

ENOTURISMO

Introducción

Según la Unión Europea a través de la organización VINTUR, en el año 2005 crea la Carta Europea de Enoturismo y con ella nace la primera definición oficial de "enoturismo": "por enoturismo se entiende 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".

El enoturismo se puede definir entonces, como el conjunto de actividades que se desarrollan a partir del interés de los turistas en conocer los aspectos sociales, históricos, productivos, económicos, políticos, históricos y culturales que forman parte de la industria del vino.

A este conjunto de actividades se lo puede considerar como una modalidad o tipología del turismo: el turismo rural o turismo industrial. Estas actividades incluyen: recorridos por bodegas y viñedos, gastronomía, alojamiento en bodegas, degustaciones dirigidas, cursos de cata, cabalgatas, bicicletas por áreas vitivinícolas, entre otros.

Perfil del enoturista

El turismo del vino genera desplazamientos por todo el mundo, y sin ser excluyente, se propone la siguiente clasificación de acuerdo con los intereses o conocimientos de los turistas relacionado al vino y su cultura:

- a) El Especialista o enófilo (amigo del vino) quien es un gran conocedor de vinos y su principal motivación de viajes es aprender más del vino y de los detalles técnicos de elaboración tales como la importancia del terruño, o el trabajo cultural o bien cómo impacta éste en la calidad del vino.
- b) El Amateur, quien no es un gran conocedor de vinos, pero le gusta saber y profundizar acerca de su conocimiento, su motivación principal es conocer la cultura y disfrutar.

- c) El Principiante, un tercer grupo es aquel turista cuya motivación principal es el viaje por el viaje mismo, está de vacaciones y dentro de las actividades que planifica aprovecha para conocer bodegas.

Foco en la experiencia

El perfil del turista de hoy es mucho más participativo, flexible y dinámico, buscador de experiencias. El enoturismo es un producto ideal para promover estos procesos sensorceptivos, el turista se acerca a las bodegas a recorrer circuitos productivos, degustar sus vinos, cosechar la uva, montar una bicicleta o caballo entre los viñedos, charlas con enólogos, hospedajes temáticos, entre otras.

El enoturismo en la Argentina y su impacto económico

En Argentina la modalidad de enoturismo, como tal nace a finales de los años '90 y comienzos del siglo XXI, junto con la reconversión vitivinícola, la incorporación de nuevas tecnologías, la promoción de la cepa Malbec y con la apertura a los mercados internacionales. Las bodegas incorporaron a la actividad turística una unidad estratégica de negocio como una herramienta de marketing y posicionamiento de marca.

En Argentina, existen importantes antecedentes sobre el desarrollo del Enoturismo. Fue en el año 2006 donde 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. Años después, en el 2010, el Gobierno Nacional declara al Vino Argentino como Bebida Nacional.

En el año 2013, en el Marco del Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2020, el Ministerio de Turismo de la Nación decidió apoyar la realización del Plan Argentina Tierra de Vinos en conjunto con la COVIAR (Corporación Vitivinícola Argentina).

La evolución del turismo receptivo continúa en crecimiento, siendo un motor de desarrollo sustentable para las economías regionales, en este caso la vitivinicultura. Puede ser una actividad generadora de empleo, oportunidades de crecimiento y desarrollo regional.

Según datos de la Dirección de Estadísticas y Censos de Mendoza, en su Encuesta al turista, uno de los principales atractivos turísticos de la provincia son las bodegas y sus vinos, resultando que el 32% manifestó que su principal atracción o prioridad es visitar las bodegas, mientras que un 10% la expuso como segunda prioridad y un 5% como tercer destino o deseo de realizar durante su estadía. Por lo tanto, sumando estas preferencias, se obtiene un dato interesante que es que alrededor del 47% de los turistas que visitan Mendoza la eligen, entre otras características, por sus bodegas y atractivos enoturísticos siendo prioritario durante su estadía el deseo de visitarlos. Sin embargo, este dato sólo se menciona a efectos de poder dimensionar la importancia del enoturismo como actividad económica potencial para la provincia, ya que puede suceder que de este total no todos lleguen efectivamente a visitar alguna bodega o atractivo enoturístico.

