

Semana Gourmet Manizales

I Encuentro Latinoamericano de Turismo Gastronómico 2009

El Vino: El Protagonista

Enoturismo en América Latina

Conferencista : Juanita España

Manizales, septiembre 25 de 2009

TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCION.....	4
2. OBJETIVOS.....	6
3. DEFINICIONES.....	7
4. ENOTURISMO:	
UN CONJUNTO DE EXPERIENCIAS.....	9
5. CHILE.....	11
5.1 ENOTURISMO EN CHILE.....	10
5.2 LA RUTA DEL VINO	
DEL VALLE DE COLCHAGUA.....	12
5.2.1. VIÑAS ASOCIADAS.....	11
5.3 EXPERIENCIA EN LAS BODEGAS.....	12
5.3.1. LAS BODEGAS SELECCIONADAS.....	13
5.3.2 LOS VIÑEDOS.....	13
5.3.3. LAS BODEGAS.....	14
5.3.4. EL CONSUMO.....	14
5.3.5 COMERCIALIZACION DE LA BODEGA..	15
5.3.6 OTROS ATRACTIVOS	
EN LAS BODEGAS.....	15
5.3.7 ATRACTIVOS TEMATICOS	
INDEPENDIENTES: EXPERIENCIAS	
EN EL VALLE DE COLCHAGUA.....	16
6. ARGENTINA.....	19
6.1. ENOTURISMO EN ARGENTINA.....	19
6.2. LA RUTA DEL EN MENDOZA.....	19
6.3 EXPERIENCIA EN LAS BODEGAS.....	20
6.3.1. LAS BODEGAS SELECCIONADAS.....	20

6.3.2 EL VIÑEDO.....	20
6.3.3. LA BODEGA.....	20
6.3.4. EL CONSUMO.....	21
6.3.5 COMERCIALIZACION DE LA BODEGA ...	21
6.3.6 OTROS ATRACTIVOS EN LA BODEGA...	21
6.37 ATRACTIVOS TEMATICOS	
INDEPENDIENTES:	
EXPERIENCIAS EN MENDOZA.....	22
7. EL ENOTURISMO EN AMERICA LATINA.....	26
8. CONCLUSIONES.....	27
BIBLIOGRAFIA	26
ANEXO 1:	
EXPOSICIÓN UNIVERSAL DE PARIS 1855.....	34
ANEXO 2:	
BEST OF WINE - GREAT WINE CAPITALS	36

1. INTRODUCCION

El vino es una bebida antigua cuya historia va de la mano de la historia de la humanidad.

Sin embargo, el reconocimiento del vino como un destino atractivo y como una alternativa adicional es reciente.

Inicia, a mediados del siglo XIX, cuando surge el interés por los viajes motivado por el desarrollo de las vías férreas y de la navegación a vapor que revolucionaron los medios de transporte.

A esto, se sumaron:

- factores políticos, sociales y económicos que acompañaron el crecimiento de una burguesía pudiente y acomodada
- la Exposición Universal de Paris de 1855. (anexo 1) donde para presentar a los visitantes los vinos de Burdeos se realiza una clasificación en base a su calidad (reputación del productor y precio de mercado). Esto despierta el interés de la clase alta y burguesa por los vinos de Burdeos y por la región sino por las casas productoras de los grandes vinos que son generalmente magníficos castillos.

A partir de este momento, viajar se convierte en una actividad atractiva y el vino aflora como un destino turístico llamativo e interesante.

No obstante, el siglo XX inicia con la llegada de dos guerras mundiales y la crisis económica de 1929, acontecimientos históricos que repercutieron de forma negativa en el desarrollo del turismo a nivel mundial.

Es solo en los años 50, cuando las repercusiones de estos acontecimientos históricos empiezan a desvanecerse que renace nuevamente el turismo.

A partir de entonces y hasta nuestros días el mundo experimentará cambios económicos, políticos que impulsarán la industria turística la cual alcanzará su madurez en los años 90.

En este punto es importante resaltar el impacto de la producción en masa del automóvil (a precios cada vez más asequibles) acompañada de la construcción de carreteras y autopistas y de la evolución de la aviación y el transporte aéreo comercial.

A finales del siglo XX y los inicios del siglo XXI, la revolución de la información (medios de comunicación, tecnología de la información e Internet) han revolucionado la industria del turismo y han contribuido a la globalización de la misma: facilitando las transacciones de compra y venta y la diversificación de la oferta y la demanda turística en base a la motivación y los intereses particulares de los viajeros. El turismo se diversifica y se especializa para satisfacer estos intereses y motivaciones particulares y surge la oferta y la demanda un turismo temático. La relación entre el vino y el turismo se vuelve más explícita y recibe el reconocimiento de la industria vitivinícola y de los gobiernos que reconocen su potencial

Y es aquí donde el vino se vuelve el protagonista

2. OBJETIVOS

El objetivo de esta charla académica es presentar el turismo del vino en America Latina.

