



2-Propuesta interinstitucional para la reactivación del “Enoturismo Uruguay”

Lineas de acción para fortalecer y promover el desarrollo del Enoturismo

A-Promover las experiencias enoturísticas, con enfoque en el rescate y valorización de los recursos patrimoniales, del paisaje y la promoción del desarrollo local.

“El Origen” poner en valor el patrimonio industrial-histórico-cultural vitivinícola en los departamentos de Colonia y Salto:

- En Salto la figura y el Pascual Harriague quien fuera el impulsor de la variedad Tannat en Uruguay.
- Colonia-Carmelo el origen de la vid y la vitivinicultura

En Maldonado, “el concepto Vanguardista”, arquitectura industrial moderna e integrada al paisaje, expresiones productivas y gastronómicas con influencia oceánica.

En Rivera el concepto “Los Marcos”, como frontera terrestre imaginaria entre nuestro país y Brasil, que han forjado una cultura de vinos y gastronomía identitaria y muy particular en este departamento.

B- Promover las asociaciones entre privados para fortalecer el producto Enoturismo

- Adoptar acciones que permitan lograr la asociatividad en los destinos enoturísticos para complementar la oferta de visita a bodega con bienes y servicios del entorno.
- Impulsar la asociatividad entre destinos desde la creación de “Ruta Nacional del Vino y la Vitivinicultura” incorporando aquellas características particulares tanto productivas como histórico-culturales, que ayuden a enriquecer y promover la identidad vitivinícola de cada una las Regiones

C- Mejoras en el alcance nacional de las herramientas de promoción turística

- Optimizar los instrumentos de apoyo al sector, ampliando su alcance y atendiendo a las necesidades particulares de cada una de las regiones vitivinícolas y turísticas sin descuidar el accionar conjunto
- Implementación de “Censo Nacional de Turismo Enológico”: Realizar un relevamiento cuantitativo y cualitativo de bodegas turísticas, del alcance de las herramientas y de la conformación del Espacio Turístico
- Promover la asociación entre gobierno departamental, municipal y otros actores locales para generación de sinergias para la creación y promoción de ofertas enoturísticas.



D- Apoyo en la creación de identidad de marca Enoturismo Uruguay, difusión y promoción de la oferta y análisis de la demanda.

- Identificar beneficio del uso de la marca
- Crear protocolo de adhesión al sello “*Enoturismo Uruguay*”
- Implementación de herramientas que permitan conocer a la demanda real y potencial desde Big Data.
- Uso de Tic's (web, códigos QR, aplicaciones, entre otras)
- Workshops
- Ferias especializadas
- Fam Press
- Fam Tours

E- Promover la mejora continua

- Implementación de buenas prácticas en Calidad de Gestión
- Capacitación para la prestación de servicios adecuados a los requerimientos del cliente
- Accesibilidad: para todas las personas

3-Construcción de marca sectorial

Enoturismo Uruguay es un concepto que engloba un conjunto de actividades más allá de la visita a una bodega, no se limita a conocer el vino, sino conocer a través del vino. Comprende actividades relacionadas con el vino y su cultura acercando al turista a las zonas de producción. Complementándose con la oferta de otros servicios como alojamiento, gastronomía y el conjunto de actividades recreativas de índole histórico - cultural , de naturaleza, salud, etc. de la zona a visitar con el vino como hilo conductor.