Analizando la evolución de las visitas en Mendoza, según datos oficiales, en 2015 visitaron la provincia 3.123.631 turistas, en 2016 esta cantidad se incrementó a 3.297.309 (un 5,5% más) y en 2017 fueron 3.528.121 turistas los que arribaron a Mendoza, resultando en un crecimiento interanual del 7%.

Para medir el efecto económico del enoturismo y sobre la base de la limitada información disponible, se diseña una metodología destinada a estimar el ingreso anual derivado de la actividad enoturística, para el país en su conjunto. Como pasos intermedios, se seleccionan cuatro variables que ayudan a caracterizar el impacto económico de esta actividad. Ellas son:

- Bodegas
- Visitantes. Se dividen en:
 - Turistas nacionales: aquellos visitantes a los caminos del vino que llegan de otros sitios nacionales, es decir que pernoctan al menos una noche en el lugar de destino.
 - Turistas extranjeros: aquellos visitantes que llegan del resto del mundo y pernoctan en el destino, al menos una noche.
 - Excursionistas: que realizan las visitas sin pernoctar.
- Valor de las ventas
- Otros beneficios no mensurables

La metodología, entonces, comprende el análisis de estas cuatro variables de impacto, presentándose estimaciones para el año 2016.

Los datos utilizados han sido obtenidos de las siguientes fuentes: Encuesta de Caracterización del Turista, realizada mensualmente por la Dirección de Estadísticas e Investigaciones Económicas de Mendoza (DEIE), informes del Observatorio para el Turismo Sostenible de Mendoza, informes elaborados por Bodegas de Argentina y la Secretaría de Turismo, publicaciones y estudios de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Cuyo.

Variables de impacto

Como se expuso anteriormente, en esta primera etapa de investigación se estima el impacto del turismo vitivinícola en Argentina a través de cuatro variables: cantidad de bodegas, visitantes a bodegas, ingresos directos provenientes del enoturismo y otros beneficios no mensurables.

1. Bodegas

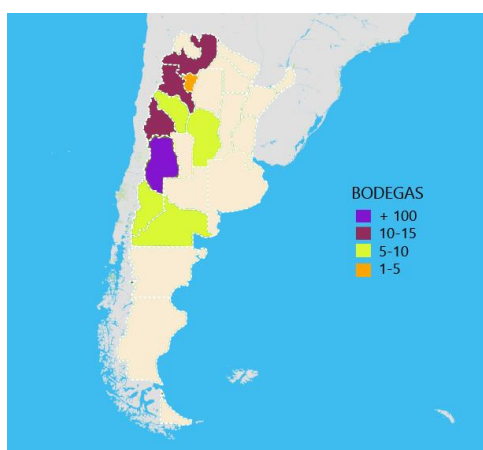
Para el año 2013 se registraron 125 establecimientos en Mendoza según datos de Bodegas de Argentina.

A nivel nacional, las bodegas abiertas al turismo para el año 2013 serían 199 y se distribuyen en 9 provincias argentinas, siendo Mendoza la que concentra el 63% de la oferta de establecimientos, siguiendo en importancia Salta, Catamarca y San Juan.

Cuadro 1: Bodegas abiertas al turismo - 2013

	2013	Participación
Mendoza	125	63%
Salta	24	12%
Catamarca	13	6,5%
San Juan	10	5%
Córdoba	8	4%
La Rioja	7	3,5%
Río Negro	6	3%
Neuquén	5	2,5%
Tucumán	1	0,5%
Total	199	100%

Fuente: Elaboración propia en base a Bodegas de Argentina



Fuente: Elaboración propia

Dado que este es el último dato publicado y tomando todas las provincias, se asumirá que la oferta de establecimientos se mantiene constante desde 2013, por lo cual se utilizarán estas cifras para calcular el efecto económico del turismo por los caminos del vino. Se asume constante ya que se estima es una variable que no se modifica sustancialmente año a año.

