignación de los recursos y la ejecución de las acciones.-

En estos cinco años hemos hecho acciones, hemos corregido situaciones y queremos seguir transitando ya por el hecho de una gran empresa mixta, que es novedosa, que es innovadora en el Uruguay, pero creo que estamos en condiciones de hacerlo.-

Por allí también hay algunas dudas que se nos plantean: cómo darle continuidad tanto al sector público como al privado y a la asignación de los recursos, cuáles son las herramientas que nos van a permitir que la asignación se concrete año a año y que no pase únicamente por la voluntad expresa ni de un empresario ni de una corporación ni de un gobernante de turno, sino que sea un proceso natural que se dé buscando las herramientas -en ese camino estamos-, y vale la pena decirlo como ejemplo: el propio sector empresarial ha solicitado que la herramienta por la cual se recauda el aporte privado sea la propia Intendencia.-

Este nos parece que puede ser un camino. ¿Por qué? Porque en la medida en que definamos cuál es la herramienta para la recaudación del aporte privado, también, con seguridad, habrá un compromiso de cuál es la

forma y la herramienta de la asignación de los aportes que requiere la empresa desde el sector público.-

En ese proceso estamos y creo que hemos avanzado. Hoy estamos discutiendo algunas instancias que hacen ya a la definición de varios conceptos y creo que es una experiencia muy rica para compartir en este momento.-

Después de que Luis termine con su presentación, quedamos a las órdenes, con mucho gusto, para responder las preguntas que ustedes entiendan pertinentes.-

Gracias por estar.-

SEÑOR PIÑEIRO.- Continuando, entonces, me gustaría detenerme un poquito en las actividades y después en los logros también de estos casi cinco años de experiencia en la cogestión público-privada a través de APROTUR.-

Claramente, y como ya lo había mencionado, el principal objetivo es la promoción del destino, y ahí tenemos todos los medios utilizados para lograrlo.-

Tenemos que decir que realmente los números, los resultados, están acompañando lo que es la gestión de APROTUR. Desde el año 2007 a la fecha el destino ha crecido, ha sido constante -según las cifras del Ministerio de Turismo- en lo que tiene que ver con ingreso de turistas y con la calidad del turista; es decir, el consumo diario por turista ha crecido en Piriápolis, lo cual nosotros, por lo menos, lo tomamos como un respaldo a la gestión. Evidentemente, también debe haber otros factores que influyen para que esto así sea, pero creo que el trabajo más coordinado, con una Unidad de Gestión, con objetivos comunes, nos está dando resultados.-

Quiero detenerme porque aquí vemos que hay otras actividades que desarrolla APROTUR. Justamente se inauguró el 21 de diciembre de 2007 el nuevo Centro de Informes -el Centro de Información Turística-, un local muy lindo, muy moderno, que también era una carencia que tenía Piriápolis y hoy día estamos atendiendo en forma muy profesional, en un ambiente adecuado, como decíamos aquí, a más de 65.000 personas por año.-

Llevamos informes estadísticos, tenemos una hermosa sala de conferencias también, en donde se hace todo lo que tiene que ver con talleres, seminarios, eventos. Estamos también detrás de muchas actividades que tienen que ver con el desarrollo local, por ejemplo, en buenas prácticas: fuimos el primer destino donde se aplicaron y se hicieron los cursos de buenas prácticas en un convenio entre el Ministerio de Turismo y el Ministerio de Turismo de España, también buscando lo que es la mejora en la calidad de los servicios.-  
(m.r.c).-

Tenemos otros proyectos como es Ecópolis, destino turístico sostenible, que está trabajando bajo el paraguas de APROTUR y buscando todo lo que tiene que ver con el tema ecológico, no digo casi como una actividad

independiente, bajo su paraguas, pero que tiene su autonomía en cuanto a trabajo, formación de políticas y a las acciones que están desarrollando.-

También tenemos la Mesa Solar, bajo el mismo parámetro.-

Tenemos pendiente el proyecto Costa Serrana, que es la integración de toda la Zona Oeste -incluso en algún momento habíamos visto de integrar a parte de Lavalleja-, tratando de hacer un producto más completo, de manera de competir con mejores armas en lo que tiene que ver con la competencia a nivel internacional de los destinos turísticos.-

Aquí vamos a ver un poquito que cuando uno crea este tipo de ámbitos, con tanta representatividad de todos los sectores, también corremos un poco el peligro de introducirnos en áreas que no son particularmente las que nos corresponden. Y tenemos que estar alerta porque nos ha pasado; ha pasado a veces de que nos olvidamos quiénes somos y pretendemos ser la Junta o el Municipio y no somos ni la Junta ni el Municipio.-

Hay que cuidar mucho también lo que es la fortaleza de cada una de las instituciones que componen APROTUR, porque estamos todos juntos ahí y a lo mejor nos seduce tomar decisiones que tendrían que ser particulares, de las instituciones que la integran. Me refiero -y en eso estamos en este momento- a no dejar debilitar al Centro de Hoteles, al Centro de Inmobiliarias... Es decir, se corre ese peligro, es simplemente un alerta de la que uno tiene que estar pendiente, porque no es bueno crear una superinstitución -si queremos llamarla de alguna manera, porque la integran varias instituciones- a costa del debilitamiento de sus propios integrantes.-

Alguno de los logros que se han obtenido. Me quiero detener en el proyecto ANII -hoy decíamos que Andrea pertenece al mismo-, que se vio realmente como una experiencia innovadora en lo que es APROTUR como cogestión público-privada. Nos están apoyando en un programa de dos años, fundamentalmente buscando una unidad de gestión más profesional; más profesional, digamos, porque más allá de que cada uno de los que integramos APROTUR ponemos lo mejor de nosotros mismos, también es necesario y fundamental el apoyo técnico en este aspecto. Así que eso se está dando. Estamos justamente a mitad del período, tenemos un año más, la idea es que una vez que termine ANII podamos seguir con el equipo y la unidad de gestión profesional que se nos está ofreciendo, porque los frutos de esto se empiezan a ver y creemos que es indispensable -en el desarrollo de esta institución- que, como bien decía el Director, APROTUR con la Intendencia cree esta nueva empresa mixta -en eso estamos- que se llama Destino Piriápolis.-

¿Qué tenemos hacia delante? Hay mucha cosa. Lo que nunca hay que perder es la humildad y la capacidad de autoevaluación, sabiendo que hay muchísimo, pero muchísimo, para hacer. Algunas cosas las hicimos y las hicimos mal y las estamos corrigiendo, y hay muchas que nos propusimos hacer y todavía están como proyecto.-

Aquí tenemos algunas: el tema de la definición del puerto... Como ven, va más allá de lo que es promoción; en algunas somos actores directos, en otras opinamos, somos actores que opinamos y damos nuestro punto de vista. Por ejemplo, estamos en este momento en el proyecto rambla -el anteúltimo que figura ahí-, cambiándole la cara a Piriápolis. Si le cambiamos la cara a la rambla, evidentemente vamos a cambiarle la cara a todo lo que es Piriápolis, porque es lo más representativo que tiene.-  
(k.f.)

Y hay un proyecto -que para aquellos que nos visiten pienso que van a ver un cambio notorio-, a partir del año que viene, en todo lo que tiene que ver con lo que son las cuadras de la Rambla del centro de Piriápolis.-

De beneficios creo que ya hemos hablado bastante; lo habló el Director y dimos algún pantallazo, pero más que nada es eso; coordinación, buscar los puntos fuertes, las fortalezas de los dos sectores que aquí integran una institución de este tipo, que las tenemos, como también tenemos nuestras debilidades.-

Tenemos que saber que el objetivo -como bien lo decía Horacio hace un rato- es el mismo, estamos trabajando por lo mismo y más allá de los puntos -y es bueno que los haya- de discordancia que a veces puede haber, porque son puntos de vista diferentes, esto es enriquecerse con la propuesta de cada uno y que el producto final sea mejor.-

Es un poco seguir con el tema de los beneficios. No los voy a leer porque están ahí en la presentación en la pantalla.-

Como innovación lo vio la ANII, lo vemos nosotros, se ha demostrado que el trabajo mixto, serio, responsable y profesional es el mejor camino a seguir para lograr resultados positivos en todas las propuestas que nos planteamos. Hoy día nosotros estamos convencidos de esto, aquellos que, de alguna manera, vivimos lo anterior y vivimos el ahora sabemos que falta mucho, pero mucho para consolidar esta experiencia. Sin duda los resultados son notoriamente superiores y mucho mejores en este tipo de trabajo.-

Por lo menos no perdemos el tiempo en cosas menores que, a veces, era la propia interrelación de los diferentes actores. Hoy día el tiempo lo dedicamos al destino y creo que eso es lo más positivo que tenemos que sacar.-

¿Cómo estamos hoy? Ya un poco lo había adelantado Horacio, pero allá por el año 2009 - 2010 sale la Ley N° 18.093, que faculta a las Intendencias Departamentales a asociarse con personas jurídicas sin fines de lucro para la ejecución de objetivos concretos.-

Esta es la Ley en la que estamos trabajando. Es más, hoy íbamos a tener una reunión que la postergamos para la semana que viene para ir definiendo los últimos aspectos, lo que, es lógico, lleva su tiempo, de alguna manera estamos innovando -lo decía Horacio hace un rato-, sería la primera

experiencia de empresa mixta entre personas jurídicas en todo el país, el caso de APROTUR con una Intendencia, y eso representa que cada paso que demos lógicamente Jurídica de la Intendencia lo mira con mucho detenimiento, con lupa, porque no hay antecedentes, tenemos que innovar.-

Como bien decían: ¿cómo se va a financiar esto? Porque tampoco hay antecedentes y la idea es a lo mejor demorarnos un poco más en los pasos que demos, pero que sean seguros o con la idea de que sean seguros, porque eso lo sabremos recién después de que entremos a trabajar. Esa es nuestra mira, es lo que tenemos por delante y lo que esperamos concretar quienes, de alguna manera, ya estamos en esto desde el principio y que sabemos que tenemos que estar mientras no se consolide esto, mientras realmente no haya una figura jurídica que respalde lo que queremos y que le dé perdurabilidad, sustentabilidad a este proyecto que estamos trabajando. Es un esfuerzo duro, pero que sin duda vale la pena.-

Aquellas dudas que tengan...

No sé, Horacio, si tú querés agregar algo.-

Por mi parte, muchas gracias y quedaremos para las preguntas.-

SEÑOR DÍAZ.- Creo que directamente podemos pasar a las preguntas, si lo entienden oportuno.-

Sí me parece importante abrir un pequeño análisis, ya que tenemos la presencia de representantes de Gobiernos como la Secretaría de Turismo de la Prefectura de Porto Alegre: Raúl Rocha, Secretario de Turismo de Porto Alegre, Rolando García, Subsecretario adjunto de la Secretaría de Turismo de Porto Alegre, Mariana Milani, en representación de la Secretaría de Turismo de Río Grande, y Juan Velázquez, en representación de Municipios de Perú y Bolivia.-

Esta es una experiencia que estamos procesando aquí, en Maldonado, si está la experiencia, antecedentes en esa relación público-privada, inclusive en otros países, es importante su participación en el momento, porque nos enriquecemos todos.-

(m.g.g).-

Lo decía Luis, lo decimos nosotros, lo reafirmamos: estamos haciendo camino al andar en este gran desafío y compromiso que significa, por primera vez, una empresa mixta departamental. Por lo tanto, toda experiencia sea bienvenida.-

SEÑOR ROCHA.- Buenas tardes a todos. Mi nombre es Raúl Rocha, Secretario de Turismo de Porto Alegre.-

No sé si ustedes me entienden hablando portugués a pesar de nuestra unión eterna en nuestra frontera: a continuación de Brasil está Uruguay y seguidamente de Uruguay está Brasil, y Porto Alegre en Río Grande del Sur.-

Ha sido un honor para mí ser invitado a participar de este evento y un evento también de Mercociudades -la invitación de Álvaro- y queremos decir que sobre los temas que este II Encuentro Nacional de Turismo contemplaría en el día de hoy, tenía una noticia para darles a ustedes: son los mismos temas que Brasil trabaja, iguales, y tenemos detectado que los problemas y las soluciones son idénticos que los que tiene el turismo de Uruguay, no tiene diferencias el turismo náutico de Uruguay con el de Brasil, el turismo rural de Uruguay no es diferente al de Brasil; cada vez nos convencemos más de que el turismo no tiene fronteras.-

