



Informe de Turismo Vitivinícola de Argentina

Año 2006



INDICE

Introducción.....	5
Marco Teórico.....	6

Capítulo I

Turistas de los Caminos del Vino de Argentina

1.1. Cantidad de turistas del Vino año 2006 Argentina.....	7
1.2. Cantidad de turistas en los Caminos del vino en relación al total de turistas que visitaron Argentina.....	7
1.3. Cantidad de turistas de caminos del vino por Provincia-Región, años 2004-2005-2006.....	8
1.4. Participación de las visitas por provincia - región.....	9
1.5. Cantidad de turistas por Provincia – Región, año 2006.....	10
1.6. Comparativo de turistas del vino y turistas por Provincia, año 2006.....	13
1.7. Procedencia de los turistas (años 2004-2005-2006).....	14
1.8. Conocimientos del visitante (años 2004-2005-2006).....	14
1.9. Repetición de la visita (años 2004-2005-2006).....	15
1.10. Medios a través del cual llegan a la Bodega.....	16
1.11. Cantidad de bodegas a visitar, intención de visitas.....	17
1.12. Motivación del visitante para acercarse a las bodegas.....	17

Capítulo II

Relevamiento de bodegas abiertas al turismo vitivinícola total país

2.1. Total de bodegas abiertas al turismo por Provincia, año 2006.....	19
--	----

2.2. Bodegas con horario fijo de apertura al turismo, total país, año 2006.....	20
2.3. Bodegas que trabajan con reservas previas para las visitas guiadas, total país año 2006.....	21
2.4. Bodegas con personal permanente para la recepción de turistas, total país año 2006.....	22
2.5. Bodegas con personal bilingüe, total país año 2006.....	23
2.6. Relación de las bodegas con las agencias de turismo, total país año 2006.....	24
2.7. Bodegas con alojamiento, total país año 2006.....	25
2.8. Servicio de restaurantes en bodegas, total país año 2006.....	26
2.9. Disponibilidad de realizar eventos en bodegas, salones o jardines, total país año 2006.....	27
2.10. Convenios o contratos con cadenas de hoteles.....	28
2.11. Bodegas pequeñas, medianas y grandes, total país año 2006.....	29
2.12. Bodegas boutiques, total año 2006.....	30
2.13. Bodega Familiar, total país año 2006.....	31
2.14. Bodegas con accesibilidad, total país año 2006.....	32

Capitulo III

Relevamiento de bodegas abiertas al turismo vitivinícola en Mendoza

3.1. Total de bodegas abiertas al turismo por zonas, total pcia. año 2006.....	33
3.2. Bodegas con horario fijo de apertura al turismo, total pcia. año 2006.....	34
3.3. Bodegas que trabajan con reservas previas para las visitas guiadas, total pcia. año 2006.....	34
3.4. Bodegas con personal permanente para la recepción de turistas, total pcia. año 2006.....	35
3.5. Bodegas con personal bilingüe, total pcia. año 2006.....	36

3.6. Relación de las bodegas con las agencias de turismo, total pcia. año 2006.....	37
3.7. Bodegas con alojamiento, total pcia. año 2006.....	37
3.8. Servicio de restaurantes en bodegas, total pcia. año 2006.....	38
3.9. Disponibilidad de realizar eventos en bodegas, salones o jardines, total pcia. Año 2006.....	39
3.10. Convenios o contratos con cadenas de hoteles, total pcia. Año 2006.....	39
3.11. Bodegas pequeñas, medianas y grandes, total pcia. año 2006.....	40
3.12. Bodegas boutiques, total pcia. año 2006.....	41
3.13. Bodegas Familiares, total pcia. año 2006.....	41
3.14. Bodegas con accesibilidad, total pcia. año 2006.....	42
Principales Conclusiones.....	43

Equipo de trabajo:

- *Juan Carlos Pina - Gerente*
- *Walter Pavón - Coordinador*
- *María Belén Gaua – Responsable de Turismo*
- *Responsables de las áreas de Turismo de las bodegas miembro de la Comisión Nacional de Turismo Vitivinícola.*

INTRODUCCIÓN

El Turismo Vitivinícola se ha constituido en los últimos años en una actividad casi necesaria tanto para los nuevos proyectos vitivinícolas como para las bodegas más tradicionales en las distintas regiones de nuestro país.

El objetivo de este trabajo es contribuir con el crecimiento y desarrollo de una actividad que en los últimos años ha demostrado tener una gran dinámica dentro del sector vitivinícola nacional.

Los Caminos del Vino de Argentina como producto turístico demuestran día a día que son un complemento perfecto a la promoción del vino de Argentina en cada uno de los puntos más importantes de los mercados doméstico e internacional. Las distintas regiones vitivinícolas de la Argentina potencian su presencia en los distintos mercados pues ya no sólo tienen para mostrar sus riquezas y características como excelentes zonas de producción vitivinícola sino también como destinos turísticos de nivel internacional.

El crecimiento de esta actividad y su consolidación en los próximos años es tarea de los distintos actores que conforman el cluster de turismo del vino de Argentina; es por ello que Bodegas de Argentina a través de su Comisión Nacional de Turismo Vitivinícola es pionera en el país en la realización de diversas acciones para promocionar y fortalecer el producto Caminos del Vino de Argentina en el país y el mundo, trabajando en aspectos de desarrollo de producto y promoción desde el año 1998.

Mediante este informe, que no se podría haber logrado sin la desinteresada colaboración y el apoyo de las bodegas que abren sus puertas al turismo en todo el país, pretendemos contribuir al desarrollo de la actividad brindando información real del sector que permita medir de manera certera el camino que se está recorriendo y permitirle a los actores del sector mejorar la toma de decisiones con indicadores que reflejan la verdadera realidad.



JUAN JOSÉ CANAY
Presidente

Marco Teórico

1. Universo analizado: turistas.
2. Población medida: Turistas Nacionales y extranjeros que visitan las Bodegas de Argentina.
3. Muestra: Probabilística, ya que todos los elementos que forman la población tienen la posibilidad de ser medidos. Total Encuestas: 71
4. Técnicas de recolección de datos: Cuestionarios escritos, con preguntas cerradas.
5. Los responsables de las áreas de turismo encuestan a los turistas que visitan a las bodegas y luego lo informan a la Comisión de Turismo de manera mensual.
6. Intervalo de Confianza: 0.95
7. Margen de error: 0.05
8. Finalidad de la Investigación: De tipo *Básica*, ya que la finalidad del mismo es tener un mejor conocimiento y comprensión de perfil de los turistas que visitan las Bodegas que integran los caminos del Vino.
9. Alcance Temporal: *Longitudinal*, porque en la investigación se realiza un corte transversal, observando y analizando lo que ocurre en un periodo determinado. A su vez es de tipo *retrospectiva*, para poder comparar con años anteriores y de *Panel*, ya que en las sucesivas investigaciones se medirá el mismo universo.
10. Profundidad: *Explicativa*, porque se pretende estudiar o interpretar con el informe las relaciones de influencia o interrelación entre las variables utilizadas.
11. Amplitud: *microsociológica*; se estudió a grupos de turistas.
12. Fuentes: *primarias*, ya que los encuestadores son guías de turismo y personal de Bodegas de Argentina.
13. Carácter: de tipo *cualitativa y cuantitativa*, la investigación es susceptible de ser medida y analizada.
14. Tipo de estudio al que da lugar: *encuesta personalizada* escrita con preguntas de tipo cerradas a los turistas que visitan las bodegas.
15. Tiempo de la medición desde enero a diciembre de los años 2004, 2005, 2006. Medición de tipo mensual.
16. Marco en que tiene lugar: de *Campo*, se observa el fenómeno turista del vino en su ambiente natural.
17. Objeto social: Es un *sector social Turismo Vitivinícola*.

Capítulo I

Turistas de los Caminos del Vino de Argentina

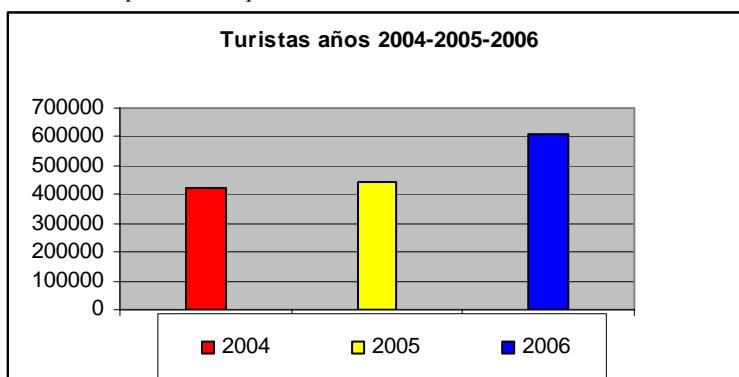
1.1- Cantidad de turistas que recorrieron los caminos del vino .Total país

Año	2004	2005	2006
Visitas	422896	488811	609757

*Fuente: Comisión Nacional de Turismo vitivinícola. Bodegas de Argentina.

71 bodegas respondieron a las encuestas durante el año 2006, por lo que la muestra es representativa y probabilística.

Por lo tanto se puede inferir que en el año 2006 ,1.004.810 turistas recorrieron los caminos del vino de Argentina.



Teniendo en cuenta la cantidad de turistas que recorrieron los caminos del vino de Argentina, se puede observar que durante los años 2004 al 2006 el turismo del vino creció un 45 % aproximadamente a nivel país.

Dicho crecimiento fue de 25 % entre los años 2005 y 2006, y del 15 % entre los años 2004 y 2005, lo cual demuestra que el crecimiento interanual ha ido aumentando. Se puede concluir entonces que el crecimiento del turismo del vino es cada vez mayor.

1.2- Cantidad de Turistas en los Caminos del Vino en relación al total de turistas que visitaron Argentina. Años 2004, 2005 y 2006.

	2004	2005	2006
Turistas del vino	422.896	488.811	609.757
Turistas país**	28.313.662	30.521.810	32.649.218
% s/total país	1,49%	0,91%	1,87%
Crecimiento base Caminos del Vino	100,0%	15,6%	44,2%
Crecimiento base Turismo País	100,0%	7,8%	15,3%

*Fuente: Comisión Nacional de Turismo vitivinícola. Bodegas de Argentina.

**fuente SECTUR Los datos del total de turistas en Argentina no comprenden el total de los 12 meses, ya que la fuente no cuenta con esa información)

Si se analiza la cantidad de turistas total país, en relación a la cantidad de turistas que recorrieron los caminos del vino, se puede observar que el 1.87 % del total turistas país visitaron bodegas.

Es importante destacar que el turismo del vino ha crecido el triple aproximadamente que el turismo país.

