

# Observatorio de Enoturismo

**Rodrigo González (UNCuyo)**

**(Mendoza - Abril 2019)**

## 1. Programa de Gestión Territorial

A. Análisis de Oferta Enoturística.

B. Acciones de Fortalecimiento.

## 2. Programa Observatorio de Enoturismo

A. Caracterización de la Oferta.

B. Caracterización de la Demanda (Enoturistas).

C. Seguimiento de la Demanda.

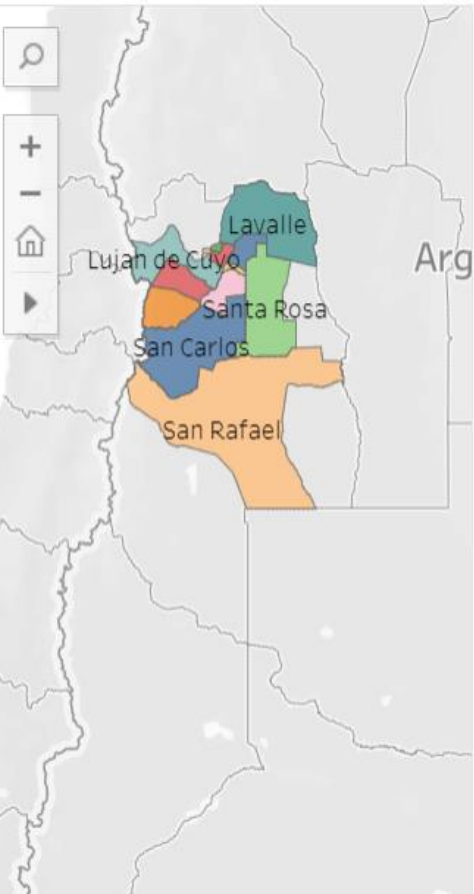
## 3. Sistema de Georreferenciación

A. Sistema de Información Geográfica.

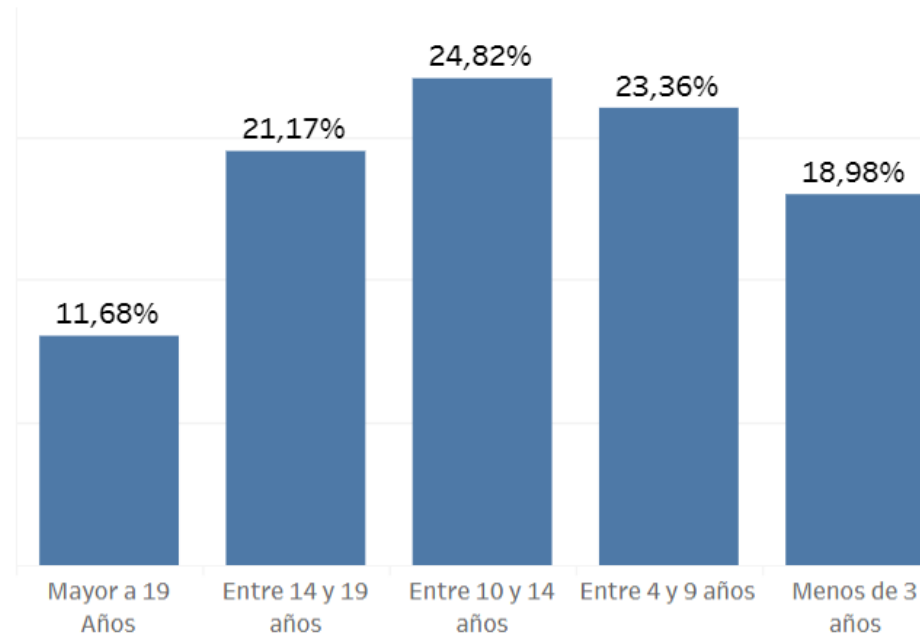
# Programa Observatorio de Enoturismo

## Análisis de Oferta / Resultados para Mendoza

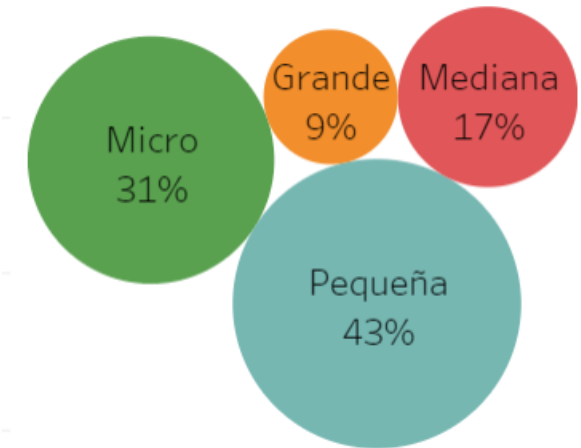
## Establecimientos



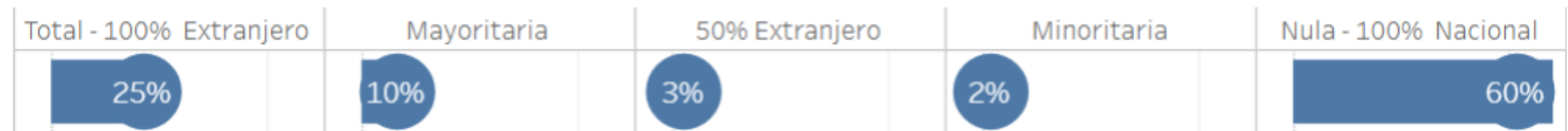
Distribución por Año de Apertura al Turismo



