GUÍA DE AUTOEVALUACIÓN

SOSTENIBILIDAD ENOTURÍSTICA ARGENTINA

MENDOZA ARGENTINA

Coviar
CORPORACIÓN VITIVINÍCOLA ARGENTINA

UNCUYO
UNIVERSIDAD NACIONAL DE CUYO

MRS
MAESTRÍA EN RESPONSABILIIDAD SOCIAL Y DESARROLLO SOSTENIBLE

Autoridades de COVIAR:

Mario González, Presidente
José Alberto Zuccardi, Vicepresidente
Pablo Asens, Vicepresidente
Gustavo Samper, Vicepresidente

Autoridades de la UNCuyo:

Esther Sánchez, Rectora

Autoridades del Ministerio de Cultura y Turismo de Mendoza:

Nora Vicario, Ministra

Trabajo elaborado por el siguiente equipo de la Maestría en Responsabilidad Social y Desarrollo Sostenible de la Universidad Nacional de Cuyo (MRS):

Mg Alfredo Fonzar
Ing RRNNRR Verónica Hidalgo
Mg Laura Abraham
Mg Alejandro Ceresa
Mg Osvaldo Roby

Índice

PRESENTACIÓN GENERAL 5
MARCO CONCEPTUAL 8
SOBRE LA GUÍA DE AUTO EVALUACIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD VITIVINÍCOLA ARGENTINA 18
OBJETIVOS DE LA GUÍA DE SOSTENIBILIDAD ENOTURÍSTICA 20
PREMISAS GUÍA DE SOSTENIBILIDAD ENOTURÍSTICA 21
INSTRUCCIONES DE USO 23
TEMAS E INDICADORES 25
Capítulo 1: Contexto de la organización: públicos de interés o partes interesadas relevantes a las actividades enoturísticas 25
Capítulo 2: Gobernanza de los principios de la sostenibilidad enoturística 27
Capítulo 3: Ética, valores e integridad 30
Capítulo 4. Receptividad de la comunidad con el turismo 31
Capítulo 5. Participación y desarrollo de la comunidad con relación al turismo sostenible 32
Capítulo 6. Gestión de la satisfacción del turista 34
Capítulo 7. Servicios para personas con necesidades especiales 35
Capítulo 8. Salud y seguridad de los visitantes e higiene de las instalaciones 36
Capítulo 9. Desarrollo del público interno vinculado al turismo 40
Capítulo 10. Conservación del patrimonio cultural 44
Capítulo 11. Gestión del agua y la energía 45
Capítulo 12. Gestión de residuos 48
Capítulo 13. Gestión de eventos turísticos 49
Capítulo 14. Diseño de las experiencias enoturísticas 49
Capítulo 15. Marketing enoturístico 50
INSTRUCCIONES PARA LA ASIGNACIÓN DE INDICADORES Y LA INTERPRETACIÓN DE PUNTAJES 52
ANEXO TABLAS 53
TÉRMINOS Y DEFINICIONES 57
FUENTES CONSULTADAS Y REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS 60

Presentación general

Los desafíos sociales y ambientales a los que se enfrenta actualmente la humanidad son muy grandes y complejos, lo que demanda cada vez más una gestión coordinada y profesionalizada de todos los actores sociales, desde los gobiernos nacionales y locales, las empresas y la sociedad civil.

Esta creciente complejidad traducida en muchos aspectos como una clara insostenibilidad producto de las crisis ambientales, sociales, políticas, económico/financieras y éticas hace resonar cada vez más la urgencia de un paradigma de desarrollo que en 1987 Naciones Unidas llamó **Desarrollo Sostenible.** En su definición más clásica, el desarrollo sostenible consiste en **la satisfacción de las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades** (1). Esta concepción del desarrollo implica un compromiso con las generaciones futuras en la mejora de la gestión de los recursos y los desiguales modos de crecimiento y desarrollo. Desde ese momento histórico hasta la actualidad, el desarrollo sostenible emergió como el principio rector para el desarrollo mundial con vistas a largo plazo, o "duradero" como se conceptualiza en el mencionado informe. Sus pilares basales se constituyeron en lograr, de manera equilibrada, el desarrollo económico, el desarrollo social y la protección del ambiente.

A partir del año 2015 y sobre la base de largos debates y consensos internacionales durante décadas, más de 170 países se comprometieron sobre la base del mayor y más ambicioso acuerdo global de desarrollo, la **Agenda 2030 sobre Desarrollo Sostenible** (2), "una oportunidad para que los países y sus sociedades emprendan un nuevo camino con el que mejorar la vida de todos, sin dejar a nadie atrás". La **Agenda 2030** es una propuesta con base en **17 Objetivos de Desarrollo Sostenible** que pretende orientar a los países en la resolución de las diversas y complejas problemáticas que afronta la humanidad, desde la erradicación de la pobreza, la lucha contra el cambio climático, el acceso para todos a una educación de calidad, los derechos de igualdad entre hombres y mujeres, la defensa del ambiente y el diseño de ciudades sostenibles. En función de este marco general, actualmente cualquier estándar o instrumento de gestión de la sostenibilidad toma como norte la Agenda 2030.

Si bien se están logrando avances importantes en el mundo con relación al cumplimiento de los 17 ODS, en general, aún las medidas no responden en la escala ni a la velocidad necesaria. Por ello, en 2020 Naciones Unidas apeló a la **Década de Acción** para acelerar las soluciones sostenibles a los principales problemas de la humanidad.

En este contexto, la presente **Guía de Auto Evaluación de la Sostenibilidad Enoturística** constituye una nueva iniciativa de la Corporación Vitivinícola Argentina para contribuir con el desarrollo de un turismo vitivinícola socialmente responsable y sostenible. Se tiene como propósito, brindar criterios y principios de buenas prácticas enoturísticas que posibiliten evaluar el desempeño de una bodega turística (3) respecto a la sostenibilidad. El documento intenta ser un material de apoyo práctico, ampliable y mejorable en futuras ediciones, que sirva de instrumento de auto evaluación y reflexión sobre los principios generales de la sostenibilidad aplicados al turismo enológico. La evaluación con base en mediciones e indicadores es sin duda un punto de partida para mejorar la gestión de una organización comprometida con un futuro más justo y equitativo para las personas al mismo tiempo que cuida el ambiente.

(1) Para una ampliación del tema acceder al Informe nuestro futuro común de la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo de Naciones Unidas, 1987.
(2) Para una ampliación del tema acceder a https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/development-agenda/
(3) Se utilizará también la terminología de "bodega con apertura turística" para designar a aquella empresa vitivinícola que desarrolla entre sus diversas actividades de negocio el turismo.

El contexto mundial de la sostenibilidad turística

Si bien el turismo constituye una de las principales actividades de la economía mundial, los impactos que provocó la reciente pandemia de Covid-19 fueron devastadores para muchos sectores, siendo el turismo una de las actividades más afectadas. En este caso, el turismo representaba en 2019 el 10% del producto bruto interno global y el 11% del empleo de la economía mundial. Para el 2020, estas cifras se redujeron a menos de la mitad.

Con relación al turismo y la sostenibilidad, como se verá más adelante, el primer hito importante se da en el marco de la **Cumbre de la Tierra en Río de Janeiro en 1992,** el impulso para que en el año 1995 se concretara la **Conferencia Mundial de Turismo Sostenible en Lanzarote** (España), en la que, por primera vez, se emparentan el turismo y la sostenibilidad. En aquella ocasión, anticipándose a la Declaración de Johannesburgo (4), quedaron claramente definidas las dimensiones sobre las que debía enfocarse esta actividad.

En este sentido, el turismo mundial claramente muestra una evolución hacia la incorporación y el abordaje de la sostenibilidad desde una perspectiva más compleja e integral. Desde este enfoque de sostenibilidad existen aspectos críticos a considerar, por ejemplo, medidas drásticas como la reducción de la presión turística con relación a la capacidad de carga turística en determinadas áreas naturales o, también, la priorización de aquellas dimensiones de la sostenibilidad que demanden una mayor atención en determinadas áreas y cuáles medidas se deberían implementar.

El contexto de la sostenibilidad turística impulsado por diversas organizaciones internacionales ha tenido una fuerte impronta en las últimas décadas. Así, la **Organización Mundial del Turismo** ha asumido el **desarrollo sostenible** como un aspecto íntimamente ligado al turismo en sus múltiples y diversas formas, definiendo un turismo sostenible como:

«El turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y ambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas»

Por lo tanto, el turismo sostenible debe:

- Dar un uso óptimo a los recursos ambientales, que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.
- Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales y arquitectónicos y sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y la tolerancia intercultural.
- Asegurar actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes beneficios socioeconómicos bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, y que contribuyan a la reducción de la pobreza.

Estas directrices y prácticas de gestión para que la actividad turística contribuya al desarrollo sostenible, son sujetas de aplicación por todas las formas de turismo y en todo tipo de destinos, desde un turismo masivo hasta un turismo con mayor grado de segmentación y sofisticación. Refieren a los aspectos ambientales, económicos y socio culturales del desarrollo turístico, habiéndose de establecer un adecuado equilibrio entre estas tres dimensiones que garanticen su sostenibilidad a largo plazo.

Por su parte, el **Departamento de Ética, Cultura y Responsabilidad Social** de la misma Organización Mundial del Turismo, organismo especializado de las Naciones Unidas, es el encargado de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos. Entre sus ámbitos de actuación, promueve a nivel mundial el **Código Ético Mundial para el Turismo** (5) (GCET), un conjunto de principios generales que tienen el propósito de guiar a los actores claves del desarrollo turístico. Este código, dirigido a gobiernos, sector turístico, comunidades y turistas en general, aspira a una maximización de los diversos beneficios que aporta el sector al mismo tiempo que reduce al mínimo sus impactos negativos en el ambiente, el patrimonio cultural y las comunidades locales. Mediante una serie de 10 Principios, el Código Ético abarca los componentes económicos, sociales, culturales y ambientales de los viajes y el turismo.

(4) Para ampliar este tema visitar: https://www.un.org/spanish/esa/sustdev/WSSDsp_PD.htm

(5) Para una lectura del documento completo visitar: https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2019-10/gcetpassportglobalcodees.pdf

Contribución del turismo al entendimiento y al respeto mutuos entre hombres y sociedades

El turismo, instrumento de desarrollo personal y colectivo

El turismo, factor de desarrollo sostenible

El turismo, factor de aprovechamiento y enriquecimiento del patrimonio cultural de la humanidad

El turismo, actividad beneficiosa para los países y las comunidades de destino

Obligaciones de los agentes del desarrollo turístico

Derecho al turismo

Libertad de desplazamiento turístico

Derechos de los trabajadores y de los empresarios del sector turístico

Aplicación de los principios del Código Ético Mundial para el Turismo

Las dimensiones de la sostenibilidad son múltiples y complejas. Mientras que los aspectos éticos reconocen los principios generales a los que debería alienarse esta actividad. La sostenibilidad turística debería materializar y llevar a la práctica estos mismos principios planteados y adaptados a cada contexto y situaciones concretas desde una perspectiva temporal para las futuras generaciones en la necesidad de dejar un mundo mejor o al menos igual a su estado actual.

Por último, el turismo responsable haría referencia a la actitud de los diferentes actores implicados (los actores públicos de todos los niveles que desarrollan el turismo, las empresas que prestan servicios e incluso los mismos turistas) para trabajar en favor de la sostenibilidad.

Marco conceptual (6)

Principales hitos del desarrollo sostenible y la sostenibilidad y su relación con el turismo

La actividad turística experimentó un gran crecimiento a mediados de los años 50 gracias al desarrollo de los medios de transporte y de las comunicaciones, a nuevas regulaciones en los horarios de trabajo producto de las luchas de los movimientos sindicales en esa época y que permitieron a los trabajadores mayor tiempo libre y aumento de su poder adquisitivo y de gasto. Estos cambios dieron pie al comienzo del "turismo de masas". A partir de ese gran crecimiento que experimentó la actividad se comenzaron a vislumbrar otros aspectos además de los grandes beneficios económicos que generaba, como la perdida de las identidades de los lugares, los impactos en el ambiente, la inequidad o desigualdad social. Esto generó cierta ambivalencia, por un lado, el turismo visto como un gran motor de desarrollo de los países, pero por otro, con externalidades negativas asociadas. Cierta sensibilidad hacia estas cuestiones derivó en asumir responsabilidades en materia de sostenibilidad.

- **Conferencia de las Naciones Unidas sobre el "Medio Humano"** en Estocolmo 1972. Es en este momento en que la importancia de la preservación ambiental se convierte en un asunto de interés internacional. Si bien las actividades encaminadas a integrar el ambiente en los planes de desarrollo de los estados nacionales no tuvieron gran importancia, se avanzó respecto de cuestiones científicas y técnicas, aunque se continuó soslayando el ambiente en el plano político y se fueron agravando el problema del ozono, el calentamiento de la tierra y la degradación de los bosques.

- **Conferencia Mundial del Turismo** convocada por la Organización Mundial del Turismo en el año 1980. Se discutió la naturaleza del turismo en el contexto del momento y su relación con los nuevos órdenes económicos mundiales.

- **Informe de la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo,** más comúnmente conocido como el **Informe de Brundtland** o **Nuestro Futuro Común** elaborado en 1987 en el marco del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente. Este mismo informe reconoce la necesidad de un pacto intergeneracional celebrado internacionalmente. La comisión convoca la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo (CNUMAD) a celebrarse en 1992.

- **Cumbre de la Tierra** een 1992, se reúne la comunidad internacional en Río de Janeiro, Brasil, para sentar las bases en el tratamiento de las problemáticas que debían ser abordadas a nivel mundial, nacional y local y poner en práctica el desarrollo sostenible. En esta cumbre, los jefes de estado de 172 países establecen negociaciones sobre tres grandes acuerdos para una agenda futura, la "Agenda o Programa 21", un plan de acción a nivel mundial, nacional y local de Naciones Unidas para cuidar la relación entre lo humano y el ambiente y promover el desarrollo sostenible; la "Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo" y una "Declaración de Principios para la protección de bosques".

- **Conferencia Mundial de Turismo Sostenible: Hacia una Nueva Cultura Turística** celebrada en 1995 por iniciativa de UNESCO, la OMT y el Programa de Naciones Unidas. Este el primer hito que conecta el turismo con el paradigma del desarrollo sostenible y la sostenibilidad en su visión de promover un turismo que atienda las dimensiones económicas, ambientales y sociales de todos sus actores, lugares y destinos turísticos, comunidades y regiones, turistas, etc. En esta cumbre se desarrolla la **"Carta del Turismo Sostenible"** dimensionando un modelo de desarrollo turístico sostenible como aquel que **"ha de ser soportable ecológicamente a largo plazo, viable económicamente y equitativo desde una perspectiva ética y social**

(6) Apartado ampliatorio y de lectura voluntaria

para las comunidades locales". Esta propone una serie de acciones:

- Un desarrollo turístico aceptable en cuanto a su impacto sobre la biodiversidad, los recursos naturales y la capacidad de cada lugar de asimilación.
- La incorporación de energías renovables.
- La protección del patrimonio histórico, la identidad y las tradiciones de las comunidades locales.
- El desarrollo a las economías locales y a una justa distribución de los ingresos y la mejora de calidad de vida.
- La protección de aquellas zonas vulnerables o en estado crítico desde el punto de vista ambiental.

- **Código Ético Mundial para el Turismo** propuesto en 1999 por la OMT dando otro paso de consolidación en el abordaje de la sostenibilidad. De acuerdo a los principios destacados más arriba, este código de alcance mundial promueve una actividad turística comprometida con la promoción de la paz, los derechos humanos, la lucha contra la pobreza y el hambre, el cuidado de los ambientes naturales, el cuidado y desarrollo de las culturas y tradiciones y a velar por los derechos de los turistas. A partir de este momento, se consolida una nueva visión del desarrollo del turismo a nivel mundial que insta a un trabajo de cooperación entre los distintos actores involucrados y un trabajo de sensibilización en todos ellos, fundamentalmente, los gobiernos nacionales y locales en el establecimiento de planes de acción.

- **Agenda 2030** sustentada en los **17 Objetivos de Desarrollo Sostenible** (comúnmente llamados ODS) propuesta en 2015 luego del proceso de revisión de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM). Bajo este mismo lema y con la misma impronta de los 20 años posteriores a Río +20, se celebra una nueva Cumbre Mundial del Turismo Sostenible para reafirmar y actualizar los compromisos asumidos en su primera conferencia. En esta ocasión se promueve una nueva Carta Mundial del Turismo Sostenible +20 (2015) (7), para reposicionar al turismo mundial ante los nuevos desafíos globales, integrando lo celebrado en su carta de 1995 y los principios del Código Ético Mundial con la nueva Agenda 2030. Al mismo estilo de la Agenda 2030, la nueva carta propuso alcanzar los nuevos objetivos y hace un llamado a todos los actores vinculados directa e indirectamente con la industria turística, gobierno, sociedad civil, consumidores, organizaciones de la sociedad civil y al mundo académico y de formación para:

- Servir como instrumento para la paz y la tolerancia.
- Preservar nuestro patrimonio común, material e inmaterial.
- Luchar contra la pobreza.
- Conservar la naturaleza y la biodiversidad.
- Responder de forma activa y urgente a las consecuencias del cambio climático.
- Establecer una estrategia de descarbonización.
- Innovar en el uso de la energía, los recursos, el transporte y los sistemas de comunicación.
- Implementar patrones de consumo sostenibles a lo largo de todo el proceso de producción.
- Servir como motor para la economía mundial, especialmente para los países en desarrollo, tratando de establecer una economía más verde.
- Utilizar la tecnología y la innovación para una mayor eficiencia de los recursos.
- Promover el uso y el consumo de los bienes y servicios locales, aumentando los vínculos con la comunidad y reconociendo su cohesión social y económica.
- Cuidar y promover el patrimonio cultural, del arte y las industrias culturales.

- **Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo** (8) declarado en 2017 por Naciones Unidas y la OMT concibiendo a la actividad turística mundial como una industria de gran importancia a la hora de impulsar los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Se da un escenario para sensibilizar el accionar de todos los actores, públicos y privados, respecto de la contribución que puede lograr el turismo al desarrollo sostenible, el secretario general de la OMT manifestó que se trata de **"una oportunidad única para construir un sector turístico más responsable y comprometido, que pueda capitalizar su inmenso potencial en términos de prosperidad económica, inclusión social, paz y entendimiento, y preservación de la cultura y el medio ambiente"**

En este contexto, la OMT elabora una guía a modo de una nueva agenda de objetivos para continuar trabajando en esta senda:

- *Crecimiento económico con inclusión social.*
- *Inclusión social, empleo y reducción de la pobreza.*
- *Uso eficiente de los recursos, cuidado ambiental y lucha contra el cambio climático*
- *Valores culturales, diversidad y patrimonio.*

Bajo esta misma iniciativa se fijan diferentes líneas de actuación, como campañas de sensibilización mundial, por ejemplo, se lanzó el hastashag **#travelenjoinrespect viaja, disfruta y respeta** para promover de manera sintética el significado de un turismo responsable; se impulsan estándares certificables; se establece la necesidad de fomentar alianzas públicos privadas y el desarrollo de políticas públicas en la dirección de un turismo sostenible; el trabajo en la responsabilidad social de la empresa turística como medio de transformación, etc. De esta manera, el turismo mundial vuelve a reafirmar sus compromisos con el desarrollo sostenible y la inclusión de la sostenibilidad en la industria, concientizando a los líderes políticos, a las empresas y a los mismos turistas.

En el mismo año 2017 la OMT convierte el Código Ético celebrado en 1999 en un tratado internacional. Se mantuvieron los principios establecidos en 1999 y se agregaron nuevos contenidos. Así, esta **Convención Marco sobre Ética del Turismo** establece que serán los estados nacionales los que

(7) Para ampliar este tema visitar: http://cartamundialdeturismosostenible2015.com

(8) Para ampliar este tema visitar: http://www.tourism4development2017.org/es

impulsarán el turismo responsable, sostenible y de acceso universal, mediante la formulación de políticas públicas alineadas con los principios éticos del turismo, al mismo tiempo que llama al sector de las empresas turísticas a incorporar esos mismos principios en sus formas de gestión turísticas. La transformación de un código a un tratado internacional supuso un verdadero compromiso en favor de la sostenibilidad y de la ética que lo sustentan.

- En 2018 la Organización Internacional de Turismo lanzó la plataforma **Tourism4SDGs.org** (9) para comprometer el turismo con la Agenda 2030. Esta plataforma digital sirve de repositorio de una amplísima variedad de iniciativas y proyectos de todas partes del mundo vinculados al turismo sostenible y su contribución con cada ODS. Es una fuente de inspiración, intercambio de conocimiento y experiencias.

- En función de las consecuencias que trajo el Covid-19, la OMT propuso la iniciativa **One Planet** (10) para una recuperación responsable del sector en congruencia con todos los avances logrados en los últimos años en materia de sostenibilidad turística. One Planet se basa en un programa de acción de la OMT en alianzas con una multitud de organizaciones participantes para impulsar planes de recuperación alineados con la Agenda 2030 y la Agenda de Paris. Sus ejes de trabajo incluyen dimensiones como la salud pública, la inclusión social, la conservación de la diversidad biológica, la acción por el clima, la economía circular y la gobernanza.