Empezaremos con definiciones con conceptos a los cuales vamos a hacer referencia en esta presentación.

Segundo, explicaremos las diferentes vivencias que podemos encontrar al visitar un viñedo, una bodega y una región vitivinícola para así entender como se forma la oferta turística en base a estas vivencias .

Tercero, tomaremos, el caso específico de Chile y de Argentina para ilustrar el turismo del vino en America Latina. Hablaremos brevemente de las cifras actuales de la vitivinicultura y del turismo del vino en cada de ellos y veremos la oferta turística que se ha creado en torno a las diferentes vivencias en el Valle de Colchagua en Chile y en Mendoza en Argentina.

Cuarto, mencionaremos iniciativas de turismo del vino que han surgido en otros países de America Latina

Finalmente, para concluir, haremos referencia a otras propuestas de turismo temático de bebidas que existen en latinoamericana. Igualmente abordaremos algunos de los beneficios y los retos que enfrentan los países (regiones, gobierno y productores entre otros) frente al desarrollo de la oferta y la demanda del enoturismo.

3. DEFINICIONES

Turismo: el Diccionario de la Real Academia Española define turismo como:

- Actividad o hecho de viajar por placer
- Conjunto de los medios conducentes a facilitar estos viajes
- Conjunto de personas que realiza este tipo de viajes

Turismo Temático: nueva orientación del turismo tradicional que busca formas de viajar novedosas o especializadas.

Enoturismo ,Turismo del Vino o Turismo Enológico: es turismo temático motivado por el vino, es un conjunto de experiencias alrededor de la visita a una región vitivinícola y/o a una bodega .

Enoturismo una marca patentada: En 2005, la localidad de Aldeanueva de Ebro (Rioja, España) patentó la marca "Enoturismo". Esto les otorga el derecho exclusivo para utilizarla con fines económicos.

Turismo Gastronómico: es un turismo temático motivado por actividades relacionadas con la comida y con la degustación de los alimentos.

Turismo Rural: turismo en un espacio rural motivada por el contacto con la naturaleza y por extensión con actividades relacionadas con la tradición y la cultura local.

Debemos aclarar que no existe un consenso académico o legal sobre el concepto por lo cual esta definición es una propuesta más entre muchas otras existentes.

Arqueología Industrial: estudio de los sitios, los métodos y la maquinaria utilizada por la industria. (Michael Rix, Universidad de Birmingham 1955)

Patrimonio: el Diccionario de la Real Academia Española define turismo como:

- Conjunto de bienes pertenecientes a una persona natural o jurídica, o afectos a un fin, susceptibles de estimación económica. (en Derecho)
- Suma de los valores asignados, para un momento de tiempo, a los recursos disponibles de un país, que se utilizan para la vida económica. (en Economía)

4. ENOTURISMO: UN CONJUNTO DE EXPERIENCIAS

Hemos definido el enoturismo como un conjunto de experiencias. ¿Cuáles son estas experiencias? A continuación, miraremos cuáles son las diferentes vivencias que podemos encontrar al visitar un viñedo, una bodega y una región vitivinícola y explicaremos brevemente cada una.

- **Los viñedos** : en los cultivos, el visitante puede disfrutar del paisaje y de actividades en contacto con la naturaleza (varían según la estación del año) así como de los trabajos en la viña (en especial si se visitan en otoño, época de la vendimia). **La experiencia : turismo rural y una actividad académica (visitas guiadas).**
- **La bodega y la elaboración del vino:** sin importar la época del año, el visitante puede tomar una visita guiada de la bodega y en época de vendimia tendrá la posibilidad de presenciar la elaboración del vino : **una actividad académica.** La visita de las instalaciones puede sorprender por un lado por su modernismo y su tecnología: **Turismo Industrial**, y por el otro lado, por su arquitectura: **Patrimonio Arquitectónico** y su maquinaria tradicional : **Arqueología Industrial.**
- **El Consumo:** en las bodegas es posible acceder a degustaciones y a catas dirigidas. Algunas bodegas brindan la oportunidad al visitante de disfrutar sus vinos acompañados de quesos y fiambres, e incluso cuentan con facilidades de restauración que varían según la bodega: de cafeterías a restaurantes donde se ofrecen gastronomía local y/o cocina internacional. (**Turismo Gastronómico**)
- **Comercialización de la bodega:** los visitantes pueden adquirir directamente en las bodegas los vinos. Algunas bodegas tienen una tienda donde se pueden encontrar una gran variedad de productos tales como especialidades culinarias locales, artesanías, recuerdos con el logo de la bodega y material impreso de la bodega, de la región o del país con fines informativos o publicitarios .