Tamaño del Establecimiento

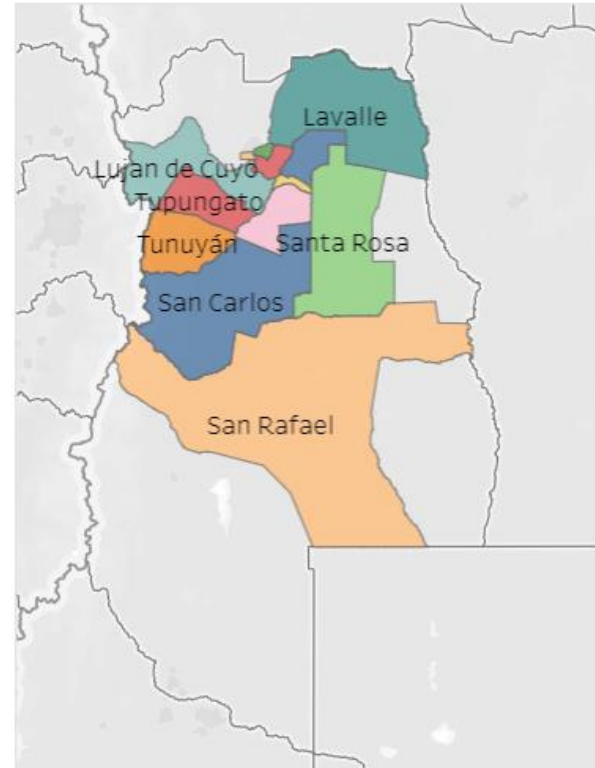


Porcentaje de Capital Extranj



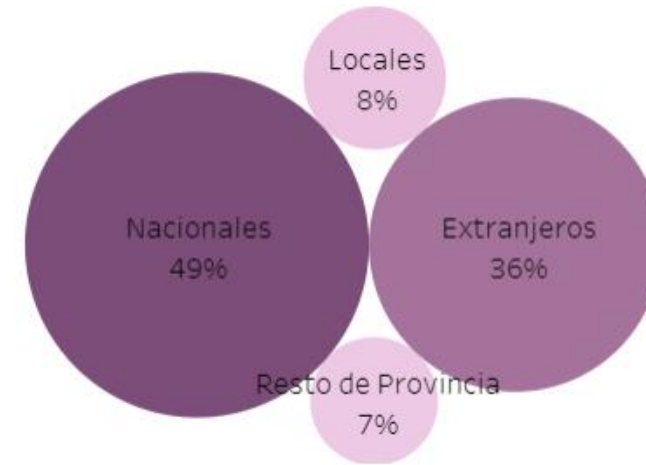
## Visitas

### Cantidad de Visitas Anuales

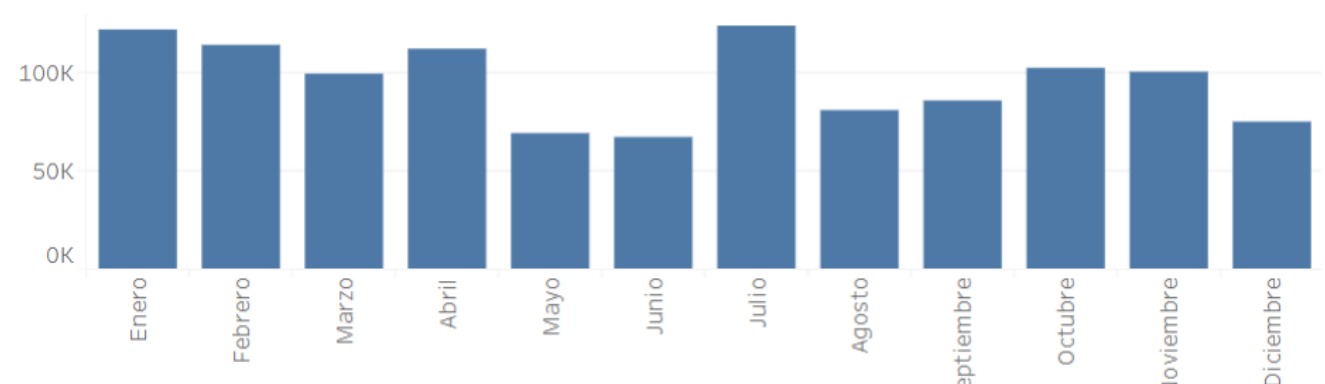


Godoy Cruz	2.536
Guaymallén	7.804
Junin	126
Lavalle	300
Lujan de Cuyo	319.398
Maipu	326.594
Rivadavia	250
San Carlos	14.530
San Martín	836
San Rafael	332.438
Santa Rosa	140
Tunuyán	87.431
Tupungato	56.311
<b>Total general</b>	<b>1.148.694</b>

### Distribución de Visitas por Lugar de Residencia



### Cantidad de Visitas por Mes



## Origen de los Turistas

### Ranking Principales Mercados Nacionales

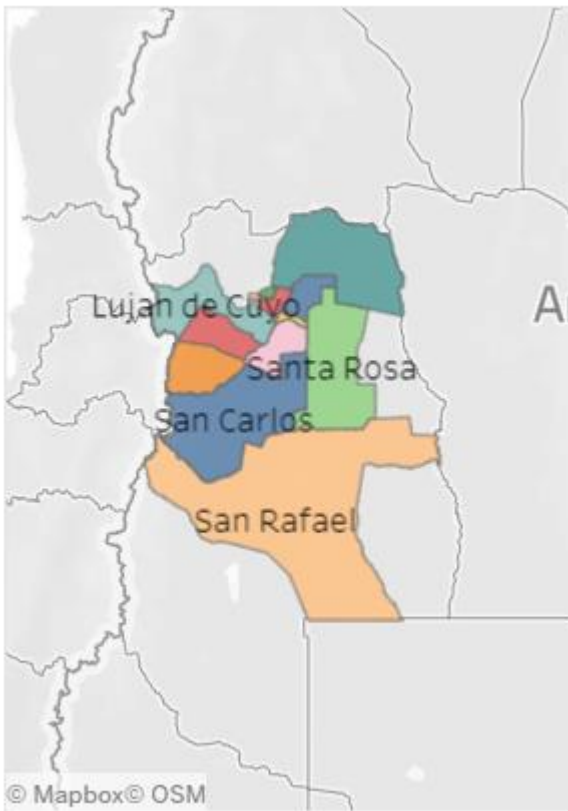
1	Buenos Aires	40%
2	Córdoba	18%
3	Ciudad Autónoma de Bue..	18%
4	Santa Fe	11%
5	Mendoza	10%
6	Santiago del Estero	1%
7	Neuquén	1%
8	Entre Ríos	1%
9	Corrientes	1%
10	Misiones	0%



