

## UNIDAD I

### INTRODUCCIÓN

En los últimos años, la actividad turística está posibilitando la aparición de nuevos destinos que, complementan la oferta del turismo cultural. De este modo, se generan vías complementarias de riqueza y creación de empleo en la zona de producción, al tiempo que diversifica la generación de sus ingresos mediante la creación de rutas turísticas enológicas.

El Enoturismo se convierte así en una estrategia para desarrollar el área geográfica y el mercado del vino, al tiempo que se da respuesta a una necesidad demandada por los nuevos turistas que encuentran en la gastronomía y en el vino, la motivación de su viaje.

Descubrir la esencia de una región a través de sus vinos es una experiencia para los 5 sentidos.

El Enoturismo va más allá del conocimiento de los lugares, de sus monumentos y de sus gentes: significa también sumergirnos en un mundo de sensaciones, olores y sabores que nos hacen descubrir la cultura, la tradición y las costumbres de un territorio vitivinícola.

## MARCO TEÓRICO

### 1.1. MARCO CONCEPTUAL

#### ENOTURISMO

El **Enoturismo** o **turismo enológico** es aquel tipo de [turismo](#) dedicado a potenciar y gestionar la riqueza vitivinícola de una determinada zona. Se relaciona con el turismo gastronómico, cultural (arquitectura, arte) y de la salud-belleza ([vinoterapia](#)). Los turistas conocen cada zona vitivinícola a través de la degustación de sus [vinos](#) y la visita a bodegas y viñedos.

Cada día más, todo tipo de visitantes, se acercan a las bodegas a conocer más sobre el proceso de elaboración del vino. En estas visitas además de conocer en primera persona la arquitectura de las bodegas aprenden todo sobre el proceso de elaboración del vino, desde la recogida de la uva hasta su embotellamiento.

Dicha actividad turística cuenta con una variedad de servicios, entre los que se encuentran: degustación de vinos, hospedaje en hoteles, servicios de restaurantes, degustación de gastronomía típica, visitas guiadas a vendimias y museos, y exposiciones de viñedos.

Para internalizar el concepto, es necesario mencionar que el enoturismo proviene de de dos términos, estos son: Agroturismo y Turismo Rural.

#### TURISMO

El turismo son todos aquellos viajes que realizamos por el placer mismo de viajar. Se entiende como aquella actividad, que implica viajar, hospedarse o pernoctar, por un tiempo determinado, en un lugar geográfico no habitual al que uno habita.

Por ende, realizar turismo, es viajar fuera de la ciudad o del lugar en que vivimos, en busca de descanso, entretención o nuevas experiencias.

## **CULTURA**

La cultura es el conjunto de todas las formas, los modelos o los patrones, explícitos o implícitos, a través de los cuales una sociedad se manifiesta. Como tal incluye lenguaje, costumbres, prácticas, códigos, normas y reglas de la manera de ser, vestimenta, religión, rituales, normas de comportamiento y sistemas de creencias. Desde otro punto de vista se puede decir que la cultura es toda la información y habilidades que posee el ser humano.

## **VINO**

El vino es una de las bebidas que ofrecen la mayor cantidad de posibilidades en aroma, color y sabores. Se obtiene con la fermentación de la uva o de su mosto, que es como se nombra a la fruta estrujada. La fermentación es un proceso bioquímico en el cual un compuesto se transforma en otros a causa de la actividad de organismos microscópicos. Al hacer vino, los azúcares contenidos en la fruta en conjunción con los carbohidratos se transforman en moléculas de alcohol (etanol) y bióxido de carbono (CO<sub>2</sub>). Dicho en otros términos el vino es el producto resultante de la fermentación natural de la uva.

La cultura de los vinos forma parte de la cultura gastronómica, es decir de los buenos hábitos de la alimentación, en sabor, presentación y balance nutricional de ahí que la alimentación conlleve a ingerir tanto comida como bebida.

## VINOS: TIPOS DE UVAS Y SUS CARACTERÍSTICAS

Cada vino tiene características especiales que le son dadas por el tipo de uva utilizada para su elaboración. Existen dos tipos fundamentales de uvas para hacer vino: las blancas y las rojas (o tintas). Ambas pertenecen a la especie *Vitis Vinifera*, el cual forma parte del género *Vitis* al cual pertenecen todas las demás uvas que no son empleadas en la vinificación. En esta galería haremos un recorrido por las principales uvas empleadas en la elaboración del vino, mostrando sus cualidades, los países donde se cultivan y el tipo de vino que producen.

- **Uvas blancas**

Los vinos hechos de uvas blancas no son tan bien valorados por el público general como son los provenientes de uvas rojas; valoración subjetiva que solo priva de grandes vinos a quienes la ejercen. Las personas piensan en los vinos blancos como caldos ácidos y poco interesantes, pero estas mismas características las podemos encontrar en los vinos tintos de baja calidad. Las siguientes son unas cuantas de las uvas blancas más usadas para elaborar vino.

- **Chardonnay**

El origen de la uva blanca más famosa es Francia, concretamente, la región de Borgoña donde es ampliamente empleada. Su fama se debe a la adaptabilidad que presenta y su capacidad para hacer casi cualquier tipo de vino --ya sean jóvenes, maduros o espumosos. En sus notas podemos distinguir piña, melón y un tono ahumado. Su acidez es moderada y tiene un color de reflejos verdosos. Se utiliza en casi todo el mundo.

- **Sauvignon Blanc**

Procedente de Francia (Burdeos), la Sauvignon Blanc se emplea principalmente para realizar vinos jóvenes aromáticos con notas a lichi, piel de durazno, maracuyá y flores silvestres. En España se emplea para la elaboración de Cava (vino espumoso). Al igual que la Chardonnay, es una uva muy utilizada en viñedos de medio mundo

- **Verdejo**

Esta es un cepa de origen español, empleada en las denominaciones de origen (D.O.) de Rueda y Cigales. Aún cuando su uso se restringe al país íbero, es necesario mencionarla debido a que es una de las más antiguas empleadas para fabricar vino. Sus vinos muestran tonos amarillos verdosos y sus notas aromáticas frutales dejan recuerdos de piña y hierba fresca. Es persistente en boca y una bebida perfecta para una tarde de verano.

- **Chenin Blanc**

Originaria de Francia, la Chenin es una uva muy polifacética y principalmente utilizada en su país de nacimiento. Genera vinos dulces con mucho cuerpo y su acidez resulta óptima para desarrollarse en botella. En California y Sudáfrica es conocida como Steen y se emplea para fabricar vinos jóvenes y secos. Muestra tonos amarillos verdosos con ocasionales reflejos dorados. Manzanas, avellanas y nueces son notas aromáticas comunes en los vinos elaborados con esta cepa.

- **Riesling**

Cepa alemana difícil de cultivar y que es una de las más buscadas por el consumidor. Da vinos con acidez equilibrada y un dulzor medio que la hacen muy versátil a la hora de tomarlo. Con ella se fabrican todo tipo de vinos blancos. Presenta aromas a manzana verde, durazno y cítricos. Es muy recomendada para madurar en botella. Su color es amarillo paja con reflejos verdosos.

- **Sémillon**

Esta uva originaria de Francia produce vinos dulces y secos muy delicados. También es empleada en la elaboración de vinos de cosecha tardía que muestran un alto contenido alcohólico con intensos aromas florales. Sus notas generales son: hierba fresca, miel, plátano y pan. Su color es verde tenue con destellos dorados.

- **Uvas tintas (o rojas)**

Los vinos tintos gozan de una aceptación casi unánime entre los aficionados del vino, y la prueba está en la cantidad de variedad que ofrece el mercado en relación a los vinos blancos o rosados que podemos comprar en cualquier tienda. Las siguientes son algunas de las uvas tintas más populares en las bodegas del mundo y los tipos de vinos que generan.

- **Syrah**

El origen de la uva también conocida como Shiraz, Sirah o Syrac, es incierto. Mientras algunos afirman que Sicilia es su tierra de nacimiento, otros se inclinan a pensar en Irán. Los vinos que produce son de gran cuerpo, alto contenido tánico y color violeta intenso. Los aromas más comunes son los de violetas y cassis, aunque no es raro encontrar notas de pimienta y frutos rojos. Es una uva ideal para el envejecimiento, y las bodegas que la emplean van desde Australia hasta México pasando por media Europa.

- **Tempranillo**

Es la uva más famosa y la más usada de España. Su origen la sitúa como una descendiente de la uva Pinot Noir francesa. Debido a su baja acidez y poca presencia de azúcar es muy común mezclarla con un pequeño porcentaje de otras cepas para lograr mejores caldos. Su color es rojo rubí y sus aromas más representativos son los de frutos del bosque, bayas, ciruela y tabaco. Tiene una alta capacidad de envejecimiento, lo que la hace ideal para su maduración en barricas. También es usada en Portugal y algunos países del Nuevo mundo.

- **Pinot Noir**

Originaria de Borgoña en Francia, la Pinot Noir es muy utilizada en la región de Champagne. Produce vinos de intensidad media de color rojo rubí cuando son jóvenes, y color teja u ocre en su maduración. Muestra aromas minerales, a cereza,

grosella y ciruelas de forma generalizada. Se emplea en muchas regiones del mundo y es recomendada para la crianza en barrica.

- **Merlot**

Muchos de los grandes vinos están fabricados con Merlot, es una de las uvas más famosas, versátiles y adaptables. La mayoría de sus vinos contienen notas a frutos rojos y negros con recuerdos a menta. El color violeta es el más común y es uno de los vinos más indicados para acompañar la comida. Ideal para la crianza en barrica.

- **Cabernet Sauvignon**

La Cabernet Sauvignon es la uva roja más famosa del mundo, muy utilizada por su color intenso y su estabilidad. Los aromas más típicos nos recuerdan a violetas, bayas, frambuesa, moras y café sin tostar. Es común encontrar notas a pimienta verde que muchos enólogos (los más) lo atribuyen a una mala maduración del caldo y no a una característica deseable. Su color es rojo intenso y es ideal para acompañar platos de carne y salsas espesas. Es consumida y cultivada en prácticamente todos los países donde se produce vino.

- **Nebbiolo**

Es originaria del Piemonte italiano y es una uva que da vinos con gran presencia. Cuando el vino es joven presenta aromas a cereza, violetas y ciruela madura; los caldos más maduros nos recuerdan a trufa, ahumados y alquitrán. Tienen un alto contenido alcohólico y acidez media. El color que presentan en su juventud es púrpura o magenta con cierta translucidez; los vinos maduros muestran tonos rojo granate o teja con ribetes anaranjados. Se cultiva principalmente en Italia y en los últimos años en Estados Unidos y México. Se aconseja para acompañar platos pesados y complejos, así como carnes y pastas con salsas espesas.

### Las Propiedades del Vino

Valor Alimenticio	Valor Calórico	Contenido Vitamínico	Contenido de Sales Minerales	Efectos Bioquímicos del Vino sobre el Organismo
El vino es una bebida, pero la riqueza de los elementos que la integran hace del vino un verdadero alimento líquido de incomparables virtudes.	Depende esencialmente de dos factores: grado alcohólico del vino y azúcar que contiene. El número de calorías que aporta un litro al organismo varía de 600 a 1000 calorías, con una media de 600 a 700 para los vinos tintos. Los vinos blancos licorosos son ricos en azúcar, y, por tanto, son más calóricos que los blancos secos. Los vinos dulces naturales, los vinos de licor, son los más cargados de calorías.	El vino aporta al organismo todas las vitaminas contenidas en la uva, estas son: Vitamina C, B2 (Riboflavina), Vitamina B3, y otras.	Contiene Azufre, Fósforo, Cloro, Sodio, Potasio, Magnesio, Calcio, Hierro, etc.	<i>En primera instancia, el vino facilita la digestión.</i> Esta bebida contiene una enzima (diastasa) análoga a la del jugo digestivo, lo que coadyuva a una buena digestión, especialmente de los prótidos (carnes, pescados, ostras, quesos). <i>El vino es también antiséptico, es decir, el poder bactericida del vino es debido al alcohol, ácidos que contiene, a su tanino, al ácido sulfuroso y a los éteres.</i> Por lo tanto, es aconsejable en casos de disenteria. <i>El vino posee propiedades antioxidantes.</i> El contenido de flavonoides y otras propiedades convierten al vino en un agente terapéutico en la profilaxis de enfermedades contagiosas y febriles y en ciertas infecciones tóxicas, como la gripe.

### El Resveratrol y los beneficios de la uva negra para la salud

**La uva negra ayuda en la prevención del envejecimiento prematuro**, por su alta concentración de antioxidantes. Además, tomar zumo de uva negra incluyendo la piel, la pulpa y las semillas, alimenta el sistema circulatorio favoreciendo la salud cardiovascular, mejorando el sistema inmune y los estados anémicos. Previene además enfermedades del riñón y problemas intestinales.

**El resveratrol controla la inflamación**, tal como se publicó en la revista [FASEB](#) de agosto de 2009, que además señalaba cómo el resveratrol (o un derivado de este) puede utilizarse para tratar enfermedades que provocan una inflamación potencialmente mortal, como la apendicitis, la peritonitis y la sepsis sistémica, que es la presencia de organismos patógenos o sus toxinas en la sangre.

Las ventajas descubiertas en el resveratrol sugieren que esta sustancia puede convertirse en la base para tratamientos de enfermedades inflamatorias, que son muchas y muy frecuentes.

El resveratrol es el antioxidante más fuerte y nos defiende de los radicales libres, lo que da como resultado que tengamos un envejecimiento retardado o más lento.

### **AGROTURISMO**

El agroturismo se conoce como el “Turismo de explotaciones agropecuarias combinando recreación tradicional y contacto con la vida del predio, conociendo el modo de vida rural y las tradiciones campesinas”

### **TURISMO RURAL**

El turismo rural se define como el “Conjunto de actividades que se realizan en los medios rurales y que se basan en las ventajas que presenta el entorno natural y humano específicos de esas zonas”

### **TURISMO CULTURAL**

Es el que precisa de recursos histórico-artísticos para su desarrollo, como [museos](#) y [monumentos](#), incluido el llamado [patrimonio inmaterial](#): [idiomas](#), [folklore](#), [costumbres](#), [gastronomía](#), [música](#), [literatura](#), [religión](#), [historia](#).  
.. Es más exigente y menos estacional.

El turismo cultural puede ser un positivo instrumento de desarrollo local y regional, entendido esto último desde una visión socio-económica que permita una equitativa distribución de los beneficios, ya sean de carácter económico, social y cultural en las comunidades anfitrionas, reflejado en una mejora de la [educación](#), la formación, la creación de empleo, y la generación de ingresos, colaborando en la erradicación de la pobreza, por ejemplo en el caso de los países en desarrollo.

De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo se divide en diferentes puntos o temas de interés y los estudiados son:

- [Enológico](#): vinculado a los vinos de una zona, fiestas de la [vendimia](#), visitas a bodegas famosas (Oporto, Burdeos, Valdepeñas...)
- [Gastronómico](#): vinculado a la comida tradicional de un determinado lugar, o a fiestas de degustación.

## VINOTERAPIA

El término **vinoterapia** nace de la fusión de las terapias alternativas y los beneficios terapéuticos del [vino](#).

En los últimos años se está manifestando un interés creciente hacia la cultura del vino. El consumidor no sólo se conforma con degustar los buenos vinos, sino que desea vivir experiencias en torno a ellos. En este contexto situamos el avance en el turismo enológico observado en los últimos años. Es una manera de asociar el ocio y la cultura del vino. El vino ya no se limita a deleitar el paladar, ahora se ha empezado a ver como algo más que un complemento gastronómico y se ha convertido en una terapia para la salud: la [vinoterapia](#)

## VITICULTURA

La viticultura (del latín *vitis*, "vid") es el arte y ciencia del cultivo de la [vid](#), para usar sus [uvas](#) en la producción de [vino](#) u otros productos. Es una rama de la ciencia de la [horticultura](#).

## ENOLOGÍA

Por definición, la enología es la ciencia, técnica y arte de producir vino. Los objetivos de esta ciencia son proporcionar una formación científica adecuada en los métodos y técnicas de cultivo de viñedo, elaboración de vinos, mostos y otros derivados de la vid, análisis de los productos elaborados y almacenaje, gestión y conservación de los mismos.

## BODEGA

Se conoce como **cava** o **bodega** a la [habitación](#) empleada para el almacenamiento de [vino](#) en [botellas](#) o [barriles](#), también puede ser (aunque en forma menos común), el empleo de [damajuanas, ánforas](#) o contenedores plásticos, o cualquier otro almacenamiento de salazones o aceites.

En una bodega climatizada de vinos, factores importantes como la [temperatura](#) y la [humedad](#) son mantenidos por un sistema de control climático. Por el contrario, las bodegas *pasivas* o naturales no son de clima controlado, y por lo general se construyen bajo tierra para reducir las oscilaciones de temperatura. Una bodega aérea es a menudo llamada "*cuarto de vino*", mientras que una pequeña bodega (menos de 500 botellas) a veces son llamadas "*armarios de vino*". Un ejemplo claro es la marca Española-Europea Cavas Caveduke

## **CONCLUSIONES**

El Enoturismo es un tipo de turismo que puede ser interesante por si solo pero que además constituye un atractivo complementario idóneo para el turismo rural, el de interior y el cultural.

Son muchas las zonas del mundo que han encontrado en el Enoturismo una forma interesante de desarrollar el medio rural y establecer un modelo que aporte recursos financieros sostenibles al mismo.

Las zonas vitivinícolas pueden constituirse en entidades de referencia para el desarrollo de un territorio.

Las zonas vitivinícolas han de desarrollar un rol determinante en la difusión de una auténtica "cultura del vino", que tenga como consecuencia la necesidad de una gestión integral, correcta y esmerada, para su explotación racional, tanto en términos ecológicos como sociales.

### **1.1.1. UNA MIRADA A LOS PAISES VITICULTORES**

#### **A. MODELOS**

El turismo del vino es un producto que ha sido desarrollado en los distintos países vitivinícolas desde hace años. Los amantes del vino planifican viajes para conocer las distintas regiones, sus vinos y su cultura. Son estos visitantes quienes marcan los estándares de calidad, a los cuales las bodegas y demás emprendimientos turísticos deben ajustarse.

Podrían describirse dos grandes modelos de turismo del vino en el mundo:

**1. Modelo países productores tradicionales (Viejo Mundo):** principalmente europeos (Francia, Italia, España, Alemania, Portugal). Oferta centrada, principalmente, en pequeños productores; reglamentaciones específicas para turismo; orientado al producto, su elaboración y el terruño; tradición; la venta directa del producto vino es uno de los principales canales de comercialización. Son países en donde sus vitiviniculturas están consolidadas y son referentes en el mundo. El producto turismo del vino se ha podido apoyar en otros atractivos turísticos ya posicionados (culturales, históricos, geográficos, patrimoniales, etc).

**2. Modelo países del Nuevo Mundo vitivinícola:** países del Hemisferio Sur (Argentina, Australia, Chile, Sudáfrica, Brasil, Nueva Zelanda ) y Estados Unidos. Oferta en manos de un grupo más heterogéneo de empresas (diferentes escalas y estilos de producción); propuestas categorizadas en base a estándares de calidad pero sin una reglamentación tan rígida; orientados a las tendencias de la demanda (costumbres, valores, preferencias, curiosidades) y al mundo del entretenimiento. Aquí la tradición y terruño no es tan significativo, tanto es así que muchas de las experiencias suceden en ámbitos distantes del establecimiento productor (salas de degustación, centros temáticos). En estos ellos, la construcción de su imagen como países vitivinícolas ha estado muy vinculada al desarrollo conseguido con el turismo del vino.

Se analizarán los principales países productores de vinos, referentes en enoturismo, para tener una visión amplia de los diferentes modelos adoptados. España, Italia, Francia, Estados Unidos y Australia como principales productores de vinos; además de Chile y Brasil como competidores directos de Argentina por su proximidad geográfica.

## **B. PRODUCTOS**

### **B.1 ITALIA**

El segundo productor mundial de vinos cuenta con prestigiosas zonas productoras, ligadas a importantes ciudades que facilitan el flujo turístico. La región de la Toscana, y su capital Florencia, es el principal referente italiano de enoturismo y turismo rural. Sus vinos Chianti han trascendido las fronteras constituyendo un icono clásico de la vitivinicultura mundial. Como en el resto de Italia, la gastronomía juega un rol importantísimo y se muestra como un destacado atributo para acompañar al vino.

Al igual que en otras zonas vitivinícolas de la península, la región cuenta con un Reglamento de “Disciplina para las Rutas del Vino en Toscana” y en la que se detallan los estándares de calificación y homogeneización de la oferta enoturística regional (bodegas, establecimientos de productos regionales, posadas, enotecas, puntos gastronómicos, operadores turísticos, artesanías, instituciones culturales y ambientales adheridas); definición de una imagen coordinada de las rutas y parámetros cualitativos para otros elementos como museos de la vid y el vino.

*Città del Vino* (Ciudad del Vino) es una red que reúne a 550 comunas vitivinícolas italianas. En 2006 presentaron un estudio sobre turismo del vino, del cual se desprende lo siguiente:

1. hay 4,5 millones de turistas que consumen enoturismo en las distintas regiones italianas y que dejan EUR 2.500 millones. Estos valores podrían casi duplicarse en 5 años (8 millones de turistas y EUR 4.000 millones de ingresos).
2. el gasto medio del turista del vino crece y se ubica en 2006 en EUR 167. Cada euro destinado a la compra de vino en bodegas significa 5 euros gastados en la región en otros servicios turísticos.

### **B.2 FRANCIA**

En el principal país productor de vinos del mundo, la situación del enoturismo se desarrolla de manera tradicional y con distintos grados de desarrollo según las regiones. Según un artículo de la revista *Wine Business International* (febrero de

2007) Francia recibe siete millones de enoturistas. Al igual que en España, el porcentaje de bodegas abiertas al turismo es bastante bajo, rondando el 5 %.