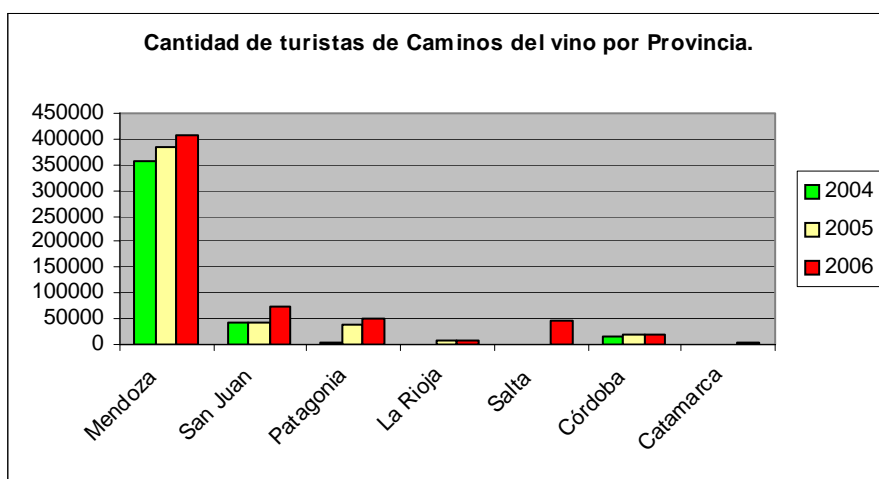
1.3-Cantidad de turistas de caminos del vino por provincia-región (años 2004-2005-2006)

Visitantes	2004	2005	2006
Mendoza	358.206	382.477	406.749
San Juan	43.657	41.460	74.481
Patagonia	5.033	39.068	49.770
La Rioja	0	6.156	8.920
Salta	0	0	46.801
Córdoba	16.000	19.650	20.156
Catamarca	0	0	2.880
Total	422.896	488.811	609.757

*Fuente: Comisión Nacional de Turismo vitivinícola. Bodegas de Argentina.

Mendoza, durante los 3 años de la medición que se realiza desde Bodegas de Argentina, ha sido la provincia que recibió más turistas del vino, seguido por San Juan y luego por la Región de Patagonia.

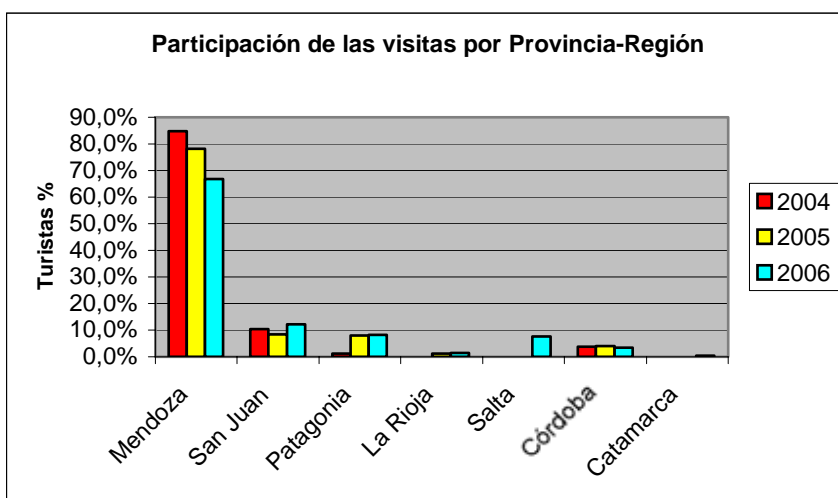
Puede observarse que desde el 2004 al 2006 Mendoza continúa experimentando un crecimiento en la llegada de visitantes a las bodegas (14%). También se destaca un importante incremento en las otras regiones del país: San Juan (71%), Patagonia (988%), La Rioja (144%) y Córdoba (125%).



1.4-Participación de las visitas por provincia-región (años 2004-2005-2006)

	2004	2005	2006
Provincias -Región	422.896	488.811	609.757
Mendoza	84,7%	78,2%	66,7%
San Juan	10,3%	8,5%	12,2%
Patagonia	1,2%	8,0%	8,2%
La Rioja	0,0%	1,3%	1,5%
Salta	0,0%	0,0%	7,7%
Córdoba	3,8%	4,0%	3,3%
Catamarca	0,0%	0,0%	0,5%

*Fuente: Comisión Nacional de Turismo vitivinícola. Bodegas de Argentina.



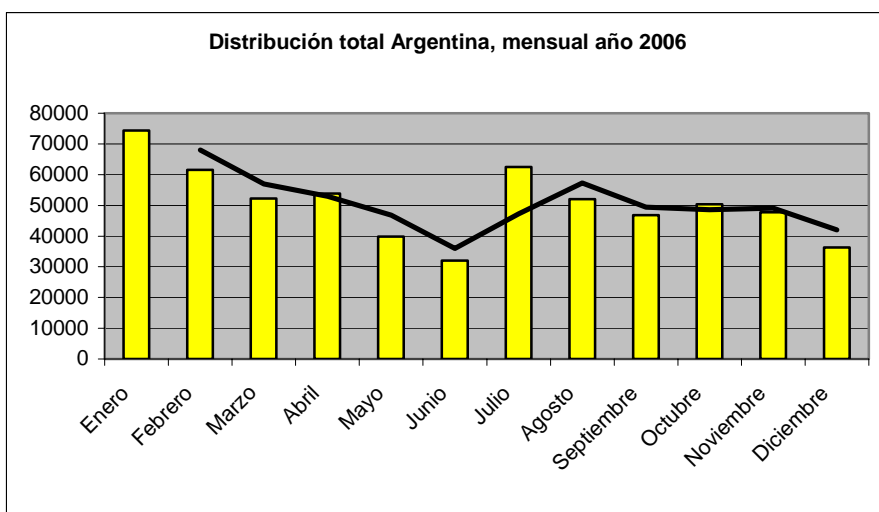
En este cuadro se puede apreciar que si bien Mendoza es la Provincia que más turistas recibe en los caminos de vino, porcentualmente está disminuyendo un 18 % aproximadamente su participación en el total de turistas de los caminos del vino de Argentina. La provincia de San Juan desde el 2004 al 2006 elevó casi un 2% su participación en total nacional, mientras que la región de la Patagonia eleva su participación dentro del mismo periodo de la medición en un 7% aproximadamente.

Por su parte, La Rioja incrementa apenas un 0.2% su participación, mientras que Córdoba disminuye un 0.5%.

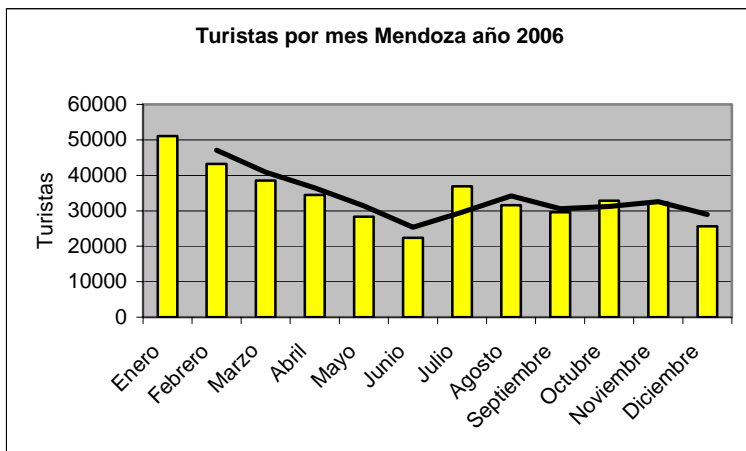
1.5-Cantidad de turistas por Provincia-Región (año 2006).

	Mendoza	San Juan	Patagonia	Córdoba	La Rioja	Salta	Catamarca	Total	Total
Enero	51054	6150	4791	3320	417	8373	240	74345	12%
Febrero	43174	5197	3716	1928	400	6930	240	61585	10%
Marzo	38526	6136	2849	1388	300	2774	240	52213	9%
Abril	34446	8135	6301	1038	410	3280	240	53850	9%
Mayo	28375	4028	2928	1427	560	2311	240	39869	7%
Junio	22356	3371	2117	1449	560	1920	240	32013	5%
Julio	36884	9855	4484	1788	2200	6978	240	62429	10%
Agosto	31572	8659	4895	1675	1675	3337	240	52053	9%
Septiembre	29634	7144	3724	2393	650	3084	240	46869	8%
Octubre	32811	6710	5101	1850	638	3052	240	50402	8%
Noviembre	32311	5795	5168	1250	586	2465	240	47815	8%
Diciembre	25606	3301	3696	650	524	2297	240	36314	6%
TOTAL	406749	74481	49770	20156	8920	46801	2880	609757	

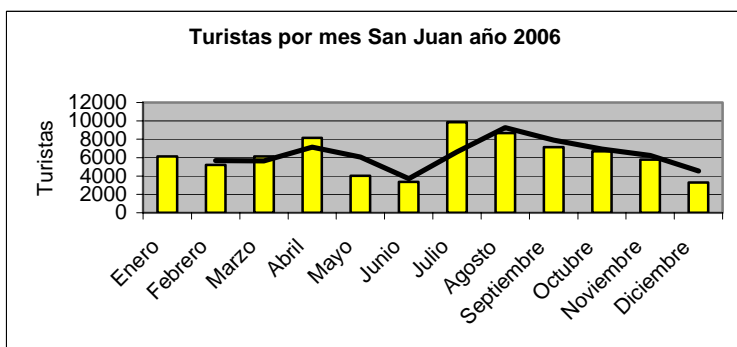
*Fuente: Comisión Nacional de Turismo vitivinícola. Bodegas de Argentina.



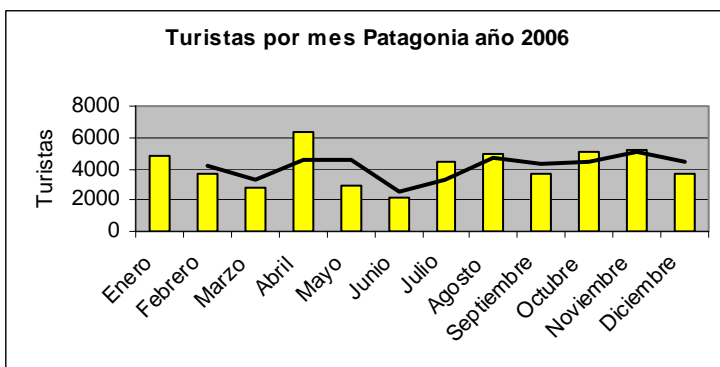
En la información presentada se puede apreciar la estacionalidad existente en la afluencia de turistas a los caminos del vino de Argentina. Los meses de enero y julio se destacan indicando mayor afluencia de turistas a nivel país. Enero es el mes en el que más turistas visitan los caminos en Mendoza, Salta y Córdoba. Las provincias de San Juan y La Rioja, reciben mayor cantidad de turistas en los meses de Julio y Agosto, mientras que en la Patagonia los turistas eligen principalmente el mes de abril.



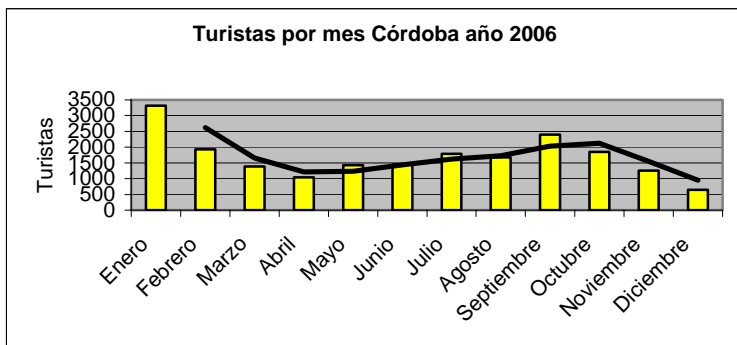
La provincia de Mendoza recibe mayor cantidad de turistas del vino en los meses de enero, febrero, marzo y julio. La cantidad de turistas del vino en julio (temporada invierno) es inferior a los principales meses de la temporada verano y vendimia.