### Ranking Mercado Internacional

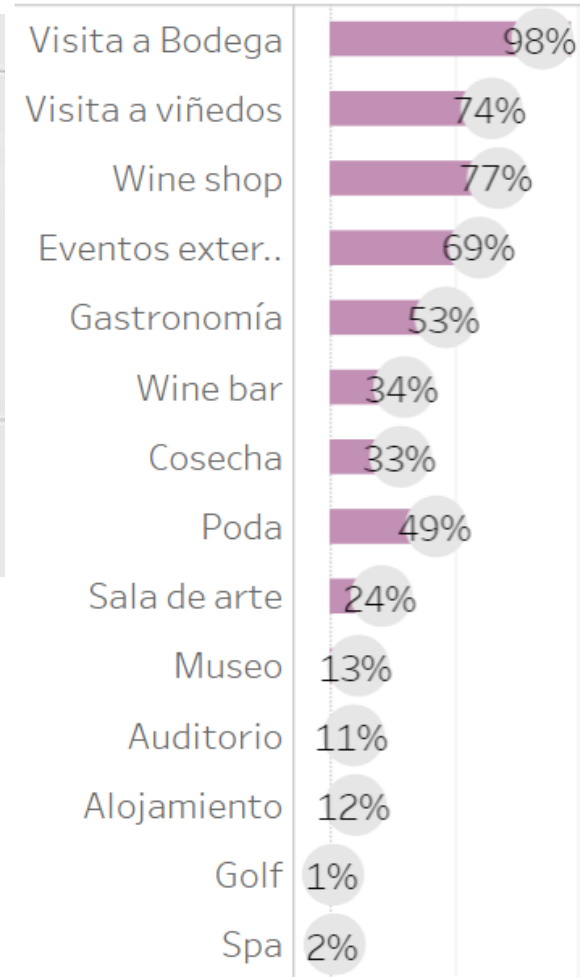
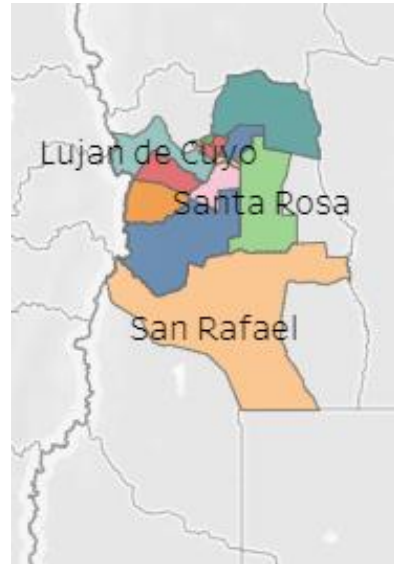
1	Brasil	37,61%
2	EE.UU. y Canadá	31,89%
3	Inglaterra	5,83%
4	Resto de América	5,82%
5	Resto de Europa	5,40%
6	Resto del Mundo	4,94%
7	Chile	3,88%
8	Alemania	1,51%
9	Francia	1,47%
10	Paraguay	1,43%