A partir de este breve recorrido queda explícita la visión del turismo mundial con relación al desarrollo sostenible y la sostenibilidad. A pesar del impacto que supuso la pandemia surgen día a día multitud de proyectos e iniciativas a favor de una recuperación más comprometida con la cultura de la sostenibilidad, una cultura que sin duda debe trascender barreras geográficas.

La vitivinicultura argentina y su gran protagonismo en el desarrollo del turismo del último tiempo es consciente de esta gran oportunidad, lo que la ha llevado a desarrollar instrumentos e indicadores que le permitan autoevaluarse. La definición de un sistema de indicadores en distintas dimensiones de un turismo vitivinícola sostenible permite alinearse a las demandas y tendencias actuales y permitirá a cada bodega turística conocer su estado de avance.

Los desafíos actuales: el turismo y la agenda 2030

A pesar de las importantes iniciativas y compromisos asumidos por el turismo mundial en estas últimas décadas, queda claro que en el marco de la sostenibilidad existen gran variedad de retos por afrontar en un panorama tan complejo como el actual. Uno de estos grandes desafíos, por su propia magnitud de cambio social, se plasma en la Agenda 2030. Su relación con el turismo, al igual que la misma construcción del concepto de sostenibilidad a lo largo del tiempo, ha variado desde enfoques de trabajo en aquellos ODS relacionados de manera directa con el turismo, como el ODS 8, "empleo de calidad, ODS 12 "producción y consumo sostenible", ODS 11 "ciudades y comunidades sostenibles". Sin embargo, un trabajo más minucioso y atento del turismo permitiría un impacto y contribución de manera integral y transversal en todos los ODS.

Si el camino de la sostenibilidad está actualmente consolidado en la Agenda de los ODS y en su futura apuesta por nuevos desafíos, de aquí al 2030 el sector del turismo deberá haber transitado grandes trasformaciones convirtiéndose en un sector verdaderamente comprometido con esta visión. Al igual que para cualquier sector de la economía, alienarse a estos desafíos globales no será tarea fácil. Toda actividad humana y económica genera impactos, no sólo en términos ambientales, sino sociales y culturales. Como reiteradamente se ha destacado, el enfoque de la sostenibilidad es un tema complejo en el cual sus múltiples dimensiones concurren entre sí. Cuando se abordan decisiones en algunas de sus dimensiones, por ejemplo, en lo ambiental, seguramente se impacte en la dimensión económica a nivel de un negocio o una empresa. Por ello, es importante comprender y mapear este conjunto de impactos positivos y negativos generados por una actividad para posteriormente orientar el accionar hacia formas más sostenibles. Pero sin duda, se evidencia una complejidad fluida y dinámica en el mismo abordaje de la sostenibilidad, dándose ese juego de ceder y privilegiar aquellas decisiones que impacten de una manera positiva para todas las dimensiones de la misma.

Por su parte, no todas las prácticas sostenibles, que además tengan especial foco de contribución a los ODS, pueden aplicarse de manera general a cualquier tipo de organización, empresa u actividad. Para su implementación, dependerá de diversas características propias como ser el tamaño, su localización, contexto entre otras. No es lo mismo una bodega de una región particular de Mendoza que otra localizada en otro de los Oasis Productivos. Esto es importante de tener en cuenta para el desarrollo de destinos, cuyas empresas y organizaciones comparten problemáticas y oportunidades comunes.

En este sentido, la Agenda 2030 pone por delante el enorme desafío de establecer alianzas público privadas para el desarrollo de destinos turísticos de una manera sostenible. Esto demanda una necesidad de disponer de sólidas redes y estructuras técnicas y políticas que den como resultado una amplia vinculación, participación, sinergias colaborativas a todos los niveles. En este aspecto, **la bodega turística debe ser parte de un sistema amplio de planificación estratégica sostenible de cada área geográfica, destino o comunidad vitivinícola.** La presente guía pretende orientar a la bodega con apertura turística en un diagnóstico de partida **"puertas adentro"** sobre un conjunto de variables o indicadores que incluyen las dimensiones de la sostenibilidad turística. Esto último con base en la contribución hacia los Objetivos de Desarrollo Sostenible y sin perder de vista que la bodega turística es un eslabón sumamente importante, pero no el único, para el desarrollo sostenible del turismo vitivinícola.

El turismo abarca innumerables interacciones entre los visitantes y las comunidades anfitrionas y su cultura. Estas interacciones, se dan en un contexto donde las creencias, valores son muy diferentes. Esta característica, hace que el turismo y su relación con la sostenibilidad sea muy compleja, y deba evaluarse utilizando diversos enfoques y perspectivas, tanto desde el visitante, los residentes de la comunidad anfitriona y los actores del sector público y privado vinculados a la actividad.

(9) Para ampliar el tema visitar: https://tourism4sdgs.org/

(10) Para ampliar el tema visitar: https://www.unwto.org/es/sustainable-development/one-planet

El estado de los ODS en la Argentina

Desde el año 2016 la Red de Soluciones para el Desarrollo Sostenible (https://www.unsdsn.org/) elabora un informe anual que evalúa a todos los países en función del desempeño y grado de cumplimiento de los 17 ODS. En el último informe anual 2022, la Argentina se posicionó en el puesto 54 de 160 países evaluados y con un puntaje global o Índice ODS de 72,8 (11). En este sentido, para los próximos años se presentan grandes desafíos para nuestro país en términos de esta agenda y la ambiciosa necesidad de superar la acuciante crisis política y económica que transita.
Tendencia de los 17 ODS para el caso de la Argentina (2022)

En torno a las innumerables discusiones sobre la diversificación de la matriz productiva en las diferentes economías regionales de la Argentina y una necesidad concreta de agregado de valor y diferenciación de los servicios y productos que brinda, el turismo representa un gran motor de desarrollo económico y social, una industria con índices de crecimiento en aumento y con cada vez mayor contribución en términos de PBI a los países en general. Sin embargo, este crecimiento no es a cualquier costo, la actividad turística, al igual que cualquier otra actividad humana, provoca impactos y externalidades positivas como también negativas en las múltiples dimensiones de la sostenibilidad económica, social, ambiental y ética cultural. El grado de alineamiento de las diversas propuestas turísticas por parte del sector de las bodegas argentinas con la sostenibilidad y en pos de un desarrollo sostenible constituye grandes desafíos y oportunidades tanto presentes como futuras.

El turismo representa un gran motor de desarrollo económico y social, se trata de una actividad con índices de crecimiento que va en aumento y con cada vez mayor contribución en términos de PBI a los países en general. Por su parte, el turismo como actividad económica, va en sintonía con las necesidades de diversificación de la matriz productiva de las diferentes economías regionales de la Argentina y de la generación de valor agregado y diferenciación de los servicios y productos que brinda. Sin embargo, de cara a este crecimiento, hay que tener en cuenta que al igual que cualquier otra actividad humana, esta provoca impactos y externalidades positivas como también negativas en las múltiples dimensiones de la sostenibilidad: económica, social, ambiental y ética cultural. El grado de alineamiento de las diversas propuestas turísticas por parte del sector de las bodegas turísticas con la sostenibilidad y sus dimensiones constituyen grandes desafíos y oportunidades para el sector tanto presentes como futuras.

(11) *El principal objetivo de este índice es la agrupación de indicadores que permitan medir el avance en el cumplimiento de los ODS bajo un mismo criterio y comparar así los diferentes países del mundo. Mediante el Índice ODS se pueden ordenar los diferentes países en una escala de 0 a 100 en términos del avance de cada uno utilizando una métrica comparable.*

El contexto de la sostenibilidad turística en la argentina

En función del marco anterior, tanto la Corporación Vitivinícola Argentina a través de su Plan Estratégico 2030 (12) como la misma Organización Internacional de la Vid y el Vino, también en su plan quinquenal 2020-2024 (13), comparten la imperiosa visión de desarrollar una vitivinicultura sostenible que incluya todos sus aspectos y actores, encontrando como marco general la Agenda 2030 de Desarrollo Sostenible.

En la actualidad, existen escasas referencias aplicables específicamente al ámbito del turismo vitivinícola sostenible y para el contexto de la vitivinicultura argentina. Una de ellas se encuentra plasmada en el documento "Directrices de Gestión Turística para Bodegas. Manual de aplicación" del Ministerio de Turismo de la Nación y la Dirección Nacional de Calidad Turística, en el cual se incorporan algunas directrices relacionadas a la sostenibilidad. Por otro lado, también se consideran los pilares que fueron desarrollados en el "Plan Federal Estratégico del Turismo Sustentable. Turismo 2025", también del Ministerio de Turismo de la Nación (2014/2025).

Plan Federal Estratégico Turismo Sustentable 2025

MODELO DE DESARROLLO TURÍSTICO CON INCLUSIÓN SOCIAL

"Hecho en Argentina por argentinos"

"Sus perspectivas y objetivos estratégicos encuentran congruencia con la presente guía, que permitirán a partir del desarrollo turístico vitivinícola, un desarrollo sostenible"

(12) Para más información del Plan Estratégico Vitivinícola 2030 (PEVI 2030) visitar: https://pevi2030.com.ar/

(13) Para más información del Plan Estratégico de la Organización Internacional de la Vid y el Vino 2025 visitar: https://www.oiv.int/es/la-organizacion-internacional-de-la-vina-y-el-vino/plan-estrategico-de-la-oiv

Perspectivas y objetivos estratégicos del Plan Federal Estratégico Turismo Sustentable 2025

PERSPECTIVA	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS
POLÍTICA, ECONÓMICA, SOCIAL Y AMBIENTAL Se identifica directamente con los intereses de la sociedad y las comunidades residentes, constituyéndose en los fines últimos de la política turística que busca a través del desarrollo económico del sector, la generación de empleo, el aumento de la competitividad, la mejora en las condiciones de sustentabilidad, y la mejora del estado de bienestar de su población	1. Priorizar la política turística en la agenda de los diferentes organismos de gobierno en todos los niveles de gestión. 2. Dinamizar las economías locales y la generación de empleo a partir de un desarrollo turístico equilibrado en todo el territorio nacional. 3. Incluir a nuevos segmentos de la sociedad al disfrute del turismo. 4. Incrementar los niveles de conservación del patrimonio integral (natural y cultural) como capital de desarrollo turístico. 5. Consolidar la planificación turística estratégica como herramienta fundamental para la implementación de un modelo concertado de desarrollo turístico con inclusión social. 6. Impulsar el rol activo del Estado como desarrollador de los destinos turísticos. 7. Consolidar las regiones turísticas como unidades de gestión.
DESARROLLO DE MERCADOS Hace referencia a los procesos de comunicación y distribución de la oferta turística por medio de la integración de la cadena de valor con los mercados a partir de la articulación entre los socios estratégicos nacionales y del exterior	8. Posicionar a la Argentina como un país de experiencias turísticas memorables. 9. Incrementar el volumen de turistas internos y su respectivo gasto turístico. 10. Incrementar el flujo de turismo internacional y posicionar a la actividad como una de las principales fuentes de ingreso de divisas externas. 11. Transformar la cadena de valor del turismo en un entramado asociativo que optimice los canales de comunicación y comercialización. 12. Diseñar y comunicar nuevas experiencias turísticas en base a las tendencias de mercado en equilibrio con el modelo de desarrollo turístico nacional.
RELACIÓN DESTINO, RESIDENTE, TURISTA Abarca aquellos aspectos claves para generar valor desde el punto de vista del turista o visitante. Aquí se abordan tres ámbitos de actuación a los que la estrategia debe dar respuesta: el acceso al turista a través de los atributos del producto o servicio, la relación con el turista y la imagen del destino, teniendo en cuenta que para optimizar estos aspectos es necesario una estructura de cooperación sectorial en red que incluya a todos los actores del sector.	13. Promover el desarrollo de experiencias satisfactorias bajo el concepto de la “Calidad Turística Integral”. 14. Fortalecer la cooperación entre los actores del sector a partir de esquemas de co-responsabilidad que integren los valores e intereses compartidos. 15. Integrar a la comunidad local como co-creadora de la estrategia de desarrollo del destino. 16. Promover un concepto integral de “Responsabilidad Turística”.
GESTIÓN INSTITUCIONAL Refiere a los procesos estratégicos, los de soporte y los operativos de los organismos de turismo (y otras carteras asociadas) bajo cuya responsabilidad recae el desarrollo de la actividad.	17. Fortalecer las capacidades locales de los destinos turísticos, propiciando la descentralización territorial. 18. Armonizar los marcos normativos de los servicios turísticos y mejorar los procesos de fiscalización. 19. Promover la inversión en investigación, desarrollo e innovación (I+D+i) aplicada a turismo para mejorar los procesos de gestión. 20. Incorporar tecnologías innovadoras aplicadas a los procesos de planificación y gestión. 21. Intensificar la capacitación, profesionalización y especialización del capital humano del sector turístico.
INFRAESTRUCTURA Y RECURSOS Implica aspectos en los que los organismos de turismo deben incidir para sostener el proceso de cambio, innovación y crecimiento que requiere la estructura para soportar la estrategia.	22. Promover la jerarquización de las áreas de turismo de la gestión pública. 23. Promover la prevención y reducción del riesgo turístico a partir de la identificación de las vulnerabilidades de los destinos. 24. Intensificar la articulación con otros organismos de gobierno para el desarrollo de infraestructura de base como estímulo para la atracción de inversiones. 25. Incrementar la captación y orientación de las inversiones privadas y de la inversión extranjera directa. 26. Incrementar la inversión genuina para el desarrollo de obras de soporte para la actividad turística.

Conceptualización de las dimensiones del turismo sostenible

A partir de lo desarrollado hasta aquí, podemos deducir que las dimensiones tradicionales de la sostenibilidad y el desarrollo sostenible, trasladables al turismo sostenible, han sido la dimensión económica, la dimensión social y la dimensión ambiental. La misma Agenda 2030 expande estas tradicionales dimensiones a cuestiones políticas, éticas, culturales, de transparencia, de paz mundial y de derechos humanos. En esta breve conceptualización se irá desarrollando cada una de ellas y mostrando algunos ejemplos prácticos de aplicación.

Dimensión económica

El turismo del vino se estructura como un sistema en el que confluyen muchas actividades y diversos actores que intentan captar un beneficio derivado de la producción vitivinícola como eje principal, pero con muchos complementos asociados. Se ha mencionado que el turismo puede constituir un motor de desarrollo de la economía, aunque es fundamental la gestión integrada y sostenible de los recursos de los que se abastece. En este marco, el desarrollo local y la confluencia de políticas públicas a medida de los territorios vitivinícolas debe ser la forma de potenciar su economía al mismo tiempo que preservan su identidad y autonomía. Es sabido que el enoturismo, como sistema, abarca numerosas actividades, la gran mayoría de servicios, aunque también muchas otras, como los productos que ofrecen comunidades de artesanos y emprendedores de todo tipo, con lo cual contribuyen a enriquecer este mismo concepto enoturístico. El objetivo final es lograr una redistribución justa de los beneficios entre estos múltiples actores que, cada uno, con su oferta contribuye a ampliar y sostener la competitividad del destino.

Sin duda que el crecimiento o la sostenibilidad económica en equilibrio con las demás dimensiones es la que genera mayores desafíos y controversias. La sostenibilidad económica viene a cuestionar el paradigma tradicional sobre el que se basó y basa actualmente la economía de mercado, esto es esencialmente el sostenimiento de un crecimiento económico ilimitado, es decir, un crecimiento lineal basado en extraer-transformar-producir-consumir-tirar. Este modelo partió del supuesto que los recursos naturales son de dimensiones infinitas y están al servicio del crecimiento económico y que los residuos generados no provocan impacto alguno. Sin embargo, cuando se habla de sostenibilidad económica, precisamente, atiende estas limitaciones e intenta buscar modelos que permitan asegurar la viabilidad a largo plazo, en el caso del turismo, para las propias comunidades o destinos turísticos.

El 60% de los países que participan del grupo de ISO/TC 228 (14), son países en el camino del desarrollo, muchos de ellos dotados de grandes recursos y oportunidades turísticas, pero mal dotados en experiencia e innovación en la gestión turística. En estos casos, el turismo debe aspirar a convertirse en un motor de progreso sostenible. En este caso, el turismo del vino, como se ha puesto de manifiesto en los últimos años, tiene un gran potencial para la generación de riqueza sostenida para su diversa cadena de valor, fundamentalmente debe ser un percibido como un gran atractivo de generación de empleo en las comunidades rurales vitivinícolas y comprometido con el **desarrollo local.**

La consolidación del destino, o terroir en el caso vitivinícola, debe desarrollarse más allá de simples eslóganes, estableciéndose como una marca e imagen del lugar con foco en la calidad y en la sostenibilidad.

Existen experiencias exitosas de grupos de productores rurales asociados para desarrollar las potencialidades del turismo rural y de las características culturales de los lugares. La Argentina posee una gran oferta gastronómica en sus comidas típicas, muchas asociados a las culturas locales y rurales. El turismo vitivinícola debe convertirse en un aliado estratégico a sus comunidades locales que le permita identificarse como una fuente de prosperidad local.

Actualmente, el equilibrio demográfico de las grandes ciudades constituye uno de los grandes desafíos mundiales. Los estados se esfuerzan para dinamizar las comunidades rurales y poder mantener una adecuada proporción entre la población rural y la población de las ciudades. En este sentido, la misma OMT hace recomendaciones como invertir en infraestructura y conectividad digital, conectar el campo con las ciudades, desarrollar oportunidades económicas, por ejemplo, vinculadas con el turismo, pero evitando los riesgos de una exclusiva dependencia hacia el mismo.

El **empleo de calidad,** un aspecto crítico para el sector del turismo. Es bien sabido que la actividad turística crea muchos puestos de trabajo de manera directa e indirecta pero gran parte de ellos de manera informal. La calidad del empleo y su estabilidad es primordial para un turismo sostenible, pues la satisfacción de una persona con su trabajo impactará directamente en su atención y relación con los turistas. La formación del público interno, el desarrollo de sus habilidades y los conocimientos deben estar en el centro.

En muchos casos, la sostenibilidad económica de un destino depende de un equilibrio mutuo con sus otras dimensiones. Por ejemplo, la búsqueda de beneficios puede descuidar la fragilidad de ciertos ambientes naturales. Existen casos a nivel mundial y local donde ciertos ecosistemas naturales han sido fuertemente afectados por la presión del turismo excediendo claramente su **resiliencia.**

Dimensión ambiental

La sostenibilidad ambiental refiere a múltiples aspectos que hacen a muchas variables del sistema ambiental, todos ellos recogidos en la Agenda 2030. Elementos como la **integridad física** de los destinos destaca el cuidado del entorno natural y paisajístico, la conservación del patrimonio histórico y cultural, el bienestar de la comunidad local con relación al entorno y el atractivo turístico. Si bien existen destinos turísticos más críticos y complejos, el capítulo ambiental trata de mantener la estructura física de los ambientes, sean urbanos o naturales.

En sintonía con lo anterior, se distingue la **conservación de la biodiversidad** de los destinos como otro aspecto de la sostenibilidad ambiental. A la actualidad, las formas más efectivas de protección es la declaración de áreas protegidas, sobre todo aquellas áreas en estado crítico o de mayor vulnerabilidad. En este aspecto, la OMT propone al **ecoturismo** como un tipo de turismo donde el mismo visitante está especialmente comprometido con el aprendizaje y descubrimiento de la diversidad biológica y cultural experimentando una actitud de responsabilidad y compromiso hacia el cuidado de los lugares. Es decir, es una actividad que rescata de forma particular la dimensión ambiental. Aquí, la formación y sensibilización de los visitantes por parte de todos los actores es fundamental.

(14) El ISO/TC 228 es un comité técnico de la Organización Internacional para la Normalización (ISO), encargados del desarrollo de normas internacional de terminología, especificaciones y requisitos de proveedores turísticos

La utilización eficiente en el uso de todos los recursos naturales es una cuestión vital para la sostenibilidad. Como toda actividad económica, el turismo también depende de la disponibilidad y eficiencia de uso de los **recursos naturales** como el agua o la energía. En esta propuesta de eficiencia surgen alternativas de la **economía circular,** por ejemplo, las 9R:

RECHAZAR: renunciar a aquellos productos, insumos, materiales o partes de ellos que no se necesitan, o bien redefinirlos de tal manera que ya no haya que producirlos.

REPENSAR: las empresas transfieran servicios a los consumidores en lugar de la propiedad sobre un producto.

REDUCIR: disminuir en lo posible el consumo de recursos tanto en la fabricación como en el uso de un producto.

REUTILIZAR: si un producto se encuentra en buenas condiciones y cumple su función original, debe seguir utilizándose.

REPARAR: arreglar un producto defectuoso para seguir dándole su uso original.

RESTAURAR: reparar productos que están dentro de su primer ciclo de vida.

REFABRICAR: se trata de recoger un producto, analizar su estado, desmontarlo, reacondicionar y reemplazar componentes, volver a ensamblarlo, comprobar su nivel de calidad y revenderlo con una etiqueta de cercano a nuevo.