Las rutas que más se destacan son las de Alsacia, en la parte Este, con una serie de pequeños pueblos de particular arquitectura y que remontan al siglo XV. Hacia el Sud Oeste, Burdeos presenta las destacadas rutas de los *chateaux* (castillos), responsables de los vinos tintos más célebres del mundo. Borgoña cuenta con las rutas de vinos más bellas del país; Champagne, Valle del Loira, Provenza completan una amplia oferta distribuida a lo largo de toda Francia.

### **B.3 ESPAÑA**

España pertenece al grupo de países productores de vino tradicionales, ocupando a nivel mundial el primer lugar en superficie con viñedos y el tercer lugar en producción de vinos. Sin embargo muestra un desarrollo incipiente en lo que respecta al enoturismo y sólo entre el 5 y el 10 % de sus bodegas se encuentran abiertas a los visitantes, que según la revista *Wine Business International*, son unos seis millones.

La prestigiosa región vitivinícola de Rioja ha logrado adaptar una imagen más moderna y cercana a la de los países del nuevo mundo para comunicar a su producto enoturismo y sus Rutas del Vino y cuenta desde hace unos años con un plan estratégico para el desarrollo del turismo del vino. Bilbao es la principal ciudad de la zona y en ella se ha desarrollado un modelo urbano que combina industria, servicios y tecnologías con arte, cultura y arquitectura. Ejemplos de ello es el museo Guggenheim, del prestigioso arquitecto Frank Gehry, responsable también de la más reciente obra Ciudad del Vino, ubicada en la misma región, en la Bodega Marqués de Riscal.

Un estudio de la consultora Deloitte revela que el gasto medio de un enoturista en España no alcanza los 10 euros al día, cifra pobre si se la compara con otros países con mucha menor tradición vitivinícola, como es Alemania, donde los enoturistas tienen un gasto medio de 80 euros. Además de la visita por la bodega y la degustación de sus productos, muchas empresas han incorporado servicios de

alojamiento y gastronomía en la misma propiedad. Museos del vino de importante envergadura, arquitectura de vanguardia, vinoterapia, etc. se listan entre los atractivos a disfrutar en este país.

#### **B.4 ESTADOS UNIDOS**

Estados Unidos es el cuarto productor mundial de vinos y más del 90 % de su producción proviene del estado de California. Napa, Sonoma, Carneros son algunas de sus importantes regiones vitivinícolas.

El enoturismo es el segundo atractivo turístico en California, después del Parque Disney. Según un estudio de MKF Research LLC publicado en Diciembre de 2006 por The Wine Institute ([www.wineinstitute.org](http://www.wineinstitute.org)), el número de visitantes a las bodegas de California pasó de 14,8 millones en 2002 a 19,7 millones en 2005, dejando ingresos en las mismas por más de USD 2.000 millones.

La misma fuente indica que en 2006 la cantidad de empleos generados por la industria del turismo del vino en California fue de 35.000, es decir el 20 % del total de empleos directos (o un 11 % considerando los empleos indirectos).

Las visitas a las bodegas se basan principalmente en la degustación de los vinos en una sala especialmente diseñada (*tasting room*). La mayoría de los *tasting rooms* se encuentran en la misma bodega, aunque un número importante de ellos está emplazado fuera de ellas, en un lugar más accesible al flujo turístico. Además, hay bodegas que cuentan con más de una sala de degustación. Está bastante generalizado el concepto de degustaciones pagas, aunque hay muchas bodegas que prefieren cargar estos costos a la amplia gama de productos que tienen a la venta.

Especialistas del entretenimiento, las opciones que aparecen en las bodegas de California no se limitan únicamente a la visita para degustar y comprar sus vinos. Además existen almuerzos en bodega (en restaurantes propios o en áreas de picnic); actividades especiales durante la cosecha (el mes de Setiembre fue declarado mes del Vino); seminarios; festivales de vino y comida; conciertos en bodegas y subastas de

vinos. Paseos en globos aerostáticos o en *limousines*, destacándose el Tren del Vino por las bodegas de Napa.

## **B.5 AUSTRALIA**

Otro país productor de vinos perteneciente al grupo de los llamados “del Nuevo Mundo” es Australia. Como productor de vinos ocupa el sexto lugar, después de Argentina y sus principales regiones son Victoria, South Australia y New South Wales.

Un informe de Tourism Australia ([www.tra.australia.com](http://www.tra.australia.com)) sobre enoturismo indica que en 2004 alrededor de 4,6 millones de personas visitaron una bodega mientras viajaban por Australia. Del total, el 13 % responde a turismo internacional y el resto a turismo local, demostrando la importancia que tiene el vino y su cultura para los australianos. Entre el turismo local se distingue un 36 % de visitantes por el día y un 51 % que corresponde a turistas que pernoctan en el lugar.

En el mismo año, australianos que visitaron al menos una bodega en Australia dejaron en el país AUS\$ 2.400 millones (equivalen a USD 1.872 millones), casi 6 veces más que en el caso de otros rubros turísticos. Mientras que los turistas extranjeros que visitaron bodegas destinaron AUS\$ 2.200 millones (unos USD 1.716 millones), unas 2,4 veces más que otros turistas extranjeros viajando por Australia. Estas cifras corresponden al gasto que deja el turista en la región y que comprende, además de las visitas relacionadas con el vino, el alojamiento, las comidas, las compras de productos, los paseos, etc.

En el mismo informe se muestra que en las distintas regiones de Australia existen en total 1.899 bodegas (datos de 2005) de las cuales 1.490 (78 %) poseen instalaciones destinadas a turistas (*cellar door facilities*). De este grupo de bodegas, ubicadas principalmente en la región de Victoria, 585 de ellas (39 %) cuentan con un restaurante o sirven comidas ligeras. Este número demuestra el creciente rol de las bodegas integrando turismo con la experiencia de vino y comida. El 14 % (204

bodegas) cuentan con alojamientos. Todos estos últimos datos tienen como fuente a Winetitles wine industry.

Al igual que en los Estados Unidos, en Australia se maneja un concepto similar en cuanto al enoturismo y las actividades complementarias a ofrecer al visitante. Tours por los viñedos en globo, picnics en las bodegas son algunas de los programas frecuentes que pueden realizarse en cualquier región vitivinícola australiana. Este concepto está fuertemente ligado a la gastronomía, que aporta a la región un carácter importante y único.

## **B.6 CHILE**

Chile es un importante productor de vinos pero el hecho de contar con un mercado interno poco consumidor de este producto ha hecho que su perfil exportador lo posiciona con una imagen importante a nivel mundial. Sin embargo, el desarrollo del enoturismo es bastante reciente.

Un estudio encargado en 2006 por la Corporación de Promoción Turística de Chile – SERNATUR sobre el Diagnóstico del Turismo del Vino en Chile muestra la situación actual en este país. El enoturismo ya lleva unos 10 años de desarrollo, cuando surgió la primera ruta del vino de Colchagua.

En la actualidad existen 96 viñas (así se denominan a las bodegas), principalmente ubicadas en las zonas vitivinícolas de Maipo, Colchagua y Maule. Durante el 2005 se estima que se realizaron casi 240.000 visitas a estas bodegas, siendo el 67 % de los visitantes de origen extranjero.

Como modalidad, para visitar las bodegas los turistas deben pagar un ticket de ingreso. La recaudación estimada en 2005 por este concepto sería de unos USD 2,16 millones (\$ chilenos 1.168.252.200) mientras que el ingreso por la venta de vinos a turistas que visitaron bodegas sería de unos USD 1,7 millones (\$ chilenos 931.442.650) para el mismo año.

## **B.7 BRASIL**

El enoturismo en Brasil es tan incipiente como la producción de vinos. También es reciente el interés por el vino y su cultura, pero se manifiesta de manera creciente. En este sentido, las principales bodegas brasileñas han invertido en infraestructura para la atención de los turistas.

La región del Vale dos Vinhedos, en Rio Grande do Sul, concentra la mayor parte de las bodegas de Brasil y es el principal destino enoturístico (fuente: Folha On Line – [www1.folha.uol.com.br](http://www1.folha.uol.com.br)).

La Universidade de Caxias do Sul Bento Gonçalves (UCS Bento) presentó en 2006 un Inventario Turístico de la Región de la Uva y el Vino. La información se obtuvo de 82 bodegas de 10 municipios de esta región (entre ellos Bento Gonçalves, Caxias do Sul, Garibaldi).

Como rutas enoturísticas identificadas están el Vale dos Vinhedos (Bento Gonçalves), la Rota dos Espumantes (Garibaldi), la de Vinhos dos Altos Montes (Flores da Cunha) y la de Vinhos de Montanha (Pinto Bandeira).

El perfil de estas bodegas encuestadas muestra que el 75 % trata de emprendimientos familiares, en su mayor parte con tradición vitivinícola. En cuanto a la calificación del recurso humano, en el 87 % de las bodegas el enólogo es quien se ocupa de recibir a los turistas. Para la atención de los visitantes, sin embargo, el estudio apunta a la necesidad de capacitar a los recepcionistas de manera tal que manejen un lenguaje más accesible y menos técnico.

También se incluye la importancia de que los empresarios del enoturismo inviertan en infraestructura adecuada para visitantes con necesidades especiales. El inventario se completa con una caracterización del turista que visita estas bodegas. La mayoría (33 %) de los turistas proviene de San Pablo; tienen entre 31 y 50 años (45 %); viajan en grupos de amigos (48 %). Las motivaciones de la visita fueron el deseo de conocer el proceso de elaboración de vinos (40 %), conocer la región (15 %), apreciar el vino

(13 %). Otro 13 % visitó bodegas porque estaba incluido en el paquete turístico, 11 % por curiosidad, 5 % para degustar vinos y 3 % atraídos por la calidad de los mismos.

### **B.8 ARGENTINA**

En Argentina con el turismo enológico podrá además conocer la historia de esta actividad en la región, las primeras técnicas utilizadas por los jesuitas para la misma (siglo XVI), el mobiliario, maquinarias y otros objetos. En los [museos de Mendoza](#) pertinentes podrá encontrar esto y muchas otras curiosidades de la historia.

No obstante, la producción de vino en Argentina, adquirió su mayor trascendencia con la llegada de los inmigrantes europeos, en el siglo XIX.

Entre los distintos varietales que se cultivan podemos encontrar entre las uvas blancas el Sauvignon Blanc, Semillón, Chardonay, Traminer, Torrontés, Ugni Blanc, Riesling, Gewurztraminer y Chenin. Y para las negras el Merlot, Malbec, Lambusco, Syrah, Bonarda, Pinot Noir, Sangiovese y Cabernet Sauvignon.

Este país junto a Australia, Estados Unidos, Chile, Sudáfrica y Nueva Zelanda, compone el Nuevo Mundo Vitivinícola y la importancia de este grupo en el comercio mundial se ha incrementado en la última década, pasando del 20% en el año 2001 a casi el 25% en 2010. El grupo está cambiando su composición hacia una participación menos concentrada de sus actores y la Argentina comienza a ocupar un lugar importante dentro de él. Mientras en el año 2001 los tres mayores: Australia, Chile y EEUU, sumaban el 82% del conjunto, en 2010 representan el 66% de las ventas al exterior. En el mismo periodo, Argentina pasó de participar con el 6 % de las exportaciones del grupo al 11,6%.

### **B.9 BOLIVIA**

El sur de Bolivia podría ser considerado como una extensión del norte argentino, donde se cultivan variedades y se producen vinos de excepción como el *torrontés*.

La ciudad boliviana de Tarija se ubica en las estribaciones de los Andes y es el corazón de la zona vitivinícola boliviana. Las uvas crecen a 2.000 metros de altura sobre el nivel del mar y aquí se producen vinos desde el siglo XVII.

Los mayores productores son las bodegas La Concepción y Kohlberg, aunque se mantiene la costumbre de pequeñas producciones artesanales de vinos de autor o *de garage*. Las variedades de la zona son las Malbec y la Cabernet Sauvignon y cuentan con premios internacionales. En los valles de Santa Ana y Concepción se encuentran las más importantes bodegas tarijeñas de vinos y *singanis*.

El singani es la bebida alcohólica boliviana nacional, de la familia del aguardiente de uvas. Se elabora a partir de la destilación de vino de la uva moscatel de Alejandría o Muscat de Alejandría. Es la base sobre la cual se elaboran los cócteles tradicionales bolivianos como el [Chufly](#), Poncho Negro y el [Yungueño](#).

- **LA RUTA DEL VINO DE TARIJA**

Si uno tiene que comenzar la ruta del vino en Bolivia lo tiene que hacer a partir de la población de Uriondo en el tarijeño en el Valle de la Concepción que fue uno de los sitios claves en la guerra de independencia de Bolivia.

Villa llena de historia, Uriondo es hoy es la capital del vino y quiere convertirse en centro artístico y cultural del departamento de Tarija.

Concepción es un hermoso valle a 25 Km. de Tarija. Su microclima y el trabajo del hombre se conjugan para dar así, origen a este paisaje caracterizado por la cultura de la vid. Allí se elaboran los más afamados vinos tarijeños de la bodega "La Concepción" en esta zona encontramos las Fincas de vinos artesanales y el Cenavit, donde podemos sus instalaciones, degustación y caminata por los viñedos.

En Tarija se encuentra la Bodega más famosa y elegida hace un año como el mejor destilado del Mundo es el Singani Casa Real, que hasta chilenos y peruanos visitan para saber los secretos de su producción. En Casa Real se pueden ver los alambiques traídos de Francia de la región de Cognac además de todo el proceso hasta el embotellado, esta visita es toda una experiencia.

## CONCLUSIONES

El ritmo de incremento de plantaciones en los países del Nuevo Mundo, va a pesar en corto tiempo sobre la oferta mundial, exacerbando la competencia sobre el escenario vitícola mundial.

Para prepararse, se deberá estar atento al comportamiento, por un lado, de nuestros competidores del Nuevo Mundo tales como, Chile, Australia, Sudáfrica, EE.UU., Nueva Zelanda, Argentina y por otro lado, observar con especial cuidado el accionar de Francia, Italia, España, y Alemania, que están en la lucha por el mercado internacional.

Tomando en cuenta que las demandas internas aumentan poco, se estancan o disminuyen, según los países, estos volúmenes adicionales se ofrecerán a mercados internacionales naturales desde ya competitivos como es el caso de Brasil.

En el contexto anterior, el sector vitivinícola podría aumentar gradualmente su participación en el crecimiento de los intercambios internacionales vía la exportación de distintos productos diferenciados. Se debe lograr que el mercado externo absorba sosteniblemente una mayor producción de vinos y singanis. Las metas del sector vitivinícola consideran que en los próximos 10 años se pueda lograr duplicar la superficie productiva en Tarija y los valles del departamento de Chuquisaca, alcanzando cerca de 7 Mil Has, con lo cual se lograría la conquista de un segmento de mercado nacional mayor, además de generar una oferta exportable de vinos y singanis cuyo valor superaría los 10 millones de dólares.

El sur de Bolivia podrá experimentar un especial desarrollo hacia los mercados externos, sin dejar de lado su atención hacia el consumidor local, ya que es necesario, por un lado, un mercado interno fuerte para sostener el esfuerzo de la exportación, y por otro, estabilizar el consumo per cápita interno, para evitar que llegue a límites peligrosos a causa de la competencia ilegal de productos sustitutos.

## **1.2. MARCO HISTÓRICO**

### **1.2.1. Historia del vino**

El vino es una de las bebidas más antiguas que se conocen. Se han encontrado restos de viñedos cultivados en el Caucaso, que tienen una antigüedad de 7.000 años.

La uva es un fruto con una tendencia natural a fermentar, por lo que probablemente, el vino fue la primera bebida alcohólica que conoció la humanidad.

El origen del vino se encuentra en la *vitis vinífera*, de la que se dividieron 3 tipos:

- Las Sultanas (sin semillas)
- Las Corintias (también sin semillas)
- La *Vitis Occidentalis* (antecesor de las uvas que conocemos hoy)

La referencia más antigua sobre el vino parece pertenecer al Antiguo Testamento, cuando “Noé comenzó a labrar la tierra, y plantó una viña; bebió el vino y se embriagó”. (Génesis 9-21)

En el mundo clásico el vino también ha tenido siempre un lugar privilegiado, asociándose con el amor y el disfrute carnal, pero también con la tranquilidad, el descanso y el alivio.

El origen del vino en el Nuevo Mundo comenzó mayormente de la mano de los Enólogos y Viticultores que emigraron a otros continentes.

### **1.2.2. Historia y Evolución del Enoturismo**

#### **❖ MUNDIAL**

Es evidente que el enoturismo es una forma más de hacer turismo, determinar cuáles fueron sus inicios no es tarea fácil. El turismo en general es fundamentalmente hijo del siglo XX.

Bueno algunos pueden pensar que el primer turista fue el *Homo Ergaster*, ya que fue el primero en abandonar su territorio, en este caso África para conocer otras tierras, hace la friolera cantidad de 1,8 millones años.

En fin licencias a parte; podemos decir que una de las primeras practicas enoturísticas fueron las visitas a las bodegas de forma más o menos organizadas, tanto por los bodegueros como por los interesados en conocer estas instalaciones. Cuál fue la primera visita organizada a una bodega? es difícil de establecer. Si es cierto que algunas de las bodegas del Marco de Jerez vienen realizando estas prácticas desde finales del siglo XIX.

Muy probablemente en ello debieron influir los llamados Viajeros románticos del siglo XVIII y XIX, fueron los primeros y los mejores turistas que nunca nuestro país haya tenido. Obras como la de George Borrow, “La Biblia de España” o la obra maestra que fue el “Manual de viajeros sobre España” de Richard Ford, insustituible para conocer la vida y las costumbres de la España del XIX, contribuyeron de forma decisiva al inicio del turismo en nuestro país.

Con el desarrollo del turismo a partir fundamentalmente de la segunda mitad del siglo XX, primero extranjero y nacional después, se irán consolidando propuestas relacionadas con el mundo de los vinos. Las visitas a bodegas y viñedos supondrán un incentivo mas para todos aquellos que recorran zonas vitivinícolas españolas.

Así a principios de los años 80 del pasado siglo, algunas bodegas y denominaciones de origen dan un salto más de calidad y comienzan a ofertar verdaderos paquetes enoturísticos.

Varias bodegas reconvierten parte de sus instalaciones (antiguos pabellones de caza, bodegas antiguas, conventos anejos) en lujosos hoteles, integrándose dichos hoteles o apartamentos en el conjunto de las instalaciones de las propias bodegas y en la mayoría de los casos rodeados de los propios viñedos, ofertando así a los visitantes no solo la tradicional visita a las bodegas, sino también la posibilidad de conocer más a fondo los procesos de elaboración y crianza de los vinos y sus características, mediante cursos de catas y otro tipo de actividades relacionadas con la vida de las bodegas y del campo. Dormir y descansar en estos hoteles nos permiten aumentar la sensibilidad de nuestros sentidos, captar con más fuerza el embrujo y los duendes que rodean al mundo del vino, son lugares placenteros y relajantes.

A estas primeras iniciativas enoturísticas corresponden hoteles como La Antigua Bodega de Cosme Palacios en Laguardia (Álava), donde las primitivas naves de la Bodega fundada por Cosme Palacio, se han rehabilitado convirtiéndola en un coqueto hotel, cuyas habitaciones tienen nombre de variedades de uvas. O el Hotel Torremilanos en Aranda del Duero (Burgos), un viejo caserío rehabilitado junto a las bodegas.

A su vez algunas denominaciones de origen comienzan a poner en valor su patrimonio histórico y museístico sobre el mundo de los vinos, los licores y los destilados. Y el amante o simplemente aficionado a la cultura del vino dispone así de centros de interpretación y museos donde ampliar sus conocimientos o simplemente disfrutar del material que se expone en los mismos.

Algunos ejemplos de estos comienzos museísticos, excepción hecha del Museo del Vino en Villafranca del Penedes, situado en un antiguo palacio medieval, que data del año 1945, el resto abrieron sus puertas fundamentalmente a partir de los años 80 y 90 del pasado siglo, como; Casa-Museo Insular de la vid y el vino de Tenerife: Casa del Vino La Baranda. Museo del Vino de Cacabelos (León), Fue inaugurado en 1995 con la idea de rescatar y conservar todo tipo de máquinas y artilugios relacionados con las labores vitivinícolas. Centro de Interpretación del Vino de la Rioja : Haro, Ubicado en el edificio de la Estación Enológica de Haro, fue inaugurado en el año 1.991. Museo del vino de Jumilla, abrió sus puertas en 1970. Museo de la vid y el vino: Bodega Redonda, en Utiel (Valencia); en 1991 se inauguró como Museo. Museo del Vino Málaga en Ojén en el año 1997 se restauró y se convirtió en Museo del Vino. Museo del Vino del Condado, En Bollullos Par del Condado (Huelva). Bodega - Museo Casa del Vino : Bodega San Ginés de la Jara El Consejo regulador de la Denominación de origen de Jerez y Manzanilla de Sanlúcar gestiona este museo del vino, una antigua bodega jerezana rehabilitada, donde conocer más a fondo los "Vinos de Jerez".

Del siglo XXI, quizás uno de los museos más representativos sea el de la Fundación Dinastía Vivanco. Museo de la Cultura del Vino.

Todo ello ayudado también por el progresivo interés que se va mostrando por parte de un mayor público en conocer la cultura del vino, los licores y destilados. Es también cuando los vinos de nuestro país comienzan a mostrar sus cualidades y extraordinarias calidades, capaces de competir con vinos de otros países sobre todo los de nuestros vecinos, los franceses, que hasta entonces, casi siempre acaparaban el “medallero” a los mejores vinos del mundo.

