



**FACULTAD DE TURISMO Y FINANZAS**

**GRADO EN TURISMO**

**Comparativa del desarrollo enoturístico: el caso de dos  
regiones vitivinícolas Mendoza y La Rioja**

Trabajo Fin de Grado presentado por Cristina Durán González, siendo el tutor del mismo el profesor Manuel Luis Pazos Casado.

Vº. Bº. Manuel Luis Pazos Casado

Alumna: Cristina Durán González

D.

D.

Sevilla. Junio de 2018





**GRADO EN TURISMO  
FACULTAD DE TURISMO Y FINANZAS**

**TRABAJO FIN DE GRADO  
CURSO ACADÉMICO [2017-2018]**

TÍTULO:

**COMPARATIVA DEL DESARROLLO ENOTURISTICO: EL CASO DE DOS REGIONES VITIVINÍCOLAS MENDOZA Y LA RIOJA**

AUTOR:

**CRISTINA DURÁN GONZÁLEZ**

TUTOR:

**MANUEL LUIS PAZOS CASADO**

DEPARTAMENTO:

**ANÁLISIS ECONÓMICO Y ECONOMÍA POLÍTICA**

ÁREA DE CONOCIMIENTO:

**ECONOMÍA APLICADA**

RESUMEN:

Este proyecto se basa en una comparativa del desarrollo enoturístico de dos países con una industria vitivinícola muy importante, basado en datos representativos sobre perfil de turistas, regiones vitivinícolas y orígenes entre otros muchos más datos. Para explicar bien todos los detalles del proyecto, se empieza primero con una breve historia sobre los orígenes del vino y su evolución a lo largo de los años hasta nuestros días. Además las actividades derivadas de la industria vitivinícola, cómo es el enoturismo y cómo comenzó a practicarse. Una parte muy importante alrededor de lo que gira el trabajo es también la importancia de considerar al vino no solo como una bebida si no como una referencia de cultura y tradición. En la última parte del trabajo se centra más en dos importantes regiones y sus rutas, fiestas y eventos. Para terminar se hace una reflexión de las similitudes y diferencias más destacadas sobre turismo del vino.

PALABRAS CLAVE:

Vid; enoturismo; vino; enología; Vitivinícola



## ÍNDICE

---

1. CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. PRIMER ACERCAMIENTO .....	1
1.2. OBJETIVOS.....	1
1.3. JUSTIFICACIÓN DE LA RELEVANCIA DEL TEMA ESCOGIDO .....	2
1.4. MARCO TEÓRICO .....	2
1.5. METODOLOGÍA .....	2
2. CAPÍTULO II: LOS ORÍGENES DEL VINO.....	3
2.1. EXPLICACIÓN DE ALGUNAS PALABRAS CLAVE .....	3
2.2. LOS ORÍGENES DEL VINO.....	3
2.3. BREVE HISTORIA DEL VINO EN ESPAÑA .....	4
2.4. BREVE HISTORIA DEL VINO EN ARGENTINA .....	6
3. CAPÍTULO III: DEFINICIÓN Y CONCEPTOS DE ENOTURISMO .....	9
3.1. DEFINICIÓN DEL TURISMO ENOLÓGICO .....	9
3.2. PROCESO HISTÓRICO DEL ENOTURISMO.....	10
3.3. ANÁLISIS DEL SURGIMIENTO Y DESARROLLO DEL TURISMO ENOLÓGICO EN ESPAÑA.....	10
3.4. ANÁLISIS DEL SURGIMIENTO Y DESARROLLO DEL TURISMO ENOLÓGICO EN ARGENTINA .....	12
3.5. EL ENOTURISMO COMO REFERENCIA CULTURA .....	14
4. CAPITULO IV: EL TURISTA ENOLOGICO.....	17
4.1. TIPOS DE TURISTA ENOLÓGICO Y MOTIVACIONES .....	17
4.2. PERFIL DEL ENOTURISTA EN ESPAÑA.....	18
4.3. PERFIL DEL ENOTURISTA EN ARGENTINA .....	19
5. CAPITULO V: RUTAS ENOLÓGICAS .....	21
5.1. REGIONES VINÍCOLAS ESPAÑA.....	21
5.2. REGIONES VINÍCOLAS ARGENTINA.....	22
5.3. LAS RUTAS DEL VINO EN ESPAÑA .....	24
5.4. LOS CAMINOS DEL VINO EN ARGENTINA .....	25
6. CAPITULO VI: ENOTURISMO EN LA RIOJA Y MENDOZA: ANALISIS COMPARATIVO .....	27
6.1. GEOGRAFÍA Y CLIMA DE LA RIOJA.....	27
6.2. GEOGRAFÍA Y CLIMA DE MENDOZA .....	29
6.3. DATOS REPRESENTATIVOS DE LA INDUSTRIA VITIVINÍCOLA RELACIONADA DIRECTAMENTE CON EL ENOTURISMO. ....	31
6.4. ACTIVIDADES Y EVENTOS RELACIONADOS CON ENOTURISMO EN MENDOZA (ARGENTINA).....	32

6.5 ACTIVIDADES Y EVENTOS RELACIONADOS CON ENOTURISMO EN LA RIOJA (ESPAÑA).....	34
7. CONCLUSIONES .....	37
8. BIBLIOGRAFÍA.....	38
ANEXOS.....	41

# CAPÍTULO I

## INTRODUCCIÓN

### 1.1 PRIMER ACERCAMIENTO

A día de hoy vivimos en una sociedad que cambia un ritmo más rápido, el sector turístico especialmente. Las tendencias de la demanda turística son cada vez más exigentes y activas, debido a esto en los últimos años ha tenido lugar la creación de nuevos productos turísticos, en gran medida los relacionados con las raíces locales y regionales, convirtiéndose además en un factor de desarrollo económico territorial que une la cultura con la puesta en valor del patrimonio paisajístico.

Fruto de estos cambios aparece una nueva tipología de turismo, el Enoturismo. Este turismo temático en el más adelante se va a desarrollar un concepto más detallado, supone en cierto sentido la recuperación de la herencia ambiental, cultural y social de ciertas zonas geográficas.

Todos estos cambios mencionados anteriormente traen consigo una vuelta a una revalorización de los sentidos y, en este sentido la gastronomía y el vino, como reflejo de esta experiencia sensorial está adquiriendo una gran importancia.

Cuando se centra esta nueva modalidad en las zonas geográficas, trae consigo además muchas más ventajas, ya que el Enoturismo se mueve sobre todo por zonas rurales ejerciendo un importante papel en su desarrollo, hasta se puede considerar que es una pieza fundamental para garantizar un proceso de desarrollo turístico competitivo y sostenible. Como bien se sabe en los últimos años las zonas rurales han ido sufriendo un progresivo despoblamiento de personas que van en busca de otro tipo de vida, desplazándose a grandes núcleos urbanos. Es precisamente esta modalidad de turismo lo que está trayendo de vuelta a esas mismas personas, que ven las ventajas que tiene la vida en el medio rural impulsando la creación de nuevos puestos de trabajo, la inversión en desarrollar un futuro mejor para las generaciones venideras, para que cuando llegue su hora decidan quedarse también al saber que se les ofrece grandes oportunidades de crecimiento personal y profesional en muchos ámbitos, no sólo dentro de la industria del vino, sino en todo lo que trae consigo dicha actividad, hotelería y restauración, empresas de excursiones y tours, vinotecas, museos y salas de degustación...

En el presente trabajo se pretende desarrollar una comparativa entre dos grandes países como son España y Argentina, donde la industria del vino tiene mucha influencia e importancia, siendo en este caso un gran propulsor el Enoturismo, que da a conocer cada día más las zonas vinícolas y la calidad de sus vinos, además de ser una buena estrategia de crecimiento económico a nivel local.

### 1.2 OBJETIVOS

Los objetivos principales dentro de este proyecto son los siguientes:

1. Explicar y conocer a fondo como llegó el vino a nuestros días y como ha ido evolucionando a lo largo de los años entre estos dos países, así como las sub tipologías que surgieron derivadas de este producto.
2. Determinar conceptos relacionados con enoturismo y desarrollarlos.
3. Comprender como esta nueva modalidad de turismo influye de manera significativa en la industria del vino y en los dos países, además de en la economía local.

4. Analizar los tipos de turistas y sus motivaciones hacia la industria del vino y la cultura local y tradicional de las regiones vinícolas.

### **1.3 JUSTIFICACIÓN DE LA RELEVANCIA DEL TEMA ESCOGIDO**

Este tema fue elegido a raíz principalmente de un intercambio cultural en la ciudad de Mendoza donde el vino es la bebida nacional y es considerada junto con La Rioja y otras 8 ciudades del mundo más una de las “Great Wine Capitals”.

También tuvo influencia el realizar unas prácticas en un bus vitivinícola que recorre las principales bodegas y regiones vinícolas de la provincia, donde se realizan actividades muy didácticas e interesantes sobre esta gran industria.

Pero lo que más motivo este tema del proyecto fue sin duda, una de las asignaturas que se cursa en la universidad de congreso en Mendoza denominada Enoturismo, dictadas por el profesor Rodrigo Lemos, que de una manera muy didáctica contagia su pasión por el mundo el vino a prácticamente a cualquiera que tome clases con él.

Dado que entre España y Argentina existen fuertes lazos, y los dos países son grandes productores de vino y de turismo, además de los conocimientos adquiridos sobre la materia de Enoturismo, el tema resultó muy acertado por ser creativo y original.

### **1.4 MARCO TEÓRICO**

En la actualidad la actividad vitivinícola se ha convertido no solo en un rasgo de identidad cultural de los sitios productivos, sino además en un recurso que comprendido de manera integral constituye la base del desarrollo local, regional y nacional.

Como dice el escritor Damiá Serrano<sup>1</sup> “La noción de viajar a países no es un hecho coyuntural... percibir las culturas locales, los territorios, las tradiciones y las identidades es un fenómeno muy destacado” da la clave de que el turista del vino busca además de conocer la industria vitivinícola de la zona, reconocer la variedad de aspectos que intervienen para hacer única la experiencia. El enoturismo es una modalidad de turismo bastante reciente, que ha sufrido una gran evolución y crecimiento en las últimas décadas y que a muchas regiones les ha generado un gran impulso en su economía.

### **1.5 METODOLOGÍA**

En cuanto a la metodología utilizada en este proyecto, ha sido la recopilación de datos de páginas web en internet, libros de la biblioteca de la universidad de Congreso, y apuntes del profesor Rodrigo Lemos.

Las fuentes de internet son de páginas oficiales de turismo y relacionadas con el vino en su mayoría, prensa digital y artículos de revista. Libros virtuales en formato PDF, estudios e informes realizados por organizaciones tanto públicas como privadas, etc.

---

<sup>1</sup> F. Xavier Medina, Damiá Serrano y Jordi Tresserras (eds.) Turismo del vino, análisis de casos internacionales (Barcelona, UOC mayo 2011)



## **CAPÍTULO II**

### **LOS ORÍGENES DEL VINO**

#### **2.1 EXPLICACIÓN DE ALGUNAS PALABRAS CLAVE**

La vid es considerada un arbusto trepador que necesita del uso de tutores para guiar su crecimiento, ya que si no crece sin control y en todas direcciones. Su fruto es la uva y cada variedad tiene ciertas particularidades y diferencias de textura, color de hojas, tamaño y forma de racimos, gusto y aroma, entre otros.

El vino es definido como la bebida obtenida directamente de la fermentación completa o parcial del mosto de uva o de la uva fresca. Ya se trata de un tipo de materia viva y en constante evolución, varía con el tiempo; además de ser el resultado de un conjunto de factores como son el clima, suelo, método de cosecha y conservación, etc.

En lo referido al campo de la enología, se considera una ciencia técnica y arte de elaborar, conservar y corregir un vino. Diferenciándolo del concepto vitivinicultura, que es el arte y estudio de cultivar la vides ya sea para elaborar vino u otros subproductos derivados de la uva.<sup>2</sup>

#### **2.2 LOS ORÍGENES DEL VINO**

Después de esta breve explicación de las palabras clave que más se encuentran en el proyecto, ya se puede desarrollar mejor cuales fueron sus orígenes cómo llegó a convertirse y a influir de manera notoria en la vida cotidiana de las personas.

Dicho de alguna manera la historia del vino es paralela a la historia de la humanidad, ya que el vino fue evolucionando a medida que lo hacía el hombre, considerando que su descubrimiento y creación se remonta a hace más de 8000 años a.c. Son muchos los pasajes de la historia en los que se ve reflejado el vino como protagonista, así como eventos y fiestas tradicionales de importante relevancia.

Para poder explicar realmente el desarrollo de su historia primero debemos entenderla como la historia de millones de personas, que en su vida cotidiana, fueron aprendiendo e investigando como mejorar la técnica de extraer el jugo de la uva, hasta convertirlo en la calidad de caldos que tenemos hoy día.

Resulta muy difícil determinar con exactitud, cuando fue que el hombre comenzó a usar la vid para la producción de vino. Se presupone que fue cuando el hombre dejó ser nómada y comenzó a asentarse, conformando pueblos y ciudades, dando inicio así también a la agricultura y ganadería. Según los historiadores, lo más probable que debido a una pura casualidad alguien se percató de que el jugo de la vid fermentado producía el vino.

Fue en las zonas entre los ríos Tigris y Éufrates donde se considera que se dieron las primeras civilizaciones, y donde se encontraron los primeros restos y testimonios que se conocen del vino. También en Egipto donde fueron encontradas varias ánforas funerarias con restos de vino.

A lo largo de los años el vino comenzó a relacionarse fuertemente con la religión, ya que se consideraba en muchos casos, una forma de comunicarse con los dioses,

---

<sup>2</sup> Estas definiciones se han obtenido mediante el libro "La vid y el vino" del fondo vitivinícola de Mendoza, en su versión descargable en formato PDF de su página web oficial. <http://www.fondovitivinicola.com.ar/>

siendo considerada durante muchos años, una bebida reservada a sacerdotes y la clase más alta.