El crecimiento de la actividad turística hace evidente la necesidad de complementar la oferta existente con actividades adicionales que no solo satisfagan las expectativas de los visitantes sino que puedan sorprenderlos de una manera positiva (Patrimonio, Turismo Cultural, Religiosos, Gastronómico entre otros).

Adicionalmente, surgen nuevas propuestas, que cobijan intereses particulares no relacionados directamente con el vino tales como pasatiempos, deporte y arte, que buscan motivar al viajero a ocupar su tiempo libre y sus momentos de ocio. Estas propuestas constituyen ofertas de turismo temático que abarcan un sinnúmero de posibilidades (religioso, cultural, deportivo, artístico por mencionar algunos).

5. CHILE

Chile es un país largo y angosto de unos 8000 kms. que limita al norte con Perú, al este con Argentina y Bolivia, al oeste con el Océano Pacífico y al sur con el Polo Sur.

El país cuenta con características geográficas y climáticas ideales para el cultivo de la vid. Chile ocupa el puesto Nro. 10 en producción de vinos en el mundo. Al 2008, el país concentraba el 6.6% del comercio internacional, el 3.7% de la producción mundial, con un consumo interno de 1,5 litros per capita al año.

5.1 ENOTURISMO EN CHILE

Actualmente, el turismo del vino en Chile existe en 8 valles vitivinícolas: Aconcagua, Casablanca, San Antonio, Maipo, Cachapoal, Colchagua, Curicó y Maule (no incluye los valles de Elqui y de Limari al norte del país)

Esta actividad se concentra en 3 valles: Casablanca, Colchagua y Maipo.

El pasado mes de agosto, el Diario el Mercurio publicó un artículo donde se presentaron las cifras más recientes con respecto a las viñas que abren sus puertas a los turistas del vino en el país :

- Número de viñas : 96
- Número de visitas al año: más de 200 mil
- Ganancias: 1,796,946 USD (1.000 millones de pesos chilenos) al año
- Crecimiento: 25% al año.
- Actividades : más de 40 alternativas diferentes
- Turistas: 70% extranjeros (principalmente de Estados Unidos y de Brasil) y 30 % nacionales.

5.2 LA RUTA DEL VINO EN EL VALLE DE COLCHAGUA

En lengua nativa Colchagua significa “Valle de pequeñas lagunas”.

En 1996 , se crea La Ruta del Vino del Valle de Colchagua , el primer circuito turístico del vino en el país.

En 2005, Colchagua recibió el premio a la “ Mejor Región Vitivinícola del Mundo “(Wine Star Awards de la revista Wine Enthousiast Nueva York). Es la primera vez que una región sudamericana gana este premio.

En 2008, el valle fue declarado zona de interés turístico para proteger la industria vitivinícola y turística.

En 2011, se espera obtener el reconocimiento del valle como “sustentable” es decir, un valle donde la prioridad sea prevenir cualquier impacto económico, social o ambiental, un valle productivo más no contaminante. Este plan requiere inversiones que suman unos 540 mil USD (\$300 millones de pesos chilenos).□

5.2.1.VIÑAS ASOCIADAS A LA RUTA DEL VINO DEL VALLE DE COLCHAGUA:

Actualmente, la Ruta del Vino del Valle de Colchagua cuenta con 18 viñas asociadas. En 2008, estas recibieron más de 100 mil visitantes. El turismo en el Valle de Colchagua crece a una tasa del 15% anual

Las viñas asociadas son:

Bisquertt	Estampa	MontGras
Caliterra	Hacienda El Araucano	Santa Cruz
Casa Lapostolle	Las Niñas	Santa Helena
Casa Silva	Los Vascos	SantaRita
Cono Sur	Luis Felipe Edwards	Siegel
Emiliana	Montes	Viu Manent

5.3. EXPERIENCIAS EN LAS BODEGAS:

Emprenderemos un recorrido por un grupo de bodegas asociadas a la Ruta del Vino del Valle de Colchagua para apreciar las experiencias que ofrecen a sus visitantes.

Resaltaremos, para algunas bodegas esas actividades adicionales y propuestas nuevas que complementan la oferta.

Igualmente, haremos referencia a algunas actividades adicionales, no relacionadas con el vino en la región.

En esta parte de la exposición, las imágenes son parte esencial para visualizar y entender el recorrido

5.3.1. LAS BODEGAS SELECCIONADAS

Bisquertt	Casa Silva	Emiliana
Estampa	Las Niñas	Casa Lapostolle
Los Vascos	Montes	MontGras
Santa Cruz	Siegel	Viu Manent

5.3.2. LOS VIÑEDOS

Un recorrido por las viñas, los paisajes y los trabajos en el campo. Resaltaremos actividades adicionales en las siguientes viñedos:

- En las Niñas: paseo en bicicleta por las viñas
- En Santa Cruz: teleférico para apreciar el paisaje y las viñas
- En Viu Manent: paseo en coches antiguos por las viñas y cabalgatas
- En Estampa: Vendimiar

5.3.3. LAS BODEGAS

Un recorrido por las bodegas y sus instalaciones.