Según Bodegas de Argentina, el crecimiento de los establecimientos vitivinícolas abiertos al turismo se da en el marco de tres razones:

- promoción más concreta del producto en ámbitos específicos,
- constancia en el crecimiento en las ventas de producto en las áreas de turismo
- incorporación definitiva del turismo como herramienta estratégica de posicionamiento de marca.

2. Visitantes a los caminos del vino

El último dato disponible de visitas por los caminos del vino, según Bodegas de Argentina es del año 2013, en el cual el turismo del vino logró un nuevo máximo histórico desde el año 2004, registrando una cantidad de 1.445.754 visitas a bodegas. Estas visitas representaron un 3,22% del total de turistas que recibió el país para ese mismo año.

Dada la ausencia de datos de enoturismo para el período 2014-2016, los mismos se estiman suponiendo que la actividad crece a la tasa promedio de variación de enoturistas desde 2007 hasta 2013¹. Así se estima que en el año 2016 las visitas por los caminos del vino en la Argentina fueron de 1.833.289 personas.

Mendoza siempre ha liderado la participación de los visitantes a los caminos del vino, alrededor del 70% de los enoturistas nacionales han visitado este circuito en la provincia de Mendoza. Tomando la participación de Mendoza promedio del período 2007-2013, se estiman los años 2014, 2015 y 2016 llegando a que en Mendoza los visitantes a los caminos del vino fueron 1.299.026 en el último año estimado (2016), representando el 70,86% del total de las visitas vitivinícolas nacionales.

¹ El promedio de la variación de visitantes durante 2007/2013 arroja un valor de 8,24%, con lo cual se supone que las visitas relacionadas al vino crecen a razón de 8,24% anual para poder estimar los años 2014/2016.

Año	Visitas caminos del vino Argentina	Variación	Visitas caminos del vino Mendoza	Variación	Participación Mza/Arg
2007	923.290		682.761		73,95%
2008	1.023.581	10,86%	743.260	8,86%	72,61%
2009	903.091	-11,77%	622.120	-16,30%	68,89%
2010	1.091.664	20,88%	763.593	22,74%	69,95%
2011	1.205.622	10,44%	843.628	10,48%	69,97%
2012	1.326.000	9,98%	927.895	9,99%	69,98%
2013	1.445.754	9,03%	1.021.489	10,09%	70,65%
2014*	1.564.852	8,24%	1.108.818	8,55%	70,86%
2015*	1.693.761	8,24%	1.200.160	8,24%	70,86%
2016*	1.833.289	8,24%	1.299.026	8,24%	70,86%

Fuente: Elaboración propia en base a BDA

(*) Corresponden a datos estimados

3. Ingresos directos

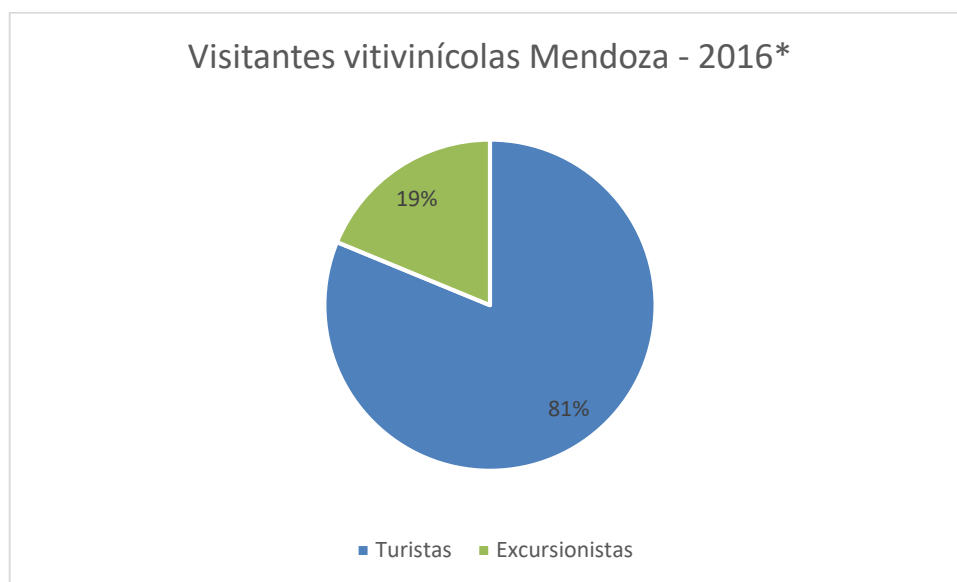
Se considera ingreso directo al gasto en enoturismo. Visto por el lado de la oferta, equivale al valor de las ventas de distintas actividades económicas, originadas en el gasto de los enoturistas. Para estimarlo, previamente es necesario conocer los porcentajes de participación en el total de cada tipo de visitante: turistas extranjeros, turistas nacionales y excursionistas². Como no se dispone de esta información, se procedió de la siguiente manera:

- a. Según las estimaciones, los visitantes a los caminos del vino para 2016 y para Mendoza fueron 1.299.026. De éstos se debe estimar quiénes son considerados turistas (que pernoctan al menos una noche en la provincia) y quiénes son excursionistas.
- b. Conociendo el número total de turistas que visitaron Mendoza para 2016, esto es 3.297.309, se toma como parámetro para estimar la cantidad de turistas (que

² Se Considera Excursionista Al Visitante Que No Pernocta En La Provincia Visitada.

pernoctan al menos una noche en la provincia) que recorren los caminos del vino, que el 32% es estos turistas los recorren efectivamente (de acuerdo a las preferencias establecidas en las encuestas), con lo cual se puede estimar la cantidad de turistas visitantes de bodegas en Mendoza para 2016, que es de 1.055.139.³

- c. Con lo cual, de los 1.299.026 de visitantes a los caminos del vino, 1.055.139 serán considerados turistas (81%) y el resto, 243.887 excursionistas (19%), para poder medir los ingresos directos de esta actividad.

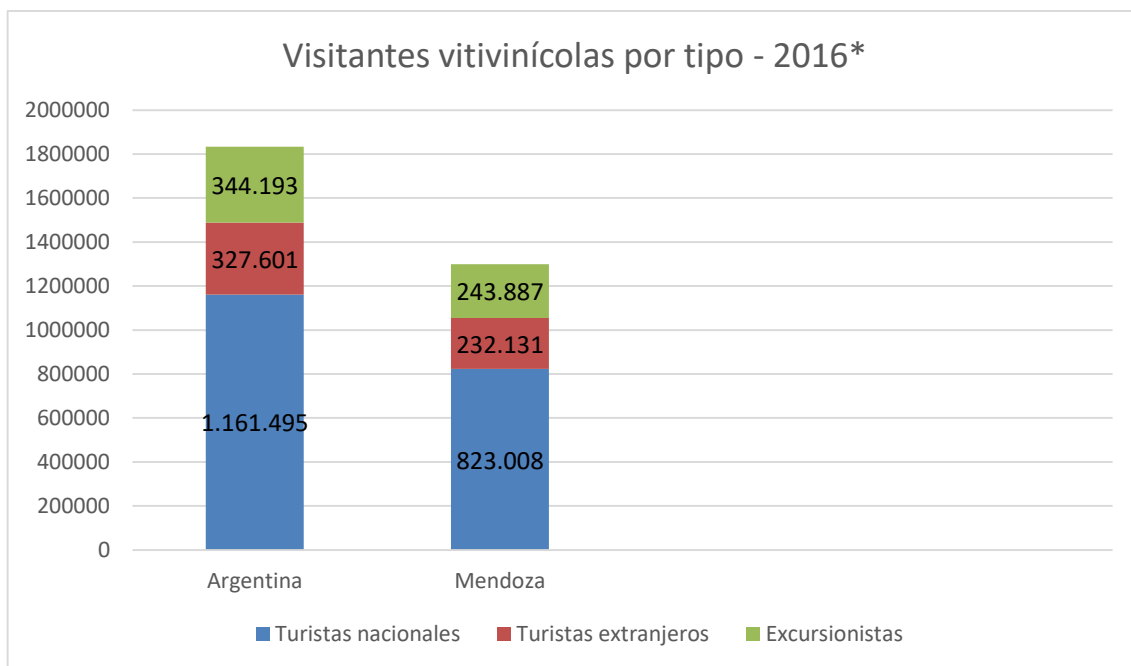


Fuente: Elaboración propia

- d. Según datos del Anuario Estadístico de Turismo 2015 del Observatorio para el Turismo Sostenible de Mendoza, el 78% de los turistas de Mendoza fueron nacionales y el resto (22%) extranjeros. Manteniendo esta proporción dado que no hay datos anualizados disponibles para 2016, se estima que de los 3.297.309 turistas que visitaron Mendoza, el 78% fue de origen nacional, siendo 2.557.861 mientras que el 22% restante, 739.448 fueron extranjeros. Esta misma proporción se utiliza para estimar la cantidad de turistas que visitan los caminos del vino que son de origen nacional y extranjero.