REDEFINIR: dar una nueva vida a los productos cuando están desgastados o cumplen una función que ya ha quedado obsoleta.

RECICLAR: recuperar material de residuos que pueda procesarse de nuevo en la fabricación de nuevos productos, materiales o sustancias.

Existen casos de bodegas de la región que ya se encuentran con programas de economía circular en sus procesos productivos y organizacionales, estos mismos principios pueden trasladarse a las experiencias turísticas.

Por último, es bien conocido que el turismo depende íntimamente del transporte aéreo y terrestre. Al ser una industria de gran importancia en términos de la economía mundial sus índices de crecimiento se relacionan directamente con la contribución al cambio climático. Sin duda, las empresas transportadoras, tanto aéreas o terrestres, deberán trabajar en reducir las emisiones para contribuir a en la disminución de los impactos en el ambiente.

Dimensión social y cultural

La dimensión social y cultural busca ir más allá de las retribuciones y prosperidad económica que puede significar el turismo hacia las comunidades locales. Con relación a ello, se busca alcanzar una armonía de todo el sistema en su conjunto, los actores del turismo y de las comunidades locales. Sin duda que la fuente de bienestar está asociada a la fuente de riquezas y desarrollo económico que puede generar el turismo, desde un enfoque verdaderamente equitativo socialmente, es decir, un reparto justo de los beneficios que derivan del turismo y que permita luchar contra la pobreza.

Los aspectos de **inclusión social** también ocupan un lugar en la dimensión social y cultural de la sostenibilidad. Es necesario el reconocimiento de derechos sin importar religión, sexo, edades, habilidades físicas, género. En estos aspectos la bodega turística puede establecer políticas inclusivas y de integración. Un aspecto particularmente importante, en este punto, lo constituye lo relacionado a la consideración de la **mujer en las organizaciones** en cuanto a su desempeño.

En el ámbito vitivinícola, por el tipo de tareas y actividades tanto en finca como en bodega, es común observar menor cantidad de mujeres en relación a la cantidad de hombres. Sin embargo, un indicador más crítico respecto de la diversidad en cuanto a hombres y mujeres puede establecerse de acuerdo a relación de puestos directivos o relativos a la "dirección o gerencia general" de las empresas vitivinícolas. Es más frecuente la presencia de mujeres en puestos de gerencia de áreas de enología o agrícolas, por ejemplo, respecto a cargos de dirección. Las mujeres presentan excelentes competencias, actitudes e intereses profesionales adecuados para la promoción laboral. El problema, por tanto, no reside en la oferta sino en que la demanda no suele aceptarlas como candidatas para los puestos de mayor nivel y responsabilidad. La división entre hombre y mujeres en puestos laborales trabajo fue dejada de lado durante décadas para su análisis, por tratarse simplemente de cuestiones naturales en las funciones de hombre y mujeres en su mecanismo de continuidad biológica. Son variadas las explicaciones que abordan los obstáculos del desarrollo profesional y laboral de la mujer en las organizaciones, entre ellos el conocido fenómeno del "techo de cristal". Entre los obstáculos que explicarían este fenómeno se destacan desde las barreras provocadas por el rol reproductivo y las responsabilidades familiares de la mujer, barreras propias de las organizaciones asociadas a su cultura y estereotipos, entre otras muchas causas. De acuerdo a la extensa bibliografía que existe en esta temática, las organizaciones no deben permitirse perder las aportaciones que tanto hombres como mujeres hacen al ámbito de la dirección y la toma de decisiones, por lo que ambos estilos deben compartir de forma equilibrada las posiciones de alta responsabilidad.

Otros aspectos que hacen a la diversidad y a cuestiones relacionadas con la dimensión social y cultural de la sostenibilidad se relacionan con la convivencia de diferentes generaciones trabajando en la organización, cuestión que presenta grandes desafíos para toda organización moderna. También, aspectos de inclusión de personas con capacidades especiales, una temática que puede presentar grandes oportunidades para aquellas personas con dificultades para insertarse normalmente en el mercado laboral. Existen evidencias que la discapacidad puede conducir a la pobreza.

Otro de los aspectos en esta línea se relaciona con establecer equilibrios adecuados entre **la vida laboral y familiar,** aspectos de relevancia para mejorar la calidad de vida de las personas. Es una temática de larga data de estudio, aunque la pandemia trajo nuevas oportunidades de trabajo en este sentido.

En cuanto a las clásicas relaciones que debe establecer una **organización y su comunidad vecina,** ahora se suma un trabajo conjunto para el desarrollo local a partir del turismo. Lo anterior da pie para anticipar que la complejidad de los problemas a los cuales nos enfrentamos, no solo requiere de soluciones o propuestas también complejas, sino que anticipa que ya no es tarea solo de los estados nacionales, actor fundamental, sino que el gran desafío será el compromiso activo de todos los sectores de la sociedad. Ni los gobiernos mejor empeñados, ni las empresas con las mejores intenciones, ni una sociedad civil empoderada podrán por si solos afrontar los desafíos de la sostenibilidad.

Como bien sabemos, las empresas vitivinícolas se insertan, en general, en comunidades rurales. Aunque también se dan los casos donde muchas de ellas han quedado rodeadas por áreas totalmente sub urbanas o urbanas. En el primer caso, posiblemente las problemáticas, los desafíos u oportunidades de desarrollo conjunto organización/comunidad se orienten al desarrollo de la comunidad, en cuanto a la mejora de espacios públicos, obras de infraestructura, mejora en los servicios básicos, colaboración con organizaciones vecinas como escuelas, centros de salud, seguridad, etc. Para el segundo caso, posiblemente la organización deba gestionar de la mejor manera sus impactos en la comunidad, por ejemplo, el tránsito corriente de vehículos, los olores, los ruidos molestos, etc. En este último caso, surge la idea de que las empresas también necesitan obtener el apoyo de la comunidad o la sociedad en general en la que operan. Para el caso de una industria centenaria y con raíces culturales muy fuertes, como lo simboliza la vitivinicultura argentina, se hace evidente la presencia de esa conocida **licencia social para operar y prosperar.** Para el éxito de largo plazo o el éxito sostenido de una organización, se debe ir más allá de la calidad de sus productos y servicios y de las necesidades y expectativas de sus clientes. Para lograr el éxito sostenido, la organización debería centrarse en anticipar y satisfacer las necesidades y expectativas de sus partes interesadas, con el propósito de mejorar su satisfacción y su experiencia global. Percibir la sostenibilidad como la construcción de valor compartido, y no como control de daños o una campaña de relaciones públicas, requerirá un pensamiento de negocios radicalmente distinto, volviéndose cada vez más importante para el éxito competitivo y sostenible.

El **turismo y su relación con la cultura** tiene una especial incidencia para una actividad con tantas raíces sociales y culturales. Ello resulta clave en cuanto a la conservación de todo el acervo histórico, artístico y cultural que se involucra. Los beneficios derivados del turismo deben en parte contribuir a la conservación de la riqueza cultural de la cual se nutre. Esta herencia cultural no solo incluye los elementos tangibles, sino que también rescata aquellos intangibles transmitidos a través de diversas generaciones, como prácticas y modos de vida, conocimientos, habilidades, arte, música, gastronomía. Muchos de estos elementos residen en gran medida en las comunidades locales a partir de un sentido de identidad con el mundo del vino. La creciente globalización ha provocado la pérdida de estos valores, siendo más difícil percibirlos, preservarlos y promocionarlos. Para ello, resulta necesario que la bodega turística trabaje de manera conjunta con las comunidades rurales vitivinícolas para el desarrollo de museos, mercados locales, desarrollo de festivales, celebraciones tradicionales, espectáculos asociados al vino, puesta en funcionamiento de rutas o circuitos, etc.

Por otro lado, resulta importante el trabajo que debe desarrollar la bodega con apertura turística para proteger los derechos y bienestar de los propios turistas. Esto aboga por un trabajo transparente basado en la información, evitar engaños derivados de la publicidad o el marketing. Con lo cual, la bodega turística también debe sensibilizar a sus turistas con los principios de la sostenibilidad que promueve, a fin de que sus visitantes comprendan el trabajo de por medio y respeten los entornos naturales y la cultura local.

Otras variables relacionadas a la ética, la paz mundial y los derechos humanos encuentran una relación con la dimensión social y cultural de la sostenibilidad. En la Carta Mundial del Turismo Sostenible y el Código Mundial para el Turismo aparecen como elementos esenciales del turismo sostenible.

Más allá de los planes nacionales relacionadas al turismo, la **gobernanza local** implica que las organizaciones y administraciones públicas directamente relacionadas con la gestión de los territorios o comunidades más pequeñas, deben tomar partido en el establecimiento de las políticas que hacen al turismo sostenible específicamente diseñadas para ese contexto, a las necesidades del lugar y en conjunto con las empresas turísticas. Existen autores que plantean que el principio de gobernanza sostenible se enfoca en un análisis pluralista y participativo de forma conjunta entre administraciones locales, empresas, comunidad y organizaciones de la sociedad civil.

El turismo puede ser un gran aliado en la promoción de la **paz mundial.** En la celebración del Año Internacional del Turismo Sostenible, se consideró al turismo un promotor en el acercamiento de las diferentes culturales de los pueblos para velar por la seguridad y la paz mundial.

Gobernanza del turismo: los actores o públicos de interés

El turismo posee una amplia cadena de valor, afectando de manera directa e indirecta a la economía de cada región y a otras muchas actividades relacionadas. De esta manera, la actividad puede ser un gran aliado para el desarrollo sostenible a partir de la generación de modelos sostenibles a diferentes escalas y a partir de los múltiples servicios que incorpora a nivel global y local.

Solo es posible un turismo sostenible si existe responsabilidad, colaboración y trabajo interinstitucional de sus distintos **stakeholders o públicos de interés.** La gobernanza turística de los destinos alcanza a las administraciones locales y nacionales, a las bodegas y empresas de servicios involucradas y a las organizaciones de la sociedad civil. La puesta en marcha de un trabajo en red de todos ellos es vital para la creación de sinergias y estrategias colaborativas que impulsen el posicionamiento del turismo vitivinícola con sustento en la sostenibilidad. Sin embargo, una vez más este sistema de gobernanza con foco en la sostenibilidad exigirá instrumentos de coordinación y gestión que permitan equilibrar los intereses y la representación de todos los actores. Es sugerente para ello, la conformación de mesas de trabajo para el turismo sostenible.

El **sector público,** representado en los estados o gobiernos tanto locales como nacionales, debe ejercer su liderazgo con relación al desarrollo sostenible y la responsabilidad plasmada en políticas públicas, definición de marcos de desempeño e instrumentos regulatorios en la gestión de las áreas geográficas y turísticas de los territorios. Los entes públicos de cada contexto turístico son los encargados de la creación de políticas públicas alineadas a los principios de la sostenibilidad y desde una perspectiva inclusiva de sus comunidades.
Por su parte, las **empresas o actores turísticos privados,** motor del desarrollo económico de la actividad, deben trabajar en ofertas de experiencias turísticas alineadas a la sostenibilidad y fundamentalmente alineadas al desarrollo del contexto o región donde se desempeñan. Son ellas mismas el nexo de unión entre las aspiraciones públicas de los gobiernos y los propios turistas. Por ello, el interés concreto en el diálogo y establecimiento de alianzas con los actores locales de cada región, públicos, privados, de la sociedad civil y de las mismas comunidades destacando la adhesión a los principios de la sostenibilidad, coordinación de iniciativas, sensibilización, formación, información, etc.

La vitivinicultura argentina se caracteriza por ser amplia y sumamente diversa, cada región o micro región vitivinícola de la Argentina tiene sus especificidades que pueden transformarse en fuentes de oportunidades para un turismo sostenible. Como se ha reiterado, el turismo enológico posee una cadena de valor amplia formada por diversos actores, si bien en esta guía en particular se consideran las experiencias turísticas al interior de cada bodega, la misma debe ser un actor clave en el desarrollo de la sostenibilidad de su cadena de valor.

La **sociedad civil,** representada en organizaciones, debe ser convocada para participar en la gobernanza de los destinos turísticos para el aporte de miradas complementarias sobre la importancia de la sostenibilidad de las regiones turísticas y su relación con creación de empleo, posicionamiento de los destinos, protección de ambiente natural.

Esta gobernanza para la sostenibilidad turística también debe involucrar a los **centros académicos** para la generación de conocimiento práctico e información que favorezca la toma de decisiones basadas en datos objetivos.

Finalmente, los **turistas o clientes de la bodega turística,** deben conocer y ser parte de esta cultura de la sostenibilidad. Luego de la pandemia existen indicios claros de un cambio en la conciencia del turista hacia formas de viaje más sostenible y de menor impacto. Aspectos como el reciclaje, reducción de desperdicios, eliminación del plástico en sus experiencias prevalecen entre la dimensión ambiental, mientras que los aspectos socio económicos y culturales como la conservación del patrimonio del lugar, experiencias de contacto y compras en las comunidades locales a pequeños comerciantes son aspectos que se valorarán cada vez más.

La confianza de todo consumidor, la atención de sus demandas y preferencias influyen de manera directa en la generación de nuevas tendencias en una industria con un marcado dinamismo. En este punto, la bodega turística puede anticiparse generando conciencia, sensibilizando y comunicando sus prácticas de sostenibilidad. El mensaje de la Agenda 2030 y la contribución a los diferentes objetivos de desarrollo sostenible como paradigma mundial imperante, pueden ser una alternativa.

Sobre la guía de auto evaluación de la sostenibilidad vitivinícola argentina

La presente guía pretende ser un **complemento** de la **Guía de Auto Evaluación de la Sostenibilidad Vitivinícola Argentina** (15), un instrumento desarrollado por la Corporación Vitivinícola Argentina que busca el abordaje, a través de la autoevaluación, de las múltiples dimensiones que hacen a la sostenibilidad vitivinícola, desde la producción de uva hasta el vino fraccionado y la venta a sus clientes. Incorpora los requisitos de sostenibilidad establecidos por la **Organización Internacional de la Viña y el Vino,** haciendo foco no solo en los aspectos ambientales, sino también los sociales, culturales y de integridad, pertinentes a la realidad del contexto de la Argentina y propias de una evaluación más equilibrada e integral de las prácticas de sostenibilidad de las organizaciones. En síntesis, en la guía mencionada se desarrolló una herramienta flexible, que se adapte a diferentes tamaños y actividades de organizaciones vitivinícolas, que incluya la mayoría de los aspectos e impactos relevantes que hoy hacen a la sostenibilidad del sector vitivinícola argentino y mundial, en sintonía con las recomendaciones internacionales especializadas, y que sea accesible tanto en su aplicación como en su comprensión para los distintos públicos de interés.

En este sentido, la bodega turística debe, en primer lugar, tomar en consideración el desarrollo de su sostenibilidad de una manera integral, gestionando aquellos impactos totales de su actividad **a nivel de sus técnicas de producción, gestión organizacional y relacionamiento con sus partes interesadas,** para luego incorporar nuevos requisitos relacionados exclusivamente a las experiencias turísticas que ofrecen. **Ambas guías se tornan complementarias y siguen una lógica de aplicación similar.**

Se entiende por una organización vitivinícola responsable y orientada a la sostenibilidad, **como aquella que genera valor económico, ético/cultural, social y ambiental, cuyas prácticas y resultados son compartidos con sus públicos interesados y están orientados al cuidado ambiental y social** (Criterio de INDICAGRO – IARSE).

(15) Disponible en: http://pevi2030.com.ar/wp-content/uploads/2022/05/Guia-Sostenibilidad-de-la-Vitivinicultura-Argentina-1.1.pdf

SOBRE LA GUÍA DE AUTO EVALUACIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD ENOTURÍSTICA

La Guía busca sensibilizar y crear conciencia entre los diferentes actores del turismo, sobre la creciente importancia de promover una actividad sostenible, constituyendo actualmente una premisa cada vez más relevante para la **satisfacción de turistas** atentos a los impactos del turismo en las dimensiones ambientales, sociales y económicas.

Es un instrumento orientado a la gestión de la sostenibilidad de manera voluntaria para asumir un conjunto de prácticas, técnicas y organizativas, que permitan mejorar el desempeño de la bodega con apertura turística con relación a la sostenibilidad.

La **la guía establece un conjunto de indicadores que sirven de base para el desarrollo de un conjunto de medidas, prácticas o planes de gestión orientados a mejorar la eficiencia y calidad turística, la satisfacción de los turistas, la reducción de riesgos, el cuidado ambiental, la integración de la comunidad y la preservación del patrimonio cultural** entre otros. Para ello, se ha partido de la revisión de una amplia bibliografía relaciona al turismo sostenible, principalmente promovidos por organizaciones internacionales. Las mismos han sido útiles para definir el marco de entendimiento y definiciones respecto de un turismo vitivinícola sostenible y para definir aquellos indicadores de autoevaluación respecto a la gestión de las dimensiones de la sostenibilidad previamente definidas.

La Guía intenta ser un instrumento de lectura e interpretación fácil. También, una metodología de sencilla aplicabilidad por aquella bodega abierta al turismo, que incluya la mayoría de las experiencias **"puertas adentro"** de la misma y de los aspectos e impactos relevantes que actualmente hacen un turismo sostenible. Sin embargo, resulta importante tomar como punto de partida la Guía de Sostenibilidad Vitivinícola ya desarrollada por la COVIAR y trazar puntos de encuentro y complemento con las prácticas turísticas.

La aplicabilidad de la presente guía estará en función directa con ciertas capacidades organizacionales y del grado de sensibilización y compromiso de la dirección de la bodega como también de los niveles de capacitación de los equipos técnicos que reciben a los turistas.

Cada tema de análisis representa un estado de condición o situación que la organización deberá ponderar de acuerdo a su nivel de cumplimiento. Esto será un punto de partida para que la organización pueda diagnosticar su situación actual y planificar acciones y prácticas futuras, como parte de un plan de gestión de la sostenibilidad vitivinícola y turística en general

Los indicadores desarrollados se alinean a cuestiones específicamente vinculadas a las buenas prácticas enoturísticas y siguiendo la premisa de sencillez y aplicabilidad, de tal manera que para **aspectos más generales de sostenibilidad ligados a la producción debe aplicarse la guía de autoevaluación para la sostenibilidad vitivinícola ya mencionada.**

Cada indicador refiere a algunos de los siete criterios que propone la Guía de Responsabilidad Social ISO 26.000 y se ha hecho especial énfasis en su correspondencia con los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible y sus respectivas metas. Pero fundamentalmente también se incorpora las recomendaciones de la Standard International ISO 21.401 Tourism and related services - Sustainability management system for accommodation establishments - Requirements (Turismo y servicios relacionados - Sistema de gestión de la sostenibilidad para establecimientos de alojamiento).

Objetivos de la guía de sostenibilidad enoturística

- Sensibilizar y formar a los actores del turismo del vino en la comprensión de los principios de la sostenibilidad que pueden aplicar al turismo vitivinícola. La guía puede ser un documento de referencia y consulta.
- Promover, apoyar y acompañar a la bodega turística en el desarrollo de operaciones sostenibles promovidos por organizaciones internacionales del turismo, como lo es la Organización Mundial de Turismo.
- Permitir a las bodegas turísticas evaluar su desempeño a partir de una serie de indicadores de turismo sostenible en sus múltiples dimensiones. Su foco está puesto en la complementariedad de la sostenibilidad vitivinícola, la integralidad y la accesibilidad para facilitar su aplicación por una bodega turística independientemente de su tamaño, características generales y ubicación.
- Brindar a las bodegas turísticas una base de reporte y comunicación de sus resultados de desempeño a sus públicos de interés y alineados de la Agenda 2030 de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Premisas guía de sostenibilidad enoturística

- En primer lugar, esta guía toma como actividades enoturísticas aquellos servicios que están bajo control de la bodega turística. Sin embargo, esto no excluye que la organización pueda acompañar a sus proveedores en el desarrollo de principios o prácticas de sostenibilidad que ella misma promueve, implementa y aplica. Es decir, este documento contempla los aspectos que pueden ser controlados por la bodega turística y sobre los que puede ejercer influencia.

- Esta Guía de Autoevaluación toma como marco de referencia y complemento la Guía de Autoevaluación de la Sostenibilidad Vitivinícola Argentina. Debe comprenderse como una extensión de la citada guía sobre las dimensiones, variables e indicadores generales de la sostenibilidad aplicados al caso a la industria vitivinícola en la Argentina tanto a nivel de producción de uva como de vino y en sus diferentes escalas de tamaño.

- Esta es una Guía de autoevaluación, no de certificación. Los diferentes indicadores, se plantean como requisitos de un sistema de gestión en cuanto a la implementación, mantención y de mejora en las prácticas sostenibles de las operaciones turísticas bajo el ámbito de la bodega y en concordancia con la política de sostenibilidad definida por la organización.