- Arquitectura tradicional: Siegel, Viu Manent, Los Vascos, Casa Silva
- Arquitectura moderna: Viña Estampa (2001), Las Niñas (1997), Casa Lapostolle (1994), Emiliana (1986)

Un recorrido guiado por la bodega, en especial en época de elaboración del vino, es una experiencia académica y educativa

- En MontGras: la posibilidad de hacer su propio vino

5.3.4. EL CONSUMO

Un recorrido por las facilidades de las bodegas para catar sus vinos y facilidades restauración, sus ofertas gastronómicas.

Salones de Cata:

- Bisquertt
- Emiliana
- MontGras
- Montes

Restaurantes:

- En Casa Silva Restaurante Casa Silva (comida fusión criolla/internacional)
- En Estampa : almuerzos campestre con música en vivo o picnics
- En Viu Manent: Restaurante La Llavería y cafetería “Café de la Viña” en el Club Ecuestre.

5.3.5. COMERCIALIZACION DE LA BODEGA

Un recorrido por las tiendas de vinos de las bodegas

- Emiliana
- Viu manent

5.3.6. OTROS ATRACTIVOS EN LAS BODEGAS

Un recorrido por algunas bodegas cuya oferta incluye actividades adicionales.

Resaltaremos las siguientes viñedos cuya oferta incluye a alojamiento:

Alojamiento:

- En Bisquertt: Las Majadas Guest House
- En Casa Lapostolle: Casa de huéspedes

En 2007, la Casa de Huéspedes aparece en la “Hot List World’s Top New 138 Hotels” de la revista de viajes Condé Nast Traveller .

- En Casa Silva: Hotel Casa Silva
- En Santa Rita: Hotel Casa Real

Resaltaremos las siguientes bodegas cuya oferta incluye actividades adicionales en sus instalaciones no relacionadas directamente con el vino:.

- En Bisquertt: exhibe una colección de coches antiguos
- En Estampa: posee una galería de arte donde se realizan constantemente exposiciones

- En Santa Cruz: ofrece la posibilidad de visitar una aldea indígena (donde se unen las culturas Mapuche, Aymará y Rapa Nui) y cuenta con un Centro Astronómico desde el cual se aprecia el Valle de Lolol
- En Casa Silva: encontramos una cancha de polo y facilidades para competencias de rodeo
- En Viu Manent: cuenta con un Club Ecuestre donde se puede practicar equitación y polo cross, y adicionalmente se ofrecen cabalgatas

5.3.7. ATRACTIVOS TEMATICOS INDEPENDIENTES: EXPERIENCIAS EN EL VALLE DE COLCHAGUA

TREN DEL VINO

El Tren es una locomotora de 1913 con 4 vagones que viaja a 35 kms por hora. El recorrido de 1 hora y 40 minutos brinda la posibilidad de visitar el Valle de Colchagua en un paseo que sale de San Fernando, bordea las viñas mientras se degustan quesos y vinos de la región, amenizando con música folklórica en vivo y termina en Santa Cruz, donde se recibe a los viajeros con una bailes regionales.

EL HUASO: TRADICION DEL CAMPO

El Valle de Colchagua es una región rural donde encontramos la cultura y la tradición del campo. El Huaso es el hombre del campo, el cual con sus vestiduras de jinete podremos encontrar por los caminos montando sus caballos.

Los huasos practican el Rodeo, uno de los deportes más populares de Chile . Este deporte consiste de dos hombres

montados a caballo que tratan de atajan un toro en una medialuna.

El espectáculo va acompañado generalmente de música en vivo, en este caso, de tonadas: canciones acompañadas de guitarra. En la viña, Casa Silva se pueden apreciar demostraciones de rodeo. La Cueca es el baile nacional de Chile. Un hombre y una mujer bailan imitando el cortejo de un gallo a una gallina acompañados de música instrumental de trompeta, tuba, bombo y caja.

MUSEOS

- Museo de Colchagua (Santa Cruz)

Colecciones sobre paleontología, arqueología y arte precolombino. Historia de la Conquista, Colonia, Independencia y época Republicana. Ambas colecciones cubren Chile y América. Historia de las armas y áperos de los huasos. Colección de coches, de maquinaria agrícola y de los Ferrocarriles.

- Museo de Lolol (Lolol)

Colección de piezas propiedad de la municipalidad, de la Comuna de Lolol y de Don Jorge Rojas, historiador encargado del museo.

- Museo San José de Carmen del Huique (Huique)

Exhibición de historia, costumbres y tradiciones agrícolas de las haciendas de la zona. Cobre desde el siglo XIX hasta la primera mitad del siglo XX. En 1961,

el museo fue declarado Monumento Histórico Nacional.

