



Te damos la bienvenida a nuestra biblioteca virtual, un portal creado especialmente para que personas de todo el país puedan acceder a más de un centenar de publicaciones relacionadas a la Gestión Pública realizadas por el equipo de docentes, investigadores y estudiantes del IFPyGP.

La biblioteca digital del IFPyGP brinda la posibilidad de que personas apasionadas por la gestión pública, con diferentes perspectivas, interactúen en un espacio de conocimiento libre y accesible creando un intercambio de ideas que va más allá del aula. Al navegar por el catálogo de la biblioteca podrás encontrar una gran variedad de textos en formato pdf, así como también un repositorio de recursos audiovisuales .

Te invitamos a explorar los contenidos de nuestra biblioteca y a aportar tus propios textos para que entre todos podamos seguir intercambiando ideas y haciendo crecer los recursos disponibles para todas las personas interesadas en la Gestión Pública. Podes compartirnos tus textos para que los publiquemos escribiéndonos a: [biblioteca@institutoformacionpolitica.com](mailto:biblioteca@institutoformacionpolitica.com)

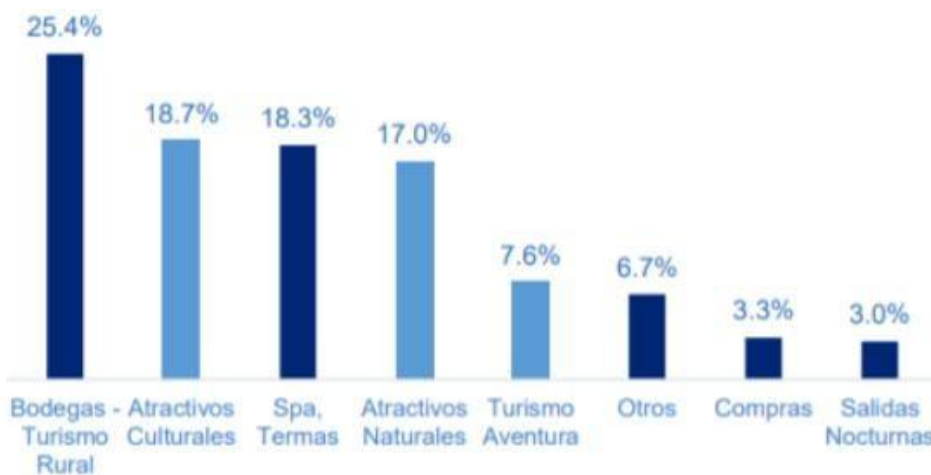
**Karina Spalla**  
Directora

## “PROPULSAR EL TURISMO DE BODEGA EN LA CIUDAD DE TUPUNGATO”

### Relevamiento de la ciudad elegida:

La ciudad designada es Tupungato, ubicada en el departamento Tupungato de la provincia de Mendoza; región del Cuyo. Se llega a esta localidad por las rutas provinciales, N.º 86 (Cerrillos), 88 (Zapata) y 89 (La Carrera), todas asfaltadas, que la comunican al norte y al sur con la ruta Nacional N.º 40, y desde allí hasta Mendoza y San Rafael. Se puede acceder por auto particular, en taxi desde Mendoza, previamente arribando en avión. Una vez ingresando, puede optar dónde alojarse, en hotel o cabañas, las mismas cuentan con servicios de wi-fi y estacionamiento.

En relación a un inventario turístico, la provincia de Mendoza, tiene diferentes actividades de interés para sus visitantes:



La ciudad de Tupungato es atractiva y escogida por turistas locales y extranjeros por sus tres perfiles: naturaleza, astroturismo y negocios.

La primera razón es conocer los diferentes paisajes a través de bicitours, trekking, etc.

La segunda es la Observación de lluvia de estrellas y constelaciones en el cielo nocturno con una charla introductoria sobre el firmamento y cuerpos celestes, para luego observar con telescopios.