³ Dada la inexistencia de datos, se toma este parámetro para poder estimar del total de visitas a los caminos del vino, quiénes son turistas y quiénes excursionistas, con el fin de poder estimar los ingresos directos.

Visitantes vitivinícolas	Argentina	Mendoza	Participación
Turistas nacionales	1.161.495	823.008	63%
Turistas extranjeros	327.601	232.131	18%
Excursionistas	344.193	243.887	19%
Total visitantes caminos del vino	1.833.289	1.299.026	



Fuente: Elaboración propia

Debido a que no existen fuentes estadísticas equivalentes a nivel nacional, se supondrá que casi el 30% restante de visitantes que recorren los caminos del vino en otras provincias además de Mendoza mantienen la misma estructura que esta provincia, la cual recibe más del 70% de los enoturistas.

Habiendo estimado la composición de los visitantes vitivinícolas, se procede a la estimación del gasto diario por tipo de visitante. El mismo se estima de la siguiente manera:

- Se considera que cada turista dedica un día a la visita a bodegas.
- Se estima el gasto diario, según sea argentino o extranjero, sobre la base de los datos de la Encuesta de Caracterización del Turista (DEIE)

- Se considera que cada excursionista – aquel que no pernocta – gasta en transporte, refrigerio y realiza algunas compras. Se estima el gasto extrapolando los componentes sin alojamiento de un turista.

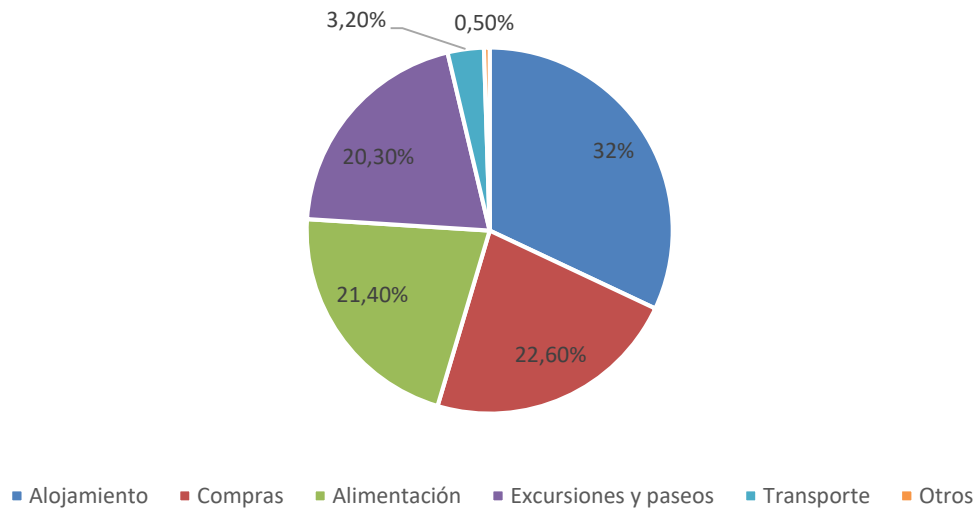
Los componentes del gasto diario de un turista son: Transporte, excursiones, compras, alimentación, alojamiento y otros.