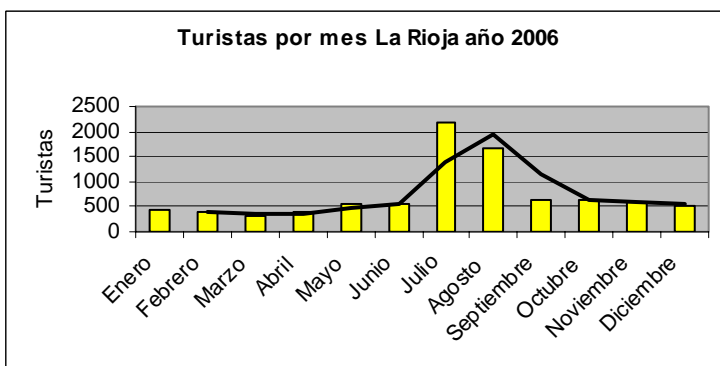
La provincia de San Juan recibe mayor cantidad de enoturistas en los meses de abril (Semana Santa), julio y agosto (vacaciones de invierno).



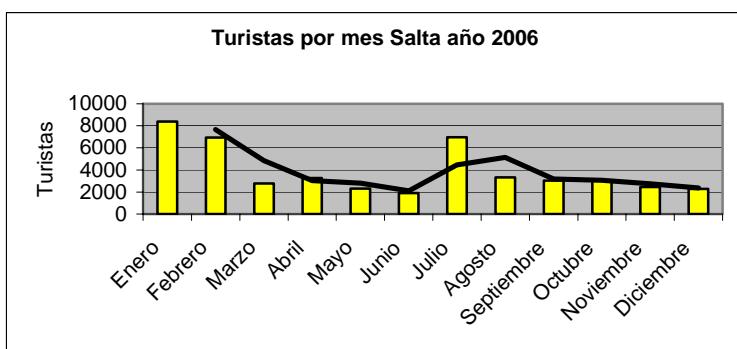
El enoturismo en Patagonia se incrementa en los meses de Abril (semana santa), Agosto (vacaciones de invierno), Octubre y Noviembre.



El mes de mayor recepción de turismo vitivinícola en la Provincia de Córdoba es Enero, coincidiendo con el inicio de la temporada de verano.



Durante los meses de Julio y Agosto (vacaciones de invierno) los caminos del vino de La Rioja reciben mayor cantidad de turistas que en el resto de los meses.



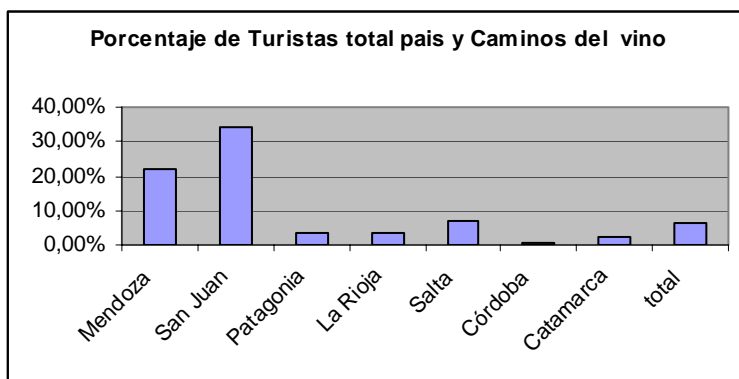
La provincia de Salta aumenta la cantidad de turistas vitivinícolas en los meses de Enero, Febrero (vacaciones de verano) y Julio (vacaciones de invierno).

Por su parte, la provincia de Catamarca informa la misma cantidad de turistas del vino en los doce meses del año, sin poder apreciarse variaciones mensuales o estacionalidad a lo largo del año.

1.6-Comparativo de turistas del vino y turistas por Provincia (año 2006)

Provincia – Región	Turistas del vino 2006	Total turistas recibidos por provincia 2006	%
Mendoza	406749	1831904	22,20%
San Juan	74481	218350	34,11%
Patagonia	49770	1519857	3,27%
La Rioja	8920	262182	3,40%
Salta	46801	648369	7,22%
Córdoba	20156	4615995	0,44%
Catamarca	2880	129410	2,23%
Total	609.757	9.22.6067	6,61%

*Fuente: Comisión Nacional de Turismo vitivinícola. Bodegas de Argentina.



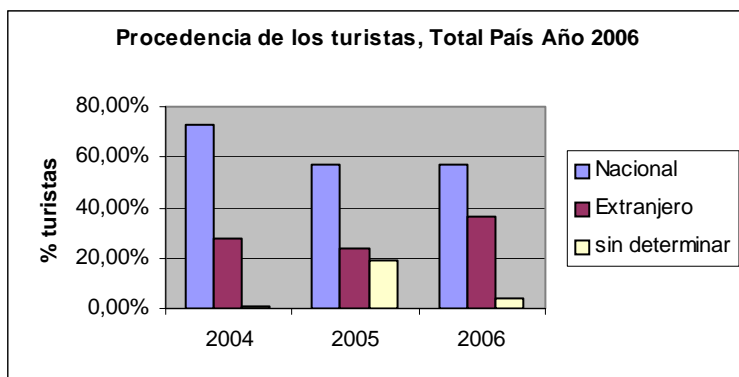
Si bien Mendoza es quien recibe mayor cantidad de turistas en bodegas, en San Juan es mayor la proporción de turistas que circulan por la provincia y que visitan los caminos del vino de todo el país.

Las Provincias de San Juan y Mendoza presentan la mayor proporción de turistas del vino con relación a los turistas que ingresan a cada provincia. El resto de las provincias presentan una pequeña proporción. Cabe destacar la influencia del turismo del vino en las provincias de Mendoza y San Juan donde superan ampliamente el promedio de 6,61 % del total de turistas de la Argentina. Salta también lo supera pero en una mínima proporción.

1.7- Procedencia de los turistas (años 2004-2005-2006)

Procedencia	2004	2005	2006	Variación 2006/2004
Nacional	72,50%	57,10%	56,70%	-15,80%
Extranjero	27,00%	23,90%	36,40%	8,83%
sin determinar	0,50%	18,90%	6,90%	6,40%

*Fuente: Comisión Nacional de Turismo vitivinícola. Bodegas de Argentina.

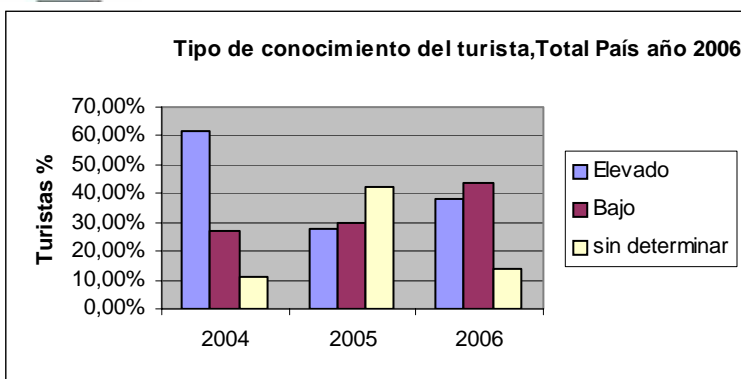


Según puede observarse, ha disminuido un 16% aproximadamente la cantidad de turistas nacionales que recorren los caminos del vino de Argentina, y se ha incrementado un 9% aproximadamente el nivel de turistas que llegan desde otros países a visitar las bodegas de Argentina desde el año 2004 hasta el año 2006.

1.8- Conocimientos del visitante. Años 2004-2005-2006.

Tipo de conocimiento	2004	2005	2006	Variación 2006/2004
Elevado	61,87%	27,50%	37,90%	-23,97%
Bajo	26,97%	30,10%	43,80%	16,83%
sin determinar	11,14%	42,30%	16,90%	5,76%

*Fuente: Comisión Nacional de Turismo vitivinícola. Bodegas de Argentina.

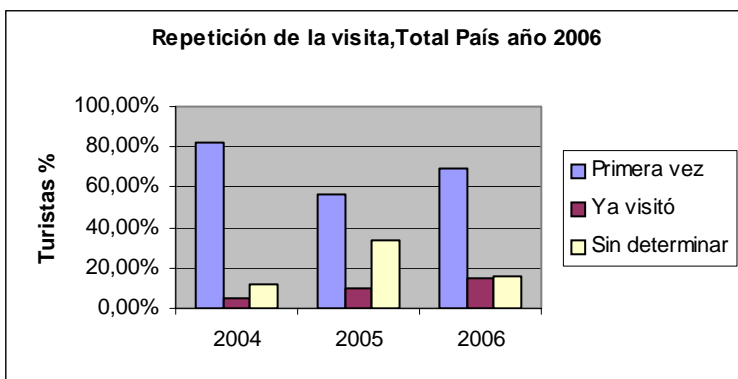


Si se analizan los porcentajes, se puede observar que ha disminuido un 24 % aproximadamente los visitantes que poseen elevados conocimientos del vino y se ha incrementado casi un 20 % los turistas que poseen pocos conocimientos. De ello se deduce que el turismo del vino en Argentina se ha convertido en una actividad para el turista en general y no sólo para el especializado o con elevado conocimiento.

1.9-Repetición de la visita a bodega. Años 2004-2005-2006.

Repetición de la visita	2004	2005	2006	Variación 2006/2004
Primera vez	82,55%	56,80%	69%	-13,55%
Ya visitó	5,22%	9,90%	15%	9,78%
Sin determinar	12,22%	33,40%	19%	6,78%

*Fuente: Comisión Nacional de Turismo vitivinícola. Bodegas de Argentina.



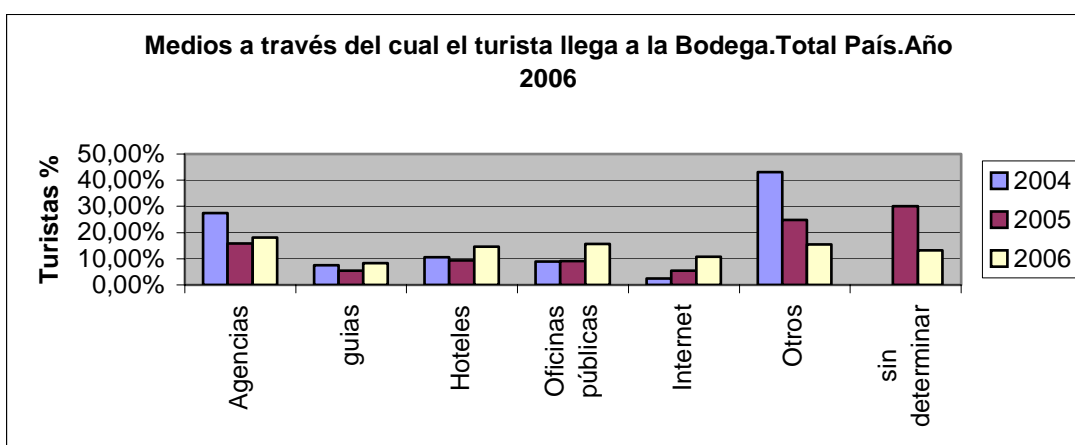
En relación a las veces que el turista repite sus visitas a las bodegas, encontramos que en el año 2006 un 69% se encontraba visitando la bodega por primera vez, pero comparando con los años anteriores este indicador refleja una caída del 13,55 %. No obstante hay que destacar que el indicador sigue siendo alto.

