

Resultados taller II Jornadas Nacionales de Turismo del Vino

A glass of red wine is shown in the process of being poured, with a stream of wine falling into it. The background is black, and there are decorative splashes of red wine on the right side. The text is overlaid on the image in white.

Laboratorio del Turismo del Vino
Datos para la toma de decisiones

Re evolucionar la toma de datos
La Big Data del Enoturismo



ALGUNAS *COPAS* DE REFLEXIONES PREVIAS

Los observatorios brindan datos sobre lo que aconteció. El pasado. Valiosos para conocer aspectos básicos de la actividad que brindan una línea de base. En una **actividad que exige estrategias y acciones en tiempo real**, dichos datos no siempre aportan para el logro de información útil para quienes tienen que tomar decisiones.

La propuesta es pensar un **LABORATORIO ACTIVO** como un **modelo que se nutre del observatorio y le adiciona la toma y divulgación de datos en ese tiempo real** necesario.

Entendemos que no se trata **sólo** de listar qué datos **OBTENIBLES EN TIEMPO REAL** serían los adecuados, sino también **cuáles serían los nuevos modos** de llegar a ellos y, especialmente, comprender que el turismo, como hecho social transformador, exige una mirada más allá de la oferta y demanda, los indicadores económicos y la cantidad de tickets vendidos en una visita a una bodega.



LA RE-EVOLUCIÓN DEL TURISMO ARGENTINO

Los observatorios brindan valiosos datos sobre lo que aconteció.

El turismo exige estrategias y acciones en tiempo real.

EVOLUCIONAR HACIA UN LABORATORIO ACTIVO

Modelo que se nutre del observatorio y le adiciona la toma y divulgación de datos DESDE DIFERENTES ÁMBITOS en ese tiempo real

Valores territoriales e Identidad local

Sustentabilidad multidimensional

Formación para empleos de calidad

El paisaje como una construcción cultural

Imagen del destino e imaginario de los enoturistas

Entramados productivos



LABORATORIO DE IDEAS

Metodología

La metodología de trabajo para el taller consistió en repartir a los asistentes en 3 salas, cada una con 10 mesas para grupos de hasta 10 personas. Se trabajó con consignas y cada grupo debatía para luego dar una respuesta. Se dispusieron dos coordinadores por sala que llevaron adelante la dinámica de las preguntas.

Objetivo: Generar un espacio participativo y de reflexión sobre el futuro del observatorio.

Con esta finalidad se los invita a ser coautores de un nuevo modelo estadístico-proyectivo que sea de real utilidad para quienes, desde diferentes sectores (público, privado, académico, social, laboral, etc.) posibilitan y/o se benefician del enoturismo.



Consignas



CAMBIO DE ROLES

Pensar 3 medidas/acciones posibles que generarían impulso al laboratorio.



PENSAR MÁS ALLÁ

Definir 3 ámbitos de actuación para el futuro del laboratorio y 3 indicadores para cada uno.



IDEAS Y ACCIONES ÁMBITOS DE ACTUACIÓN E INDICADORES

De las 30 mesas de trabajo en tres salas surge este glosario de ideas sobre las principales acciones y ámbitos de actuación e indicadores.



01.

Cambio de roles



LA RE-EVOLUCIÓN DEL TURISMO ARGENTINO

Cambio de roles

Tiempo: 15 minutos

- Si usted es gestor público póngase en los zapatos de un productor/bodeguero.
- Si usted es un emprendedor o parte de una empresa productora/bodeguera, póngase en los zapatos de un gestor público.
- Si usted es estudiante o se dedica a otra actividad que no sea productor/bodeguero ni gestor público, elija uno de estos roles.

Cada quien desde su rol, proponga
3 medidas/acciones posibles y realistas
que generarían un **cambio/impulso a un laboratorio del enoturismo** para
disponer de **datos e información en tiempo real**.



Sensibilización

Concientización para la toma y entrega de datos.



Conocer a la demanda

Focus group para conocer aspectos cualitativos de la demanda potencial y real.



Códigos QR

En las bodegas para medir la demanda en tiempo real.



Incentivos

Para los visitantes que completen encuestas.



Turistas potenciales

Análisis de perfiles mediante herramientas virtuales y digitales.



Calidad

Generar encuestas de percepción.

SECTOR PRIVADO



Metodologías Ágiles

Para estudiar diferentes aspectos del sector junto con el sector académico.



Muestras

Muestreos representativos chicos, medianos y grandes.



Nuevas propuestas

Relevar información semestral sobre nuevas propuestas turísticas.



Datos

Plataforma de segundo plano. Toma de datos generales para transferir al sector público.



Tiempo real

Estadísticas en tiempo real, rápidas.



Millennials

Productos y experiencias segmentados.