Nuestra venida se da también en ese sentido, de mencionar un momento importante que Brasil va a vivir pronto, en el año 2014, que es la Copa del Mundo. Hay acuerdos en Brasil, tanto de los Gobierno Municipales, de los Gobiernos de los Estados, y del Gobierno Federal, de que la Copa del Mundo no se limita solamente a Brasil, a la ciudad de Porto Alegre o al Estado de Río Grande del Sur; es la Copa del Mundo de los países del MERCOSUR.-

Entonces, tenemos que ir de la mano con las acciones y los proyectos que tienen Uruguay, Argentina, Paraguay, Chile, en fin, aprovechar ese momento y entender lo que está haciendo Europa hace mucho tiempo: cuando la gente viaja para Europa, dice que va a Europa y no que va para Alemania, para Italia o Francia, sino que hacen sus rutas regionalizadas, dependiendo de su elección: "ruta de la gastronomía", "ruta del whisky" o "ruta de ciudad".-

Entiendo que es un momento único de acercamiento y que la gente tiene que establecer cada vez más esos lazos, y cuando la gente recibe el itinerario llega a la conclusión de que los temas son exactamente los mismos.-

La solución dada en Uruguay atraviesa la frontera, es transportable, y va a resolver algún problema de Brasil, y viceversa.-

Quiero decir que en las agencias de promoción nosotros estamos llevando adelante un proceso exactamente igual al de las agencias de promoción de Piriápolis. Es un momento de depuración legislativa, donde 50% es público y 50% es privado; son las asociaciones representativas de la sociedad económica y comercial de la ciudad de Porto Alegre y 50% es el Gobierno Municipal, a través de sus Secretarías: Secretaría Municipal de Turismo, Secretaria Municipal de Deportes, Secretaría Municipal de la Juventud, Secretaría Municipal de Cultura; entonces serían algunas Secretarías de actividades más específicas que van a ser parte de la composición del Concejo.-

Obviamente que hoy estamos en una encrucijada de dos problemas que se tienen que resolver, que es el marco jurídico de eso, que siempre es un tema delicado cuando se entra con recursos públicos y privados. Lo público considera que está dando para el privado y el privado considera que no debería dar o qué es el que va a controlar toda esa gestión.-  
g.t.d

Pero la construcción está bien avanzada, y son momentos en donde no sólo se escogió el modelo jurídico, sino también el presupuestal; es decir, si sale del Estado, porque el privado -y esto lo comprendemos- de cierta forma ya contribuye con los impuestos por sus actividades en la red hotelera, en la cadena económica, en los bares y restaurantes, o en otras actividades del turismo rural. Entonces, ya dejó de ser solamente aquel valor en los impuestos para el Gobierno. Algunos entienden que deben simplemente resaltar el porcentaje del recurso de las arcas del Estado para poder fomentar esa asociación.-

Yo quería, aquí, en nombre de Porto Alegre, decir que es una satisfacción y que el tema que está siendo abordado es común. Entonces quiero repetir eso y lo que dijo Álvaro en cuanto al objeto de nuestra discusión, nuestra reunión de Mercociudades, en donde hay un grupo de empresarios de la red hotelera, que hizo el primer Encuentro Internacional aquí en Uruguay. Son todos empresarios del seguimiento de hoteles de varias ciudades de Brasil los que están reunidos también en este marco, y estamos participando junto a ellos en esas reuniones justamente porque el poder público tiene que andar, oír, sentir y saber si realmente el camino escogido es el que todos entienden como el mejor.-

Álvaro utiliza una expresión -que inclusive está en el material de divulgación-, que es la llamada “turismo sin frontera” y no “turismo de frontera”. Está desechando la conjunción “de”, la que realmente es un obstáculo, una cosa que afecta a un pasaje más fácil de un lado hacia otro. Entonces sería “turismo sin frontera”, y no creo que tenga nada que ver ni con el nuevo milenio ni con el nuevo mundo, sino que simplemente es lo que practica Europa hace mucho tiempo con mucho éxito.-

También les quiero dejar un número o un dato -porque a nosotros también nos gusta trabajar con ellos- que arrojó la última investigación que EMBRATUR realizó en Brasil, que es el Órgano del Gobierno Federal que hace la política de promoción de Brasil hacia el exterior. Recibimos los datos del Ministerio, que apunta a los cuatro países que el brasileño más recibe: tres son países de América -entre ellos dos de América del Sur- y uno de Europa. Los turistas que más van a Brasil son de Argentina, de Estados Unidos, de Uruguay y de Alemania.-

Quiero decirles que el trabajo tiene que venir para aquí, tiene que ser hecho aquí, porque en todo momento y a cualquier hora es la oportunidad; y tanto Porto Alegre como Rio Grande do Sul se ponen a su disposición.-

Ese proyecto de Mercociudades puede y debe ser incorporado también a los otros Municipios de Uruguay porque realmente los resultados están siendo impactantes, estamos ya en instancias de proyectos ejecutivos comunes y no nos quedamos sólo con conceptos, en aquellas cosas que nadie llega y ve. Por eso tenemos que estar cerca de los empresarios del sector, y colocando productos en la calle. Ronaldo, que es el Coordinador del Secretario Adjunto -junto con Álvaro-, quien consiguió ya colocar algunos productos en la

calle, con nombre, con tiempo, para que la gente comience a ver algún resultado de SUTUR.-

Quería dejar aquí mi agradecimiento por la recepción que estoy teniendo en esta bella ciudad, en esta Junta, y espero también que ustedes puedan visitarnos en Porto Alegre. Estamos con las puertas abiertas, y debemos sintonizarnos cada vez más para poder obtener resultados en conjunto.-

Muchas gracias.-

(Aplausos).-

SEÑORA PRESIDENTA.- Si no me equivoco, tenemos a la compañera “Marita” Fernández Chávez, después al señor Adrián Russo, y no sé si hay alguien más anotado.-

“Marita”.-

SEÑORA FERNÁNDEZ CHÁVEZ.- Gracias, Presidenta. Buenas tardes. Le damos la bienvenida a las autoridades extranjeras y les agradecemos por estar aquí.-

En realidad nosotros nos queríamos referir a José Luis; buenas tardes.-

Sabemos que el gran mérito que ha tenido APROTUR es lograr que todos esos instrumentos que sonaban muy bien separados hoy suenen bien juntos, porque generalmente desafinaban.-  
(m.r.c).-

Me quedó una gran duda sobre tu planteamiento, cuando hablas de que en algún momento se pensó en la posibilidad de alternar o integrar el turismo con Lavalleja.-

Nosotros como Comisión de Turismo del Congreso estuvimos con la Intendente y con la Directora de Turismo de Lavalleja y fue una de las inquietudes que nos planteaban. Ellas nos decían que están trabajando muchísimo en lo que es caminería y en tratar de que la gente de Lavalleja asuma que tiene que invertir en turismo, sobre todo preparar la parte de restaurantes, no tienen muchas camas, y ese es su gran problema. En su planteamiento nos decían que podían hacer un acuerdo con Piriápolis según el cual se ofreciera la alternativa de llevar a los turistas a Lavalleja pero brindando Piriápolis las camas para que pudieran quedarse allí. Entonces me preocupó un poco el planteamiento de que no hubiera acuerdo con Piriápolis, más allá de que hay un Departamento que no tiene playa y está peleando como muchos para poder tener una posibilidad turística, sabiendo que Piriápolis en baja temporada necesita del turismo.-

Gracias.-

SEÑOR PIÑEIRO.- A lo mejor me expliqué mal; pido disculpas.-

El sueño -porque todavía sigue siendo un sueño- de integrar Lavalleja y Piriápolis creo que es eterno; ha pasado por varias etapas y siempre está eso que tú decías, esa complementariedad que existe. De lo que hablé específicamente fue de que hay un proyecto que empezó con mucha fuerza, que es Costa Serrana, y que sigue estando. Es más, en su momento nos presentamos a uno de los programas PACPyMES para apoyo de esta iniciativa y técnicamente fue la mejor propuesta; después hubo otras razones que hicieron que... justamente estaba el tema Montevideo en el medio y creo que el préstamo fue para allá. Pero como presentación, como idea original, a nosotros nos interesaba desde el punto de vista de Piriápolis mejorar la oferta, o sea, cada vez más se necesita ir al mundo con un producto más completo y una de las virtudes, uno de los puntos fuertes que tenemos, es la combinación de playa y sierras, transitables además, que no hay muchas en la región, y podemos ir con ese producto. A su vez, hay toda una zona de Zona Oeste, que incluye Pan de Azúcar, Rausa, Las Flores, que tiene sus encantos y que queríamos integrarla. Por ese proyecto también en su momento -y estoy hablando de 3 o 4 años atrás- habíamos hablado con las autoridades turísticas de Lavalleja para hacer el eje Ruta 60 -así le llamamos-, porque también se complementaban en forma estupenda. Pero no fue la primera charla ni la última, porque incluso hemos tenido posteriormente otras y sigue estando el tema.-

Todo esto está muy lindo en los papeles, pero llega el momento de financiar este tipo de proyectos y no es solamente decir: "Largo una propuesta en cuanto a un nuevo producto turístico", todo esto tiene que ir acompañado de dar los correspondientes cursos, y hay mucha gente que tiene la riqueza, el potencial, pero hay que explotar eso, hay que salir con una nueva folletería, llegar a los destinos con una nueva propuesta. Y estamos en eso. Para nada está descartado, todo lo contrario. Además, sabemos que desde el punto de vista del desarrollo del Departamento es muy importante.-

Pero hemos tenido charlas. No sé si tú, Andrea, querés agregar algo sobre las charlas con la gente de Lavalleja, en las que has tenido oportunidad de hablar con la Directora de Turismo.-

SEÑORA BRESSO.- En realidad, el año pasado se retomó todo el proceso y la idea es volver a retomar ahora cuando ellos estén más tranquilos -luego de pasar por un período fuerte con todo el tema de Minas y Abril- el tema de la complementariedad de ofertas, tanto de servicios de alojamiento como de actividades, que los dos destinos se vayan complementando.-

Hay un punto fuerte -como decía Luis- que es que, llegado el momento, más allá de todo lo que uno pueda planificar e iniciar en ese proceso -decir "esta es la propuesta", acompañarla con material, folletería y demás-, también hay que visualizar esa cantidad de emprendimientos que uno tiene en medio del territorio que tiene que apoyar para que se consoliden de tal manera que puedan entrar dentro de esa oferta.-

(k.f.)

Ya sea capacitación, ya sean charlas, talleres, muchas veces regularización; están los colegas de SUTUR, que saben que hay muchos emprendimientos que muchas veces nos pasa, yo trabajo en la parte de ecoturismo también y es algo que uno ve mucho.-

Entonces, Costa Serrana no solamente es una herramienta para promoción y para integración sino también para poner en valor y poner sobre la mesa un montón de otros emprendimientos de diferentes escalas, pequeños, medianos o grandes, pero está, está en camino.-

SEÑOR DÍAZ.- Muy breve.-

SEÑORA PRESIDENTA.- Sí.-

SEÑOR DÍAZ.- Muy breve, porque además le da un marco departamental que al ser un Congreso de Legisladores Departamentales nos parece importante -es un minuto- apostar a la diversidad y a la complementariedad, fundamentalmente partiendo desde el territorio y desde los Gobiernos Locales de ese Gobierno Municipal, pasando por el Gobierno Departamental, en esa visión y en esa definición de estrategia que hace al desarrollo de la actividad turística también, si no miramos lo regional traspasando la frontera de los Departamentos, pensando fundamentalmente en el caso de Maldonado en la Región Este, en Rocha, en Treinta y Tres, Lavalleja, inclusive Canelones, que se han desarrollado algunas propuestas en concreto, estamos limitando lo que es el potencial que tiene la región, luego llevarlo a lo que es una política nacional y después a una política regional, fundamentalmente en lo que hace al proceso de integración y del MERCOSUR.-

Hoy la presencia de representantes de Porto Alegre para nosotros es fundamental, cuando digo nosotros me refiero al país, es fundamental. Y para Porto Alegre también es muy importante, lo decía el propio representante de la Secretaría de Turismo en esa visión por lo que significa poder competir a nivel internacional.-

Por lo tanto, sintetizando territorio, desde la comunidad, desde lo social, desde esa jurisdicción municipal departamental y regional como un primer escalón en su conjunto. Reitero: Rocha, Treinta y Tres, Lavalleja, Maldonado y Canelones.-

SEÑORA PRESIDENTA.- ¿Una consulta?