Fueron sin duda los romanos, en su incansable búsqueda de conquistar todo por donde pasaban, los que llevaron consigo la cultura de la vid a todos los lugares conquistados, ya que estos fueron considerados muy buenos y reconocidos cultivadores de la vid, desarrollando nuevas técnicas que habían aprendido sobretodo de los griegos, quienes se considera que fueron los primeros expertos vitivinicultores. Aunque fueron los romanos los que le dieron nombre a las distintas cepas de vid, distinguiéndolas y clasificándolas.

En cuanto al transporte y comercialización, se realizaba mayormente por mar y río, ya que en un inicio, era propio el uso de ánforas para su transporte, siendo un material muy frágil de transportar por tierra. Es por eso que la invención de los toneles de madera (de la mano de los galos), fomentó más el transporte por carreteras, marcando un antes y un después en la historia, ya que el vino llegaba a más lugares, y por consiguiente a más personas.

Durante la edad media el consumo de vino aumento no solo entre la clase alta, como solía ser, si no que empezó a convertirse en la bebida por excelencia de todas las clases sociales. Las condiciones de higiene de la época eran nefastas, la mayoría de las enfermedades se transmitían por el agua, es por esto que consumían vino al considerarlo una bebida sanatoria, e incluso algunas veces lo usaban para curarse heridas. Fue en esta época en la que el consumo se disparó y extendió por toda Europa, considerándose una bebida más refinada que la cerveza.

Los monasterios cistercienses y benedictinos fueron centros importantes de cultivo y elaboración, sobre todo el Francia. Fueron estos los que continuaron con una labor parecida a la que tuvieron los romanos, de propagar el método de cultivo y elaboración más efectivo de le época o todos los rincones donde llegó el cristianismo, con la necesidad de elaborar el vino para sus misas, como fue el caso de las américas.

Así fue como a lo largo de historia hasta nuestros días el arte de elaborar vino, fue trascendiendo de generación en generación, reinventándose cada vez más, con nuevos métodos, nuevas maquinarias y procesos de elaboración, llegando cada vez más lejos.

### **2.3 BREVE HISTORIA DEL VINO EN ESPAÑA**

España es un icono muy representativo de la cultura del vino, su tradición y desarrollo han permitido servir como modelo a otros países productores, entre ellos Argentina. Cuenta con la extensión de viñas plantadas más grande registrada en un país (casi 1.2 millones de hectáreas de viñedos), y con una producción que se coloca en la tercera posición mundial, después de Italia y Francia.

En España especialmente en La Rioja se desarrolló una emblemática producción del vino. Esta fue una de las primeras regiones donde se comenzó a embotellar el vino, alrededor del s. XIX marcando así un punto de diferenciación entre los vinos a granel, que se transportaban en barricas en grandes cantidades, a los vinos embotellados donde la calidad era muy superior.

Si nos remontamos más atrás en la historia se tiene registros de que fueron los fenicios, en su conquista del territorio español, los que introdujeron en un principio la cultura de la vid. Más tarde como bien se menciona más arriba los romanos expandieron no solo el cultivo sino también las técnicas enológicas más avanzadas, ya que tenían la necesidad de abastecer su vasto imperio y sus legiones, contribuyendo así a extender e intensificar el tráfico comercial que fueron alcanzando los vinos españoles.

Tras los romanos, llegó la conquista árabe, etapa donde la elaboración y consumo de vino descendió de una manera alarmante debido a la prohibición en el Corán de la ingesta de bebidas alcohólicas. Aunque se seguía consumiendo en menor medida

durante el dominio árabe el cultivo de la vid quedó casi reducido a su consumo en forma de fruta o pasas de uva.

Con la reconquista de los Reyes Católicos, la producción y consumo de vino vivió una época de esplendor, donde se convirtió incluso en un símbolo para la religión predominante (como ya fue con muchas otras anteriormente), que era el cristianismo, simbolizando la sangre de cristo, destacándose el Camino de Santiago como un gran propulsor de la cultura del vino ya que fue por donde se introdujeron además distintas variedades de vid, sin olvidarse de la importancia también de los monasterios donde tenían la necesidad de producir el vino para los ritos religiosos. Estos conservaron durante muchos años las mejores técnicas de producción vinícola, alrededor de las abadías y monasterios llegando a considerarse unos vinos de muy buena calidad, gracias al empeño y dedicación de los monjes y misioneros.

Con el descubrimiento del nuevo mundo conquistadores y misioneros llevaron entre otros productos, vides europeas a las nuevas tierras. Ya en América existían entonces otras variedades silvestres de vides denominadas “vitis silvestre” con las que convivieron estas cepas europeas, entre otras muchas variedades de cultivos.

Los suelos fértiles del nuevo mundo fomentaron la exportación de productos entre distintos países, España pasó a ser más dependiente de los ingresos de sus colonias, en gran parte con la exportación de vino a las Américas fue por esto que cuando comenzó a surgir una gran producción de vino en países como México, Perú, Chile y Argentina, fue percibida por los reyes como una amenaza a estos ingresos, limitando su venta y comercialización e imponiendo elevadas tasas de impuesto al comercio interior de su propia producción, llegando incluso a lanzar un decreto en el que se prohibía la expansión de viñedos en todo lo que fue el virreinato del Perú aunque esta prohibición fue ignorada en cierta medida.

Lo que menos imaginaron fue que a largo de todas estos viajes y exportaciones de cultivos, también traían consigo plagas, como fue la terrible plaga de “Filoxera”, un mal que asoló los viñedos primero de Francia y España. Aunque no todo fue tan malo para España donde gracias a la orografía de la península y a las grandes distancias que existían de una zona vinícola a otra, la Filoxera llegó unos años más tarde a nuestros viñedos, lo que fomentó que los vitivinicultores franceses obligados a cubrir las necesidades de producción, recurrieran a los viñedos españoles comenzando así una vinculación comercial con la que España se benefició de nuevos varietales, técnicas y maquinaria vinícola quedando las técnicas de vinificación y cultivo que habían instaurado y compartido, con los viticultores locales hasta nuestros días.

Pero cuando la plaga finalmente llegó a todo el territorio español sumió al mundo del vino en una etapa oscura que sumado a la llegada de guerras y abandono de viñedos, provocando un descenso muy considerable de la producción y consumo de vino.

En poco tiempo encontraron una solución finalmente siendo la misma cepa de “Vitis silvestre” que había traído la plaga, que era inmune, la que mediante un injerto resolvió el problema a esta etapa oscura del vino. Hoy en día es muy un método muy común el injertar la “vitis vinífera” que es la que se usa para la producción de vino de calidad, en el tronco de la “Vitis silvestre”, consiguiendo así la misma calidad de vino, en un planta más fuerte y resistente.

El fin del S.XIX vio el nacimiento de la industria del vino espumoso en España con el desarrollo del cava en Cataluña, estableciéndose más adelante el sistema de “Denominaciones de origen”, que en un inicio, comenzó en La Rioja en 1926. En años siguientes, se fueron iniciando las primeras cooperativas, comenzando la venta con nombres genéricos.

Se considera que fue en los años 70, cuando el viñedo español comenzó su posicionamiento a nivel mundial, a un ritmo acelerado, y ya en los 80, tuvo lugar la

denominada “revolución silenciosa del viñedo español”, donde una segunda generación de bodegueros, aprovechando los nuevos avances en tecnología y nuevas técnicas, dieron un fuerte impulso en lo relacionado con los resultados de explotación de la calidad final.

En la actualidad, el viñedo español proyecta una imagen de cantidad y calidad, que lo colocan en una de los mejores posicionamientos de competitividad, en el panorama mundial.

## **2.4 BREVE HISTORIA DEL VINO EN ARGENTINA**

Gracias a la gran riqueza de los suelos del nuevo mundo la vid llega a América, entre otros muchos cultivos como, el olivo, trigo, etc., siendo estos cultivos destinados en un primer momento a abastecer a las poblaciones y al comercio local, pero con el transcurso de los años estos cultivos empezaron a generar suficiente excedente como para exportar a Europa.

En su segunda visita a las Américas fue cuando las flotas de Colon llevan por primera vez vides al nuevo mundo, pero su cultivo resulto muy difícil debido al clima y fenómenos meteorológicos, por lo que se vieron obligados a ir probando diferentes lugares a medida que descubrían nuevos territorios. Uno de los primeros lugares donde el cultivo de la vid empezó a dar sus primeros frutos, fue en Perú, siendo en el S.XVI cuando se obtuvieron las primeras cosechas.

Fomentado por el consumo especialmente de vino y pasas como alimento calórico por parte de los soldados, muchos otros conquistadores trajeron consigo pasas de las que luego extraía las semillas, ayudando así a su propagación por el continente además del cultivo alrededor de iglesias y monasterios por parte de los misioneros, como elemento importante en las misas.

En cuanto a Argentina fue en las provincias de Mendoza y San Juan donde implantaron los primeros viñedos, principalmente entre los años 1569 y 1589, favorecidos principalmente por las óptimas condiciones climáticas y de calidad del suelo andino, que dio lugar con el transcurso del tiempo, al desarrollo de una gran industria, transformando la aridez de esta zona en verdes y extensos oasis.

En la provincia de Mendoza más específicamente cuenta a día de hoy, y desde la época colonial con la mayor extensión de viñedos del país. El aislamiento de la nueva ciudad, separada de su entonces capital Santiago de Chile por la cordillera de los Andes, junto con la necesidad del consumo diario incentivó de una manera notoria la industria vitivinícola, dejando de ser una actividad artesanal y doméstica para convertirse así, a finales del S.XVI en una actividad económica fundamental.

Por otro lado la llegada en masa de inmigrantes europeos huyendo del hambre y las miserias de la guerra, encontraron en Argentina una segunda oportunidad donde se les hizo la promesa de prosperidad económica y paz. Su llegada fue realmente decisiva para la etapa fundacional de la industria vitivinícola argentina, ya que tuvieron una importante influencia en el plano industrial las estrategias comerciales e incluso como no en la arquitectura y el urbanismo.

En esta nueva etapa se les ofrecieron grandes extensiones de tierra que todavía permanecían inexploradas, que junto con la apertura de fronteras agrícolas gracias a las inversiones de capitales británicos en kilómetros y kilómetros de ferrocarril, unificaron el mercado interno además de que fue un elemento fundamental para la gran industrialización de la vitivinicultura, ya que la llegada del ferrocarril permitió el transporte de grandes maquinarias más modernas además claro está de servir para la comercialización a gran escala de la uva y el vino.

Esta época de migraciones masivas se dio en a la misma vez que la plaga de la filoxera arrasaba con los viñedos de Europa, lo que incentivó aún más que los

vitivinicultores abandonaran las cepas que allí estaban muriendo, por las nuevas perspectivas que se les abrían en estas lejanas tierras de las que todo el mundo hablaba y donde la vid había arraigado con mucha fuerza debido a sus óptimas condiciones para su desarrollo.

Todos estos inmigrantes trajeron además consigo, mano de obra de obra cualificada, ya que habían aprendido y desarrollado las tareas vitivinícola en el marco de una larga tradición histórica, lo que les atrajo en su mayoría a las provincias de Mendoza y San Juan ya que eran y siguen siendo zonas de producción vitivinícola por excelencia.

A día de hoy la inversión extranjera y la herencia de todos esas personas que una vez encontraron en la Argentina su segundo hogar, perdura dando forma al estilo de comercialización, técnicas de elaboración y tradiciones.



## **CAPÍTULO III**

### **ENOTURISMO**

#### **3.1 DEFINICIÓN DE TURISMO ENOLÓGICO**

La OMT define al turismo (1994) como un “conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes a lugares distintos de su contexto habitual, por un período inferior a un año, con propósito de ocio, negocios y otros”.

En lo referente al Enoturismo el término “Eno” proviene del griego “vino”, y es en la última carta Europea de enoturismo, de diciembre de 2015 donde se da una primera definición oficial a través de la organización VINTUR que considera que el Enoturismo es “el desarrollo de las actividades turísticas y de ocio y tiempo libre dedicadas al descubrimiento y disfrute cultural y enológico de la viña, el vino y su territorio.

Los firmantes de dicha carta, acuerdan participar en el desarrollo del enoturismo bajo los siguientes compromisos:

- Promover en el ámbito local una estrategia a favor de un desarrollo del enoturístico sostenible.
- Desarrollar la cooperación entre el sector público y privado repartiendo responsabilidades.
- Definir una estrategia común plurianual recogida en un programa propio de desarrollo turístico.
- Formar a los protagonistas siendo la formación de agentes y operadores de vital importancia para obtener los niveles de calidad deseados

Es desde entonces que el enoturismo se considera una modalidad de turismo, como ya lo son el turismo rural, sol y playa y demás, debido a que las actividades son específicas y atienden a las motivaciones de viaje particulares de acuerdo a la demanda.

Entre estas actividades relacionadas con Enoturismo, se incluyen:

- Recorridos por bodegas y viñedos (cabalgatas, paseos en bicicleta, etc.)
- Gastronomía
- Alojamiento en bodegas
- Degustaciones dirigidas
- Cursos de cata
- Tratamientos de spa con derivados de la uva
- Otros

Hoy en día el perfil del turista está más centrado en obtener experiencias personalizadas, tomar más contacto con la cultura local probar su gastronomía y ser partícipe de un proceso productivo, como es la visita a bodegas o fábricas de aceite.

Se puede decir que el Enoturismo es un producto ideal para satisfacer estas expectativas ya que el turista no sólo se acerca a las bodegas para hacer un recorrido y degustar los vinos, si no que existen muchas actividades entorno al mismo, permitiéndoles experimentar “la esencia de un viñedo de la elaboración del vino, de los sentidos y el placer”.

Dentro de todas estas actividades relacionadas con la experiencia enoturística, los turistas pueden además ser partícipes de la cosecha de la uva, aprender sobre el

sistema de poda y conducción, interactúan incluso creando sus propios vinos genéricos, maridan los vinos de la zona con la gastronomía sugerida, se alojan entre viñedos, etc. El turismo del vino es sensación en su máxima expresión.

De todo esto lo que se puede deducir, es que el Enoturismo no está dirigido a un tipo de turista espectador donde mira al mundo del vino desde un escaparate, sino que quiere participar e integrarse en un estilo y forma de vida, comprometiendo todos sus sentidos buscando una experiencia y vivencia única, formando parte del proceso del vino para entender su significado.

### **3.2 PROCESO HISTÓRICO DEL ENOTURISMO**

El origen del turismo del vino resulta muy difícil de establecer, ya que además es un término definido muy recientemente y una modalidad relativamente joven.