- Las diferentes actividades referidas al turismo enológico han sido definidas tomando como criterio alcanzar casi en su totalidad las diversas experiencias turísticas que desarrollan las bodegas. Este alcance o ámbito de aplicación se detalla a continuación:

  - Restaurant y gastronomía ubicado en la bodega
  - Hospedaje ubicado en la bodega
  - Experiencias brindadas en el viñedo y en la bodega
  - Visita turística y degustación
  - Charlas
  - Degustación con acompañantes (queso, conserva, chocolate etc)
  - Descriptores aromáticos
  - Recorridos al viñedo
  - Poda - cosecha - calicata
  - Actividades artísticas, shows, espectáculos, etc.
  - Astroturismo

- Salas de Arte
- Vinculación con la sociedad en cuanto integración de la comunidad anfitriona con la bodega, a través de shows o eventos integrativos
- Safaris fotográficos

- La Guía establece un conjunto de indicadores generales **aplicables a la bodega turística** y no a cada una de las diversas experiencias turísticas, aunque no significa que no estarán relacionados a ellas. Es decir, los indicadores son aplicables a la evaluación de la gestión turística de la bodega y no específicamente a cada servicio o experiencia que se brindan. Asimismo, la bodega deberá definir claramente las diferentes actividades turísticas que ofrece.

- Esta guía, al igual que la Guía de Sostenibilidad Vitivinícola, considera para los casos de grupos o corporaciones internacionales, sólo la bodega turística y su ámbito de influencia al interior de la misma. No obstante, para la definición del alcance de la autoevaluación, se tendrá que considerar el tamaño de la misma a partir de la capacidad o flujo de turistas que recibe.

- También, tener presente que la responsabilidad social de las organizaciones y la sostenibilidad, en términos de impacto en las diferentes dimensiones, están en relación con su tamaño. Este supuesto se funda en que, probablemente, las organizaciones o bodegas de tamaño grande, dispongan de mayores capacidades, no solo en términos de recursos, sino también a nivel de estructura y profesionalización de sus procesos para el desarrollo de la sostenibilidad organizacional. Las bodegas de tamaño mediano o grandes se encuentran relativamente más avanzadas o desarrolladas con relación al negocio turístico, por el contrario, bodegas de menor tamaño es muy probable que atiendan un menor flujo de turistas y dispongan de una menor estructura o capacidad instalada. Ello fundamenta la insistencia de considerar esta guía como un complemento de la guía de sostenibilidad vitivinícola.

Instrucciones de uso

Aspectos generales

Esta Guía de Autoevaluación brindará a la bodega turística una orientación respecto al conjunto de prácticas turísticas consideradas sostenibles a través una serie de indicadores que permitirán evaluar su desempeño. En este sentido, la guía se estructura en función de capítulos. Con el mismo criterio de la Guía de Sostenibilidad Vitivinícola, cada capítulo se compone de una serie de indicadores o preguntas susceptibles de evaluar en una escala de niveles sucesivos en complejidad. Esta escala refleja tres posibles niveles de avance, evolución o progreso: básico, medio y alto. El nivel 2 supone un nivel o avance "medio" e implica haber cumplido con el nivel anterior más "básico" (nivel 1). De la misma manera, un nivel "alto" (nivel 3) implica haber cumplido con los niveles bajo y medio (niveles 1 y 2 respectivamente).

De acuerdo al flujo de turistas que atiende la bodega al año, se asigna una cantidad de indicadores a cumplir. Esto último, se corresponde con establecer un criterio de segmentación donde cada organización podrá autoevaluarse en función de una serie de indicadores que le apliquen.

Descripción breve de la organización

Es recomendable que la organización realice una descripción en función de los siguientes tópicos considerando para el caso de datos cuantitativos el último ejercicio económico.

Nombre o Razón Social
(indicar si pertenece a dueños o accionistas argentinos o internacionales)
Descripción de las actividades (negocios) que realiza en la cadena de valor vitivinícola:
Producción primaria (número de unidades -fincas o parcelas- y superficie total de viñedos)
Elaboración y/o fraccionamiento de vinos
- Elaboración anual (en litros)
- Fraccionamiento (tipo y número de envases por año)
- Comercialización (porcentajes en mercado interno y exportación indicando países de destino)

Tamaño de la organización
Según corresponda:
Superficie total destinada a la producción de uva en hectáreas.
Capacidad de elaboración industrial por año y capacidad instalada (volumen de vasijas)
Volumen total producido el último ejercicio (en litros, botellas, etc.)
Número total de trabajadores definidos de acuerdo con la Ley de Contrato de Trabajo 20.744 al cierre del último ejercicio (cuando sea posible).
Número total de trabajadores afectados exclusivamente a las diferentes unidades turísticas.
Número total de trabajadores contratados a través de empresas tercerizadas bajo régimen monotributista o autónomos, durante el último ejercicio (cuando sea posible). Número total de trabajadores contratados y afectados de manera exclusiva a las actividades turísticas.

La Unidad Turística
Descripción de las diferentes actividades o experiencias turísticas que brinda la bodega de acuerdo al listado detallada más arriba. En caso de desarrollar alguna actividad no detallada en este listado, describirla.

Para el caso de bodegas con instalaciones gastronómicas fijas como restaurantes ubicados en la misma bodega, describir o dimensionarla en función del número de platos.

Para el caso de instalaciones como hospedajes ubicados en la misma bodega, describir su capacidad y categoría.

Gobernanza de la organización
Requisito obligatorio sólo para organizaciones medianas y grandes. Las micro y pequeñas bodegas que dispongan de una proyección estratégica pueden indicar los puntos siguientes.

Planificación Estratégica
Misión
Visión
Objetivos estratégicos de sostenibilidad para los próximos 3 a 5 años
Objetivos estratégicos de sostenibilidad turística (si existen)

Estructura organizacional
Presidente/representante del máximo órgano de gobierno.
Composición del máximo órgano de gobierno, por género.
Estructura gerencial
Estructura gerencial y operativa vinculada a la unidad turística

Reportes económico-financieros vinculados a la sostenibilidad
Descripción de inversiones socialmente responsables o inversiones sociales privadas generales como también aquellas vinculadas a la actividad turística. Detalle de otras inversiones realizadas vinculadas a la mejora de la sostenibilidad. Presupuesto de gastos e inversiones en sostenibilidad para el ejercicio actual y si existiese, vinculados a la sostenibilidad turística.

Segmentación de la actividad turística

Como se ha comentado, la presente guía es un complemento de la Guía de Sostenibilidad Vitivinícola, con lo cual, el criterio de segmentación considerado y sus respectivos niveles se basan exclusivamente en el nivel de actividad turística medido por la cantidad de turistas que recibe y atiende la bodega al año.

1. Ingresar a la Tabla 1: ubicar el segmento que corresponde en función del número de turistas o visitantes que recibe la misma anualmente.

2. Ingresar a la Tabla 2: los indicadores marcados con una X son los que aplican a cada nivel de segmentación.

3. Ubicar cada Indicador según corresponda: cada uno de los indicadores (a la izquierda en la fila) está identificado con un número y un nombre, ubicar los que corresponden en el punto de la Guía titulado TEMAS E INDICADORES (a continuación).

4. Consignar el Nivel Correspondiente: cada indicador plantea los requisitos a cumplir para mostrar el nivel en que está la actividad: 1, 2 o 3. Marcar el nivel que corresponde (sólo uno). Si la organización no cumple con ninguno de los tres niveles, no marcar ninguno.

5. Conocer el Nivel de Sostenibilidad: al final de la Guía se encuentran las instrucciones para sumar el puntaje obtenido y ubicar y conocer el nivel de sostenibilidad logrado por la bodega.

Temas e indicadores

Capítulo 1:

Contexto de la organización: públicos de interés o partes interesadas relevantes a las actividades enoturísticas

En la Guía de Sostenibilidad Vitivinícola se aborda en su Capítulo 3 la identificación de las diferentes partes interesadas o públicos de interés de la organización. Al igual que en cualquier versión de una norma o estándar desarrollada por la Organizacional Internacional para la Estandarización (ISO), contempla un capítulo específico relacionado al **contexto de la organización.**

En este sentido, la sostenibilidad de una organización se logra partiendo de su capacidad para satisfacer las necesidades y expectativas no solo de sus clientes, es decir, los visitantes o turistas para el caso de esta guía, sino también de todo el ecosistema de partes interesadas o públicos de interés que afectan la actividad turística, con una mirada de largo plazo y de un modo equilibrado. Por lo que, una organización debe ser comprendida como un sistema abierto en continua interacción con su ambiente o contexto externo y en un equilibrio estable y/o inestable que evoluciona con su funcionamiento interno.

El entorno o contexto actual se caracteriza por cambios continuos, acelerados e inciertos que impactan en toda organización, independientemente de su tipo, tamaño, productos o servicios que brinda. En consecuencia, como estrategia de sostenibilidad turística, la organización debe planificar a largo plazo, analizar el entorno y las tendencias, identificar las partes interesadas pertinentes, la actividad vitivinícola de un modo amplio, y puntualmente la actividad turística comprender las tendencias y evolución de las necesidades de sus partes interesadas, informar e involucrarlas respecto de sus actividades, identificar y evaluar riesgos potenciales y sus estrategias de abordaje, etc.

Las **partes interesadas** son personas, grupos de personas u organizaciones que aportan valor, o bien que tienen determinado interés por las diversas actividades que la organización realiza dado sus diferentes impactos en ellas (16). Las necesidades y expectativas de las partes interesadas son cambiantes y evolucionan en el tiempo, pudiendo estar a favor o en contra del accionar de la organización.

La bodega turística debe comprender que el turismo vitivinícola está en íntima relación con el contexto externo de la región dónde se desempeña y que la impactan de manera directa en su funcionamiento interno y en el logro de propósitos de sostenibilidad, por ello, debe analizar las problemáticas, oportunidades y desafíos que presenta su contexto con relación a turismo.

(16) De acuerdo a la Norma ISO 26000:2010 las partes interesadas son definidos como individuos, grupos de individuos u organizaciones que tiene interés en cualquier decisión o actividad de la organización. Al tratar el proceso de identificación y gestión con éstas, lo define como la "actividad llevada a cabo para crear oportunidades de diálogo entre una organización y una o más de sus partes interesadas, con el objetivo de proporcionar una base fundamentada para las decisiones de la organización". Por su parte, la ISO 9001:2015 introduce el término de partes interesadas pertinentes, como aquellas que generan riesgos significativos para la sostenibilidad de la organización si sus necesidades y expectativas no se cumplen. En este sentido, será la organización la que definirá qué acciones y resultados son necesarios para reducir dichos riesgos.

CUADRO N° 1: Ejemplo de partes interesadas y sus posibles necesidades y expectativas

PARTE INTERESADA	NECESIDADES Y EXPECTATIVAS
Visitantes o turistas	Atención adecuada, instalaciones adecuadas, seguridad en las instalaciones.
Público interno afectado a la actividad turística	Capacitación, contratación laboral en función de la legislación, estabilidad laboral, retribución adecuada en función del rol, responsabilidades y de acuerdo al crecimiento de la actividad.
Proveedores turísticos	Pagos en tiempo, capacitación.
Comunidad	Trabajo conjunto, beneficios mutuos, trasparencia, involucramiento de la comunidad respecto del turismo.
Ambiente	Menor impacto negativo posible en las actividades turísticas.

INDICADOR 1.1 TENDENCIAS DEL TURISMO VITIVINÍCOLA

LA ORGANIZACIÓN

Nivel 1: Se informa sobre las tendencias y evolución del turismo en general y del turismo vitivinícola tanto a nivel nacional como internacional.

Nivel 2: Tiene documentado o registrado las tendencias en términos legales, tecnológicos, de competitividad, de mercado, relacionadas al turismo en general como al turismo vitivinícola.

Nivel 3: Tiene establecido un plan de acción estratégica y con asignación de recursos para desarrollar su actividad o unidad turística en función de las tendencias analizadas.

Metas ODS:

12.6 Alentar a las empresas, en especial las grandes empresas y las empresas transnacionales, a que adopten prácticas sostenibles e incorporen información sobre la sostenibilidad en su ciclo de presentación de informes.

12.b Elaborar y aplicar instrumentos para vigilar los efectos en el desarrollo sostenible, a fin de lograr un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales.

INDICADOR 1.2 TENDENCIAS DEL TURISMO SOSTENIBLE

LA ORGANIZACIÓN

Nivel 1: Se informa sobre las tendencias y necesidades de los visitantes con relación al turismo sostenible o específicamente al enoturismo sostenible.

Nivel 2: Tiene registrado o documentado las necesidades y expectativas de los visitantes que disfrutan de las actividades turísticas con relación al turismo sostenible y utiliza tales datos para desarrollar sus prácticas, planes o estrategias de sostenibilidad turística.

Nivel 3: Tiene establecido un plan de acción estratégica alineado específicamente a las tendencias en sostenibilidad turística o enoturística.

Metas ODS:

12.6; 12.b (citadas previamente).

INDICADOR 1.3 NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LAS PARTES INTERESADAS

LA ORGANIZACIÓN

Nivel 1: Tiene identificado las **partes interesadas relevantes** de su actividad turística sostenible.

Nivel 2: Mantiene vínculos con estas partes interesadas relevantes y ha determinado sus necesidades y expectativas, tanto implícitas como explícitas, declaradas u obligatorias respecto a la sostenibilidad.

Nivel 3: Tiene priorizado y planificado acciones concretas para atender las necesidades y expectativas de sus partes interesadas relevantes a la actividad turística sostenible.

Metas ODS:

12.b (citada previamente).

16.7 Garantizar la adopción en todos los niveles de decisiones inclusivas, participativas y representativas que respondan a las necesidades

17.17 Fomentar y promover la constitución de alianzas eficaces en las esferas pública, público-privada y de la sociedad civil, aprovechando la experiencia y las estrategias de obtención de recursos de las alianzas

Capítulo 2:

Gobernanza de los principios de la sostenibilidad enoturística

Dada la necesidad de formalización de planes de gestión de la sostenibilidad vitivinícola y en particular aplicada a la gestión de las buenas prácticas turísticas que acciona la bodega, puede encontrar mayor sintonía con las organizaciones de tamaño mediano a grande donde sus sistemas de gestión y operaciones han logrado un mayor nivel de formalización. Esto último pueden ser menos relevante en micro y pequeñas organizaciones.

La organización debe considerar la necesidad de desarrollar una política y un plan de acción de manera participativa con sus partes interesadas relevantes a la sostenibilidad turística. Debería establecer en conjunto con su público interno, el rumbo o la visión que la organización asumirá en el futuro, o con organismos públicos para desarrollar políticas turísticas de alcance local.

En este punto es imprescindible partir de una base de ética o integridad que se desarrolla en el capítulo 3.

Además, se debería realizar un seguimiento continuo del entorno o contexto de la sostenibilidad turística para anticiparse a nuevas necesidades que demanden revisar estrategias, políticas, capacidad de los procesos organizacionales relacionados al turismo, tecnologías, oportunidades de mercado, relevamiento de nuevas expectativas de los turistas con relación a la sostenibilidad y al desarrollo sostenible, etc.

INDICADOR 2.1 — POLÍTICA, ESTRATEGIA Y COMUNICACIÓN DE SOSTENIBILIDAD ENOTURÍSTICA (17)

LA ORGANIZACIÓN

Nivel 1: Tiene una política de sostenibilidad turística, que incluye objetivos medibles y considera aspectos de viabilidad económica, beneficios para la comunidad local, calidad en el empleo del personal turístico, equidad social en la distribución de los beneficios captados por el turismo, formas de satisfacción y protección de los turistas, relaciones e involucramiento con la comunidad, protección del patrimonio local, aspectos ambientales, calidad turística, etc.

Nivel 2: La política de sostenibilidad turística es comunicada internamente (al público interno de la organización) y está disponible para todas las partes interesadas (turistas, proveedores, etc.).

Nivel 3: La organización tiene un plan de comunicación y revisión periódica de la política de sostenibilidad.

Metas ODS:

12.b (citada previamente).

INDICADOR 2.2 — SISTEMA DE GESTIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD ENOTURÍSTICA (18)

LA ORGANIZACIÓN

Nivel 1: Tiene identificado los principios fundamentales o aspectos a considerar que hacen al turismo vitivinícola sostenible.

Nivel 2: Tiene establecido algún procedimiento que contribuya a la gestión sostenible, teniendo en cuenta la retroalimentación que obtiene de la comunicación y las demandas del contexto.

Nivel 3: Tiene formalizado o documentado con claridad un sistema de gestión de la sostenibilidad con alcance a las actividades turísticas identificando objetivos, procesos, roles, responsabilidades y recursos necesarios para desarrollar un turismo sostenible y abordar las necesidades y expectativas de las partes interesadas relevantes a ellas.

Metas ODS:

12.b (citada previamente).

(17) En términos organizacionales, las políticas son enunciados generales que orientan la acción administrativa de los directores de la misma, fundamentalmente para guiar con cierta sensatez la toma de decisiones. Por su parte, la ISO 9000 define a la política como las intenciones y dirección de una organización, en función de cómo las expresa formalmente su alta dirección. Por su parte, la ISO define la "política de calidad" o bien, en este caso la "política de sostenibilidad", como aquella relativa la calidad o a la sostenibilidad de la organización respectivamente, siendo generalmente coherente con la política global de la organización, pudiendo alinearse con su misión y visión y proporcionando un marco de referencia para el establecimiento de los objetivos de calidad o de sostenibilidad.

(18) Un sistema de gestión comprende un conjunto de actividades relacionadas, interdependiente y de complejidad variable, que le permiten a la organización identificar sus objetivos (estratégicos, tácticos y operativos), determinar o diseñar procesos y ejecutar recursos necesarios para lograr resultados. El SG gestiona los procesos que interactúan y los recursos que se requieren para proporcionar valor y lograr los resultados para las partes interesadas.

INDICADOR 2.3 ESTRUCTURA A CARGO DE LA SOSTENIBILIDAD ENOTURÍSTICA

LA ORGANIZACIÓN

Nivel 1: Tiene una persona responsable de gestionar a nivel organizacional los temas generales de la sostenibilidad ambiental y social que incluya aspectos relacionados al turismo sostenible.

Nivel 2: Tiene un equipo (departamento o área) responsable de gestionar todos los temas de sostenibilidad de la organización con alcance a los aspectos relacionados al turismo sostenible

Nivel 3: Tiene un equipo formado y capacitado que pertenezca al área de turismo y con roles y responsabilidad claras en cuanto a la planificación, evaluación de riesgos y oportunidades, seguimiento de acciones de la sostenibilidad turística, diálogo con las partes interesadas relevantes, mejora continua de los servicios turísticos, aseguramiento de la política de sostenibilidad turística, etc.

Metas ODS:

4.4 De aquí a 2030, aumentar considerablemente el número de jóvenes y adultos que tienen las competencias necesarias, en particular técnicas y profesionales, para acceder al empleo, el trabajo decente y el emprendimiento.

4.7 De aquí a 2030, asegurar que todos los alumnos adquieran los conocimientos teóricos y prácticos necesarios para promover el desarrollo sostenible, entre otras cosas mediante la educación para el desarrollo sostenible y los estilos de vida sostenibles, los derechos humanos, la igualdad de género, la promoción de una cultura de paz y no violencia, la ciudadanía mundial y la valoración de la diversidad cultural y la contribución de la cultura al desarrollo sostenible.

12.8 De aquí a 2030, asegurar que las personas de todo el mundo tengan la información y los conocimientos pertinentes para el desarrollo sostenible y los estilos de vida en armonía con la naturaleza.

INDICADOR 2.4 REPORTES DE SOSTENIBILIDAD ENOTURÍSTICA

LA ORGANIZACIÓN

Nivel 1: Comunica a aquellas partes interesadas pertinentes a la actividad turística (internas y externas) y de diversas formas sus políticas, prácticas o acciones de sostenibilidad.

Nivel 2: Ha desarrollado y comunicado al menos una vez un Reporte de Sostenibilidad Enoturística.

Nivel 3: Desarrolla Reportes de Sostenibilidad con alguna metodología conocida (por ejemplo, siguiendo los estándares de GRI) y con una frecuencia establecida que incluyan información detallada de sostenibilidad económica, social y ambiental de la actividad turística.

Metas ODS:

12.6 (citada previamente).

Capítulo 3:

Ética, valores e integridad

El *Código Ético Mundial* pretende promover un paradigma superador que es reflejo de las actuales necesidades de la sociedad. Este marco de referencia para el turismo hace un llamado mundial a través de sus principios para atender los impactos negativos del turismo en el ambiente, en las comunidades y en el patrimonio cultural. A la vez deben maximizarse los beneficios que derivan del turismo de una manera justa y equitativa, tanto para las comunidades residentes de los destinos, como para las empresas.

Los principios se incluyen en esta guía como forma de alinear la política de sostenibilidad de la organización con los principios y estándares mundiales del turismo. Considerando que el flujo de turistas y visitantes cada vez más informados y preocupados por las dimensiones sociales, ambientales, éticas y culturales de los destinos

El logro de la transparencia y la integridad de la organización no debería escapar a ninguna organización independientemente de su tamaño y actividad, no obstante, son las organizaciones de mayor tamaño y con ello de mayor poder de influencia en la sociedad en general, las que deben comprometerse a mejorar la visibilización de sus impactos en los temas éticos y de transparencia.