Es importante observar que los turistas demuestran un mayor interés por visitar los caminos del vino ya que se ha incrementado en un 10% casi la repetición de la visita.

1.10-Medio a través del cual el turista llega a la Bodega, Año 2004-2005-2006.

Medio a través del cual el turista llega a la Bodega.	2004	2005	2006	Variación 2006/2004
Agencias	27,47%	15,80%	18,10%	-9,37%
Guías	7,49%	5,40%	8,40%	0,91%
Hoteles	10,63%	9,30%	14,70%	4,07%
Oficinas públicas	8,86%	9,10%	15,60%	6,74%
Internet	2,49%	5,40%	10,80%	8,31%
Otros	43,02%	24,80%	15,40%	-27,62%
sin determinar		30%	16,20%	-13,80%

*Fuente: Comisión Nacional de Turismo vitivinícola. Bodegas de Argentina.



En este análisis se destaca el crecimiento que han tenido los distintos medios a través de los cuales los turistas se informan y deciden visitar los caminos del vino. Como se puede observar en el gráfico, el 18,10 % se acerca a las bodegas a través de agencias pero comparado al año 2004 disminuye la cantidad de turistas por este medio.

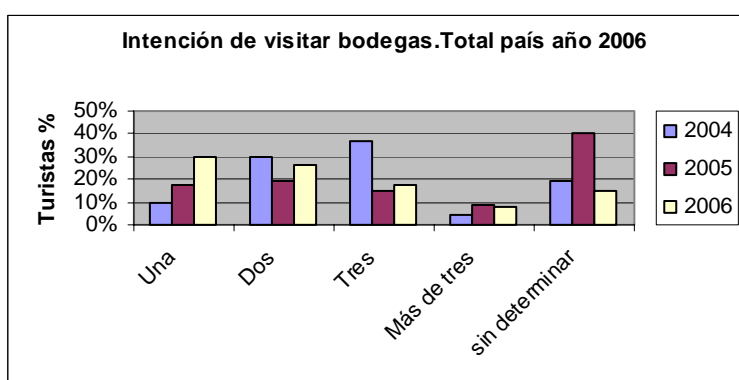
Muchos visitantes se han informado a través de oficinas públicas y hoteles. Además un 8.40% realizan visitas por sugerencias de las guías pero comparado con años anteriores, este medio es el que menos evolucionó.

Todos los medios, a excepción de las agencias, han cobrado mayor importancia a la hora de invitar a los turistas a que visiten los caminos del vino de Argentina.

1.11-Cantidad de bodegas a visitar, intención de visitas.

Bodegas a visitar	2004	2005	2006	Variación 2006/2004
Una	10%	17,20%	29,60%	19,60%
Dos	30%	19,10%	26,60%	-3,40%
Tres	37%	15,20%	17,20%	-19,80%
Más de tres	4%	8,50%	7,50%	3,50%
sin determinar	19%	40,10%	18,20%	-0,80%

*Fuente:Comisión Nacional de Turismo vitivinícola.Bodegas de Argentina.



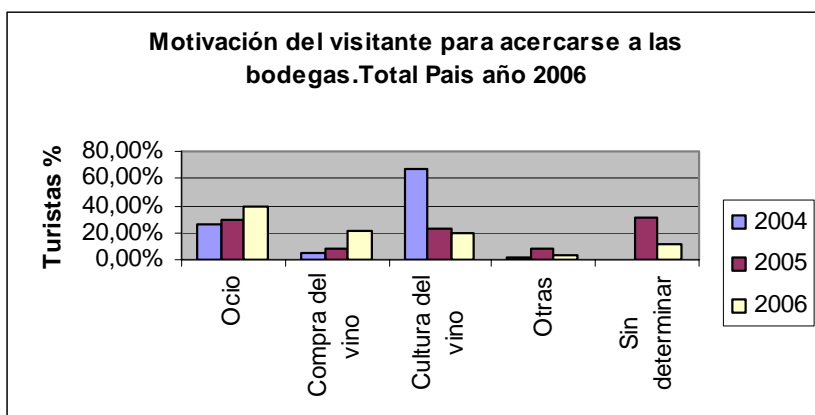
Si bien los turistas optan por recorrer varias bodegas, el promedio de los últimos tres años indica una mayor tendencia por visitar un menor número de bodegas.

Es decir, en los últimos tres años, crece casi 20 % la opción de visitar solo una bodega, y en relación a la intención de visitar dos o tres bodegas se refleja una disminución.

1.12-Motivación del visitante para acercarse a las Bodegas

Motivación de la visita	2004	2005	2006	Variación 2006/ 2004
Ocio	26,85%	29,60%	39,80%	12,95%
Compra del vino	4,57%	8,40%	21,20%	16,63%
Cultura del vino	67,14%	23,20%	20,20%	-46,94%
Otras	1,42%	7,70%	3,70%	2,28%
Sin determinar		31,10%	15%	-16,10%

*Fuente:Comisión Nacional de Turismo vitivinícola.Bodegas de Argentina.



Este último análisis muestra los porcentajes promedios respecto a la motivación que posee el visitante a la hora de acercarse a una bodega siendo el ocio y la compra del vino los más elegidos.

En comparación al promedio de los últimos 3 años analizados se puede observar que la variable compra es la que mayor crecimiento ha obtenido.

También se observa una disminución importante en la motivación por la cultura del vino y un crecimiento también hacia el ocio.

Capítulo 2

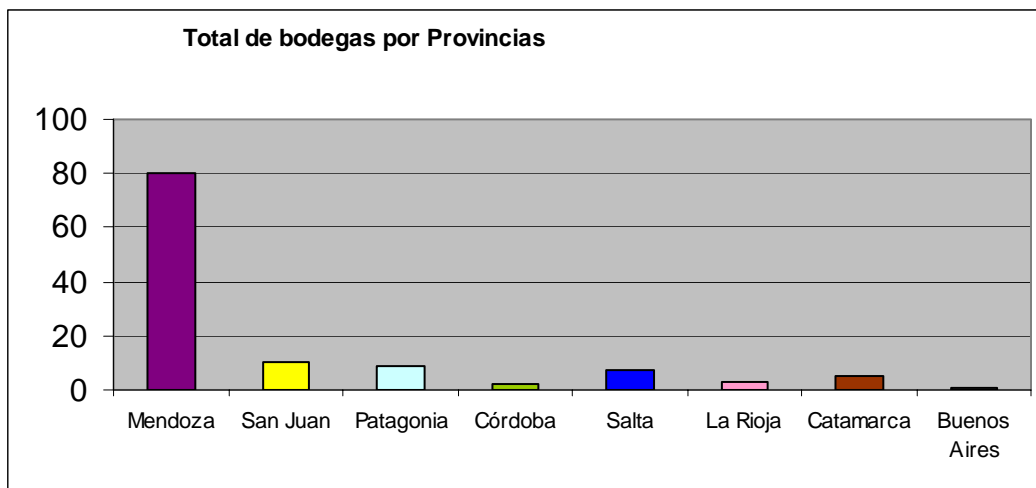
Relevamiento de bodegas abiertas al turismo vitivinícola en el país.

En este capítulo se analiza además de la cantidad de Bodegas abiertas al turismo en el país, los servicios que las mismas brindan a los turistas, tales como infraestructura, visitas guiadas, personal bilingüe, alojamiento, gastronomía, horarios de atención, accesibilidad para personas con capacidades diferentes, etc). Los datos relevados corresponden al total de bodegas que abren sus puertas a los turistas en cada provincia en la República Argentina.

2.1 Total de Bodegas abiertas al turismo por provincia.

Provincias-Región	Bodegas abiertas al turista	%
Mendoza	80	68%
San Juan	10	9%
Patagonia	9	8%
Córdoba	2	2%
Salta	7	6%
La Rioja	3	3%
Catamarca	5	4%
Buenos Aires	1	1%
Total País	117	100%

*Fuente: Comisión Nacional de Turismo Vitivinícola –Bodegas de Argentina



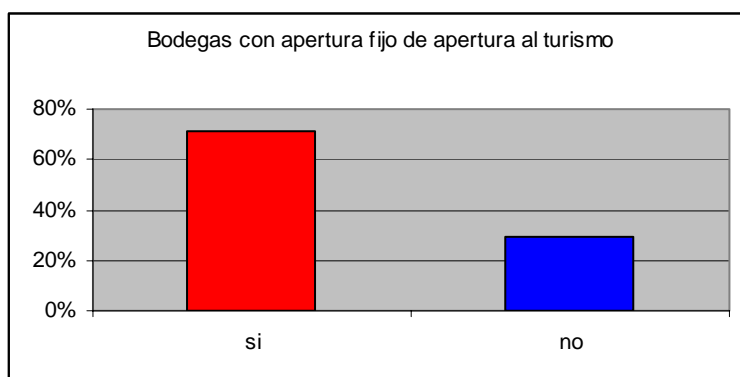
La Provincia de Mendoza presenta la mayor cantidad de bodegas abiertas al turismo en relación al resto de las provincias vitivinícolas de Argentina.

Con casi el 70% del total de bodegas abiertas al turismo en el país, Mendoza se destaca de sobremanera en el mapa del turismo vitivinícola argentino. La provincia más próxima es San Juan representando sólo el 10% del total nacional. El resto de las provincias que desarrollan la actividad se encuentran por debajo de los valores de esta última.

2.2-Bodegas con horario fijo de apertura al turismo. Total país año 2006

Provincias Región	Bodegas con horario fijo	Participación por provincia en %
Mendoza	55	69%
San Juan	9	90%
Patagonia	6	67%
Córdoba	1	50%
Salta	7	100%
La Rioja	2	67%
Catamarca	3	60%
Buenos Aires	1	100%
Total País	84	71%

*Fuente: Comisión Nacional de Turismo Vitivinícola –Bodegas de Argentina

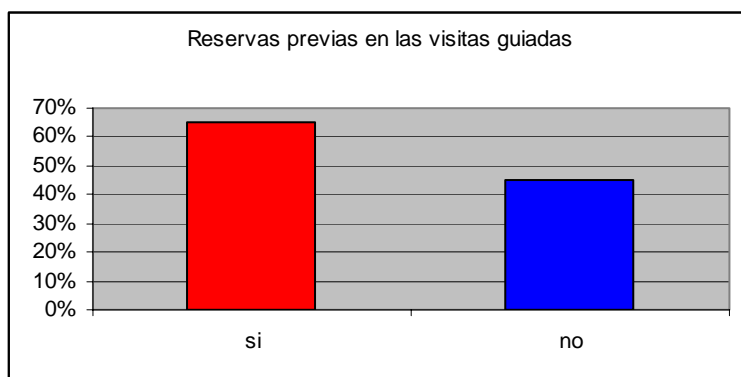


A nivel país, el 71 % de las bodegas tienen horario fijo de apertura al turismo. En relación a las bodegas que no tienen horario fijo se debe a que son atendidas por sus propios dueños o enólogos y trabajan con la modalidad de reservas predeterminadas. No obstante hay que destacar que en general, en todas las regiones vitivinícolas las bodegas ya trabajan con horario fijo de apertura, si bien en algunos casos igualmente es necesario realizar una reserva previa.