Con el desarrollo del turismo a mediados del S.XX, se fueron consolidando propuestas relacionadas con el mundo de los vinos. Algunas bodegas comenzaron a abrir sus puertas al turismo al ver todo lo que este nuevo concepto les aportaba, brindando ofertas de paquetes enoturísticos.

Es así como comenzaron a reconvertir parte de sus instalaciones en lujosos hoteles e infraestructuras dedicadas exclusivamente al turismo, integrándose estos conjuntos con las bodegas y viñedos. De esta manera pudieron comenzar a ofrecer no sólo una sencilla y típica visita a la bodega, si no la experiencia de rodearse de todo el proceso de elaboración y crianza de los vinos.

A su vez algunas denominaciones de origen comenzaron a poner en valor su patrimonio histórico y museístico sobre el mundo del vino, poniendo a disposición tanto para de los amantes como aficionados de la cultura del vino de centros de interpretación y museos donde poder ampliar sus conocimientos o simplemente disfrutar del material que se expone en los mismos.

El progresivo aumento por el interés en el conocimiento de los vinos también encuentra un fundamental aliado en los medios de comunicación, prensa, radio y sobre todo televisión y cine. Es precisamente en el último tercio del S.XX cuando empezaron a aparecer revistas especializadas, en las que se recomiendan determinados vinos y destilados, evaluando y describiendo las catas de los mismos.

Fueron incluso series de televisión famosas, como Falcon Crest las que motivaron a la población a interesarse aún más por el mundo del vino, esta producción estadounidense de los años 80, narraba las vicisitudes de dos familias de vitivinicultores californianos enfrentados fue una de las primeras difusiones dirigidas a un amplio público.

El turismo enológico es una auténtica y prometedora realidad, ha sido en estos diez últimos años del S.XXI donde se ha constituido un despegue de esta modalidad, evolucionando y reinventándose a cada paso.

### **3.3 ANÁLISIS DEL SURGIMIENTO Y DESARROLLO DEL ENOTURISMO EN ESPAÑA**

Como ya se menciona anteriormente los inicios del enoturismo son difíciles de establecer, pero en España más concretamente existieron varios viajeros que dejaron sus reseñas en famosos libros, donde también se encuentran sus visitas a bodegas.

Se podría calificar como uno de los primeros turistas del vino al británico James Busby que en el primer tercio del S. XIX recorrió las bodegas y viñas jerezanas. Aunque en este siglo el viajero más notorio fue Richard Ford quien no sobresalió en elogios sobre los vinos españoles. Otro de los viajeros a destacar, fue el escritor



español Joaquín Belda que visitó las principales bodegas españolas en 1927 y cuyas experiencias plasmó en su libro *Vinos de España*.

En España se destacó como precedente las bodegas de Jerez. Estas empresas siempre contaban con grandes espacios ociosos en donde ya se podía degustar vinos acompañándolos con frutos secos y jamón ibérico. Este espacio se reservaba principalmente para los profesionales, importadores y periodistas invitados, ya fuera colectivamente por el Consejo Regulador o bien por los propietarios de la bodega. Aunque en ese época era un privilegio cerrado al público en general, convirtiéndose en un coto cerrado de intercambios comerciales o de relaciones públicas con la prensa.

En estos comienzos el resto de zonas vitivinícolas se encontraban prácticamente ocultas al ojo del visitante. No había más cabida que para entender las bodegas como grandes zonas de producción industrial y trabajo y no de ocio, donde el acceso a estas instalaciones solo tenía el objetivo de realizar alguna operación mercantil, que rentabilizara esa visita excepcional. Aunque en algunas zonas rurales había excepciones como era la venta de vino a granel a los lugareños de la zona, que iban con sus propias garrafas.

España siempre fue un destino para el turismo muy demandado pero en las últimas décadas especialmente sufrió un crecimiento vertiginoso, lo que fomentó aún más la inversión en enoturismo en las zonas vitivinícolas. Rápidamente se crearon las rutas del vino y los bodegueros y empresarios se dispusieron a rehabilitar las instalaciones para crear escenarios de ocio compatibles con la actividad laboral. Aunque fue un largo camino que hoy día todavía siguen transitando para conseguir mejorar en lo máximo posible la oferta, avanzando para obtener mejor calidad de servicio y sobretodo comprometiéndose a conseguirlo de una manera sostenible.

Todo esto ligado a la actual difusión sobre estudios científicos que avalan el vino, sobretodo el tinto como saludable (cuando es consumido con moderación), han elevado su consumo y clara aceptación hacia un público que no ha estado tanto en contacto con la industria vitivinícola, incentivando así su interés por ella.

Sin duda otro papel muy importante, es el que tienen los profesionales de la venta y atención al cliente que han sabido dar difusión a toda la tan amplia oferta de turismo de vino, aparte de consejos reguladores de las denominaciones de origen que en nuestro país juega un papel muy importante.

Hoy en día el enoturismo se ha convertido en toda una moda, llevando a sus seguidores a conocer de primera mano la cultura del vino. La oferta ha crecido en los últimos años en prácticamente todas las comunidades autónomas, algunas comarcas incluso han constituido consorcios para promocionar sus rutas enoturísticas. Visitas a museos del vino, cursos de iniciación a la cata, llegando incluso su promoción al extranjero, gracias a touroperadores y agencias de viajes especializadas como lo es por ejemplo Via Vinum. Este tipo de negocio además que no deja de operar durante todo el año, teniendo sus temporadas altas en época de vendimia especialmente, ya es cuando más se puede ver en estado puro el funcionamiento de la bodega.

El enoturismo va más allá de la simple venta de vinos, llegando a crearse otro tipo de instalaciones que forman parte de un plan de marketing completo enfocado a la industria vitivinícola y su promoción. Actualmente se puede hablar de que las bodegas se han reconvertido en shoppings enológicos, donde no sólo se vende vino si no todo tipo de productos relacionados con la marca de la bodega, como prendas de ropa, utensilios para servir vino, etc.

Por otro lado la arquitectura ha tenido una gran relación con el enoturismo uniendo la visita a verdaderos monumentos arquitectónicos, de grandes profesionales de reconocido nombre en todo el mundo, con la pasión por los vinos y todo lo que lo envuelve. Las más famosas y reconocidas son entre otras la bodega Marqués de Riscal de Fran Gehry, Ysios de Santiago Calatrava, Señorío de Arínzano de Rafael

Mone , Viña Real por Phillippe Mazières, etc. Es en parte gracias a este tipo de bodegas e inversiones a las que se les debe una parte del mérito, como precursoras del fenómeno del turismo del vino.

El panorama vitivinícola español está siendo testigo aun a día de hoy, de grandes inversiones al sector en forma de infraestructuras y tecnología, con la construcción de cada día más numerosas bodegas cada vez más modernas e innovadoras así como de grandes hoteles de Enoturismo y especiales y novedosas acciones a través de eventos y páginas web.

### **3.4 ANÁLISIS DEL SURGIMIENTO Y DESARROLLO DEL ENOTURISMO EN ARGENTINA**

Argentina y España no difieren mucho en lo que desarrollo enoturístico se refiere, ya es un movimiento que se da prácticamente al mismo nivel. Al igual que en España establecer cuando comenzó esta nueva modalidad es bastante difícil ya que también es bastante reciente, fue en los años 90 y principios del S.XXI con la reconversión vitivinícola, el desarrollo de nuevas tecnologías, la promoción y difusión de la cepa Malbec por excelencia y la apertura al mercado internacional, lo que llevo a las bodegas de la provincia de Mendoza especialmente, a incorporar la noción de turismo y a considerarlo como una unidad estratégica de negocio una herramienta de marketing y posicionamiento de marca.

Durante décadas el vino estaba entre las bebidas de preferencia de consumo de los argentinos e inmigrantes, que llegaban en masa con una costumbre y cultura mediterránea de beber vino. Sin embargo en los últimos años en consecuencia de un cambio de hábitos la considerada bebida nacional (declarada mediante la ley 26870, del 3 de julio de 2013) fue perdiendo espacios debido a productos sustitutos que se encuentran en otros rangos de precios como es la cerveza, pero creció mucho en vinos de calidad.

En la década de 1970 el consumo de vino per cápita en la Argentina alcanzaba aproximadamente 90 litros por año. Eran épocas en las que se priorizaba lo industrial, cantidad antes que calidad, siendo el vino la principal bebida en la mesa de las familias.

A día de hoy priorizan más calidad que cantidad, se paga más por un vino y se tiene mejor predisposición a invertir en vivir experiencias ligadas a él. El Enoturismo va de la mano de una manera muy fuerte con el crecimiento de la valoración del vino, como una experiencia vital que todos deberían experimentar el algún momento de su vida.

Con la llegada de nuevas inversiones en territorio argentino, se desarrollaron bodegas con una arquitectura muy preparada para el recibimiento y atención de los visitantes salas de degustación, recorridos turísticos, museos del vino, restaurantes, alojamientos y hasta espacios de arte en algunas de ellas. De esta manera entendieron que el turismo no era solo u punto de venta más sino que es además una forma de publicidad directa de su marca, sabiendo adaptar sus espacios para satisfacer las necesidades de la demanda.

Cuando se funda Bodegas de Argentina, asociación que trabaja desde finales de los años 90 en el desarrollo del turismo en las bodegas, une a la mayoría de las principales bodegas de todo el país y a bodegas medianas y pequeñas que representan casi el 70% de los socios de la entidad.

Luego de un complejo proceso de crecimiento y consolidación de la actividad, incorporó en su metodología de trabajo a todos los actores que conforman el Enoturismo. Cuenta con más de 250 empresas de todas las zonas vitivinícolas y fueron los que realmente iniciación una apertura de los mercados internacionales y del turismo del vino.

Fue en los últimos años del presente siglo sobre todo donde más se ha desarrollado el enoturismo. En 2006 Bodegas de Argentina y los Gobiernos Nacionales y Provinciales de las provincias vitivinícolas, trabajaron para desarrollar el Plan de Consolidación del Enoturismo en Argentina, financiado por el Banco Interamericano de Desarrollo Social. Este se dividió en cuatro etapas:

- Estudio de la oferta y demanda internacional del modelo turístico del vino
- Desarrollo de productos enoturísticos y rutas asociadas
- Programa de calidad
- Plan de comunicación y marketing

Este plan trajo consigo la posibilidad de generar riqueza y empleo genuino, al desplegar una política en la que el sector público y privado trabajan juntos.

En cuanto a la legislación turística del enoturismo, en Mendoza es la número 5.349 con sus correspondientes decretos, prueba el crecimiento que tuvo la actividad en estos últimos 15 años. En el artículo 1º de la mencionada resolución se define al Enoturismo como “todas las manifestaciones culturales asociadas al vino, actividades educativas y culturales relacionadas con el aprendizaje y conocimiento, la visita a bodegas y demás espacios patrimoniales relacionados con la vitivinicultura, como así también la realización de acciones de esparcimiento y diversión en conexión con el mundo del vino”

En la misma también se establece a la Dirección de Servicios Turísticos como el organismo de donde se deben registrar las bodegas con apertura turística y los requisitos a ser cumplimentados.

Otro de los antecedentes del desarrollo que ha tenido el sector en estos últimos años son Las Directrices de Gestión Turística para Bodegas. Estas fueron implementadas a partir del año 2011 y desarrolladas de forma conjunta con Bodegas de Argentina y el Ministerio de Turismo de la Nación. Estas directrices señalan y especifican las pautas de acción bajo la forma de recomendaciones, para implementar con éxito una gestión integrada del producto enoturístico.

En Argentina existen diferentes regiones en las que se está cultivando la vid y donde el turismo del vino tiene una evolución diferente, en función del desarrollo vitivinícola de cada una. Hoy en día la oferta de bodegas abiertas al turismo en prácticamente todas las provincias, mantiene un crecimiento constante y uno de los motivos de este gran impulso que tomó la actividad durante el desarrollo del Plan de Consolidación para el Enoturismo, complementado con diversas condiciones del mercado del turismo en general permitió que una gran cantidad de bodegas descubrieran la importancia de ser parte de este fenómeno mundial.

Todo esto ha generado más agencias de viajes receptoras trabajando paquetes enoturísticos cada vez más innovadores e interesantes, hecho a medida de los visitantes. Incluso desde algunos años hay agencias receptoras que se dedican exclusivamente al turismo del vino.

De manera simultánea también se percibió un aumento en la apertura de alojamientos capaces de albergar un mayor número de turistas en las zonas vitivinícolas.

La gastronomía local cada vez es más sofisticada y hecha a medida para maridar con las diferentes cepas. La mayoría de los restaurantes en bodegas o en regiones vitivinícolas han renovado sus cavas y muchas ya han incorporado “wine bars” (bares de vino). De igual manera ha ocurrido también en las regiones consumidoras de vino, lo que ha originado a que cuando el enoturista arriba a estos lugares ya sabe cómo y dónde pedir y consumir. Gestando de esta manera un nivel de exigencia de calidad de servicios, que favorece la competitividad general de la actividad.

Precisamente la mejora de calidad entre otras cosas de la mano de obra, es otro de los recursos importantes, gracias a las muchas universidades y centros de estudios incorporaron el turismo a su oferta académica de hecho hay universidades donde se estudian licenciaturas de turismo con orientación al Enoturismo, una tendencia que permite incorporar a nuevos profesionales con una preparación técnica específica en la oferta de servicios que esta actividad exige.

El interés que despierta en sí el mundo del vino, requiere una nueva concepción de bodega que integre un circuito de visitantes en los habituales recorridos que sigue el producto desde la recepción de la uva, hasta su distribución. Teniendo en cuenta que en este tipo de circuitos la actividad técnica que se desarrolla dentro de las bodegas, no sea interrumpida con la llegada de turistas, permitiendo un recorrido ordenado, limpio y seguro, que ofrezca una imagen que enriquezca a la elaboración de forma que todo el conjunto hable de la calidad del vino.

Sin perder de vista la importancia que ya de por sí tiene una bodega en la actividad, se entendió que los distintos componentes del turismo debían ser parte de una organización como es hoy día Bodegas de Argentina, junto con representantes gubernamentales, municipales, operadores especializados, hoteles, prestadores de servicio y numerosas cámaras empresarias, se suman día a día a la construcción de un Enoturismo variado de calidad y creador de valor para la industria vitivinícola.