INDICADOR 3.1 — REQUISITOS LEGALES

LA ORGANIZACIÓN

Nivel 1: Tiene conocimiento o una lista de todos los requisitos de tipo legales aplicables a la actividad turística en general y enoturística en particular.

Nivel 2: Dispone de todas las licencias, permisos o requisitos de tipo legales aplicables a la actividad enoturística actualizados.

Nivel 3: Promociona el cumplimiento de la legislación vigente o la creación de nuevas normativas para regular las actividades enoturísticas y del turismo en general para el destino.

Metas ODS:

16.5 Reducir considerablemente la corrupción y el soborno en todas sus formas.

16.b Promover y aplicar leyes y políticas no discriminatorias en favor del desarrollo sostenible

INDICADOR 3.2 — POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS DE ÉTICA E INTEGRIDAD

LA ORGANIZACIÓN

Nivel 1: Tiene una política general explícita sobre valores, ética e integridad con alcance específicamente a las actividades de turismo.

Nivel 2: Tiene una descripción detallada de los valores, principios éticos y/o estándares de integridad sobre la base de los códigos y estándares promovidos internacionalmente y disponible para las partes interesadas relevantes a la actividad turística sostenible.

Nivel 3: Además tiene un Código de Conducta específico para el área de turismo y sus prácticas y operaciones de gestión relacionadas que abarque los principios de sostenibilidad que la organización promueve hacia su interior como también con sus partes interesadas relevantes al turismo sostenible.

Metas ODS:

16.6 Crear a todos los niveles instituciones eficaces y transparentes que rindan cuentas.

16.7 (citada previamente).

Capítulo 4:

Receptividad de la comunidad con el turismo

Cualquier actividad turística involucra o está inserta en comunidades receptoras, ya sea para apreciar la cultura del lugar, sus costumbres, su gastronomía, para visitar sitios históricos o simplemente para apreciar el paisaje del lugar. Sin duda que el turismo vitivinícola se desarrolla en íntima relación con un contexto comunitario asociado a la bodega turística. Así, los impactos del turismo pueden ser traducidos en beneficios para la misma comunidad como la creación de empleo o el desarrollo económico de la misma, o bien negativos por la presión que se ejerce sobre el paisaje, el daño a los recursos ambientales, la generación de residuos o el deterioro a los valores culturales locales. En casos extremos, la comunidad puede generar situaciones hostiles extremas que atentan contra el turismo. Por ello, la bodega turística debe conocer la percepción de la comunidad el mismo. Para una comunidad aborígen, puede haber conflictos cuando la actividad turística no respeta sus valores culturales, mientras que en comunidades rurales o agrícolas es posible que el interés de los visitantes por conocer sus costumbres cree oportunidades económicas.

A nivel mundial son cada vez más comunes las situaciones donde la presión del turismo hace desplazar a los residentes de los lugares por la dificultad de acceso a los recursos locales de disfrute público, como la privatización o restricción de lugares con potencialidad turística, subidas de tarifas, etc. Esto hace imprescindible la necesidad de compartir objetivos y política comunes entre las bodegas turísticas y las comunidades con las que se relacionan.

INDICADOR 4.1 SATISFACCIÓN DE LA COMUNIDAD CON EL ENOTURISMO

LA ORGANIZACIÓN

Nivel 1: Tiene conocimientos sobre reclamos, quejas, percepciones, inquietudes y/o propuestas por parte de la comunidad o de otras partes interesadas, sobre cuestiones referidas al enoturismo.

Nivel 2: Tiene registros sobre reclamos, quejas, percepciones, inquietudes y/o propuestas por parte de la comunidad o de otras partes interesadas sobre cuestiones referidas al turismo.

Nivel 3: Tiene un plan formal para gestionar los aspectos que la comunidad considera positivos y negativos, respecto de la actividad enoturística.

Metas ODS:

11.3 De aquí a 2030, aumentar la urbanización inclusiva y sostenible y la capacidad para la planificación y la gestión participativas, integradas y sostenibles de los asentamientos humanos en todos los países.

INDICADOR 4.2 BENEFICIOS PARA LA COMUNIDAD

LA ORGANIZACIÓN

Nivel 1: Tiene identificadas las mejoras que han beneficiado directa o indirectamente a la comunidad producto del desarrollo turístico.

Nivel 2: Tiene registros de las mejoras necesarias de realizar en espacios comunitarios al mismo tiempo que brinden mejores servicios a los turistas.

Nivel 3: Tiene un plan de desarrollo turístico comunitario articulado con organizaciones públicas para encontrar puntos de mutuo beneficio entre el turismo y la comunidad.

Metas ODS:

11.7 De aquí a 2030, proporcionar acceso universal a zonas verdes y espacios públicos seguros, inclusivos y accesibles, en particular para las mujeres y los niños, las personas de edad y las personas con discapacidad.

INDICADOR 4.3	ACCESO DE LA COMUNIDAD A LOS RECURSOS ENOTURÍSTICOS

LA ORGANIZACIÓN

Nivel 1: Tiene establecido tarifas diferenciadas de las actividades turísticas que se brindan para residentes locales.

Nivel 2: Promueve en la comunidad local el acceso a los servicios turísticos que se brindan estableciendo promociones diferenciales y segmentadas hacia diferentes públicos.

Nivel 3: Tiene establecido en su política de sostenibilidad turística la promoción en la comunidad local sobre el acceso a las actividades turísticas.

Metas ODS:

11.4 Redoblar los esfuerzos para proteger y salvaguardar el patrimonio cultural y natural del mundo.

11.a Apoyar los vínculos económicos, sociales y ambientales positivos entre las zonas urbanas, periurbanas y rurales fortaleciendo la planificación del desarrollo nacional y regional.

Capítulo 5:

Participación y desarrollo de la comunidad con relación al turismo sostenible

La actividad turística puede contribuir al desarrollo de las comunidades, a partir de inversiones y oportunidades locales, como los empleos directos e indirectos que crea, la renta percibida por el turismo, los impuestos generados, etc. Como también en la promoción de mejoras en infraestructura por parte del sector público.

Este conjunto de aspectos puede ser evaluados para conocer si realmente la comunidad obtiene beneficios directos o indirectos por el turismo, y si tales beneficios son equitativos entre los diferentes actores.

La participación de la organización en la comunidad, como parte de sus prácticas de sostenibilidad se hace imprescindible (19).

Esto constituye un camino de mediano a largo plazo para lograr concientizar, formar y capacitar a la comunidad en pos de potenciar sus capacidades de actuación y desarrollar en ella su responsabilidad con respecto a un turismo sostenible, para captar las ventajas directas e indirectas del mismo. De este modo una toma de conciencia y responsabilidad pueden ser un posible resultado de este accionar planificado.

Sin duda que las problemáticas que involucran a comunidades rurales asociadas a la vitivinicultura son complejas y multidimensionales. El acceso al trabajo, la alfabetización, la pobreza, la delincuencia, la falta de conectividad, la falta de oportunidades, son todos aspectos de gran complejidad en su tratamiento que la bodega turística no puede atender por sí sola cada vez que desee involucrarse con la comunidad y que indefectiblemente surgirán en cualquier debate.

La clave en todo proceso de desarrollo e involucramiento comunitario basa su accionar en un enfoque participativo y basado en datos e información que sirvan para planificar estratégicamente un turismo sostenible vinculado específicamente a las oportunidades, fortalezas, debilidades y amenazas de cada lugar o destino. En este accionar de tipo participativo sin duda que debe realizarse con otros actores vinculados al sector público, instituciones educativas, operadores turísticos, negocios relacionados al turismo, entre otros.

Un cambio de conciencia con implicancias a largo plazo, deben lograrse desde enfoques estratégicos, donde la información y la divulgación resultan importantes.

(19) Incluso también abordadas en la misma Guía de Sostenibilidad Vitivinícola.

INDICADOR 5.1 — INVERSIÓN EN LA COMUNIDAD CON RELACIÓN AL ENOTURISMO SOSTENIBLE

LA ORGANIZACIÓN

Nivel 1: Realiza mejoras eventuales en infraestructura y/o servicios públicos en la comunidad relacionados específicamente a mejorar las prestaciones a los turistas.

Nivel 2: Tiene definido un presupuesto anual en función de los ingresos que genera el turismo para destinarlo a la mejora de la infraestructura y/o servicios públicos de la comunidad y con ello asumir el compromiso con el turismo sostenible.

Nivel 3: Realiza alianzas con el sector público y otras organizaciones para apoyar iniciativas de mejora de la infraestructura y/o servicios públicos de la comunidad relacionados al turismo sostenible.

Metas ODS:

9.1 Desarrollar infraestructuras fiables, sostenibles, resilientes y de calidad, incluidas infraestructuras regionales y transfronterizas, para apoyar el desarrollo económico y el bienestar humano, haciendo especial hincapié en el acceso asequible y equitativo para todos.

INDICADOR 5.2 — FORTALECIMIENTO DE ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS DE LA COMUNIDAD

LA ORGANIZACIÓN

Nivel 1: Apoya (destinando recursos) a los actores comunitarios o emprendedores locales en la prestación de servicios, suministros de insumos, actividades complementarias o negocios locales que puedan brindarse a los turistas.

Nivel 2: Promueve entre sus turistas el acceso a los servicios que brinda la comunidad.

Nivel 3: Tiene planes de capacitación y formación profesional para los actores de la comunidad en alianzas con otras instituciones en cuanto a la prestación de servicios turísticos o de abastecimiento complementarios a la bodega.

Metas ODS:

4.4 (citada previamente)

11.a Apoyar los vínculos económicos, sociales y ambientales positivos entre las zonas urbanas, periurbanas y rurales fortaleciendo la planificación del desarrollo nacional y regional.

12.b Elaborar y aplicar instrumentos para vigilar los efectos en el desarrollo sostenible, a fin de lograr un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales.

INDICADOR 5.3 VOLUNTARIADO COMUNITARIO

LA ORGANIZACIÓN

Nivel 1: Tiene un sistema de incentivos con relación al voluntariado comunitario (por ejemplo, hacerlo en horarios de trabajo, premios a proyectos y/o acciones del voluntariado, etc.).

Nivel 2: Promueve en sus empleados el voluntariado comunitario orientado al desarrollo de las competencias de la comunidad respecto al turismo sostenible y/o para contribuir en la mejora de espacios o infraestructura pública.

Nivel 3: Además, utiliza las propuestas o sugerencias de sus empleados y los incorpora en sus sistemas de gestión de la sostenibilidad turística.

Metas ODS:

4.4 (citada previamente).

Capítulo 6:

Gestión de la satisfacción del turista

La satisfacción del turista resulta crucial para la sostenibilidad a largo plazo. Con el advenimiento de la tecnología y de las redes sociales, las opiniones efectuadas respecto a los sitios que visita y las experiencias comentadas tienen un gran valor para otros usuarios. Con lo cual, los indicadores propuestos en este capítulo constituyen una dimensión esencial para la sostenibilidad de un destino o de la bodega enoturística en este caso.

Es amplio el conjunto de variables que contribuyen a la satisfacción de los turistas, a lo que se suma otro conjunto de indicadores o aspectos relacionados a la sostenibilidad que se evaluarán en capítulos posteriores. En este apartado se proponen indicadores relacionados a la gestión de las expectativas de los turistas desde la calidad en el servicio, la atención, la limpieza del lugar, hospitalidad, la relación precio calidad, los eventos, la gama de experiencias que la bodega ofrece, el nivel de satisfacción general, etc.

La implementación de un sistema de calidad turística puede permitir a la bodega detectar una serie de patrones orientados a la satisfacción de las expectativas de los turistas, y a la detección de problemas y causas repetitivas, como también ciertas tendencias de consumo que la bodega no está percibiendo.

INDICADOR 6.1 INFORMACIÓN BRINDADA AL TURISTA

LA ORGANIZACIÓN

Nivel 1: Tiene un sistema de comunicación e información accesible para los turistas sobre las actividades, experiencias y servicios enoturísticos que se brindan.

Nivel 2: Tiene un mecanismo para atender aquellos aspectos de insatisfacción que ocurren por problemas de una comunicación errónea o no intencional.

Nivel 3: Tiene un procedimiento de revisión y actualización constante sobre los medios de comunicación e información que brinda al turista, evitando contenidos erróneos o engañosos.

Metas ODS:

12.8 (citada previamente).

INDICADOR 6.2 GESTIÓN DE LA CALIDAD ENOTURÍSTICA

LA ORGANIZACIÓN

Nivel 1: Tiene formalizado un cuestionario que mida la satisfacción de los visitantes con relación al conjunto de prestaciones turísticas enoturísticas que se contrataron.

Nivel 2: Tiene un procedimiento de análisis de las datos e información recibida para brindar respuestas y/o retribución a los turistas.

Nivel 3: Tiene establecido y documentado un sistema de gestión de la calidad turística que incluya la descripción de los servicios que presta, requisitos e indicadores de valoración de la calidad asociados, perfiles de clientes, mecanismos de monitoreo de estos requisitos, mejora continua, atención y respuesta al cliente, número de clientes que vuelven a la bodega, capacitación del personal, etc.

Metas ODS:

12.6; 12.b (citadas previamente).

INDICADOR 6.3 GESTIÓN DE LA CALIDAD ENOTURÍSTICA EN ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS (20)

LA ORGANIZACIÓN

Nivel 1: Tiene un registro de las actividades complementarias a las que puede acceder el turista antes o después de visitar la bodega.

Nivel 2: Tiene un procedimiento para el análisis de los datos e información de las actividades y acciones de trabajo en conjunto del resto de la cadena de valor del turismo vitivinícola e incluso con la comunidad.

Nivel 3: Tiene establecido alianzas de cooperación con aquellas partes interesadas al turismo vitivinícola que permita discutir las mejoras en la prestación de los servicios complementarios a los que accede el turista en su recorrida por bodegas, lugares, destinos, etc.

Metas ODS:

11.a (citadas previamente).

Capítulo 7:

Servicios para personas con necesidades especiales

En este capítulo se abordan aquellos aspectos referidos a las posibilidades de acceso de personas con ciertas dificultades de movilidad a las instalaciones de la bodega turística y a las experiencias que se ofrecen. Estos aspectos constituyen un creciente interés dado el gran número de personas que acceden al turismo, pero con ciertas dificultades para desplazarse u otras (ceguera, hipoacusia, etc.) sean relacionado a la edad o no, a movilidad en silla de ruedas, etc. Las estadísticas indican que una gran parte del turismo mundial está representado en personas mayores de 60 años, dadas las mayores posibilidades en cuanto al tiempo disponible y los recursos necesarios para acceder al goce y al disfrute que brinda el turismo. Por lo cual, es necesario prestar la atención necesaria para que este perfil etario de turistas pueda desplazarse sin mayores inconvenientes.

En los países más avanzados estos aspectos son trabajados a nivel de políticas de estado para que un destino sea elegido por la facilidad de acceso a los diferentes espacios o sitios, no sólo privados, sino también públicos. Por otro lado, es creciente la demanda de prestación de servicio de apoyo a estos visitantes, como el traslado en vehículos preparados, acompañantes capacitados, servicios puerta a puerta, etc. La bodega turística, a partir de su sistema de gestión de la calidad y sostenibilidad turística, puede brindar la información necesaria a los visitantes de una manera pro activa, es decir, sin necesidad de consultas específicas sobre las diferentes posibilidades que se

(20) El turismo, en este caso el turismo vitivinícola, debe comprenderse como un sistema complejo que abarca un conjunto de actividades y una amplia cadena de valor puertas afuera de la bodega y que contribuyen a la sostenibilidad de todo un territorio en su conjunto. Si bien la guía aborda las actividades turísticas al interior de la bodega, también es válido promover, cuando corresponda, aspectos como la formación profesional de la población local para prestar servicios, el suministro insumos, el apoyo a emprendedores locales u otras actividades que son complementarias al turismo enológico. Es posible estimular y promover entre los visitantes o turistas el uso de estos servicios fomentando el desarrollo de nuevos negocios locales. Entre estas otras actividades que la organización puede fomentar, se encuentran las artesanías, la industria cultural en general, los productos típicos de una comunidad local, los medios de transporte.

ofrecen en cuanto a la movilidad tanto dentro como fuera de la bodega. Si bien, se ha insistido que la presente guía aborda los servicios turísticos a su interior, no es recomendable omitir por completo aspectos que influyen indirectamente a su sostenibilidad.

Está surgiendo un tipo de proveedores turísticos que abastecen directamente a quienes necesitan servicios adicionales (algunos personalizados), como los de recogida puerta a puerta, vehículos especiales y ayudantes formados, o excursiones diseñadas que excluyen sitios o alojamientos inapropiados para las personas con dificultades de movimiento (por ejemplo, paradas en el punto donde el paisaje es visible desde el vehículo y no en un lugar que requiere caminar cuesta arriba), etc.

INDICADOR 7.1 PROGRAMAS DE ACCESO A PERSONAS CON DISCAPACIDAD

LA ORGANIZACIÓN

Nivel 1: Tiene un sistema de infraestructura que facilite el desplazamiento de personas con movilidad reducida (por ejemplo: ascensores, rampas o entradas a las instalaciones sin desniveles, barras de seguridad, baños equipados para estas necesidades, etc.).

Nivel 2: Tiene una política turística que incluya las necesidades específicas de este público y programas turísticos planificados específicamente para personas con capacidades especiales.

Nivel 3: Tiene un plan de desarrollo turístico para personas con capacidades especiales o movilidad reducida diseñados en conjunto y en alianzas con gobiernos locales e instituciones relacionadas, proveedores turísticos y de transporte, instituciones de salud y emergencias, que aborden las múltiples necesidades de este público.

Metas ODS:

10.2 De aquí a 2030, potenciar y promover la inclusión social, económica y política de todas las personas, independientemente de su edad, sexo, discapacidad, raza, etnia, origen, religión o situación económica u otra condición.

Capítulo 8:

Salud y seguridad de los visitantes e higiene de las instalaciones

El desarrollo de la sostenibilidad turística debe ser gradual y sistemático y puede derivar en un sistema de gestión. Un sistema de gestión de la sostenibilidad puede considerar los aspectos ya analizados y varios más, por ejemplo, los riesgos que pueden comprometer la salud y seguridad de los visitantes. A partir de este enfoque basado en riesgos, esta dimensión de la sostenibilidad debe contemplar varios aspectos para prevenir y/o tratar enfermedades, accidentes o incidentes que puedan ocurrir tanto en la bodega como fuera de ella. Por más que tratemos con viajes de placer y goce propios de la actividad turística, el cuerpo está sometido a una serie de tensiones provocadas por cambios en el clima (humedad, altitud, temperatura), etc. que contribuyen a desencadenar una serie de enfermedades. Más aún en personas con riesgos crónicos o en personas adultas mayores. Entre los riesgos más frecuentes aparece la seguridad que ofrece la propia bodega en recorridas por las instalaciones industriales, la intoxicación alimentaria, los contagios por gripes en un escenario de pos COVID que han puesto en alerta a las autoridades sanitarias mundiales, los problemas cardíacos como también los comportamientos propios de los turistas en cuanto al consumo de alcohol, drogas, accidentes de tránsito, etc.

En otro orden de aspectos, aparecen los riesgos ambientales En determinadas zonas se hace cada vez más evidente la ocurrencia de fenómenos climáticos extremos que afectan a turistas, lugares y destinos (como el viento zonda, las tormentas intensas de verano, nevadas, etc.). Estos fenómenos pueden afectar reservas, solicitar cancelaciones, desvíos a otros destinos, bloqueo de rutas, etc. La percepción que el turista posea sobre el riesgo, el peligro o la falta de seguridad asociado a estos fenómenos u otros, sin duda afectará la sostenibilidad de esos destinos al influir sobre el deseo de desplazarse a tales sitios.

Con relación al desarrollo de epidemias mundiales, como la reciente pandemia COVID producto de enfermedades infecciosas altamente trasmisibles y que trajo fuertes impactos para la propia actividad, el turismo tiene un papel relevante en la propagación de las mismas, dado el movimiento de personas de un sitio a otro. Con lo cual resulta importante que las bodegas deban asumir ciertas responsabilidades y cooperar dinámicamente con los actores públicos en el establecimiento de políticas de salud.

Por último, y no menos importante, se hace necesario destacar la seguridad pública, donde la inseguridad afecta incluso a los turistas, repercutiendo también en la sostenibilidad económica de la actividad.

La bodega turística por sí sola no puede abordar estos aspectos de gran complejidad, pero si puede trabajar, en cooperación y alianzas, para mantener la confianza y la buena imagen de los territorios. Para ello, trabajar de una forma preventiva, advertir e informar a los turistas sobre riesgos asociados a determinados lugares constituye un aspecto de la promoción de la sostenibilidad.

INDICADOR 8.1 PROTECCIÓN DE TURISTAS ANTE RIESGOS AMBIENTALES

LA ORGANIZACIÓN

Nivel 1: Informa a sus visitantes sobre la probabilidad de ocurrencia de eventos climáticos extremos en áreas rurales cercanos a la bodega y la necesidad de estar prevenidos y atentos a las alertas meteorológicas.

Nivel 2: Tiene un plan de contingencias sobre riesgos ambientales para prevenir y atender accidentes o emergencias que ocurran en la bodega y/o los alrededores que visitan los turistas.