SEÑOR RUSSO.- Buenas tardes.-

Mi nombre es Adrián Russo, soy representante del Sector Friendly del Conglomerado de Turismo de Montevideo.-

La pregunta es para ambos. Nosotros venimos trabajando con la diversidad y el Sector Friendly, estamos yendo a ferias internacionales -no me quiero adelantar a los datos ni nada de lo que vamos a exponer mañana-, y lo

que nos está pasando con Maldonado y con Piriápolis -y queríamos consultarles- es acerca de la políticas del Sector Friendly.-

Estamos yendo a varias ferias internacionales como Montevideo, como el Ministerio de Turismo, a través de Soledad Viera, que es la representante que puso el Director Nacional de Turismo Benjamín Liberoff, junto con Claudio Quintana y su Asesora Daniela Bouret y nos está pasando que vamos a ferias internacionales y que de Piriápolis y de Maldonado no tenemos folletería cuando sabemos que Colonia, que Punta del Este y Piriápolis, todo el Departamento de Maldonado, son un fuerte caudal de ingreso de turistas LGBT.-

Obviamente, como dije, no voy a revelar datos, porque eso lo vamos a hacer con el grupo el día de mañana, pero queríamos saber si tienen alguna persona que pueda trabajar el segmento.-

En este momento en Maldonado, en Punta del Este, contamos con cuatro establecimientos, dos hoteles, una discoteca y un pub y estamos dispuestos -como lo dijimos siempre- a ayudar, a cooperar, pero creemos que hay una política que todavía no se está dando o, por lo menos, no nos ha llegado.-

Obviamente como sector estamos a disposición y queremos saber si hay alguna política porque Colonia y Punta del Este generalmente tienen más turistas que Montevideo, los tenemos que venir a traer y ustedes los tienen directamente en verano y todo el año, entonces queríamos saber si hay alguna persona, si tienen pensado trabajar el segmento y si es así nos ponemos a disposición.-

SEÑOR DÍAZ.- Creo que en este proceso de poder impulsar una estrategia fundamentalmente hacia el segmento juega también la relación público-privada, que no es excluyente, entonces allí la relación con el área de servicio que lleva adelante hacia este segmento es importante.-

Hemos tomado contacto con alguno en particular, no hemos podido definir una estrategia, a veces porque plantean una estrategia diferente, de mayor reserva inclusive, pero no tenemos ningún inconveniente en generar un marco institucional de respaldo en la medida que el propio prestador del servicio así lo entienda conveniente, pero sí, creo que es importante, porque además es un segmento nuevo para el Uruguay y toda experiencia en ese sentido es fundamental. Es más: sería interesante -ya que estamos en este ámbito- generar, desde la propia Junta Departamental y en particular la Comisión de Turismo, un ámbito departamental que nos permita avanzar tanto el área pública como el área privada en la definición de una estrategia más concreta de acuerdo a lo que tú mismo planteabas.-  
(m.g.g).-

SEÑOR RUSSO.- Simplemente estamos a las órdenes, tenemos algunos contactos de gente de establecimientos de aquí que trabajan y se acercan a nosotros, Posada La Chihuahua, Hotel Paradise.-

Vamos a dos ferias internacionales -mañana lo vamos a contar- y realmente no tenemos material. Sí lleva material la marca país, pero quizás sería bueno que hubiera un representante del Departamento hablando exclusivamente de Punta del Este o de Maldonado. Obviamente en San Pablo, Montevideo y Punta del Este son el gran centro de atención y quizás sería bueno ese diálogo para poder salir en conjunto y que ustedes también estén representados junto a nosotros, nos haremos más fuertes en un segmento que está dejando mucho dinero en el mundo.-

Gracias.-

SEÑORA PRESIDENTA.- No sé Adriana si había alguien más anotado.-

MAESTRA DE CEREMONIA.- Yo no tenía a nadie más, pero no sé si hay alguna pregunta.-

SEÑORA PRESIDENTA.- Parece que no.-

Le agradecemos a la gente de APROTUR el hecho de que hayan estado acá en este II Encuentro y que se vuelva a repetir. Si bien estamos dejando -como decíamos al principio- en los próximos días la Presidencia, sabemos que los compañeros que van a quedar en nuestro lugar van a seguir trabajando para próximos encuentros y que se siga repitiendo año a año.-

Muchísimas gracias por estar acá, Horacio, muchísimas gracias.-

(Aplausos).-

MAESTRA DE CEREMONIA.- Continuamos entonces con nuestra programación.-

Vamos a invitar entonces al responsable de la próxima **exposición** que tiene que ver con deportes náuticos y pesca, eventos destacados en la ciudad de Paysandú. "**Paysandú enfocado al turismo náutico**".-

Va a estar a cargo del Edil señor Eduardo Rodríguez, Presidente de la Comisión de Turismo Departamental de Paysandú. Además les cuento que Eduardo Rodríguez es Analista en marketing y publicidad, integrante por supuesto de la Comisión de Turismo también del 2004 al 2009, como ahora es Presidente de la Comisión de Turismo hasta el Período 2015.-

Así que, gracias por estar con nosotros y le cedemos la palabra.-

**SEÑOR RODRÍGUEZ.-** Buenas tardes. Antes que nada quería agradecer la invitación, buenas tardes a todas y a todos. Queremos agradecerle a Marcelo Pereira -el Secretario de la Comisión de Turismo de Maldonado- las molestias causadas. Agradezco a mi compañero que me hizo la gauchada de acompañarme, ya que se nos complicaba venir al Encuentro porque teníamos

cambio de mando en Paysandú. La Bancada del Frente Amplio nos dio una mano importante en permitir a nuestro compañero que nos acompañara.-

Lo que preparamos -muy de improviso- es un texto de carácter informativo sobre lo que es turismo náutico, algunos de los deportes más destacados, eventos más destacados que se realizan en la ciudad de Paysandú y lo vamos a ilustrar con algunas imágenes del río. Mientras les leo el texto, sería bueno que pudieran apreciar lindas tomas que pudimos compilar en un video. Después mi compañero Daniel Andrusyszyn, integrante de la Comisión de Turismo por la Bancada del Frente Amplio, hará algunas acotaciones.-

g.t.d

Paysandú se encuentra ubicada en un área privilegiada por sus condiciones climáticas, donde se diferencian claramente las cuatro estaciones y lugares naturales de gran belleza. Con costas sobre el Río Uruguay, es centro de una zona clave con comunicaciones que lo vinculan con todo el país y Latinoamérica.-

La única cuenca hidrográfica que atraviesa el Departamento de Paysandú es la del Río Uruguay, la que, a su vez, pertenece a la Cuenca del Plata. Directamente al Río Uruguay desembocan los Arroyos Negro, San Francisco Grande, Guaviyú, Chapicuy Grande, y los Ríos Queguay Grande y Daymán.-

Frente a la ciudad de Paysandú se pueden apreciar varias islas con hermosa flora, fauna, lugares muy agrestes y arenas naturales, destacándose la Isla de la Caridad, donde se dio refugio a mujeres y niños durante la sangrienta Defensa de 1863, debiéndose a ese hecho su nombre.-

Refiriéndonos a deportes náuticos y pesca, la infraestructura y los servicios de los clubes náuticos -ubicados sobre el Río Uruguay- hacen de Paysandú un excelente destino para los amantes de los deportes náuticos, la pesca y la navegación por el Río. La costa sanducera es perfecta para disfrutar de las puestas de sol, con los paradores, las actividades deportivas sociales y culturales, los parques para niños y las zonas de camping.-

En el Río Uruguay se pueden encontrar diversas especies de peces: bagre dorado, patí, boga, surubí y tararira. Durante el verano se realizan campeonatos de pesca en diferentes lugares.-

El río brinda la posibilidad de poder realizar una variedad de deportes náuticos -remo, velerismo, windsurf, waterski-, además de campeonatos de vela, optimist, remo y natación.-

“Paysandú enfocado al turismo náutico”. De acuerdo al “Programa para el Aumento de la Competitividad y el Desarrollo de los Destinos Turísticos Estratégicos del Uruguay”, impulsado por el Ministerio de Turismo con el apoyo del BID, se está llevando a cabo en esta materia un relevamiento en relación a la optimización del turismo náutico y fluvial a nivel nacional.-

A tales efectos, un consultor español y los encargados del producto náutico a nivel ministerial visitaron nuestra ciudad en una gira que comprende no sólo las localidades litorales de las márgenes del “paterno”, sino también aquellas que se encuentran afincadas en los distintos afluentes.-

Con tal motivo, el martes 28 de junio se llevó a cabo a bordo de la legendaria embarcación “Sacra” un recorrido de reconocimiento por las aguas del Río Uruguay con el fin de apreciar las bondades costeras y fluviales afectadas a nuestro Departamento.-

Junto al especialista español en Estaciones Náuticas, Rafael Moreno Sánchez, los citados funcionarios ministeriales y representantes de la Intendencia de Paysandú, Cámara de Turismo, Centro Comercial e Industrial de Paysandú, así como también operadores privados del sector, se dio inicio a la travesía que, partiendo desde el Yacht Club de Paysandú, llegó hasta su par en Concepción del Uruguay, pasando por Casa Blanca y las distintas islas para continuar luego hasta las costas de la ciudad de Colón, Entre Ríos, como punto previo a su finalización.-

Dicho relevamiento resumirá en el potencial que las distintas zonas poseen y determinará a su vez dónde serán necesarias las inversiones que este programa tiene previsto realizar.-  
(m.r.c).-

Tales inversiones serán dispuestas para generar nuevas infraestructuras, mejorar los sistemas de gestión y optimizar la tecnología aplicada al sector náutico.-

La diversidad y la riqueza que aporta este producto contribuirán de gran manera al crecimiento de la oferta turística de nuestro país, que se ve estrechamente ligada al aprovechamiento de los recursos naturales y a su respectivo entorno, estimando que sería por demás beneficioso que una de estas estaciones pueda ser asentada en nuestra ciudad.-

Hablando un poco de los eventos más destacados que tenemos en la ciudad de Paysandú, los tres más importantes serían: la Regata de la Meseta de Artigas -que se realiza durante la Semana Santa o de la Cerveza-; parte desde la Meseta de Artigas con participación de embarcaciones uruguayas, argentinas y brasileñas. También tenemos la Fiesta Nacional de la Pesca de la Boga Carlos Fantoni, donde son de la partida embarcaciones nacionales e internacionales. Por otro lado tenemos el Cruce del Río Uruguay, que es una competencia a nivel nacional, que se realiza generalmente el 6 de enero, aniversario del club organizador.-

Este sería el texto informativo que preparamos para ustedes para ponerlos al tanto del nuevo producto que Paysandú está comenzando a desarrollar y los dejo con las palabras de mi compañero Daniel Andrusyszyn, quien hará algunas acotaciones.-

Muchas gracias.-

**SEÑOR ANDRUSYSZYN.-** Buenas tardes. Muchas gracias por recibirnos acá; por fin venimos con un tema que no es destino "termas", venimos con este nuevo producto que estamos apoyando desde la Comisión de Turismo.-

Quería hacer una pequeña reflexión sobre todo esto -para la gente que no es litoraleña y para las autoridades del Ministerio de Turismo-, una reflexión sencilla pero importante: como acá -en el Sur del país- tienen la cultura del mar, nosotros allá -en el Litoral- tenemos la cultura del río y una especial sensibilidad por todo lo que le acontece al mismo.-

Queremos, en esta reflexión, incluir también a nuestros hermanos entrerrianos, con los cuales tenemos una fluida relación y me parece que tenemos que estrechar un poco más los lazos para agrandar el turismo en la zona. Y aquí, en este punto, cabe informar que en la CARU duerme desde hace años un gran proyecto de un parque binacional en la zona de Paysandú, que trataremos de despertar, no sé de qué manera.-

Como testimonio de todo esto, de toda la vida que tienen todas las ciudades del Litoral -Colonia, Soriano, Río Negro, Paysandú, Salto, Artigas-, todo Entre Ríos y parte de Corrientes, que tienen una especial sensibilidad con el río, hay cientos -no me animo a decir miles- de clubes, de pesca, de remo, de natación, de náutica; tenemos miles de embarcaciones registradas.-

También en este punto de este trabajo turístico que estamos haciendo de cara al río, me parece que no deberíamos dejar afuera a los pescadores artesanales, que tienen muchísimas cosas para aportarnos y que también deben ser beneficiarios de su propio ámbito.-

Así que con estas palabras dejamos concluida la presentación y esperemos vivir de cara al río, disfrutar de nuestra naturaleza y seguir adelante con estos impulsos.-

Muchas gracias.-

(Aplausos).-  
(k.f.)