Al igual que en España la arquitectura es un complemento indispensable del Enoturismo en Argentina, prácticamente se ha constituido como un elemento clave de la transformación del enoturismo siendo un atractivo que capta al enoturista ya que, este tipo de arquitectura siempre se encuentra íntimamente relacionado con el paisaje, del cual no se puede separar.

En resumidas cuentas la arquitectura a día de hoy es uno de los platos fuertes del turismo del vino, ya que en muchos casos ha brindado edificios inimaginables unas veces patrimoniales y otras vanguardistas, donde se ha cuidado hasta mínimo detalle y diseño es por esto que en Argentina son llamadas "Catedrales del vino"

### **3.5 EL ENOTURISMO COMO REFERENCIA CULTURA**

Desde un punto de vista vender vino es vender cultura y con esto, vender identidad de un territorio y de un paisaje característico.

Los turistas de vino buscan experiencias únicas y auténticas, a través del consumo de productos locales de las zonas vitivinícolas aproximándose de esta manera a la cultura del lugar, realizando un intercambio de experiencias con las personas, la gastronomía, tradiciones y por supuesto el vino del destino turístico.

Se entiende entonces que la visita a bodegas es de alguna forma una contribución de manera clara a la transmisión de esta cultura, siendo este fenómeno apreciado como una regla generada por el modelo de una conducta social, destacando los atributos claves que ha de tener un destino enoturístico como son la estructura, el espacio, la región, la calidad de la uva, la naturaleza del entorno y las costumbres.

Es muy importante aprovechar el enoturismo como una manera de fomentar y dar a conocer el arte y la cultura, procurando dar en la medida de lo posible un aporte histórico a través de visitas guiadas por bodegas y monumentos antiguos cercanos, destacar la arquitectura sobresaliente en parques, jardines y viñas, incluso poder disfrutar de una exposición de arte dentro de las mismas bodegas. Todo lo que al final resulte el fomentar las experiencias no solo relativas al vino si no al ambiente que la rodea y a la cantidad de ofertas que tiene, música en vivo, teatro o cine entre viñedos, entre otros, ya que no hay un mejor lugar para relajarse que con una copa de vino.

No se puede pasar por alto tampoco el aporte de experiencias innovadoras con espacios interactivos para presentar al vino como una experiencia multisensorial, desde la viña y la elaboración hasta la degustación final.

Gracias a los productos locales de una región vitivinícola es como se puede crear una identidad propia y singular, consiguiendo además unos recursos económicos que serían más difíciles de obtener por otros medios menos innovadores y que resultan muy vistos al público en general.

Se encuentran muchas referencias a la importancia que tiene el buen uso de los recursos que nos da la cultura, que cada zona o región tiene a su alcance ayudando al óptimo desarrollo del enoturismo en este caso y completando la fascinante experiencia del vino. Sin ninguna duda el arte es un complemento ideal para esta actividad.

Es a través de la iniciativa que han tenido varios de los grandes países productores de vino como son España y Argentina, que han invertido y confiado en la importancia de contar con museos del vino dedicados a la promoción de la cultura vitivinícola. En un posicionamiento general, la propuesta para los visitantes sería la de redescubrir la cultura del vino originada en sus inicios en el Viejo Mundo a través de la tradición, la historia, la diversidad, el encanto y la pasión del exótico y seductor Nuevo Mundo.



## CAPITULO IV

### EL TURISTA ENOLOGICO

#### 4.1 TIPOS DE TURISTA ENOLÓGICO Y MOTIVACIONES

El turista del vino atrae todo tipo de viajeros diferentes por todo el mundo es por esto que resulta bastante difícil clasificar los tipos de turista del vino, ya que se considera que hay tantos tipos de turista como motivaciones de viaje.

El profesor Rodrigo Lemos propone la siguiente clasificación:

- El especialista o enófilo quien es un gran conocedor de vinos y su principal motivación es aprender más y poder degustar variedades diferentes de las que ya conoce.
- El amateur, este tipo de turista no es un gran conocedor de vinos pero le gusta saber y profundizar acerca de su conocimiento, su principal motivo de viaje es conocer y disfrutar de la cultura.
- El principiante a este grupo pertenecen todos los que viajan con una motivación diferente a la de conocer vinos. El motivo de viaje en sí mismo es ir de vacaciones e incluyen en su recorrido una visita a bodegas entre otras de sus muchas actividades.

No muy alejada de esta clasificación y entre las que se encuentran muchas más, se pueden destacar informes como, "Who is the wine tourist?"<sup>3</sup> (¿Quién es el enoturista?), estudios donde se analiza la segmentación psicológica del enoturista y consideran sus valores, actitudes y estilos de vida, agrupándolos en cuatro clases de turistas:

- Amantes del vino: personas que tienen una amplia educación en temas enológicos y que además es su principal motivación de viaje, catar vinos, comprar botellas y aprender del lugar, además claro está de disfrutar de la gastronomía local.
- Entendidos del vino: este grupo de turistas no tienen una educación tan amplia sobre enología, pero están puestos en el tema. Suelen tener una formación universitaria y su motivación principal es sobre todo poder experimentar todo lo que han leído en publicaciones y estudios al respecto.
- Interesados del vino: estos no tienen ninguna formación técnica en enología, pero si les interesa bastante el mundo del vino de manera autodidacta. Su principal motivación es la visita a bodegas y zonas vitivinícolas pero más como un complemento a otras actividades turísticas.
- Iniciados al vino: individuos que están descubriendo el mundo el vino que llega a ellos mediante publicidad, publicaciones, recomendaciones de amigos, etc. Su motivación del viaje es diferente pero aceptan dedicar unas horas a la visita de bodegas o consumo de vinos.

Existen múltiples maneras de caracterizar al enoturista, dependiendo también de que zonas visite, ya sea Europa o las nuevas zonas productoras. Siguiendo a Mitchell et al, cita varios ejemplos en una investigación italiana basada en el estilo de vida y da cuatro tipos de enoturistas:

- Profesionales: de entre 30 y 45 años, conoce los vinos de la zona que visita y otros del mundo. Puede discutir con el bodeguero y juzgar de una manera competente las virtudes y faltas de un vino.

---

<sup>3</sup> Charters y Ali-Knight, Who is the wine tourist? (2002 Volumen 23 de Tourism Management)

- Apasionado neófito: de entre unos 25 a 30 años, bien situados económicamente les gusta el vino y lo asocian con compartir con amigos. Disfruta de la comida y de explorar el campo. Generalmente viaja en grupo con amigos entre los que siempre cuenta con un gran entendido. Le motiva aprender más sobre el tema pero es menos serio que el profesional.
- Parásito: con una edad comprendida entre 40 y 50 años, con buena situación económica, es atraído por los vinos y tiene algún conocimiento sobre el tema. Se conforma con los conocimientos básicos y es influenciado por los comentarios de los demás. Lo que más le llama la atención son las grandes marcas de renombre y suele pedir descuentos.
- Bebedor: de entre 50 y 60 años, visita bodegas en grupos de turistas durante el fin de semana. Para este tipo de enoturista la visita a bodegas es una alternativa al bar. Bebe bastante vino y suele pedir más, también pide comprar en envases grandes e incluso barriles.

Hay que tener muy en cuenta que dependiendo del consumidor es necesario ofrecer unas actividades u otras. Sobretodo saber clasificar al turista que viene y en función a eso adaptar el producto y el servicio turístico.

#### **4.2 PERFIL DEL ENOTURISTA EN ESPAÑA**

Es gracias a el último informe sobre la demanda de turismo del vino de la Asociación Española de Ciudades del Vino, realizado a través del Observatorio Turístico de las Rutas del Vino de España, que se puede definir más y mejor el perfil del enoturista en nuestro país.

A raíz de este estudio podemos sacar en claro que el enoturismo está considerado como una escapada turística breve, de fin de semana, asociándolo con puentes y días festivos.

El gasto medio total está en unos 150€/día aproximadamente cifra que está muy por encima del gasto medio diario del turista extranjero, que está en unos 130€/día, según la última publicación del INE-EGATUR 2016. Posicionándose mucho más por arriba del gasto medio diario de un turista nacional en sus viajes dentro del país, que ronda alrededor de los 53€/día, según FAMILITUR 2016.

El tiempo de permanencia en destino está en aproximadamente 2,10 días. En cuanto al alojamiento se mantiene equilibrado en la proporción entre los viajeros que pernoctan (49,3%) y los que no pernoctan (50,7%).

Los principales factores de atracción de las zonas vitivinícolas de España son sus vinos, bodegas, el prestigio de la zona y su gastronomía. Además el factor de la localización juega un papel relevante, pues el 36,7% de los encuestados valoran la proximidad de una ruta a su lugar de residencia o segunda residencia.

Predomina la demanda española, el perfil sociodemográfico del visitante mantiene un equilibrio entre hombres (47,6%) y mujeres (52,4%) siendo la franja de edad mayoritaria entre los 36 y 45 años. En su mayor parte son personas en activo y no solo se trata de un público con alto poder adquisitivo, aunque se suele asociar el mundo del vino con un nivel social alto.

En cuanto a la manera en que hacemos enoturismo las conclusiones del último informe, indica que el enoturista prefiera viajar en pareja o con amigos donde la mayoría (48,6%) reserva algunos servicios sueltos (visita a bodegas, alojamiento, restaurantes, etc.), el 33,6% llega al destino sin reserva y un 15,3% reserva un paquete turístico.



Mujeres y hombres por igual con edades comprendidas entre los 46 y 65 años, se consideran grandes entendidos en vino; un 47,2% se considera aficionado, un 22,9% principiante y solamente un 18,2% apasionado o entusiasta.

### 4.3 PERFIL DEL ENOTURISTA EN ARGENTINA

El enoturista en Argentina continua en crecimiento y desarrollo aun a día de hoy, según los datos del informe nacional de enoturismo realizado en 2013, por la organización de Bodegas de Argentina destaca el ascenso de este sector en cuanto a años anteriores.

El crecimiento de esta novedosa modalidad de turismo indica una sólida consolidación dentro de la oferta de turismo temático, respecto de la actividad turística en general.

La provincia de Mendoza mantiene su liderazgo histórico en cuanto a llegadas de turistas, posicionándose como principal destino de enoturistas en el todo el territorio nacional.

La procedencia de estos enoturistas es en un inicio principalmente nacional, en 2013 cayeron las visitas extranjeras pero los valores de turistas nacionales subieron considerablemente. El informe concluyó que el 18% son enoturistas extranjeros y un 79% visitantes nacionales siendo los mayores emisores de visitantes, los procedentes de Buenos Aires, Córdoba y Santa Fe.

En cuanto al género de visitantes de zonas vitivinícolas predominan las mujeres con un 48%, representando los hombres un 45%.

Los rangos de grupos de visitantes van desde los 18 a 55 años principalmente componen un 75% de la demanda. Al igual que en España es una modalidad que sigue reservada para fines de semana, puentes y festivos, con pocos días de pernoctación por persona y día.

Los países limítrofes y más cercanos, Brasil y Chile son los principales emisores de turismo internacional junto con nuevos países en los que comienza a verse un importante avance, como son Perú, Colombia y Venezuela. Aunque no queda duda de que es el continente americano el que lidera el porcentaje de visitas representando un 60% de las llegadas, al dividir en bloques de países, se destaca una distribución de forma similar tanto en Europa, América del Norte, como Sudamérica.

El 63% de la oferta del país, se centra en la provincia de Mendoza, seguido de la provincia de Salta con un 12% y Catamarca con un 7%.

Todo esto se le suma un incremento de bodegas abiertas al turismo respecto de los últimos años, interpretando este crecimiento en el marco de tres motivos principales: una promoción más concreta de producto en ámbitos específicos, constancia en el crecimiento de las ventas del producto en las áreas de turismo y la incorporación definitiva del turismo como una herramienta estratégica de posicionamiento de marca.

Uno de los mejores elementos que trae consigo el enoturismo en países como Argentina, es la poca estacionalidad de la demanda pudiendo mantener una demanda estable durante prácticamente todo el año, con leves caídas en enero y julio.



## CAPITULO V

### RUTAS ENOLOGICAS

#### 5.1 REGIONES VINÍCOLAS EN ESPAÑA

En España se produce vino en prácticamente todas las comunidades autónomas que la conforman aunque algunas son más famosas que otras, debido a la calidad o peculiaridad de sus vinos y a la tradición vitivinícola que le rodea. Estas reúnen alrededor de casi 100 denominaciones de origen en total.

Se destacan las siguientes regiones del territorio español:

- Región vitivinícola del Penedés

Ubicada en la provincia de Barcelona representa una de las zonas más importantes a nivel europeo, y se divide en tres grandes áreas: Penedés Superior, Penedés central y Penedés marítimo. Gracias a la diversidad de sus climas produce todo tipo de variedades y cepas de vino, aunque en lo que más destacan es en sus famosos vinos blancos.

Cuenta con una altura de viñedos que van desde los 0 a los 800 msnm, conformando todas más de 24.000 ha de viña y con 170 bodegas inscritas.



**Figura 5.1 Región Penedés**

Fuente: <http://vinsandco.es/do-penedes/>

- Región vitivinícola de Utiel-Requena

Esta región ubicada en la Comunidad de Valencia es una de las más antiguas de la historia de la vitivinicultura española, ya que cuenta con más de 2.000 años de pasado vitivinícola. La cercanía al mar mediterráneo le profiera a sus vinos una característica especial, destacando en variedades tintas y rosadas, ya que ocupan un 94% de la superficie del viñedo, siendo la más importante la variedad autóctona Bobal.

La altitud de sus viñedos van desde los 600 a los 900 msnm con una extensión de unas 34.300 ha.

- Región vitivinícola del Priorat

Esta pequeña provincia montañosa situada en Tarragona junto con La Rioja son las únicas zonas que tienen la Denominación de Origen Calificada.

Cuenta con muy buenas calidades de suelo que gracias a sus ríos provoca numerosos valles y pequeñas planicies que fomentan las características del vino de la zona. Tiene una superficie de unas 17.629 hc, de las cuales 1.887 están plantadas von vid y cultivadas por más de 600 vitivinicultores.