1	Brasil	
2	EE.UU. y Canadá	
3	Inglaterra	
4	Resto de América	
5	Resto de Europa	
6	Resto del Mundo	
7	Chile	

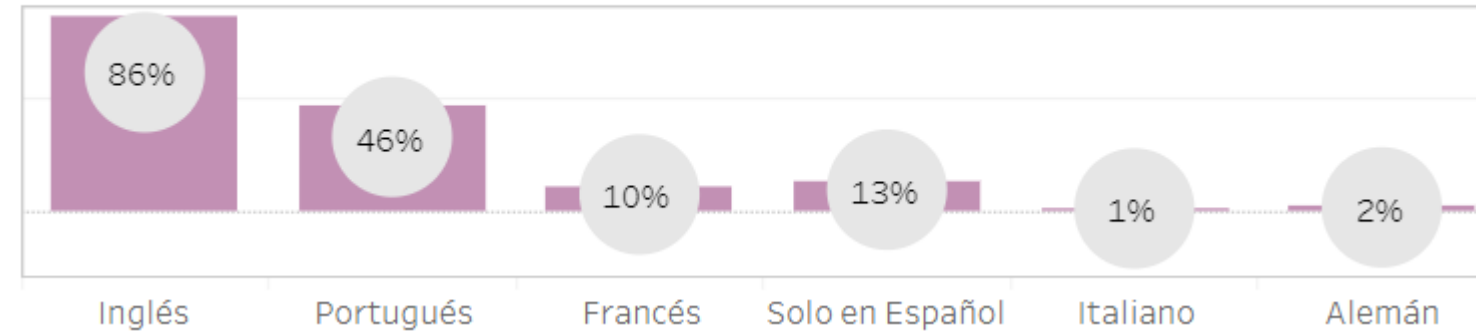


## Servicios Ofrecidos

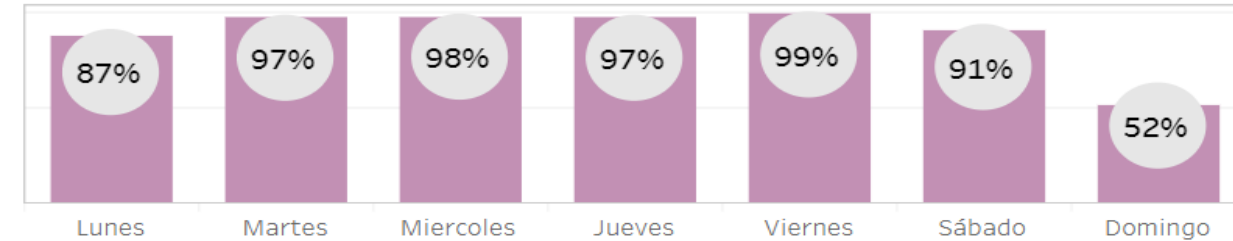
% Establecimientos



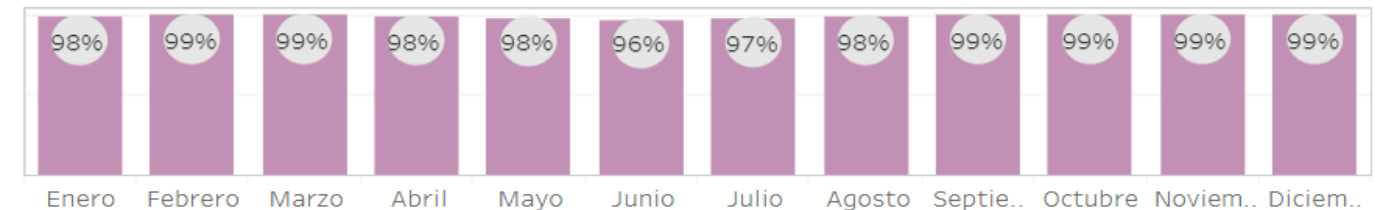
Porcentaje de Servicio según Idioma



Porcentaje de Apertura según Día de la Semana



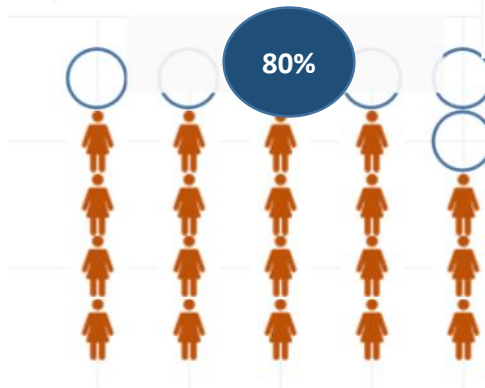
Porcentaje de Apertura de Establecimientos según Mes



## Empleo

Empleo Permanente: 629 puestos / Empleo Transitorio: 242 puestos

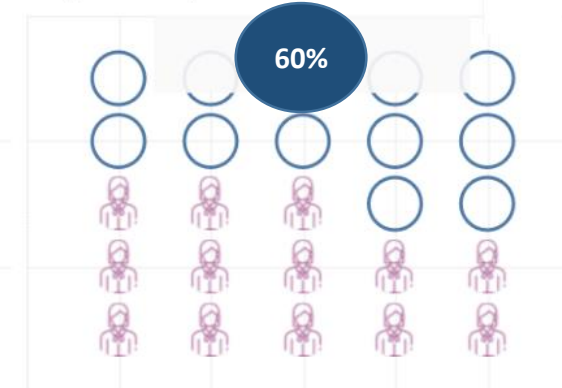
Mujeres en el Staff Permanente



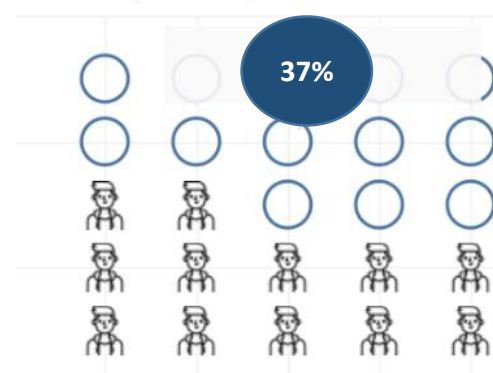
Profesionales en el Staff



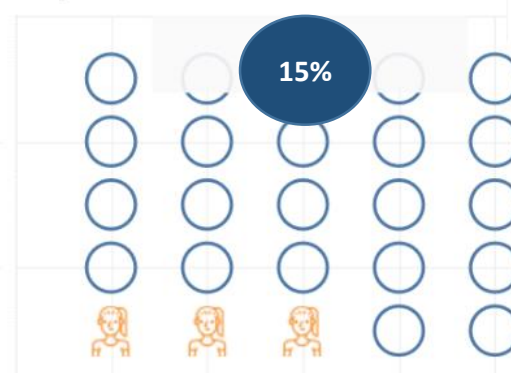
Mujeres Responsable del Area



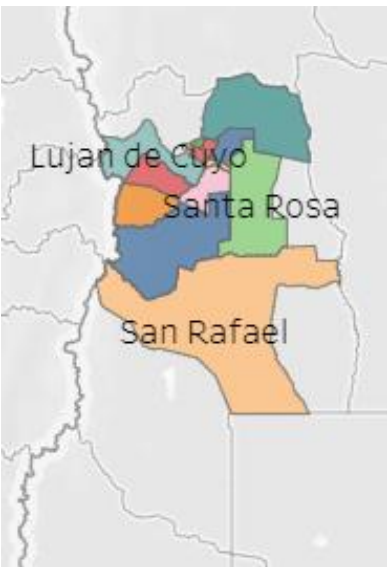
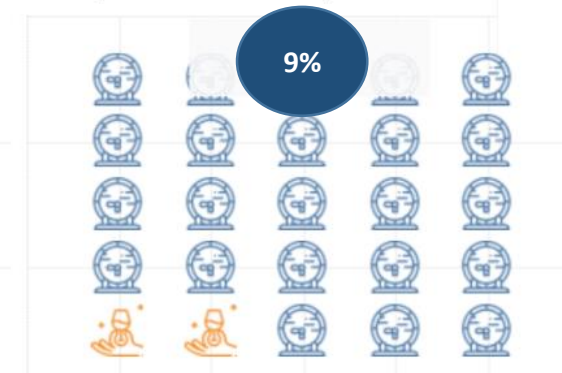
Porcentaje de Empleados Locales



