

Resumen | Presentación en Modalidad Oral

Área Alimentos, Enología y Agroindustrias. *Proyecto con resultados*

## Impacto del Turismo en la Vitivinicultura de Córdoba

### *The Impact of Tourism on Córdoba's Viticulture*

Asis-Ribba, I.; Corsso, V.; Pavón, S. I.; Ramallo, S. y Papalini, E.

Universidad Siglo 21

Contacto: [esteban.papalini@ues21.edu.ar](mailto:esteban.papalini@ues21.edu.ar)

Palabras clave: enoturismo; camino del vino Córdoba; vitivinicultura

Keywords: *wine tourism; wine route in Córdoba; viticulture*

El enoturismo es una rama del turismo enfocada al sector vitivinícola. Las zonas productoras de vinos se transforman en los atractivos a conocer con su elaboración, su historia, sus espacios naturales y su cultura. Tiene relación con el turismo gastronómico, al combinarse la degustación de vinos con la comida local. La Ruta del Vino de Córdoba está incorporada a los Caminos del Vino de Argentina, mediante Bodegas de Argentina, y la conforman 16 establecimientos. Su desarrollo está alineado tanto con intereses turísticos nacionales como provinciales.

El objetivo fue describir los servicios que las bodegas y productores artesanales ofrecen para atraer al turismo y cómo los mismos impactan en sus ingresos y el valor de sus marcas. Se realizó encuestas vía formularios de Google al 100% de las bodegas y elaboradores artesanales de la provincia (preguntas mayoritariamente cerradas) y se entrevistó a funcionarios de la Agencia Córdoba Turismo (entrevista semiestructurada). Se utilizaron parámetros de distribución de estadística estándar.

El resultado nos muestra que el 90% de los pequeños elaboradores lo consideran importante y el 56% lo realiza. Para el 30% de ellos resulta su principal mercado. El 100% de las bodegas lo realiza y para el 30% resulta el principal mercado. Su aporte a la imagen de marca es considerado tan importante como su aporte a las ventas. El 71% de los establecimientos piensa invertir para su desarrollo, sin embargo, el estudio muestra como limitante la falta de personal capacitado.

Como actividad económica y cultural tiene gran potencial de crecimiento en todos los establecimientos vitivinícolas de la provincia; pero requiere de capacitación, modelación de negocios y coordinación intersectorial. Una de las complejidades del enoturismo está en la poca experiencia en administrar un producto que claramente es de desarrollo público-privada.