Nivel 3: Tiene un procedimiento donde ha identificado riesgos ambientales frecuentes y potenciales que puedan afectar las áreas de la bodega y sus cercanías y un sistema de alerta y comunicación.

Metas ODS:

3.d Reforzar la capacidad de todos los países, en particular los países en desarrollo, en materia de alerta temprana, reducción de riesgos y gestión de los riesgos para la salud nacional y mundial.

13.3 Mejorar la educación, la sensibilización y la capacidad humana e institucional respecto de la mitigación del cambio climático, la adaptación a él, la reducción de sus efectos y la alerta temprana.

INDICADOR 8.2 PREVENCIÓN DE INTOXICACIONES MENORES (21)

LA ORGANIZACIÓN

Nivel 1: Tiene establecido pautas mínimas de manipulación, preparación y conservación de los alimentos que brinda a los turistas.

Nivel 2: Tiene asesoramiento de un profesional competente, por ejemplo, un bromatólogo, en cuanto a los requisitos mínimos de cumplimiento para la manipulación, preparación y conservación de los alimentos preparados en la bodega.

Nivel 3: Tiene un sistema implementado y/o de calidad e inocuidad de los alimentos preparados en la bodega con alcance a las actividades enoturísticas.

Metas ODS:

3.d (citada previamente).

(21) Nota: Indicador 8.2 y 8.3 hacen referencia a los alimentos preparados por la bodega como aquellos que recibe de proveedores externos y que brinda a los turistas en sus diferentes actividades.

INDICADOR 8.3 GESTIÓN DE MANIPULADORES DE ALIMENTOS EXTERNOS

LA ORGANIZACIÓN

Nivel 1: Tiene establecido los requisitos mínimos de manipulación, preparación y distribución de materias primas y/o alimentos que apliquen a los proveedores de alimentos externos a la bodega.

Nivel 2: Tiene un plan de capacitación para proveedores de alimentos y/o materias primas, incluso los proveedores de la comunidad cercana a la bodega, respecto a los requisitos de manipulación de los mismos.

Nivel 3: Tiene un sistema de gestión de la inocuidad de los alimentos y/o materias primas con alcance a los proveedores externos a la bodega que incluya, por ejemplo, auditorías a los proveedores.

Metas ODS:

3.d (citada previamente).

INDICADOR 8.4 OFERTA DE MENÚS ESPECIALES

LA ORGANIZACIÓN

Nivel 1: Tiene menús diferenciado incluyan alimentos para personas vegetarianos o celíacos o veganas u alimentos orgánicos.

Nivel 2: Tiene menús diferenciado para al menos dos opciones de la nombradas en el Nivel anterior.

Nivel 3: Tiene menús diferenciados para al menos tres opciones de las nombradas en el Nivel 1.

Metas ODS:

3.d (citada previamente).

INDICADOR 8.5 CONSUMO RESPONSABLE DE ALCOHOL

LA ORGANIZACIÓN

Nivel 1: Brinda algún tipo de información o realiza acciones comunicativas sobre el consumo responsable de alcohol.

Nivel 2: Brinda de manera opcional instrumentos de medición de alcohol en sangre para turistas. Brinda algún sistema de trasporte opcional para aquellos turistas que han consumido alcohol en la bodega.

Nivel 3: Tiene una política clara sobre el consumo responsable de alcohol.

Metas ODS:

3.5 Fortalecer la prevención y el tratamiento del abuso de sustancias adictivas, incluido el uso indebido de estupefacientes y el consumo nocivo de alcohol.

INDICADOR 8.6 SEGURIDAD EN LA BODEGA

LA ORGANIZACIÓN

Nivel 1: Tiene un sistema de información y/o capacitación para el turista en caso de visitar las áreas de producción de uva y/o elaboración de vino.

Nivel 2: Tiene señalización adecuada en cuanto a seguridad para el turista en caso de visitar las áreas de producción de uva y/o elaboración de vino.

Nivel 3: Tiene un sistema de gestión de la salud y seguridad implementado y/o certificado con alcance al área de turismo y los visitantes y que incluya capacitación del público interno afectado al turismo.

Metas ODS:

3.d (citada previamente).

INDICADOR 8.7 INSTALACIONES SANITARIAS

LA ORGANIZACIÓN

Nivel 1: Tiene sanitarios en condiciones adecuadas y limpios que puedan utilizar los turistas.

Nivel 2: Tiene instalaciones sanitarias adecuadas, en cantidad suficiente y diferenciadas para hombres y mujeres.

Nivel 3: Tiene instalaciones sanitarias adecuadas específicas para los visitantes o turistas.

Metas ODS:

6.2 De aquí a 2030, lograr el acceso a servicios de saneamiento e higiene adecuados y equitativos para todos y poner fin a la defecación al aire libre, prestando especial atención a las necesidades de las mujeres y las niñas y las personas en situaciones de vulnerabilidad.

INDICADOR 8.8 ASISTENCIA MÉDICA DE URGENCIA A TURISTAS

LA ORGANIZACIÓN

Nivel 1: Tiene un registro de información, por ejemplo, un formulario a completar por los mismos visitantes, sobre sus patologías crónicas desde el momento que contratan los servicios turísticos que ofrece la bodega o al momento de llegada de a la bodega.

Nivel 2: Tiene un plan de capacitación del público interno que se encuentra afectado al turismo en primeros auxilios y/o formación paramédica como RCP (Reanimación Cardio Pulmonar).

Nivel 3: Tiene un servicio de asistencia médica en la bodega de manera permanente o en los momentos de visita de los turistas para la asistencia de alguna patología aguda y/o de urgencia. Se dispone de un cardio desfibrilador y oxígeno.

Metas ODS:

3.8 Lograr la cobertura sanitaria universal, en particular la protección contra los riesgos financieros, el acceso a servicios de salud esenciales de calidad y el acceso a medicamentos y vacunas seguros, eficaces, asequibles y de calidad para todos.

INDICADOR 8.9 PREVENCIÓN DE EPIDEMIAS

LA ORGANIZACIÓN

Nivel 1: Tiene registros o se ha informado con los organismos de salud pertinentes de las áreas, regiones o países afectados por enfermedades endémicas que se encuentren erradicadas en el país de destino. Se dispone de información básica sobre las diferentes medidas a tomar para prevenir epidemias.

Nivel 2: Informa a los turistas y visitantes sobre posibles destinos afectados por epidemias y/o enfermedades graves o endémicas como también solicita información de los orígenes y paradas realizadas por los visitantes.

Nivel 3: Comunica o informa a sus visitantes sobre medidas precautorias a considerar antes de acceder a los destinos (por ejemplo, el colocado de vacunas recomendadas por organismos de salud reconocidos, etc.). Se dispone de información

Metas ODS:

3.3 Para 2030, poner fin a las epidemias del SIDA, la tuberculosis, la malaria y las enfermedades tropicales desatendidas y combatir la hepatitis, las enfermedades transmitidas por el agua y otras enfermedades transmisibles.

3.8 (citada previamente).

Capítulo 9:

Desarrollo del público interno vinculado al turismo

La bodega turística puede destacarse en muchos aspectos, desde sus atractivos, su arquitectura, su ubicación, sus experiencias particulares, su prestigio y posicionamiento de marca. Sin embargo, las personas o el público interno de excelencia, motivado, comprometido, capacitado que pueda lograr impactar en su sostenibilidad son el mayor valor de toda organización.

Asimismo, la actividad turística que rodea al mundo del vino puede convertirse en una fuente de atractivo importante para los jóvenes que buscan trabajo, más aún, para las poblaciones rurales que buscan oportunidades en sus comunidades. Esto último puede acontecer siempre y cuando se den condiciones favorables para un empleo de calidad, estable y bien remunerado.

Además de los siguientes indicadores que aplican para el área de turismo, es válido considerar lo desarrollado en la Guía de Sostenibilidad Vitivinícola, en general, las actuales pautas o tendencias en términos de sostenibilidad y público interno, como las que aquí se abordan, aplican para cualquier actividad o industria.

INDICADOR 9.1 CUMPLIMIENTO DE DERECHOS LABORALES Y PROMOCIÓN LABORAL

LA ORGANIZACIÓN

Nivel 1: Cumple con todas las obligaciones legales en materia laboral en cuanto a salarios y beneficios para el público interno vinculado al turismo y con alcance a todas las actividades que ofrece (gastronómicas, hospedajes, visitas, festivales, etc.).

Nivel 2: Tiene una política formalizada de mejoras en las remuneraciones y beneficios para su público interno que acompañe el crecimiento de la actividad turística sostenible incluyendo a sus familiares, sobre todo en trabajadores de la comunidad como mejoras en prestaciones de salud, becas de estudio para empleados y sus hijos, opciones de recreación, capacitación, etc.

Nivel 3: Participa de organizaciones empresarias y/o sindicales vinculada a la actividad turística donde se discuta los aspectos referidos a los trabajadores del turismo en general y en la sostenibilidad en particular.

Metas ODS:

8.8. Proteger los derechos laborales y promover un entorno de trabajo seguro y sin riesgos para todos los trabajadores, incluidos los trabajadores migrantes, en particular las mujeres migrantes y las personas con empleos precarios.

INDICADOR 9.2 SATISFACCIÓN DEL PÚBLICO INTERNO

LA ORGANIZACIÓN

Nivel 1: Tiene un registro que cuantifique la rotación de personal en puestos asociados a la actividad turística.

Nivel 2: Tiene implementado un instrumento que mida la percepción del personal turístico en cuanto al clima laboral, la formación profesional y la política de beneficios que se ofrecen.

Nivel 3: Tiene una política formalizada de asignación de recursos presupuestarios específicamente vinculado al desarrollo del público interno afectado a las actividades turísticas sostenibles.

Metas ODS:

10.3 Garantizar la igualdad de oportunidades y reducir la desigualdad de resultados, incluso eliminando las leyes, políticas y prácticas discriminatorias y promoviendo legislaciones, políticas y medidas adecuadas a ese respecto.

INDICADOR 9.3 COMPROMISO CON EL DESARROLLO DE COMPETENCIAS VINCULADAS A LA ATENCIÓN ENOTURÍSTICA

LA ORGANIZACIÓN

Nivel 1: Tiene registros de capacitaciones realizadas en función del plan anual de capacitaciones en el cual se incluya específicamente lo referido a turismo sostenible.

Nivel 2: Tiene un plan anual de capacitaciones, entrenamientos y mejoras en las competencias relacionadas a la prestación de servicios turísticos sostenibles.

Nivel 3: Tiene documentado y/o registrado la promoción, apoyo y seguimiento del personal de turismo en cuanto a la realización de capacitaciones internas y externas, orientadas al turismo sostenible, y los resultados obtenidos (por ejemplo, otorgamiento de becas, liberación de horas para realizar cursos, % de culminación satisfactoria de la capacitación, etc.).

Metas ODS:

4.3 De aquí a 2030, asegurar el acceso igualitario de todos los hombres y las mujeres a una formación técnica, profesional y superior de calidad, incluida la enseñanza universitaria con foco en la sostenibilidad.

INDICADOR 9.4 INCLUSIÓN LABORAL DE PERSONAS CON CAPACIDADES ESPECIALES

LA ORGANIZACIÓN

Nivel 1: Contrata eventualmente, entre su planta de personal vinculado al turismo, personas con capacidades especiales que pueden responsabilizarse por las tareas relacionadas a su puesto laboral.

Nivel 2: Tiene establecido un procedimiento de vinculación que asegure la igualdad de condiciones hacia personas con capacidades especiales en función de los diferentes perfiles de puestos de la actividad turística.

Nivel 3: Tiene una política formalizada donde se promueva la inclusión laboral difundiendo su experiencia entre su público interno, visitantes y otras partes interesadas pertinentes a la actividad turística sostenible.

Metas ODS:

10.2 De aquí a 2030, potenciar y promover la inclusión social, económica y política de todas las personas, independientemente de su edad, sexo, discapacidad, raza, etnia, origen, religión o situación económica u otra condición.
10.3 Garantizar la igualdad de oportunidades y reducir la desigualdad de resultados, incluso eliminando las leyes, políticas y prácticas discriminatorias y promoviendo legislaciones, políticas y medidas adecuadas a ese respecto.

INDICADOR 9.5 — SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO

LA ORGANIZACIÓN

Nivel 1: Tiene un procedimiento de vinculación que promueva explícitamente la equidad laboral, la diversidad y la no discriminación de ningún tipo entre su público interno vinculado al turismo.

Nivel 2: Tiene indicadores que puedan evidenciar el grado de equidad y diversidad laboral (por ejemplo, cantidad de mujeres y hombres, personal de origen no argentino, diferencias en los salarios percibidos entre hombre y mujeres, proporción de puestos gerenciales ocupados por hombre y mujeres, diferencias porcentuales entre el mayor y el menor salario, diferencias de edad, etc.).

Nivel 3: Tiene una política formalizada (explícita) de promoción interna de la equidad laboral, la diversidad y la no discriminación en el ámbito de trabajo de su público interno con alcance al área de turismo.

Metas ODS:

5.1 Poner fin a todas las formas de discriminación contra todas las mujeres y las niñas en todo el mundo.

5.5 Asegurar la participación plena y efectiva de las mujeres y la igualdad de oportunidades de liderazgo a todos los niveles decisorios en la vida política, económica y pública.

10.3 Garantizar la igualdad de oportunidades y reducir la desigualdad de resultados, incluso eliminando las leyes, políticas y prácticas discriminatorias y promoviendo legislaciones, políticas y medidas adecuadas a ese respecto.

INDICADOR 9.6 — SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO

LA ORGANIZACIÓN

Nivel 1: Cumple con la legislación vigente en Materia de Salud y Seguridad en el Trabajo y con alcance al área de turismo (22).

Nivel 2: Tiene una política formalizada y con asignación presupuestaria para el desarrollo de la salud y seguridad en sus ámbitos internos de trabajo con alcance al área de turismo.

Nivel 3: Tiene implementado y/o certificado un sistema de gestión en materia de salud y seguridad laboral (por ejemplo, ISO 45001, OHSAS 18001, SA8000) que incluya las áreas y puestos de trabajo vinculados al área de turismo y a visitantes externos.

Metas ODS:

8.8. (citada previamente).

(22) Las legislaciones aplicables a la argentina son fundamentalmente la Ley 24.557: Riesgos del trabajo (ART); Ley 19587: Higiene y seguridad en el trabajo; Decreto 617/97: Reglamento de Higiene y Seguridad para la actividad agraria.

INDICADOR 9.7 PÚBLICO INTERNO RESIDENTE EN LA COMUNIDAD

LA ORGANIZACIÓN

Nivel 1: Tiene registros de la proporción de empleo total, afectados a la actividad turística, con relación al empleo cubierto por personas que residen en la comunidad local.

Nivel 2: Tiene personal vinculado al área de turismo que reside en la comunidad vecina.

Nivel 3: Tiene una política de priorización, promoción, desarrollo e inversión social en personas que vivan en la comunidad cercana a la bodega, que puedan cubrir puestos laborales vinculados al turismo.

Metas ODS:

8.5 De aquí a 2030, lograr el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todas las mujeres y los hombres, incluidos los jóvenes y las personas con discapacidad, así como la igualdad de remuneración por trabajo de igual valor.
8.6 De aquí a 2020, reducir considerablemente la proporción de jóvenes que no están empleados y no cursan estudios ni reciben capacitación.
11.a (citada previamente).

INDICADOR 9.8 JORNADA LABORAL Y REMUNERACIONES

LA ORGANIZACIÓN

Nivel 1: Tiene establecido un convenio colectivo de trabajo afectado específicamente a las personas del área de turismo.

Nivel 2: Tiene registros en cuanto al respeto del cumplimiento de las jornadas laborales en puestos vinculados al turismo y atendiendo tanto a la remuneración como a la duración de la misma establecida por el convenio colectivo de trabajo (aplicable a casos de trabajadores sindicalizados). Por ejemplo, lleva registros de jornadas laborales de sus empleados. Puede evidenciarlo con el Formulario 931.

Nivel 3: Tiene un programa de beneficios con alcance al personal de turismo que superen lo establecido en el convenio colectivo de trabajo o en las prestaciones medias salariales de la actividad, por ejemplo, salarios, prestaciones de salud, premios, viáticos, almuerzo, etc.

Metas ODS:

8.5; 8.8 (citadas previamente).

INDICADOR 9.9 TRABAJO TEMPORAL VINCULADO AL ENOTURISMO (23)

LA ORGANIZACIÓN

Nivel 1: Tiene contratado trabajadores de manera temporal

Nivel 2: Tiene establecido indicadores de relación entre trabajadores temporales respecto a trabajadores en relación de dependencia y evalúa posibilidades de reducir este índice.

Nivel 3: Brinda a los empleados tercerizados las mismas o similares condiciones de trabajo que a empleados permanentes en cuanto a salud y seguridad laboral, prestación de elementos de seguridad, prestaciones de baños y agua potable, lugares para merienda, almuerzo y descanso.

Metas ODS:

8.5; 8.8 (citadas previamente).

(23) Este indicador sólo aplica a bodegas con trabajadores temporales.

INDICADOR 9.10 DESARROLLO DE COMPETENCIAS EN SOSTENIBILIDAD ENOTURÍSTICA

LA ORGANIZACIÓN

Nivel 1: Brinda capacitaciones al público interno relacionadas con el desarrollo sostenible y su relación con la sostenibilidad turística, o bien difunde entre los empleados capacitaciones externas y/o libera horas para su realización en esta temática.

Nivel 2: Promueve entre su público interno propuestas y acciones de mejora relacionadas a la sostenibilidad de las actividades turísticas.

Nivel 3: Tiene una política formalizada con asignación presupuestaria para el desarrollo de innovaciones por parte de su público interno que contribuyan a la sostenibilidad turística en sus diferentes dimensiones.

Metas ODS:

4.7 (citada previamente).

Capítulo 10:

Conservación del patrimonio cultural

Los monumentos históricos, como también todos los hitos y acervos que constituyen el patrimonio y la cultura de una región, representan múltiples dimensiones de los testimonios evolutivos conformando un todo global, que al mismo tiempo se integra al paisaje e invita a los visitantes a una lectura de los acontecimientos civilizatorios que fueron ocurriendo. Todas las obras, grandes y pequeñas, adquieren significados simbólicos que los actores del turismo deben comprometerse a cuidar. Para el caso de Mendoza, existen una serie de aspectos relacionados a su patrimonio cultural y su tradición vitivinícola que la posicionan frente al turismo. Por ejemplo, en el año 1987 la ciudad de Mendoza, junto a otras ciudades de Mendoza, recibió el título de "Ciudad Internacional de la Vid y el Vino" como lugares mundiales estratégicos para promover la cultura del vino. En este mismo aspecto, en 2005 Mendoza fue reconocida como octava capital del vino por la Great Wine Capitals, una red mundial de ciudades situadas en ambos hemisferios que comparten valores económicos y culturales y cuyo objetivo es el desarrollo de diversas iniciativas y programas para alcanzar la excelencia en el turismo vitivinícola. Por su parte, a nivel nacional y provincial se han reconocido numerosos monumentos históricos y patrimonios culturales relacionados a la cultura vitivinícola, por ejemplo, el Museo del Vino, La Enoteca: patrimonio de la tierra del vino, Bodegas y Viñedos Panquehua, Viñedos y Bodegas Arizu, la misma Fiesta Nacional de La Vendimia, entre muchos otros. En síntesis, el paisaje del vino trae consigo una potencialidad cultural e histórica indudable dentro del marco de un desarrollo local sostenible.

A partir de lo anterior, será una cuestión ineludible contribuir a la conservación de estructuras históricas propias de los lugares, a través de declaraciones formales u oficiales de parte de municipios o gobiernos en alianzas con las empresas turísticas y que derivará en mecanismos que aporten valor a los destinos.

INDICADOR 10.1 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL LOCAL

LA ORGANIZACIÓN

Nivel 1: Comunica entre sus públicos de interés y en algún sitio promocional el valor que aportan los monumentos históricos y la necesidad de su cuidado y conservación como elementos diferenciadores de destinos turísticos.

Nivel 2: Promueve entre su público interno y de la comunidad cercana el voluntariado para el conocimiento, la conservación y el mantenimiento de estructuras e hitos culturales.

Nivel 3: Tiene una política que explicite la asignación de recursos monetarios o de otro tipo de beneficios privados capturados por la actividad enoturística para el conocimiento, la restauración, conservación y mantenimiento del patrimonio cultural. Organiza o apoya actividades en conjunto con otros actores del turismo u otras bodegas para recaudar fondos con este fin.

Metas ODS:

11.4 (citada previamente)

Capítulo 11:

Gestión del agua y la energía

El sector del turismo mundial consume importantes cantidades de energía, principalmente en la movilidad de los visitantes (aviones, trenes, vehículos, etc.), aunque también en las instalaciones fijas (uso de aires acondicionados, calefacción de piscinas, iluminación, etc.). Ello tiene relación directa con uno de los fenómenos de cambio global de clara manifestación entre nosotros y lo que conocemos como el "cambio climático" al contribuir a la generación de gases de efectos invernadero. Dichos gases se generan principalmente por la quema de combustibles fósiles, y es oportuno destacar que la generación de energía en el mundo aún está dominada por la quema de éstos en grandes centrales térmicas.