Empleados Menores de 25



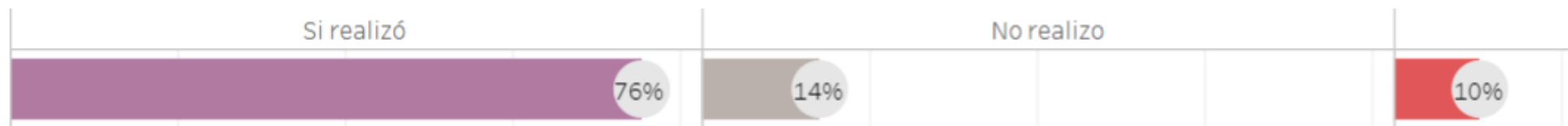
Empleados - Turismo/ Establecimiento



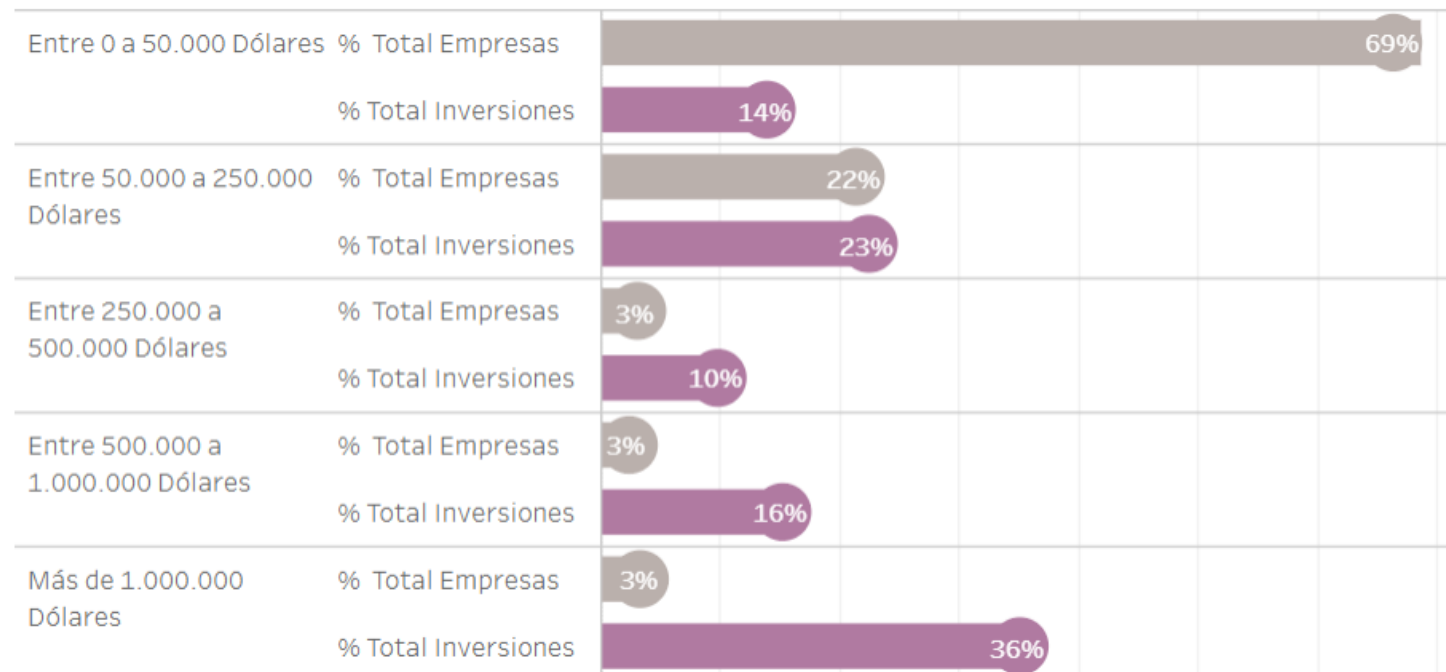


## Inversiones

### Realizó Inversiones



### Distribución de Inversiones Según Rango



### Destino de la Inversión















## Gastos Promedio (USD - III Trimestre 2018)

### Valle de Uco

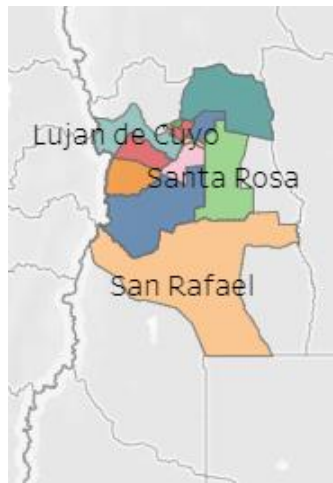
### Sur

### Norte

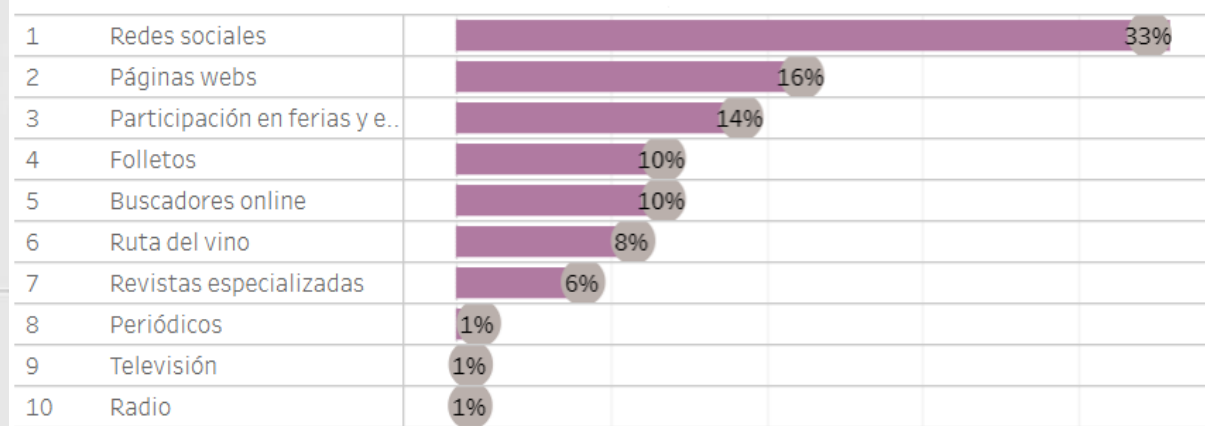
### Este

	Valle de Uco	Sur	Norte	Este
Media Gasto Visita (Dólares)	 \$46.34	 \$24.12	 \$36.28	 \$17.50
Media Gasto en Alojamiento (Dólares)	 \$263.33	 \$55.29	 \$47.99	 \$47.99
Media Gasto en gastronomía (Dólares)	 \$61.79	 \$6.25	 \$31.32	 \$31.32