- Museo de Andino en Viña Santa Rita:

En el Alto Jahuel, la bodega Santa Rita ha construido un museo donde se exhibe la colección privada de piezas precolombinas del empresario Ricardo Claro. Esta exhibición cuenta con 1800 piezas de las culturas indígenas chilenas (Rapa Nui, Arica, San Pedro, Diaguita y Mapuche) entre las cuales cestería, objetos de plata de madera y de cerámica.

6. ARGENTINA

6.1 EL ENOTURISMO EN ARGENTINA

Argentina limitada al norte con Bolivia y Paraguay, al este con Brasil, Uruguay y el Océano Atlántico, y al oeste con Chile.

El país cuenta con características geográficas y climáticas ideales para el cultivo de la vid. Argentina ocupa el puesto Nro. 5 en producción de vinos en el mundo, el lugar Nro. 7 en exportaciones y el 6to en consumo (4,2 litros mensuales per cápita)

En 2008, Argentina concentraba el 5.6% de la producción mundial, el 4% del comercio internacional con un crecimiento superior al 25% e ingresos de USD 850.000 millones por exportaciones

Mendoza es la región vitivinícola más extensa y más productiva de Argentina (70% de las uvas y 80% de las exportaciones de vinos)

La producción en 2008 fue de 10 millones de hectolitros de vino de los cuales se exportaron 4,1 millones registrando un aumento del 14% .

En la región se encuentran unas 1221 bodegas

6.2 LA RUTA DEL VINO EN MENDOZA

“Caminos del Vino” es una iniciativa que nace en el 2004 de la mano de 62 bodegas cuya propuesta es unir las bodegas con otros sitios de interés en la región en una serie de circuitos que recorren las zonas vitivinícolas de Mendoza.

Según el Tercer Informe de Turismo Vitivinícola de Argentina 2008 (Comisión Nacional de Turismo Vitivinícola de Bodegas de Argentina), el turismo del vino en el país creció un 142% en los últimos 5 años a raíz de esta iniciativa donde Mendoza concentra más del 70%.

Mendoza, desde el punto de vista vitivinícola se divide en 4 subregiones: Norte, Centro, Este y Oeste (Valle de Uco). “Caminos del vino” propone diferentes circuitos turísticos y visitas a 91 bodegas.

6.3. EXPERIENCIAS EN LAS BODEGAS:

Para apreciar las experiencias que ofrece el turismo del vino en Mendoza, haremos un recorrido de imágenes por un grupo de bodegas asociadas a Los Caminos del Vino en esta región.

Resaltaremos, para algunas bodegas esas actividades adicionales y propuestas nuevas que complementan la oferta.

Igualmente, haremos referencia a algunas actividades adicionales, no relacionadas con el vino en la región.

En esta parte de la exposición, las imágenes son parte esencial para visualizar y entender el recorrido

6.3.1. LAS BODEGAS SELECCIONADAS

O. Fournier

Familia zuccardi

Tapiz

6.3.2. EL VIÑEDO

Un recorrido por las viñas, los paisajes y los trabajos en el campo y actividades adicionales en la bodega.

- En Familia Zuccardi: Paseo en globo

6.3.3. LA BODEGA

Un recorrido por las bodegas y sus instalaciones.

- Arquitectura Tradicional: O. Fournier
- Arquitectura Moderna: Tapiz

6.3.4. EL CONSUMO

Un recorrido por las facilidades de la bodega para realizar catas de vinos y su oferta gastronómica.

Salón de Cata:

- Tapiz

Restaurantes:

- En Club Tapiz: Bodega Restó
- En Bodegas Familia Zuccardi: Casa del Visitante
- En O. Fournier : Restaurante Urban

El restaurante Urban recibió Medalla de Oro en Turismo del Vino en Mendoza 2009 de The Great Wine Capitals como reconocimiento por la calidad de su oferta gastronómica (productos regionales) y de sus vinos. (ver Anexo 1)

Adicionalmente, la bodega ofrece servicio de catering en la región de Mendoza: Urban Catering.

6.3.5 COMERCIALIZACION DE LA BODEGA

Un recorrido por la tienda de las bodegas:

- Familia Zuccardi
- Tapiz

6.3.6. OTROS ATRACTIVOS EN LAS BODEGAS

Un recorrido por algunas bodegas cuya oferta incluye actividades adicionales.

- En Familia Zuccardi: Clases de cocina

Resaltaremos las siguientes viñedos cuya oferta incluye alojamiento: ;

- Club Tapiz

6.3.7. ATRACTIVOS TEMATICOS INDEPENDIENTES : EXPERIENCIAS EN MENDOZA

- Festival “Tango por los Caminos del Vino”.

El festival es una iniciativa de las Secretarías de Turismo y Cultura de Mendoza y de las Bodegas de Argentina (Cámara empresarial creada en 2001 que reúne las principales bodegas de Argentina) Consiste en una serie de eventos en diferentes bodegas de Mendoza donde se combinan el tango y el vino.