#### ❖ INTERNACIONAL

Las vides de la Misión En América Latina la vitivinicultura tiene más de cinco siglos, y aunque se sospecha que existían vides antes de la conquista española, las cepas más difundidas llegaron desde Europa. Además de las necesidades religiosas, el vino era considerado un alimento primordial como el trigo y el aceite de oliva. Las dificultades para trasladarlo obligaron a los colonizadores a afincarse en cada nuevo asentamiento americano.

Así fue que los frailes comprobaron que suelo y clima eran óptimos para la vid. Alrededor del siglo XVI fueron plantadas las primeras cepas en Argentina, en la región de Cuyo. El cultivo se irradió hacia el norte, siempre bordeando la Cordillera de los Andes, hasta constituir la zona vitivinícola más importante del Cono Sur. De esos tiempos data el vino "patero", ya que el proceso de elaboración se reducía a pisar las uvas en cueros de vaca, recolectar el mosto en recipientes de cuero y trasvasarlo a tinajas de barro donde comenzaba la fermentación que transformaría el natural jugo en vino sagrado.

En bodegas improvisadas, debajo de la tierra se conservaban las tinajas repletas de vino, a la espera del mejor momento para ser bebido. El tiempo y el hombre mejoraron las técnicas de elaboración y conservación hasta llegar al desarrollo de la vitivinicultura moderna.

#### ❖ NACIONAL

La historia del vino boliviano comienza con la llegada de la uva a Bolivia en 1500. Los viñedos ingresaron al país a través del Perú, siendo las primeras plantaciones en la

población de Mizque en los valles subandinos, que luego se extendieron hacia el sur. En 1606 los religiosos jesuitas y agustinos realizaron las primeras plantaciones de uva en el departamento de Tarija.

En el año 1925 se estableció la primera bodega en San Pedro, próxima a la localidad de Camargo, cuyos propietarios eran las familias Ortiz y Patiño. Luego surgieron las bodegas El Rancho, San Remo y otras.

La primera industrialización de la vid en el país se inició en el año 1925 cuando se estableció la primera bodega en San Pedro, próxima a Camargo en el departamento de Chuquisaca, cuyos propietarios eran las familias Ortiz y Patiño. Ésta empezó con la fabricación del singani que a diferencia del vino es sometido a un proceso de destilación. Luego surgieron las bodegas El Rancho, San Remo y otras.

Durante la década de 1970 comenzó el proceso de industrialización del vino en Bolivia, instalándose la industria principalmente en el sur del país, produciéndose inicialmente vino común tinto y blanco.

En el año 1982 el sector vitivinícola boliviano tocó fondo debido a la importación de tecnología y cepas, que trajo enfermedades a las vides cultivadas, pero en el año 1986, gracias a los esfuerzos del gobierno y de otros organismos, se creó el Centro Vitivinícola Nacional. Los pioneros en la elaboración de vinos y singanis en el país fueron Julio Kohlberg y Franz Kuhlmann.

En los últimos años se realizaron importantes inversiones para traer al país las mejores variedades de vid, produciéndose hoy en día variedades de vino tinto como Cabernet Sauvignon, Malbec, Barbera y Merlot; en vino blanco se tiene Riesling, Franc Colombard y Chardonnay.

#### ❖ DEPARTAMENTAL

La producción de vino en Tarija tiene muchos años de historia, todo comenzó con la llegada de españoles y portugueses a finales del siglo XV. Las primeras plantaciones de vid en Bolivia se hicieron en Mizque, y el año 1584 el cultivo de la vid llegó a

Tarija. El primer registro de una viña tarijeña data de 1606 en la localidad de Entre Ríos.

La uva cultivada se utilizaba para consumo fresco, para la elaboración de vino con fines litúrgicos y como parte de la dieta tradicional de los colonizadores.

Con la explotación de las minas de plata en Potosí, esta ciudad tuvo un crecimiento tal que su población llegó a ser en su auge mayor que la de París.

Como protección del duro invierno a 4000 metros sobre el nivel del mar, nació el singani, una bebida típica boliviana, un destilado claro de vino Moscatel de Alejandría.

Según los escritos del sacerdote católico Alejandro Corrado, en 1755 Tarija exportaba vinos a Tucumán y Potosí, pero no llegó a ser un importante productor como lo era el valle de Cinti a causa de las plagas. El desarrollo tecnológico e industrial que permitiría despertar el valle tarijeño llegó en 1960, y en un principio esta uva se destinaba a Cinti para la producción de singani y a la producción de vino en Tarija. Hoy, el valle central de Tarija es el principal productor de uva en Bolivia, tanto para el consumo fresco como para la elaboración de vinos y singanis.

#### ❖ CONCLUSIONES

La Viticultura ha mostrado en los últimos años una transformación adecuada para consolidar una producción de calidad. Los polos vitivinícolas de América del Sur experimentaron un constante desplazamiento en los últimos 500 años. La vid y el vino en América del Sur: el desplazamiento de los polos vitivinícolas (siglos XVI al XX) principales mercados. En este sentido, se percibe un proceso de declinación de la importancia relativa de los mercados internos regionales, y un aumento del significado del mercado mundial

### **1.3. MARCO LEGAL**

#### **1.3.1. Marco Institucional**

Es difícil hablar de reformas estructurales propiamente dichas en el sector de turismo, pero en los últimos años se han realizado cambios importantes en su estructura organizativa y gradualmente se está dando un mayor dinamismo al sector, considerando que es un sector generador de divisas y empleo.

El D.S. 22407 de 11 de julio de 1990, creó la Comisión de Evaluación de la Empresa Pública y el D.S.22836 14 de junio de 1992, estableció las normas generales para el reordenamiento de todas las empresas públicas, dando inicio a los procesos de privatización<sup>2</sup> de las empresas públicas.

En el marco de esta normativa, las empresas dependientes de las Corporaciones Regionales de Desarrollo, entre ellas los Hoteles Prefecturales<sup>3</sup>, se sometieron al proceso de reordenamiento a través de la transferencia total de la propiedad al sector privado.

Entre las normas legales que se han aprobado para incentivar el Turismo, las principales son las siguientes:

Ley No. 2064 de 3 de abril de 2000 (Ley de Reactivación Económica) donde se establece:

- i) Que el sector de turismo se considera como exportación de servicios, a efectos de la aplicación del Impuesto al Valor Agregado (IVA).
- ii) El descuento del Impuesto a la Propiedad de Bienes Inmuebles (IPBI) a la Actividad Hotelera. Básicamente se estipula que todos los bienes inmuebles dedicados exclusivamente a la actividad hotelera, serán valuados tomando en cuenta el 50% de la base imponible.

Ley No. 2074 de 14 de abril de 2000 (Ley de Promoción y Desarrollo de la Actividad Turística en Bolivia) determina:

iii) El marco legal para la promoción, el desarrollo y la regulación de la actividad turística en Bolivia.

iv) La importancia del turismo como una actividad estratégica para el desarrollo integral del país.

### **1.3.2. Institucionalidad**

El turismo en Bolivia es fundamentalmente una actividad privada, luego de la política de ajuste Estructural.

Actualmente el ente encargado de velar por el desarrollo del mismo es el Viceministerio de la Industria del Turismo, dependiente del Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural, de acuerdo al D.S. 29894 de 7 de febrero de 2009, Estructura Organizativa del Órgano Ejecutivo del Estado Plurinacional.

El Plan Nacional de Desarrollo aprobado mediante Decreto Supremo 29272 de 12 de septiembre de 2007, concibe al turismo como una actividad integral, multidisciplinaria y multisectorial, y su desarrollo estará orientado a promover y priorizar la participación de pueblos indígenas, originarios y comunidades rurales en la actividad como agentes de preservación de la diversidad cultural en armonía con el medio ambiente, como promotores del desarrollo local y receptores directos de los beneficios de la actividad turística.

El Estado participará en el sector turismo como promotor, modificando la estructura institucional del sector para hacerla funcional al nuevo enfoque de desarrollo turístico. Para este efecto, los pueblos indígenas, originarios y comunidades rurales, organizados en formas asociativas serán actores principales.

En este sentido, se tiene priorizado políticas de promoción y gestión del turismo con énfasis en lo indígena, originario y comunitario; fortalecimiento de las capacidades de los recursos humanos del sector y promoción, mercadeo y difusión de la oferta turística.

Por su parte, las Prefecturas están encargadas de ejecutar y administrar programas y proyectos de promoción y desarrollo turístico, emanados por el ente rector en coordinación con los Gobiernos Municipales.

Los Gobiernos Municipales tienen la facultad de promover y promocionar los recursos turísticos en su jurisdicción territorial, ejecutando las acciones y programas acordes con los objetivos y estrategias que formule el Ministerio cabeza de sector.

Las Agencias de Turismo juegan un rol protagónico en el sector como encargadas de brindar al turista todas las facilidades que hagan de Bolivia un lugar atractivo para visitar.

También se encuentran las empresas operadoras de turismo receptivo, los establecimientos de hospedaje, las empresas de transporte turístico, empresas arrendadoras de vehículos, restaurantes y peñas folklóricas, empresas organizadoras de congresos y ferias internacionales, guías de turismo, museos, policía turística y todos aquellos servicios afines al turismo.

### **1.3.3. Marco Normativo Legal**

El marco legal boliviano se encuentra compuesto por la Constitución Política del Estado, las leyes y convenios internacionales aprobados por el parlamento y las normas promulgadas por el Poder Ejecutivo (Decretos Supremos, Resoluciones Supremas, Resoluciones Ministeriales y Resoluciones Administrativas).

Los instrumentos jurídicos que definen la acción del Estado en el turismo están contenidos en:

- ❖ **Constitución Política del Estado**, que reconoce el carácter multiétnico y pluricultural del pueblo boliviano.
- ❖ **Ley de Privatización y reglamentos (No. 1330 de 24/04/1992)**, que busca promover la inversión y atraer recursos financieros, tecnológicos y gerenciales para que realicen sus operaciones de manera eficiente.

❖ **Ley de Promoción y Desarrollo de la Actividad Turística en Bolivia (No. 2074 de 14/04/2000)**, que se constituye en el marco legal para la promoción, el desarrollo y la regulación de la actividad turística en Bolivia y define:

- Disposiciones Generales en el ámbito de aplicación del turismo, destacándose los principios y definiciones del turismo, así también los objetivos de la política estatal.
- Ente Rector, actualmente el Ministerio de Desarrollo Económico.
- Competencias de otros organismos como ser las Prefecturas y las Alcaldías.
- Creación del Consejo Nacional y Consejos Departamentales de Turismo, definiendo las funciones, atribuciones y composición de cada uno de estos organismos.
- Prestadores de Servicios. Listado de todas las empresas y personas jurídicas que pueden ser considerados como prestadores de servicios de turismo
- Políticas de Fomento al Turismo, como ser Convenios, cooperación internacional, promoción, políticas impositivas, capacitación, etc.

❖ **Ley de Reactivación Económica (No. 2064 de 03/04/2000)**, que establece incentivos al turismo en materia tributaria.

❖ **Ley de Participación Popular (No. 1551 de 20/04/1994)**, que posiciona la vocación turística que debe ser contemplada en los planes de desarrollo municipal y en sus planes operativos anuales.

❖ **Ley de Descentralización Administrativa (No. 1654 de 28/07/1995)**, que otorga autonomía y control administrativo departamental para promocionar el turismo y ejecutar políticas, planes y proyectos que beneficien al sector.

❖ **Ley del Medio Ambiente (No. 1333 de 27/04/1992)**, que tiene por objeto proteger y conservar el medio ambiente y los recursos naturales.

❖ **Plan Nacional de Desarrollo (D.S. 29272 de 12/9/2007)**, que aprueba el Plan Nacional de Desarrollo, Bolivia Digna, Soberana, Productiva y Democrática para Vivir Bien donde se establece lineamientos centrales de la actividad turística.

Estas leyes han permitido definir los roles de cada una de las instituciones encargadas del turismo a nivel nacional y de prefecturas, municipios, empresas privadas, etc, las mismas que deben coordinar sus acciones con el propósito de desarrollar el sector.

#### ❖ **CONCLUSIONES**

Debido al crecimiento del sector agrícola y productivo en el País y en el departamento se han visto obligados a implementar nuevas soluciones y reglamentaciones para este sector, en Tarija se presentaron 2 nuevas leyes que fueron entregadas a la Asamblea Legislativa Departamental para su respectivo análisis y aprobación de estas.

Una de las leyes propuestas y entregadas a la Asamblea Legislativa Departamental tiene que ver con la promoción de la Ruta del Vino y Singani de Altura y su consiguiente conservación. La segunda ley propuesta permite a un grupo de instituciones del sector construir y ajustar en 6 meses una Estrategia Sectorial a nivel nacional 2014-2025 y luego trabajar en su implementación con recursos departamentales y otros que se sumen a los propósitos de desarrollo del sector vitivinícola.

## 2. MARCO TEÓRICO GENERAL

### INTRODUCCIÓN

Actualmente la ciudad de Tarija presenta un avance económico notable gracias a la producción vitivinícola que se encuentra ubicada en el Valle de la Concepción Provincia Uriondo.

Donde se observa una potenciación del desarrollo vitivinícola y fortalecimiento de la vitivinicultura de Bolivia que se destaca por sus características especiales de su materia prima producida a más de 1.800 metros de altura sobre el nivel del mar.

El sector vitivinícola tarijeño es capaz de crear valor en el mercado, pero sobre todo, y a pesar que el 85% del área de producción está en manos de los productores que tienen menos de una hectárea, la vitivinicultura es una gran herramienta para la lucha contra la pobreza.

La producción vitivinícola es un sector importante en el municipio, actividad potencial que debe ser una prioridad para el desarrollo comunitario, debido a que en los últimos años se ha logrado una importante diversidad en la fabricación de sus productos, buscando satisfacer un mercado exigente, conformado por el turismo nacional y extranjero.

En la actualidad el municipio de Uriondo pierde un desarrollo económico y cultural importante; ya que no se le puede ofrecer algo más al turista para invitarlo a quedarse y a conocer más de su cultura, a interactuar y a relacionarse con la comunidad; los viticultores cuentan con áreas dentro de sus viviendas y dentro del mercado municipal que no les ofrecen los espacios necesarios y adecuados para realizar sus actividades comerciales, en donde la comunidad que trabaja y vive de estas pueda tener una adecuada exposición y venta de estas; además de poder contar con espacios de recreación activa y pasiva.

Es por ello que surge la necesidad en el Municipio de Uriondo del equipamiento de un “Complejo EnoTurístico en el Valle de la Concepción”, que serviría de mucho a la comunidad para desarrollar y cultivar todos los valores con que se cuentan hoy en día.

Permitiendo así a los turistas relacionarse con sus costumbres, eventos y actividades culturales propias del municipio, además de poder alojarse temporalmente, recrearse y degustar la gastronomía típica del lugar.

## **2.1. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA**

El Enoturismo o Turismo Enológico es una de las actividades que cuenta con grandes posibilidades para posicionarse de manera concreta en el mercado y para potenciar el producto con un valor agregado.

Si Uriondo cuenta con los elementos necesarios para fortalecer el turismo enológico esto debido a que como destino turístico puede ser muy demandado.

1. Las industrias no cuentan con alternativas turísticas para quienes visitan la zona con más frecuencia y no solo para clientes específicos de las empresas vitivinícolas.
2. Las bodegas son pequeñas y medianas y no están preparadas para recibir al turismo porque se tienen muchas visitas a bodegas pero el turista se cansa de ver siempre lo mismo.
3. Se observa la falta de actividades complementarias:
  - Hotelería
  - Gastronomía
  - Exposición
  - Ocio
  - Catas
  - Compras
  - Aprendizaje
4. La información y difusión cuentan con una promoción mínima de los servicios, disminuyendo el alcance de la información de los clientes, por ejemplo las páginas de búsqueda son pocas y no son tan eficientes como las existentes en otros países o regiones.
5. La falta de explotación de nuevos recursos enológicos y la despreocupación por parte de los empresarios, son altamente importantes estos puntos al

momento de generar turismo en las viñas, porque así el mercado del vino se relacionaría de distinta manera con el entorno.

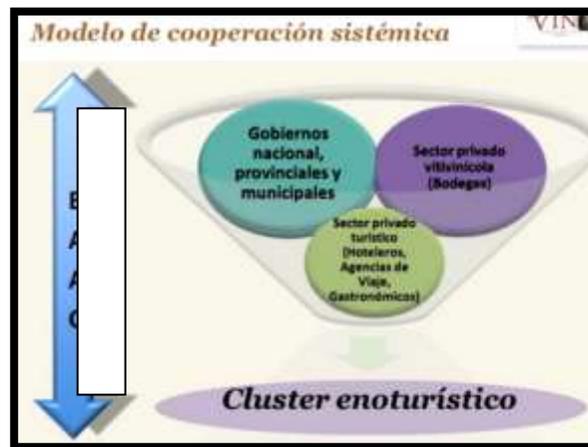
## 2.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En cuanto a la relación del Enoturismo con el Municipio de Uriondo, se logra inferir que la zona cuenta con todas las características para incrementar la demanda de este servicio, ya sea más bien a largo plazo, esto porque aun faltan redes más estables y eficientes para transformar a Uriondo como la capital del turismo enológico.

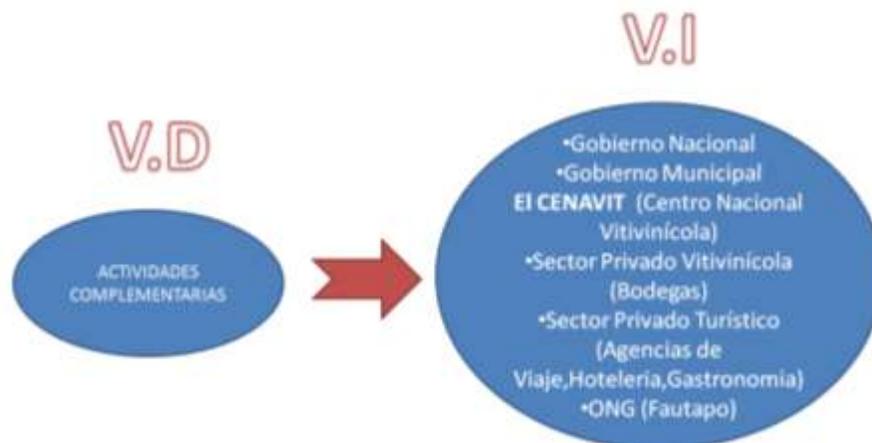
No basta solo con incrementar la calidad del producto y seguir ofreciendo el mismo “paquete de productos” a los “mismos mercados”, sino que las empresas deben alterar en algún grado su mercado, haciéndolo más diverso y atractivo con la **implementación de actividades Complementarias.**

Las empresas vitivinícolas no deben olvidar que el Enoturismo es un factor más bien estacional y fijo, porque su relatividad de visitas es más accidental, por lo tanto es clave la diversidad y que los servicios sean renovados en periodos más bien cortos, para que así el turista tenga la inquietud de conocer nuevas experiencias, basadas obviamente en el deleite del vino y su proceso de elaboración.

Si bien el potencial descrito del sector se perfila en un escenario ambicioso y optimista, los productores e industriales están conscientes de conseguir estas metas, pero la falta de condiciones adecuadas de parte del sector productivo, el Estado y las entidades financieras nacionales y/o internacionales está deteniendo y/o congelando el crecimiento de esta producción.



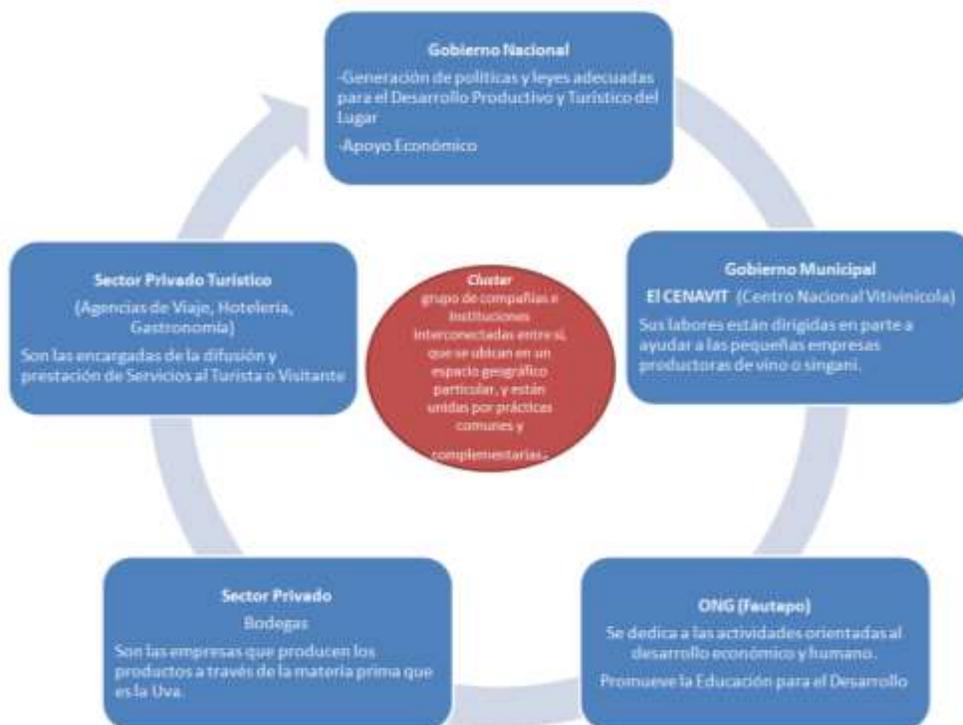
Un *cluster* es un grupo de compañías e instituciones interconectadas entre sí, que se ubican en un espacio geográfico particular, y están unidas por prácticas comunes y complementarias.



## ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS

Son empresas que se han especializado en la prestación de servicios al turista como: alojamiento, alimentación, esparcimiento, deportes, comercio de artículos típicos y transportes.

- Hotelería
- Gastronomía
- Exposición
- Ocio
- Catas
- Compras
- Aprendizaje



## **1. Las actividades complementarias**

Son empresas que se han especializado en la prestación de servicios al turista como: alojamiento, alimentación, esparcimiento, deportes, comercio de artículos típicos, transportes y agencias de viaje.

Los organismos del Estado y de la actividad privada trabajan aisladamente; sin embargo el desarrollo del turismo exige una planificación integrada, es decir un plan nacional de turismo en la que los gobiernos locales tengan un rol protagónico.

## **2. Rol del Gobierno Nacional y Municipal**

Generación de políticas y leyes adecuadas para el Desarrollo Productivo y Turístico del Lugar.

Debe proveer tecnologías financieras y mecanismos que permitan mejorar las condiciones de acceso a financiamientos para el Sector Productivo. También existe necesidad de considerar la creación de un fondo de seguros contra desastres naturales y programas de atracción de inversiones agro exportadoras dentro de una planificación que permita generar condiciones de competitividad productiva.

Identificación, alineación y construcción del marco institucional-político para fomentar el desarrollo productivo, en base a una mayor articulación pública- privada y a una visión consensuada.

## **3. Las Funciones del Municipio**

- **Información:** consiste en la publicación y difusión de datos acerca de atractivos y servicios turísticos, brindada de forma directa o indirecta a los turistas.
- **Facilitación:** se refiere a las disposiciones, reglamentos, acuerdos y cualquier tipo de medidas dispuestas por los organismos públicos, tendientes a agilizar

el ingreso, desplazamiento y egreso de los turistas y sus equipajes, así como a contribuir a incrementar el consumo de los servicios turísticos disponibles.

- . Promoción: comprende la publicidad, las relaciones públicas institucionales la concurrencia u organización de eventos de comercialización para dar a conocer los productos turísticos y apoyar las campañas similares a cargo de la actividad privada, a fin de estimular la demanda en las plazas de mercado emisor.
- Fomento de inversiones: constituida por estudios técnicos, investigaciones, publicaciones, exenciones impositivas, créditos y cualquier otro tipo de disposiciones similares, elaboradas y establecidas por el sector público para promover la participación de la inversión privada en el desarrollo de la planta prestadora de servicios turísticos.
- Contralor de servicios: es la realización y actualización del registro de prestadores de servicios turísticos, la categorización y jerarquización de esos servicios, y la vigilancia del cumplimiento de los requisitos que se convengan respecto a la calidad que deben alcanzar los servicios pertenecientes a cada una de las categorías y jerarquías establecidas.
- Capacitación: se refiere a los programas y acciones puntuales destinados a identificar y satisfacer las necesidades de formar, perfeccionar o especializar en el nivel básico, medio y superior, a funcionarios, personal y empresarios que se desempeñan en el sector turístico.
- Asistencia técnica: es el resultado de la intervención de los equipos especializados pertenecientes a los organismos oficiales, para resolver problemas técnicos concretos que afecten el funcionamiento de algún sector de la empresa privada o de alguna parte del espacio turístico, cuyas

organizaciones o autoridades no están en condiciones de afrontarlos por su cuenta, debido a la falta del personal técnico necesario o de la capacidad financiera para contratarlo

- **Planificación e investigación:** están directamente vinculadas con la asistencia técnica, y son resultado del trabajo de equipos especializados, para definir las metas de desarrollo del sector y las estrategias, programas y acciones que conduzcan a su cumplimiento. Comprende la investigación y la definición de medidas para explotar y preservar los atractivos turísticos, racionalizar el crecimiento de la planta, turística, programar eventos y actividades turísticas, promover el desarrollo armónico del espacio turístico, e incrementar la demanda y venta.
- **Administración de servicios:** es el conjunto de acciones oficiales orientadas a operar los servicios turísticos que dependen de su jurisdicción.
- **Recreación:** son los servicios públicos destinados a la población local para el uso y disfrute de su tiempo libre, que en algunos casos también pueden ser aprovechados por los turistas.
- **Recaudación:** es el ejercicio de las atribuciones del sector público para establecer imposiciones, tributos, contra prestaciones y cualquier otro tipo de aportes del sector privado, con el propósito de conformar los recursos económicos del sector oficial.

#### **4. Servicios e instituciones de apoyo al Cluster**

Instituciones que Brindan Servicios de Apoyo

Servicios Financieros	Servicios de Desarrollo Empresarial	Servicios de Comercialización
1. FIE.SA. Centro de Fomento a Iniciativas económicas	1. IDEPRO. Instituto para el Desarrollo de la Pequeña Unidad Productiva	1. AFRUTAR. Asociación de Fruticultores de Tarija.
2. CONFIE	2. APT. Programa de Apoyo al sector Artesanal	2. CYCASUR S.A. Consultora y Comercializadora del Sur S.A.
3. FADES. Fundación para Alternativas de Desarrollo	3. PROMMI Programa de Asistencia y Promoción de la Pequeña Iniciativa en el medio Urbano y Peri urbano	3. ASOPCOFRUTH Asociación de Productores y Comercializadores de Frutas y Hortalizas.
4. PRODEM. Centro de promoción para el Desarrollo de la Micro Empresa	4. SAT. Servicio de Asistencia Técnica	
5. IDEPRO	5. CIDEA. Centro Integral de Desarrollo Artesanal.	
6. APT	Centro de Investigación para el Desarrollo Rural Integrado	
7. Cooperativa de Ahorro y Crédito El Churqui	6. CIDERI (Canalización de Fondos)	
8. Cooperativa de Ahorro Crédito Madre y Maestra		
9. Cooperativa "El Chorolque"		
10. Los Andes, F.F.P.		
11. Cámara Agropecuaria de Tarija (Canalización de Fondos)		
12. Centro de Investigación para el Desarrollo Rural integrado - CIDERI (Canalización de Fondos)		

Fuente: Adaptado en base a datos de la Prefectura de Tarija. La Paz – Bolivia, 2002.

## 5. Agencias de Viaje y Turismo

Son empresas de servicios que a través de la organización de su personal debidamente capacitado, acerca el producto turístico al consumidor.

Es un intermediario entre los prestadores de servicios y el cliente denominado Turista, a nivel nacional o internacional

*“Se busca establecer un modelo estratégico de gestión del Enoturismo que involucre a todos los miembros del sistema tanto públicos como privados, con el fin asegurar un crecimiento ordenado y sostenido de la actividad basada en el asociativismo, el fortalecimiento y la modernización de las empresas e instituciones”.*

## 6. Fundación Fautapo

Con el nombre de la Fundación FAUTAPO, Educación para el Desarrollo, se concibió en 1998 como un proyecto bilateral entre la embajada Real de los Países Bajos y el viceministerio de Educación Superior, Ciencias y Tecnología de Bolivia, con el objetivo de brindar apoyo en materia educativa.

## Educación para el Desarrollo

### Programa de acción:

- Complejo Productivo Programa Uvas, Vinos y Singanis



### 2.3. HIPÓTESIS

El incremento de la demanda del turismo Enológico genera la aparición de nuevos servicios para una estadía cómoda y completa del turista.

Con nuevas proposiciones e ideas de **actividades complementarias** se llegara a una mayor afluencia turística hacia el lugar, lo que generara mayor ingreso turístico y se lograría un avance muy significativo en el crecimiento económico y desarrollo del sector.

### 2.4. PROPUESTA

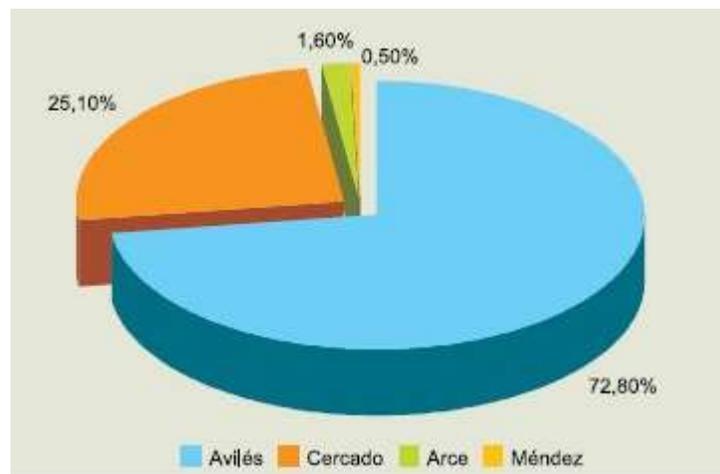
Se propone el diseño de un “COMPLEJO ENOTURÍSTICO EN EL VALLE DE LA CONCEPCIÓN”

### 2.5. JUSTIFICACIÓN

De acuerdo a los objetivos planteados este proyecto busca poder convertirse en una de las actividades turísticas principales de la Zona, Departamento y País.

Instituciones públicas del departamento de Tarija realizaron un análisis de competitividad, comparativo y simplificado, entre 16 cadenas productivas. Los resultados de dicho estudio señalan que entre las cadenas productivas estudiadas, la cadena de uva, vino y singani fue la primera en priorizarse por su potencial actual de desarrollo.

Según datos de CENAVIT, 73% de la superficie bajo producción de vid de Tarija se encuentran en la provincia Avilés y a la fecha el sector vitivinícola se ha constituido en un importante atractivo por el hecho que los turistas nacionales y extranjeros visitan los viñedos y bodegas en los circuitos turísticos, diseñados para conocer las zonas tradicionales de producción y transformación de la uva en vinos y singanis. En este contexto, existe un interés tanto de instituciones públicas y privadas para consolidar proyectos vinculados a la promoción de la producción vitivinícola”.



**Tarija: Superficie de Cultivo de la Vid al 2015, según Provincia**

Donde los turistas puedan encontrar una nueva forma de diversión con el lanzamiento de este Complejo Enoturístico donde se fomente el conocimiento de la actividad vitivinícola y la Cultura de la Zona creando espacios de actividades complementarias que inviten al turista a quedarse y recorrer la zona.

Dicho proyecto se sustenta dentro de las estrategias del plan nacional de desarrollo y del programa nacional de turismo:

## ESTRATÉGIA 1

“Hacer del turismo una prioridad nacional para generar inversiones, empleos y combatir la pobreza, en las zonas con atractivos turísticos competitivos. La política turística considerará programas de desarrollo de una amplia gama de servicios turísticos, incluyendo turismo de naturaleza, turismo rural y turismo de aventura, con la participación de las secretarías y organismos del gobierno Nacional que apoyan proyectos de desarrollo turístico en las zonas rurales e indígenas.”

## ESTRATÉGIA 2

“Mejorar sustancialmente la competitividad y diversificación de la oferta turística nacional, garantizando un desarrollo turístico sustentable y el ordenamiento territorial integral.

El turismo sustentable promoverá la preservación, conservación y restauración de los recursos naturales, garantizando la permanencia de los procesos biológicos y ecológicos, así como las diversas expresiones históricas, artísticas y culturales.

### **Cadena productiva de vinos, uva y singanis**

Este sector incluye a los vitivinicultores medianos, sector económico muy importante aporta con el 40 % en el PIB municipal y genera el 50 % de los empleos directos e indirectos en el municipio.

Este sector debido a los impactos de los fenómenos naturales severos y la aparición y recrudescimiento de plagas y enfermedades han afectado seriamente a la productividad del cultivo, el sector ha sufrido daños económicos por desabastecimiento y baja calidad de materia prima, que ha traído como consecuencia baja producción industrial con la consiguiente disminución en la generación de empleos.

<b>APORTE ECONÓMICO AL 40% EN EL PIB MUNICIPAL</b>	<b>50% DE LOS EMPLEOS DIRECTOS EN INDIRECTOS EN EL</b>
--	--

	<b>MUNICIPIO</b>
--	------------------

### 2.5.1. IDENTIFICACIÓN DE BENEFICIARIOS

#### AGENTES Y USUARIOS

Para determinar los elementos que nos sirvan de parámetro para conocer la demanda y capacidad del Complejo Turístico Cultural es necesario estudiar a las personas que brindarán el servicio (agentes), y aquellas personas que utilizarán los servicios y que estarán presentes en las actividades que allí se desarrollen (usuarios).

#### ❖ AGENTES

Son todas las personas que trabajan en el Complejo Turístico Cultural, se establecen dependiendo de la cantidad de instalaciones y del servicio que se preste.

**AGENTES ADMINISTRATIVOS:** Personas encargadas de realizar actividades de carácter administrativo.

**AGENTES DE ATENCIÓN AL PÚBLICO:** Están integrados principalmente por recepcionistas, guías, agentes de seguridad, personas que guardarán las pertenencias del visitante, etc.

**AGENTES PARA EXPOSICIONES:** Personal encargado de exponer y guiar al visitante, el cual tiene conocimientos en el campo cultural.

**AGENTES DE MANTENIMIENTO:** Personas encargadas de realizar actividades de limpieza y aseo a las diferentes unidades.

#### ❖ USUARIOS

Son todas las personas que necesiten del Complejo Turístico Cultural, para poder alojarse, realizar actividades culturales y de recreación activa o pasiva.

Son las personas que se encuentren dentro del radio de influencia establecido para el equipamiento, en distancia o en tiempo de recorrido para llegar a utilizar los servicios del equipamiento.

Se identifican varios tipos de usuarios:

### **DIRECTOS**

**PRIMARIOS:** Corresponde a turistas nacionales e internacionales de visiten la Zona; además corresponde a los habitantes que se encuentran dentro de localidades urbanas y rurales que se localicen dentro del Área de Influencia que es Tarija.

El Complejo cubrirá al 75% de esta población.

**SECUNDARIOS:** Corresponde a los habitantes de la Zona y del Departamento que se encuentran dentro de localidades urbanas y rurales, que se localicen dentro del Área de Influencia.

El Complejo cubrirá al 40% de esta población.

### **SEMI DIRECTOS**

Corresponde a los habitantes que se encuentran fuera del Área de influencia dentro del Municipio de Uriondo.

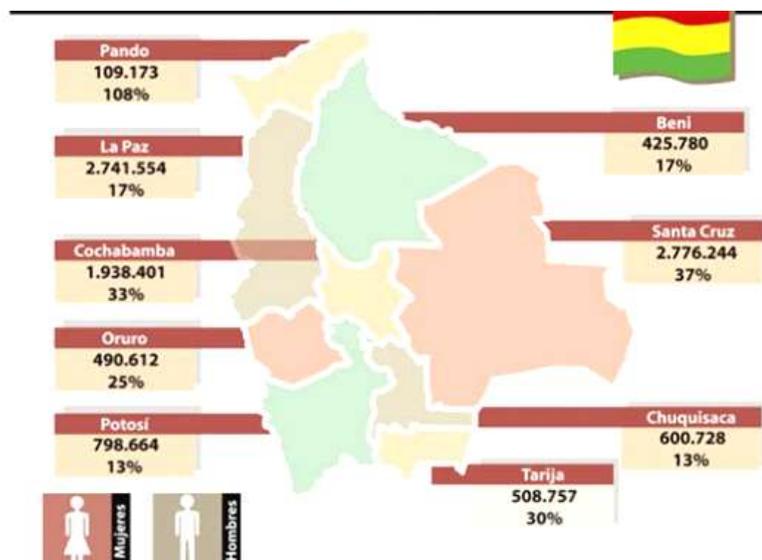
### **INDIRECTOS**

Corresponde a los habitantes de otros municipios del departamento de Tarija.

## **2.5.2 DATOS POBLACIÓN**

- **BOLIVIA**

## COMPLEJO ENOTURÍSTICO EN EL VALLE DE LA CONCEPCIÓN



- **TARIJA**

Provincias	Capital	Superficie	Población
Gran Chaco	Yacuiba	17.428 km <sup>2</sup>	143.549 habitantes
Eustaquio Méndez	San Lorenzo	4.861 km <sup>2</sup>	33.081 habitantes
Aniceto Arce	Padcaya	5.205 km <sup>2</sup>	56.413 habitantes
Cercado	Tarija	2.078km <sup>2</sup>	178.926 habitantes
José María Avilés	Uriondo	2.742 km <sup>2</sup>	18.159 habitantes
Burdet O'Connor	Entre Ríos	5.309km <sup>2</sup>	20.148 habitantes

Fuente: elaboración propia

- **URIONDO**

ZONA	Comunidad/Barrio	Nro. Habitantes
<b>ZONA RURAL</b>	Ancon Chico	379
	Ancon Grande	180
	Pampa La Villa Chica	290
	Pampa La Villa Grande	265
<b>ZONA URBANA</b>	OTB la Cruz	552
	OTB la Purisima	720
<b>Población Total</b>		<b>2.386</b>

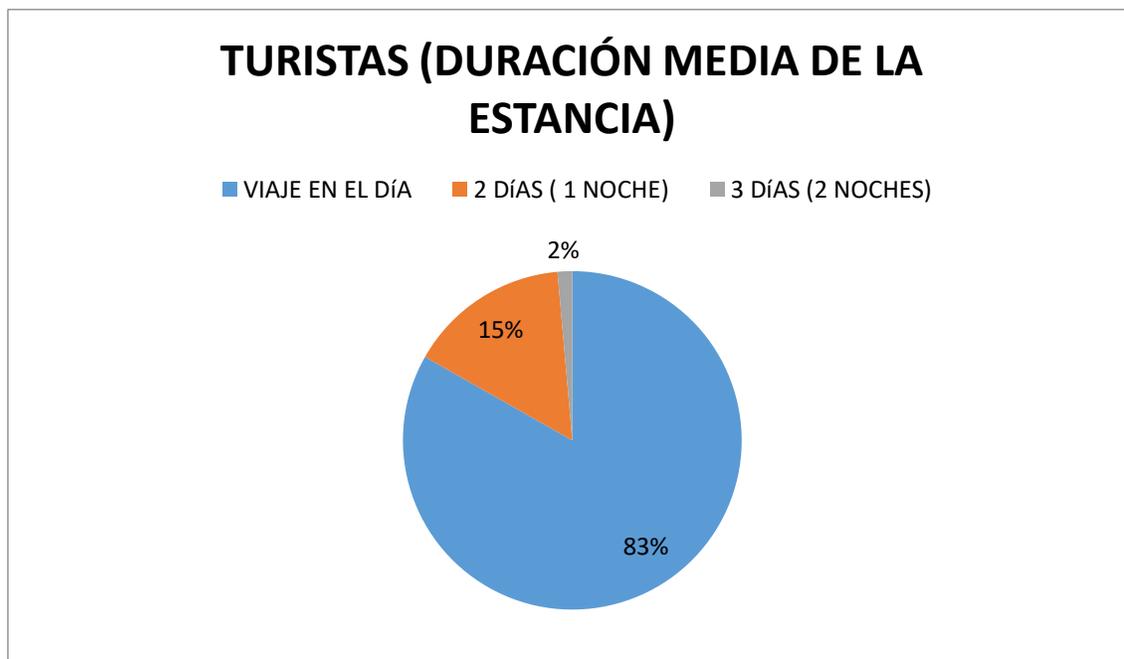
Barrios	Habitantes	Superficie (Has.)	Densidad Hab/Ha
<b>Barrio La Purisima</b>	720	26,15	27,5
<b>Barrio La Cruz</b>	552	36,75	15,0
<b>Promedio Area Urbana</b>			<b>21,3</b>

### 2.5.3 FLUJO DE TURISTAS

LUGAR

Nº DE TURISTAS

<b>Tarija</b>	<b>160.000 anuales</b>
<b>"Ruta del vino" Valle de la Concepción</b>	<b>30.000 anuales</b>
<b>" Ruta del vino" Valle de la Concepción</b>	<b>2500 mensuales</b>
<b>"Ruta del vino" Valle de la Concepción</b>	<b>83 por día</b>



## 2.6. ANÁLISIS INTERNO – ESTADO PRODUCTIVO

### 2.6.1. TARIJA Y SUS VINOS DE ALTURA

El gran valle tarijeño se encuentra entre 1700 y 2000 metros sobre el nivel del mar, pero en Bolivia el rango aumenta y es posible hablar de viñedos hasta a 2400 metros sobre el nivel del mar. A esta altura los frutos ganan riqueza aromática debido a una exposición más intensa a los rayos ultravioletas que en otras regiones del planeta. Esta característica hace que los vinos producidos en nuestro territorio sean distintos y tengan identidad propia.

La producción de vino en Tarija tiene muchos años de historia, todo comenzó con la llegada de españoles y portugueses a finales del siglo XV. Las primeras plantaciones de vid en Bolivia se hicieron en Mizque, y el año 1584 el cultivo de la vid llegó a Tarija. El primer registro de una viña tarijeña data de 1606 en la localidad de Entre Ríos.

La uva cultivada se utilizaba para consumo fresco, para la elaboración de vino con fines litúrgicos y como parte de la dieta tradicional de los colonizadores.

Con la explotación de las minas de plata en Potosí, esta ciudad tuvo un crecimiento tal que su población llegó a ser en su auge mayor que la de París.

Como protección del duro invierno a 4000 metros sobre el nivel del mar, nació el singani, una bebida típica boliviana, un destilado claro de vino Moscatel de Alejandría.

Según los escritos del sacerdote católico Alejandro Corrado, en 1755 Tarija exportaba vinos a Tucumán y Potosí, pero no llegó a ser un importante productor como lo era el valle de Cinti a causa de las plagas. El desarrollo tecnológico e industrial que permitiría despertar el valle tarijeño llegó en 1960, y en un principio esta uva se destinaba a Cinti para la producción de singani y a la producción de vino en Tarija. Hoy, el valle central de Tarija es el principal productor de uva en Bolivia, tanto para el consumo fresco como para la elaboración de vinos y singanis.