2.3–Bodegas que trabajan con reservas previas para las visitas guiadas. Total país año 2006

Provincias-Región	Bodegas que trabajan con reserva previa	Participación por provincia en %
Mendoza	61	76
San Juan	4	40
Patagonia	5	56
Córdoba	1	50
Salta	1	14
La Rioja	3	100
Catamarca	1	20
Buenos Aires	0	0
Total País	76	65

*Fuente: Comisión Nacional de Turismo Vitivinícola –Bodegas de Argentina

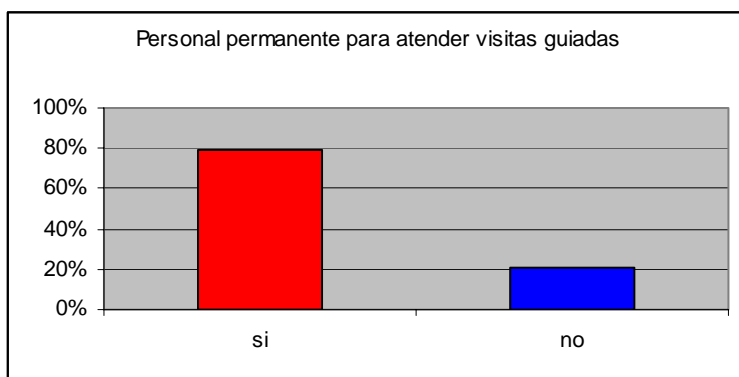


Mendoza tiene el mayor porcentaje de bodegas que trabaja con reservas previas, esto se justifica por ser la provincia que mayor cantidad de turistas del vino recibe mensualmente, por lo tanto para poder realizar las visitas de manera organizada, las bodegas han adoptado esa modalidad y así poder garantizar la calidad de servicios en la atención a sus visitantes. En el resto de las provincias, el porcentaje disminuye, es decir, trabajan menos con reservas previas, atendiendo al turista en el momento que éste llega a la bodega.

2.4-Bodegas con personal permanente para la recepción de turistas.Total país año 2006

Provincia-Región	Bodegas con personal permanente	Participación por provincia en %
Mendoza	64	80
San Juan	9	90
Patagonia	7	78
Córdoba	1	50
Salta	7	100
La Rioja	3	100
Catamarca	1	20
Buenos Aires	1	100
Total País	93	79

*Fuente: Comisión Nacional de Turismo Vitivinícola –Bodegas de Argentina

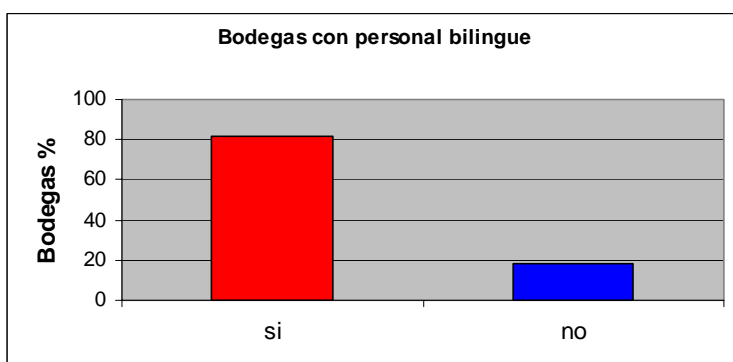


Casi el 80 % de las bodegas en el país tiene personal permanente para recibir turistas. Salvo Catamarca y Córdoba, el resto de las provincias cuenta con personal permanente para la recepción de turistas en las bodegas en una alta proporción.

2.5-Bodegas con personal Bilingüe. Total país año 2006

Provincias-Región	Bodegas con personal bilingüe	Participación por provincia en %
Mendoza	69	86
San Juan	10	100
Patagonia	5	56
Córdoba	2	100
Salta	5	71
La Rioja	3	100
Catamarca	1	20
Buenos Aires	1	100
Total País	96	82

*Fuente: Comisión Nacional de Turismo Vitivinícola –Bodegas de Argentina



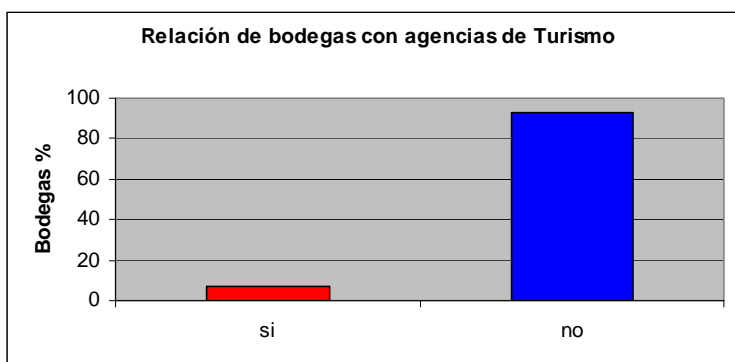
El 82 % de las bodegas tienen personal bilingüe en el país. El principal idioma con que cuenta el personal que atiende a los turistas en bodega es la lengua inglesa. También existe recurso humano capacitado en lengua francesa, italiana y alemana.

Si bien el porcentaje es alto en la mayoría de las provincias y regiones, se observa que en Patagonia y Catamarca es sustancialmente menor.

2.6–Relación de las Bodegas con las agencias de Turismo.Total país año 2006

Provincias-Región	Relación de Bodegas con agencias de turismo	Participación por provincia en %
Mendoza	6	8
San Juan	0	0
Patagonia	0	0
Córdoba	0	0
Salta	2	29
La Rioja	0	0
Catamarca	0	0
Buenos Aires	0	0
Total País	8	7

*Fuente: Comisión Nacional de Turismo Vitivinícola –Bodegas de Argentina



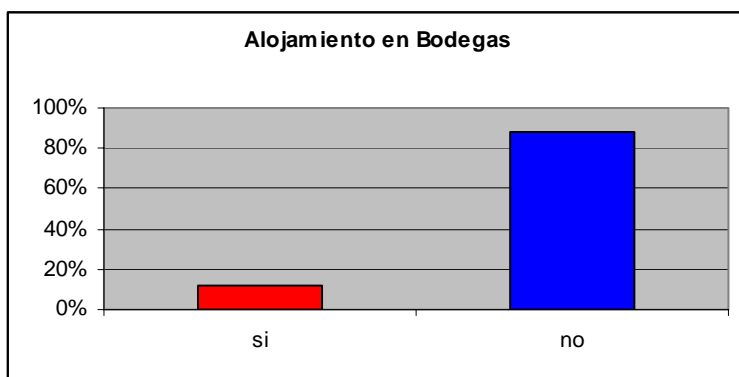
Solo el 7 % de las bodegas en Argentina tiene relación formal con las agencias de viajes y turismo. La provincia de Salta presenta un mayor porcentaje de bodegas que tienen acuerdos firmados, destacándose del resto.

Las bodegas trabajan regularmente con las agencias de turismo pero no hay convenios ni contratos firmados, sólo acuerdos informales.

2.7- Bodegas con alojamiento. Total país año 2006

Provincias-Región	Bodegas con alojamiento	Participación por provincia en %
Mendoza	10	13
San Juan	0	0
Patagonia	0	0
Córdoba	0	0
Salta	3	43
La Rioja	1	33
Catamarca	0	0
Buenos Aires	0	0
Total País	14	12

*Fuente: Comisión Nacional de Turismo Vitivinícola –Bodegas de Argentina



El 12 % de las bodegas cuentan con el servicio de hospedaje-hotel abierto al turista. Se destaca Mendoza que cuenta con más del 70% de las bodegas que brindan este servicio en todo el país. Con una menor importancia le sigue Salta con más del 20% y por último La Rioja con el 7%.

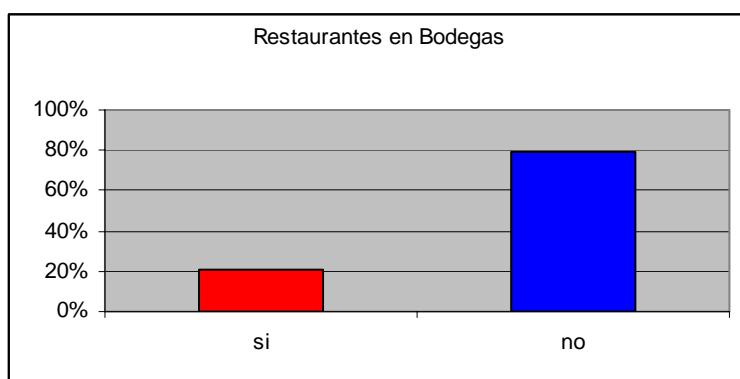
Salta es la provincia con mayor porcentaje de bodegas con alojamiento respecto de las que abren al turismo; le siguen en orden de importancia La Rioja y Mendoza.

Actualmente existen más de 120 plazas disponibles en los Caminos del Vino de Argentina donde los turistas que recorren los caminos del vino pueden alojarse en instalaciones que pertenecen a las mismas bodegas.

2.8- Servicio de Restaurante en Bodegas. Total país año 2006

Provincias-Regiones	Bodegas con restaurantes	Participación por provincia en %
Mendoza	18	23
San Juan	0	0
Patagonia	3	33
Córdoba	0	0
Salta	3	43
La Rioja	1	33
Catamarca	0	0
Buenos Aires	0	0
Total País	25	21

*Fuente: Comisión Nacional de Turismo Vitivinícola –Bodegas de Argentina



El 21 % de las bodegas en Argentina cuenta con restaurantes en sus instalaciones.

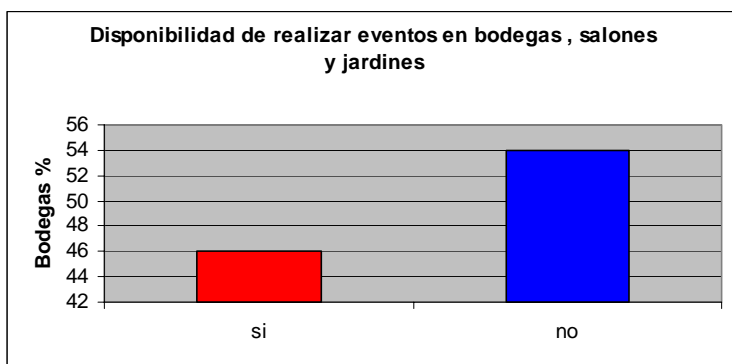
Se destaca al igual que en el caso de alojamiento la provincia de Mendoza con el 72% de las bodegas que brindan este servicio a los turistas y lugareños. En este caso, aparece la región de la Patagonia que cuenta con un 33% de sus bodegas con servicio de restaurant. Idéntica situación se aprecia en Salta aunque allí el porcentaje de participación es más alto. Por último aparece La Rioja.