La gestión de la energía con su consecuente reducción, siempre generará beneficios no solo ambientales sino también económicos para la organización por una disminución de los costos asociados a su uso. Los indicadores propuestos en la gestión energética se centran en la reducción de su consumo y en el aprovechamiento de fuentes energéticas renovables.

Por su parte, la intensificación de la escasez hídrica en las regiones de cuyo de la Argentina es cada vez más notable y preocupante (24). En este sentido, si bien podría pensarse que los mayores esfuerzos de la bodega turística deberían centrarse en la reducción del consumo de agua en los procesos estrictamente productivos, también es necesario mencionar que las actividades turísticas dependen en gran medida de este vital recurso. Existen evidencias que el consumo de agua por turistas puede duplicar o incluso triplicar el de la población regional. Concretamente la escasez de agua en el futuro provocará fuertes impactos en las actividades turísticas.

INDICADOR 11.1 GESTIÓN Y REDUCCIÓN DEL USO DE LA ENERGÍA

LA ORGANIZACIÓN

Nivel 1: Tiene registros que permitan diferenciar las actividades, procesos o sectores vinculados al área de turismo en cuanto al tipo de energía consumida y su cantidad.

Nivel 2: Tiene dispositivos que ayuden a reducir el uso de la energía (interrupción automática de la energía, sensores de movimiento, luminaria led, etc.) para las actividades, procesos o sectores vinculados al turismo.

Nivel 3: Tiene un plan con asignación presupuestaria de corto y mediano plazo para incorporar energías renovables de manera parcial o total en las áreas, actividades o sectores asociados al turismo.

Metas ODS:

7.2. De aquí a 2030, duplicar la tasa mundial de mejora de la eficiencia energética.

INDICADOR 11.2 MANTENIMIENTO Y REEMPLAZO DE EQUIPOS PARA DISMINUIR EL USO DE LA ENERGÍA

LA ORGANIZACIÓN

Nivel 1: Realiza un mantenimiento periódico de todos los equipos que consumen energía vinculados al área, sector o actividades de turismo (limpieza de filtros en aires acondicionados o equipos de refrigeración, limpieza de lámparas, mantenimiento de hornos, mantenimientos de heladeras, etc.).

Nivel 2: Tiene registros del mantenimiento de los equipos mencionados anteriormente.

Nivel 3: Tiene un plan con asignación presupuestaria de corto y mediano plazo para reemplazar equipos y/o artefactos por otros de menor consumo de energía (iluminación y artefactos de bajo consumo, refrigeradores de bajo consumo, etc.).

Metas ODS:

9.4 De aquí a 2030, modernizar la infraestructura y reconvertir las industrias para que sean sostenibles, utilizando los recursos con mayor eficacia y promoviendo la adopción de tecnologías y procesos industriales limpios y ambientalmente racionales, y logrando que todos los países tomen medidas de acuerdo con sus capacidades respectivas.

(24) En la Guía de Sostenibilidad Vitivinícola, se aborda ampliamente la gestión del agua desde la producción primaria en viñedos hasta la elaboración del vino en la bodega, en esta guía se incorporan aspectos relacionados a específicamente a la actividad turística.

INDICADOR 11.3 EMISIÓN DE GASES DE EFECTO INVERNADERO

LA ORGANIZACIÓN

Nivel 1: Conoce y registra las emisiones directas e indirectas de gases de efecto invernadero provenientes de la actividad turística.

Nivel 2: Ha medido y calculado la huella de carbono por turista o de la actividad turística en general que desarrolla.

Nivel 3: Tiene un plan de acción para reducir las emisiones de gases efecto invernadero de las actividades enoturísticas.

Metas ODS:

13.1 Fortalecer la resiliencia y la capacidad de adaptación a los riesgos relacionados con el clima y los desastres naturales en todos los países.
13.2 Incorporar medidas relativas al cambio climático en las políticas, estrategias y planes nacionales.

INDICADOR 11.4 TRANSPORTE AMIGABLE CON EL AMBIENTE

LA ORGANIZACIÓN

Nivel 1: Promueve entre sus clientes el uso de transporte alternativo para la llegada y salida de la bodega.

Nivel 2: Promueve las opciones de transporte alternativo (por ejemplo, alquiler de bicicletas, autos compartidos, recogidas conjuntas) para los visitantes y también entre su público interno. En este último caso las posibilidades de teletrabajo contribuyen a una menor utilización de movilidad.

Nivel 3: Tiene un plan de acción que incluya formas de reducir el uso de transporte desde las operaciones diarias de la bodega hasta el uso por visitantes y público interno.

Metas ODS:

13.1; 13.2 (citadas previamente)

INDICADOR 11.5 GESTIÓN Y REDUCCIÓN DEL USO DE AGUA

LA ORGANIZACIÓN

Nivel 1: Tiene registros que permitan diferenciar las actividades, procesos o sectores vinculados al área de turismo en cuanto al consumo de agua.

Nivel 2: Tiene sistemas de reducción del agua para las actividades, procesos o sectores vinculados al turismo (por ejemplo: equipos sanitarios con descarga variable o regulación de carga de agua, grifería de corte automático, sistema de reúso).

Nivel 3: Tiene un plan integral de corto y mediano plazo para reducir el uso de agua de las actividades asociadas al turismo, con inversión presupuestaria, metas e indicadores de medición y reducción, sistema de rehúso del agua, capacitación y educación ambiental incluidos los turistas, etc.

Metas ODS:

6.3 De aquí a 2030, mejorar la calidad del agua reduciendo la contaminación, eliminando el vertimiento y minimizando la emisión de productos químicos y materiales peligrosos, reduciendo a la mitad el porcentaje de aguas residuales sin tratar y aumentando considerablemente el reciclado y la reutilización sin riesgos a nivel mundial.
6.4 De aquí a 2030, aumentar considerablemente el uso eficiente de los recursos hídricos en todos los sectores y asegurar la sostenibilidad de la extracción y el abastecimiento de agua dulce para hacer frente a la escasez de agua y reducir considerablemente el número de personas que sufren falta de agua.

INDICADOR 11.6 MANTENIMIENTO DE JARDINES Y ESPACIOS VERDES

LA ORGANIZACIÓN

Nivel 1: Tiene registros de consumo de agua necesaria para el riego de los jardines y áreas verdes (principalmente áreas con césped).

Nivel 2: Tiene un plan de manejo eficiente de riego de los jardines y espacios verdes que contemplen días, duración y horarios de riego en función de las recomendaciones de los organismos de gestión y control del agua (por ejemplo: tecnologías de riego presurizado, uso de agua reciclada, etc.)

Nivel 3: Tiene un plan integral de corto y mediano plazo para reducir los jardines y áreas verdes de la bodega (por ejemplo: generar un paisaje constituido por especies de tipo xerófilas de bajo consumo de agua). Incluye la protección de espacios con vegetación nativa.

Metas ODS:

6.4 (citada previamente).
15.1 Para 2020, velar por la conservación, el restablecimiento y el uso sostenible de los ecosistemas terrestres y los ecosistemas interiores de agua dulce y los servicios que proporcionan, en particular los bosques, los humedales, las montañas y las zonas áridas, en consonancia con las obligaciones contraídas en virtud de acuerdos internacionales

INDICADOR 11.7 EDUCACIÓN EN EL USO DEL AGUA

LA ORGANIZACIÓN

Nivel 1: Informa al público interno vinculado al turismo y a los propios turistas sobre la problemática del agua y la necesidad de un uso racional del recurso.

Nivel 2: Tiene señalética y/o cartelería en las diferentes áreas, sectores y actividades relacionadas al turismo y en cantidad necesaria que indiquen un uso racional del agua.

Nivel 3: Además, tiene una política general sobre el uso racional del agua y con alcance a todas las actividades, áreas y sectores asociados al turismo.

Metas ODS:

6.4 (citada previamente).
6.6.b Apoyar y fortalecer la participación de las comunidades locales en la mejora de la gestión del agua y el saneamiento.

INDICADOR 11.8 REÚSO DEL AGUA

LA ORGANIZACIÓN

Nivel 1: Tiene mediciones o indicadores de cantidad de agua utilizada en actividad turística.

Nivel 2: Tiene implementado un sistema de tratamiento de las aguas residuales provenientes de la actividad turística antes de volcar a cauces municipales, acequias o áreas agrícolas en caso que no disponga de un sistema de cloacas.

Nivel 3: Tiene un sistema de tratamiento y reúso de las aguas residuales provenientes de la actividad turística que peritan destinarse por ejemplo para el riego agrícola o de parques y jardines.

Metas ODS:

6.4; 6.3 (citadas previamente).

Capítulo 12:

Gestión de los residuos

Los residuos sólidos, de diversas características, es una de las grandes problemáticas que afronta la humanidad. La generación, disposición y gestión de los residuos será una necesidad cada vez mayor, presentando enormes desafíos para los gobiernos municipales fundamentalmente. La presencia de los residuos plásticos, fundamentalmente botellas y bolsas, basurales a cielo abierto en áreas rurales o destinos o paisajes, son una fuente de contaminación del suelo y del agua, al mismo tiempo que contribuyen al deterioro del lugar y la contaminación visual.

La incorporación de los principios de la economía circular de reducción, reutilización y reciclaje permiten circularizar los materiales y residuos antes de su disposición final. Una evaluación de la generación de residuos para el caso de una bodega turística y que permita luego establecer diversas estrategias, comienza por conocer la cantidad total de residuos que genera la propia actividad, las cantidades y tipos de materiales que forman parte de ese volumen de residuos, los procesos generadores de los mismos y los lugares de su disposición.

INDICADOR 12.1 IDENTIFICACIÓN DE RESIDUOS Y ÁREAS DE ALMACENAMIENTO

LA ORGANIZACIÓN

Nivel 1: Tiene un registro del tipo de residuos generados o producidos por áreas, sectores o actividades vinculadas específicamente al enoturismo.

Nivel 2: Tiene establecido sectores específicos para el almacenamiento temporal de los residuos generados en las actividades turísticas

Nivel 3: Además, tiene establecido una disposición final adecuada de los residuos identificados.

Metas ODS:

12.2 De aquí a 2030, lograr la gestión sostenible y el uso eficiente de los recursos naturales.

12.3 De aquí a 2030, reducir a la mitad el desperdicio de alimentos per cápita mundial en la venta al por menor y a nivel de los consumidores y reducir las pérdidas de alimentos en las cadenas de producción y suministro, incluidas las pérdidas posteriores a la cosecha.

12.5 De aquí a 2030, reducir considerablemente la generación de desechos mediante actividades de prevención, reducción, reciclado y reutilización.

INDICADOR 12.2 REDUCCIÓN, SEPARACIÓN Y DISPOSICIÓN SELECTIVA DE RESIDUOS

LA ORGANIZACIÓN

Nivel 1: Tiene recipientes diferenciados correctamente y en cantidades adecuadas en las áreas, sectores y actividades relacionadas al turismo, para los distintos tipos de residuos

Nivel 2 Realiza una disposición final de los residuos diferencial evitando mezclar los residuos en el proceso de recolección final. Por ejemplo, se ha informado si el municipio realiza una recolección diferenciada de los residuos, ha contactado a recuperadores urbanos para la retirada de los residuos, trasporta los residuos a los lugares indicados de recolección diferenciada.

Nivel 3: Tiene establecido una política específica de reducción de residuos con alcance a las áreas, sectores o actividades turísticas incluyendo a toda la cadena de valor

Metas ODS:

12.2; 12.3; 12.5 (citadas previamente).

Capítulo 13:

Gestión de eventos turísticos

Actualmente, es amplia la diversidad de eventos programados y planificados por bodegas con relación al turismo, desde celebraciones culturales, artísticas, conciertos, festivales, eventos privados, etc. A nivel mundial, esto puede constituir mayores desafíos cuando la organización de eventos implica un flujo masivo y grande de visitantes a un lugar. En estos casos, la gestión de este tipo de acontecimientos se centra en atender a una serie de variables relacionadas a la sostenibilidad como impactos en la comunidad, gestión de residuos, circulación de vehículos, ruidos, etc. En este capítulo, se propone la gestión de una serie de indicadores dado que la presión de visitantes puede generar ciertos impactos en el contexto local.

Para conseguir un mejor desempeño en materia de sostenibilidad en eventos de tipo masivos co-organizados y gestionados por bodegas es necesaria una estrecha colaboración con otras partes interesadas. ya que deben tener un respaldo de las instituciones públicas y legales, como también de la misma comunidad. Existirán actores a favor por sus atractivos y por los beneficios que genera, mientras que otros estarán en contra por el nivel de impacto generado. En este mapa de intereses la bodega turística debe prestar atención para ganar la licencia social de la comunidad.

INDICADOR 13.1 — IMPACTOS DE EVENTOS TURÍSTICOS

LA ORGANIZACIÓN

Nivel 1: Tiene registro de los impactos sociales, ambientales y económicos de los eventos que organiza en la bodega. Por ejemplo: eventos WineRock, Rally de las bodegas, etc.

Nivel 2: Realiza acciones de mitigación o remediación de las proximidades a la bodega.

Nivel 3: Implementa algún tipo de planificación participativa y en conjunto con actores públicos en la organización de eventos para atender las demandas de la comunidad en cuanto a los posibles impactos.

Metas ODS:

12.2 (citada previamente).

Capítulo 14:

Diseño de las experiencias enoturísticas

Las actividades turísticas asociadas a la vitivinicultura han crecido exponencialmente en los últimos años en la Argentina. Este crecimiento ha estado acompañado del diseño de muchas experiencias asociadas al vino. El Mapa de Bodegas Turísticas () comprende una amplia información de todas las bodegas abiertas al turismo con su respectiva geolocalización y contactos para que el turista pueda recorrer y vivenciar la oferta enoturística de cada provincia

En esta misma línea, los turistas suelen seguir rutas que enlazan el atractivo enoturístico junto a toda una gama de experiencias asociadas. Este tipo de circuitos y rutas deben considerarse como aspectos de gran importancia en la planificación estratégica del turismo de un destino mayor o incluso de un conjunto de bodegas de una región.

Entre los temas en los que pueden girar estos circuitos son las comidas típicas, el aceite de oliva, el arte, la cultura del lugar, la agricultura, etc.

Para que los circuitos o rutas contribuyan al turismo sostenible será necesario una planificación general de manera coordinada y en cooperación con el resto de actores públicos y privados. Los distintos atractivos para el turismo deben promoverse de una manera conjunta como destinos, más que como atractivos aislados. Este tipo de circuitos demandan mejoras en la infraestructura como caminos y rutas, señalización, creación de centros para visitantes, el desarrollo de paquetes de productos diversos, enlazar los diferentes atractivos que conformarán la ruta, etc.

Sin duda que las dificultades mayores consisten en conseguir los recursos para el desarrollo de los destinos y la consiguiente promoción, que permitan instalarlo en las posibilidades de elecciones de los visitantes. En este aspecto debe existir acompañamiento público para desarrollar destinos o rutas turísticos con una amplia gama de servicios.

Otros de los retos es la creación y el mantenimiento de experiencias diversas. Mientras mayor número de experiencias existan, mayor será el tiempo en que los visitantes disfrutarán de las mismas y permanecerán en el destino como también la probabilidad de volver al mismo, frente a una experiencia exitosa. Esto último afecta sin duda la sostenibilidad económica de un destino.

INDICADOR 14.1 DESARROLLO DE RUTAS Y CIRCUITOS ENOTURÍSTICOS

LA ORGANIZACIÓN

Nivel 1: Participa formalmente de proyectos enoturísticos conformados de manera multisectorial entre actores públicos y privados.

Nivel 2: Es miembro de un circuito o ruta turística donde participen bodegas y otros actores que brinden servicios turísticos.

Nivel 3: Asigna fondos presupuestarios para el desarrollo de proyectos enoturísticos como rutas, circuitos, mapas, etc.

Metas ODS:

17.17 Fomentar y promover la constitución de alianzas eficaces en las esferas pública, público-privada y de la sociedad civil, aprovechando la experiencia y las estrategias de obtención de recursos de las alianzas.

INDICADOR 14.2 DIVERSIDAD DE EXPERIENCIAS ENOTURÍSTICAS

LA ORGANIZACIÓN

Nivel 1: Ofrece más de una experiencia o atractivo enoturístico (por ejemplo, degustaciones, vivitas guiadas por la bodega, sala de arte, restautrant, etc.).

Nivel 2: Tiene diversidad de experiencias enoturísticas que mantiene durante todo el año (temporada alta y baja).

Nivel 3: Tiene un plan formal para incorporar nuevas experiencias enoturísticas en función de la demanda, en conjunto con otros actores del sector, pertenezcan o no al rubro vitivinícola.

Metas ODS:

16.7 Garantizar la adopción en todos los niveles de decisiones inclusivas, participativas y representativas que respondan a las necesidades

Capítulo 15:

Marketing enoturístico

Los factores ambientales y sociales son elementos diferenciadores de las experiencias turísticas que tomarán una relevancia cada vez mayor en la atracción de un destino, en la satisfacción de los visitantes, en definitiva, en su sostenibilidad a largo plazo. Estos aspectos pueden impulsar actividades de marketing para presentar y posicionar la bodega turística desde un enfoque de sostenibilidad, mostrando sus logros ambientales, éticos, sociales y culturales. El marketing es un elemento clave que contribuye al mismo tiempo a la propia sostenibilidad de la bodega. Sin embargo, la medición y cuantificación de los esfuerzos realizados por la bodega tanto en los propios aspectos que hacen a la gestión de la sostenibilidad como también de sus acciones de promoción son difíciles de medir o cuantificar.

Por lo anterior, se considera adecuado disponer de ciertas estrategias y planes de acción que contribuyan a posicionar la bodega turística alineada a la sostenibilidad. Si el destino o el conjunto de bodegas comunican experiencias como sostenibles, respetuosas con el ambiente o los aspectos culturales y sociales, pueden constituir la base para su posicionamiento desde las actividades de marketing. Sin embargo, también existen riesgos cuando la comunicación, promoción o marketing de productos sostenibles no se condicen con la realidad que posteriormente perciben los visitantes. Las actividades de marketing deben mejorar los resultados y el desempeño de la bodega en la satisfacción de los visitantes siempre y cuando sea coherente con la realidad.

INDICADOR 15.1 SEGMENTACIÓN DE CLIENTES

LA ORGANIZACIÓN

Nivel 1: Tiene un registro, cuantificación o un estudio de mercado que evidencie claramente el segmento de clientes que buscan experiencias relacionadas al cuidado por los aspectos ambientales, responsabilidad social, trabajo con la comunidad o de sostenibilidad en general.

Nivel 2: Promociona o comunica su diversidad de experiencias enoturísticas desde un enfoque de sostenibilidad de la bodega.

Nivel 3: Registra y gestiona las demandas de sus clientes de acuerdo a las experiencias enoturísticas sostenibles o bien cuando promociona la bodega turística en general alineada a una política de sostenibilidad.

Metas ODS:

12.b; 16.7 (citadas previamente).

INDICADOR 15.2 MARKETING SOSTENIBLE

LA ORGANIZACIÓN

Nivel 1: Realiza con frecuencia campañas de marketing a través de diferentes canales y orientadas a promocionar la bodega como sostenible.

Nivel 2: Tiene un plan de marketing que incorpore la promoción de la sostenibilidad enoturística.

Nivel 3: Tiene un área de marketing que gestione las diferentes estrategias marketing incluyendo aspectos de promoción de la sostenibilidad enoturística.

Metas ODS:

16.6 Crear a todos los niveles instituciones eficaces y transparentes que rindan cuentas.

Instrucciones para la asignación de indicadores y la interpretación de puntajes

Como ya se ha explicado, la presente guía persigue el fin de la autoevaluación interna por una bodega con apertura turística para cuantificar objetivamente su desempeño con relación a la sostenibilidad. Es decir, la guía servirá para contar con una referencia del estado de evolución de la organización y poder planificar su evolución en el futuro.

Para ello, de acuerdo a la modelo de segmentación que se encuentra en la Tabla 1 (ver Anexos), se deberá cuantificar los diferentes niveles de cada indicador que aplican a cada organización y realizar la suma correspondiente.

Para cada nivel alcanzado se asigna el siguiente puntaje:

No alcanza Nivel 1	0 punto
Cumple Nivel 1	1 punto
Cumple Nivel 2	2 puntos
Cumple Nivel 3	3 puntos

Es válido aclarar que, al realizar la autoevaluación por parte de la organización, puede que en determinados indicadores no alcance a cumplir con los requisitos del nivel más bajo (Nivel 1), en ese caso el puntaje para ese indicador es 0 (cero).
En la Tabla 2 figura el listado de los indicadores que le corresponde aplicar a cada organización según los criterios de segmentación explicitados.

En la Tabla 3 se muestra la valoración numérica de los indicadores aplicados a cada segmento de organización.
La organización deberá sumar el puntaje del nivel alcanzado en cada uno de los indicadores que le correspondan.
Una vez obtenida la suma de puntos, se podrá obtener el "Grado de Desarrollo de la Sostenibilidad". Se han establecido tres niveles de sostenibilidad para cuantificar el desempeño global de la sostenibilidad turística de la bodega.