- **Producción**

Actualmente la superficie cultivada en Bolivia es de 2490 hectáreas, de las cuales 80% se encuentran en el Valle de Tarija. Sin embargo se podría decir que la producción en Bolivia es joven pues esta cantidad es pequeña comparada a las ciento cincuenta mil hectáreas cultivadas en Chile y a las doscientas mil hectáreas en Argentina. Se espera que en el 2010 los cultivos nacionales superen las 8200 hectáreas.

En Tarija el cultivo de vid se divide de la siguiente manera, 72.8 % en la provincia Avilés, 25.1% en Cercado, 1.6% en Arce y 0.5% Méndez.

Del total de la uva producida, 48% es utilizado para la producción de vino y singanis. Se estima que las ventas de la producción nacional alcanzan a 24 millones de dólares de los cuales 6 millones se obtienen del consumo como uva de mesa y 18 millones como vino y singani.

PROVINCIAS	PORCENTAJE
AVILES	72.8 %

## COMPLEJO ENOTURÍSTICO EN EL VALLE DE LA CONCEPCIÓN

CERCADO	25.1%
ARCE	1.6%
MENDEZ	0.5%

**Comparación de Datos Proporcionados sobre Superficie Productiva de Vid en Bolivia**

Zona del Departamento	INE Has.	CENAVIT Has.	CIDERI Has.	FDTA Valles Has.	Datos Considerados Has.
Valles de Tarija	1,090.0	1,996.0		1,996.0	1,996.0
Valles de Chuquisaca	1,385.0	345.0	1,373.4	344.0	400.0
Valles de La Paz	392.0	220.0		50.0	220.0
Valles de Santa Cruz	72.4	160.0		50.0	160.0
Valles de Cochabamba	274.6	100.0		40.0	100.0
Valles de Potosí	564.7	168.0		10.0	168.0
<b>TOTALES</b>	<b>3,778.7</b>	<b>2,989.0</b>	<b>1,373.4</b>	<b>2,490.0</b>	<b>3,044.0</b>

**Superficie, Rendimiento y Producción Estimada de Uva en Bolivia**

Zonas por Departamento	Superficie		Rendimiento		Producción Total		
	Has.	%	qq./Has.	% <sup>a</sup>	qq.	T.M.	%
Valles de Tarija	1,996	66%	170	12.65%	339,320	15,609	73.87%
Valles de Chuquisaca	400	13%	125	-17.17%	50,000	2,300	10.88%
Valles de La Paz	220	7%	90	-40.36%	19,800	911	4.31%
Valles de Santa Cruz	160	5%	155	2.71%	24,800	1,141	5.40%
Valles de Cochabamba	100	3%	120	-20.48%	12,000	552	2.61%
Valles de Potosí	168	6%	80	-46.99%	13,440	618	2.93%
<b>TOTAL</b>	<b>3,044</b>	<b>100%</b>	<b>150.91</b>		<b>459,360</b>	<b>21,131</b>	<b>100%</b>

Fuente: CENAVIT y FDTA-Valles.

**PRODUCCIÓN DE UVA**

<b>AÑO</b>	<b>TARIJA</b>	<b>BOLIVIA</b>
------------	---------------	----------------

<b>2007-2008</b>	<b>2.200</b>	<b>4.032</b>
<b>2008-2009</b>	<b>2.400</b>	<b>4.135</b>
<b>2009-2010</b>	<b>2.800</b>	<b>4.262</b>
<b>2010-2011</b>	<b>2.800</b>	<b>4.265</b>
<b>2011-2012</b>	<b>3.000</b>	<b>4.357</b>
<b>2012-2013</b>	<b>3.600</b>	<b>4.406</b>
<b>2013-2014</b>	<b>3.800</b>	<b>4.560</b>
<b>2014-2015</b>	<b>4.000</b>	<b>5.022</b>

TARIJA PRODUCE EL 80% DE LA UVA A NIVEL NACIONAL SEGÚN DATOS DEL INE

#### Variedades Viníferas Cultivadas en Tarija y/o Chuquisaca

Variedades Blancas		Variedades Tintas	
Chardonnay	Parrellada	Alicante	Pinot Noir
Chennen	Torrantes	Barbera	Grinolina
Macabeo	Pinot Blanc	Cariñena	Favotita de Díaz
Riesling	Franc Lombar	Cabernet Sauvignon	Merlot
Pedro Ximenez	Ugni Blanc	Gamay	Syrah
Xarello	Sauvignon blanc	Garnacha	Tempranillo
Semillón		Malbec	Rubi Cabernet
Moscatel San			
Juanina			

Fuente: Centro Nacional Vitivinícola (CENAVIT). Tarija – Bolivia, 2000.

- **Potencial de crecimiento del sector vitivinícola**

Instituciones públicas del departamento de Tarija realizaron un análisis de competitividad, comparativo y simplificado, entre 16 cadenas productivas. Los resultados de dicho estudio señalan que entre las cadenas productivas estudiadas, la cadena de uva, vino y singani fue la primera en priorizarse por su potencial actual de desarrollo.

Dicho estudio tomó en cuenta la capacidad de desarrollo competitivo de cada rubro, dimensión socioeconómica, articulación interna y restricciones del entorno.

A pesar del elevado impacto del contrabando y de las falsificaciones de bebidas alcohólicas en Bolivia, el potencial de crecimiento del sector vitivinícola en Tarija se considera atractivo, debido a la trayectoria y tradición de sus bodegas, a la penetración comercial relativamente reciente en mercados extranjeros, y debido a la factibilidad de duplicar su producción actual, al ganar mercados actualmente cautivos por varios productos de contrabando.

Cabe mencionar el impacto social que tendrá el desarrollo del sector vitícola debido al tácito vínculo social que caracteriza al rubro. Como ejemplo, el desarrollo de 400 Has., de uva de mesa en los valles mejorará directamente el nivel de vida de unos 2 mil viticultores en condiciones de minifundio.

Con la actividad agrícola, se genera una importante demanda de mano de obra fija y eventual.

Cada hectárea requiere en promedio a 2 personas adultas de manera directa y 5 personas por hectárea de manera eventual. Si se considera la superficie cultivada actual, la generación de fuentes de trabajo directo e indirecto en cada campaña agrícola alcanza a cerca de 11,000 personas dependientes de la producción de uva y de la actividad de las bodegas.

**Superficie Actual y Potencial con Vid en Bolivia**

Región	Año 2002	Año 2012	Crecimiento en el Periodo
	Has.	Has.	Has.
Valles de Tarija	1,996	6,000	4,004
Valles de Chuquisaca	400	1,100	700
Valles de La Paz	220	400	180
Valles de Santa Cruz	160	400	240
Valles de Cochabamba	100	300	200
Valles de Potosí	168	600	432
<b>Superficie Total</b>	<b>3,044</b>	<b>8,800</b>	<b>5,756</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de estimaciones realizadas por FDTA Valles, CENAVIT, ANIV. La Paz – Bolivia, 2002.

## COMPLEJO ENOTURÍSTICO EN EL VALLE DE LA CONCEPCIÓN

## Mercados del Sector Vitivinícola

Mercado	Descripción
Mercado local	Se realiza el principal consumo de la producción e forma de uva de mesa (40% de la producción total), lo cual equivale a un alto consumo interno.
Fuentes de aprovisionamiento	Aparte de la materia prima, son pocos los insumos nacionales, en general agroquímicos insumos para viticultura, maquinaria y repuestos son importados.
Acceso a mercados	Acciones individuales de las bodegas. Por contacto en ferias nacionales e internacionales especializadas. Gradualmente está creciendo el consumo nacional de vino.
Sistema de comercialización	A nivel local y nacional existen en ciertos casos sistemas de reparto propio; adicionalmente también a nivel nacional se utilizan contratos con empresas comercializadoras y comerciantes mayoristas.
Exportaciones	Son cinco las bodegas que han iniciado exportaciones, hasta ahora pequeñas a medianas. Se espera poder incrementar la oferta para cubrir los volúmenes requeridos. Efectivas a Reino Unido, Alemania y Estados Unidos.

Elaboración propia. La Paz- Bolivia, 2002.

## Características de las Bodegas Industriales en Bolivia

Bodega	Aspectos A Resaltarse
<i>Bodegas Y Viñedos La Concepción S.A.</i>	<i>Bodegas y Viñedos de La Concepción S.A. en 1991 lanzó al mercado nacional sus primeros vinos varietales de alta calidad, a partir de entonces, introduce el concepto Vinos de Altura e insertan el nombre de nuestro país en las listas internacionales de países productores de vinos varietales. 1994 marca el inicio de la madurez y estabilidad definitiva de Bodegas La Concepción ya que se realizan importantes inversiones en equipos de alta tecnología francesa y se introducen técnicas de añejamiento tanto en botella como en madera, permitiendo volúmenes de producción con capacidad de cubrir el mercado nacional y mantener constantes índices de exportación. BVC ha obtenido ocho medallas entre oro, plata y bronce en concursos internacionales del vino. Desde entonces Canadá, Alemania, Inglaterra, Dinamarca, Suiza, Perú y EEUU tienen la posibilidad de elegir entre un Cabernet Sauvignon o un Syrah, un Franc Colombard o un Riesling o un sangani Rujeiro producido en el Valle de La Concepción.</i>
<i>Bodegas Y Viñedos La Cabaña (Vinos Kohlberg)</i>	<i>Después de más de 40 años de experiencia la familia Kohlberg conoce el arte y la tradición vitivinícola, utilizando tecnología avanzada para continuar ofreciendo vinos de gran clase con renombre nacional e internacional. Entre sus vinos varietales y reserva tenemos: Cabernet, Sauvignon, Malbec, Syrah, Barbera, Merlot, Alicante, Semillón y otros.</i>
<i>Campos De Solana</i>	<i>Con varios años de experiencia en el mundo vitivinícola, utilizan técnicas modernas de vinificación, poniendo a disposición sus mejores vinos CAMPOS DE SOLANA, una exclusiva selección de vinos finos de exportación.</i>
<i>Milcast Corporation (Vinos Aranjuez)</i>	<i>Fundada en 1976 como una sociedad familiar dedicada a la actividad agroindustrial, principalmente a la elaboración de vinos de calidad, con una amplia gama de vinos varietales y reservas tanto en blancos como en tintos.</i>
<i>Sociedad Agroindustrial Del Valle (Casa Real)</i>	<i>Cuenta con la marca CASA REAL con tres generaciones de tradición en la industria vitivinícola, logrando un sitio de preferencia de sus sanganis en el mercado nacional. Los sanganis ofrecidos por CASA REAL son los destilados de uva Moscatel de Alejandria cuyo aroma y nobleza son su carta de presentación.</i>
<i>Kuhlmann Y Cia. Ltda. (Tres Estrellas)</i>	<i>Fundada en 1930 en la provincia Nor Cinti departamento de Chuquisaca, en 1976 traslada sus bodegas a Tarija en San Luis y sus viñedos a Colon Norte de la Prov. Avilés en la actualidad produce variedades de sanganis de uva negra, blanca y reserva Kuhlman.</i>
<i>Bodegas Y Viñedos San Vicente</i>	<i>Ubicado en Juntas del Rosario Concepción. Fue merecedor del Primer Premio a la calidad en su variedad Premium en la Exposur 1999. SAN VICENTE produce los sanganis PREMIUN y SILVER que en los últimos años han incursionado en el mercado nacional habiendo obtenido una gran aceptación por su calidad.</i>

Fuente: Elaboración propia, La Paz - Bolivia 2002.

## Estrategias del Sector Vitivinícola

Aspectos	Descripción
Flexibilidad	Buena, los productos se adaptan a los diferentes mercados, se tiende a aumentar oferta de vinos finos, disminuyendo la fabricación de los comunes. Se buscan nichos de mercado especializado para las distintas variedades.
Grado de cooperación	Relativamente bueno. En algunos casos sólo formales, existe celo sobre calidad comparada entre bodegas y lucha permanente por mantener mercados locales y nacionales.
Grado de competencia	Muy bueno, continuamente se trabaja en mejorar la calidad en procura de mantener condiciones de exportación y competencia nacional frente a vinos chilenos o argentinos.
Nivel de formación del personal	Existe mano de obra especializada en cultivo y técnicos de elevada formación en enología. Se requiere mayor disponibilidad de especialistas en áreas técnico-productivas.

Elaboración propia. La Paz – Bolivia, 2002.

- La Ruta del Vino de Tarija está dentro del plan turístico nacional

La ruta del vino en Tarija aunque es ya muy conocida para muchos, para otros es algo nunca visitado. La primera regla para iniciar este camino es “que el vino no está hecho para emborracharse”. La segunda es “que el mejor vino es el que más te gusta”. A continuación un reportaje de Los Tiempos nos grafica este hermoso recorrido.

### **Primera parada...**

En una mañana y en unas horas de la tarde se puede conocer buena parte de esta atracción turística que ha convertido oficialmente a Tarija en la capital del vino y del singani bolivianos y que nace por la inquietud de la Fundación Educación para el Desarrollo (Fautapo) en coordinación con los municipios de Uriondo, Cercado, San Lorenzo, Camargo y Cotagaita en Tarija.

Se puede hacer el recorrido mediante alguna agencia turística o contratando un vehículo, el micro de transporte público hasta el Valle de la Concepción cuesta Bs.3.

### **Sofisticado y elegante**

Una buena “Ruta del Vino” en Tarija debe empezar siempre con la visita a una bodega grande, de esta manera se conoce cómo es que se fabrica el vino en forma

industrial. Hay diferentes formas para que la uva llegue al vaso convertida en todo tipo de vinos. Y es que existen toda clase de uvas, cada una con un ancestro diferente que le otorga un sabor y textura especiales.

La industria del vino es la más fuerte en Tarija. Actualmente la superficie cultivada de viñedos en Bolivia es de 2490 hectáreas, de las cuales 80% se encuentran en el valle de Tarija. Cientos de hectáreas de viñedos forman parte de la vista de la colorida campiña chapaca.

El suelo está erosionado, lo que significa que parte de lo que hace diferente al vino tarijeño viene también de la tierra y sus nutrientes, explica el ingeniero agrónomo Vladimir Uzqueda, uno de los guías. Las grandes bodegas saben aprovechar esa diferencia y buscan su sello identificador jugando con diferentes combinaciones. Todas las grandes bodegas de la zona, tiene en sus toneles de roble francés y americano, mucho del secreto para los sabores de sus vinos: frutados, con toques de vainilla, madera, cuero, etc. En estos toneles de madera el vino reposa desde algunos meses hasta varios años para tomar cuerpo y definición. Las barricas de roble pueden aportar al vino hasta 150 aromas diferentes.

El reposo del vino se puede hacer también en botella, pero el resultado no es el mismo, aunque no necesariamente sea de menor calidad. El vino que reposa en botella debe estar en un ambiente oscuro y en posición horizontal para que el líquido humedezca el corcho y así este no se seque. No hay que olvidar nunca que el oxígeno es el peor enemigo del vino en reposo.

La cava de Casa Grande, como la de casi todas las otras grandes empresas, está ubicada en el sótano por la temperatura y luz, y tiene lo más moderno en sistemas de almacenaje en vino. La parte de arriba está dedicada a la planta donde se recibe la uva y se la procesa, donde están ubicados los tanques en los que se almacena el vino en sus distintas variedades, se embotella y se etiqueta.

Casa Grande tiene una tienda, un restaurante, y está trabajando en crear un spa donde se aprovechen los beneficios terapéuticos del vino. Como la mayoría de las grandes bodegas de Tarija, está inserta en la “Ruta del Vino” para hacer conocer cómo se trabaja en la vinicultura y la viticultura tarijeña.

**Uva humilde y rústica**

Un chapaco apasionado por los sabores, cuenta que varios emprendimientos turísticos se han creado desde que la “Ruta del Vino” comenzó a ser conocida, así que no falta ningún servicio, y que este pueblo es el primero en Bolivia en tener el cableado eléctrico bajo tierra.

Tiene además wifi en la plaza, servicios de comida de primera, pizzerías, restaurantes y snacks, además de distintos tipos de hospedaje para todos los gustos, (Las Lomas, un lugar de hospedaje rural o la Heredad de Jacob, con servicios de balneario natural, por ejemplo) y por supuesto en todas partes vino caro, barato, blanco, tinto, rosado, industrial, patero, cholero o mellizero... el vino es la vida de este lugar.

**2.6.2. PROVINCIA AVILÉS- MUNICIPIO DE URIONDO**

La principal actividad económica de los pobladores del Municipio es la agricultura, que es el pilar de la actividad económica de la población, sin dejar de lado la ganadería entre estos podemos nombrar los siguientes cultivos de papa, maíz, cebolla, arveja, pero principalmente el cultivo de la vid donde les reditúa buenos dividendos cuyo producto además de ser para consumo de mesa, es decir para su comercialización y una parte se destina para la elaboración de vino y singani.

- **Estado Turístico y Cultural**

El Municipio de Uriondo tiene la posibilidad de generar una extensa oferta turística, entre las cuales está el turismo relacionado con la industria vitivinícola y de granja.

A la fecha el sector vitivinícola también se ha constituido en un importante atractivo por el hecho que los turistas nacionales y extranjeros visitan los viñedos y bodegas en los circuitos turísticos, diseñados para conocer las zonas tradicionales de producción y transformación de la uva en vinos y singanis. En este contexto, existe un interés tanto de instituciones públicas y privadas para consolidar el circuito denominado “La Ruta del Vino y del Singani”.

## Instituciones Encargadas del Turismo y Vitivinicultura

### I. EL CENAVIT (Centro Nacional Vitivinícola)

Centro Nacional Vitivinícola, está situado a 27 kilómetros de la ciudad, en la provincia Avilés, en una zona conocida como Pampa Colorada. Este centro forma parte de la prefectura del departamento así que sus labores están dirigidas en parte a ayudar a las pequeñas empresas productoras de vino o singani. El centro tiene la capacidad para experimentar con cultivos, procesar las cepas y almacenar el producto final en óptimas condiciones, actualmente ayuda a 650 productores a los que proporciona plantas y asistencia técnica sobre su utilización.

El centro posee 2 departamentos:

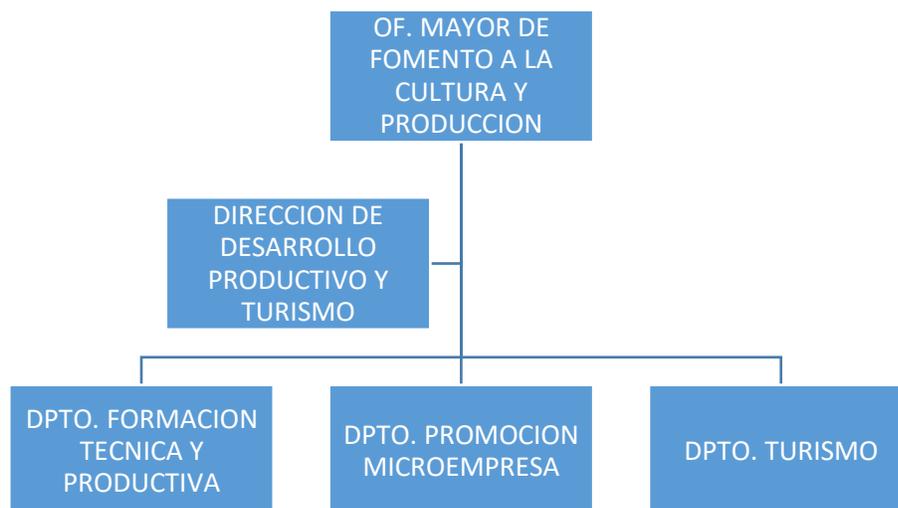
a) **Departamento enológico**

-Sección Bodega

- Sección Laboratorio

b) **Departamento Agrícola**

### II. Gobierno Autónomo Municipal de Uriondo



En esta primera sección de Avilés, durante todo el año, realizan 16 festividades religiosas y 17 culturales. En este caso, el apoyo consiste en la organización e incentivo a talleres sobre programas culturales, en coordinación con la dirección de Cultura y Turismo del Gobierno Departamental de Tarija.

La idea es promover al sector productivo mediante 14 ferias agropecuarias. Para el ejecutivo seccional de Uriondo, Ariel Ortega, el propósito es mejorar el nivel de desarrollo productivo y competitivo en los sectores, a través de un apoyo real y sostenible en la producción, promoción de productos y derivados en las ferias que realizan en la Provincia. El trabajo del programa consiste en beneficiar a familias productoras mediante la capacitación y asistencia técnica para mejorar la producción.

### **III. Papel del gobierno**

En el pasado, el apoyo de las instituciones gubernamentales a la agroindustria de la vitivinicultura fue muy limitado. El papel del gobierno en la investigación, extensión y transferencia de tecnología relacionados con las uvas, vinos y singanis.