Es importante destacar que las bodegas con servicio de restaurant en todas las regiones de Argentina actualmente suman poco más de 660 cubiertos disponibles en todo el país.

2.9- Disponibilidad de realizar eventos en bodegas, salones o jardines. Total país año 2006.

Provincias-Región	Bodegas con disponibilidad para eventos.	Participación por provincia en %
Mendoza	36	45
San Juan	5	50
Patagonia	6	67
Córdoba	0	0
Salta	5	71
La Rioja	1	33
Catamarca	0	0
Buenos Aires	1	100
Total País	54	46

*Fuente: Comisión Nacional de Turismo Vitivinícola –Bodegas de Argentina



El 46 % de las bodegas de Argentina abiertas al turismo utilizan sus edificios para prestar el servicio de eventos a terceros.

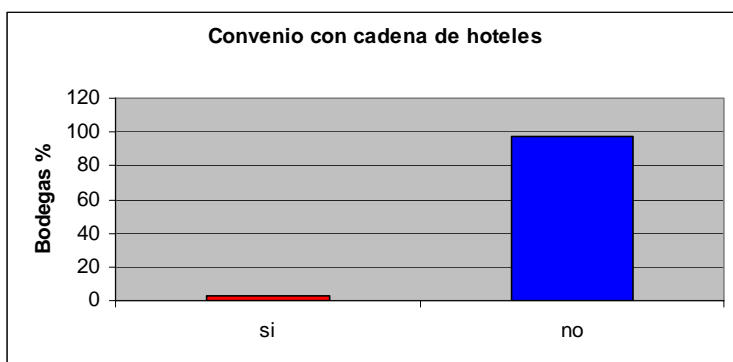
Mendoza presenta la mayor cantidad de bodegas en este caso, donde casi la mitad del total de las bodegas abiertas al turismo ofrecen este servicio en la provincia y representan al 67% del total en el país. El resto de las provincias excepto Catamarca y Córdoba presentan un alto porcentaje de sus bodegas que brindan el servicio, donde se destaca Salta con el 71%.

Dentro del 54 % de bodegas que no brindan el servicio, corresponde un 20 % de bodegas que cuentan con instalaciones para realizar eventos pero no ofrecen el servicio.

2.10- Convenios o contratos con hoteles

Provincias-Región	Bodegas con convenios con hoteles	Participación por provincia en %
Mendoza	2	3%
San Juan	0	0%
Patagonia	0	0%
Córdoba	0	0%
Salta	1	14%
La Rioja	0	0%
Catamarca	0	0%
Buenos Aires	0	0%
Total País	3	3%

*Fuente: Comisión Nacional de Turismo Vitivinícola –Bodegas de Argentina



El 97 % de las bodegas no tienen firmados convenios o contratos con hoteles.

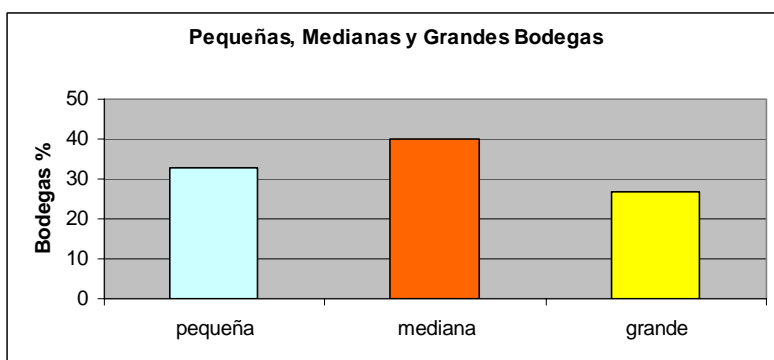
Se produce un escenario similar a la hora de firmar convenios o contratos con las agencias de viajes.

Los puntos 1.7 y 1.10 ponen de manifiesto el bajo grado de formalidad que existe en la actividad actualmente.

2.11- Bodegas pequeñas, medianas o grandes. Total país año 2006

Provincias-Región	pequeña	mediana	grande
Mendoza	28%	39%	33%
San Juan	50%	40%	10%
Patagonia	56%	44%	0%
Córdoba	0%	100%	0%
Salta	41%	29%	30%
La Rioja	0%	67%	34%
Catamarca	60%	40%	0%
Buenos Aires	100%	0%	0%
Total País	33%	40%	27%

*Fuente: Comisión Nacional de Turismo Vitivinícola –Bodegas de Argentina



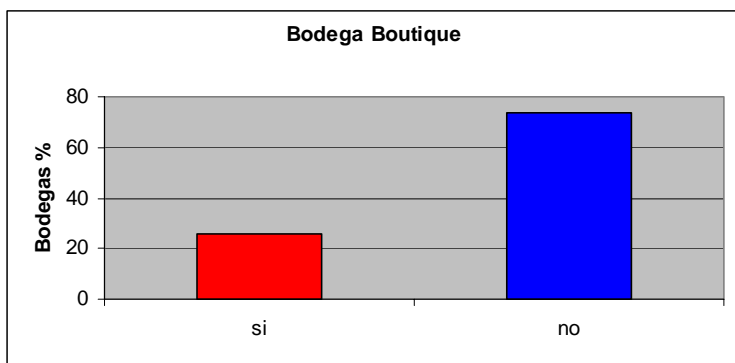
Del total de 117 bodegas abiertas al turismo en todo el país la mayor proporción de ellas son medianas mientras que una tercera parte se comprende entre bodegas pequeñas y la menor proporción de bodegas abiertas al turismo está compuesta por bodegas grandes.

En Mendoza, al igual que Salta, es donde se encuentran más proporcionalmente distribuidas la cantidad de bodegas según el tamaño.

2.12- Bodega boutiques.

Provincias-Región	Bodegas boutiques	Participación por provincia
Mendoza	15	19%
San Juan	4	40%
Patagonia	5	56%
Córdoba	0	0%
Salta	4	57%
La Rioja	0	0%
Catamarca	3	60%
Buenos Aires	0	0%
Total País	31	26%

*Fuente: Comisión Nacional de Turismo Vitivinícola –Bodegas de Argentina

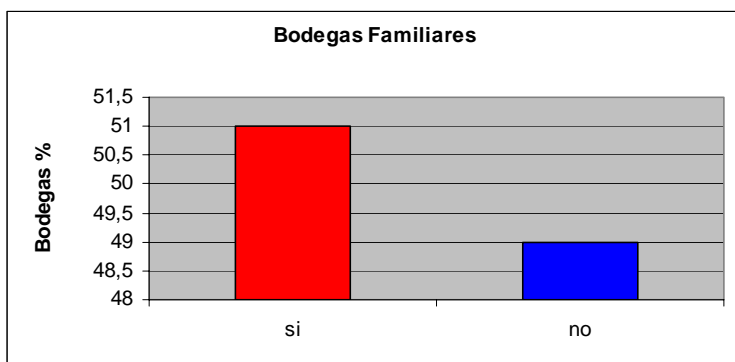


En Argentina, sólo el 26 % se considera bodega boutique, encontrándose en Mendoza la mayor cantidad de estas bodegas. Dicha cifra es sustancialmente mayor al total observado en las otras provincias/regiones del país. Mendoza cuenta con el 48% del total país de este tipo de bodegas.

2.13- Bodega Familiar. Total país año 2006

Provincias-Región	Bodega Familiar	Participación por provincia en %
Mendoza	40	50%
San Juan	7	70%
Patagonia	5	56%
Córdoba	0	0%
Salta	4	57%
La Rioja	0	0%
Catamarca	4	80%
Buenos Aires	0	0%
Total País	60	51%

*Fuente: Comisión Nacional de Turismo Vitivinícola –Bodegas de Argentina



Es llamativo observar que la mitad de las bodegas que reciben turistas pertenecen a familias, la otra mitad son de propiedad nacionales o internacionales (empresas, sociedades, grupos económicos, etc).

El índice se repite para el caso de Mendoza ya que también allí la mitad de las bodegas abiertas al turismo corresponde a bodegas familiares, que representan el 67% del total de las bodegas abiertas al turismo en el país.

El mayor índice de empresas familiares se observa en las provincias de Catamarca y San Juan. Cabe destacar que en cada provincia o región el índice de bodegas familiares es alto.

2.14 –Bodegas con accesibilidad. Total país año 2006.

Servicios	Totales de Bodegas con accesibilidad
Rampas	7
Baños para capacidades diferentes	9
Sistema no videntes	4
Lenguaje de señas	1

*Fuente: Comisión Nacional de Turismo Vitivinícola –Bodegas de Argentina

En nuestro país existen 12 bodegas que cuentan con la posibilidad de brindar servicios para personas con capacidades diferentes.

De ese total la mayoría cuenta con baños y rampas que facilitan la visita de quienes tienen capacidades diferentes. No obstante, son pocas las bodegas que cuentan con sistema para ciegos y lenguaje de señas.

Hay que destacar, que si bien no cuentan con toda la estructura, la predisposición de las personas que integran las bodegas han logrado que se realicen este tipo de visitas donde las personas con capacidades diferentes han podido disfrutar de los Caminos del Vino.

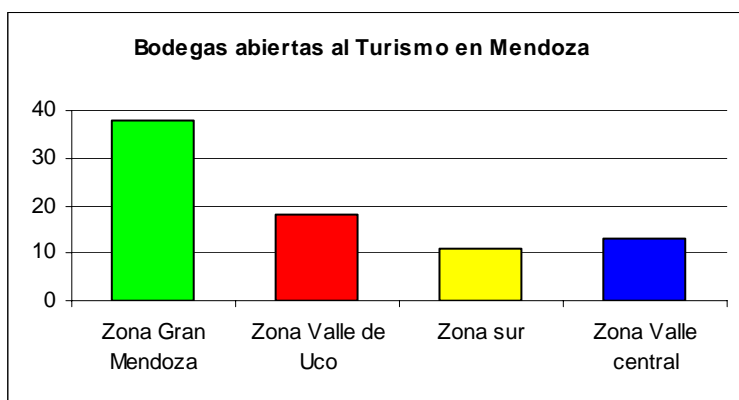
Capítulo 3

Relevamiento de bodegas abiertas al turismo en Mendoza

3.1 -Total de Bodegas abiertas al turismo por zonas en Mendoza, año 2006.

Zonas	Bodegas abiertas al turismo	Participación por zonas en %
Zona Gran Mendoza	38	48
Zona Valle de Uco	18	22
Zona sur	11	14
Zona Valle central	13	16
Total Provincia	80	100%

*Fuente: Comisión Nacional de Turismo Vitivinícola –Bodegas de Argentina

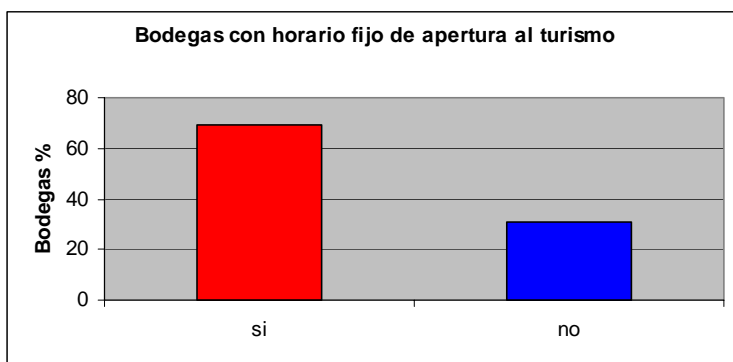


Como puede observarse la mayor cantidad de bodegas se concentran en la zona Gran Mendoza, integrada por los departamentos de Luján, Maipú, Godoy Cruz y Guaymallén. Le sigue el Valle de Uco y el Valle Central (Zona Este). Por último la Zona Sur aparece con la menor cantidad de bodegas que se dedican al turismo del vino.

