

ENOTURISMO EN LA REGIÓN UVA Y VINO - BRASIL

Ivane Remus Fávero^{*}
FISUL – Garibaldi - Brasil
Janete Rotta Antunes^{**}
Universidad de
Caixas do Sul - Brasil

Resumen: Este artículo presenta los resultados preliminares del inventario de enoturismo en la Región Uva y Vino ubicada en la Sierra Gaucha – Río Grande do Sul, Brasil. El trabajo analiza las bodegas situadas en los municipios de Bento Gonçalves, Garibaldi, Monte Belo do Sul, Veranópolis, Cotiporã, Vila Flores, Fagundes Varela, Caxias do Sul, Flores da Cunha, Nova Pádua y Farroupilha. El universo de estudio se centra en las bodegas que cuentan con infraestructura turística y reciben visitantes y en aquellas que se están iniciando en el enoturismo.

PALABRAS CLAVE: enoturismo, inventario, Región Uva y Vino, Sierra Gaucha.

Abstract: Wine Tourism in Southern Brazil. This article presents the preliminary results of an inventory on wine tourism conducted in the Grape and Wine Region of the Serra Gaúcha, in Southern Brazil. It analyzes the wineries of the municipalities of Bento Gonçalves, Garibaldi, Monte Belo do Sul, Veranópolis, Cotiporã, Vila Flores, Fagundes Varela, Caxias do Sul, Flores da Cunha, Nova Pádua and Farroupilha. Wineries which are open to tourist and those who are starting to develop wine tourism were the universe of the study.

KEY WORDS: wine tourism, inventory, Grape and Wine Region, Serra Gaúcha.

INTRODUCCIÓN

El vino forma parte de la historia cultural, social y económica del hombre y ha sido estudiado tanto su origen, ubicación, formas de elaboración, beneficios que produce a la salud como su función en el turismo. Las regiones vitivinícolas de Brasil se concentran en la Sierra Gaucha, específicamente en la Región Uva y Vino, que representa el 90% de la producción de vino del país (Miele y Miolo 2003). No obstante, están surgiendo dos nuevos polos que se encuentran en la Región de la Campaña en las ciudades de Santana do Livramento, Bagé y Candiota; y en la Región de la Sierra del Sudeste, en la ciudad de Encruzilhada do Sul en el Estado de Río Grande do Sul.

^{*} Magíster en Turismo por la George Washington University y Licenciada en Turismo, Especializada en Gerenciamiento del Desarrollo Turístico. Se desempeña como docente y coordinadora del Curso de Enoturismo de la FISUL (Garibaldi –RS) y como Secretaria de Turismo del Municipio de Garibaldi. E-mail: irfavelo@fisul.edu.br

^{**} Doctoranda en Ciencias Ambientales por la Universidad de Río Grande do Sul (UFRGS), Magister en Turismo y Geóloga Especializada en Gerenciamiento del Desarrollo Turístico. Se desempeña como docente del Campus Universitario de la Región de los Viñedos de la Universidad de Caxias do Sul. Dirección: Rua Theotisto G. Picolli, 110, Colina Sorriso. CEP: 95032-290, Caxias do Sul – RS – Brasil. E-mail: nete_rotta@hotmail.com

Otros sitios que se destacan en la producción de uvas para vino son Santa Catarina, en el Valle de Rio do Peixe, que comprende los municipios de Videira, Tangará, Pinheiro Preto y Caçador; el Valle de São Francisco en Pernambuco, con las ciudades de Lagoa Grande, Santa Maria da Boa Vista y Petrolina, considerado el segundo polo bodeguero del país y modelo de productividad debido a sus dos cosechas anuales gracias al potencial hídrico del río São Francisco que posibilita la irrigación de los viñedos.

La gastronomía típica de la región y que se observa en la ruta de la Uva y el Vino brasileña consiste en el pescado *acari* y el chivito asado. La ruta tiene una extensión de 72 kilómetros y comprende la observación de los viñedos para conocer las plantaciones de uvas al igual que conocer las áreas de experimentación en la producción de vinos. La visita a las bodegas se realiza en compañía de un técnico que muestra las etapas de elaboración del vino que luego son degustados. Es en este contexto de la producción de uvas y vinos que surge el enoturismo como atractivo.

El turismo del vino surgió en 1993 en Italia, impulsado por el Movimiento del Turismo del Vino cuyo objetivo era transformar al vino en un evento cultural e insertarlo en el turismo. En Brasil el enoturismo surgió inicialmente como resultado de la acción aislada de algunas bodegas de la Sierra Gaucha al igual que como derivación de la promoción de las fiestas relacionadas con el vino cuyo objetivo era ampliar y difundir el consumo de la bebida. Por lo tanto, es a partir de la organización de rutas enoturísticas y de la formación de asociaciones de productores de vinos con fines turísticos que el enoturismo se consolidó en el país.