**SEÑORA PRESIDENTA.-** Muchas gracias a los compañeros de Paysandú por haber venido.-

Sabemos lo que significa para muchos y más en esta época que -les contamos a aquellos que, de repente, no son de las Juntas Departamentales- todas las Juntas están en período de cambio de autoridades y, a veces, es bien complicado trasladarse para alguna actividad desde tan lejos, porque Paysandú queda a unos cuantos kilómetros de Maldonado.-

Así que muchísimas gracias.-

¿No sé si había alguien para hacer alguna pregunta?

No, parece que no. Así que muchísimas gracias nuevamente.-

Les vamos a pedir a todos aquellos expositores que han estado si nos pueden dejar el material, porque hay compañeros que lo están solicitando para llevarlo a otros Departamentos.-

Sí, Adriana.-

MAESTRA DE CEREMONIA.- Ahora seguimos con las presentaciones que estaban previstas y viene un emprendimiento que dio que hablar en el Departamento de Maldonado, en una zona privilegiada, un emprendimiento muy vanguardista en su momento. Estamos hablando de AGROLAND S.A.-

La **exposición** que vamos a escuchar en este momento es, justamente, del Gerente General de **AGROLAND**, el Licenciado Gastón Solari Loudet.-

Les cuento que Gastón proviene de una familia vinculada a la agroindustria, estudió en la Universidad Argentina de la Empresa, graduándose en el año 1987 en Licenciatura en Administración y Licenciatura en Economía Agraria. Hizo un postgrado en la George Mason University con una Maestría en Proyectos Agroindustriales. Empresas donde actuó, por ejemplo: Continental Grains, Banco de Galicia, Estancia El Refugio, Happy Forest, entre otras. Actualmente -como ya les comentaba- se desempeña como Gerente General de AGROLAND S.A. desde el año 2009.-

Le cedemos la palabra, entonces.-

SEÑORA PRESIDENTA.- Adriana y Gastón, sólo unos minutitos, porque una de las visitas que tenemos ahora en el Plenario se tiene que retirar y le vamos a ceder la palabra al compañero de Perú, que nos está acompañando.-

SEÑOR VELÁSQUEZ.- Muchas gracias. Mis disculpas al exponente, pero por problemas de horario tengo que irme en este momento.-

Para mí es muy placentero estar en el día de hoy, me parece que esta reunión representa el gran interés y la gran preocupación que están teniendo las Intendencias en la perspectiva de ir cimentando políticas mucho más coherentes, serias, coordinadas, integrales, que vayan originando también todo un mecanismo de aprovechamiento de este flujo masivo que existe, y en crecimiento, que es el flujo turístico receptivo.-

El año pasado, revisando algunas cifras, me llevé la sorpresa de que la Organización Mundial del Turismo hablaba del crecimiento del flujo turístico en América Latina, que es superior incluso al de Europa; estamos hablando de casi el 10%, mientras que el de Europa creció solamente el 6%. Y revisando los datos nos hemos dado cuenta de que ese crecimiento se debe principalmente a que estamos interesándonos más en conocernos a nosotros mismos. Peruanos, chilenos, colombianos, uruguayos, argentinos, brasileños, nos

estamos visitando más y ese interés en conocernos más puede significar toda una ventaja comparativa si es que logramos también integrar territorios que tienen la misma problemática. Esto lo señalaba el Secretario.-

Tenemos la misma problemática y tenemos el mismo interés de superación en función de una visión mucho más coherente de lo que es este flujo.-

Yo solamente quería felicitarlos a ustedes por este interés de poder pensar en sí mismos como latinoamericanos. Tenemos en Perú y Bolivia un gran interés en acercarnos a las ciudades del MERCOSUR, existen ya experiencias muy avanzadas de turismo comunitario y de turismo rural en nuestros países que vienen, incluso, de una tradición de vieja data, muy antigua, en que comunidades enteras se preparan para recibir a otras comunidades.-

En ese aspecto podríamos dar muchas respuestas a soluciones que por ahora no se encuentran a nivel occidental, como es el caso de la sostenibilidad de estos flujos; conceptos que pueden ser incluso alternativos a los conceptos tradicionales de desarrollo, como el concepto del buen vivir, que es una cosa cotidiana para nosotros, el principio del "Sumac Causai", que es una forma de vivir en armonía con la naturaleza, en armonía con la Tierra, con la Pachamama, pero que al mismo tiempo nos ofrece una protección si es que somos respetuosos hacia la naturaleza, y es un ejemplo de lo que podríamos aportar en esta confluencia, en esta integración y en este enriquecimiento mutuo entre latinoamericanos.-

(m.g.g.)

A partir de ahora vamos a comprometernos a acercarnos más a nuestras ciudades. Creo que el mundo está totalmente entrelazado y ahora es mucho más sencillo llegar a ciudades andinas. Por lo tanto, quería solamente saludarlos, felicitarlos y comprometerme y comprometer a los Municipios que represento en esta perspectiva.-

Muchas gracias y buenas tardes.-

(Aplausos).-

SEÑORA PRESIDENTA.- Ahora sí Gastón, muchísimas gracias y disculpa.-

**SEÑOR SOLARI.-** No sé si cuando llegaron recién mis antecedentes nombraron que soy padre de una familia muy numerosa, lo cual me viene bien la gimnasia de hoy para poder, después, enseñar en casa que hay que hablar de a uno y en orden.-

(Hilaridad).-

Antes que nada quiero agradecer a la Comisión y a la Junta Departamental la invitación, sobre todo considerando particularmente a AGROLAND como una de las pocas empresas privadas que van a participar de

estas dos jornadas. Aprovechar también -tal vez voy a reiterar esto, llegué más tarde- para darles la bienvenida a Maldonado a todos los que no son del Departamento.-

Hablar de AGROLAND para mí es como cuando uno era adolescente y me preguntaban “¿Es linda tu hermana? ¿Es buena tu mamá?” Hablar de las cosas que uno quiere y de las que uno se enorgullece a veces es difícil, es complicado y hasta uno puede pecar de soberbio.-

Así que cuando empecé a armar en pocos días la presentación -que voy a tratar de hacerla brevemente porque siendo viernes y a este horario, todos estamos cansados- encontré viejos apuntes y viejas notas de mi autoría y, si ustedes me permiten, me voy a tomar el atrevimiento de leer algunas notas, algunos extractos de esos viejos artículos referidos específicamente al turismo rural.-

La organización social más elemental del hombre primitivo giraba en torno a la satisfacción de necesidades primarias. Hablamos de alimento y vestimenta. Así como las praderas y los pastizales crecían tras las primaveras, los animales migraban en el mismo sentido y, en consecuencia, todas las comunidades del hombre vivían una eterna peregrinación para poder subsistir en base a la caza y a la recolección de los frutos de la tierra.-

Poco a poco el hombre fue descubriendo la agricultura, eso de caminar parece que iba contra su voluntad. Y la agricultura más elemental nace justamente cuando empieza el hombre a domesticar algunas especies animales y vegetales, entonces deja de caminar y empieza a formar lo que fueron las primeras poblaciones permanentes. Esto llevó como consecuencia a la formación de aldeas y por supuesto que la organización social del hombre empezó a volverse más compleja; había que convivir, ya no había que caminar. Además había ocio, había que recrear. Además el hombre, por primera vez en millones de años de evolución, empezaba a convivir nada menos que con sus propios desechos, tal vez haya sido el nacimiento de la contaminación, más primitiva, por supuesto.-

El turismo rural nace en Europa en la década del 50, como consecuencia de la necesidad de rehabilitar las áreas rurales deprimidas y la consecuente migración de las poblaciones rurales a zonas urbanas. Acordémonos que en la década del 50 habían pasado no muchos años de la finalización de la guerra, de la Segunda Guerra. De ese modo, una contracorriente empieza a generarse, una tendencia contraurbana con el argumento de frenar la tensión de vivir en grandes conglomerados buscando lugares de más tranquilidad, una especie de turismo de posguerra.-

La saturación de los destinos turísticos tradicionales y la concentración de turistas en zonas abarrotadas por falta de espacio, contribuyeron, en la segunda mitad del siglo XX, a buscar nuevas alternativas. Allí empezaron a despertar el interés por descubrir nuevas ofertas de viaje y esparcimiento.-  
g.t.d

Vincular la actividad rural con el turismo ha sido visto desde hace mucho tiempo como una oportunidad para la recreación de las zonas rurales. Para las poblaciones rurales es una forma de diversificar los ingresos desde su actividad tradicional; genera mayor oportunidad de empleo, principalmente en la población femenina y en los jóvenes, que de otra manera se ven expulsados por la falta de oportunidades.-

La Organización Mundial de Turismo define al agroturismo como “la actividad que se realiza en explotaciones agrarias donde los actores complementan sus ingresos con algunas formas de turismo en que, por lo general, facilitan alojamiento, gastronomía y oportunidad al visitante de familiarizarse con las tareas agropecuarias”.-

Al principio, el principal obstáculo -cuando nace el turismo rural- fue la falta de personal entrenado para atender, interpretar y satisfacer las demandas del turista. Esto generó el entusiasmo por aprender y, en contrapartida, por enseñar; es decir, nace la educación para el turismo.-

Así fueron naciendo en Europa y en el mundo algunos circuitos muy exitosos y muy conocidos a esta altura, generando polos gastronómicos de alta calidad, como “Rutas del Vino”, “Rutas del Queso”, “Rutas del Aceite”, “Rutas del Pescado”, ese turismo gastronómico que generalmente tiene una cercanía con el sector rural. Además esos productos, por lo general de alta calidad, terminan trascendiendo fronteras y se convierten en productos que son demandados justamente por su calidad de origen, por su particularidad, que tal vez no se encuentra ni se repite en otros lugares.-

El agroturismo requiere una combinación de factores, como es la cultura propia del lugar -y lo pongo primero a propósito, porque si algo no se debe hacer es perder la identidad del domus, del lugar de origen-, la actitud emprendedora, la vocación asociativa, el cuidado del medio natural, el ingenio y la inventiva, y una fuerte pasión por el producto que se ofrece.-

Ahora voy a hablar de AGROLAND.-

AGROLAND nace como un emprendimiento agroindustrial justo a fin de siglo, en 1999. Ahí es cuando la empresa adquiere el primer sector de campo, con una fuerte inventiva, con una fuerte vocación en plantar almendros y olivos. Y como nos pasa siempre que las cosas se van dando bien, que son positivas y que nos entusiasman, se redobra la apuesta y se aumenta en el esfuerzo de seguir invirtiendo. Y, ojo, que cuando hablo de invertir no me refiero netamente a cuestiones financieras o económicas: hablo de apostarle a algo.-

Como consecuencia de ello se van formando las cadenas de valor. Estamos hablando de una producción primaria -como puede ser el caso de la aceituna-, una transformación de esa materia prima -en el caso de AGROLAND, para este ejemplo, es el aceite de oliva- y la comercialización; todos eslabones de una misma cadena, que deben ser sólidos por sí mismos.-