3.2-Bodegas con horario fijo de apertura al turismo. Total Provincia de Mendoza, año 2006

Zonas	Bodegas con horario fijo	Participación por zonas en %
Zona Gran Mendoza	31	82
Zona Valle de Uco	8	44
Zona sur	10	91
Zona Valle central	6	46
Total Provincia	55	69

*Fuente: Comisión Nacional de Turismo Vitivinícola –Bodegas de Argentina



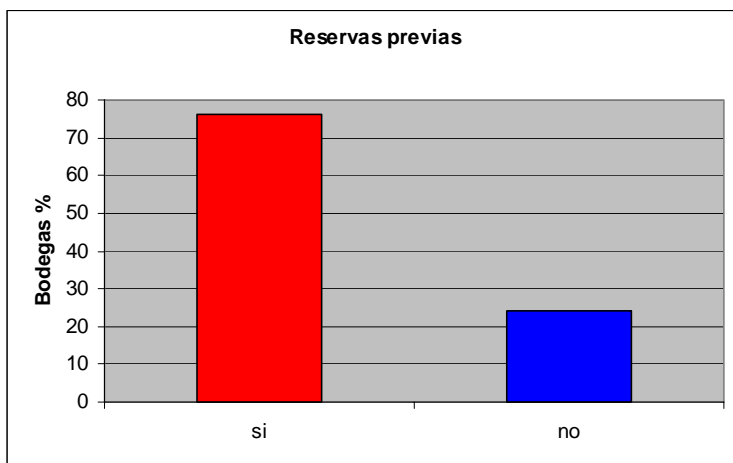
El 69 % de las bodegas mendocinas trabajan con horarios fijos para la apertura del turismo, encontrándose en la Zona Sur y Gran Mendoza el mayor índice de bodegas con esta modalidad.

El índice observado en Mendoza es similar al observado a nivel país donde se observa que el 72 % de las bodegas tienen horario fijo.

3.3-Bodegas que trabajan con reservas previas para las visitas. Total Provincia de Mendoza, año 2006.

Zonas	Bodegas que trabajan con reservas previas	Participación por zonas en %
Zona Gran Mendoza	27	71
Zona Valle de Uco	15	83
Zona sur	7	64
Zona Valle central	12	92
Total Provincia	61	76

*Fuente: Comisión Nacional de Turismo Vitivinícola –Bodegas de Argentina

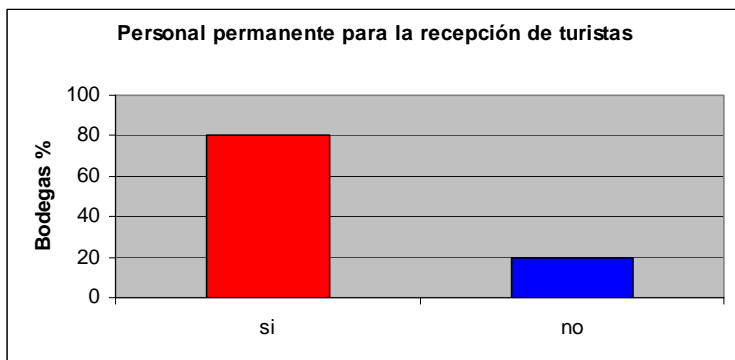


A nivel provincia el 76 % de las bodegas se han organizado con el sistema de reservas previas para poder organizar y coordinar las actividades de recepción de turistas. Este porcentaje es mayor al observado a nivel país, donde el 65 % de las bodegas tienen el sistema de reserva previa. Asimismo puede apreciarse que la modalidad se mantiene en niveles altos en todas las zonas de la Provincia.

3.4-Bodegas con personal permanente para la recepción de turistas. Total Provincia Mendoza, año 2006

Zonas	Bodegas que trabajan con personal permanente	Participación por zonas en %
Zona Gran Mendoza	33	87
Zona Valle de Uco	15	83
Zona sur	9	82
Zona Valle central	7	54
Total Provincia	64	80

*Fuente: Comisión Nacional de Turismo Vitivinícola –Bodegas de Argentina



El 80% de las bodegas mendocinas tienen personal permanente para la recepción de los turistas. Se repite en Mendoza el mismo porcentaje que a nivel país.

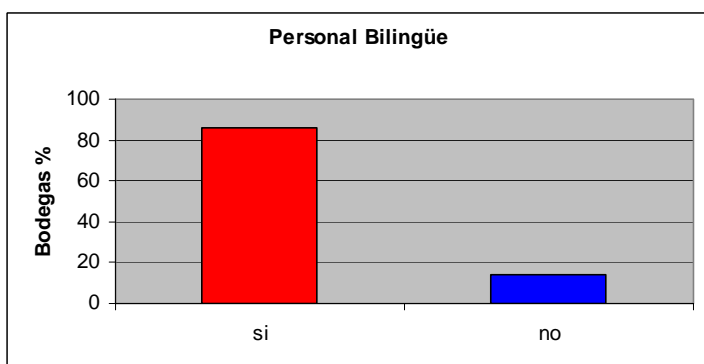
El 20 % restante corresponde a bodegas atendidas por dueños y enólogos que personalmente conducen las visitas.

Este índice es alto en casi todas las zonas también, excepto la Zona Valle Central que presenta un índice menor al 60%.

3.5-Bodegas con personal Bilingüe. Total Provincia Mendoza, año 2006

Zonas	Bodegas con personal bilingüe	Participación por zonas en %
Zona Gran Mendoza	37	97
Zona Valle de Uco	17	94
Zona sur	7	64
Zona Valle central	8	62
Total Provincia	69	86

*Fuente: Comisión Nacional de Turismo Vitivinícola –Bodegas de Argentina



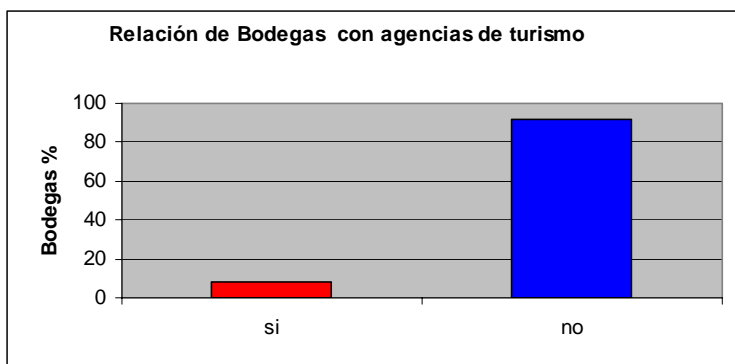
Sesenta y cuatro bodegas de la provincia cuenta con personal que habla otro idioma para atender turistas extranjeros, lo cual representa el 86% del total de bodegas abiertas al turismo en la provincia.

De ese total, el 100% puede realizar las visitas en idioma inglés, un 20 % aproximadamente ofrece las visitas en francés y 6 % en portugués.

3.6-Relación de bodegas con las agencias de Turismo. Total Provincia, año 2006

Zonas	Relación de Bodegas con agencias de Turismo	Participación por zonas en %
Zona Gran Mendoza	4	11
Zona Valle de Uco	2	11
Zona sur	0	0
Zona Valle central	0	0
Total Provincia	6	8

*Fuente: Comisión Nacional de Turismo Vitivinícola –Bodegas de Argentina

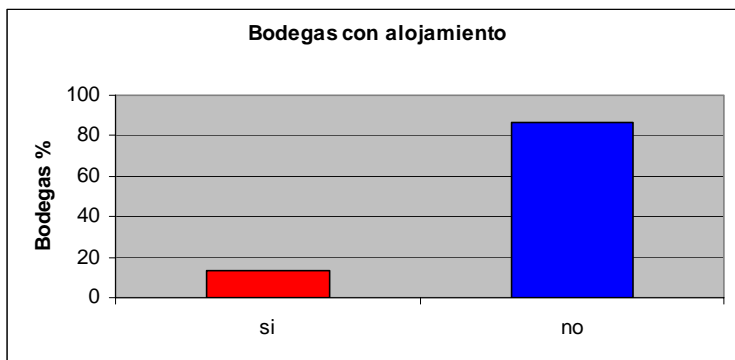


Como sucede a nivel país, en la provincia de Mendoza también es muy bajo el índice de bodegas que realizan convenios con las agencias de turismo. Es decir que se repite la no formalidad en las relaciones comerciales en este sentido.

3.7-Bodegas con alojamiento en la Provincia de Mendoza, año 2006.

Zonas	Bodegas con alojamiento	Participación por zonas en %
Zona Gran Mendoza	5	13
Zona Valle de Uco	3	17
Zona sur	1	9
Zona Valle central	1	8
Total Provincia	10	13

*Fuente: Comisión Nacional de Turismo Vitivinícola –Bodegas de Argentina

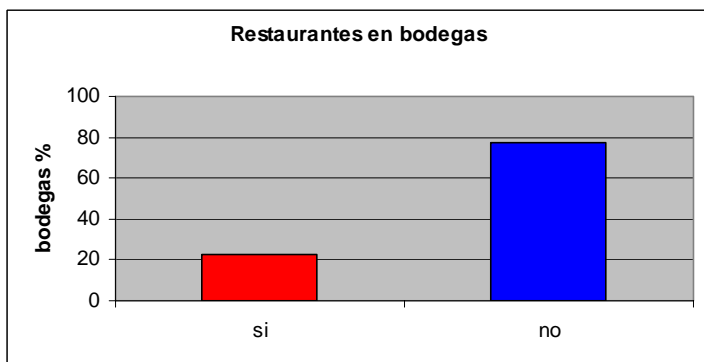


Se produce similar porcentaje que a nivel país, sólo el 13 % de las bodegas cuentan con hospedaje en sus instalaciones. Cabe recordar como ya se dijo en el Capítulo 2 que Mendoza representa el 71% del total del país. Sobre el total de 10 bodegas que en Mendoza prestan el servicio de alojamiento, la mitad se concentra en la Zona Gran Mendoza. Asimismo, Mendoza cuenta actualmente con más de 100 plazas disponibles para los turistas que pernocten en los caminos de vino.

3.8-Servicio de restaurante en Bodegas. Total Provincia de Mendoza, año 2006.