El vino es la esencia del enoturismo; cada cosecha de uvas es diferente y no se pueden obtener vinos iguales aunque deriven de la misma variedad de uvas, de lugares próximos o del mismo viñedo.

El turismo se ha segmentado desde hace tiempo debido a que los consumidores están buscando nuevos productos. Quieren algo más personalizado, más dirigido (Moraes 2000); y así han surgido nuevos segmentos como el turismo religioso, turismo de eventos, turismo de aventura, etc. En este contexto surgió el enoturismo como un nuevo segmento que aparece principalmente en la Región Uva y Vino. En algunas partes del mundo como Italia, Francia, Estados Unidos de América, Australia y África este segmento se comercializa desde hace tiempo como producto turístico por medio de las rutas de vinos destinadas al turismo. Estos países han avanzado en el estudio del tema y se preocupan por realizar estudios que permitan conocer las motivaciones turísticas. Entre los especialistas del tema se encuentran Hall *et al.* (2000) quienes definen al enoturismo como las visitas a viñedos, bodegas, festivales y espectáculos del vino, cuya primera motivación es saborear vino o vivenciar los atributos de una región productora de vino.

El enoturismo en Brasil es una actividad de gran potencial, básicamente por las diferencias de clima y suelos entre una región y otra y por las influencias culturales producto de la inmigración, principalmente la italiana. Los estudios realizados en la Región Uva y Vino son incipientes contando con pocas referencias sobre el tema que son citadas esporádicamente por los estudiosos del vino. Splendor (2003:35) señala que el *enoturismo abarca el área donde la producción industrial y la competitividad son ofrecidas a los consumidores* y agrega que algunos objetivos que debe cumplir el enoturismo son, entre otros: activar la vida turística del área productiva de la uva y el vino y a sus familias; destacar los beneficios en cuanto al conocimiento, apreciación, degustación y hábito del vino; y la valorización del turismo rural.

Este segmento debe ser planificado y desarrollado de manera tal que todos sus beneficios sean aprovechados partiendo de los principios de sustentabilidad del desarrollo. El desarrollo sustentable reveló una nueva forma de encarar soluciones para los problemas integrales, los que no se reducen sólo a la degradación ambiental sino que incorporan dimensiones sociales, políticas y culturales. Así ocupa el centro del discurso oficial no habiendo consenso en cuanto al significado real ni cómo implementarlo. Los estudiosos del tema lo consideran complejo, polémico, inserto en un difícil contexto para encontrar propuestas que tengan la capacidad efectiva de preservar la biosfera y producir al mismo tiempo un equilibrio entre la sociedad y la naturaleza. Barbieri (1997 en Camargo 2003:72) define al desarrollo sustentable como *la nueva manera de ver las soluciones para los problemas globales que no se reducen sólo a la degradación ambiental sino que incorporan dimensiones sociales, políticas y culturales como la pobreza y la exclusión social*.

Para Camargo (2003:79) el concepto de desarrollo sustentable relaciona lo que debe ser desarrollado y lo que debe ser sustentado. Afirma que las discusiones acerca de las relaciones que deben prevalecer entre lo sustentado y lo desarrollado difieren mucho. Esas interrelaciones han sido discutidas y consideradas de diferentes maneras en función de quién y en qué ámbito se discuten. Existen distintas definiciones sobre desarrollo sustentable así como de turismo sustentable. Ambos conceptos están íntimamente relacionados y no hay una definición en la que todos los investigadores estén de acuerdo. Por otro lado, la definición de estos conceptos parece simplificar lo que en realidad son áreas muy complejas.

El turismo sustentable alienta la comprensión de los impactos del turismo en los ambientes natural, cultural y humano; incorpora planificación y zonificación asegurando el desarrollo del turismo adecuado a la capacidad de carga del ecosistema; demuestra la importancia de los recursos naturales y culturales y puede ayudar a preservarlos. Debe respetar las áreas frágiles, desarrollando el control de la capacidad de carga de cada una de ellas (Swarbrooke 2000:14).

El desarrollo depende de una buena planificación, tanto pública como privada, pues existen muchos factores que influyen en el desarrollo turístico (Ruschmann 1997:96). El flujo de

turistas impone ciertas exigencias a la región o al país receptor; su intensidad y sus consecuencias deberán orientar las decisiones referentes a la posibilidad o conveniencia del desarrollo turístico de esas localidades.