Y la última y la que desarrollaremos, es buscada por los sommeliers de edades de 20 a 65 años, ya que su principal actividad económica es el cultivo e industrialización de la vid, logrando producir excelentes vinos. La actividad vitivinícola en Mendoza se desarrolla en 5 zonas, que comprenden 16 departamentos:

- ZONA NORTE: Lavalle, Las Heras
- ZONA CENTRO: Godoy Cruz, Guaymallén, Luján de Cuyo, Maipú
- ZONA ESTE: Junín, Rivadavia, San Martín, Santa Rosa, La Paz
- ZONA VALLE DE UCO: Tupungato, Tunuyán, San Carlos
- ZONA SUR: San Rafael, General Alvear

El Valle de Uco es la segunda zona en importancia por superficie cultivada de Mendoza luego de la zona Este. Es la zona que mayor crecimiento ha tenido en los últimos años, pasando del 5º lugar en superficie cultivada en el año 2000, al 2º lugar en la actualidad. Posee alrededor de 13.000 hectáreas de viñedos, al pie de los contrafuertes de la Cordillera de los Andes. La región se caracteriza por su aptitud para la producción de una materia prima de calidad, tanto para la obtención de vinos blancos como tintos, y la buena acidez que logran las uvas permite que los vinos del Valle de Uco sean aptos para un envejecimiento prolongado.

El encepado del Valle de Uco tiene una composición de 87% de variedades tintas, 12,2% de blancas y 0,8% de rosadas. Tienen preponderancia las variedades de alta calidad enológica, lo que permite la elaboración de vinos de alta gama famosos a nivel mundial. El departamento con mayor superficie cultivada del Valle de Uco es Tupungato, que participa con el 36% del total, seguido por Tunuyán con el 34% y San Carlos con el 30%.

Los cepajes blancos de mayor desarrollo en la región son: Chardonnay, Semillón, Torrontés y Pedro Ximenez. Entre los tintos se destacan Malbec, Merlot, Cabernet Sauvignon, Tempranillo y Bonarda. Y en las zonas más altas, variedades como Pinot Noir y Syrah, encuentran las condiciones adecuadas para su óptima maduración.

### **Análisis FODA**

<b>AMENAZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Pocos recursos para cubrir las necesidades básicas de la comunidad.</li> <li>● Problemas a la hora de implementar la tecnología sabiendo que causa una gran tasa de desempleo en la mano de obra local.</li> <li>● Falta de mano de obra calificada con formación técnica.</li> <li>● Escasez de agua para la producción vitivinícola y población</li> <li>● Gran desarrollo urbanísticos en zonas no aptas (agrícolas/fluviales)</li> <li>● Poco ordenamiento en el desarrollo urbanístico causando graves problemas debido a la creciente expansión</li> <li>● Gran desarrollo de empresas y sectores productivos</li> <li>● Fuerte inversión de capitales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Falta de un sistema eficiente en el transporte público (colectivos)</li> <li>● Poca frecuencia o inexistencia de transporte público en zonas turísticas</li> <li>● Costos muy altos en el sector del transporte</li> <li>● Mucha dependencia de la economía generada por la industria vitivinícola</li> <li>● Deficiencia en el servicio de internet y telefono</li> <li>● Poca inversión en servicios e infraestructura</li> <li>● Trabajo informal y estacionario</li> <li>● Pocas medidas para minimizar el impacto ambiental</li> <li>● Precios elevados en actividades de enoturismo para la comunidad local</li> </ul>