La segunda edición del festival se llevará a cabo en septiembre del 2009 . Las entradas se consiguen a cambio de una caja de leche en polvo que se dona a la Fundación Banco de Alimentos, en las oficinas de turismo departamentales.

- Festival Internacional “Música Clásica por los Caminos del Vino”.

Este festival es una propuesta de la Provincia de Mendoza que se realiza anualmente desde el año

2002 en el marco de la semana santa (época de vendimia y de gran afluencia turística).

El objetivo de esta iniciativa es ofrecer una actividad con un gran atractivo turístico y cultural. El festival lleva conciertos de música clásica a distintos puntos de la provincia y a diferentes locaciones (bodegas, iglesias, museos entre otros).

Estos conciertos cuentan con la participación de artistas nacionales e internacionales y la entrada es gratuita.

- Fiesta Nacional de la Vendimia:

Realizar una fiesta para celebrar la culminación de los trabajos de la siembra y celebrar, bendiciendo la cosecha, es una antigua tradición alrededor del mundo.

En Mendoza, esta tradición nace en el siglo XIX pero fue en el año 1936, que la “Fiesta de la Vendimia” se instituye oficialmente.

Esta festividad se ha convertido en un espectáculo de grandes proporciones que no solo celebra la vendimia sino que rinde un homenaje a las tradiciones regionales (culturales y religiosas) y a la labor que realizan todos aquellos que forman parte de la industria vitivinícola

Actualmente, La Fiesta Nacional de la Vendimia consta de 4 actos principales:

1. Bendición de los Frutos:

Ceremonia oficiada por el Arzobispo de Mendoza donde, en presencia de la Virgen de la Carrodilla - Patrona Celestial de los Viñedos – se agradece a Dios por la cosecha de ese año, se le ofrece el vino y se bendice la cosecha del año que viene .

Luego de la ceremonia se realiza el golpe de la reja, acto simbólico que rinde homenaje a aquellos que labran la tierra.

En este acto, el Gobernador da golpes a un marco rústico que sostiene una reja, recordando que han finalizado las labores del campo e invitando al descanso y a la degustación del vino. El acto evoca la forma como se llamaba al descanso en el campo.

La Bendición de los frutos se lleva a cabo en el Prado Gaucho del Parque General San Martín.

2. Vía Blanca de las Reinas:

Las candidatas a Soberana Nacional de la Vendimia desfilan por las calles del centro, en carros alegóricos(que simbolizan la economía y el paisaje de los distintos departamentos) acompañadas de sus cortes. Este evento se celebra la noche del viernes anterior al acto central

3. El Carrusel:

Por las calles del centro de Mendoza, desfilan nuevamente los carros de las reinas del evento anterior acompañadas de otras reinas nacionales y departamentales.

En este evento, se incorporan muchas otras agrupaciones alusivas al vino, al trabajo rural y al folclor entre las cuales podemos resaltar : los gauchos

a caballo con trajes típicos acompañados de mulas y carretas y el despliegue de viñas y equipos productivos de las regiones vitivinícolas mendocinas.

El Carrusel se realiza el sábado del Acto Central en horas de la mañana.

4. Acto Central:

El sábado en la noche, en el teatro griego Frank Romero Day (declarado Patrimonio cultural de la Provincia de Mendoza) se lleva a cabo el Acto Central que culmina las festividades.

En este escenario no solo se realiza la elección y coronación de la Reina Nacional de la Vendimia que culmina a la media noche con fuegos artificiales. Este evento es un espectáculo artístico con un despliegue de música, baile, luz y sonido en torno a la región mendocina

Al día siguiente, el espectáculo se repite y se acompaña de una presentación de reconocidos cantantes argentinos.

7. EL ENOTURISMO EN AMERICA LATINA

La oferta de turismo del vino no solo se evidencia en Chile y Argentina, líderes de la industria en America Latina sino que se ha extendido a otros países como: Bolivia, Brasil, Méjico, Paraguay, Perú y Uruguay.

En estos países, se han tomado iniciativas similares que buscan promocionar sus regiones y su industria vitivinícola y desarrollar una oferta turística donde el vino sea el principal protagonista.

En Bolivia: la Ruta del vino en Tarija

En Brasil: Rota do Vinho

En Méjico : La Ruta del Vino en Baja California

En Perú: Festival Internacional de la Vendimia en Ica

En Uruguay, Los Caminos del Vino

8. CONCLUSIONES

El turismo del vino en America Latina está en pleno desarrollo. Cada día, se incorporan nuevas actividades que buscan complementar la oferta existente y nacen nuevas iniciativas públicas y/o privadas para impulsar y consolidar el producto turístico.

Así mismo, se ha buscado integrado los esfuerzos de la industria vitivinícola con diferentes sectores de las economías regionales y nacionales, del gobierno y del sector privado.