Según la Encuesta de caracterización al turista que publica la DEIE para Diciembre 2016, la participación relativa de los componentes del gasto de los turistas fue la siguiente:

- Alojamiento: 32%
- Compras: 22,6%
- Alimentación: 21,4%
- Excursiones y paseos: 20,3%
- Transporte: 3,2%
- Otros: 0,5%

Se tomarán estos parámetros para estimar los gastos de los turistas vitivinícolas para 2016.

Participación relativa de los componentes del gasto diario de un turista vitivinícola (nacional y extranjero) - 2016*



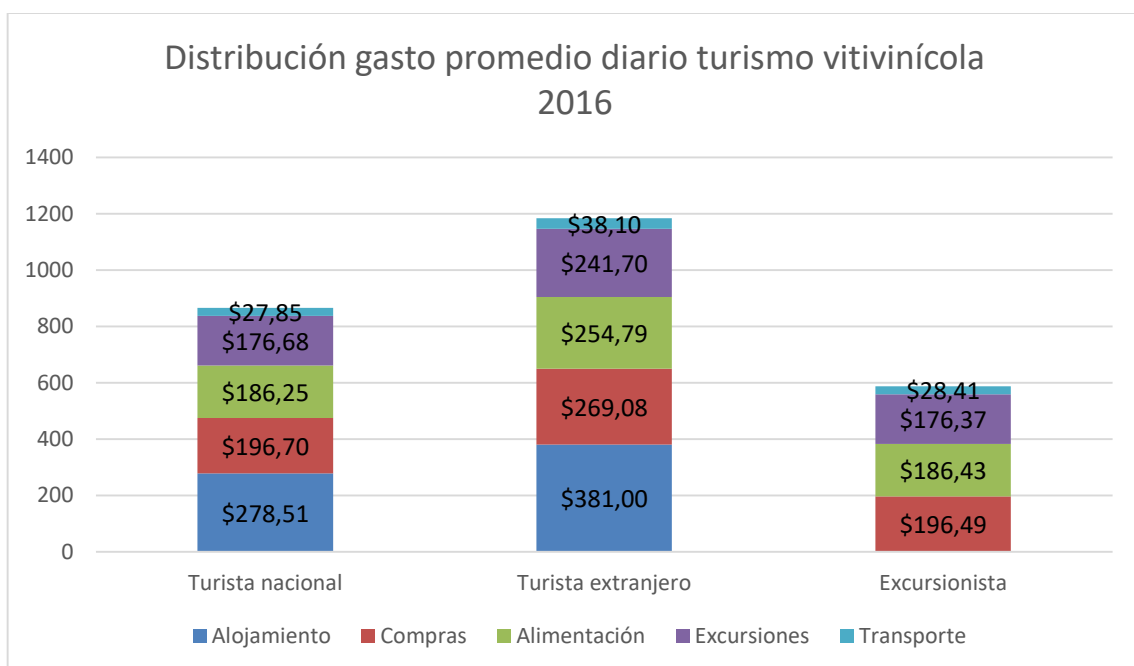
Fuente: Elaboración propia en base a DEIE

Además, se utiliza el gasto promedio de 2016 en pesos de turistas nacionales y extranjeros difundido en este mismo informe, el cual arroja un valor para turistas nacionales de \$ 870,34 y de \$ 1.190,63 para turistas extranjeros (tomando los datos de extranjeros procedentes de Chile y de resto del mundo). Para calcular el gasto promedio diario de los excursionistas, se toma como base el gasto promedio diario de turistas nacionales, restando la parte de alojamiento, lo cual arroja un valor diario de \$ 591,83.