La comercialización viene de la mano de lo que leíamos hace un rato con respecto a estas rutas famosas del mundo, donde hay un branding, hay una identidad, hay una marca de origen, hay un querer ser mejor, pero mejor con respecto a mí mismo, un planteo de mejora permanente: yo no voy a pretender nunca compararme con algo que está en un lugar muy lejano, con una tierra muy lejana, con un clima muy lejano, con una idiosincrasia muy distinta, a pesar de que después se nos mide muchas veces con una misma vara, por ejemplo, en lo que nos ha pasado con Colinas de Garzón, con los Premios que obtuvimos desde el año 2009, 2010, 2011.-  
(m.r.c).-

Hace escasos días -diez días- nos llega la noticia de que en el 2012 volvimos a ganar premios en Europa, en Israel, en Brasil, en Los Ángeles, en Estados Unidos, en Mendoza, en Argentina.-

AGROLAND hoy tiene una dotación de personal que trabaja en forma directa de aproximadamente quinientas personas en el sector del agro -en el sector de campo- y aproximadamente doscientas cincuenta personas que están en el sector de la construcción.-

Por otro lado, hay una empresa que se llama Kentisur, empresa hermana, que es quien lleva adelante las obras de infraestructura, que tiene otras doscientas personas. Es decir, hoy estamos hablando de que dentro de AGROLAND, diariamente, trabajan casi mil personas.-

Esas personas llegan a la empresa a diario en colectivos contratados por esta. No me quiero equivocar pero creo que son veintitrés colectivos de una capacidad de cuarenta personas cada uno, más algunos otros vehículos de la flota de la empresa que salen de Maldonado, de San Carlos, de Rocha, y cada uno de esos vehículos trae dos, tres, cuatro personas. Así es cómo vienen y se vuelven a su casa las mil personas todos los días.-

Almuerzan en la empresa, la que cuenta con una cocina que abastece a los comedores. La comida es buenísima. Acá hay varios testigos; yo llegué a AGROLAND con setenta y cinco kilos, hoy pasé los ochenta y dos, y salgo a correr todos los días.-

Hoy cuando hablaba de la cadena de valor, hablábamos de producción primaria, de transformación, de comercialización, y cuando hablábamos de la etapa de transformación, que es la etapa industrial, hoy AGROLAND cuenta con una bodega que tiene una capacidad de alrededor de 750.000 litros de vino o de jugos vinificables, está en construcción otra bodega más, que es la que va a ser la bodega grande, definitiva, con una capacidad de 2:000.000 y algo de litros de vino, la planta aceitera boutique, que ya está funcionando, que se está ampliando...

Es decir, cada vez que creemos que terminamos una etapa nos damos cuenta de que nos quedaron ladrillos sobrantes, entonces volvemos a agrandar y agregamos más tanques y seguimos creciendo. ¿Por qué? Porque los árboles también siguen creciendo, nos sorprendimos gratamente con que lo

que nosotros suponíamos que era el promedio de producción a nivel planta, a nivel campo, resulta que es mayor, tiene más kilos, más calidad, más rendimiento, lo cual siempre es una buena noticia. Pensábamos que con la planta aceitera iba a alcanzar para procesar toda la aceituna, pero ya nos empezamos a dar cuenta de que acá a dos años vamos a estar muy cortos y tuvimos que ampliar la capacidad de tanques.-

Pero estas industrias -independientemente de su tecnología, que es de punta, que es de última generación-, en el caso de la aceitera -que ya está funcionando como ya les digo- puedo afirmar, sin miedo a equivocarme, que es la que tiene la tecnología más avanzada a nivel mundial.-

Además, nosotros esto lo queríamos mostrar, lo queríamos abrir. Además de que el producto es bueno, que sale al mercado, sale al mundo, gana premios, jerarquiza los productos marca país, queríamos mostrarlo. Entonces, todas estas obras, todas estas infraestructuras se han hecho con una concepción de buen gusto, con una construcción como atractivo en sí misma, con piedra, con madera, con comodidades. Hicimos una bodega boutique, hicimos una aceitera boutique que tiene salas de interpretación donde uno, por ejemplo, en época de cosecha, puede visitar la planta y a través de un sistema de paneles que se van abriendo a través de un túnel de interpretación va viendo en tiempo real y en vivo cada una de las etapas de la producción industrial de la aceituna hasta convertirla en aceite, desde la llegada del campo de la aceituna hasta la salida envasada del aceite Colinas de Garzón.-

(k.f.)

Claro, obviamente, no tenemos cosecha todo el año; como todas las cosechas de todos los productos, de todas las especies naturales tiene una temporada. ¿Qué hacíamos nosotros fuera de los dos o tres meses que dura la cosecha? Esa sala de interpretación se la adaptó para poder hacer una suerte de video, donde se va pasando una película de lo que pasaría si ustedes estuvieran visitando el lugar en el momento de la cosecha; van a ver un video de la recepción de campo, un video del crashing de la aceituna, un video del envasado.-

Además hay un microcine con butacas, con una capacidad para aproximadamente cuarenta personas -no es caprichosa esta capacidad sino que está concebida porque más o menos son las plazas que trae un ómnibus, un ómnibus de tamaño grande que podría ser una visita turística-, donde se proyecta un documental que habla del origen del aceite de oliva -allá en la zona del Mediterráneo, en la zona de Grecia básicamente-, explicando un poco la mitología griega del porqué del aceite como alimento, como ungüento para los luchadores, los espartanos, los atenienses. Cómo llega la aceituna con los españoles a América. Cómo entra la aceituna o las primeras plantas, los retoños de esos olivares llegan a la Isla La Española, con los colonos españoles, entran por México a través de la multiplicación que se fue haciendo, bajan hasta el alto Perú, ingresan por el Norte argentino y llegan hasta el Uruguay que, aunque a veces suene para muchos novedoso este tema de la oliva, Uruguay tiene olivares centenarios en algunos rincones del país.-

Ya hace muchos años que hubo gente con la visión y la vocación de plantar olivos. Obviamente distintos factores de la vida, de la evolución, de los mercados ha hecho que la mayoría de esas plantaciones se hayan visto abandonadas, pero hoy estamos frente a una revancha, una recreación de la actividad del olivo.-

Respecto a la bodega en la zona Norte, ya subiendo las sierras, ahí en Garzón, tenemos alrededor de 170 hectáreas de viñedos de distintos varietales, estamos hablando de alrededor de 12 varietales.-

Obviamente que la uva insignia uruguaya es el tannat y no podía faltar, de hecho tal vez es, en la proporción, la que más tenemos -para blancos y tintos.-

Ahí se está construyendo la bodega que les decía que está en obra, que estimamos poner en marcha la parte industrial para la campaña que viene, para la vendimia que viene, que será febrero del 2013.-

Tenemos pensado completar la plantación de acá a los próximos dos años y llegar alrededor de 200, 240 hectáreas totales de viñedos y la bodega también está construida con el mismo concepto con que se construyó la aceitera. La bodega va a tener su área gastronómica, su restorán, su "wine bar", su lugar de degustación y de cata de vinos, va a tener un club de vino, va a tener toda un área donde uno entra, porque esta construcción está enclavada en el cerro, en la sierra, está metida adentro de la piedra, con lo cual muchas de las paredes de la construcción son roca natural, que además, por la percolación y el drenaje, el agua va escurriendo por la piedra, con lo cual, con un poco de ingenio de nuestros ingenieros -valga la redundancia-, con un poco de luz y sonido, entrar por ese lugar viendo caer el agua, bien iluminada y arrimándonos a una sala con barricas de roble, con ese olor tan característico que tienen las bodegas, con esa humedad natural, evidentemente va a ser de un atractivo turístico notable.-  
(m.g.g.)-

Hoy AGROLAND, desde el punto de vista turístico, está recibiendo gente durante todo el año. Nosotros tenemos el concepto -y esto lo hablamos muchas veces en reuniones, por ejemplo, en Destino Punta del Este- de buscar alternativas para abrir la ventana turística lo más posible, descomprimir la playa y dar atractivos turísticos del otro lado de la Ruta 9. Funciona todo el año con las visitas a la aceitera y estamos convencidos de que cuando la bodega esté terminada, va a generar un atractivo tan importante o tal vez más, porque la gente está más acostumbrada a tomar vino que aceite de oliva, así que van a visitar la bodega, seguramente, con todos esos atractivos.-

Hoy se hacen en AGROLAND distintos tipos de visitas, hay una visita donde la gente viene a cosechar. Cuando las visitas son en épocas de cosecha, la gente viene a cosechar, se los acompaña y se les enseña a cosechar. Esa aceituna que el visitante saca va a uno de los cajones cosecheros, entra a la fábrica y antes de que termine su visita con el video y

todo, esa aceituna que esa persona levantó, termina en una botella de aceite y se la entregan de regalo, de obsequio al visitante. Y les juro que es el aceite que salió de la aceituna de esa persona, porque le damos una trazabilidad como para que esa persona se lleve su propia cosecha.-

Además hay otro tipo de visitas donde se recorren los olivares, hay visitas que estamos programando para que se puedan hacer en bicicleta. Hasta ahora no tuvimos la oportunidad, pero tenemos ya un convenio para hacer una vista desde el aire a través de un paseo en globo aerostático para ver los olivos y ver la fábrica desde el aire. Digo que no tuvimos la oportunidad porque es difícil, si justo viene alguien a pedir eso y justamente ese día no hay viento..., porque tiene que hacerse en determinadas condiciones meteorológicas.-

Además, está proyectado en la zona de La Quebrada generar más atractivos turísticos -el atractivo es la bodega y los viñedos-, pero con más comodidades para el turista. Ustedes imagínense que ir a degustar vino, hacer 40 minutos de auto hasta Garzón, probarse, cinco, seis, siete vinos y tener que volver..., no sé. Por lo menos para una siesta tenemos previsto una posada. Es una vieja posada que ya existía en La Quebrada, que va a tener una reforma en cuanto a dimensiones. El estilo se va a seguir conservando, va a tener alrededor de diez departamentos, diez habitaciones con su baño. La idea es hacer un hotel de veinte habitaciones, no muy grande, para que la gente pueda quedarse, tener una estadía en el lugar.-

En las cercanías del hotel y donde está la posada, recrear una especie de village, donde la gente pueda caminar, sentarse, tomar un café, comer un pan hecho por la panadería que tiene AGROLAND, que abastece además al personal con distintos panes, medialunas, con aceite de oliva, tomar más vino, por supuesto, degustar algo.-

Esto es lo que está pasando en Garzón, pero no somos los únicos, ya sabemos todos que en Garzón el puntapié inicial lo dio alguien que es ya famoso nada más que por verlo, escucharlo y comer sus platos que es Francis Mallmann, que evidentemente con el efecto Garzón se genera una sinergia interesante, por lo menos desde el punto de vista gastronómico.-

Tenemos una muy fuerte interrelación con el Alcalde de Garzón, con quien permanentemente estamos cruzando ideas, nos reunimos a conversar buscando hacer más para mejor turismo, no solamente el de AGROLAND, no solamente en el pueblo sino además en los alrededores. Con el Alcalde Fernando Suárez, muchas tardes, mate de por medio, nos sentamos a fantasear y a delirar, los paseos a caballo, feria de artesanos en la Plaza de Garzón. Hay unos vecinos amigos argentinos que descubrieron que la señora que los ayudaba en la casa, cuando era joven había sido hilandera, hace hilado a mano de lana de oveja.-  
g.t.d

Entonces, se les ocurrió por qué no hacer una hilandería artesanal con la gente de Garzón, un pueblo que tiene una cultura riquísima y que da para poder recrear una plaza de artesanos con las hilanderas trabajando en ella.-

Todo eso que es sinergia, todo eso es asociatividad, como lo que leíamos al principio: mil personas trabajando, sueños, afectos y valores en común; un proyecto sin pérdida de identidad de la zona.-

Evidentemente, esto fue como hablar de mi mamá.-

Nada más. Muchas gracias.-

(Aplausos).-

SEÑORA PRESIDENTA.- No sé si hay algún compañero que quiera hacer alguna pregunta...