A partir del año 2000, el gobierno generó iniciativas de apoyo a ciertas cadenas productivas seleccionadas en base a una priorización, dentro de las cuales se incluyó la Cadena UVS, principalmente por su gran importancia económica para el sector campesino de los valles del sur del país. Los análisis de las diferentes cadenas productivas y su potencial de competitividad es parte de la iniciativa del gobierno. El Gobierno regula distintas áreas de acción, sin embargo, la gestión del gobierno ha sido insuficiente en cuanto al control del contrabando y la competencia ilegal de productos sustitutos a los vinos, singanis y uvas nacionales

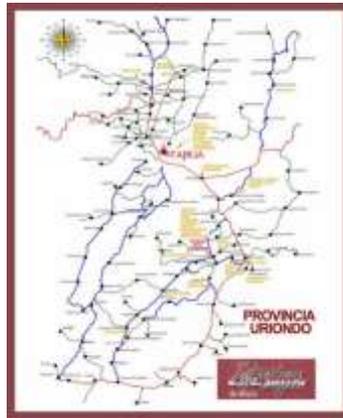
## Instituciones que Brindan Servicios de Apoyo

Servicios Financieros	Servicios de Desarrollo Empresarial	Servicios de Comercialización
1. FIE SA. Centro de Fomento a Iniciativas económicas. 2. CONFIE 3. FADES. Fundación para Alternativas de Desarrollo 4. PRODEM. Centro de promoción para el Desarrollo de la Micro Empresa 5. IDEPRO 6. APT 7. Cooperativa de Ahorro y Crédito El Churqui 8. Cooperativa de Ahorro Crédito Madre y Maestra 9. Cooperativa "El Chorolque" 10. Los Andes, F.F.P. 11. Cámara Agropecuaria de Tarija (Canalización de Fondos) 12. Centro de Investigación para el Desarrollo Rural integrado - CIDERI (Canalización de Fondos)	1. IDEPRO. Instituto para el Desarrollo de la Pequeña Unidad Productiva 2. APT. Programa de Apoyo al sector Artesanal 3. PROMMI Programa de Asistencia y Promoción de la Pequeña Iniciativa en el medio Urbano y Peri urbano 4. SAT. Servicio de Asistencia Técnica 5. CIDEA. Centro Integral de Desarrollo Artesanal. Centro de Investigación para el Desarrollo Rural Integrado 6. CIDERI (Canalización de Fondos)	1. AFRUTAR. Asociación de Fruticultores de Tarija. 2. CYCASUR S.A. Consultora y Comercializadora del Sur S.A. 3. ASOPCOFRUTH Asociación de Productores y Comercializadores de Frutas y Hortalizas.

Fuente: Adaptado en base a datos de la Prefectura de Tarija. La Paz – Bolivia. 2002.

- **Ruta del Vino en el Valle de Concepción, puerta turística en Bolivia**

Los vinos bolivianos tienen un perfil y un estilo que le son propios, marcados por parámetros de la región como el clima, suelo, variedad, altitud y mano del hombre a los cuales se incorpora un nuevo parámetro que es la altura, y que es favorable para el cultivo de la vid ya que hay mayor luminosidad y una amplitud térmica entre el día y la noche interesante, condición que favorece notablemente al desarrollo y maduración de los antocianos y polifenoles, como así también la intensidad y tipicidad de aromas varietales. Es muy importante valorar el esfuerzo de la industria vitivinícola en su conjunto y que tiene una estrategia para mejorar su productividad y competitividad, siendo uno de los requisitos para este aspecto realizar investigaciones que caractericen los productos vitivinícolas de Bolivia



### 2.6.3. GALARDONES DE LA PRODUCCIÓN VINÍFERA

- **9º Concurso Internacional de Vinos y Licores La Mujer Elige 2010 del Bicentenario**, el más importante concurso mundial donde las mujeres son jurados, y el más importante de Latinoamérica, que se realiza cada dos años.



La cantidad de países que finalmente ingresaron muestras al concurso La Mujer Elige 2010 han sido 25, entre ellos Chile, Uruguay, Bolivia, Perú, Brasil, Colombia, México, USA, España, Portugal, Francia, Italia, Grecia, Alemania, Austria, Israel, Croacia, South África, Australia, Rep. Checa, Hungría, Nueva Zelanda, Eslovaquia, Turquía y Argentina. El 70% fueron de Argentina y el 30% restante de los 24 países que enviaron sus vinos y/o licores. El jurado durante dos días evaluó los productos en la competición, que se realizó en el salón principal de The Modern Hotel, un nuevo hotel del centro de la ciudad de Mendoza.

Las muestras presentadas a La Mujer Elige 2010 fueron analizadas por cata a ciegas con doble numeración, para evitar conocer las secuencias o el origen, a la vez que se clasificaron por niveles de precio, lo que le dio al concurso la seriedad de que quienes competían lo hacían con sus pares de nivel de precios en cualquier lugar del mundo.

Campos de Solana y la Bodega Magnus de Tarija (BOLIVIA) fueron premiados con los máximos galardones, medallas de Oro en su categoría.

Campos de Solana con tres medallas y Magnus con 2 se proclamaron como los mejores vinos Bolivianos de este certamen internacional, lleno de glamour y prestigio ya que son las papilas y los labios de las mujeres quienes dan este importante galardón.

Entre 93 y 96 puntos consiguieron las Bodegas Bolivianas Campos de Solana y Magnus para alzarse con la Medalla de Oro como los mejores caldos del certamen con el Rosé 2010 de Campos de Solana, creado por uno de los mejores enólogos del mundo el chileno Sergio Correa Undurraga y el Tinto Bivarietal de Magnus Cabernet Shyra 2007.

Medallas de plata para Vino Blanco Riesling 2010 de Campos De Solana y para el Reserva Trivarietal Tinto 2008 Campos de Solana. También consiguió medalla de plata el Magnus L'Rose 2010 de Bodega Magnus.

- **Gran Oro para Juan Cruz**



Pocos años después, nace Aranjuez Gran Reserva Juan Cruz que, con 12 meses de barrica y 12 meses en estiva, se constituye en el vino estrella de la Bodega Aranjuez, recibe el máximo reconocimiento otorgado a la calidad, la medalla Gran Oro, la primera distinción para un vino boliviano en un concurso avalado por la OIV.

“Los vinos Tannat de Aranjuez se caracterizan por sus notas frutales intensas y bien marcadas, además de la estructura tánica característica de esta cepa, lo que permite una complejidad y redondez importante. Dado su paso por madera de roble, adquiere una complejidad única y aterciopelada que le otorga una mayor voluptuosidad”, reza una descripción de la llamada bebida de los dioses.

“Son vinos distinguidos, que denotan un color rojo rubí con intensos destellos violáceos, las notas marcadas de frutos del bosque rojos y negros bien maduros, junto a sus toques de vainilla y chocolate se pueden apreciar en nariz y confirmarse en boca donde además se manifiesta su carnosidad, redondez, equilibrio y gran final, que invitan a seguir degustándolo”, agrega.

La bodega vinos Aranjuez fue fundada el año 1976 por Milton Castellanos junto a su esposa y su yerno, y actualmente se constituye en una de las bodegas más importantes y reconocidas de Bolivia.

## **2.7.CONCLUSIONES – ANÁLISIS FODA**

Un análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas resulta una herramienta útil para volcar los resultados de la información relevada.

### **A. FORTALEZAS**

- La fuerte identificación entre Tarija y el vino.
- El número creciente de bodegas abiertas a los visitantes y la incorporación del turismo como un área importante en la promoción de sus productos.
- El patrimonio y los atractivos (naturales y culturales) de Tarija, los estándares de calidad de la vitivinicultura tarijeña, la cantidad y crecimiento de la diversidad de bodegas.
- Las acciones y eventos culturales generados en torno a esta actividad.
- El creciente interés por divulgar información sobre turismo y vino en diversas herramientas de comunicación.
- La demanda actual de productos relacionados con el turismo del vino.

### **B. DEBILIDADES**

- Carece de definición la categoría “turismo del vino”, como asimismo de una herramienta legal que ordene el sector.

- Falta de un protocolo que permita definir los estándares de calidad y ordenar la oferta de servicios.
- Cierta falta de articulación entre las acciones generadas por los distintos actores (públicos y privados) involucrados, lo cual lleva a una administración de los recursos poco eficiente.
- Falta de especialización en los organismos académicos, que lleva a una carencia de profesionales especializados en el tema.
- Escasa capacitación de los prestadores, comercializadores e informadores turísticos.
- Alta rotación del personal de bodega para la atención al turista.
- Distintos niveles de desarrollo del turismo del vino en las regiones vitivinícolas de Tarija.
- Desajuste entre lo que actualmente comunican folletos, mapas, páginas web, entre otros, y la realidad.
- La oferta de las bodegas tiene, mayoritariamente, un enfoque productivo y en poca sintonía con lo que espera el consumidor final.
- Un porcentaje relativamente alto de bodegas con apertura turística no cuentan con un área específica de turismo.
- Infraestructura al servicio del turismo con cierto grado de desarrollo en algunas zonas y ausente en otras. Falta de un sistema integral de señalización y de comunicación del producto, como asimismo de preservación del entorno que permite la accesibilidad al producto (estado de los caminos, basurales, señalización básica de accesos, etc).
- Falta de un sistema de información estadística específico sobre el turismo del vino que permita analizar la evolución del sector en el tiempo.
- La poca eficiencia en el aprovechamiento de los recursos (humanos y materiales) puede derivar en cierto grado de insatisfacción en la demanda generada en torno al turismo del vino.

**C. OPORTUNIDADES**

- Intención de sectores públicos y privados vinculados al turismo en los ámbitos nacional, provincial y municipal de apoyar el desarrollo estratégico del turismo del vino.
- El turismo del vino como herramienta de promoción de Bolivia frente al mundo (elemento importante de la marca país, y refuerzo de la imagen “Bolivia Vitivinícola”).
- El tipo de cambio de moneda que favorece el flujo de turismo internacional.
- Gran cantidad de turismo nacional e internacional con interés en el producto vitivinícola boliviano.
- Interés creciente del sector académico en la incorporación de contenidos vitivinícolas (demanda de cursos y seminarios de capacitación).

**D. AMENAZAS**

- No existe una visión estratégica a largo plazo que sea compartida en conjunto y que permita una mayor cohesión entre producción y turismo aprovechando sinergias entre los actores del mismo.
- Fuerte interés y desarrollo del producto vitivinícola en países vecinos (Argentina, Chile, Brasil y en menor medida Uruguay).
- Los países vitivinícolas del mundo mantienen una alta competitividad en un escenario marcado por una oferta turística organizada y estratégica.

### 3. PROPUESTA

#### COMPLEJO ENOTURÍSTICO EN EL VALLE DE LA CONCEPCIÓN

##### INTRODUCCIÓN

En todo el territorio del Valle de la Concepción se realizan una gran variedad de actividades culturales y turísticas de gran importancia para el desarrollo tarijeño. En este caso el Valle de la Concepción; carece de equipamiento urbano y no cuenta con áreas específicas destinadas a espacios culturales y turísticos; necesitando de esta manera de un desarrollo cultural y a su vez de un beneficio económico.

Asimismo, la falta de un espacio físico e infraestructura donde las personas de la comunidad del Valle de la Concepción pueda desempeñar su trabajo artesanal, contar con espacios de recreación activa y pasiva, y otorgar al turista un área en donde pueda encontrar un lugar de alojamiento, alimentación, recreación e interacción con dicha comunidad; constituye el fundamento de un estudio que nos muestra, describe y proporciona información de la necesidad de la comunidad, de contar con la planificación del anteproyecto arquitectónico de un “Complejo Enoturístico en el Valle de la Concepción”, que contribuya al desarrollo de la comunidad.

##### 3.1. OBJETIVO GENERAL

El objetivo general que mueve a la propuesta de un Complejo EnoTurístico en el Municipio de Uriondo, es el de generar un lugar con opciones que seducen al turista demostrando así el auge del trinomio **vino-turismo-cultura** creando un verdadero circuito de trascendencia nacional e internacional. Siendo un instrumento primordial para la cohesión y coordinación de las actividades existentes y futuras del turismo del vino.

Buscando consolidar al Enoturismo en un principal ingreso Económico y de Desarrollo del sector.

### 3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Mostrar las interrelaciones entre la producción de vino, la población local y su entorno, gastronomía y tradiciones auténticas.
- Educar al consumidor mediante visitas guiadas y degustaciones en el viñedo.
- Promocionar y desarrollar atracciones e imágenes relacionadas con el vino.
- Brindar servicios modernos para alojar huéspedes.
- Utilizar el servicio de Alojamiento como estrategia de Marketing para difundir los productos de la zona.
- Proveer de equipamiento para eventos especiales.
- Brindar servicios de gastronomía local.
- Brindar consciencia de que las actividades al aire libre reportan salud.
- Promover la cultura reflejando las riquezas naturales y el trabajo de la gente.
- Generar una plataforma de trabajo
- Fortalecer la presencia del Municipio de Uriondo como destino enoturístico en los mercados.

### 3.3. MISIÓN

Ser el eje estratégico para el desarrollo de la inversión turística sustentable en el Municipio de Uriondo, contribuyendo a la competitividad de Sector Turístico, proyectando centros recreativos; capturar y atraer corrientes turísticas hacia la entidad, fomentando programas de turismo social, local y regional.

### 3.4. VISIÓN

Buscar establecerse como la referencia turística en Tarija y Bolivia favoreciendo el crecimiento del sector turístico regional y nacional, contribuir con el crecimiento económico, a la generación de empleos y crear un ambiente libre para disfrute del turista.

Promover la calidad en servicios turísticos, la sustentabilidad y la innovación.

### **3.5. ANÁLISIS DE MODELOS REALES.-**

Entre los modelos reales seleccionados para realizar el análisis se encuentran dos Complejos Enoturísticos.

Estos centros son: Finca la Estacada ubicada en Tarancón (Cuenca)- España y Can Bonastre Wine Resort ubicado en el municipio de Masquefa, a sólo 35 minutos de Barcelona.

El motivo principal de analizar los anteriormente citados Complejos Enoturísticos es el de poder tener una perspectiva a dos escalas distintas, pero con una temática y preocupación similar, una mejor calidad de vida a nivel global.

#### **ANÁLISIS DE MODELO N°1**

##### **UBICACIÓN Y ESTRUCTURACIÓN GENERAL**

###### **FINCA LA ESTACADA**

**El Complejo enoturístico Finca la Estacada se encuentra en la Ctra. Ncal. 400 – Km 103 en la localidad de Tarancón (Cuenca)- España**



Consta con los siguientes espacios:

- HOTEL
- BODEGA
- SPA
- RESTAURANTE

### **ASPECTOS FUNCIONALES**

La Hospedería – Hotel Finca La Estacada, es una antigua finca de labor de los descendientes de la Reina María Cristina, viuda de Fernando VII, en la actualidad y gracias a la labor de la familia Cantarero Rodríguez, ha convertido esta finca en un complejo enoturístico de primer orden, dedicado a al ocio, conocimiento de la cultura del vino y disfrutar de una excelente gastronomía, es un complejo integral, ya que en este se encuentran los viñedos, bodega, restaurante, spa y hotel en el mismo lugar. Para quien lo desee puede disfrutar de pistas de padel de uso exclusivo y gratuito para los clientes que se encuentren alojados en el hotel. Diariamente se realizan catas comentadas, aunque es necesario inscribirse previamente. Todo el recinto dispone de WIFI gratuito, parking vigilado y diferentes salones para todo tipo de celebraciones y eventos. El hotel dispone de 25 habitaciones, de las cuales 3 son suites, todas ellas diferentes y con una decoración personalizada según las variedades de uvas.

El restaurante es muy amplio y luminoso, con bóvedas y grandes ventanales desde los cuáles se pueden divisar los viñedos. La cocina es tradicional castellana manchega con presencia de cocina de mercado, elaborada con delicadeza, innovadora y siempre con excelentes materias primas, representa uno de los valores más importantes de la oferta.

Finalmente, y como valor añadido, aconsejamos la visita al SPA de vinoterapia exclusivo en la zona, disfrute de los sentidos con todos sus beneficios, con un circuito hidrolúdico, masajes, baños y envolturas especiales.

**La Finca La Estacada, se encuentra según Trivago (valoración septiembre 2012), entre los 10 mejores hoteles enológicos de España.**



## ASPECTOS ESPACIALES

### Instalaciones



Bodega

El hotel cuenta con excelentes instalaciones, dirigidas a facilitar unos días de ocio y relax, introducirse en la cultura del vino, desarrollar sus reuniones de trabajo en un entorno diferente...

Otra de las ventajas del complejo es que todas las instalaciones de la finca están junto a la bodega y los viñedos.

Se encuentran a disponibilidad dos pistas de pádel y el gimnasio, situado en la zona del SPA, además dispone de piscina exterior, abierta en época estival.

Las instalaciones de La Finca La Estacada, son ideales para **reuniones de empresa**, con una amplia oferta de posibilidades, disponen de 5 salas totalmente equipadas, para cubrir las necesidades que se precisen. Todos los salones permiten distintas opciones de montaje, ofreciendo la posibilidad de crear diferentes ambientes con capacidades variables. Los servicios que se incluyen en las salas son: pantalla de proyección, proyector con puntero, flip chart, pc portátil, wifi, luces regulables, aire acondicionado, megafonía...

Amplio aparcamiento con capacidad para más de 60 coches, instalaciones adaptadas para minusválidos, y zona WiFi en todo el complejo.

Todos los días se ofrece una visita y degustación (cata comentada) de los excelentes vinos de La Finca La Estacada, siempre bajo cita previa.

## SPA



Spa

El SPA de **vinoterapia** (con todos tus sentidos), ofrece tratamientos de vinoterapia, está demostrado que la uva y sus granos combaten el envejecimiento gracias a sus vitaminas y a los polifenoles que contribuyen a que la piel mantenga su elasticidad, además, consiguen reducir el abdomen, reafirma los glúteos, tonificar los senos y rejuvenecer la piel. Además, otros servicios como son el circuito hidrolúdico, tratamientos relax, beauty...

Son 160 m2 de instalaciones dedicadas al relax que proporciona los tratamientos de vinoterapia.



**Zona hidrolúdica:** El Complejo Finca La Estacada cuenta con un circuito húmedo y termas. Un monitor le indicará el recorrido, beneficios, y tiempos de cada uno de los elementos. Los elementos a su disposición son: Piscina dinámica, Pileta de agua fría, Baño turco, Sauna, Fuente de hielo, Duchas Dinámicas, Pediluvio, Sala de Relax y Cromoterapia, Solarium...

La oferta del spa se completa con diferentes tratamientos, como masajes, envolturas o los baños, la base de todos ellos se centran en los beneficios del vino sobre la piel.

Los masajes que se proporcionan utilizan derivados de la uva y el vino, el aceite de masaje, o las pindas de pepitas de la uva.

También podrá beneficiarse de las **envolturas de selección de varietales** con el baño de vapor, que favorece la sudación, limpieza e hidratación cutánea. Relajación general. Ducha fliforme con secuencias masaje a diferentes temperaturas y presiones.

Efecto descontracturante. Tonifica y estimula la circulación. Cada envoltura va acompañada de un masaje: mazuelo, envoltura gran reserva + masaje de flor de vid (antioxidante), merlot, envoltura de fango negro + masaje de mosto (relajante), crianza, envoltura relajante y exfoliante de roca de arcilla + masaje Quercus (atenúa la tensión muscular)

Además, beneficios para manos y pies. **Manos**, bruma de aromas con exquisita mora y granada para exfoliar su piel. Baño relajante junto con el tratamiento de reparación y nutrición de arándanos. **Pies**, la delicia de la lima y el jengibre para suavizar su piel. Baño drenante junto con el tratamiento activador de semilla de uva.



## RESTAURANTE



El Restaurante

**El restaurante de la finca La Estacada**, cuenta con un espacio amplio y luminoso gracias a sus bóvedas y a sus grandes ventanales, con vistas a la extensa plantación de viñedos que rodean a la bodega, se puede acceder directamente a la **sala de barricas** donde reposan los vinos de la finca.

La **sala del restaurante** cuenta con 180 m<sup>2</sup>, con una capacidad para 100 comensales, y 2 salones privados para 15 personas cada uno, con la posibilidad de poderse unir,

también la opción de que la sala del restaurante pueda dividirse en diferentes ambientes. Las dos **terrazas del restaurante**, una interior, dentro del patio acristalado, y otra exterior, situada en el porche de la bodega, con acceso directo entre ellas. Ideal para la celebración de todo tipo de cócteles, presentaciones, o para degustar los vinos de la bodega y los platos del restaurante.

La gastronomía del restaurante tiene como base la castellana manchega, siendo cocina de mercado y con las innovaciones más recientes, es imaginativa con presentaciones originales. Cocina creativa pero con fundamentos clásicos, con una cuidada selección de las materias primas.

## HABITACIONES



Las habitaciones

El hotel de la Finca La Estacada, tiene 25 habitaciones situadas en el edificio principal del complejo con vistas los viñedos de la finca, distribuidas en 22 dobles, 2 junior suites y 1 suite. Cuentan con climatización individual, baño completo con bañera, secador de pelo, espejo de aumento, amenities de vinoterapia, minibar con oferta de vinos de la bodega (gratis), TV, teléfono, conexión WIFI y caja de seguridad.

Las habitaciones, tienen su personalidad propia, ya que son diferentes y con nombres de diferentes tipos de uva de la zona, malbec, tempranillo, syrah, Chardonnay...

constan de dos camas unidas (excepto dos de ellas), de 105 cm cada una. Con amplios ventanales, para disfrutar de la belleza del paisaje.

Se dispone de una habitación totalmente equipada para minusválidos, varias con sofá cama supletorio para niños menores de 12 años, y 2 comunicadas para grandes familias o grupos.

La junior suites, se componen de un dormitorio con cama de 200 cm con dosel, pequeño espacio como salón y de bañera con jacuzzi.

La suite, 50 m<sup>2</sup> de diseño exclusivo, cama de 200 cm con dosel, jacuzzi para parejas y un amplio ventanal.

## ANÁLISIS DE MODELO N°2

### UBICACIÓN Y ESTRUCTURACIÓN GENERAL

#### Can Bonastre Wine Resort

Un hotel con encanto. El Resort del Vino.



Rodeado de viñedos y con unas vistas impresionantes a la montaña de Montserrat, Can Bonastre Wine Resort es el Resort del Vino: una finca con una extensión de 100 hectáreas, entre viña y bosque con 2.540 m<sup>2</sup> de superficie edificada. Se encuentra situada en un entorno natural incomparable sobre una suave colina a los pies de la Sierra de Montserrat, en el municipio de Masquefa, a sólo 35 minutos de Barcelona.