Tipo de gasto	Turista	Excursionista
Alojamiento	32%	0%
Compras	22,6%	33,2%
Alimentación	21,4%	31,5%
Excursiones	20,3%	29,8%
Transporte	3,2%	4,8%

	Gasto promedio diario 2016 (nominal)
Turista Nacional	\$ 870,34
Turista Extranjero	\$ 1.190,63
Excursionista	\$ 591,83

Tipo de gasto por día	Turista nacional	Turista extranjero	Excursionista
Alojamiento	278,51	381,00	0
Alimentación	186,25	254,79	186
Compras	196,70	269,08	197
Excursiones y paseos	176,68	241,70	177
Transporte	27,85	38,10	28
Otros	4,35	5,95	4
Total	870,34	1.190,63	592



Fuente: Elaboración propia en base a DEIE

Habiendo obtenido el gasto diario por tipo de visitante, se procede a estimar el ingreso directo por turismo vitivinícola total para Argentina, el cual resulta de casi **\$ 1.605 millones para el año 2016**.

El gasto promedio por visitante es de \$ 875,3 diarios.

A su vez, con estos datos, se calcula la participación de Mendoza en el total de ingresos, la cual asciende a 70,8%, dejando la **actividad turística vitivinícola ingresos por \$ 1.137 millones para la provincia para 2016**.

4. Composición del gasto en enoturismo

Con miras a identificar la magnitud del impacto directo de la actividad, se estimó la composición del gasto en cada sector. Para ello se relaciona la composición del gasto de los visitantes destinado a alojamiento, alimentación, compras y excursiones (incluye transporte).

Impacto sectorial del enoturismo	Turismo nacional	Turismo extranjero	Excursionistas	Total
Hotelería	\$ 323.485.577	\$ 124.816.410	\$ 0	\$ 448.301.987
Restaurantes	\$ 216.330.979	\$ 83.470.975	\$ 64.106.651	\$ 363.908.605
Comercio minorista	\$ 228.461.689	\$ 88.151.590	\$ 67.701.417	\$ 384.314.695
Transporte y agencias de viaje	\$ 237.559.720	4 91.662.051	\$ 70.397.491	\$ 399.619.262
Total	\$ 1.005.837.965	\$ 388.101.026	\$ 202.205.558	\$ 1.596.144.549

Fuente: Elaboración propia

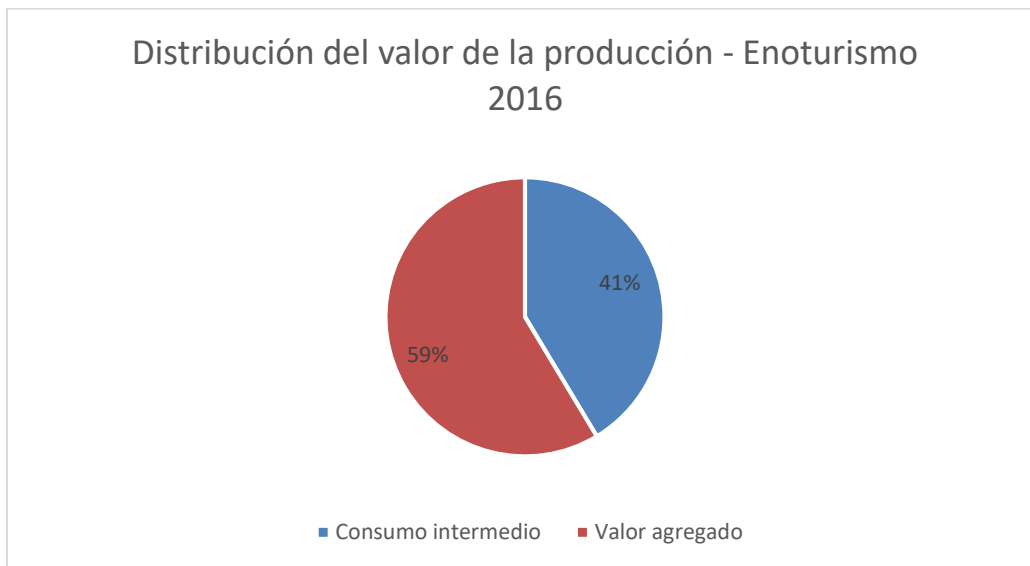
Difiere del resultado anteriormente expuesto ya que el % del gasto relacionado a "Otros" no se ha tenido en cuenta.