Agradecemos a Gastón Solari, representante de AGROLAND y le damos la bienvenida a nuestro compañero Sebastián Silvera, integrante de la Comisión de Turismo del Congreso Nacional de Ediles por el Partido Colorado. Bienvenido.-

Sí, adelante.-

SEÑOR LAPAZ.- Muy buenas tardes, casi noche ya.-

Soy Gustavo Lapaz, de Salto.-

Una consulta, un poco para saber: ¿el aceite que sale es de centrifugado o de prensa?

SEÑOR SOLARI.- El aceite que sale es por molino. A ver, para responderte tengo la ventaja de haber sido además aceitero de soja y de girasol, por lo que conozco los procesos. Hay centrifugado.-

El proceso es el siguiente: ingresa la aceituna con carozo -alguien va a levantar la mano para preguntar si la aceituna negra y la verde son distintas variedades; no son distintas variedades, son la misma, lo que pasa es que una está más madura que la otra; voy respondiendo preguntas anticipadamente-, tanto la negra -en enero- como la verde ingresan a un molino, con carozo y todo. El carozo tiene algo así como el 1% del aceite que contiene la aceituna y en promedio, según la variedad, anda en el orden del 12% ó 13%, por lo cual el 1% sobre 13%, es casi el 10% del aceite que tiene adentro.-

Ese molino lo muele, lo destruye, lo que hace es romper moléculas, e ingresa casi de inmediato, después de la molienda, a lo que se llama una amasadora. Lo que hace la amasadora es simplemente amasar y amasar durante aproximadamente treinta minutos a una temperatura de entre 27 y 29 grados. Según la humedad que haya tenido la fruta al ingreso a planta -no se olviden de que si llovió la aceituna se hinchó y eso es agua o, si hay seca, la aceituna pierde humedad, entonces también hay un índice de humedad donde se regula si eventualmente se pone o no agua -potable, por supuesto-, después

va a un “decanter” y a un centrifugado, que es lo que termina de separar las pequeñas partículas sólidas del aceite.-

Independientemente de esto -que era un poco a donde apuntaba la pregunta-, después se queda descansando en los tanques, porque hay todavía un proceso que lleva un tiempo, que es la gravitación de las últimas partículas o borras -como se les llama técnicamente- que van al fondo del tanque. Por eso los tanques, cuando se vacían, se vacían de arriba hacia abajo y se va bajando el chupador justo al punto antes de que llegue a esa capa de borras, que es muy poca. Además de eso va a un filtrado final.-

SEÑOR LAPAZ.- La pregunta fue bien respondida, pero me quedó un poco en duda por el tema al que usted hacía referencia, de que los turistas sacaban el propio aceite -eso es centrifugado grande- y también es porque el movimiento de gente que hay en esa empresa es bastante y mucho, de mil personas. Cuando es la cosecha -porque creo que es medio compleja-, ¿cuántas personas tienen?

SEÑOR SOLARI.- AGROLAND está todavía en una etapa -a ver, es muy fácil- en la que tenemos árboles que cada vez van a ser más grandes y, a medida que pasen los años, van a dar mayor volumen, por lo cual nosotros tenemos hoy enfocada la cosecha a lo que hoy está en producción.-  
(m.r.c.)

En esta última campaña nosotros trajimos, además del personal permanente -y esto es para cuando yo hablo de asociatividad y oportunidades para mayores emprendimientos-; a una persona que armó una empresa de servicios de cosecha, porque AGROLAND lo necesitaba. Lo ayudamos a capacitar a ese personal y ese personal hoy tiene una empresa de servicios de cosecha.-

Este año trabajaron entre cien y ciento veinte personas en el momento pico; no nos olvidemos de que la cosecha empieza tímidamente, llega a un pico y después empieza a bajar. En el momento pico estuvieron trabajando alrededor de ciento veinte personas cerca de dos semanas -que es lo que dura más o menos el pico-, que se incorporan al personal propio, que ayuda en la cosecha, con la logística, con el control de cosecha, etc., y trabajan muy bien por cierto.-

SEÑORA PRESIDENTA.- ¿Alguien más? Parece que no...

Gastón, muchísimas gracias por haber venido a participar de este Encuentro de Turismo. Nos parecía que AGROLAND era una de las empresas que debía contar su experiencia para aquellos compañeros que vinieron del resto del país.-

Y voy a decir algo que Gastón no dijo: AGROLAND no solamente tiene lo que contó él, un buen trato y una buena atención para con sus funcionarios, sino que también es una empresa que se integró a nuestro Departamento y

que ha sabido ser muy solidaria con el pueblo de Maldonado. Así que le estamos agradeciendo.-

(Aplausos).-

MAESTRA DE CEREMONIA.- Continuamos, entonces, con nuestra programación.-

Quedamos todos bastante intrigados, la pregunta del millón era cuándo vamos a probar los vinos... En fin, calculo que prontito.-

(Hilaridad).-

Algunos ya los probaron; ¡qué bien!

Uno de los temas es que toda la gente que está relacionada al turismo en distintos destinos, en distintas áreas, sabe que en este momento la tendencia a donde todo el mundo mira es a integrar, a integrar productos, a integrar servicios y también los destinos. Ahora, algunos destinos no solamente no compiten sino que complementan sus potencias.-

Esta experiencia se está haciendo ya en la Dirección de Turismo de Maldonado y por eso vamos a invitar al Subdirector General de Turismo de la Intendencia Departamental de Maldonado, Arquitecto Álvaro Bertoni -el es Arquitecto pero también Licenciado en Turismo-, para que nos hable un poco de este proyecto de integración que ya es una realidad -aprovechamos también que está Horacio-, específicamente también con Río Grande del Sur y Porto Alegre.-

Adelante.-

SEÑOR BERTONI.- Gracias.-

Buenas tardes a todas y a todos.-

Quiero felicitar una vez más a la organización de este evento. Ahora que mencionaste que había sido también estudiante de la Licenciatura en Turismo, recuerdo que allá por el 2004, con la Junta Departamental de Maldonado generamos los primeros eventos pensando en nuevas alternativas de turismo, con los estudiantes de la Licenciatura en Turismo, a lo que lamentablemente no se le dio continuidad. Pero sí, por suerte, la Comisión de Turismo de alguna manera retomó eso y abrió ahora el juego a las Comisiones de Turismo de las Juntas Departamentales del país.-

Agradezco, justamente, por ese hecho, a la Junta Departamental y a la Comisión de Turismo por este tipo de actividades.-

En segundo lugar, y antes de hacer la presentación, quería recordarles que en el cierre del año pasado nosotros habíamos planteado un desafío aquí que tenía que ver con el trabajo que nos habíamos propuesto, que era empezar

a trabajar en lógica de región, y que nos parecía bueno que este evento empezara también a romper fronteras nacionales y comenzara a integrar a otras Comisiones de Turismo de algunas otras Juntas Departamentales, de Municipios de Argentina y de Brasil.-

Nosotros, de alguna manera, hemos cumplido nuestra parte. Hoy nos están acompañando, como les dije, el Secretario, el Subsecretario Adjunto y la Secretaría de Estado de Río Grande del Sur.-

Vuelvo a plantear el desafío y sobre todo pensando que el Departamento de Maldonado está apostando a un gran Centro de Convenciones y Predio Ferial. Quizás este evento, que hoy es el segundo, en el futuro pueda ser uno de los eventos importantes de ese Centro de Convenciones.-

(k.f.)

(Interrupciones de celular).-

Repito, quizás este evento que hoy se visualiza de alguna manera muy acotado a las Comisiones Departamentales, por qué no en el futuro sea un gran evento de ese Centro de Convenciones y se discutan los temas no sólo públicos sino también privados de la actividad turística. Así que vuelvo a plantear un año más un desafío un poquito más ambicioso.-

La Dirección de Turismo -como dijimos el año pasado- se había propuesto trabajar en tres grandes programas: uno que tenía que ver con la municipalización y regionalización del turismo a partir de la nueva realidad política del país; el segundo programa tenía que ver con "Educar para el turismo" -es decir, cómo llegamos no sólo a generar hechos educativos desde Primaria y Secundaria sino también cómo apostar al desarrollo de la actividad a partir de que había una Licenciatura en Turismo en el Departamento y de llegar, por supuesto, con el programa también a los empresarios y a los trabajadores- y al tercer gran programa le llamamos "Turismo para todos", que tiene dos componentes: turismo accesible y turismo social.-

Creíamos que ese triángulo era una fórmula más que interesante para poder dinamizar la actividad turística del Departamento.-

Esto nos llevó, de alguna manera, a convencer a varios actores y eso, a su vez, nos llevó yo no sé si a duplicar el presupuesto de la Dirección General, pero por ahí andaba. Simplemente como anécdota estoy contando esto.-

Eso, por supuesto, requirió, de alguna manera, reforzar el equipo técnico de la Dirección -que estaba compuesto por dos Técnicos en Turismo; hoy en la Dirección somos seis Técnicos universitarios en Turismo y este mes pasado ingresaron seis estudiantes avanzados en la Licenciatura en Turismo, por lo tanto, hoy estamos en condiciones de decir que tenemos un equipo técnico importante como para llevar adelante lo que nos habíamos propuesto trabajar en estos programas.-

Me voy a centrar en el primero de ellos, que es “Municipalización y regionalización del turismo”. Nos parecía lógico empezar a trabajar en el desarrollo de la actividad y ya dejando de mirar hacia lo que era la costa, sino apostando al interior rural del Departamento.-

Nos comprometimos en definir, al menos, un producto o atractivo estrella por Municipio. Esto llevé, entre otras cosas, a que -aprovechando que está Gastón aquí- definamos para el Municipio de Garzón que el producto y atractivo estrella sea ese triángulo compuesto por el Pueblo de Garzón, la Aceitera de AGROLAND y la Bodega de Vinos de AGROLAND.-

El objetivo de estos atractivos estrella es tratar de que todos los agentes turísticos o los operadores hagan foco sobre un objetivo común. Lo que estábamos visualizando era que hay muchos emprendimientos, mucho interés por desarrollar la actividad, un gran esfuerzo humano y económico que muchas veces se desdibujaba en la acción porque no había algo que los nucleara y que los hiciera hacer foco.-

Sólo voy a referirme al de AGROLAND porque está Gastón aquí, pero también definimos para el Municipio de Garzón y para los Municipios de Solís, Pan de Azúcar, Piriápolis, San Carlos, Maldonado y Punta del Este.-

Como les dije, esos atractivos o productos estrella buscan, de alguna manera, hacer foco y todos concentrar nuestras acciones en eso: las económicas y las humanas, y articular estos atractivos entre sí.-

En un segundo nivel, habíamos apostado a coordinar con las Direcciones de Turismo de los Departamentos vecinos, nos parecía lógico que las fronteras de los Municipios se empezaran a romper y también las fronteras departamentales, en esa lógica de integración.-

Siempre se manejó la Región Este del país - Maldonado, Rocha, Lavalleja y Treinta y Tres-; nos parecía lógico que en esta manera de ver las cosas también se integrara, justamente, a Canelones.-

Ahí empezamos a tener algunas reuniones con los Directores de Turismo de Canelones, Lavalleja, Treinta y Tres y Rocha. Generamos eventos, hechos concretos que apostaban a la integración, como la Segunda Muestra de Turismo Rural en Punta del Este, que le llamamos “Turismo rural integra”. Ese nombre también nos sirvió para generar, dentro del Programa “Educar para el turismo”, un Concurso del Saber para Primaria y Secundaria, que le llamamos “Turismo rural integra”, donde los contenidos fueron creados por la Asociación de Profesionales Universitarios en Turismo -Andrea Bresso, que fue quien estuvo aquí acompañando a APROTUR, es la Presidenta hoy. Es importante que tengan en cuenta que esa Asociación existe y que de alguna manera puede colaborar con las Direcciones o Comisiones de turismo del país.-  
g.t.d

Ese fue un hecho, pero existieron otros más: este año se hizo la Tercera Muestra de Turismo Rural Integra, que apostó a que todos los Departamentos

del país pudieran estar en Punta del Este, en alta temporada, mostrando su oferta rural. Participaron -no recuerdo bien- más de diez Direcciones de Turismo del país.-