El balance positivo de esta actividad en Chile y en Argentina ha concedido a la industria y al turismo del vino, el reconocimiento por el impacto que genera en la economía, en la tradiciones culturales y en la sociedad de las regiones vitivinícolas y por ende del país.

Sin embargo, el desarrollo de esta actividad requiere de planificación, análisis y retroalimentación para evaluar el impacto regional y enfrentar los desafíos de esta oferta y demanda en las regiones.

Así mismo se deben sincronizar los esfuerzos de los sectores públicos y privados hacia un beneficio común que satisfaciendo los intereses particulares en cuanto sea posible, pueda fortalecer, perfeccionar e innovar la oferta de actividades y experiencias del visitante.

Finalmente, debemos considerar algunos impactos negativos que puede generar en su entorno el desarrollo de la industria vitivinícola y del turismo del vino así como el impacto económico y social.

Primero, se trata de una actividad rural relacionada con el medio ambiente y con las tradiciones regionales que son parte del atractivo turístico. Segundo, se trata de una actividad industrial que se desarrolla expandiendo sus cultivos y sus prácticas agrícolas e implementando nuevas tecnologías. Tercero, el turismo requiere inversión en infraestructura y de mano de obra que pueden influenciar el crecimiento demográfico en las regiones y puede desencadenar la afluencia de turismo en masa.

Por esta razón es crucial:

- proteger el paisaje no solo de los viñedos sino de la región
- fomentar prácticas amables con el medio ambiente
- conservar las tradiciones del cultivo y de la elaboración del vino
- preservar patrimonio histórico y cultural de las regiones.
- Fomentar la educación y la capacitación del personal para generar mano de obra calificada preferiblemente local y regional.
- Proyectar la capacidad y el manejo masivo de visitantes

En contraparte, podemos resaltar los beneficios del turismo para la bodegas que abren sus puertas a los visitantes:

- crea una relación directa entre la bodega y sus clientes
- refuerza la imagen y la marca
- incentiva las ventas de vinos
- permite que el visitante diferencie más claramente una bodega de otra
- genera puestos de trabajo
- genera ingresos adicionales a la bodega

En el futuro inmediato, podemos preveer que la crisis económica mundial que desencadenó los Estados Unidos el pasado tendrá un impacto negativo en el turismo a nivel mundial. Aunque no se tienen cifras definitivas sobre el balance del año se puede preveer que el turismo y el consumo de vino se vieron se estancados o disminuyeron en el 2009.

No solo como Chile y Argentina pueden desarrollar un turismo temático en base a una bebida. Estos países vitivinícolas son un ejemplo para America Latina por el éxito de sus iniciativas relacionadas con el vino.

Encontramos otras ofertas de turismo temático donde la protagonista es una bebida:

- La Ruta del Tequila en Méjico
- La Ruta del Pisco en Pisco
- El Triángulo del Café en Colombia

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA ENOTURISMO

<http://www.fondovitivinicola.com.ar/turismo.asp>

<http://www.isftic.mepsyd.es/w3/eos/.../transportes.htm>

<http://www.monografias.com/...comunicación/medios-comunicación.shtml>

<http://www.naya.com.ar/eventos/2ccat.htm>

http://www.naya.org.ar/naya2001/.../Carlos_Paz_1.htm

<http://www.poraqui.net/diccionario/index.php/term/Glosario+de+turismo+y+hostelería,turismo+rural.xhtml>

<http://www.rae.es/rae.html>

www.slideshare.net/.../tema-arquitectura-turismo-403639

<http://www.un.org/.../fullstorynews.asp?...turismo...>

profesional.visitacostadelsol.com/bd/mostrar_pdf.php?ident=8394

Wine Tourism around the World: Development, Management and Markets. Edited by: C. Michel Hall, Liz Sharples, Brock Cambourne And Niki Macionis. Butterworth- Heinemann. Imprint

Elsevier Science. Ltd. Oxford 2002. Capítulo 1-Wine Tourism: an introduction y Capítulo 16 : The future of Wine Tourism. Disponible en internet:

<http://books.google.ca/books?id=http://books.google.ca/books?id=6kH3ls1RxfoC&pg=PA8&dq=succesful+wine+tourism++case+studies&lr=&hl=es#v=onepage&q=&f=falseK1kVF0xhZlqC&pg=PA1&dq=wine+tourism&lr=&hl=es#>

Global wine Tourism: Research Management & Marketing. Edited by Jack Carlsen And Stephen Charters. Cabi Publishing, UK 2006. Disponible en internet:

<http://books.google.ca/books?id=6kH3ls1RxfoC&pg=PA8&dq=succesful+wine+tourism++case+studies&lr=&hl=es#v=onepage&q=&f=false>

Otras Formas de Turismo: Turismo del Vino, Turismo Religioso, Turismo en la Naturaleza. Autor Luis Vicente Elías Pastor. Universidad Latina de América. Editorial Trillas. México 2009. Disponible en internet:

<http://books.google.com.co/books?id=WSkyO-x2EZAC&pg=PA140&dq=turismo+rural+definicion#v=onepage&q=&f=false>

BIBLIOGRAFIA CHILE

<http://www.ccv.cl>

<http://www.chilevinos.com/ChileVinos/index.asp>

<http://www.colchaguavalley.cl/2006/01/premio-la-mejor-regin-vitivincola-del.html>

<http://diario.elmercurio.cl/detalle/index.asp?id=%7B398128a8-91b3-48f0-bde4-995ee11aff82%7D>

<http://www.museocolchagua.cl>

<http://www.rutadelvino.cl>

<http://www.turisvino.com>

<http://www.valledecolchagua.cl>

<http://www.vinasdechile.com/>

<http://www.visitchile.com/esp/tours/tour.asp?id-tour=TRE001>

Directorio Web VIÑAS ASOCIADAS A LA RUTA DEL VINO VALLE DE COLCHAGUA

<http://www.rutadelvino.cl/vinas.html>

BIBLIOGRAFIA ARGENTINA

<http://www.agromeat.com/index.php?idNews=86523>

<http://www.areadelvino.com>

<http://www.caminosdelvino.com>

<http://www.comarcas.com.ar>

<http://www.cultura.mendoza.gov.ar>

<http://www.diarioelzonda.com.ar/09/07/20/.../04.htm>

<http://www.estanciastravel.com>

<http://www.loscaminosdelvino.com.ar>

<http://mendoza.com.ar>

<http://www.medios.gov.ar>

<http://www.prensamendoza.gov.ar>

<http://sawg.blogspot.com/2008/10/enoturismo-los-ganadores-mendocinos-del.html>

<http://www.turismo.mendoza.gov.ar/>

<http://www.vendimia.mendoza.gov.ar>

http://www.winesur.com/ver_notae.php?nota=18890

Directorio Web VIÑAS CAMINOS DEL VINO MENDOZA

<http://www.caminosdelvino.com>

BIBLIOGRAFIA OTROS PAISES DE SURAMERICA

<http://rutarealdelpisco.com/>

<http://www.rutadeltequila.org.mx/>

<http://www.rutadelvino.com.mx/>

http://www.sitedovinhobrasileiro.com.br/folha.php?pag=mostra_registro.php&num=SGA

<http://vinomex.homestead.com>

<http://www.vino-uruguay.com>

<http://www.enjoyperu.com/magazine/otros-artic/vendimia/index2.htm>

Viñas, Bodegas & Vinos de América del Sur. Austral Spectator.
Impresa por Casano Gráfica S.A., Buenos Aires 2005

ANEXO 1

LA EXPOSICIÓN UNIVERSAL DE PARIS 1855

En 1851, Londres realiza la primera Exposición Internacional. Este evento desencadena entre las otras naciones europeas una competitividad y el deseo de exhibir su supremacía artística e industrial.

En 1855, Napoleón III organiza la Exposición Universal de Paris de 1855 donde uno de los atractivos eran los vinos de Francia y en especial los grandes vinos de la región de Burdeos. Napoleón III ordena a las regiones una clasificación de sus vinos en base a su calidad con el fin de informar y guiar a los visitantes. Esta clasificación, que se basó en la reputación del productor y el precio de mercado de la época fue el nacimiento de la distinción de los vinos por su proveniencia geográfica que desencadenaría en el sistema de apelaciones de origen actual.

Actualmente, Médoc y Sauternes (Burdeos) conservan la clasificación de sus vinos realizada en esta exposición.

ANEXO 2

BEST OF WINE - GREAT WINE CAPITALS

Best Of Wine Tourism premia bodegas, restaurantes y empresas relacionadas con el enoturismo que tiene como misión alentar el desarrollo turístico, académico y cultural teniendo en cuenta:

- la creatividad
- las nuevas iniciativas
- los estándares de calidad
- los esfuerzos de las bodegas
- las guías turísticas para los visitantes

Best of Tourism es una iniciativa de Great Wine Capitals que realiza en cada una de las ocho capitales asociadas premios locales donde otorga medallas Oro, Plata y Bronce en siete categorías.

Todos aquellos ganadores del Oro de cada ciudad compiten por el premio internacional.

En 2009, la competencia internacional se realizó en Mendoza, Argentina. El próximo año, tendrá lugar en Ciudad del Cabo, Sudáfrica.

Las capitales asociadas son:

Bilbao/ Rioja (España)	Mainz/ Rheinhessen (Alemania)
Bordeaux (Francia)	Mendoza (Argentina)
Cape Town (Sudáfrica)	Porto (Portugal)
Florenca (Italia)	San Francisco/ Napa Valley (USA)

<http://www.greatwinecapitals.com>