

1-Retorno Responsable

Ante el desplazamiento de los visitantes a entornos de naturaleza es necesaria la adopción de medidas tendientes a establecer las condiciones de seguridad sanitaria.

A-Elaboración de Protocolos

Ante la necesidad de caminar hacia la “nueva normalidad”, es indispensable hacerlo de forma responsable. Dentro de la actividad enoturística debemos establecer las condiciones de seguridad sanitaria de los visitantes y sus anfitriones y que ello no signifique una disminución en la calidad de experiencia sensorial que implica visitar una bodega.

B- Creación del Sello “Operador Responsable”

El Ministerio de Turismo (MINTUR) apuesta a la reactivación de un turismo seguro mediante la adopción de un estricto protocolo dirigido a la gastronomía y la hotelería, un sello de “operador responsable”.

C- Promoción

Sistema automatizado de promoción turística para prestadores turísticos registrados y materiales de promoción para transmitir confianza a los turistas.

Incentivos (fondos ANII) para uso de Tic’s en comunicación y promoción.

Campaña en medios



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.