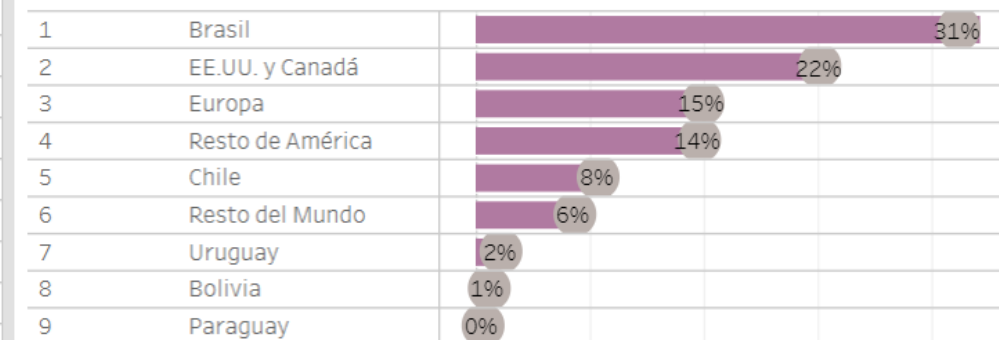
## Promoción y Comercialización



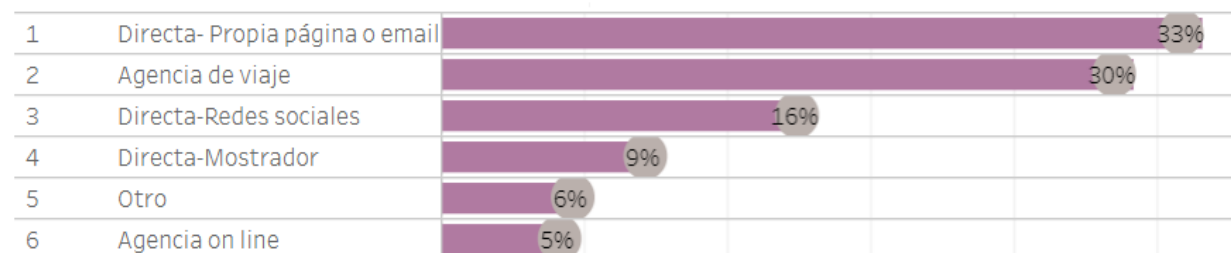
### Publicidad



### Promoción Internacional Solicitada



### Canales de Comercialización

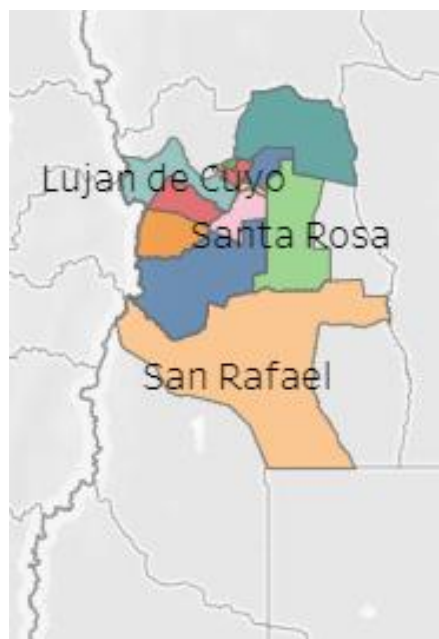


# Programa Observatorio de Enoturismo

## Análisis de Demanda / Resultados para Mendoza

## Organización del Viaje

### Organización del viaje



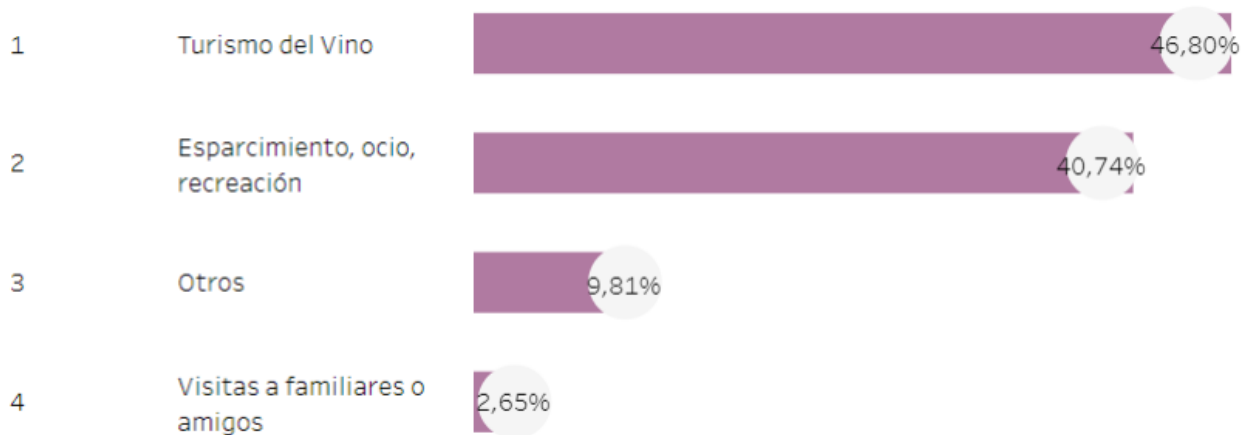
	Contratación directa de servicios	A través de Agencia de viaje	Otro
Nacionales	83%	16%	1%
Brasil	76%	24%	
Europa	84%	16%	
Chile	79%	21%	
Norte America	85%	15%	
Otros	88%	12%	
<b>Total general</b>	<b>82%</b>	<b>17%</b>	<b>1%</b>