En un tercer nivel apostamos a una lógica de integración, buscando romper fronteras. Cuando hablamos de romper fronteras departamentales, es lógico que nosotros queramos romper las propias, las nuestras, pero que a partir de esa experiencia después Canelones, Lavalleja, Treinta y Tres y Rocha rompan sus propias fronteras y trabajen un una lógica similar: que esta experiencia les sirva de experiencia -valga la redundancia- para ver cómo nos relacionamos con los demás. Después les voy a contar cómo esto ya ha empezado a dar resultado.-

En otro orden, nos propusimos trabajar con los Estados del Sur de Brasil, Provincias argentinas y Uruguay, buscando justamente eso: dinamizar el turismo de la región, del cual dependen todos los atractivos turísticos de la misma. Dependemos de este movimiento turístico de la región y Punta del Este no sería lo que es si no fuera por los argentinos, brasileños, paraguayos, chilenos; el resto de los turistas ayuda muchísimo, pero si no fuera por ese turismo no seríamos lo que somos hoy. En eso están todos los destinos turísticos.-

En segundo lugar: juntos salir al mundo a mostrar lo que nos caracteriza, que es de alguna manera la cultura de la Pampa, del gaucho, del europeo que se instala en América del Sur y genera su propia cultura.-

Para eso, en este momento nos estamos empezando a relacionar con la Secretaría de Turismo de Porto Alegre. Cuando nos enteramos de que la Unidad Temática de Turismo en Mercociudades la estaba coordinando Porto Alegre, en seguida pedimos trabajar con dicha Unidad. En los hechos fuimos, sin querer, co-coordinadores con Porto Alegre; hoy estamos subcoordinando la Unidad Temática.-

Dentro de esas varias reuniones que hemos generado con Porto Alegre y con Direcciones de Turismo como Montevideo, Colonia y Rocha, surge la idea de un proyecto de integración, que le llamamos "Capitales Gauchas/Rotas Tche", como les gusta llamar a los brasileños.-

Las capitales gauchas tienen que ver con los puntos de ingreso del turismo internacional -Porto Alegre, Montevideo, Buenos Aires-, y las rutas son aquellas por las cuales se mueve el turismo de esta gran región.-

El "Che" o "Tche" tiene que ver con la otra cultura que también nos ata a todos, que es la guaraní. En guaraní el "Che Guri" significa "amigo" y, por lo tanto, nos pareció bueno recuperar el "Che", que se utiliza sobre todo en el Sur. Yo soy nacido en Paysandú -hace más de 30 años que estoy viviendo aquí-, y allí el "Che" era muy común, pero cuando llego a Maldonado el "Che" no se usaba mucho; y estoy muy sorprendido de cómo en Brasil la palabra "Tche" la usan permanentemente y a diario, y por supuesto que los argentinos también.-

Entonces nos pareció lógico, a partir de la cultura guaraní, ampliar ese territorio, y llegar -a partir de una cultura que es anterior a la cultura del gaucha- a territorios como Paraguay, otros Estados del Sur de Brasil y al resto de las Provincias argentinas.-

Esto llevó a empezar a liderar con Porto Alegre este proceso de integración, y fue muy bien visto por la Secretaría Ejecutiva de Mercociudades. Esto nos llevó a plantearnos el empezar a generar hechos que puedan mostrar que lo que estamos hablando y escribiendo en los papeles empieza a tener andamiaje.-

Por ejemplo, firmamos en octubre del año pasado un acuerdo de cooperación técnica y de promoción conjunta con Porto Alegre, y ya en enero Porto Alegre estaba haciendo su campaña de promoción en Punta del Este. Estuvieron 10 días, en un espacio muy bien puesto sobre Gorlero, promocionando sus atractivos. Como contraparte, nosotros este año estamos viendo cómo -y a partir de la facilitación de la Secretaría de Turismo de Porto Alegre- llegamos a hacer campañas de promoción en los shoppings de Porto Alegre. Estamos por cerrar un espacio de un mes, entre agosto y setiembre, tratando de vender de alguna manera nuestra temporada, y mostrar en ese lapso los paquetes de baja temporada, que tanto nos cuesta vender.- (m.r.c).-

Voy a tratar de sintetizar todo el trabajo que se está haciendo pero hay mucha cosa que, con seguridad, me va a quedar por el camino.-

Todo esto llevó también, entre otras cosas, a que en noviembre del año pasado la Unidad Temática se planteara la necesidad de incorporar al trabajo y a la lógica de la integración regional a las universidades que están tratando los temas de turismo y a los empresarios -fundamentalmente a los empresarios-, que son los que de alguna manera desarrollan la actividad.-

En noviembre, en Canela, en el marco del Festival de Turismo de Gramado, hicimos una reunión de la Unidad Temática. Por primera vez el Ministerio de Turismo de Brasil, el Ministerio de Turismo de Uruguay, la Universidad de la República y dos universidades argentinas se integran al trabajo de la Unidad Temática, se integran también los empresarios, y esto viene atado con Productos Integrados Mundial 2014, como modo de empezar a movilizar a los empresarios muy prontamente, y empieza a plantearse este proyecto de integración del que les estamos hablando.-

Por lo tanto, el hecho de plantear que estamos trabajando en ese proyecto de integración "Capitales gauchas rutas Tche" llevó a que la Unidad Temática de Turismo empiece a alimentarse de otras Intendencias Departamentales, reforzando su trabajo. Y ahí fue que Rivera, Tacuarembó, Durazno, Florida, San José, Lavalleja, mostraron interés y empezaron a trabajar en eso. Hoy podríamos decir que están todas las Direcciones de Turismo del país integradas al trabajo de la Unidad Temática.-

Sabemos que por problemas de presupuesto no todos pueden asistir a las reuniones, por lo tanto estamos trabajando a distinto nivel: los que sí podemos, porque tenemos el recurso para hacerlo, estamos coordinando los temas, y después generamos reuniones muy particulares con algunos sectores.-

Esto también provocó -como les dije hoy- que el Ministerio de Turismo de Brasil viera en el proyecto una gran herramienta para desarrollar sus políticas de frontera; la Directora Bel Mesquita puso a la orden de este proyecto de integración algunos fondos que tenían para Frontur, para un programa de desarrollo de turismo de frontera.-

En marzo hicimos el VIII Congreso de Turismo de Mercociudades en Porto Alegre, donde los temas a tratar eran justamente los que nos interesaban, en esta lógica de integración: frontera, productos integrados, el Mundial 2014.-

Allí fue invitada la Presidenta del Instituto de Desarrollo de Turismo Rural de Brasil a exponer un tema sobre turismo rural, y surge a partir de una idea que ella plantea en ese Congreso, sobre la lógica de este proyecto, el transformar a la Región Sur de Brasil, a las Provincias argentinas y al Uruguay -como les decía- en el principal atractivo turístico rural del mundo. Tenemos todas las condiciones para serlo.-

Hoy, cuando nos preguntamos cuál es el principal destino ecoturístico es muy fácil visualizar a Costa Rica y a algún otro destino; cuando hablamos de sol y playa es muy fácil identificar a Punta del Este y a algunos otros balnearios del mundo; cuando hablamos de turismo rural no se nos viene nada a la mente, simplemente experiencias en España, en Argentina, y no mucho más. Por lo tanto, la pelota que nos dejó arriba de la mesa era por qué no transformarnos en el principal atractivo turístico rural del mundo. Y tomamos ese desafío y en él estamos involucrados tanto la Dirección de Turismo de Maldonado como la Secretaría de Turismo de Porto Alegre.-

Tanto es así que entre otras cosas, Secretarías de Estado, como la de Río Grande del Sur, nos piden empezar a trabajar en esta lógica de integración. Y hoy estamos incorporando al trabajo a Secretarías de Estado como la de Río Grande, como la de Paraná, y a partir de la última reunión en Cataratas, hace diez días, nos están proponiendo por qué no integrar a Mato Grosso do Sul, Paraná, Santa Catarina y Río Grande del Sur.-  
(k.f.)

Por qué no integramos también al trabajo de ellos, de integración propio, dentro de Brasil. Nuestra apuesta es romper fronteras y que no se visualice que los productos de la región responden, de alguna manera, a un país o a otro. No, a un área geográfica muy caracterizada por lo que le dije anteriormente; ese es el concepto que queremos instalar. Por lo tanto, el turismo sin frontera es la lógica que queremos poner.-

Siempre lo digo: imagínense que hoy los mapas turísticos de Brasil se cortan en Uruguay y al Uruguay lo pintan de amarillo y los nuestros lo cortamos en Brasil, y lo pintamos de verde. La idea es que los mapas turísticos se empiecen a integrar y que las rutas Tche que estamos proponiendo se empiecen a cargar de los atractivos y productos culturales, sociales y deportivos que existen, pero que están todos dispersos por ahí.-

Por último, para terminar, la semana pasada en Porto Alegre estuvimos trabajando con la Secretaría de Porto Alegre para presentarnos en un proyecto de cooperación Sur Sur, que tiene Brasil, con U\$S 200.000 que estarían en juego. Si los llegamos a ganar, generaríamos la herramienta que nos permita, de alguna manera, empezar a fichar de la misma manera los atractivos turísticos, los productos, los servicios, los eventos culturales. Me imagino que los cuatro festivales folclóricos de Uruguay deberían ser articulados con los siete de Argentina -no sé cuántos son- y con los siete de Brasil, porque, en definitiva, son los mismos festivales folclóricos y que esos sean los contenidos que empiecen a alimentar estas rutas. Eso llevémoslo a los caminos del aceite de oliva, a los caminos del vino... En esta lógica invitamos a Fundación Atchugarry, estamos haciendo acuerdo con fundaciones culturales de Brasil y la idea es empezar a mapear y generar esa lógica de integración.-

Para terminar, para nosotros el evento que participamos hoy en la mañana nos está devolviendo con hechos lo que estamos pregonando por ahí. Se hizo una reunión de la Unidad Temática de Turismo, en realidad, la coordinadora, con un grupo de empresarios brasileros, es la Asociación Brasileira de la Industria de Hoteles. Vinieron todos los Directivos de todo Brasil a tener reunión en Punta del Este. Esa reunión se está haciendo también con el Centro de Hoteles de Punta del Este y el planteo que están haciendo es justamente seguir trabajando con el proyecto de integración que estamos proponiendo.-

Lo que nos está quedando ahora por hacer es seguir reforzando a partir de este año que otras instituciones empresariales, agencias de viajes, transportistas y demás, empiecen a trabajar e integrarse en este proyecto. Lo que no queremos es que sigamos en caminos paralelos buscando el mismo objetivo, sino, empezar a unirnos en un único camino. Ese es el objetivo del proyecto.-

Lo voy a dejar por acá, da para hablar mucho, simplemente algo que se me está viniendo a la memoria ahora. Cuando presentamos esto enero, a partir de que Porto Alegre llegó aquí, y le informamos a los Directores de Turismo, se empezó a trabajar en esa lógica de integración y hoy estamos trabajando la región de Uruguay a partir de regiones. Hace un mes y medio atrás, en el Encuentro de Florida de la Cámara Uruguaya de Turismo, gratamente nos encontramos con que ya Direcciones de Turismo están trabajando en esa lógica de integración y empezar a crear circuitos que trasciendan su propia frontera departamental, tanto en el Norte como en el Centro Sur. A lo que apostamos es a eso, a ver cómo empezamos a colgar de este proyecto todo lo que existe y la apuesta que estamos haciendo fuerte para este año es generar

la herramienta que nos permita, de una manera muy fácil, cargar todos estos contenidos.-

Otro ejemplo en esa lógica de cooperación técnica y que creo es importante que tengamos en cuenta: Porto Alegre genera productos muy concretos, la Escuela Social de Turismo es una, la Guía Básica de Lengua es otra. Nosotros tenemos nuestro Concurso del Saber para Primaria y Secundaria, que este año pasado movió a 800 chicos del Departamento sobre un concurso y la temática de turismo. Este año el concurso se va a llamar "Turismo, naturaleza y desarrollo local". El próximo año se va a llamar "Turismo y algo más".-

En ese acuerdo nosotros tomamos la Guía Básica de Lengua de Porto Alegre y lo único que nos costó llegar a nuestros trabajadores es la impresión de 25.000 guías básicas. Tomamos tres guías que son diálogos tipo. Esta guía está referida a diálogos tipo entre el trabajador y el turista de hoteles, entre el trabajador y el turista gastronómico, y entre el trabajador y el turista que atiende el sector compras.-  
g.t.d

Fue muy fácil para nosotros y nos permite avanzar de manera muy rápida en todo esto que tiene que ver con educar para el turismo, porque lo que hicimos fue tomar de ese acuerdo el producto que ellos ya tenían resuelto; lo único que hicimos fue dar vuelta los textos y hacer referencia al acuerdo de cooperación. De la misma manera, Porto Alegre está tomando nuestros productos.-

Lo que queremos decir con esto es que sería bueno que todos empecemos a tejer esa red de cooperación y, por supuesto, debajo del paraguas del proyecto de integración.-

La dejo por acá, quedo abierto a cualquier pregunta y pido disculpas si fui muy rápido, porque sé que estamos pasados como una hora del cierre.-

Gracias.-

(Aplausos).-

MAESTRA DE CEREMONIA.- No sé si hay alguna pregunta, alguna consulta...