- Región vitivinícola de La Rioja

Es la más conocida a nivel mundial por la calidad de su buen vino y fue de esta zona donde salió la primera denominación de origen de España. Se diferencia del resto de zonas gracias a su clima mediterráneo y atlántico que propician el desarrollo de las diferentes variedades de uva al igual que sus suelos.

El Tempranillo es la variedad autóctona por excelencia, ya que representa el 75% de la superficie del cultivo.



**Figura 5.2 Región La Rioja**

Fuente: <http://www.vinopack.es/17-mapas-de-vinos-de-espana>

- Región vitivinícola de Ribera del Duero

Esta zona tan conocida de la tradición vitivinícola es de las más populares de España. Las principales características de sus vinos son, el clima de tipo continental y el índice de precipitaciones que es de 450 mm de lluvia al año. Veranos muy secos y calurosos e inviernos largos y fríos, presentan una elevada variación térmica entre el día y la noche lo que favorece al equilibrio de las uvas.

El Tempranillo es su variedad estrella con un 90% de la producción, de hecho la normativa obliga a que todos sus vinos estén elaborados con un 75% de Tempranillo como mínimo.

- Región vitivinícola de Navarra

Es una de las regiones más antiguas de entre las zonas más conocidas del país debido a la influencia del Cantábrico, los Pirineos y el valle del Ebro hace que esta zona tenga tres tipos de climas diferentes.

Más del 70% está ocupado por viñedos autóctonos (Garnacha y Tempranillo), y el 30% restante de variedades internacionales. De todas estas el 94% son uvas tintas y sólo el 6% uvas blancas.

- Región vitivinícola de Jerez

Comprende diferentes territorios entre las provincias de Cádiz y Sevilla. Al igual que el resto de las regiones, lo que más se puede destacar son las características específicas que le dan sabores excepcionales a sus vinos, como son su clima, tanto atlántico como Mediterráneo, su tierra albariza y su tipo de crianza.

## 5.2 REGIONES VITIVINÍCOLAS EN ARGENTINA

Argentina es el mayor productor de vinos de América del Sur debido a que posee la mayor extensión de viñedos del continente, con más de 220.000 ha cultivadas y alrededor de unas 894 bodegas elaboradoras.

Las regiones vitivinícolas de la extensión de Argentina son las siguientes:

- Región vitivinícola de Salta y Catamarca

Esta región concentra más de 4000 ha de viñedos cultivados a una altura de unos 1500m. Dentro del paisaje salteño las viñas intercalan sus colores debido a sus fuertes vientos, que favorecen la sanidad de los racimos.

Entre estos vinos el que más se destaca la variedad blanca del torrontés Riojano y en variedad tinta, Malbec, Syrah y Cabernet Sauvignon.

- Región vitivinícola de La Rioja

Enclavada dentro de un gran valle esta zona va desde los 75 msnm a los 1100 msnm. Se caracteriza por su clima templado con veranos bastante secos e inviernos cortos pero muy fríos, favoreciendo de manera óptima el desarrollo de la vid.

Cuenta con más de 7500 ha. de viñedos concentradas fundamentalmente al Torrontés Riojano, cepaje predominante de esta región.



**Figura 5.3 Región La Rioja**

Fuente: Fondo Vitivinícola, La cultura de la vid y el vino

- Región vitivinícola de San Juan

Después de Mendoza, es la segunda región de mayor importancia ya que cuenta con casi 46.000 ha. Tienen unas alturas de entre 630 a 1.300 msnm.

Se destacan variedades blancas como el torrontés Sanjuanino, Pedro Ximénez, de muy buena calidad y entre las uvas tintas la tradicional Bonarda y el cepaje Syrah. En los últimos años han estado acentuando y reconvirtiendo viñedos hacia cepajes de las mejores calidades enológicas.

- Región vitivinícola de Río Negro y Neuquén

Es la zona más alejada del resto situada en la Patagonia argentina y cuenta con la altitud más baja del conjunto de zonas del país.

Posee un clima continental, templado y seco con una notable amplitud térmica. Uno de sus rasgos más particulares es que debido a fuertes rachas de viento los vitivinicultores se ven obligados a levantar barreras forestales para proteger sus viñedos.

Río Negro cuenta con más de 1.500 ha a diferencia de Neuquén que solo tiene unas 170 ha. pero que en los últimos años ha ido aumentando progresivamente el número de hectáreas cultivadas, debido a sus características óptimas para el desarrollo de variedades frías, como son el Merlot y el Pinot Noir.

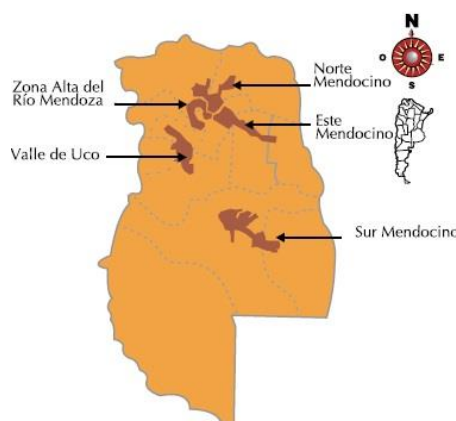
- Región vitivinícola de Mendoza

Mendoza es la zona vitivinícola por excelencia siendo la más conocida y popular por la fama principalmente de sus buenos vinos, y después por su amplio desarrollo del turismo en materia de vino, ya que han sabido sacar provecho al tirón de sus

afamados vinos, con muy buenas infraestructuras y servicios en la oferta enoturística de la zona.

Todo esto se debe a que Mendoza es la provincia donde se concentra más del 70% de la producción de uvas y vinos de todo el país, y cuenta además con más de 141.000 ha y el mayor número de bodegas de Argentina.

Suelos pobres, escasas precipitaciones, notable amplitud térmica... son las características de toda buena zona dedicada a la vid siendo Mendoza la mejor en todas ellas, destacan cinco zonas bien diferenciadas que corresponden a los distintos denominados oasis.



**Figura 5.4 Región Mendoza**

Fuente: Fondo Vitivinícola, La Cultura de la Vid y el Vino.

### 5.3 LAS RUTAS DEL VINO EN ESPAÑA

El programa de Rutas del vino en España en apoyo a incentivar el impulso del turismo vitivinícola, nace directamente de la Organización Española de Ciudades del Vino ACEVIN apoyado por los Ministerios de Industria, Comercio y Turismo y Agricultura, Pesca y Alimentación y el instituto de Turismo TURESPAÑA.

Es considerado un producto complejo traducido a una red de cooperación empresarial y de cooperación público-privada que integra tanto a empresas específicamente turísticas, como otras cuyo sector está relacionado íntimamente con este sector.

Promueve un tipo de turismo sostenible y de calidad para recorrer la geografía española por las regiones vitivinícolas más reconocidas, Incorpora además a las administraciones locales del territorio por donde transcurre la Ruta como gestora de gran parte de los valores y recursos del territorio.

Se traduce simplemente en 21 destinos o Ruta del vino, 16 Rutas certificadas 5 con proceso de certificación, repartidas a lo largo de 13 comunidades autónomas y 27 provincias. Con más de 450 municipios y núcleos menores de población que engloban más de 2000 empresas del sector turístico y enológico.

Junto con la Secretaría de Estado de Turismo, las Rutas del vino de España hace respetar los criterios de calidad entre otras cosas establecido en el Manual de Producto Turístico Rutas del Vino de España, donde se definen desde los requisitos de su sistema de gestión, señalización, promoción y comercialización hasta aquellos que deben cumplir todos los establecimientos (restaurantes, alojamientos, bodegas, comercios, etc.) que forman parte de la Ruta.

Todas y cada una de sus rutas incluye diferentes opciones siempre se les recomienda a los turistas que reserven con antelación para, visitas guiadas, alojamiento en hoteles, excursiones, etc.

Dentro de la organización de Rutas del Vino de España se encuentran varios sub organismos que trabajan para investigar y así poder mejorar la amplia oferta de enoturismo que se da gracias a estas rutas. El observatorio Turístico de las Rutas del Vino de España estudia la oferta y demanda enoturística, la caracterización de los turistas y de su comportamiento de viaje y el flujo de visitantes en Bodegas. Todo esto a través de cuestionarios, encuestas y actualizar todos los datos.

Las Rutas más visitadas son las de Penedés y Marco de Jerez ya que se benefician de contar con los principales referentes enoturísticos del país, además de estar ubicadas en territorios con un importante peso turístico por su cercanía a la costa y a grandes núcleos de población.

#### 5.4 LOS CAMINOS DEL VINO EN ARGENTINA

Al igual que pasa en España con las Rutas del Vino, en Argentina tienen una organización muy similar denominada “Caminos del vino”. Comenzaron su andadura por Argentina hacia los años 60 aunque cuando más comenzaron a cobrar importancia fue desde la reconversión de los años 90. Esto se debió a la instalación de grandes bodegas industriales provistas de nuevas tecnologías, es por eso que Mendoza especialmente adquirió unas especiales características para ser un destino enoturístico.



Figura 5.5 Mapa Caminos del Vino

Fuente: <http://caminosdelvino.com/wine-maps/>

Está conformada por más de 160 bodegas abiertas al turismo y con unas 35 empresas vinculadas estrechamente con el turismo del vino, formando así una de las redes más importante del país en materia de enoturismo.

Sus inicios se originaron gracias al trabajo del Departamento de Turismo de Bodegas de Argentina pionero en el desarrollo del enoturismo. Entre sus misiones actualmente están la de promocionar y consolidar el turismo del vino de Argentina ya sea a un nivel provincial como nacional e internacional.

Toda esta organización lo que permite es que turistas puedan alojarse en hoteles boutique, posadas temáticas y hoteles 5 estrellas, junto con las principales agencias especializadas que se encuentran repartidas por todo el territorio español pero que están más concentradas en la provincia de Mendoza.

Debido a acuerdos con Bodegas de Argentina, desde el 2006 los Caminos del Vino son la unidad ejecutora del Programa de Consolidación del Turismo del Vino en Argentina, programa que fue impulsado en su momento por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) incorporándose más tarde el Ministerio de Turismo de la Nación el

INPROTUR, el Consejo Federal de Inversores, los gobiernos de las provincias vitivinícolas y la Corporación Vitivinícola Argentina (COVIAR)



## CAPITULO VI

# EL TURISMO ENOLÓGICO EN LA RIOJA Y MENDOZA: ANÁLISIS COMPARATIVO

### 6.1 GEOGRAFÍA Y CLIMA DE LA RIOJA (ESPAÑA)

Según la Organización Internacional de la Vid y la Viña, España tiene la mayor superficie de plantación de vid del mundo, en 2016 además fue con más de 39 mil hectolitros, el tercer productor del mundo, por detrás de Italia (50,9 Mil. hL) y Francia (43,5 Mill hL). Es por todo esto que se tiene sobre todo en los últimos años en muy buena estima al turismo del vino considerándose una modalidad turística en alza, así como lo afirmó hace poco tiempo la OMT, que considera al enoturismo íntimamente ligado con la identidad de los destinos.

Referido a La Rioja esta pequeña comunidad al norte de España, representa la mejor calidad de los vinos españoles debido a lo afamado y popular de esta zona desde años inmemorables. Con una superficie de 5045 km<sup>2</sup>, cuenta con una población de unos 276.702 habitantes.

#### Características geográficas

A pesar de sus reducidas dimensiones posee una rica variedad de paisajes, fauna y flora, debido a las diferentes características geográficas de sus comarcas naturales.

Geográficamente está dividida por 7 ríos que descienden desde la montaña hacia el Ebro el cual vertebra la región, llamándola así “la de los siete valles”

Limita con el País Vasco al norte (provincia de Alava), Navarra al noreste, Aragón al sureste (provincia Zaragoza) y Castilla y León oeste y sur (provincias de Burgos y Soria

#### La Rioja y sus siete valles



- |  |   |  |
|--|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>1. Río Ebro</li> <li>2. Puerto de Piqueras</li> <li>3. Conchas de Haro</li> <li>4. Cordillera Cantábrica</li> <li>5. Puerto de Oncala.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>6. Sierras de Cantabria y Codés.</li> <li>7. Valle del Alhama</li> <li>8. Valle del Linares</li> <li>9. Valle del Cidacos</li> <li>10. Valle del Jubera</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>11. Valle del Leza</li> <li>12. Valle del Iregua</li> <li>13. Valle del Najerilla</li> <li>14. Valle del Oja</li> <li>15. Valle del Tirón</li> <li>16. Logroño</li> </ul> |
|--|---|--|

**Figura 6.1 Valles de La Rioja**

Fuente: <http://urbinavinos.blogspot.com/2016/04/cata-de-vino-zonificacion-de-los-vinos.html>

Se divide en tres sub zonas:

- 1) Rioja Alta: se encuentra en el borde más occidental de la región y a una mayor elevación, teniendo un clima más Atlántico. Posee una gran diversidad de suelos. Esta elevación de más hace que a diferencia de las otras regiones, la maduración de la uva se prolonga más, lo que produce más acidez, menos alcohol y gran potencial de envejecimiento.

- 2) Rioja Alavesa: esa zona con suelos arcillosos, distintivo del paisaje, produce vinos con más cuerpo buena acidez y aromas florales. Debido a las condiciones relativamente pobres de la tierra los viñedos tienen una densidad más baja, con un amplio espacio entre filas. Ya que las vides necesitan más distancia unas de otras para encontrar menos competencia por los nutrientes y agua en el suelo circundante.
- 3) Rioja Baja: se sitúa en el borde sureste de la región y posee menos elevación que el resto de zonas, lo que le hace tener una influencia de un clima más mediterráneo de carácter cálido y más seco.

En épocas veraniegas la temperatura puede rondar los 35 grados y es en esta época y durante la etapa de crecimiento en la que más se pueden dar sequías, un gran problema para la viña. En el pasado estos vinos no tenían mucha acidez o aroma y se utilizaban como componente de mezcla con vinos de otras partes de La Rioja.

Se pueden diferenciar nueve zonas en la que se dividen los tipos de vino de La Rioja, atendiendo a criterios de suelo, clima, orografía, etc.