extranjeros en la zona <ul style="list-style-type: none"> <li>● Graves faltas en el cumplimiento de derechos laborales</li> <li>● Explotación desmedida de recursos naturales</li> </ul>	
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>FORTALEZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Gran potencial para el crecimiento de productos y productores locales</li> <li>● Gran necesidad de desarrollar productos locales y de calidad para cubrir la demanda actual</li> <li>● Buen producto turístico de naturaleza</li> <li>● Gran variedad de paisajes</li> <li>● Gran potencial para el turismo rural</li> <li>● Gran reconocimiento a nivel mundial por la producción vitivinícola</li> <li>● Potencial de desarrollar más actividades turísticas</li> <li>● Considerable crecimiento de nuevos productores</li> <li>● Posibilidad de desarrollar una industria sustentable</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Buena ubicación y accesibilidad de los grandes centros urbanos</li> <li>● Buen clima para poder desarrollar muchas actividades</li> <li>● Zona con propiedades muy buenas para una producción de vinos de gran variedad y calidad</li> <li>● Grandes extensiones para el esparcimiento</li> <li>● Buena calidad en la producción agrícola</li> <li>● Mucho valor en recursos naturales e históricos</li> <li>● Existencia de un Red de Reservas</li> <li>● Existencia de la marca reconocida “Valle de Uco”</li> </ul>

### ***Propuesta de intervención: Enoturismo***

Los turistas buscan cada vez más experiencias auténticas y locales, es por eso, que el enoturismo les ofrecerá la oportunidad de conocer los procesos de producción de vino, la cultura y la historia de las regiones vitivinícolas y las tradiciones locales. Este nuevo perfil de turismo, incluye visitas a bodegas y viñedos, degustaciones de vino, catas, maridajes con alimentos, recorridos por zonas vitivinícolas y otras actividades relacionadas con la cultura del vino. Además de disfrutar de los vinos, los visitantes pueden aprender sobre la historia, la cultura y la tradición de la producción vinícola en la región, así como sobre las técnicas y procesos utilizados para elaborar los distintos tipos de vinos.

El enoturismo es una forma cada vez más popular de turismo en todo el mundo, y es por eso que impulsaremos a que las agencias mayoristas y minoristas, ofrezcan paquetes turísticos diseñados para los amantes del vino y para aquellos que quieren conocer más sobre la cultura vinícola.

Presentamos las diferentes actividades para llevar a cabo esta propuesta de intervención:

- Establecer estándares y regulación para la producción y comercialización del vino en la región, lo que puede ayudar a mejorar la calidad y competitividad de los productos y, en consecuencia, aumentar su atractivo turístico. Asimismo, se pueden establecer normas y regulaciones para garantizar la sostenibilidad y

protección de los recursos naturales y culturales de la región, lo que puede mejorar la imagen y reputación del destino turístico.

- Promover y financiar la investigación y el desarrollo de nuevas variedades de uva, técnicas de producción y tecnologías relacionadas con el sector vitivinícola. Esto mejorará la calidad y competitividad del vino de la región, así como contribuir al desarrollo de nuevos productos turísticos relacionados con la enología.
- Poder contribuir a la promoción y marketing de la región vitivinícola a través de la creación de campañas de promoción y marketing tanto a nivel nacional como internacional, aprovechando los canales de comunicación disponibles: instagram, Facebook, twitter, publicidad televisiva, sitio web oficial, etc. Y los eventos especializados en vino. De esta manera, se podrá aumentar la visibilidad de la región como destino turístico y de la calidad de su producción de vino. Esto permitirá que los interesados en viajar a Tupungato, investiguen las diferentes opciones disponibles que quieran visitar. En función de sus gustos, intereses y presupuesto, pueden seleccionar una o varias bodegas y viñedos para recorrer.
- Contribuir a la formación y capacitación de los actores locales en el sector vitivinícola y turístico, lo que puede mejorar la calidad de los servicios turísticos y la competitividad del destino. La formación y capacitación puede incluir desde programas de enoturismo hasta formación en marketing turístico y atención al cliente.
- Establecer alianzas y colaboraciones con otros destinos turísticos vitivinícolas a nivel nacional e internacional para compartir experiencias y buenas prácticas. Esto puede generar sinergias y contribuir al posicionamiento de la región en el mercado turístico.

ALUMNAS:

Estragó, Veronica

Ordoñez, Vanesa

Pavlovsky, Camila

Rodriguez, Jaquelina

Villalva, Daniela