SECTOR PRIVADO

Integración

Generar una plataforma de integración de los sistemas de información del sector.

En tiempo real

Herramienta digital con informe estadístico de visitantes y oferta enoturística de todo el país.

Smart data

Homologar la toma de datos en todas las provincias.

Comunidad

Incluir la opinión de las personas locales en un destino determinado.



**SECTOR
PÚBLICO**



SECTOR PÚBLICO

Planificación

Teniendo en cuenta la oferta integrada de alojamientos, bodegas, gastronomía, servicios y experiencias enoturísticas.

Oficinas de turismo

Digitalización de la información integrada de enoturismo en las oficinas de informes turísticos.

Formación

Invertir en formación y capacitación en todos los niveles.

Equipos

Equipos de trabajo con estudiantes de turismo y enología para recopilar y sistematizar los datos.



02.

Pensar más allá del
predio o de la
bodega



LA RE-EVOLUCIÓN DEL TURISMO ARGENTINO

Pensar más allá del predio o la bodega.

Tiempo: 20 minutos

Cada quien vuelve a su rol habitual. En grupo elaboren una propuesta sobre:

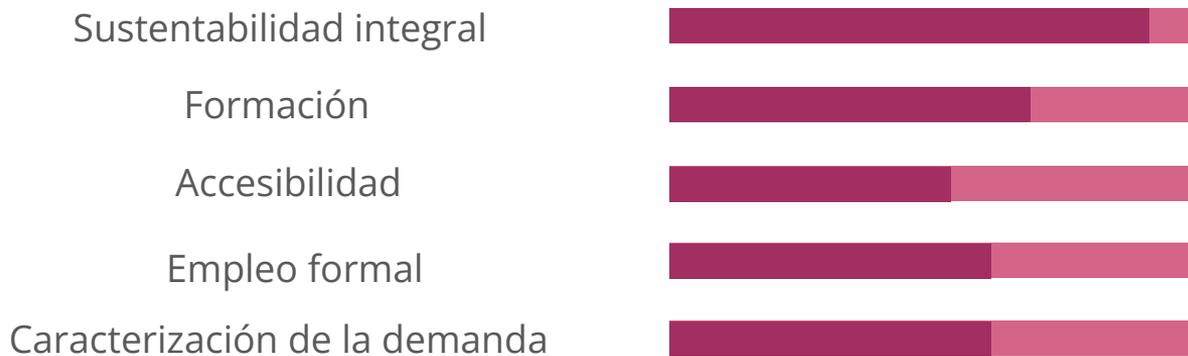
- ❑ **3 ámbitos de actuación** (ej: sostenibilidad, formación, etc.) prioritarios para que el futuro laboratorio enoturístico tenga una base amplia y **representativa** de la actividad en todas sus dimensiones.

No mirar sólo la ecuación oferta-demanda sino los efectos deseados en toda la comunidad.

- ❑ **3 indicadores para cada uno de los ámbitos**, que permitan orientar a quienes administren el laboratorio sobre qué datos buscar/incluir.

Miradas de consenso hacia donde se piensa el sector

Ámbitos de actuación que se repitieron
en el 90 %



Otros ámbitos considerados



Promoción y comunicación



Infraestructura/señalética



SUSTENTABILIDAD

INDICADORES AMBIENTALES

- Medir huella hídrica y los procesos de desertificación.
- Implementar indicadores de gestión de residuos que produce el sector en general.
- Medir la huella de carbono.
- Hacer un relevamiento para conocer cuántas bodegas y servicios complementarios implementan energías renovables.
- Relevar la implementación de buenas prácticas ambientales en todas las bodegas abiertas al turismo, así como servicios y experiencias complementarias.
- Implementar certificaciones y sellos de identidad más allá de la sustentabilidad ambiental.
- Establecer la capacidad de carga de cada destino enoturístico.





SUSTENTABILIDAD

INDICADORES ECONÓMICOS

- ¿Cuánto aporta el enoturismo al PBI regional?
- Medir generación de empleo e inserción laboral formal en el sector vitivinícola y en el del enoturismo en particular.
- Generar indicadores que permitan medir la inversión turística producto de la actividad.
- Fomentar y medir la compra de productos regionales/locales.





SUSTENTABILIDAD

INDICADORES SOCIALES

- Cuáles son los perfiles laborales más buscados en el sector.
- Análisis cuantitativos de la demanda laboral existente.
- Medir si el enoturismo colabora a evitar el éxodo rural.
- Observar entre el desarrollo del enoturismo y el turismo rural comunitario.
- Relevar propuestas de enoturismo cooperativo y en espacios de turismo rural comunitario
- Relevar experiencias de integración de la producción regional a través del enoturismo.
- Participación inclusiva, en el sector de bodegas, discriminado por cada colectivo del movimiento LGBT.