Consta de los siguientes espacios:

- HOTEL
- BODEGA
- RESTAURANTE
- SPA

### **ASPECTOS FUNCIONALES**

La masía Can Bonastre Santa Magdalena es originaria del S.XVI y ha sido completamente reformada. El hotel cuenta con 12 habitaciones con vistas a las viñas y a Montserrat, un spa espectacular y una deliciosa oferta gastronómica. Aquí nuestros huéspedes podrán disfrutar del descanso, la cultura del vino, los deportes de aventura y un trato muy personal.

Tenemos espacios reservados para bodas, comuniones y celebraciones privadas, y propuestas de actividades y salas de reuniones para eventos de empresa.

La tradicional bodega Can Bonastre dio paso al Wine Resort en abril de 2007, después de varios años de reformas.

El hotel y los restaurantes se han construido en el interior de la bodega.

En todo el espacio hay referentes del vino, la viña y el entorno.



**Bodega**



### **Preocupación por el medio ambiente**

El medio ambiente y la sostenibilidad son motivo de preocupación en nuestra familia. Por este motivo instalamos un sistema de recogida y depuración de agua, con el cual se puede llegar a almacenar 4 millones de litros procedentes de la lluvia y de las aguas depuradas del Resort. El agua que se depura (la capacidad de tratamiento es de 20 m<sup>3</sup> por día) se reutiliza para el riego de los jardines.

Aparte del aprovechamiento de agua, 24 colectores solares instalados en la superficie de la masía proporcionan el 48% de la demanda energética del Resort (calentamiento del suelo radiante y del agua sanitaria). Con ello, Can Bonastre reduce significativamente sus aportaciones de CO<sub>2</sub> a la atmósfera.

### **ASPECTOS ESPACIALES**

#### **El Wine Resort se compone de:**

- 2 restaurantes
- ACBUA Spa con 4 cabinas de tratamientos
- 6 salas de reuniones con distintas capacidades
- 1 sala con capacidad para 250 personas: presentaciones, reuniones, banquetes, bodas...
- Piscina exterior e interior
- Lago con 3 pasarelas: ceremonias civiles, cenas privadas, desfiles...

- Helipuerto desde donde se ofrecen excursiones a Montserrat, DO Penedés, Sitges, Barcelona, etc

## **HOTEL**

Las 12 habitaciones de Can Bonastre han sido diseñadas con un interiorismo diferenciado y original, inspirado en la montaña de Montserrat y el entorno de la masía. Su diseño es moderno y ofrece todas las comodidades y servicios. Diez de ellas tienen nombres de picos de la montaña de Montserrat:

- |                  |                     |
|------------------|---------------------|
| 1- Can Bonastre  | 7- Salt de la Nina  |
| 2- Montcau       | 8- Montgròs         |
| 3- Sant Jeroni   | 9- Les Bessones     |
| 4- Cavall Bernat | 10- Els Frares      |
| 5- La Cadireta   | 11- La Talaia       |
| 6- Can Bartomeu  | 12- Pla dels Ocells |

Las habitaciones cuentan con servicios como Wi-Fi, Hi-Fi, minibar, DVD, canales internacionales, servicio de habitaciones y lavandería.

Todos los clientes disfrutarán de una visita a la bodega, degustación de vinos y acceso al Acbua spa de forma gratuita.

Nuestras habitaciones son espacios para descansar, soñar, divertirse, y sobretodo disfrutar del arte de vivir.



**RESTAURANTES:** Cocina tradicional con un toque moderno, pensada y maridada con vinos Can Bonastre.



### **ACBUA Spa:**

El ACBUA Wine Spa de Can Bonastre es un espacio de salud, bienestar, belleza y relax que le permitirá sumergirse en un estado de bienestar insuperable, gracias a las cualidades del agua y las propiedades antioxidantes de la vid.

Es un espacio para mimar el cuerpo con sauna, baño turco, camino de sensaciones, duchas lúdicas y piscina cubierta con diferentes chorros de agua.

El ACBUA Spa cuenta además con cuatro cabinas de tratamientos perfectamente equipadas, en las que se ofrecen vinoterapias, además de otras propuestas igualmente atractivas: té verde, masaje ayurveda, cacaoterapia, tratamientos faciales, envolturas de barros y algas.

Los tratamientos orientales se realizan en una cabina doble. Recibir el tratamiento en pareja es una opción excelente para quienes desean disfrutar de los masajes con compañía

- 400 m2 dedicados a la salud y el bienestar
- 3 cabinas de tratamientos y un salón de masaje thailandés, con vistas a Montserrat
- Tratamientos de vinoterapia, chocolaterapia, té verde, masaje thailandés, shiatsu, reiki, envolturas...

## COMPLEJO ENOTURÍSTICO EN EL VALLE DE LA CONCEPCIÓN



### Das enológico con los cinco sentidos

Los viñedos que rodean la bodega pueden ser disfrutados a pie, a caballo, en bicicleta o desde el aire. Así mismo, otras propuestas ofrecen a nuestros visitantes completar su estancia con diferentes actividades vívicas, gastronómicas y culturales:

#### VINO Y GASTRONOMÍA

- Visitas guiadas a la bodega
- Cata de vinos, cava y talleres de maridaje
- Recoger y pisar la uva durante la vendimia
- Cata de Quesos y Dietéticos
- Cata de Whisky
- Talleres de maridaje con chocolate y queso.
- Visita al **Merado del Melscón de Ordal** tres de semana de junio, julio y agosto en la Plaza Subirats de Sant Pau d'Ordal. De las 9 a las 14 horas.

#### CULTURALES

- Visitas a otras bodegas del Penedès
- Excursiones a Tàrraco y Talí Penedès para conocer museos, mercados i los principales rios del vino
- Excursiones a la montaña de Montserrat y visita de la **Abadia**
- Visita a los castillos de Subirats, Claramunt, Sant Martí Sarroca, Mediona, Olesa.
- Visita al **Museo del Nolino de Paper** en Capellades.

#### PARA MOVERSE

- Rutas en bicicleta o a pie por nuestras viñas
- Excursión en quad a Montserrat
- Descenso de barrancos en Montserrat
- Escalada en Montserrat
- Vuelos en **helicóptero** desde nuestro helipuerto o en globo desde Igualada
- Green Fee en el Club de Golf de Barcelona
- Senderismo en Ordal, Alt y Baix Penedès: la región tiene amplias zonas bañadas con viñedos y bosques para descubrir caminando o en bicicleta.

#### AGUA

- Tratamientos de vino en el ACBUA Spa
- Tratamientos orientales en el ACBUA Spa
- Circuito de aguas en el ACBUA Spa

## ANÁLISIS DE MODELO IDEAL

## UBICACIÓN Y ESTRUCTURACIÓN GENERAL

### Hotel Marqués de Riscal, a Luxury Collection Hotel, Elciego



Ubicado en la ciudad medieval de Elciego, el Marqués de Riscal y su Ciudad del Vino ofrecen el punto de salida perfecto desde el que explorar la naturaleza, la tradición y la exquisita gastronomía asociada con el vino diseñado por el Arq. Frank O. Gehry.

Desde la bodega del Marqués de Riscal, la primera bodega del área, construida en 1858, hasta el Museo del Vino Dinastía Vivanco y los pueblos cercanos de La Guardia y Cenicero, donde los antiguos rituales de viticultura continúan hasta hoy en día, los huéspedes podrán estimular los sentidos y saciar su sed de aventura.

La ruta del Camino de Santiago, que representa siglos de historia europea, pasa a unos pocos kilómetros del hotel. El área también es ideal para hacer recorridos en bicicleta o pasear por los ondulados viñedos y a lo largo del río Ebro, el más largo de España.

Consta con las siguientes áreas:

- HOTEL

- SPA
- RESTAURANTE
- BODEGA

## ASPECTOS FUNCIONALES

### Características

Combinando la visionaria y moderna arquitectura de Frank O. Gehry con el panorama medieval de los pueblos de los alrededores, el Marqués de Riscal abarca el pasado, el presente y el futuro con un deslumbrante estilo. Una inigualable atención al detalle celebra el amor por la historia, el vino y la cultura de sofisticada hospitalidad de la región, como evidencian las excursiones personalizadas, las opciones gastronómicas de inspiración local en la habitación y el impecable servicio ofrecido por nuestro personal plurilingüe.

Nuestro equipo de concierges expertos Luxury Collection guían a los huéspedes por los inolvidables placeres que esta parte de España puede ofrecer. Desde recorridos por la Rioja y más allá, hasta degustaciones de tapas locales y la exploración de lugares medievales de interés; le aguarda un sorprendente mundo de experiencias. Aquellos en busca de reposo absoluto acuden al Vinothérapie® SPA Caudalie Marqués de Riscal, que cuenta con una piscina interior con temperatura regulada, un gimnasio y un spa de servicio completo.

### Características del hotel

- Recorridos culturales guiados
- Vinothérapie SPA Caudalie Marqués de Riscal
- Piscina interior

- **Gimnasio abierto las 24 horas**
- **Centro de negocios**
- **Prácticas ecológicas**

El Hotel Marqués de Riscal ofrece una atenta variedad de servicios y amenidades de lujo, concebidos para realzar cada momento del hospedaje de nuestros huéspedes. Desde estacionamiento valet de cortesía y la limpieza diaria de los parabrisas de su vehículo, hasta servicio de traslado con el autobús privado del hotel; el confort y la comodidad de nuestros huéspedes son siempre nuestras prioridades principales. Un placentero café mañanero en el stand del lobby y el deleitante lounge 24 horas en la azotea agregan otros detalles desde que empieza hasta que termina el día.

Sabemos lo importante que es permanecer comunicado mientras se viaja. Por ello, nuestros huéspedes encontrarán acceso a Internet de alta velocidad en cada una de las habitaciones y acceso inalámbrico a Internet de alta velocidad en todas las áreas públicas del hotel, en el centro de negocios y en varias salas de reuniones.

## **ASPECTOS ESPACIALES**

### **Vinothérapie® SPA Caudalie Marqués de Riscal**



Galardonado con los premios al "mejor spa en 2007" por la revista Wallpaper, de aclamación internacional; a "los mejores tratamientos en 2007" por Gala Spa Award; y en 2009 "el spa número uno en el mundo y el hotel spa favorito internacional" por Conde Nast Traveller UK Readers, el Vinothérapie® SPA Caudalie Marqués de Riscal crea un ambiente exquisitamente acogedor, en un magnífico entorno de piedras y cálida luz natural. Espaciosas salas de tratamiento de cedro y teca brindan un

sugere y sereno ambiente para tratamientos únicos, como la exclusiva exfoliación Crushed Cabernet o el tratamiento Gran Facial Caudalíe, extraordinariamente popular. El spa ofrece rituales de medio día o durante un día completo, o curas de entre dos y seis días.

Relájese con una taza de infusión herbal y las inspiradoras vistas a los viñedos frente al spa. Para completar la experiencia del spa, invitamos a los huéspedes a beneficiarse de nuestra piscina interior con temperatura regulada, de la hidropiscina, el baño en barrica, la sala de vapor, el jacuzzi, el gimnasio y nuestro tradicional baño para pies, el pediluvium.

Los huéspedes del hotel disfrutan de acceso de cortesía a las áreas públicas del spa. Los visitantes deben pagar la entrada, si no han concertado una cita para una cura o un tratamiento.

### **Piscina interior**

Ubicada en el Vinotherapie® SPA Caudalie Marqués de Riscal, la piscina en el interior con temperatura regulada atrae con su elegante diseño, sus idílicas vistas y cómodos divanes. Invitamos a los huéspedes a relajarse tras un vigorizante tratamiento con una taza de infusión Caudalíe recién hecha, o a aventurarse a la terraza, para disfrutar del cálido sol y de las vistas a los ondulados campos. En el spa, los huéspedes también pueden disfrutar de un jacuzzi, una sala de vapor y de nuestro tradicional baño para pies, el pediluvium.

<b>Piscina interior</b>	
<b>Profundidad Máxima:</b>	1.1 metros/3.61 pies
<b>Profundidad Mínima:</b>	1.1 metros/3.61 pies
<b>Tamaño:</b>	1300.0 metros cuadrados/13994.0 pies cuadrados
<b>Temperatura Regulada:</b>	Sí
<b>Agua Salada:</b>	Sí

### **Gimnasio abierto las 24 horas**



Ubicado junto al spa, en la planta baja del ala del Spa del hotel. Relajantes vistas a la piscina y a los viñedos le permitirán alcanzar un excelente rendimiento personal en la máquina para correr o caminar, la elíptica, o usando las pesas libres, mientras se pierde en la belleza natural circundante. Si eso no funciona, considere solicitar un entrenador personal que le ayude a iniciar una nueva rutina de ejercicios. Tenga en cuenta que los entrenadores personales se facilitan a solicitud y están sujetos a la disponibilidad.

Tras el ejercicio, prémiese con un respiro en nuestro patio soleado al aire libre, antes de disfrutar de todas las amenidades de los lujosos vestidores del spa.

Los huéspedes cuentan con acceso de cortesía con la llaves de su habitación, deben ser mayores de 16 años, e ir acompañados de un adulto, si son menores de 18 años. Entre otras actividades recomendadas se encuentran andar, salir a correr o ir en bicicleta por los senderos de los viñedos circundantes.

<b>Gimnasio abierto las 24 horas</b>	
<b>Máquinas De Ejercicios:</b>	BH
<b>Tipo De Equipo:</b>	Cardiovascular y resistencia
<b>Gimnasio:</b>	Sí
<b>Pesas Libres:</b>	Sí
<b>Entrenamiento Personal:</b>	Sí

### **Centro de negocios**

Para la comodidad de nuestros huéspedes, el centro de negocios del hotel ofrece amenidades como personal multilingüe, servicios de fotocopias e impresión, una

computadora con acceso a Internet de alta velocidad, así como acceso inalámbrico a Internet de alta velocidad. Todos los servicios están disponibles las 24 horas del día, siete días a la semana.

Nuestro centro de negocios ofrece los siguientes servicios:

- Alquileres de computadoras
- Fax, fotocopidora, impresora
- Acceso a Internet de alta velocidad
- Servicios de impresión
- Escáner
- Proyector
- Servicios de secretariado

### **Prácticas ecológicas**

#### Conservación del agua y la energía

- Iluminación de alta eficiencia en las áreas públicas
- Sensores de ocupación
- Accesorios para la conservación del agua
- Prácticas inteligentes de riego
- Mantenimiento preventivo constante
- El programa Make A Green Choice recompensa a los huéspedes por elegir la conservación de los recursos naturales en su habitación

### **GALERIA DE IMÁGENES**

## COMPLEJO ENOTURÍSTICO EN EL VALLE DE LA CONCEPCIÓN

---



### Habitaciones



### Bodega ( Nueva Área)

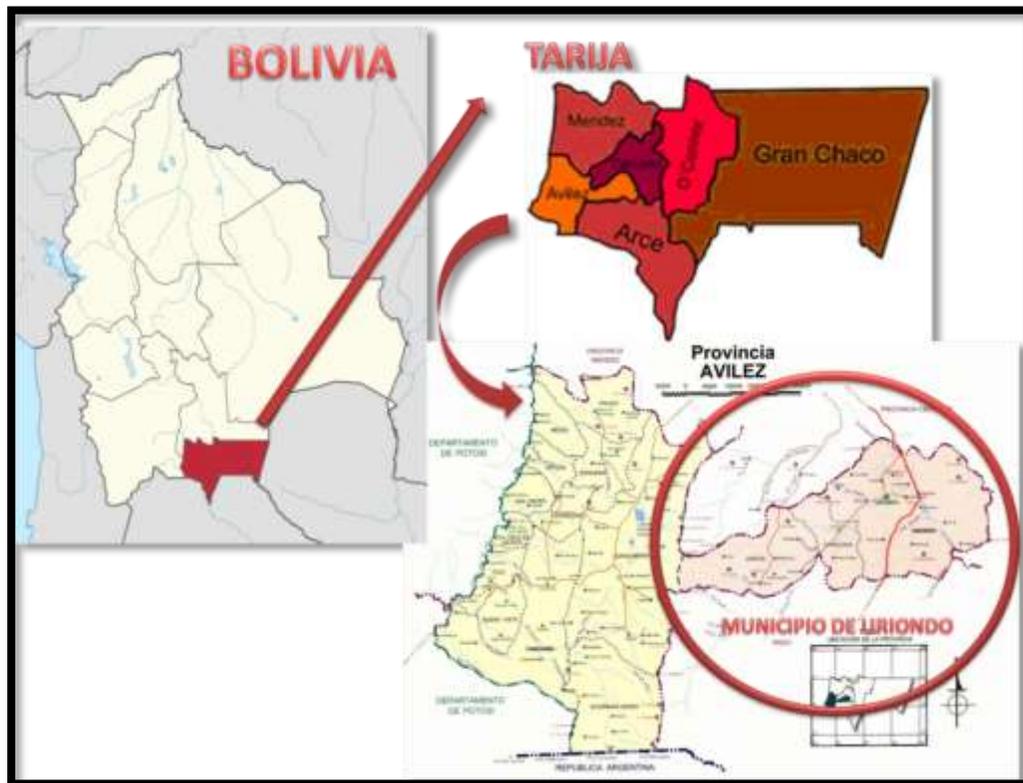


### Restaurante



#### 4. ESTUDIO URBANÍSTICO

##### UBICACIÓN GEOGRÁFICA





El Municipio de Uriondo Capital de la provincia Avilés ubicada a 22 km al sudeste de la ciudad de Tarija, el que a su vez forma parte del territorio de Bolivia oficialmente Estado Plurinacional de **Bolivia**.

Uriondo, la primera sección de la provincia Avilés del Departamento de Tarija, limita al norte y al este con la provincia Cercado al sur con la provincia Arce, y al oeste con el municipio de Yunchara.

#### **4.1. ASPECTOS FÍSICOS ESPACIALES**

##### **4.1.1. DIVISIÓN FISIAGRÁFICA**

En la región se distinguen dos zonas: la montañosa, con serranías importantes como Sama, Laderas y Barrancas, y la de valles,

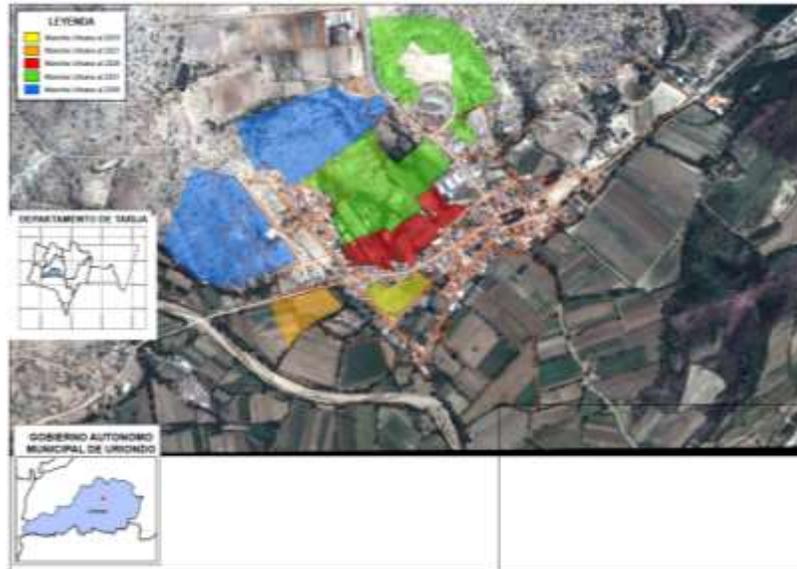
##### **4.1.2. HIDROGRAFÍA**

Está conformada por ondulaciones surcadas por los ríos Camacho y Guadalquivir, unión de la cual nace el río Tarija.

##### **4.1.3. EXTENSIÓN**

El territorio abarca una extensión territorial de 807 kilómetros cuadrados representa aproximadamente un 4,65 % del territorio departamental

En la actualidad el Municipio de Uriondo de la Primera Sección de la Provincia Avilés es catalogada como una de las once secciones municipales que conforman el departamento.



#### 4.1.4. DIVISIÓN POLÍTICA ADMINISTRATIVA

El Municipio se divide en 9 distritos, conformado por 49 comunidades que se detalla a continuación en el cuadro N° 1.

Cuadro N° 1

<b>Distrito Miscas</b> 1	<b>Distrito Juntas</b> 2	<b>Distrito Chocloca</b> 3	<b>Distrito Colón</b> 4	<b>Distrito La Compañía</b> 5	<b>Distrito La Choza</b> 6
-----------------------------	-----------------------------	-------------------------------	----------------------------	----------------------------------	-------------------------------

## COMPLEJO ENOTURÍSTICO EN EL VALLE DE LA CONCEPCIÓN

Miscas Caldera	Juntas	Chocloca	Colon Sud	La Compañía	La Choza
Alisos	San Jose de Charaja	Huayco Grande	Colón Norte	Rujero	San Isidro
Antigal	Armaos	Barrientos	Barrancas	Chorrillos	Sunchu Huayco
Barbascuyo	Cabildito	Huayriguana	Guaranguay Norte	MullicanCHA	La Ventolera
Puesto Tunal	Charaja	Almendros	Guaranguay Sud	Saladillo	Toma Tunal
	RumicanCHA	San Antonio Chocloca	Monte Monte	San Nicolás	
			Campo de Vasco	OTB Fuerte La Compañía	

<b>Distrito Uriondo 7</b>	<b>Distrito Calamuchita 8</b>	<b>Distrito Laderas 9</b>
OTB La Cruz	Calamuchita	Laderas Centro
OTB LA Purísima	Mutuário	Laderas Sud
Pampa la Villa Chica	La Angostura	Papachacra
Pampa la Villa Grande	La Higuera	
Ancon Grande		
Ancon Chico		

Cabe señalar que existe una comunidad Tipas que no estamos tomando en cuenta por estar en trámites su personería Jurídica.