SEÑORA PRESIDENTA.- "Marita".-

SEÑORA FERNÁNDEZ CHÁVEZ.- Gracias, Presidenta.-

En realidad, como Bertoni siempre viene y redobla apuestas, nosotros también tenemos alguna apuesta para los compañeros Directores.-

Como ustedes saben, nosotros venimos trabajando -ya lo hemos dicho en el correr del día- en otra Comisión, en la del Congreso, y de allí surgió una

propuesta que va en el mismo sentido de lo que ustedes han dicho acerca de las distintas rutas que se están llevando adelante.-

Esta es una propuesta que trasladamos a las Comisiones de Turismo y Cultura de esta Junta, porque cuando estuvimos en Florida tuvimos la oportunidad de compartir una mañana con el Maestro Gervasio Martínez, que es el Director de Desarrollo Sustentable y Turismo de la Intendencia de Florida. Allí nos hizo toda la explicación justamente de las distintas rutas que tenían, de cómo ellos se venían insertando en "Destino Punta del Este" a través de "Destino Piriápolis", con la famosa "Pamplona" de Florida, y nos hablaron de la Ruta de los Matreros.-

Entonces, en contactos posteriores que hemos ido llevando adelante entre ambos, primero surgió la idea de que esa Ruta de los Matreros pueda llegar a Maldonado, a través de Lavalleja, por las Grutas de Salamanca de Aiguá, de Aiguá por Garzón y de Garzón a la Zona Oeste, específicamente cubriendo todo lo que es el Arco del Sol.-

Sabemos que ustedes están trabajando en algún proyecto similar, y lo que les pedimos es que -redoblando apuestas- tomen este proyecto, que es una pobre iniciativa que por ahora la venimos bosquejando, pero es una expresión de deseo.-

Nos parece que volcar al Gobierno ese tipo de circunstancias que uno recoge por ahí -sobre todo cuando uno es parte de ese cincuenta por ciento, y sabemos que el objetivo, tanto del Ministerio como de este Gobierno en particular, es la regionalización- es una manera de colaborar. Y en ese sentido de aspiración hemos tenido contacto -porque estamos saliendo los distintos Municipios- con los Alcaldes y con los Concejales de los tres Municipios involucrados. Indudablemente quedaron madurando la idea, justamente dentro de lo que sería -les reitero- el Arco del Sol, en una propuesta de integración tanto turística como cultural.-

Era eso.-

SEÑOR BERTONI.- Respondiendo un poco a tu pregunta o al desafío que nos estás planteando, eso es resultado del proyecto de integración que se los planteamos en enero y que, por suerte -yo te decía hoy-, ellos están trabajando sin siquiera informarnos a nosotros, porque no es necesario que estén trabajando en ese tema; porque si nosotros nos hiciéramos cargo de todos los proyectos que están planteados, el trabajo nuestro se empieza a perder en su esfuerzo.-

Por lo tanto, yo sé que están trabajando en ese tema -como también lo están haciendo en otros- y por supuesto que es parte de eso: hay una propuesta de Porto Alegre -no de esta Secretaría, sino de gente vinculada al tema del gaucho- de hacer un recorrido desde Colonia, llevando la llama -no recuerdo bien ahora- desde Colonia a Porto Alegre. Tiene que ver con esa lógica que tú estás planteando, cómo empezamos a atar ofertas similares y las empezamos a mapear.-

(m.r.c).-

Estas son ofertas muy puntuales, que podrán durar una semana o un día, pero si logramos mapearlas a través de una ficha única...

Es importante que tengan en cuenta que a partir de que el Ministerio y la Universidad de la República se empiezan a integrar, hoy están terminando de definir esa ficha única el Ministerio de Turismo del Uruguay, la Universidad de la República y técnicos nuestros. Y la vamos a compartir con el resto de las Secretarías que están vinculadas a Mercociudades para llegar a un consenso de una ficha única para empezar a usar entre todos.-

Eso está bueno porque de alguna manera está reflejando que sembramos la semilla y la están tomando, y por suerte no nos estamos enterando de que están trabajando en el tema porque si no, nos volveríamos locos.-

SEÑORA FERNÁNDEZ CHÁVEZ.- Voy a hacer una aclaración: lo que se está haciendo por ahora es estar en conversaciones todos, y los estamos involucrando a ustedes en el conocimiento de esto en este momento. Indudablemente esto no es competencia de la Junta Departamental, nosotros simplemente lo que estamos haciendo es tratar de hacer el nexo y ver cómo hacemos para llegar con el proyecto bastante depurado.-

SEÑOR BERTONI.- Está claro.-

Esa presentación la hicieron, como te decía, en Florida, cuando la Cámara Uruguaya de Turismo hizo su evento, el mes pasado o el anterior. Estamos al tanto del tema.-

SEÑOR DÍAZ.- Permiso Presidenta, para una aclaración.-

Creo que el rol que tiene el gobernante departamental -y estamos hablando entre gobernantes, Legisladores Departamentales, que son el 50% de lo que hace a un Gobierno Departamental, que se conjuga con el otro 50%, el Ejecutivo o las Intendencias-, el desafío, es conformar las estrategias entre todos en la relación pública-pública, en este caso de los dos Poderes, Legislativo y Ejecutivo Departamental. Pero fundamentalmente el hacedor de lo que es la actividad turística es el sector privado, los trabajadores y los empresarios. El gran desafío es cómo llevamos la teoría, la definición de los grandes objetivos en el marco teórico, a lo que es la práctica.-

El planteo que hace de un circuito de matreros es todo un desafío que está relacionado a lo que es parte de la identidad y la cultura del pueblo uruguayo. Es más, en algunos casos, se ha trabajado inclusive con alguna comunidad del Departamento de Maldonado, específicamente con la comunidad de Aiguá, en relación a lo que es la leyenda de un matrero con un producto turístico como es el parque de las Grutas de Salamanca.-

Allí hay un proyecto que se viene desarrollando y que ha sido un trabajo en conjunto con la comunidad de Aiguá. ¿Por qué? Porque si no somos capaces de involucrar, de entusiasmar y de definir una propuesta que parta desde el territorio, es muy difícil luego llevarla a la práctica.-

Entonces, sí tomamos ese compromiso, pero quiero introducir un tema brevemente que me parece importante.-

Cuando hablamos desde lo que es un Gobierno Departamental sería bueno en algún momento imaginarnos cuál es la estructura de toma de decisiones del Gobierno Departamental más adecuada, sea del Departamento que sea, para que se transforme en un ámbito plural, democrático, participativo y de compromiso de la comunidad. Si no, es imposible construir una política turística. Si no somos capaces de construir desde lo local, el trabajo que viene haciendo muy bien Álvaro con relación a lo que es ese proyecto de integración es inviable, por más que tengamos la compañía de dirigentes políticos de Gobiernos de Estado o de Prefecturas. Si no construimos desde la base, desde el territorio, es inviable consolidar un proyecto de esta magnitud.-

Pero termino la reflexión con una situación de sensibilidad que vive la región. No tenemos hoy representantes de Gobiernos Locales o intermedios argentinos; no tenemos. Quisiéramos tenerlos. Y en este marco del proceso de integración a través de la red de Mercociudades, que nos parece un escenario que hay que potenciar y alimentar, haciendo participar a todos los departamentos del Uruguay, y siendo capaces de entusiasmar y estimular la presencia de Municipios y de ciudades de Argentina.-

¿Por qué? Porque si no somos capaces de conformar una estrategia en definitiva en un marco regional vamos, de alguna manera, a llevar un proceso rengo.-  
(k.f.)

Es fundamental el trabajo que se está haciendo en esta integración con Río Grande. Y es importante poder incorporar a otros Estados, también, del Sur de Brasil. Pero es fundamental y principalmente en esa estrategia a corto plazo, que no se contrapona a las definiciones de mediano y largo plazo, si no somos capaces de incorporar y romper algunos hielos que generan hoy políticas regionales, que es el marco de esta sensibilidad que hoy tenemos en la región.-

Para ser más claros aún: a la región, a los países que hoy integramos el MERCOSUR, si los medimos en el contexto internacional, menos del 1% de esa gran masa de turistas que se mueven a nivel internacional, llega a la región; menos del 1%.-

Indudablemente algo estamos haciendo bien, pero algo estamos haciendo muy mal. Y creo que lo que estamos haciendo muy mal es que no hemos tenido la capacidad -y por eso reivindico este proceso al que Álvaro hacía referencia- de una mirada de integración hacia el mercado internacional desde lo que son las rupturas de las barreras, las fronteras.-

Ese proceso nos va a dar la fuerza, la habilidad, la inteligencia, los recursos humanos y por qué no también los recursos económicos que nos permitan posicionarnos en un contexto internacional con más fuerza. Reitero, desde lo local, reivindicando lo que es el segmento de turismo nacional -que es importante, también tiene que haber un capítulo en la Comisión del Congreso de Ediles-, lo que hace a políticas regionales y con el objetivo de poder generar la gran herramienta de competitividad a nivel internacional.-

Gracias.-

(Aplausos).-

MAESTRA DE CEREMONIA.- No sé si la Presidenta de la Comisión de Turismo quiere agregar alguna cosa más o ya directamente nos despedimos hasta mañana.-

SEÑORA PRESIDENTA.- Si empezamos a hablar del rol de cada una de las partes del Estado, llámese Ejecutivo, Legislativo y ahora el tercer nivel de Gobierno, creo que ni vamos a cenar y vamos a amanecer acá, nos vamos a quedar hasta las 5:00 horas, cosa que no les voy a hacer pasar.-

Pero como les decía al comienzo, yo sé que mis compañeros que van a quedar van a seguir realizando este tipo de actividades, esta no va a ser la última, que seguramente nos va a dar la posibilidad de debatir cuál es el rol que cada uno juega en todos estos temas. Porque las cosas que planteaba recién Horacio daban para seguir hablando un buen rato, no será en esta oportunidad ni será esta Presidenta quien los meta en un debate ahora hasta largas horas de la noche porque ya veo que están muy cansados, se les nota en la cara y no me digan que no.-

Quiero agradecer la presencia de todos ustedes y de los compañeros del Ejecutivo y de los empresarios que se acercaron hasta acá y que mañana van a estar exponiendo algunos de ellos. Gastón muchísimas gracias por estar acá.-

A los compañeros de la prensa que han venido durante todo el día; vi que había otros compañeros de la ciudad de San Carlos que se han acercado también para hacer algunas notas, muchísimas gracias.-

Así que espero encontrarlos a todos y a todas en el día de mañana a partir de las 9:30 horas. Adriana muchísimas gracias por tu colaboración y a todos los funcionarios de la Junta Departamental que están desde las 8:00 horas y mañana, que es su día libre, van a seguir acá hasta que todos nos vayamos a nuestras casas, muchas gracias.-

(Aplausos).-

Quiero también saludar y agradecer la visita de los compañeros de Brasil que están acá y siempre serán bienvenidos a esta Casa.-

Muchas gracias.-

(Siendo la hora 18:19 minutos, finaliza la reunión).-  
g.t.d.

Sra. María Desanttis de Pérez  
Directora Departamento  
Reproducción Testimonial

Sra. Daniella Pintos  
Jefa Sección Corrección