**Figura 6.2 Mapa zonificación de los vinos de Rioja**

Fuente: <http://urbinavinos.blogspot.com/2016/04/cata-de-vino-zonificacion-de-los-vinos.html>

#### - Características climáticas

En esta comunidad predomina el clima mediterráneo con altos grados de continentalización. En invierno aparecen anticiclones térmicos sobre el valle del Ebro lo que confiere a la región un tiempo más seco y frío.

El clima riojano está condicionado por su topografía principalmente. A pesar de su cercanía al mar Cantábrico su influencia no se deja sentir por encontrarse con la barrera natural que forma la cordillera cantábrica, impidiendo el paso frecuente de masas de aire húmedo mientras que el efecto de foehn proporciona a la región vientos secos y cálidos, no demasiado fuertes.

Todo esto hace que La Rioja sea un enclave extraordinario para el desarrollo del cultivo de la vid en todas sus comarcas. Ya que en general el cultivo no puede sobrevivir en ambientes húmedos, climas ni muy fríos ni muy cálidos, tiene gran adaptación a climas templados con lluvias moderadas de entre 400-600 mm y suaves temperaturas y una alta insolación, fundamentalmente en el periodo de maduración de la uva.

En líneas generales, la sub zona más occidental, Rioja Alta, está más expuesta a condiciones atlánticas, como la entrada de masas húmedas, por lo que el clima será más lluvioso y la regulación de las temperaturas será mayor, con inviernos más fríos y veranos con calor moderado.

Por el contrario, en la parte más oriental, Rioja Baja, la sequedad atmosférica se debe a su localización en el centro de la depresión y los contrastes en sus temperaturas son más acusados, dando lugar a inviernos menos fríos y veranos más cálidos y secos con amplitudes térmicas mayores, acercándose a condiciones semiáridas.

Las temperaturas mínimas se alcanzan en el mes de enero y las máximas en el mes de julio, trasladándose en ocasiones al mes de agosto. Entre comarcas es más fuerte el contraste en verano que en invierno, los veranos en Rioja Baja son más áridos.

- En Rioja Alta (Haro) la media anual es de unos 12 °C.
- Rioja Media (Logroño) 13 °C.
- Rioja Baja (Alfaro) alrededor de los 14 °C

No es frecuente ya que la rioja es un valle muy bien protegido climatológicamente, pero en ocasiones esporádicas puede existir un riesgo heladas (días donde la temperatura es inferior a 0 °C) en primavera, que son dañinas para el cultivo, puesto que en esta época la planta se activa después de la parada invernal empieza su desarrollo.

La primavera es el periodo más lluvioso, matizando, en el caso de Rioja Alta, la importancia de las lluvias de invierno por efecto de la cercanía de masas oceánicas y, en el caso de Rioja Baja, las lluvias de otoño por la influencia mediterránea. Generalmente, el mes más seco del año es septiembre, que en ocasiones se puede prolongar, según zonas, hasta noviembre.

La precipitación media anual en el valle del Ebro no supera los 500 mm y puede llegar a descender por debajo de los 350 mm en la parte más oriental de la Comunidad.

## 6.2 GEOGRAFÍA Y CLIMA DE MENDOZA (ARGENTINA)

La Argentina es el mayor productor de vino de Sudamérica y el quinto a nivel mundial. Mendoza forma parte de los 24 estados federales que integran la República Argentina, y su territorio está dividido en 18 departamentos con su propio poder político y administrativo. La capital de la provincia es la Ciudad de Mendoza, mientras que San Rafael, es la segunda ciudad en importancia, centro regional que lidera el sur mendocino.

En esta provincia la actividad principal es la agricultura, más específicamente la vitivinicultura. Sus productos son de reconocida calidad en todo el mundo, producen millones de hectolitros al año de una amplia gama de variedades.

La superficie de la provincia en el conjunto con sus 18 departamentos es de 150.839 km<sup>2</sup> (el 4% del territorio nacional). El Gran Mendoza lo que es referido como la zona urbana o céntrica de la ciudad, ocupa 16.692 km<sup>2</sup> de ese territorio.

La provincia de Mendoza se ubica en lo que podría llamarse como la última manifestación de la Pampa seca y desde el llano se eleva hasta los picos más altos de la Cordillera de los Andes. Es considerada de clima templado que oscilan entre los 24 grados en verano y 9 en invierno, las lluvias se producen casi exclusivamente en verano y no llegan a los 260 mm anuales.

Su cercanía a la Cordillera influye mucho en la pobreza de sus lluvias, la dirección de los vientos y las notables variaciones de la temperatura entre la montaña y la

llanura. El agua que es un “recursos escaso”, baja de los Andes mayormente en forma de nieve y es gracias al deshielo de la primavera y rápidamente es absorbido por la tierra o evaporado por el sol del verano.

Mendoza presenta tres estructuras diferenciadas: las montañas andinas al oeste, las planicies hacia el este y mesetas, sierras y volcanes en el sur. La cordillera condiciona casi toda la geografía, cuyo territorio se encuentra en su totalidad a más de 1000 msnm.

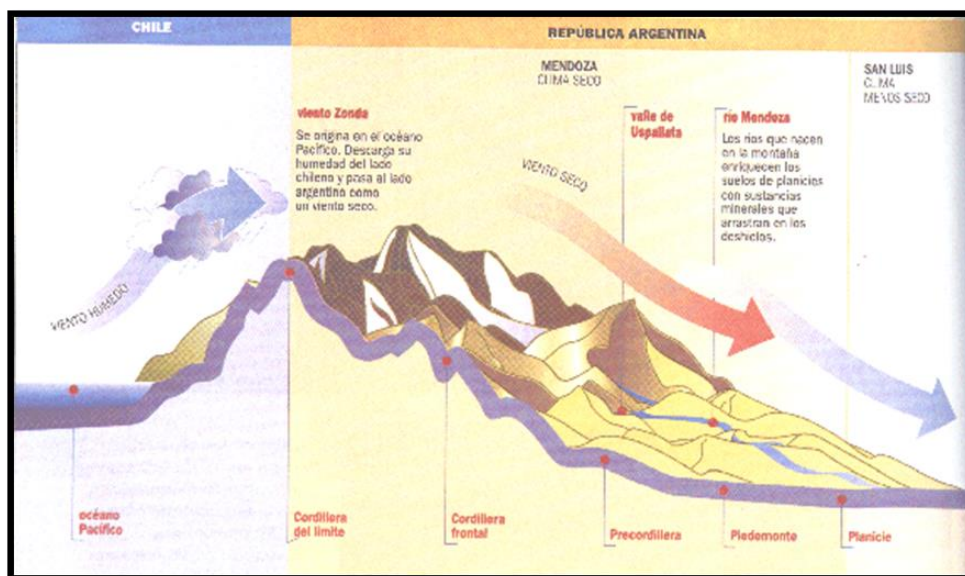


Figura 6.3 Climas Mendoza

Fuente: <http://www.mendoza.edu.ar/geografia-de-mendoza/>

Al ser una provincia con tan pocas precipitaciones el agua es un bien fundamental para el cultivo, bien que cuidan como lo más preciado gracias a sus sistemas de acequias, embalses, diques, canales, etc. Este curioso sistema de acequias funciona incluso dentro de la misma ciudad, para ayudar al riego de todos sus árboles y plazas. Sus antepasados ya utilizaban estas técnicas que fueron pasando de generación en generación.

Durante la época colonial se amplió esta práctica y el año 1884 durante el gobierno del Coronel Rufino Ortega, se empezó a sancionar las aguas el 16 de diciembre de 1884 entro en vigor esta ley que establece la distribución y administración del agua para riego.



Figura 6.4 Ubicación Mendoza

Fuente: <http://doscopasmendoza.wixsite.com/doscopas/mendoza>

La topografía de los valles andinos condicionan grandes variaciones ecológicas que permiten el cultivo de una amplia gama de cepajes. En general se trata de una zona con inviernos bien marcados veranos calurosos y buena insolación. La baja precipitación obliga al riego artificial a partir de ríos o agua subterránea, configurando oasis perfectamente delimitados y separados.

La más importante definición de esta provincia es la “diversidad”, es que los distintos valles vitivinícolas que encontramos en Mendoza presentan características propias, jugando un rol muy importante la altitud a la que se cultivan los distintos viñedos y en función de esta variable es que se pueden cultivar distintas variedades y obtener diferentes vinos.

### 6.3 DATOS REPRESENTATIVOS DE LA INDUSTRIA VITIVINÍCOLA, RELACIONADA DIRECTAMENTE CON ENOTURISMO

Todos estos datos y elementos vienen a representar lo que hace únicas a cada una de las regiones vitivinícolas, como se ganaron el renombre de la zona y como se explica la calidad de sus vinos. Pero además también son un reflejo que se traduce en enoturismo, salidas a estas regiones más allá de la simple producción de vino también se encuentra infinidad de actividades ligadas a este sector y que les aporta, al igual que la variedad de sus vinos, ciertas características de especial atención a la hora de elegir destinos entre los turistas.

Para el oeste argentino la vitivinicultura representa la principal industria agraria, y ocupa un lugar preponderante en el desarrollo de las economías regionales. Por su historia, tradición y escala, la industria vitivinícola se ubica entre las diez principales a nivel mundial.

Cada vez más innovadoras y completas lo que más buscan este tipo de servicios es la satisfacción del enoturista sobre todo, y de todos los turistas en general que aún están a tiempo de interesarse y volverse unos expertos en vino, solo que nunca habían experimentado antes con actividades relacionadas con el vino.

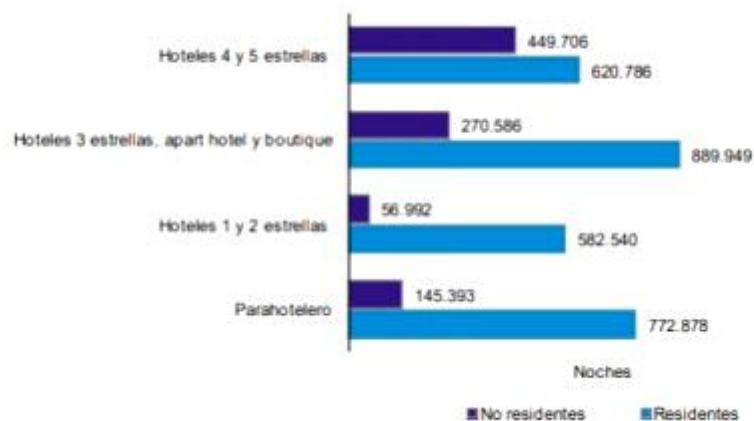
Región	Superficie Cultivada (Ha)	Producción vino (HI)	Bodegas	Plazas de alojamiento estimadas	Empresas especializadas	Llegas turistas 2017
La Rioja	64.233 (DOC)	253.000.000	911 (inscriptas) 634 (elaboradoras)	*(cuadro aparte)	- Agencias de viaje: 85 - Organizadoras de congresos y reuniones: 8 - Turismo activo: 33	1.441.314
Mendoza	220.848	8.925.030	894	2.084.540	- Hoteles: 603	1.080.000

**Figura 6.5 Tabla datos relacionados con enoturismo**

Fuente: elaboración propia

Para sus nuevos propósitos estos dos destinos enoturísticos lo que más buscan es sin duda, mejorar los servicios, capacitar cada vez mejor a sus empleados y las inversiones en infraestructura, todos principales para conseguir sus objetivos.

En un estudio realizado por la agrupación de GWC (Great Wine Capitals) destacan que según los últimos informes, la herramienta de comunicación más utilizada en la mayoría de las capitales premiadas con este reconocimiento es el uso de una página web propia de cada bodega, sin embargo en el estudio realizado en Mendoza las dos principales herramientas es a través de agencias de viajes especializadas junto con los folletos y mostradores ubicadas en hoteles y demás.



**Figura 6.6 Plazas de alojamiento ocupadas Mendoza**

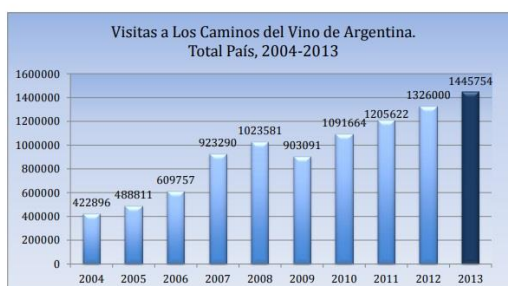
Fuente: <https://www.indec.gob.ar/>

Si se habla en términos de números de visitantes por bodega, Mendoza ocupa el segundo lugar entre todas las GWC, en otros términos como son grupos de edad y sexo, Mendoza junto con otras de las grandes capitales del vino como Ciudad del Cabo, parece atraer una clientela más joven y que cuenta con más clientes femeninos.

En los estudios realizados por Bodegas de Argentina en el año 2013 se puede apreciar la cantidad de visitantes que tuvo en los últimos años y como ha ido evolucionando, ya que en ese entonces logró un máximo histórico.

Año	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Turistas del vino	422.896	488.811	609.757	923.290	1.023.581	903.091	1.091.664	1.205.622	1.326.000	1.445.754

\*Fuente: Departamento de Turismo. Bodegas de Argentina AC.



**Figura 6.7 Visitantes Caminos del vino 2013**

Fuente: <http://www.observatoriova.com/wp-content/uploads/2014/09/INFORME-NACIONAL-DE-ENOTURISMO-N%C2%B08-A%C3%91O-2013.pdf>

Este creciente interés de los consumidores por conocer cada día más el mundo del vino, ha favorecido también la creación de importantes espacios destinados a difundir la cultura del vino, convirtiéndose así en grandes reclamos turísticos. Es el caso del Museo Vivanco (La Rioja) esta iniciativa privada es una referencia a nivel tanto regional como mundial. Ofrece un extraordinario recorrido sobre la cultura del vino desde la antigüedad hasta nuestros días, a través de sus exposiciones permanentes y temporales, y promueve además numerosas actividades divulgativas y artísticas en torno al vino.

Los consumidores actualmente tienen otras necesidades, hay varias bebidas sustitutas que han ido relevando al vino obligando así a la industria a reformular los atributos que comunica el vino, este proceso de cambio implica replantear el mensaje de la esta bebida como producto y como discurso, acercándola a las preferencias de los destinatarios habituales y potenciales.