FORMACIÓN/RECURSOS HUMANOS

INDICADORES

- Cuántos centros educativos o espacios de formación vinculados al enoturismo existen para cubrir los puestos necesarios en el sector.
- Medir el impacto y la relación de las capacitaciones y la formación en territorio vinculadas a la empleabilidad formal en el sector.
- Medir en qué sectores de toda la cadena de valor trabajan las personas formadas en la actividad.
- ¿Cuánto fue el tiempo, para las personas que se formaron, para conseguir trabajo en el sector? El vínculo directo entre formación y rapidez para conseguir trabajo.
- Capacitar al personal en las bodegas para que ellos mismos cuenten con las herramientas necesarias para realizar y enviar las estadísticas al sector público.
- Medir el interés de los RRHH para trabajar en enoturismo.
- Medir en los diferentes niveles educativos si existe la orientación en “enoturismo” en las carreras.





FORMACIÓN/RECURSOS HUMANOS

Cont. INDICADORES

- Cuál es la oferta educativa en enoturismo en cada región o provincia enoturística
- Existe una política educativa integral en materia de enoturismo en todos los niveles.
- Formación de los guías y su posterior medición en el impacto de empleo.
- Conocer datos de cuántas escuelas con orientación en enoturismo existen, cuántos estudiantes se reciben y cuántos encuentran empleo en el sector.
- Propuestas educativas y de formación, referidas al turismo y al enoturismo, que faciliten el acceso de la población local al trabajo.
- Promoción y comunicación masivas de las capacitaciones a nivel local para que toda la comunidad y principalmente la rural tenga acceso a las mismas.
- Cuántos profesionales formados ingresan a trabajar en el sector.



ACCESIBILIDAD INTEGRAL

INDICADORES

- Generar accesibilidad para atraer al segmento que requiere de estos servicios.
- Accesibilidad para eliminar barreras físicas.
- Implementación de información en sistema Braille y para personas hipoacúsicas y con otro tipo de discapacidad.
- Implementar tecnologías que colaboren a mejorar la accesibilidad en todas sus formas.

Infraestructura y equipamiento

- Mejoras en los accesos a las bodegas.
- Necesidad de señalética ubicada estratégicamente.
- Relevar señalética y el estado de los caminos y establecer faltas y estado de los existentes.



EMPLEO FORMAL

INDICADORES

- Contratación de personal formal tanto para los graduados como aquellos que no tienen formación para establecer las diferencias.
- Existencia de políticas activas en materia de inserción laboral en el sector.
- Antigüedad y rotación de los puestos de trabajo en enoturismo.
- Generar una bolsa de trabajo para el sector.
- Medir cuánto de trabajo formal y cuánto de trabajo informal existe en toda la cadena de producción del vino. Medido a través de una auditoría de terceros.
- Posibilidad del ingreso laboral de jóvenes en el enoturismo.
- Inclusión de adultos mayores a 40 años (oferta de trabajo en contraposición a cantidad de adultos desempleados con y sin formación).





CARACTERIZACIÓN DE LA DEMANDA

INDICADORES

- Medir a qué perfiles o segmentos va dirigido al público de enoturismo.
- Relevar propuestas orientadas a la familia en bodegas, medir satisfacción del segmento.
- Conocer la estadía promedio entre el turista tradicional y el turista de enoturismo especializado.
- Propuestas de enoturismo para jóvenes dinámicas entretenidas divertidas e informativas.
- Conocer mejor los intereses del viajero de enoturismo.
- Encuestas de percepción del producto enoturístico.





PROMOCIÓN

INDICADORES

- Medir el aumento de seguidores en las redes sociales de los establecimientos/destinos.
- Medir interacción de seguidores después de la acción.
- Medir conversaciones.





BRINDIS DE IDEAS

- Formación urgente en idiomas- inglés portugués y otros.
- Mejorar la calidad e imagen de las bodegas, los productos y las experiencias de enoturismo.
- Ampliar la ruta del vino del NOA unificando todas las existentes en otras provincias.
- Crear un registro y trazabilidad de cada botella que se lleva el turista.
- Comunidad en los destinos enoturísticos: autoestima; educación sobre su identidad, valores y recursos y vinculación en redes.
- Realizar eventos temáticos con actividades dinámicas que tengan recompensas por la participación.
- Implementación de políticas de concientización sobre el consumo responsable.



La *cava* con toda la *reserva* de las Jornadas se encuentra en este link

[Ingresa aquí](#)



«Existe en la esfera terrestre un gentío innumerable e innominado cuyo sueño no podría dormir los pesares. El vino escribe para ellos cantos y poemas.»

Charles Baudelaire



GRACIAS



Ministerio de
Turismo y Deportes
Argentina



CORPORACION VITIVINICOLA
ARGENTINA