### Tiempo de planificación

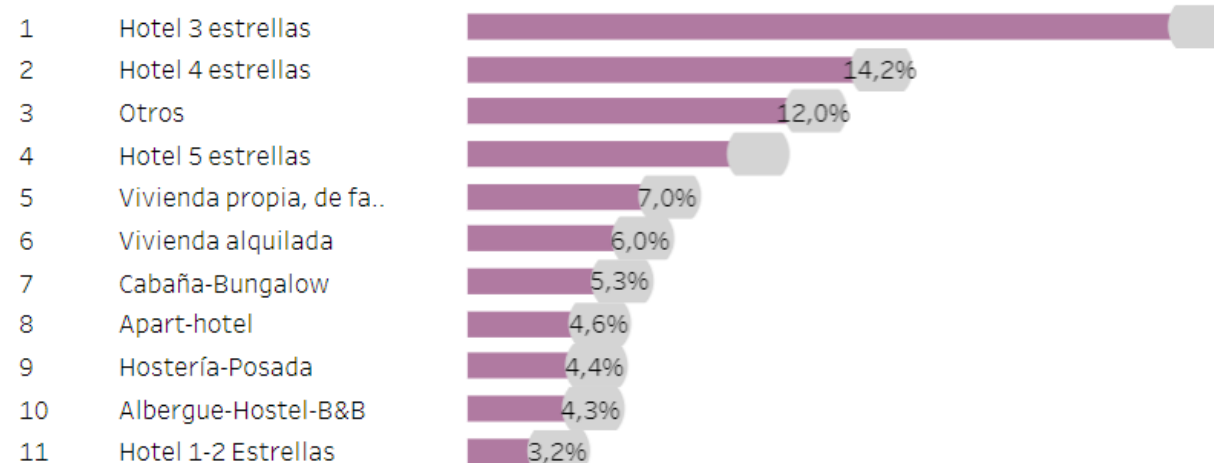
	El mismo día	Entre un día y menos de una se..	Entre una semana y un mes	Más de un mes y hasta seis meses	Más de seis meses
Nacionales	8%	24%	43%	21%	3%
Brasil		6%	36%	56%	2%
Europa	4%	12%	8%	68%	8%
Chile	11%		34%	45%	10%
Norte America	3%	9%	30%	53%	6%
Otros	2%	8%	17%	68%	5%
<b>Total general</b>	<b>6%</b>	<b>17%</b>	<b>37%</b>	<b>37%</b>	<b>4%</b>