Actualmente los municipios que integran la Región Uva y Vino se destacan por la participación de un importante número de bodegas preparadas para recibir visitantes, mostrar la elaboración de sus vinos y brindar información sobre la historia y la cultura heredada de sus antepasados. Sin embargo, poco se sabe sobre la actividad enoturística brasileña, en particular de la Región Uva y Vino conformada por 26 municipios que, en su mayoría, cuentan con una oferta turística basada en la uva y el vino.

En función de estas consideraciones se entiende que el enoturismo en la Región Uva y Vino deberá responder a una planificación ordenada, ya que es considerado uno de los principales segmentos en crecimiento y un fuerte motivador para el desarrollo del turismo en la región. Por lo tanto, si el enoturismo es la combinación de bodegas y turismo nada más oportuno que realizar un estudio en una región que ya cuenta con potencial. El inventario del enoturismo en la Región Uva y Vino es el primer paso para alcanzar su desarrollo sustentable.

La investigación puede resultar un instrumento válido en este contexto para el proceso de planificación turística del sector vitivinícola, calificando acciones que puedan incrementar la oferta del enoturismo en la Región Uva y Vino. Si la información es la base para la toma de decisiones y la investigación en turismo significa recolectar datos para ayudar en este aspecto a los administradores del sector (McIntosh *et al.* 2002), se entiende que el inventario del enoturismo contribuirá a este fin. De esta manera se pretende construir una base de datos que permita planificar mejor esta actividad y, quizás, se esté apuntando a una clasificación de las bodegas como la existente en Italia.

La investigación contó con la participación de los alumnos de la carrera de turismo de la Universidad de Caxias do Sul, Campus Universitario de la Región de los Viñedos. El objetivo fue incentivar a los estudiantes a participar del estudio. Propone que:

El estudiante debe ser introducido a los procesos de investigación científica. El profesor tiene la función de preparar personas capaces de entender los conocimientos científicos y hasta de producirlos cuando se asocian a los proyectos de investigación de los profesores e investigadores (Paviani 1999:117).

Bajo este concepto se decidió implementar la realización del inventario. Para Paviani (1999:121), *la relación entre enseñanza e investigación, especialmente en los cursos de grado, no puede ser resuelta con la introducción de materias como Iniciación a la Investigación. De*

aquí surge la necesidad de incorporar otras formas de enseñanza como, en este caso, la realización del inventario de enoturismo.

EL ENOTURISMO EN LA REGIÓN UVA Y VINO

La Región Uva y Vino se encuentra en la parte nordeste del Estado de Río Grande do Sul y comprende los municipios: Antônio Prado, Bento Gonçalves, Carlos Barbosa, Casca, Caxias do Sul, Cotiporã, Fagundes Varela, Farroupilha, Flores da Cunha, Garibaldi, Guaporé, Marau, Monte Belo do Sul, Nova Pádua, Nova Prata, Nova Araçá, Nova Roma do Sul, Parai, Protásio Alves, Santa Tereza, São Marcos, São Antonio do Palma, Serafina Corrêa, Veranópolis, Vila Flores y Vila Maria.

Esta región es uno de los destinos turísticos más visitados del Estado. Posee una buena infraestructura de bienes y servicios, juntamente con una oferta turística orientada en su mayoría, a la uva y el vino, lo que caracteriza al segmento del enoturismo. Hay también oferta de atractivos históricos, culturales y naturales; y se destaca la práctica del turismo aventura como rafting, rappel, caída libre, etc.

Los municipios forman parte de la asociación conocida como *Atuaserra* (Asociación de Turismo de la Sierra Nordeste) cuyo objetivo es promover y reunir a los organismos de turismo de la Sierra Nordeste, estimular el intercambio con los demás organismos de turismo, mantener la interacción entre los municipios miembros y entre éstos con los de otras regiones.

La Atuaserra es una Agencia de Desarrollo Regional, cuya función es coordinar las acciones de desarrollo del turismo regional, la sustentabilidad de las comunidades, el mantenimiento de la cultura y del potencial ecosistema existente en la región (Paulus 2003 en Fávero 2006:76).

Trabaja en la regionalización del turismo uniendo esfuerzos, diversificando la oferta e intentando proveer mayor atractivo y competitividad (Fávero 2006:77).

La vitivinicultura se inició en Brasil en 1532 cuando el portugués Martim Afonso de Souza trajo vides europeas (Pacheco y Silva 2003) que se implantaron por primera vez en el estado de São Paulo. Los primeros vitivinicultores de Río Grande do Sul fueron los padres Jesuitas quienes cultivaron uvas y elaboraron vino para las misas en las reducciones de dominio español entre los años 1682 y 1707 (Paz y Baldisserotto 1997). Las primeras variedades fueron las *vitís viníferas* españolas pero posteriormente se incorporaron portuguesas, francesas, italianas y alemanas.