#### **6.4 ACTIVIDADES Y EVENTOS RELACIONADOS CON ENOTURISMO EN MENDOZA (ARGENTINA)**

Dentro de las zonas vitivinícolas puede haber un poco de todo, desde familias que atienden las bodegas personalmente como también grandes emprendimientos con inversores extranjeros. Cada una tiene algo especial a destacar ya sea su arquitectura, sus jardines, las prácticas sustentables que realiza, por su renombre y tradición a lo largo de la historia por su vino característico o su tecnología avanzada e innovadora. Algunas ponen su foco principalmente en la atención al turista, otras más en la producción y calidad de sus vinos o en ambos a la vez.

Mendoza cuenta con una gran cantidad de actividades y eventos turísticos y culturales que giran en torno a su producto estrella, el vino. A lo largo de todo el año, aunque más en los meses próximos a la vendimia se suceden toda clase de fiestas populares, bailes, degustaciones masivas, talleres, concursos, etc., todas con el vino como protagonista o secundario pero siempre presente de alguna u otra manera.

##### Fiesta de la vendimia

La Fiesta Nacional de la Vendimia es una de la más reconocidas e importantes a nivel mundial, se viene celebrando oficialmente desde el año 1936. Este evento rinde homenaje a la vitivinicultura y sus trabajadores. Los festejos comienzan en enero con celebraciones llevadas a cabo en cada uno de los 18 departamentos que conforman la provincia.

Son muchos los eventos que se mueven entorno a la vendimia tanto en sus días previos como posteriores, entre los que se puede destacar la bendición de los frutos, la vía blanca y el carrusel de las reinas con carros alegóricos. El acto central que es el principal de todos, se lleva a cabo el primer fin de semana del mes de marzo en el teatro griego Fran Romero Day donde se corona a la nueva Reina Nacional de la Vendimia, quien después viaja por todo el mundo en representación de todo el país como ícono de la vitivinicultura argentina.

##### Fiesta de la cosecha

Dentro del calendario vendimial esta entre una de las más destacadas, la organiza el Fondo Vitivinícola de Mendoza y consiste en una cosecha real (realizada por las reinas departamentales) del viñedo que está implementado en el aeropuerto internacional de la ciudad de Mendoza, siendo un todo un espectáculo de gran calidad turística.

Se organiza sobre un gran escenario que va montado por encima de los viñedos, de manera que la vid es el marco y al mismo tiempo el protagonista de la escena.

##### Best of Wine of Tourism

Año tras año Mendoza como miembro de la red Mundial de las Grandes Capitales del vino (GWN), realiza este concurso internacional el cual premia a los establecimientos de cada ciudad en términos de excelencia, en siete categorías: arte y cultura, restauración, alojamiento, prácticas sustentables, innovación, servicios relacionados, arquitectura de parques y jardines y una categoría local, pequeñas bodegas.

Cada una de las grandes capitales que conforman esta red de comunicaciones, realiza un concurso en su lugar, siendo las ganadoras las que pasan a competir a nivel mundial con el resto de ganadores, resultando un ganador a nivel mundial por cada categoría.

### Rally de las bodegas

Este evento organizado por el Club de Autos Clásicos se basa en recorrer la provincia de Mendoza en dos etapas, durante tres días, con la cordillera de los Andes como el mejor paisaje más de medio centenar de coches sport clásicos son parte de este evento deportivo-turístico, donde además visitan varias bodegas durante el recorrido y otros pintorescos lugares del panorama mendocino.

### Golf por los caminos del vino

Este circuito es organizado por la firma andina MP&B está destinado a jugadores de golf de todo el mundo, se disputa con más de 65 fechas de juegos en las canchas más importantes de siete países, entre ellos Argentina. Mendoza además posee una gran oferta de canchas donde se llevan a cabo varias de estas fechas vinculando el vino a este exclusivo segmento deportivo.

### Música clásica por los caminos del vino

Es un festival de música dentro del calendario anual de las actividades Artístico-culturales de Mendoza, con los años se ha convertido en uno de los programas turísticos culturales más importantes de la región.

Se presentan numerosos espectáculos de música clásica en diferentes localizaciones entre las que se encuentran iglesias, bodegas, teatros y parques, coincidiendo su celebración en las vacaciones de Semana Santa.

### El mes del Malbec

Desde el año 2011 que se viene celebrando el día mundial del Malbec cepa por excelencia mejor considerada de la provincia de Mendoza, gracias a que se dan unas condiciones inmejorables para su cultivo.

Con el apoyo del Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto y la Corporación Vitivinícola Argentina, esta cepa insignia es homenajeada en más de 60 ciudades del mundo. En Mendoza, el Ente de Turismo, el Fondo Vitivinícola, Bodegas de Argentina, la Asociación empresaria Hotelero-Gastronómica y afines de Mendoza, se unen para darle forma al evento.

Al protagonismo del vino se suman la música, el arte, la gastronomía y hasta el aprendizaje a través de charlas y degustaciones guiadas siendo el denominador común de todos los eventos la difusión de las propiedades del Malbec. Un dato muy curioso, en la ciudad de Mendoza durante todo el mes del Malbec, las fuentes de sus parques y avenidas se tiñen de rojo color vino, algo que llama mucho la atención entre visitantes y turistas.

### Bodegas abiertas

Este programa se trata de una jornada organizada por Bodegas de Argentina para acercar el mundo del vino a la población local de pocos recursos, para que de esta manera puedan disfrutar de todos sus beneficios igual que cualquier otra, atrayendo la cultura del vino a todo tipo de clases sociales y personas.

Algunas bodegas ofrecen un tour con una degustación para dos personas, a cambio de una colaboración para una entidad de beneficencia. Son varios los establecimientos que participan fortaleciendo esta acción solidaria.

### Catedrales del vino

Es un programa que tiene por objetivo dar a conocer la arquitectura de las bodegas de Mendoza, muchas de ellas destacadas a nivel internacional por su diseño y tecnología constructiva obteniendo premios que la posicionan en la vanguardia arquitectónica, como también por su paisajismo y diseño de parques y jardines a cargo de arquitectos de renombre locales.

### Tango por los caminos del vino



Este festival invita a mendocinos y turistas a conciertos donde pueden disfrutar de música y danza, junto con los mejores vinos de la región en lugares emblemáticos como son grandes y reconocidas bodegas entre otros. Cuenta además con muestras de arte, ferias de diseño, homenajes y mucho más.

## **6.5 ACTIVIDADES Y EVENTOS RELACIONADOS CON ENOTURISMO, EN LA RIOJA (ESPAÑA)**

En la tradición ancestral del vino en España se puede ver reflejada muchos de los eventos y fiestas dedicadas a tener el vino como protagonista, al igual que Mendoza se suceden a lo largo del año, teniendo especial peso en época de vendimia.

La Rioja no es menos y ha sabido innovar en diferentes tipos de actividades que llamen la atención de turistas del vino y curiosos en general, para conseguir con esto acercarlos aún más a este universo de las maneras más originales.

### La batalla del vino

La localidad riojana de Haro celebra cada 29 de junio, el día de San Pedro, una curiosa y reconocida fiesta donde el vino se usa a modo de munición.

Todo se remonta a la antigua celebración de una romería en las cuevas de los Riscos de Bilibio donde se encontraban los restos de San Felices de Bilibio, con el tiempo el peregrinaje a esta zona se volvió una tradición siendo el vino la esencia de la fiesta.

Consiste más que nada en un encuentro donde la gente, vestida de un blanco impoluto, come, bebe y se divierte tirándose vino uno a otros de todas las maneras que es un producto que abunda en la zona.

En 1965 se le concedió el título honorífico de Fiesta de Interés Turístico y años más tarde en 2011, fue declarada Fiesta de Interés Nacional.

### Fiestas de la Vendimia en La Rioja

Las fiestas de San Mateo son las más multitudinarias de esta provincia. Estas se remontan al S.XII cuando Logroño era una importante sede de comercio en la que se celebraban ferias que poco a poco fueron adquiriendo un carácter lúdico y festivo, hasta convertirse en la festividad que hoy conocemos. Con el paso de los años el vino cobró un papel protagonista en estas fiestas por la proximidad de la recogida de uva, por lo que también se las conoce como Fiestas de la Vendimia.

### Jornada de puertas abiertas “Abriendo el Valle”

Organizada por la Asociación Tierras de San Millán y Bodegas David Moreno, esta jornada de puertas abiertas invita al público en general a visitar estas bodegas, y a disfrutar de su feria gastronómica y de artesanías, talleres, pinturas, escultura, etc., siendo accesible a todo el mundo ya que la entrada es libre y gratuita.

### Escape Room y Cata en Bodegas Alvia

Este nuevo tipo de actividad tan curiosa, se trata de vivir una experiencia diferente, mediante un juego en el que te encuentras atrapado en una sala y sólo puedes salir resolviendo acertijos y buscando pistas, en este caso todas relacionadas con el vino con el reto de conseguir descifrar la salida antes de una hora.

Una vez finalizado le sucede como no una visita a la bodega, para conocer de primera mano el proceso de elaboración terminando con una cata de vino Clásico de Rioja.

### Rutas de senderismo por la Rioja Alavesa

Por un módico precio y mediante una inscripción online, la Ruta del Vino de la Rioja Alavesa organiza este tipo de actividades a lo largo de varios meses del año, donde

poder disfrutar de la mejor manera del paisaje y de la visita a sus bodegas más emblemáticas, uniendo deporte y la experiencia sensorial del vino.

#### Batalla del clarete de San Asensio

Es en la localidad riojana de Asensio donde se lleva a cabo esta batalla de vino, muy parecida a la que se celebra en el municipio de Haro, pero con la peculiaridad de que usan su vino más reconocido. El clarete es un vino fresco y joven que se elabora en esta zona alta de la Rioja.

Las autoridades y organizadores del evento comienzan la batalla al medio día, inundando las calles del pueblo de su bien máspreciado. Más de 30.000 litros son donados por varias cooperativas de la región. Cualquier cosa sirve, cubos, pistolas de agua, etc. para convertirlos en inofensivas armas contra cualquiera que pase por delante.

## **CAPITULO VII**

### **CONCLUSIONES FINALES**

1.- La industria del vino incluyendo el enoturismo dentro de ella es una fuente muy importante de cultura, experiencias, estilo de vida, recursos para muchas familias que viven desde hace generaciones del fruto de la vid. Pero es que además es especialmente en estos dos países del mundo donde posee más herencia, Nuevo Mundo y Viejo Mundo compartiendo aun a día de hoy todos los conocimientos fruto de una evolución y renovación constante de esta gran industria.

2.- Hace varios años atrás, la mayoría de gente relacionada con el mundo vitivinícola nunca habría imaginado la fusión que existe a día de hoy entre el mundo del vino y el turismo. Mucho menos aun iban a pensar entonces que incluso los alojamientos que siempre estuvieron reservados para directivos y personal cualificado, se convirtieran en refinados centros de recepción para visitantes extranjeros ajenos a la bodega.

3.- Si comparamos estas dos regiones vitivinícolas, se observan más similitudes que diferencias, aunque una diferencia bien marcada es que en España siempre acompaña un paisaje arquitectónico sobre todo muy bien conservado dejando una herencia de nuestros antepasados, con los que ya compartimos el mismo gusto e interés por el vino. Si bien en regiones como Mendoza se encuentran bodegas señoriales con mucho renombre y también muy bien conservadas, no es comparable con los verdaderos conjuntos monumentales que podemos encontrar en la mayoría de ciudades principales de España y en muchas zonas vitivinícolas especialmente.

4.- Si bien esta nueva modalidad de turismo tuvo sus inicios en Europa y EEUU, las bodegas argentinas han sabido entender el concepto y actualmente las propuestas que tienen alcanzan sin duda las exigencias de cualquier turista enológico internacional.

5.- Cualquier experto en marketing actualmente diría que exponer la bodega al turismo es una herramienta esencial para reforzar y consolidar la imagen de marca de la bodega, además de que debería resultar bastante valioso poder tomar contacto directo con los consumidores y conocer su opinión de primera mano sobre los productos y servicios ofrecidos. Consecuentemente, a nivel comercial invertir en turismo permite a la bodega la promoción de los productos que elabora y comercializa.

6.- Queda aún un largo camino que recorrer ya que esta modalidad al ser tan reciente tiene muchas posibilidades de seguir renovándose e innovando. Cada día avanza más rápido y se podría prever que el enoturismo alcanzará niveles de aceptación e interés por parte de una clientela cada vez más exigente, bastante elevados. Cualquier país que posea la suerte de contar con un mercado vitivinícola representativo, deberían replantearse sin dudar el enfoque y sentido que le da a todo el turismo, aunque quedan pocos sitios que no hayan sabido sacarle partido actualmente.

## Bibliografía

---

### Citas de libros

- Apuntes de clase Enoturismo, (2017) Universidad Congreso, Licenciatura en turismo. Mendoza.
- Gatti, Enrique y Jardel, Silvia (2003), *Antecedentes para la negociación en materia vitícola entre Argentina y la Comunidad Europea*. Mendoza: Consejo Empresario Mendocino y Universidad de Congreso.
- Lacoste, Pablo *El vino del inmigrante*. Mendoza: Consejo Empresario Mendocino, 2003.