## Visita a la Localidad

### Principal motivo de alojamiento en la localidad



### Tipo de alojamiento utilizado



### Que otras actividades realizaron durante su estancia en la localidad

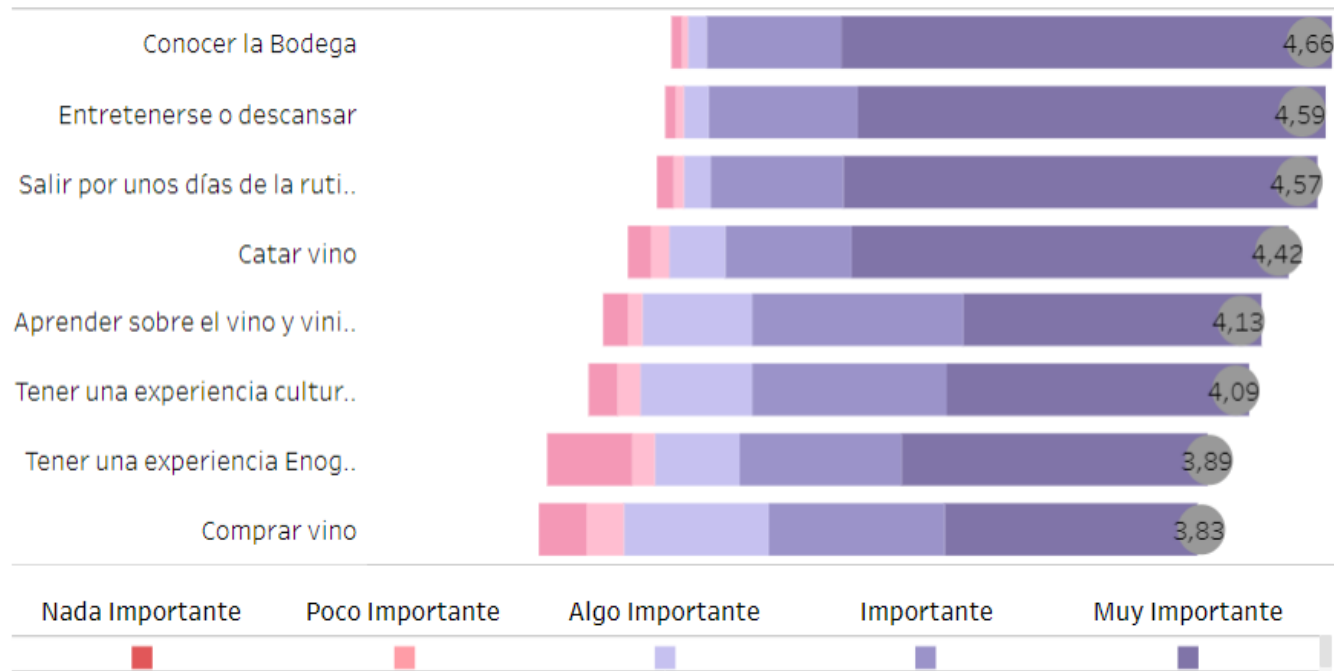


### Noches de estadía

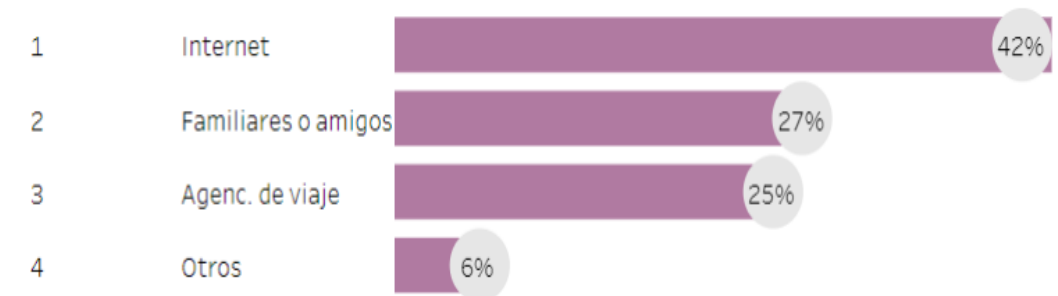
Nacionales	3,9
Brasil	4,7
Chile	3,4
Europa	4,9
Norte America	4,0
Otros	5,8
<b>Total general</b>	<b>4,4</b>

## Motivaciones de la Visita a la Bodega

*Cuán importante, de 1 a 5, son los siguientes motivos para la realización la visita (1 nada importante - 5 muy importante)*

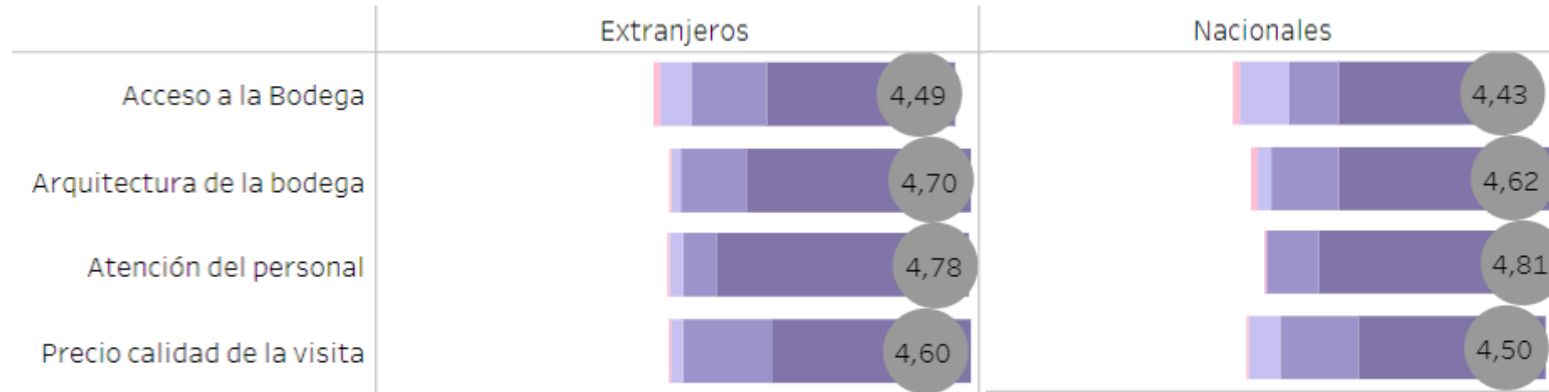


*A través de qué medio se enteró de los servicios turísticos de la bodega*

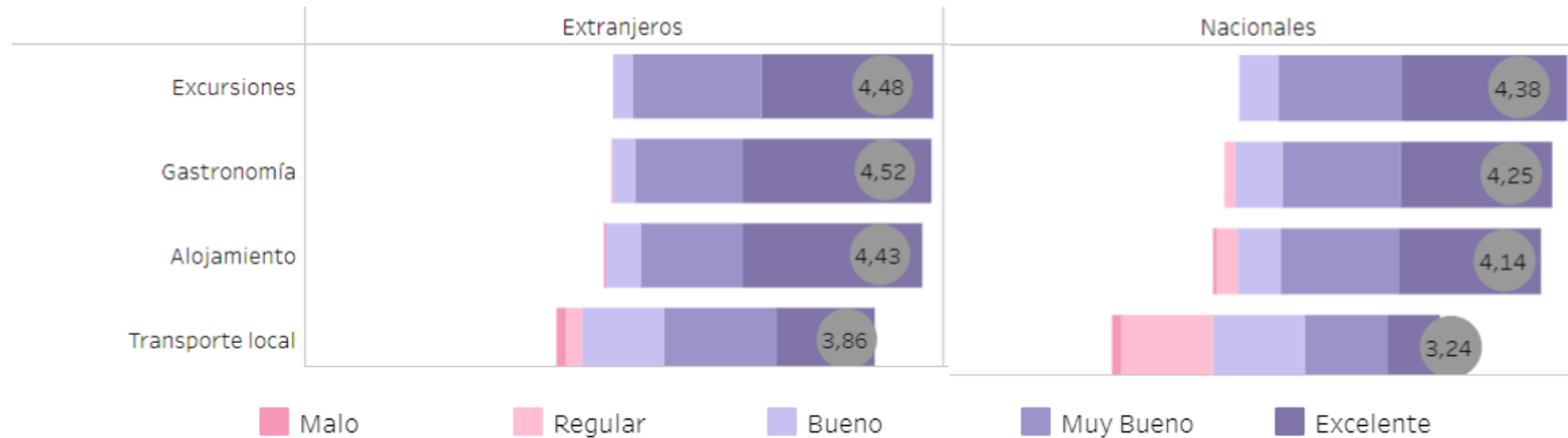


## Nivel de Satisfacción

### Satisfacción de los servicios de la bodega (1 Malo - 5 Excelente)



### Satisfacción de los servicios de la localidad





# Gracias