Más tarde, en 1875 aproximadamente, el vino comenzó a ser cultivado por los inmigrantes italianos; y ya en 1901 Caxias do Sul aparece como gran productor de vino en la Exposición Industrial realizada en Porto Alegre (Paz y Baldisserotto 1997).

De esta forma, el enoturismo en la región está fuertemente ligado a las raíces de la inmigración italiana predominante en todos los municipios que integran la Región Uva y Vino aunque surgió en Bento Gonçalves. Según Luchese y Caprara (2001:21), después de la emancipación política de Bento Gonçalves en 1890, *la organización del territorio del nuevo municipio se hace a través de la división en distritos*. El 17 de agosto de 1990 se produjeron varios cambios geográficos al ser creado por Ley Municipal Nro. 1805 el Distrito del Valle de los Viñedos. Actualmente, el distrito es uno de los principales destinos de enoturismo de Brasil.

La vitivinicultura ganó fuerza en el siglo XX transformándose en fuente de crecimiento económico regional y posibilitando la realización de actividades directamente relacionadas entre las que se encuentra el turismo. Durante la década de 1960 se fundó en Bento Gonçalves el Colegio de Vitivinicultura y Enología, actual Centro Federal de Educación Tecnológica (CEFET-BG), donde se formaron los primeros técnicos enólogos.

Los primeros indicios del enoturismo en el Valle de los Viñedos se observaron durante la década de 1970 cuando algunas empresas familiares, como la actual Casa Valduga y la extinta bodega Fontanive que producían vinos comunes elaborados con uvas americanas o híbridas, decidieron plantar parras *vitis viníferas* de origen europeo y producir vinos finos. Esos vinos finos se comercializaban directamente en las bodegas atrayendo consumidores de la propia ciudad y de las ciudades vecinas.

En otros municipios de la región fue pionera la Bodega Forestier (Garibaldi), que ya trabajaba con enoturismo durante la década de 1980. En esa época se destacaban en Caxias do Sul las bodegas Chateau Lacave y Riograndense que producían los vinos Granja Unión. Estas bodegas poseían infraestructura turística, ofrecían visitas guiadas y degustaciones. Las fiestas relacionadas con el vino, como la Fiesta Nacional del Champagne (FENACHAMP), Garibaldi, la Fiesta Nacional del Vino (FENAVINHO), Bento Gonçalves y la Fiesta de la Uva, Caxias do Sul, etc. contribuían a atraer público. Todas contribuían a la difusión y promoción turística de la región. La Cooperativa Vitivinícola Aurora llegó a recibir 145 mil visitantes en un año, transformándose en el mayor centro de recepción turística vitivinícola de América Latina y manteniendo hasta la actualidad su infraestructura turística.

Pero fue en la década de 1990 que el enoturismo se consolidó en el Valle de los Viñedos, pionero en la Región Uva y Vino.

La evolución de la vitivinicultura en Río Grande do Sul y en el Valle de los Viñedos está directamente ligada a la identidad del inmigrante italiano. ... la evolución tecnológica a lo largo de las últimas tres décadas aplicada al proceso productivo vitivinícola, ha resultado en productos que están conquistando mercados más exigentes (Falcade et al. 1999:24).

El objetivo y el sueño de casi todos los productores de uvas es elaborar su propio vino y vivir de los recursos generados por las ventas. A partir de las décadas de 1980 y 1990, la tecnología se popularizó en el sector vitivinícola de la región debido a la instalación de empresas multinacionales como Bacardi Martini y Chandon de Brasil, beneficiando también a las pequeñas bodegas. Estas empresas comenzaron a controlar la fermentación, utilizar levaduras y enzimas, y usar tanques de acero inoxidable. Es un período marcado por el fortalecimiento de las bodegas familiares, que dejan de vender la uva a las grandes bodegas y la utilizan para hacer su propio vino y comercializarlo ([http:// www. valedosvinhedos.com.br](http://www.valedosvinhedos.com.br) visitada el 06/10/05).

En 1995 se asociaron seis bodegas del Valle de los Viñedos fundando la Asociación de los Productores de Vinos Finos del Valle de los Viñedos (Aprovale). La asociación tenía varios objetivos entre los que se encontraban la calificación de los productos vitivinícolas y sus derivados y el estímulo y promoción del potencial turístico de la región.