### Libros digitales

- Agudo M., Eva, y Corona A., Sergio, y Duhart, Frédéric, y Elías, Luis V., y Medina, F. Xavier... Sousa Pinto, Gonçalo Turismo del vino, análisis de casos internacionales. (Libro electrónico) Barcelona: UOC 2011 (consultado 18 mayo 2017)  
[https://books.google.com.ar/books/about/Turismo\\_del\\_vino.html?id=rfvc1Ukt5hIC&redir\\_esc=y](https://books.google.com.ar/books/about/Turismo_del_vino.html?id=rfvc1Ukt5hIC&redir_esc=y)
- Elías Pastor, Luís Vicente (2006) El turismo del vino, otra experiencia de ocio Universidad de Deusto, Bilbao. [http://www.deusto-publicaciones.es/ud/openaccess/ocio/pdfs\\_ocio/ocio30.pdf](http://www.deusto-publicaciones.es/ud/openaccess/ocio/pdfs_ocio/ocio30.pdf)
- Fundación para la cultura del vino (2015) Terruños, Madrid.  
<http://culturadelvino.org/fcv/wp-content/uploads/pdf/publicaciones/terrunos25.pdf>
- La cultura de la vid y el vino, disponible en:  
[http://www.fondovitivinicola.com.ar/page\\_enoteca.php](http://www.fondovitivinicola.com.ar/page_enoteca.php)

### Páginas web

- Análisis de la demanda turística Rutas del Vino de España 2016-2017  
<https://www.wineroutesofspain.com/bd/archivos/archivo784.pdf>
- Asamblea de regiones europeas vitícolas <http://www.arev.org/es>
- Asociación de rutas del vino España <http://www.acevin.es/>
- Bodegas de Argentina <http://www.bodegasdeargentina.org/>
- Cámara de comercio de La Rioja  
<http://www.camaracomerciorioja.com/turismo/?idc=244>
- Caminos del vino <http://www.caminosdelvino.org.ar/>
- Carta europea del enoturismo  
[http://centrointegraldelvino.org/onewebmedia/Charte\\_ES.pdf](http://centrointegraldelvino.org/onewebmedia/Charte_ES.pdf)
- Directrices de Gestión Turística para Bodegas  
<https://eco.mdp.edu.ar/cendocu/repositorio/e00004.pdf>
- Corporación vitivinícola Argentina <http://coviar.com.ar/>
- Congreso Mendoza  
[http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/keynote\\_speech\\_gabriel\\_fidel.pdf](http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/keynote_speech_gabriel_fidel.pdf)
- El vino en cifras 2014  
[http://agricultura.gencat.cat/web/.content/de\\_departament/de02\\_estadistiques](http://agricultura.gencat.cat/web/.content/de_departament/de02_estadistiques)

[observatoris/27\\_butlletins/02\\_butlletins\\_nd/documents\\_nd/fitxers\\_estatics\\_nd/2015/0152\\_2015\\_SProductius\\_Vi\\_Espanya-Comerc-exterior.pdf](#)

- El turismo enológico como factor de desarrollo endógeno: La Ruta del vino de Jerez-Xérès-Sherry [http://www.uhu.es/IICIED/pdf/14\\_13\\_turis.pdf](http://www.uhu.es/IICIED/pdf/14_13_turis.pdf)
- Estadísticas, Turespaña <http://www.tourspain.es/es-es>
- Estadísticas de turismo internacional <https://www.indec.gob.ar/>
- Eventos en La Rioja <https://es.riojawine.com/es/979-eventos.html>
- Fiestas curiosas en La Rioja <https://vivancoculturadevino.es/blog/2015/03/26/fiestas-la-rioja/>
- Fiesta de la vendimia La Rioja [https://www.spain.info/es\\_AR/reportajes/fiestas\\_de\\_la\\_vendimia\\_en\\_la\\_tierra\\_del\\_vino\\_la\\_rioja.html](https://www.spain.info/es_AR/reportajes/fiestas_de_la_vendimia_en_la_tierra_del_vino_la_rioja.html)
- Fondo vitivinícola [http://www.fondovitivinicola.com.ar/page\\_enoteca.php](http://www.fondovitivinicola.com.ar/page_enoteca.php)
- Grandes Capitales del Vino <http://www.greatwinecapitals.com/>
- Historia del enoturismo <http://asociaciongastronomiaynutricion.com/noticias/item/76-historia-del-enoturismo>
- Instituto nacional de vitivinicultura <http://www.inv.gov.ar/>
- Informes técnicos. Estadísticas de Turismo abril 2018 [https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/eti\\_06\\_18.pdf](https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/eti_06_18.pdf)
- La Rioja Turismo <https://lariojaturismo.com/>
- Marco regulatorio sobre los Servicios Prestadores de Enoturismo [http://www.atodoturismo.com.ar/index.php?option=com\\_content&task=view&id=562&Itemid=0](http://www.atodoturismo.com.ar/index.php?option=com_content&task=view&id=562&Itemid=0)
- Mendoza turismo <http://www.ciudaddemendoza.gov.ar/turismo/>
- OEMV (Observatorio español del Mercado del Vino) <http://www.oemv.es/esp/estadisticas-3p.php>
- Organización internacional de la viña y el vino <http://www.oiv.int/es/organizacion-internacional-de-la-vina-y-el-vino>
- Proyecto Vintur <https://www.mecd.gob.es/dam/jcr:18c703e4-32f5-42f5-90c0-8b4eea8c5c53/enoturismo-ruta-del-vino-europea.pdf>
- Rutas del vino España <https://www.wineroutesofspain.com/>
- V Informe de Turismo Vitivinícola de Argentina <http://www.observatoriova.com/wp-content/uploads/2013/10/2010.pdf>
- Red europea de ciudades del vino <http://www.recevin.eu/> [http://www.pct-turisme.cat/intranet/sites/default/files/seminari\\_pcto\\_carne\\_ribes\\_recevin.pdf](http://www.pct-turisme.cat/intranet/sites/default/files/seminari_pcto_carne_ribes_recevin.pdf)

#### Trabajos presentados

- Orgaz Marín, Rosario (2016) Turismo enológico. Comparativa de la industria del vino entre España y Francia [https://docs.google.com/viewerng/viewer?url=idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/52666/TFG\\_RosarioOrgazMarin.pdf?sequence%3D1&isAllowed=y](https://docs.google.com/viewerng/viewer?url=idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/52666/TFG_RosarioOrgazMarin.pdf?sequence%3D1&isAllowed=y)

### Revistas y blog especializados

- Apolo y Baco jazz, vinos, literatura y gastronomía [http://www.apoloybaco.com/vinos/index.php?option=com\\_content&view=article&id=414&catid=117&Itemid=180](http://www.apoloybaco.com/vinos/index.php?option=com_content&view=article&id=414&catid=117&Itemid=180)
- Cata de vino <http://www.catadelvino.com/blog-cata-vino/cuando-nace-el-enoturismo-en-espana>
- Evolución del desarrollo del enoturismo en D.O Ribera del Duero [file:///C:/Users/dury\\_/Downloads/Dialnet-EvolucionDelDesarrolloDelEnoturismoEnLaDORiberaDel-4005053.pdf](file:///C:/Users/dury_/Downloads/Dialnet-EvolucionDelDesarrolloDelEnoturismoEnLaDORiberaDel-4005053.pdf)
- El portal de Mendoza <http://elportaldemendoza.com/blog/los-caminos-del-vino/>
- Historia del vino de España <http://revistaelconocedor.com/espana-una-historia-vinicola-para-el-mundo/>
- La semana vitivinícola <http://www.sevi.net/es/3505/74/11127/Informe-de-vendimia-2017-en-La-Rioja-vendimias-vino.htm>
- Perfil del enoturista en España [https://www.hosteltur.com/115199\\_perfil-enoturista-espana.html](https://www.hosteltur.com/115199_perfil-enoturista-espana.html)

### Prensa digital

- <https://www.guiadelocio.com/a-fondo/las-rutas-del-vino-en-espana>
- <http://www.noticiasdealava.eus/2017/11/01/araba/la-doc-rioja-acuerda-no-plantar-mas-vides-en-2018>
- [https://www.clarin.com/viajes/caminos-vino\\_0\\_SkPTsO3wme.html](https://www.clarin.com/viajes/caminos-vino_0_SkPTsO3wme.html)

## Anexos

### ANEXO 1: ESCUELAS DE ENOTURISMO

ABC CASTILLA Y LEÓN

ENOTURISMO

# Nace la Escuela de Enoturismo de Castilla y León para «profesionalizar un sector líder»

- Ofrecerá formación a medida para empresas y prestará asesoría turística a entidades, emprendedores y asociaciones



Publicidad

Presentación de la Escuela Superior de Enoturismo en la Diputación de Valladolid - F. HERAS

I. TOMÉ  
Valladolid - Actualizado: 25/01/2018 15:16h

La Escuela Superior de Enoturismo (ESE) ha dado este jueves el pistoletazo de salida con el objetivo de «profesionalizar el sector y continuar a la cabeza del mismo», según declaró el fundador y gerente de la escuela, Jorge Febrero, quien además apuntó que nace con la misión de «unir e integrar» y el enoturismo sea «más accesible a todos».

NOTICIAS RELACIONADAS

Enoturismo: entre viñas anda el juego

LO MÁS LEÍDO EN ABC

Castilla y León ABC

- 1 Aparece muerta una niña de 12 años en el balneario de Ledesma (Salamanca)
- 2 Prisión para el empresario José Luis Ulibarri
- 3 La Guardia Civil destruye una granada de la Guerra Civil en Zaratán
- 4 Guarido se irá a su

Figura 1.1 Escuela de enoturismo

Fuente: [https://www.abc.es/espana/castilla-leon/abci-nace-escuela-enoturismo-castilla-y-leon-para-profesionalizar-sector-lider-201801251505\\_noticia.html](https://www.abc.es/espana/castilla-leon/abci-nace-escuela-enoturismo-castilla-y-leon-para-profesionalizar-sector-lider-201801251505_noticia.html)

## ANEXO 2: EL PRIMER COWORKING TEMÁTICO DEL VINO



The image is a screenshot of a news article from the website 'winesur'. The page features a navigation menu with 'INICIO', 'NOTICIAS', 'BODEGAS', and 'TURISMO'. A breadcrumb trail reads 'Inicio » Noticias » Noticias » Negocios » Lanzan en Mendoza el primer coworking temático del vino a nivel mundial'. The main headline is 'Lanzan en Mendoza el primer coworking temático del vino a nivel mundial', dated '4 DE ABRIL, 2018 | EN NEGOCIOS, NOTICIAS, ÚLTIMAS NOTICIAS'. Below the headline is an illustration of a wine-making scene with a press, a glass, a bottle, and a cow. The text describes the launch of 'Grape', a wine-themed coworking space in Mendoza, located at 'Km 0 de Ciudad, en el piso 4 del edificio Gómez'. It notes that this is the first wine coworking space in the world and is projected as a unique venture. The space will accommodate various roles in the wine industry, including wineries, marketing agencies, and international firms.

**Winesur**  Suscripción al Ne

INICIO NOTICIAS BODEGAS TURISMO G

Inicio » Noticias » Noticias » Negocios » Lanzan en Mendoza el primer coworking temático del vino a nivel mundial

### Lanzan en Mendoza el primer coworking temático del vino a nivel mundial

4 DE ABRIL, 2018 | EN NEGOCIOS, NOTICIAS, ÚLTIMAS NOTICIAS



*Se denomina Grape y funcionará a partir de mayo. Estará ubicado en pleno Km 0 de Ciudad, en el piso 4 del edificio Gómez.*

a cultura del trabajo colaborativo parece estar prendiendo en Mendoza. Grape se denomina el primer wine coworking del mundo, que estará situado en pleno Kilómetro Cero de Ciudad, más precisamente en el edificio Gómez y se proyecta como un emprendimiento único.

Se trata de un espacio donde coexistirán las bodegas más importantes del país, como también firmas extranjeras, agentes de marketing, comercio exterior, publicidad, diseño, arquitectura y demás actores del mundo del vino.

**Figura 1.2 El primer coworking temático del vino**

Fuente: [https://www.abc.es/espana/castilla-leon/abci-nace-escuela-enoturismo-castilla-y-leon-para-profesionalizar-sector-lider-201801251505\\_noticia.html](https://www.abc.es/espana/castilla-leon/abci-nace-escuela-enoturismo-castilla-y-leon-para-profesionalizar-sector-lider-201801251505_noticia.html)



## ANEXO 3: EL ENOTURISMO MUEVE EN ESPAÑA MÁS DE 54 MILLONES DE EUROS

epturismo | europa press

### El enoturismo mueve en España más de 54 millones al año y atrae a casi 3 millones de turistas



Publicado 11/11/2017 10:59:52 CET

#### *Catas y visitas a bodegas para celebrar el Día Europeo del Enoturismo*

MADRID, 11 Nov. (EUROPA PRESS) -

El Día Europeo del Enoturismo se celebra este domingo en los principales territorios vitivinícolas de Europa, entre los que destacan Francia, Italia y España que buscan a través de esta iniciativa acercar la cultura del vino a los ciudadanos así como promocionar y difundir la oferta vinícola, gastronómica y patrimonial de un sector que solo en nuestro país mueve al año más de 54 millones de euros.

Y es que en 2016, el volumen de negocio generado por las bodegas y museos del vino adheridos a Rutas del Vino de España alcanzó los 54,2 millones de euros, lo que supone un 10,66% más que el año anterior, según un informe de la Asociación Española de Ciudades del Vino (Acevin) que indica que las visitas a bodegas y museos del vino crecieron un 21% en 2016 hasta superar los 2,7 millones de visitantes.

#### **Figura 1.3 El enoturismo mueve en España más de 54 millones**

Fuente: <http://www.europapress.es/turismo/turismo-verde-noticias/noticia-enoturismo-mueve-espana-mas-54-millones-ano-atrae-casi-millones-turistas-20171111105952.html>

## ANEXO 4: EL ENOTURISMO CRECE EN ARGENTINA

**ecocuyo**  
INNOVACIÓN+NEGOCIOS

12 abril, 2018

### Según datos oficiales, el enoturismo crece en la Argentina a una tasa promedio del 6% anual

*Según datos de la industria, en la Argentina hay 199 bodegas, que en total generan al menos 1.700 millones de pesos al año. Los establecimientos de Mendoza se quedan con el 70% de esa facturación.*



**E**l enoturismo crece en Argentina a un ritmo promedio del 6% anual, según el Ministerio de Turismo de la Nación (Mintur).

Dentro de esta industria, Mendoza, la provincia de mayor producción de vinos, encara nuevas estrategias de marketing.

El crecimiento del turismo del vino contrasta con la caída del consumo en la Argentina de 29 a 20 litros per cápita por año, ocurrida desde 2013 y que posiciona a esta bebida muy lejos de los 70 litros en promedio que se tomaban hace casi 30 años.

Al trazar una radiografía sobre el sector, Mendoza cuenta con 125 bodegas abiertas al turismo, donde se pueden degustar vinos, comer y hasta hospedarse.

**Figura 1.4: El enoturismo crece en Argentina**

Fuente: <http://ecocuyo.com/segun-datos-oficiales-el-enoturismo-crece-en-la-argentina-a-una-tasa-promedio-del-6-anual/>