Zonas	Restaurantes en Bodegas	Participación por zonas en %
Zona Gran Mendoza	14	37
Zona Valle de Uco	3	17
Zona sur	1	9
Zona Valle central	0	0
Total Provincia	18	23

*Fuente: Comisión Nacional de Turismo Vitivinícola –Bodegas de Argentina



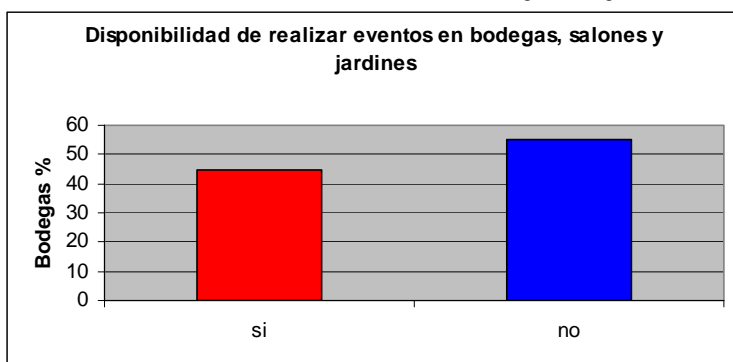
Un porcentaje muy similar al observado en Argentina cuenta con este servicio en Mendoza. El 23% de las bodegas abiertas al turismo brinda el servicio de restaurante en bodega. La zona gran Mendoza concentra la mayor cantidad de restaurantes en bodegas, mientras que la

zona Valle central no tiene habilitado este servicio. A nivel provincial, las bodegas cuentan con más de 620 cubiertos.

3.9-Disponibilidad de realizar eventos en bodegas, salones o jardines. Total Provincia Mendoza, año 2006

Zonas	Disponibilidad de realizar eventos	Participación por zonas en %
Zona Gran Mendoza	20	53
Zona Valle de Uco	7	39
Zona sur	8	73
Zona Valle central	1	8
Total Provincia	36	45

*Fuente: Comisión Nacional de Turismo Vitivinícola –Bodegas de Argentina

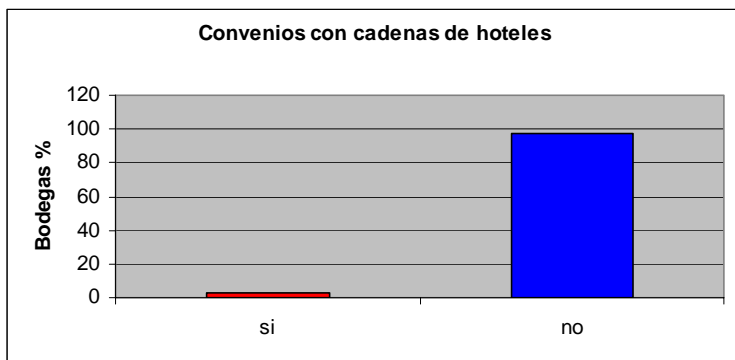


El Valle central es la zona que brinda en menor proporción el servicio de eventos en las instalaciones de sus bodegas. Este servicio adicional se encuentra mayormente desarrollado en las Zona Sur y Zona gran Mendoza. Cabe destacar que casi la mitad de las bodegas en la provincia provee este tipo de servicio.

3.10-Convenios o contratos con hoteles. Total Provincia de Mendoza, año 2006

Zonas	Bodegas con convenios con hoteles	Participación por zonas en %
Zona Gran Mendoza	2	5
Zona Valle de Uco	0	0
Zona sur	0	0
Zona Valle central	0	0
Total Provincia	2	3

*Fuente: Comisión Nacional de Turismo Vitivinícola –Bodegas de Argentina

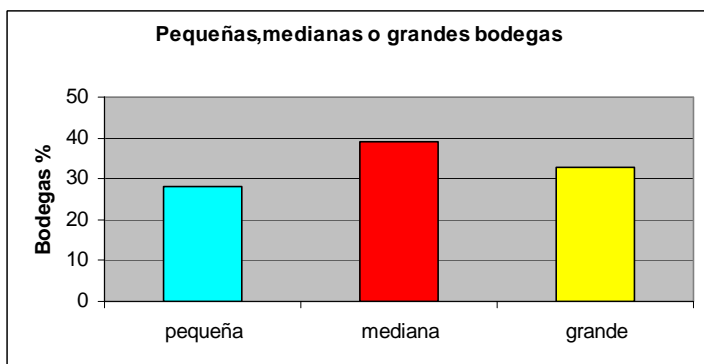


Se observa en Mendoza similar resultado que a nivel país. El 97 % de bodegas no han realizado convenios con hoteles o cadenas de hoteles. Hasta el año 2006, las únicas que lo han hecho se encuentran en la zona Gran Mendoza.

3.11-Bodegas pequeñas, medianas o grandes. Total Provincia de Mendoza, año 2006

Zonas	Pequeña %	Mediana %	Grande %
Zona Gran Mendoza	24	42	34
Zona Valle de Uco	33	39	28
Zona sur	27	45	28
Zona Valle central	31	23	46
Total Provincia	28	39	33

*Fuente: Comisión Nacional de Turismo Vitivinícola –Bodegas de Argentina

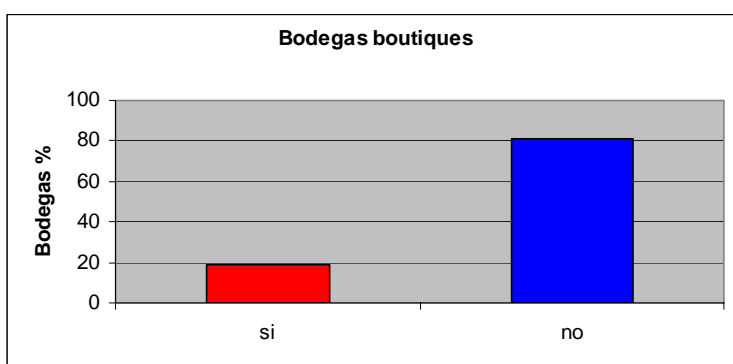


Las bodegas grandes alcanzan el mayor porcentaje en el Valle Central, siendo las zonas de Valle de Uco y Sur donde menor cantidad de este tipo de bodegas se observa. Las bodegas medianas representan un mayor porcentaje en la Zona Sur seguida por el Gran Mendoza y Valle de Uco. En cambio las pequeñas bodegas se encuentran mayormente en la Zona Valle de Uco y del Valle Central.

3.12-Bodegas boutique. Total Provincia de Mendoza, año 2006

Zonas	Bodegas boutiques	Participación por zonas en %
Zona Gran Mendoza	3	8
Zona Valle de Uco	3	17
Zona sur	5	45
Zona Valle central	4	31
Total Provincia	15	19

*Fuente: Comisión Nacional de Turismo Vitivinícola –Bodegas de Argentina

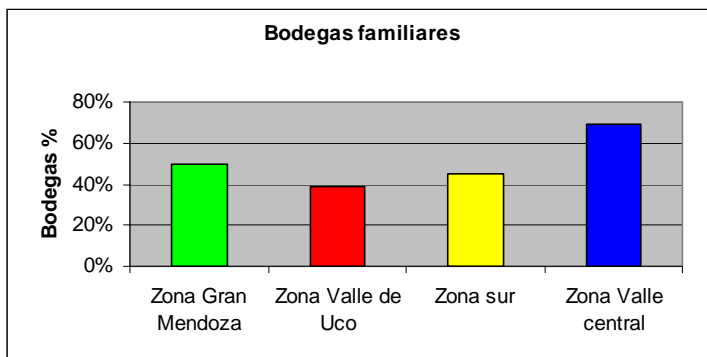


La zona donde mayor desarrollo de bodegas boutique encontramos es en la Zona Sur, seguido por Zona Valle Central. Si bien la Zona Valle de Uco presenta el índice más alto de bodegas pequeñas, no puede decirse que las mismas sean boutiques. Cabe desatacar que casi el 20% de las bodegas que reciben a los turistas en Mendoza se encuentran en esta categoría.

3.13-Bodega familiar. Total Provincia de Mendoza, año 2006

Zonas	Bodega Familiar	Participación por zonas en %
Zona Gran Mendoza	19	50
Zona Valle de Uco	7	39
Zona sur	5	45
Zona Valle central	9	69
Total Provincia	40	50

*Fuente: Comisión Nacional de Turismo Vitivinícola –Bodegas de Argentina



De las 80 bodegas que trabajan con el enoturismo en Mendoza, el 50% pertenece a empresas familiares y el restante 50% a sociedades o empresas con capitales nacionales o internacionales. Esta idéntica proporción se da en la zona gran Mendoza y en la República Argentina.

La zona que conserva mayor número de bodegas familiares es la zona Valle Central, siendo el Valle de Uco la que presenta mayor presencia de capitales no familiares.

3.14-Bodegas con accesibilidad. Total Provincia Mendoza año 2006

Servicios	Total bodegas con accesibilidad
Rampas	5
Baños con capacidades diferentes	4
Sistemas para no videntes	2
Lenguaje de señas	0

*Fuente: Comisión Nacional de Turismo Vitivinícola –Bodegas de Argentina

De las 12 bodegas que brindan servicios turísticos a personas con capacidades diferentes en Argentina, 8 se encuentran en la Provincia de Mendoza y en la Zona Gran Mendoza, lo cual indica que se ha logrado un mayor desarrollo en esta especialidad.

La información que se observa en el cuadro anterior muestra la cantidad de bodegas que cuentan con cada servicio, en algunos casos estas bodegas tienen más de uno de los servicios que se informan.

Principales conclusiones

- *Se puede inferir que durante el 2006 1.004.810 turistas recorrieron los Caminos del vino de Argentina.
- *El crecimiento de la cantidad de turistas que visitan los caminos del vino de Argentina (45%) ha sido mayor que el crecimiento del total de turistas que visitan la Argentina (15.3%).
- *El 6,61% eligen los Caminos del Vino como destino turístico en las provincias.
- *Se ha incrementado la participación de los turistas que visitan los caminos del vino de Argentina respecto a la cantidad total de turistas que visitaron la Argentina desde el 2004 (2006=1.87%).
- *La Provincia de Mendoza mantiene el liderazgo en cantidad de Turistas que recorren los Caminos del Vino de Argentina, pero San Juan, Salta y Patagonia han aumentado la afluencia de turistas considerablemente.
- *Mendoza también es la provincia que presenta mayor cantidad de bodegas abiertas al turismo en relación al resto de las Provincias Vitivinícolas.
- *Los turistas extranjeros incrementaron sus visitas en un 9%, posicionando los Caminos del Vino como destino turístico preferido en el mundo.
- *Los visitantes de los caminos del vino tienen cada vez menos conocimiento respecto de la actividad, es decir que son turistas menos especializados
- *Los turistas del vino repiten su visita a bodega y se observa un incremento en esta modalidad.
- *Internet y las oficinas públicas son los medios por los que los turistas llegan a las Bodegas preferentemente.
- *La compra y el ocio son las principales motivaciones de los turistas a la hora de realizar sus visitas a las Bodegas de Argentina.
- *Casi el 70% de las bodegas que abren sus puertas a los turistas en Argentina se encuentran en Mendoza, le siguen en orden de importancia San Juan, Patagonia y Salta.
- *En nuestro país existen 12 bodegas que cuentan con la posibilidad de brindar servicios para personas con capacidades diferentes.



*El 72% de las bodegas abiertas al turismo en el país trabajan con horario fijo de apertura el turismo.

*El 65% de las bodegas del país opera con reservas previas para las visitas. Se destaca Mendoza con casi el 80%.

*El 79% de las bodegas trabaja con personal permanente que atiende a los turistas. De ese total el 80% es personal bilingüe.

Mendoza, mayo de 2007.