El Valle de los Viñedos es la primera Indicación Geográfica de Procedencia (IPVV) del país. Otorgada por el Instituto Nacional de Propiedad Industrial (INPI), la IPVV se inició con la delimitación geográfica de la región, estudios topográficos, climáticos y relacionados con los mapas del suelo. A partir de estos estudios, el Valle de los Viñedos está hoy también integrado por los municipios de Monte Belo do Sul y de Garibaldi. Splendor (2003) establece que los objetivos del enoturismo en la Región Uva y Vino son los siguientes:

- Elegir los vinos a través del conocimiento de los mismos.
- Destacar la calidad e imagen del vino brasileño.
- Mostrar los avances y la importancia del consumo de vino.
- Activar el turismo en el área productiva de uva y vino.
- Desarrollar la región con la integración de los polos productivos existentes.
- Destacar los beneficios del conocimiento, apreciación, degustación y hábito del vino.
- Valorizar el turismo rural.

Estos objetivos despertaron curiosidad en los consumidores y los medios de comunicación y el flujo de visitantes creció considerablemente en el Valle de los Viñedos; a una tasa anual de entre el 15% y 20%. Durante 2001, llegaron 45.000 visitantes; en 2002, recibió aproximadamente a 60.000 turistas; en 2003, la cifra fue de 82.000; en 2004 alcanzó a los

102.000; y en 2005, llegaron 115.000 turistas a las bodegas del Valle de los Viñedos (Aprovale 2006).

Si bien estos datos son positivos y comprueban el desarrollo del enoturismo en la Región Uva y Vino, el flujo de visitantes sufrirá una pequeña disminución en 2006 por diversos factores, entre los que se encuentra la disminución de la tasa de paridad del dólar, la competencia de las rutas enoturísticas del MERCOSUR, la crisis nacional, el retraso del frío que no se dio durante las vacaciones de julio y la decisión de cobrar una entrada a los visitantes.

Ya se pueden observar algunas consecuencias del turismo, como los grandes flujos de turistas y excursionistas durante los feriados y durante los meses de junio y julio los que no se repitieron durante este año (2006). También se nota la falta de planificación en función de la demanda y la oferta turística. Faltan estudios para evaluar las acciones de marketing realizadas por Aprovale y la necesidad de estudiar las consecuencias sobre el patrimonio cultural y ambiental del Valle y no sólo valorar los factores económicos resultantes de una planificación a corto plazo. Las formas de gestión y planificación deben ser evaluadas.

Un planificador no puede trabajar apoyándose en el método empírico; antes que nada es necesario hacer un estudio profundizando en la realidad actual, la coyuntura socioeconómica en la que se inserta el plan y el propio planificador (Barretto 2001:13).

Además del Valle de los Viñedos, otras bodegas de Río Grande do Sul -incluso de otros Estados- se unieron para formar rutas turísticas. Entre ellas se destacan la Ruta de los Espumantes y la Ruta de las Bodegas en Garibaldi; Ruta Vinos de Montaña en el Distrito de Pinto Bandeira (Bento Gonçalves); Vinos de los Altos Montes en Nova Pádua y Flores da Cunha; Vinos y Longevidad en Veranópolis, Cotiporã, Fagundes Varela y Vila Flores; Vinos de Monte Belo en Monte Belo do Sul; Valle Trentino en Caxias do Sul y Farroupilha; y el Camino de la Uva y el Vino en el Estado de Pernambuco. También hay rutas turísticas mixtas donde el turista puede encontrar oferta de bodegas, agroindustrias, museos, restaurantes y otras atracciones como El Camino del Inmigrante, Caxias do Sul; Caminos de la Colonia, Caxias do Sul y Flores da Cunha; Caminos de Piedra, Bento Gonçalves.

INVENTARIO DEL ENOTURISMO EN LA REGIÓN UVA Y VINO

El área de estudio se centra en los municipios de Bento Gonçalves, Caxias do Sul, Flores da Cunha, Nova Pádua y Farroupilha, Garibaldi, Monte Belo do Sul, Veranópolis, Cotiporã, Vila Flores, Fagundes Varela. Fueron relevadas 82 bodegas que están abiertas al turismo. Los resultados presentados son de carácter preliminar y requieren ser revisados. También se debe considerar la inclusión de nuevas bodegas que se están iniciando en la actividad enoturística

para obtener una visión completa de este segmento en la región que permita diseñar acciones para el desarrollo del enoturismo en la Región Uva y Vino.

Durante la carrera de turismo los alumnos realizan inventarios turísticos cuyo objetivo es relevar la oferta turística de un determinado municipio. En este caso se relevaron los municipios que forman parte de la Región Uva y Vino con la finalidad de efectuar un diagnóstico. El inventario sirve como base para la planificación turística (Dencker 1998) y, en el caso específico del inventario de enoturismo de la Región Uva y Vino, la finalidad fue realizar un relevamiento de datos que permitiese conocer las bodegas que cuentan con infraestructura turística para recibir visitantes. Se registró información sobre los atractivos, el equipamiento, los servicios turísticos y la infraestructura ofrecida por las bodegas.