Finalmente, se calcula la distribución del valor de la producción, estimando las proporciones de consumo intermedio (o pago de insumos) y valor agregado (o retribución de los factores productivos) que intervienen en cada actividad⁴. Los resultados son los siguientes:

Distribución del valor de la producción	Total	Consumo intermedio	Valor agregado
Hotelería	\$448.301.987	\$215.184.954	\$233.117.033
Restaurantes	\$363.908.605	\$123.728.926	\$240.179.679
Comercio minorista	\$384.314.695	\$130.666.996	\$253.647.699
Transporte y agencias de viaje	\$399.619.262	\$191.817.246	\$207.802.016
Total	\$1.596.144.549	\$661.398.122	\$934.746.428

Fuente: Elaboración propia

⁴ Se mantienen las proporciones de cada eslabón en base al trabajo inédito sobre Enoturismo 2010, sobre la base de Medawar, A. y otros, "Metodología de estimación del Producto Bruto Geográfico de Mendoza", inédito, septiembre de 2011.



Fuente: Elaboración propia

5. Beneficios no mensurables

Hay ciertos beneficios que en el análisis anterior no han sido cuantificados, sin embargo, son importantes:

- Imagen del país y del vino argentino como ícono nacional – bebida nacional.
- Incremento en el índice de ocupación hotelera en períodos de valle: es un beneficio en el sentido que el enoturismo logra “suavizar” las curvas de turismo a lo largo del año, minimizando la estacionalidad de la demanda.
- Incremento de comercio minorista y otros servicios relacionados con el turismo, especialmente fuera del Gran Mendoza.

Consideraciones finales

La Argentina viene manteniendo su liderazgo entre los 10 principales países productores mundiales vitivinicultores, y de la mano de este desarrollo, surge el interés de los consumidores por conocer el proceso de elaboración y mejorar su conocimiento sobre los vinos, con lo cual el desarrollo del turismo vitivinícola es y ha sido importante, con crecimiento sostenido.

Este desarrollo trae aparejado consecuencias destacables para una economía regional, por ello no debe ser descuidado. Tales como generador de crecimiento en las economías, motor importante de desarrollo económico y de transformación social (Pedreño Muñoz, 1996). Además, su efecto multiplicador sobre otras economías y sectores complementarios.

Como se vio, casi el 60% de los ingresos generados por el turismo vitivinícola corresponden a valor agregado, que se distribuye a partir del ingreso generado por el gasto de los turistas, a varias ramas de la economía provincial y nacional como son el rubro de restaurantes, hotelería y alojamiento, agencias de viaje, etc. El fenómeno turístico que atrae el mundo vitivinícola se esparce en varios sectores, beneficiando como se mencionó, a la imagen de país frente al resto del mundo.

Fuentes consultadas

- La Cultura de la Vid y el Vino – La Vitivinicultura hace Escuela – Fondo Vitivinícola Mendoza
- Cantidad de bodegas registradas por provincia Observatorio Vitivinícola Corporación Vitivinícola Argentina);
- FIDEL, Gabriel: “Turismo del Vino, la experiencia argentina.” EDIUNC, 2016;
- Plan de Marketing para promocionar el turismo del vino en la Argentina, 2014-2020. Argentina Tierra de Vinos - Ministerio de Turismo, 2014.
- VIII Informe Nacional de Enoturismo República Argentina Año 2013 – Bodegas de Argentina AC
- Dirección de Estadísticas y censos Mendoza: www.DEIEmendoza.gov.ar
- Observatorio Turismo Sostenible Mendoza: www.optsmendoza.blogspot.com.ar