Nivel mínimo de sostenibilidad	Nivel medio de sostenibilidad	Nivel alto de sostenibilidad

Anexo tablas

Tabla 1:

Criterios de segmentación y número de indicadores

CRITERIO DE SEGMENTACIÓN				
NIVEL DE ACTIVIDAD TURÍSTICA	PROMEDIO ANUAL DE NÚMERO DE TURISTAS			
	Bodega Turística Artesanal	Bodega Turística Boutique	Bodega Turística	Gran Bodega Turística
	Menos de 600 turistas	Entre 600 y 2400 turistas	Entre 2400 y 6000 turistas	Más de 6000 turistas
Nº DE INDICADORES	22	37	52	55

Tabla 2: Indicadores aplicables según segmentación

BODEGA CON APERTURA TURÍSTICA				
INDICADORES	SEGMENTACIÓN			
	Bodega Turística Artesanal	Bodega Turística Boutique	Bodega Turística	Gran Bodega Turística
CAPÍTULO 1: Contexto de la Organización: públicos de Interés o partes interesadas relevantes a las actividades enoturísticas				
Indicador 1.1 Tendencias del turismo vitivinícola	X	X	X	X
Indicador 1.2 Tendencias del turismo sostenible	X	X	X	X
Indicador 1.3 Necesidades y expectativas de las partes interesadas		X	X	X
CAPÍTULO 2: Gobernanza de los principios de la sostenibilidad turística				
Indicador 2.1 Política, estrategia y comunicación de sostenibilidad enoturística			X	X
Indicador 2.2 Sistema de gestión de la sostenibilidad enoturística			X	X
Indicador 2.3 Estructura a cargo de la sostenibilidad enoturística		X	X	X
Indicador 2.4 Reportes de sostenibilidad enoturística				X
CAPÍTULO 3: Ética, valores e integridad				
Indicador 3.1 Requisitos legales	X	X	X	X
Indicador 3.2 Políticas y procedimientos de ética e integridad				X
CAPÍTULO 4. Receptividad de la comunidad con el turismo				
Indicador 4.1 Satisfacción de la comunidad con el enoturismo		X	X	X
Indicador 4.2 Beneficios para la comunidad	X	X	X	X
Indicador 4.3 Acceso de la comunidad a los recursos enoturísticos	X	X	X	X

Continúa Tabla 2 ⟶

Tabla 2: Indicadores aplicables según segmentación

BODEGA CON APERTURA TURÍSTICA

INDICADORES	SEGMENTACIÓN			
	Bodega Turística Artesanal	Bodega Turística Boutique	Bodega Turística	Gran Bodega Turística
CAPÍTULO 5. Participación y desarrollo de la comunidad con relación al turismo sostenible				
Indicador 5.1. Inversión en la comunidad con relación al enoturismo sostenible		X	X	X
Indicador 5.2 Fortalecimiento de actividades complementarias en la comunidad	X	X	X	X
Indicador 5.3 Voluntariado comunitario			X	X
CAPÍTULO 6. Gestión de la satisfacción del turista				
Indicador 6.1 Información brindada al turista	X	X	X	X
Indicador 6.2 Gestión de la calidad turística	X	X	X	X
Indicador 6.3 Gestión de la calidad enoturística en actividades complementarias		X	X	X
CAPÍTULO 7. Servicios para personas con necesidades especiales				
Indicador 7.1 Programas de acceso a personas con discapacidad			X	X
CAPÍTULO 8. Salud y seguridad de los visitantes e higiene de las instalaciones				
Indicador 8.1 Protección de turistas ante riesgos ambientales		X	X	X
Indicador 8.2 Prevención de intoxicaciones menores	X	X	X	X
Indicador 8.3 Gestión de manipuladores de alimentos externos	X	X	X	X
Indicador 8.4 Oferta de menús especiales			X	X
Indicador 8.5 Consumo responsable de alcohol	X	X	X	X
Indicador 8.6 Seguridad en la bodega	X	X	X	X
Indicador 8.7 Instalaciones sanitarias	X	X	X	X
Indicador 8.8 Asistencia médica de urgencia a turistas	X	X	X	X
Indicador 8.9 Prevención de epidemias		X	X	X
CAPÍTULO 9. Desarrollo del público interno vinculado al turismo				
Indicador 9.1 Cumplimiento de derechos laborales y promoción laboral	X	X	X	X
Indicador 9.2 Satisfacción del público interno		X	X	X
Indicador 9.3 Compromiso con desarrollo de competencias vinculadas a la atención enoturística		X	X	X
Indicador 9.4 Inclusión laboral de personas con capacidades especiales			X	X
Indicador 9.5 Promoción de la equidad laboral y la diversidad		X	X	X
Indicador 9.6 Salud y seguridad en el trabajo	X	X	X	X
Indicador 9.7 Público interno residente en la comunidad	X	X	X	X
Indicador 9.8 Jornada laboral y remuneraciones	X	X	X	X
Indicador 9.9 Trabajo temporal vinculado al turismo			X	X
Indicador 9.10 Desarrollo de competencias en sostenibilidad enoturística			X	X

Continúa Tabla 2 ⟶

Tabla 2: Indicadores aplicables según segmentación

BODEGA CON APERTURA TURÍSTICA

INDICADORES	SEGMENTACIÓN			
	Bodega Turística Artesanal	Bodega Turística Boutique	Bodega Turística	Gran Bodega Turística
CAPÍTULO 10: Conservación del patrimonio cultural				
Indicador 10.1 Conservación del patrimonio cultural local			X	X
CAPÍTULO 11. Gestión del agua y la energía				
Indicador 11.1 Gestión y reducción del uso de la energía		X	X	X
Indicador 11.2 Mantenim. y reemplazo de equipos para disminuir el uso de energía	X	X	X	X
Indicador 11.3 Emisión de gases de efecto invernadero				X
Indicador 11.4 Transporte amigable con el ambiente				X
Indicador 11.5 Gestión y reducción del uso de agua		X	X	X
Indicador 11.6 Mantenimiento de jardines y espacios verdes			X	X
Indicador 11.7 Educación en el uso del agua	X	X	X	X
Indicador 11.8 Rehúso del agua			X	X
CAPÍTULO 12. Gestión de los residuos				
Indicador 12.1 Identificación de residuos y áreas de almacenamiento		X	X	X
Indicador 12.2 Reducción, separación y disposición selectiva de residuos	X	X	X	X
CAPÍTULO 13. Gestión de eventos turísticos				
Indicador 13.1 Impactos de eventos			X	X
CAPÍTULO 14. Diseño de las experiencias enoturística				
Indicador 14.1 Desarrollo de rutas y circuitos enoturísticos	X	X	X	X
Indicador 14.2 Diversidad de experiencias enoturísticas	X	X	X	X
CAPÍTULO 15. Diseño de experiencias enoturísticas				
Indicador 15.1 Segmentación de clientes			X	X
CANTIDAD TOTAL DE INDICADORES APLICABLES	**22**	**36**	**50**	**54**

Tabla 3: Indicadores aplicables según segmentación

SEGMENTO	Nivel mínimo de sostenibilidad		Nivel medio de sostenibilidad		Nivel alto de sostenibilidad	
	MÍNIMO	MÁXIMO	MÍNIMO	MÁXIMO	MÍNIMO	MÁXIMO
Bodega Turística Artesanal	22	32	33	51	52	66
Bodega Turística Boutique	36	54	55	84	85	108
Bodega Turística	50	76	77	118	119	150
Gran Bodega Turística	54	82	83	127	128	162

CUANTIFICACION DE LOS INDICADORES

Con el objetivo que la organización tenga una referencia del grado de desarrollo de su sostenibilidad, debe cuantificar y sumar los niveles de cada indicador.

INSTRUCCIONES PARA CALCULAR EL PUNTAJE.

Para cada nivel alcanzado se asigna el siguiente puntaje:

Nivel 1: 1 punto **Nivel 2: 2 puntos** **Nivel 3: 3 puntos**

En caso de no alcanzar el Nivel 1 el puntaje a asignar es 0 (cero). Luego sume los puntos obtenidos para cada indicador. Realizado este paso, obtendrá un determinado puntaje, para cada tamaño, dentro de los siguientes rangos:

BODEGA TURÍSTICA ARTESANAL: **0 a 66 puntos**

BODEGA TURÍSTICA BOUTIQUE: **0 a 111 puntos**

BODEGA TURÍSTICA: **0 a 153 puntos**

GRAN BODEGA TURÍSTICA: **0 a 165 puntos**

Con el puntaje obtenido en la suma, ingrese en la tabla a la derecha que indica el Nivel de Sostenibilidad en que se encuentra la organización, de acuerdo a su tamaño.

Los niveles de sustentabilidad: mínimo, medio y alto, reflejan la situación de la organización respecto del puntaje obtenido. Si una organización está en un nivel mínimo debería planificar acciones para mejorar los indicadores en los que no alcanza el nivel 1 para mejorar progresivamente su desempeño en sostenibilidad.

Se entiende que el “Nivel Mínimo de Sostenibilidad” para cada segmento se logra cuando todos los indicadores aplicables alcanzan el Nivel 1 (1 punto) y el “Nivel Máximo de Sostenibilidad” cuando todos los indicadores aplicables alcanzan el Nivel 3 (3 puntos)

Términos y definiciones

Los términos y definiciones han sido adoptados y adaptados (a los fines de esta guía) de las fuentes y referencias bibliográficas consultadas.

AMBIENTE:
entorno natural en el cual una organización opera, incluyendo el aire, el agua, el suelo, los recursos naturales, la flora, la fauna, los seres humanos, el espacio exterior y sus interrelaciones.
Nota: entorno, en este contexto, se extiende desde el interior de una organización hasta el sistema global.

ARTESANÍA:
actividad o conjunto de actividades realizadas de manera manual por una o varias personas, con el uso de medios tradicionales, con destreza, calidad y creatividad y que da como resultado objetos o artefactos destinados a la venta.

CADENA DE VALOR:
secuencia completa de actividades o partes que proporcionan o reciben valor en forma de productos o servicios. Entre las partes que proporcionan valor se encuentran los proveedores, trabajadores subcontratados, contratistas y otros. Entre las partes que reciben valor se encuentran los clientes, consumidores, miembros y otros.

CALIDAD:
la calidad de los productos y servicios de una organización está determinada por la capacidad para satisfacer a los clientes, y por el impacto previsto, y no previsto sobre las partes interesadas pertinentes.

CLIENTE:
organización o miembro individual del público general que compra propiedad, productos o servicios para propósitos comerciales, privados o públicos.

COMPETENCIA:
capacidad de aplicar conocimientos y habilidades para lograr los resultados previstos.

COMPORTAMIENTO ÉTICO:
comportamiento acorde con los principios de correcta o buena conducta aceptados en el contexto de una situación determinada y que es coherente con la normativa internacional de comportamiento.

COMUNIDAD LOCAL:
personas que viven en la zona influenciada por la organización. La comunidad local está compuesta por los habitantes que viven en lugares aledaños a la organización.

CONSUMIDOR:
miembro individual del público general que compra o utiliza propiedad, productos o servicios para propósitos privados.

CONSUMO DE AGUA:
es la cantidad de agua que se ha extraído y/o incorporado a algún producto, usada para el riego de los viñedos o generada como residuo, que se ha evaporado o transpirado, o que ha sido consumida por humanos o animales, o que está contaminada al punto que resulta inservible para otros usuarios; por todo ello, no es posible devolverla al agua superficial, al agua subterránea, al agua marina o al agua de terceros a lo largo del período objeto del informe. El consumo de agua incluye el agua almacenada durante el período objeto del informe y que vaya a usarse o verterse en períodos posteriores.

DESARROLLO SOSTENIBLE:
desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades.
Nota: el desarrollo sostenible se refiere a la integración de las metas de una calidad de vida elevada, la salud y la prosperidad con justicia social y al mantenimiento de la capacidad de la tierra para conservar la vida en toda su diversidad. Estas metas sociales, económicas y ambientales son interdependientes y se refuerzan mutuamente. El desarrollo sostenible puede considerarse como una vía para expresar las más amplias expectativas de la sociedad en su conjunto.

EMPLEADO:
persona que tiene una relación laboral con la organización de acuerdo con la legislación nacional o su aplicación.

ENTORNO NATURAL:
conjunto de seres vivos y no vivos existentes en el ambiente y que afectan los ecosistemas y la vida humana. El entorno natural lo constituye un conjunto de condiciones, infraestructuras e influencias químicas, físicas y biológicas que permiten, albergan y gobiernan la vida en todas sus formas.

EPP:
equipos de protección personal.

GASES EFECTO INVERNADERO (GEI):
corresponde a las emisiones de GEI procedentes de una fuente que es propiedad o está controlada por una organización. Una fuente de GEI es cualquier unidad física o proceso que libera gases de efecto invernadero a la atmósfera. Las emisiones directas de GEI pueden incluir CO2 (dióxido de carbono) derivado del consumo de combustible. Las emisiones indirectas de GEI son derivadas de la generación de la electricidad, calefacción, refrigeración y vapor adquiridos, comprados y consumidos por la organización.

GOBERNANZA DE LA ORGANIZACIÓN:
sistema por el cual una organización toma e implementa decisiones con el fin de lograr sus objetivos.

INFORMACIÓN DOCUMENTADA:
información requerida para ser controlada y mantenida por la organización. La información documentada puede estar en cualquier formato y medio pudiéndose referirse al sistema de gestión, a los procesos organizacionales, registros obtenidos, etc.

IMPACTO:
es el efecto que una organización tiene sobre la economía, el ambiente o la sociedad, lo que a su vez puede indicar su contribución al desarrollo sostenible. Estos impactos pueden hacer referencia a impactos positivos, negativos, reales, potenciales, directos, indirectos, a corto plazo, a largo plazo, intencionados o no intencionados.

INOCUIDAD:
inocuidad de los alimentos es la seguridad de que no causarán un efecto adverso en la salud para el consumidor cuando se prepara y/o consume según su uso previsto.

INVERSIÓN SOCIAL PRIVADA:
es el uso planificado, monitoreado y voluntario de recursos privados en proyectos sociales de interés y bien público.

INVERSIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE:
es la inversión que no sólo considera la rentabilidad sino también su impacto social o ambiental, y/o cultural.

OBJETIVO:
resultado a lograr. Un objetivo puede ser estratégico, táctico u operativo. Los objetivos pueden relacionarse con diferentes actividades o procesos que realice la organización pudiendo ser

objetivos financieros, de calidad, de salud y seguridad laboral, ambientales, sociales, etc.

ORGANIZACIÓN:
una entidad o un grupo de personas e instalaciones con responsabilidades, autoridades, relaciones y objetivos comunes. No se consideran organizaciones los gobiernos que, en el ejercicio de sus funciones soberanas (legislativas, ejecutivas y judiciales), elaboren políticas de interés público orientadas al cumplimiento de sus compromisos internacionales.

PELIGRO:
fuente o situación con potencial de daño en términos de lesión, enfermedad, daño a la propiedad, daño al ambiente de trabajo, o una combinación de estos.

PLAN:
documento que describe y analiza los objetivos de una actividad, área, departamento de una organización y todas las acciones a tomar, para que estos objetivos sean alcanzados, reduciendo los riesgos e incertidumbres que contienen tales proyecciones futuras.

POLÍTICA:
intenciones formalizadas de una organización establecida por la alta dirección.

POLÍTICA DE SOSTENIBILIDAD:
intenciones y dirección de una organización, relacionadas con la sostenibilidad y expresadas formalmente por la alta dirección de la misma.

PROCEDIMIENTO:
forma específica de llevar a cabo una actividad o un proceso. Los procedimientos deberían estar documentados formalmente.

PÚBLICOS DE INTERÉS:
individuo o grupo que tiene interés en cualquier decisión o actividad de la organización. Nota: como sinónimos de este concepto se utilizan también “partes interesadas”, “grupos de interés”, “partes implicadas (OIV)”.

REQUISITO:
necesidad o expectativa declarada, generalmente implícita u obligatoria. Implícita significa que es costumbre o práctica común por la organización el logro de un requisito Un requisito especificado está establecido en la información documentada.

RESPONSABILIDAD SOCIAL:
responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente que:
- contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad;
- tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas;
- cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con la normativa internacional de comportamiento; y
- esté integrada en toda la organización y se lleve a la práctica en sus relaciones.

Nota: las actividades incluyen productos, servicios y procesos. Las relaciones se refieren a las actividades de una organización dentro de su esfera de influencia.

RIESGO:
desviación de lo esperado por efecto de la incertidumbre. La incertidumbre es el estado de deficiencia de información relacionada con la comprensión o conocimiento de un evento, sus consecuencias o probabilidad. El riesgo se expresa generalmente en términos de una combinación de las consecuencias de un evento y determinada probabilidad asociada.

SATISFACCIÓN DEL CLIENTE:
percepción sobre el grado en que se han cumplido los requisitos de un visitante o turista. Las quejas de los turistas o visitantes indican en algún grado su baja satisfacción, pero su ausencia no implica necesariamente una alta satisfacción. Incluso, el acuerdo y logro de los requisitos de un visitante es un indicativo de alta satisfacción.

SISTEMA DE GESTIÓN:
conjunto de actividades y elementos interrelacionadas de una organización que interactúan para establecer políticas, objetivos, procesos y resultados. Los elementos del sistema incluyen la estructura, roles y responsabilidades, planificación y operación de la organización. El sistema de gestión puede incluir la totalidad de la organización o actividades específicas realizadas por la misma.

SISTEMA DE GESTIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD:
conjunto de actividades y elementos interrelacionados de una organización para establecer políticas, objetivos, procesos y resultados relacionados a la sostenibilidad.

Fuentes consultadas y referencias bibliográficas

Criterios GSTC para Hoteles Versión 3. Global Sustainable Tourism Council. 2016

Directriz para la elaboración de Reportes de Sustentabilidad en el Complejo Vitivinícola Argentino. Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable. Presidencia de la Nación. 2019.

Directrices de Gestión Ambiental para Municipios Turísticos. Ministerio de Turismo. Presidencia de la Nación.

Directrices de Gestión Turística para Bodegas. Manual de Aplicación. Ministerio de Turismo de la Nación. Dirección Nacional de Calidad Turística. FOMIN. Bodegas de Argentina.

Gastronomía y Hotelería sostenibles: Guía de Buenas Prácticas Ambientales. Villafranca, J. C.

Guía conceptual y metodológica para el desarrollo y la planificación del sector turismo. CEPAL. 2003.

Guía de la OIV de Aplicación de los Principios de la Vitivinicultura Sostenible" Res. OIV-VITI 641-2020. 2020.

Guía para una producción sustentable: sector vitivinícola de la Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable de la República Argentina. 2019.

Indicadores de Responsabilidad Social y Sustentabilidad para el Agro – INDICAGRO. Bolsa de Cereales de Córdoba - IARSE. 2019.

Indicadores ETHOS – IARSE 3.4 Para negocios Sustentables y Responsables. ETHOS - IARSE. PLARSE. 2019.

International Standar. Tourism and related services — Sustainability management system for accommodation establishments — Requirements (2018). International Standarization Organization (2018).

Norma Internacional 26.000 Guía de Responsabilidad social. International Standarization Organization (2010).

Norma Internacional 9000:2015. Sistema de gestión de la calidad. Fundamentos y vocabulario.

Norma Internacional 9001:2015 Requisitos. International Standarization Organization (2015).

Norma Internacional 9004:2015 Gestión de la calidad — Calidad de una organización — Orientación para lograr el éxito sostenido. International Standarization Organization (2018).

Norma Internacional 14.001:2015 Gestión Ambiental. International Standarization Organization (2015)

Organización de las Naciones Unidas (1972). Informe de la Conferencia de Naciones Unidas sobre el Medio Humano, Estocolmo, Suiza.

Organizaciones de las Naciones Unidas (1987). Informe nuestro futuro común, Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo.

Organización de las Naciones Unidas (2012). El futuro que queremos.

Organización de las Naciones Unidas (2015). Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible.

Organización de las Naciones Unidas (2020). Progresos realizados para lograr los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Informe del Secretario General. Consejo Económico y Social.

Turismo 2025 Argentina Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable. Presidencia de la Nación. 2014.

Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y Organización Mundial del Trabajo (OIT) (2009) Trabajo y Familia: hacia nuevas formas de conciliación con corresponsabilidad social Primera Edición.

Protocolo de Sostenibilidad Vitivinícola Cooperativo. ACOVI - INTI - Presidencia de la Nación. Documento Base. 2020.

Turismo Sostenible. Bases para la Recuperación del Sector Turístico desde la Cultura de la Sostenibilidad. Cuadernos de la Cátedra CaixaBank de Sostenibilidad e Impacto Social, N° 52. 2022.

RECURSOS WEB

https://www.argentina.gob.ar/politicassociales/ods

https://www.camaradeturismo.org.ar/

http://www.icta.org.ar/

http://pactoglobal.org.ar/

https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/

https://www.unwto.org/