Técnicas de investigación

Para alcanzar los objetivos de la investigación se utilizaron las siguientes técnicas:

a) *Sujeto de investigación*: Bodegas localizadas en la Región Uva y Vino.

b) *Instrumento de investigación*: Formulario con 33 preguntas abiertas y cerradas construido por las profesoras de la asignatura Prácticas I y por la tutora de la carrera de turismo con la participación de los alumnos. La estructura del instrumento de investigación se dividió en cuatro secciones: Sección A - Identificación; Sección B - Estructura Turística; Sección C - Características en relación a la uva y el vino; y Sección D - Registros Fotográficos.

c) *Procedimientos de investigación*: la aplicación del instrumento de investigación fue realizada por los alumnos de Prácticas I de la Licenciatura en Turismo de la Universidad de Caxias do Sul, Campus Universitario de la Región de los Viñedos, quienes fueron divididos en grupos.

d) *Reglas - límites de la investigación*: Fueron seleccionadas las bodegas que cuentan con un mínimo de infraestructura turística y que reciben un flujo continuo de visitantes; y bodegas que aparecen en folletos y mapas turísticos de los municipios pertenecientes a la Región Uva y Vino o en la Guía Turística Uva y Vino. También fueron inventariadas algunas bodegas que, si bien no cuentan con infraestructura turística adecuada, reciben esporádicamente visitantes con reserva previa.

El estudio se desarrolló en tres etapas:

Etapas: En esta etapa se presentó la propuesta a los alumnos y se discutió el formulario de campo y la identificación del objeto de investigación. Los alumnos contribuyeron con preguntas

que fueron incorporadas al formulario de la investigación y aplicadas en la etapa de prueba con la finalidad de calificar el instrumento y corregir eventuales problemas que surgieran durante la etapa de experimentación de la muestra preestablecida por los alumnos.

Etapa II: En esta etapa se aplicó el formulario definitivo. Los alumnos fueron organizados en grupos de tres y cuatro integrantes con entre cinco y ocho bodegas por grupo. Se trabajó con 14 grupos de alumnos que relevaron 82 bodegas localizadas en los municipios de Bento Gonçalves, Garibaldi, Monte Belo do Sul, Veranópolis, Cotiporã, Vila Flores, Fagundes Varela, Caxias do Sul, Flores da Cunha, Nova Pádua y Farroupilha.

Etapa III: Finalizadas las entrevistas se discutió en clase sobre las dificultades y facilidades encontradas durante la ejecución de las mismas y se procedió a categorizar los resultados en relación con las preguntas abiertas a fin de ordenar la información y alcanzar los resultados finales del universo total de las bodegas inventariadas. Seguidamente se sistematizaron los registros de la información recolectada mediante la tabulación de los formularios a través del método estadístico SPSS (*Statistical Pacakage for the Social Sciences*). Dada la complejidad y la amplia información obtenida, en esta etapa colaboró una alumna que fue capacitada para trabajar con este método.

A los alumnos se les brindó información en el aula sobre los procedimientos, técnicas de aplicación y otras cuestiones relacionadas con la investigación. Los días y horarios del trabajo de campo se ajustaron a las posibilidades de los alumnos, además de utilizar dos períodos de clase. El trabajo de campo tuvo lugar entre los meses de mayo y junio de 2005 durante los días hábiles de la semana y los sábados, y contó con la asistencia de una docente quien orientó a los estudiantes para completar correctamente los formularios. Cada grupo presentó un informe con la información recolectada en las bodegas que les correspondían. La elaboración del documento final se complementó con información adicional sobre enoturismo ya que es un segmento nuevo que recién comienza a ser estudiado.

Resultados preliminares

Entre los aspectos más significativos se destaca que el 75,6% de un universo de 82 bodegas son empresas familiares, de las cuales el 84% tiene tradición en la vitivinicultura. Ésta llega hasta la tercera (40,35%) y a la cuarta generación (33,95%) de las empresas. Este tipo de estructura familiar constituye el elemento diferenciador de las bodegas de la Región Uva y Vino en relación con las demás regiones que están comenzando a desarrollar el enoturismo, como es el caso de las bodegas localizadas en el Valle de São Francisco.

En el 68,3% de los casos, se accede a las bodegas por medio de rutas pavimentadas; el 28% de las bodegas tiene accesos mixtos pavimentados y no pavimentados; y, el 3,7%, cuenta con accesos no pavimentados. El 80,2% de las bodegas está bien señalizado.

En relación con la infraestructura turística, el 85,5% de las bodegas posee un pequeño negocio de venta de vinos, jugos y productos regionales; el 65,3% tiene una oficina de información turística; y el 22,7% no cuenta con esa estructura ya que los espacios de recepción, visita, degustación y venta comparten el mismo lugar físico. El 12% restante posee un centro de atención adecuado al tamaño de la empresa. Un detalle importante es el servicio de degustación que constituye un elemento predominante en las bodegas inventariadas (97,3%).

Al momento de realizar el relevamiento (2005), el 97,4% de las empresas no cobraban entrada para ingresar haciéndolo sólo el 2,6%. Pero actualmente hay consenso entre varias bodegas del Valle de los Viñedos para cobrar un bono de ingreso. Este hecho es señalado por la Aproveale como una de las causas de la disminución en el flujo de visitantes durante 2006.

El 53,9% de las bodegas brinda actividades adicionales como visitas técnicas; el 26,3% ofrece cursos de degustación con cenas, en su mayoría realizadas en los restaurantes de las bodegas. El 32% de las bodegas cuenta con restaurante propio. Sólo el 5,3% ofrece servicio de hospedaje; y el 2,7% tiene un espacio destinado a recreación. Según información suministrada por las bodegas, si bien la mayoría de los visitantes son grupos familiares no existe una preocupación efectiva por invertir en áreas de esparcimiento y recreación.

Otro dato importante es la falta de control de los visitantes. El 83,8% no tiene registro de los turistas y, por lo tanto, no conocen el perfil de sus visitantes aunque al preguntarles por el tipo de turistas que visita las bodegas la respuesta basada en datos estimados fue que el 34%, son familias; el 32%, parejas; el 22%, grupos de amigos; el 10%, personas solas; y el 2%, turistas de la tercera edad. Esta información requiere un estudio específico que formará parte de un segundo estudio que se inició en 2005 con la intención de identificar las motivaciones de los consumidores de enoturismo en la Región Uva y Vino.

En relación con la infraestructura para visitantes con necesidades especiales, el 57,1% de las bodegas no está en condiciones para recibir a este tipo de público; el 31,2% posee algún tipo de infraestructura; y el 11,7% ha implementado el servicio. El tipo de infraestructura que más se destaca son las rampas de acceso (76%), pero se sabe que para atender a esta demanda deben considerarse otros elementos como la accesibilidad al medio físico tanto externo como interno al igual que la calidad en la prestación de los servicios durante las visitas. Durante los meses de julio y agosto llega el mayor flujo de visitantes; durante septiembre, noviembre y abril es cuando se acerca la menor cantidad de personas.

Una de las preguntas abiertas que se realizó fue: ¿Por qué la empresa resolvió trabajar con turismo? El 54,5% de los entrevistados contestó que lo hizo para difundir el producto; el 12,1%, para formar parte de una ruta; el 10,6%, para aumentar el ingreso; el 4,5%, por satisfacción personal; el 6,1%, debido a la gran demanda turística en la región; el 9,1%, por los atractivos turísticos; y un 3%, alegó otros motivos.

En relación a la actividad turística, los resultados dicen que el 72,1% de las bodegas se mostró satisfecho. Sin embargo, se observó que las empresas no comprenden lo que representa el turismo en la facturación de las bodegas ya que los visitantes que las conocen, en algunos casos irán a comprar ese mismo producto en su lugar de residencia. Así, este porcentaje adicional de ventas no se contabilizó en la facturación como proveniente del turismo.

Respecto a la información que se les da a los visitantes la mayoría son datos técnicos, porque hay un gran número de enólogos que actúan como recepcionistas. También se vio durante las visitas técnicas que faltan datos sobre la historia de las bodegas y sus particularidades, lo cual le daría un valor agregado al producto vino.

COMENTARIO FINAL

El relevamiento permitió analizar el enoturismo en la Región Uva y Vino y constatar el gran crecimiento producido desde 1960 -cuando surgieron las primeras iniciativas en el municipio de Bento Gonçalves siendo pioneras las bodegas Aurora y la extinta Dreher S.A.- hasta la actualidad con aproximadamente 100 bodegas abiertas al turismo, más allá de que no estén en condiciones para recibir a los distintos tipos de públicos.

Cabe destacar que este estudio resulta de las prácticas necesarias para complementar el proceso de enseñanza-aprendizaje de los alumnos de la Licenciatura en Turismo, que comprenden aspectos teóricos presentados por diversos investigadores y los problemas de la situación para que el alumno construya nuevos saberes. También deben desarrollar técnicas de investigación que preparen al alumno para el mercado laboral.

Entre las dificultades surgidas al momento de implementar la investigación se destacan: las citas con las bodegas, la información suministrada por los propietarios que en ocasiones no era conocida por la recepcionista, no todos los entrevistados estaban en condiciones para responder el formulario, y el difícil desplazamiento hasta las bodegas. También hubo dificultades para sistematizar la información, ya que el instrumento de investigación era extenso y se hacía necesario actualizar los datos. No obstante se pueden realizar las siguientes consideraciones:

a) Las empresas no dimensionan lo que representa el turismo en la facturación de la empresa.

b) La mayoría de los recepcionistas son enólogos y la información que brindan a los visitantes es técnica, notándose la falta de datos sobre la historia y las características de las bodegas, lo cual le daría un valor agregado al producto vino.

c) Existe la necesidad de rever los recorridos de los visitantes ya que en su mayoría se repiten todas las bodegas y por ello es importante que haya innovación creando aspectos diferenciadores para cada una, enfatizando por ejemplo la difusión de las distintas formas de utilización de la uva y del vino en la gastronomía, estética, salud, etc.

Como recomendación puntual se propone la instalación de infraestructura adecuada para los turistas con necesidades especiales; la capacitación de los recepcionistas que atienden a los visitantes; la estimulación de las bodegas para realizar investigaciones frecuentes con el fin de determinar las motivaciones de los visitantes, su nivel de satisfacción y su perfil. Estas acciones permitirán crear criterios de clasificación de las bodegas para poder elaborar una guía exclusiva de enoturismo para la Región Uva y Vino.

Agradecimientos: A la profesora Dra. Margarita Barretto por la colaboración en la traducción de la definición de enoturismo de los autores Hall et al. (2000), propuesta en la materia Fundamentos del Enoturismo de la Carrera de Turismo de la Universidad de Caxias do Sul del Campus Universitario de la Región de los Viñedos. Y a la Aprovele por la información sobre el flujo de visitantes en el Valle de los Viñedos. Los resultados preliminares de la investigación están disponibles en el Instituto Brasileño del Vino (Ibravin) que apoya los estudios para el desarrollo del enoturismo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aprovele

2006 Associação dos Produtos de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos, Bento Gonçalves

Barretto, Margarita

2001 Planejamento e organização em turismo. Papirus, Campinas

Camargo, Ana Luiza de Brasil

2003 Desenvolvimento sustentável: dimensões e desafios. Papirus, Campinas, SP

Dencker, Ada de F. M.

1998 Métodos e técnicas de pesquisa em turismo. Futura, São Paulo

Falcade, I; Mandelli, F.; Flores, C. A.; Fasolo, P. J. y Potter, R. D.

1999 Vale dos vinhedos: caracterização geográfica da região. EDUCS, Embrapa Uva e Vinho, Caxias do Sul

Fávero, Ivane Maria Remus

2006 Políticas de planejamento para a Região Uva e Vinho. EDUCS, Caxias do Sul

Hall, C. Michael, Sharples, Liz Cambourne, Brock y Macionis, Niki (eds.)

2000 Wine tourism around the world. Elsevier - Butterworth Henimann, Oxford

Luchese, Terciane, A. y Caprara, Bernardete S.

2001 História e memória: distrito do Vale dos Vinhedos. Fundação Casa das Artes, Bento Gonçalves

McIntosh, Robert W.; Goeldner, Charles R.; Richie, J. R. Brent

2002 Turismo, princípios, práticas e filosofias. Bookman, Porto Alegre

Miele, A. y Miolo, A.

2003 O sabor do vinho. Vinícola Miolo:Embrapa Uva e Vinho. Bento Gonçalves

Moraes, C.C.de A.

2000 Turismo:segmentação de mercado: um estudo introdutório.In: Ansarah, M. G. dos R. (Org.). Turismo, segmentação de mercado.Futura, São Paulo, pp. 13-34

Pacheco, Aristides de Oliveira y Silva, Siwla Helena

2003 Vinhos & Uvas. Senac, São Paulo

Paz, Ivoni Nör y Baldisserotto, Isabel

1997 A estação do vinho: história da estação experimental de viticultura e enologia (1921-199). EDUCS, Caxias do Sul

Paviani, J.

1999 A sistematização de conhecimentos no ensino e na pesquisa. In: Lazzarotto, V. A.(Org.). Teoria e história da ciência; intercâmbio latino-americano. EDUCS, Caxias do Sul, pp.116-122

Ruschmann, Doris Van de Meene

1997 Turismo e planejamento sustentável: a proteção do meio ambiente. Papirus. Campinas

Swarbrooke, John

2000 Turismo sustentável. Aleph, São Paulo

Splendor, F. (Org.)

2003 Vinhos, degustação e serviço, saúde, enoturismo, licores. EDUCS, Caxias do Sul

Recibido el 16 de agosto de 2006.

Correcciones recibidas el 04 de octubre de 2006.

Aceptado el 28 de octubre de 2006.

Arbitrado anónimamente.

Traducido del portugués.