### 4.1.5. CLIMA

El clima varia por ser semiárido fresco, con una temperatura media anual de 17.5°C. que varía de temperaturas medias anuales entre (16 - 20°C) y precipitaciones más abundantes (600 mm anuales).

### 4.1.6. PRECIPITACIONES PLUVIALES

Las lluvias mayormente son de origen orográfico siendo principalmente por la condensación de las masas húmedas provenientes del sur este, esto presentan precipitaciones altas en la zona montañosa, aspectos que se puede observas en los mapas.

El periodo de lluvias es entre los meses de octubre a marzo, este periodo es considerado de mucha importancia porque coincide con la época de siembra por que las familias aprovechan para dedicarse a la siembra.

Las precipitaciones mínimas son entre abril a julio

#### 4.1.7. RIESGOS CLIMÁTICOS

Las heladas, granizadas son las limitaciones más importantes para la producción casi todos los años se presentan estas dificultades causando grandes daños al agricultor y acarrea una pérdida de la producción.

#### 4.1.8. EROSIÓN

La erosión de los suelos, es el conjunto de procesos que causan variaciones en el relieve de la superficie terrestre. Estos procesos son producidos generalmente por precipitaciones altas que producen escurrimiento sobre la superficie del suelo que desgastan y transportan material granular produciendo erosión.

La provincia Avilés se observa la siguiente tabla de grados de erosión:

GRADOS DE EROSION	PROVINCIA AVILES (Km2)
Sin erosión	-
E. Ligera	675
E. Moderada	-
E. Fuerte	842
E. Muy Fuerte	655
E. Grave	340
E. muy Grave	230

Fuente: Dharma consultores

#### 4.1.9. VEGETACIÓN

La vegetación con que cuenta esta zona refleja unas características particulares de topografía y climáticas de la región.

TIPO DE VEGETACION PREDOMINANTE	PRINCIPALES PLANTAS SILVESTRES	PRINCIPALES ANIMALES SILVESTRES
<ul style="list-style-type: none"> <li>▫ Molle</li> <li>▫ Algarrobo</li> <li>▫ Tusca</li> <li>▫ Eucalipto</li> <li>▫ Sauce</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▫ Churqui</li> <li>▫ Keuña</li> <li>▫ Tola</li> <li>▫ Aliso</li> <li>▫ Tusca</li> <li>▫ Taco</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▫ Viscacha</li> <li>▫ Leon</li> <li>▫ Zorro</li> <li>▫ Condor</li> <li>▫ Chancho</li> <li>▫ Urina</li> <li>▫ Perdiz</li> <li>▫ Paloma</li> </ul>

#### 4.1.10. FAUNA

En la región se encuentra una gran variedad de animales silvestres de las cuales nombramos a continuación: Liebre, viscacha, paloma, huayco, conejo, etc.

Cada una de estas especies se encuentra dependiendo de la zona más húmeda, o poca humedad y mayor vegetación

#### 4.1.11. ESTRUCTURA VIAL

La accesibilidad a Uriondo se da mediante una carretera asfaltada hasta la población del valle de Concepción, distante a 25 kms. De la ciudad de Tarija. Los caminos a las demás comunidades se encuentran en regular estado.



 VÍAS

## 4.2. ASPECTOS SOCIO/ ECONÓMICOS

### 4.2.1. ROL DE LA REGIÓN

La principal actividad que desarrolla la provincia Avilés es la agricultura principalmente con la producción de la vid (*vitis vinifera*). Es también importante el papel que juega en el turismo, esto gracias a la riqueza tanto en costumbres y tradiciones como también de sitios de interés para el visitante.

#### 4.2.2. CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS

La población de la provincia Avilés de acuerdo al censo del Instituto Nacional de Estadísticas, es de 13.308 habitantes de los cuales 49% son mujeres y 51 % son hombres siendo toda la población rural, como se indica en el cuadro adjunto.

##### Población , Superficie y Densidad

Provincia	Superficie		Población		Densidad
	Km2	%	Habitantes	%	Hab./Km2
Avilés	2742	7.3	13308	4.5	6.4

Fuente: INE

**La Dinámica Poblacional** considera que la población no es estática, es decir que varía de un tiempo a otro, se estudian los movimientos poblacionales más importantes como la migración, tasa de crecimiento y la tasa de analfabetismo.

Se considera la migración como los movimientos territoriales humanos, donde se pueden clasificar en definitivos y temporales.

La migración se da en todas las comunidades del Valle de Concepción, relacionados con el tipo de producción o de año agrícola; sin embargo existe otras razones que la población migra entre ellas tenemos la insuficiencia de trabajo, los bajos ingresos pero principalmente el rendimiento bajo de la producción agrícola, este tipo de migración es temporal, que la población se desplaza hacia la Argentina y al resto del Departamento.

La migración produce consecuencias severas, como el descuido de los terrenos, haciendas y afectando la educación de los hijos.

La tasa de migración del Municipio de Uriondo es de 2.07% anual.

La tasa de crecimiento anual de acuerdo al censo y datos proporcionados por el INE es de 1.06 % .

La tasa de Masculinidad el de 100%

El índice de fecundidad, es decir cantidad de hijos por mujer es de 4.

La Tasa de Mortalidad es de cada 1000 niños 61 mueren.

La tasa de analfabetismo anual es de 24.31 %.

**La población** estimada para la gestión **2006** según el INE es de **13.308** habitantes de los cuales son Hombres 6.736 que representa el (50.61%) y 6.572 son Mujeres que representa el (49.38%) con un índice de crecimiento de 1.1 % (representando en 4% del total departamental) la misma que está distribuida en un territorio de aproximadamente de 810 Km<sup>2</sup> (2% del territorio departamental) con una densidad poblacional de aproximadamente 19 habitantes por Km<sup>2</sup>.

## **DESARROLLO SOCIAL**

### **4.2.3. EDUCACIÓN**

Primeramente podemos señalar que la infraestructura escolar no ha sido totalmente transferida puesto que no han sido registrados en derechos reales las propiedades donde están ubicadas las unidades educativas, debido a la debilidad institucional existente.

Por lo que podemos indicar que existen 5 núcleos, 39 escuelas y 3 colegios medios. El hecho de contar con solamente con tres establecimientos de nivel medio limita la asistencia de los estudiantes, debido a las distancias existentes entre los establecimientos y las diferentes comunidades. El número de alumnos de todo el Municipio es de 3624 y el número de profesores es de 174 existiendo una relación alumno profesor en promedio de 20 alumnos por profesor. Como señalamos en el cuadro adjunto:

DIISTRITOS	No de ESTABLEC.	Nº DE ALUMNOS	Nº DE PROFESORES	RELACION A/PROF.
URIONDO	5	944	37	26
LA COMPAÑÍA	5	311	17	18
CALAMUCHITA	3	648	29	22
MISCAS	5	428	25	17
COLON	7	325	17	19
CLOCLOCA	4	362	20	18
LA CHOZA	5	255	11	23
JUNTAS	5	208	12	17
LADERAS	3	143	6	24
<b>TOTAL</b>	<b>42</b>	<b>3624</b>	<b>174</b>	

Con relación a la tasa de analfabetismo el municipio presenta un alto grado de 24,5 % lo cual está por encima de la media departamental.

Otro aspecto que debemos tocar con relación a este sector es que existe una serie de problemas estructurales como ser la desnutrición, problemas organizativos y la equidad cultural de género / generacional.

#### 4.2.4. SALUD

La red de Salud de Uriondo, se encuentra conformado por un Directorio local de Salud, cuenta con su equipo de Gerencia completo, una red de servicios de 1er. Nivel a atención de 3 centros de salud y 5 Puestos de Salud, los mismos que pertenecen al sector público, el establecimiento de referencia es el Centro de Salud Hospital Dr. Fanor Romero de concepción que tiene II y III nivel de atención siendo el centro de referencia el Hospital Regional San Juan de Dios.

Población estimada	Número De RRHH				Población asignada por RRHH			
	Médico	Odont.	Enf.	Aux Enf.	Médico	Odont.	Enf.	Aux Enf.
12.585	4.5	2	4	12	2797	6293	3146	1049

Inf. De Plan Dptal de Salud

El cuadro nos refleja que de acuerdo a las normas nacionales nos indica que debe ser 1 médico por 3000 habitantes y en base al rendimiento médico, se aprecia que existe una relación inequitativa de este recurso por municipio.

También podemos recalcar que de estos 8 centros y puestos atienden a las 49 comunidades y la infraestructura y equipamiento en que se encuentran son muy precarias por lo que no da abasto para una si quiera regular atención a todas las comunidades.

#### **4.2.5. VIVIENDA**

De las 49 comunidades que comprende, se encuentra en su mayoría con una vivienda tradicional con materiales del lugar y construidas por ellos.

Los materiales que predomina, son paredes de piedra o adobe sin revocar, techos de teja o barro de caña vista y pisos de tierra; sin embargo debemos señalar que existe un grupo de comunidades que tienen casas de material ladrillo de buena calidad que son hasta de dos plantas.

Casi todas las familias poseen vivienda propia, por lo que no existe problema sobre la tenencia, sin embargo los propietarios no cuentan con la documentación legal que respalde su propiedad.

También podemos señalar que presentan características similares en toda la región en hábitos y costumbres, como las comunidades carecen de ordenamiento urbano, distribuyéndose en ambos costados del camino carretero y de manera dispersa. Las viviendas que habitan las familias por lo general son propias, el material del piso es de cemento- mosaico, sus paredes están revocadas, el techo por lo general es de material y en algunos casos cuentan con tumbado.

#### **4.2.6. SERVICIOS BÁSICOS**

Podemos señalar que Concepción cuenta con un sistema de agua potable, lo cual está siendo administrado parcialmente por el comité de agua, que realiza la supervisión, el mantenimiento del sistema y efectúa los cobros, siendo administrado por el Gobierno Municipal.

La cobertura de agua potable a nivel Municipal es de 27%. La cobertura del servicio de agua por cañería y bombas de agua, alcanza a un 24% del total de las familias , existiendo un bajo abastecimiento del liquido elemento en épocas de estiaje.

Con relación a las letrinas debemos señalar que el 45% de las comunidades cuentan con este servicio.

#### 4.2.7. PRODUCCIÓN

La principal actividad económica de los pobladores del Municipio es la agricultura, que es el pilar de la actividad económica de la población, sin dejar de lado la ganadería entre estos podemos nombrar los siguientes cultivos de papa, maíz, cebolla, arveja, pero principalmente el cultivo de la vid donde les reditúa buenos dividendos cuyo producto además de ser para consumo de mesa, es decir para su comercialización y una parte se destina para la elaboración de vino y singani y la cría de ganado como ser vacas, porcino, caprino.

Siendo la agricultura la actividad principal que desarrolla alrededor de 6.000 has. De tierra cultivable – frontera que está siendo ampliada por la implementación del riego.

Con relación al insumo utilizado en la producción agrícola, en algunos casos se utiliza la semilla mejorada y semilla tradicional.

No debemos dejar de señalar que a esta producción les persiguen una serie de enfermedades y plagas por lo que se debe hacer uso de fertilizantes e insecticidas.

El Destino de la producción agrícola para su comercialización es el mercado en un porcentaje elevado y el saldo es para su auto consumo.

Los productos generalmente son trasladados al los mercados de la ciudad de Tarija, donde es fijado con precios estables, sin embargo en los últimos tiempos se está llevando la producción al resto del país principalmente a Santa cruz.

Uso comunal del suelo	Superficie (en Has.)
Pastoreo	2245
Cultivable	355
Cultivable bajo riego	65
Cultivable sin riego	290
Forestal	1.000

Superficie total aproximada	3815
-----------------------------	------

Según datos del Cenavit, el cultivo de vid en Tarija, el 2013 tuvo un rendimiento de 6,80 TM/Ha (Toneladas métricas sobre hectárea) es el mayor productor de uva del país, seguido por Chuquisaca. El sector vitivinícola es muy importante para la región dado que emplea en forma directa a más de 20 mil personas y más de 3.500 familias dependen de este sector.

Actualmente, el 80% de cultivos de uva a nivel nacional se encuentran en el valle de Tarija, de este total de uva producida, 48% es utilizado para la producción de vino y singanis. Se estima que las ventas de este fruto de producción nacional alcanzan a 24 millones de dólares de los cuales 6 millones se obtienen del consumo como uva de mesa y 18 millones del vino y singani.

El 80% de la producción vitivinícola de Bolivia depende de los viñedos del Valle Central de Tarija, siendo las variedades viníferas *Syrah* y *Cabernet Sauvignon* las más representativas en superficie cultivada. Para el estudio comparativo del comportamiento de ambas variedades las muestras fueron cosechadas en una misma fecha. Las zonas de mayor representatividad en estos cultivares, características como altura sobre el nivel del mar y ubicación geográfica (longitud y latitud) se presentan en el cuadro siguiente.

COMUNIDAD	ZONA	ALTURA m.s.n.m.	LONGITUD OESTE	LATITUD SUR
<b>PROVINCIA AVILES</b>				
Pampa Colorada CENAVIT	I	1.729	64°39'39"	21°40'26"
Santa Ana "Bodegas La Cabaña"	III	1.800	64°37'19"	21°36'10"
La Compañía "Bodegas y Viñedos La Concepción"	IV	1.721	64°39'21"	21°41'42"
Pampa la Villa Chica Productores	II	1.719	64°42'17"	21°48'53"

Este estudio se ha realizado en coordinación con la Fundación FAUTAPO, el Centro Nacional Vitivinícola (CENAVIT), la Prefectura de Tarija, la Asociación de Industriales Vitivinícolas (ANIV), Productores de la Industria privada y Productores

individuales de Tarija. Para futuras experiencias se evaluará la información climática de las zonas, la incidencia de la altura y la radiación ultravioleta en las características cromáticas de los vinos.

### **4.3. ASPECTOS SOCIO/ CULTURALES**

#### **4.3.1. ORGANIZACIÓN SOCIAL**

La población en su mayoría pertenece al origen mestizo o “chapaco”. La familia es de tipo nuclear, el idioma es el castellano en un 88%.

#### **4.3.2. RELIGIÓN**

Uno de los principales pilares de la sociedad desde su fundación hasta la actualidad es la religión, puesto que en un 87% de la población pertenece a la Iglesia Católica.

La vida tranquila y plácida de este pueblo se interrumpe cuando llega el tiempo de la celebración de su Santo Patrono, Santiago.

En esta fecha al promediar el mes de julio, la presentación ecuestre de la figura del Santo parece determinar o simbolizar la afición por los caballos, que caracteriza a los pobladores de la provincia y se expresa en las carreras en las que los jinetes hacen gala de su habilidad.

#### **4.3.3. FERIAS**

##### **La fiesta del vino o de la uva**

Cada año en algunas localidades del valle, se lleva a cabo la “Fiesta de la uva” en la que los pequeños productores se reúnen a enseñar al pueblo tarijeño que los visita sus productos. La fiesta no consiste en solamente aquello, sino también algunos concursos como una elección de una reina de la uva, o de la localidad. Pero entre todas estas fiestas destaca la Feria exposición del Vino Patero y del Singani Casero, que tiene lugar en junio de cada año en la localidad de Sella, 18 kilómetros al norte de

Tarija. Sella no sólo se destaca por su vino y singani sino por la belleza de sus mujeres, la mujer Sellana, que ha inspirado a muchos poetas Bolivianos.

#### 4.3.4. CENTROS DE INTERÉS

**Patrimonio natural y arqueológico:** En el Morro Caisca, a cuatro Kilómetros de Uriondo, existe una cueva en lo alto de una colina donde se puede observar pinturas rupestres en sus paredes y altura.

**Centros de interés histórico cultural:** Un camino provincial que se dirige hacia el Sudoeste, vincula a Uriondo con Chocloca, Charaja, Juntas y Chaguada. Este cantón es donde está ubicado el Santuario de la Virgen de Chaguada, donde promesantes acuden a cumplir promesas o a pedir favores a la virgen.

La efigie de la Virgen se encuentra en un gran templo de piedra, con grandes corredores.

## 5. SITIO DE INTERVENCIÓN

### ANÁLISIS DEL TERRENO

#### 5.1. SELECCIÓN DEL TERRENO

Después de analizar una serie de terrenos, se concluyó que el ideal sería ubicar el Proyecto con área residencial más cercana.

Los factores determinantes son: accesibilidad, aire puro (no contaminado), ambiente tranquilo, con vegetación variada.

Algunos terrenos tienen cualidades y proveen un ambiente agradable. Es por eso que se consideraron 3 terrenos que cumplen estos requisitos mínimos.

#### LOCALIZACIÓN

Se estudiaron 3 alternativas de sitio de intervención presentadas a continuación:

##### 5.1.1. ALTERNATIVA N°1



Latitud: 21°41'3.38"S

Longitud: 64°38'5.10"O

Perímetro: 1123,43 m.

**5.1.2. ALTERNATIVA N°2**

Latitud: 21°41'27.08"S

Longitud: 64°38'49.15"O

Perímetro: 994,77m.

**5.1.3. ALTERNATIVA N°3**

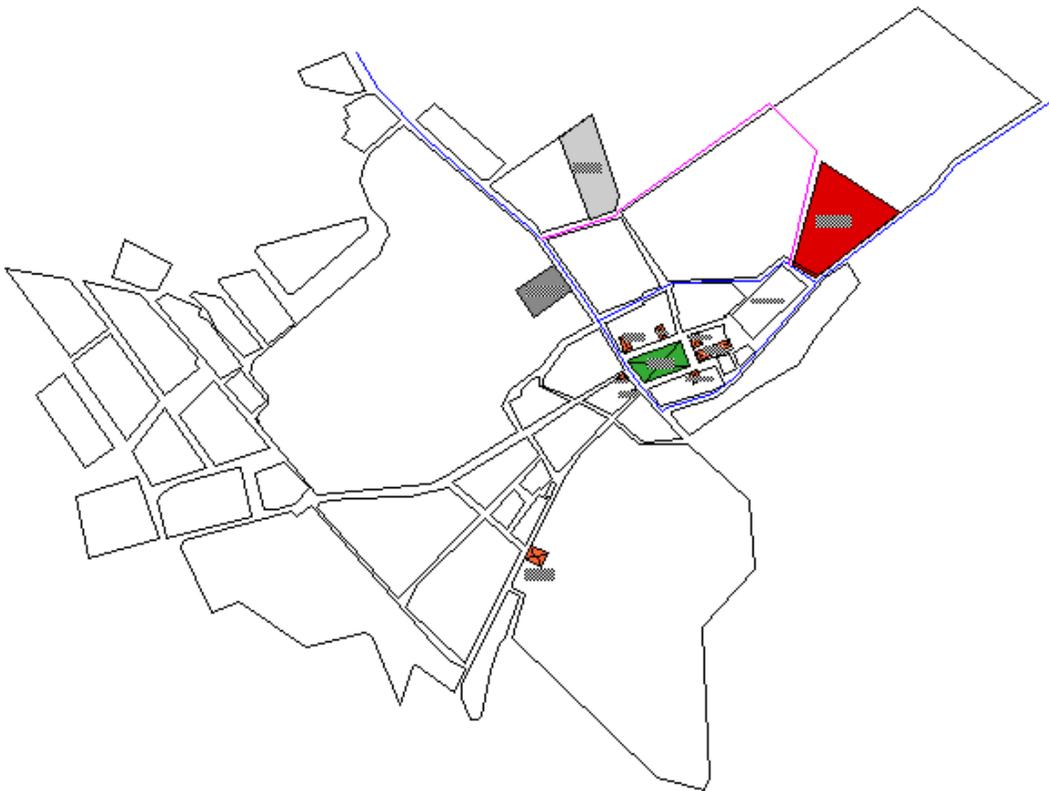
Latitud: 21°41'44.25"S

Longitud: 64°38'56.89"O

Perímetro: 517.31 m.

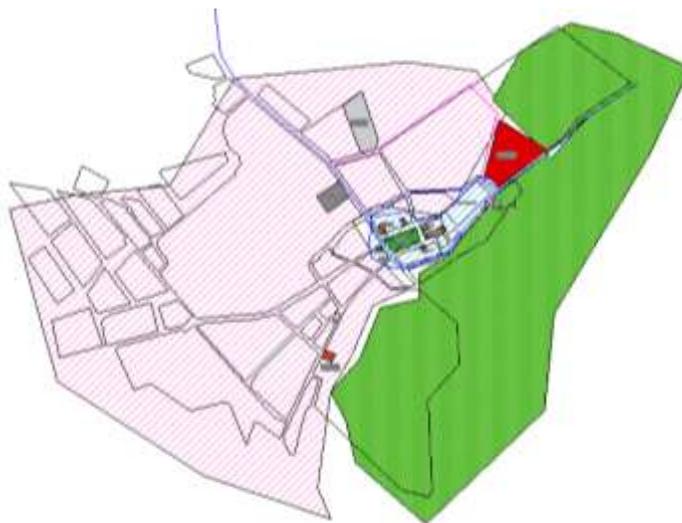
Para determinar cuál es terreno más adecuado para este proyecto, se consideraron los aspectos siguientes:

- Localización próxima a áreas residenciales.
- Topografía variada.
- Fácil acceso vehicular y peatonal.
- Vecindario Seguro.
- Entorno Saludable, lejos de contaminaciones y fuentes de ruido.
- Vegetación variada.
- Soleamiento durante la mayor parte del día.
- Fácil acceso a drenajes municipales, electricidad, etc.



## 5.2. LOCALIZACIÓN

Está ubicado en el Municipio de Uriondo a 215m de la Plaza Principal del Valle de la Concepción.



## 5.3. VÍAS DE ACCESO



VIA PRINCIPAL INTERPROVINCIAL (Asfaltado)



VIA SECUNDARIA (Tierra)

#### 5.4. CARACTERÍSTICAS DEL TERRENO

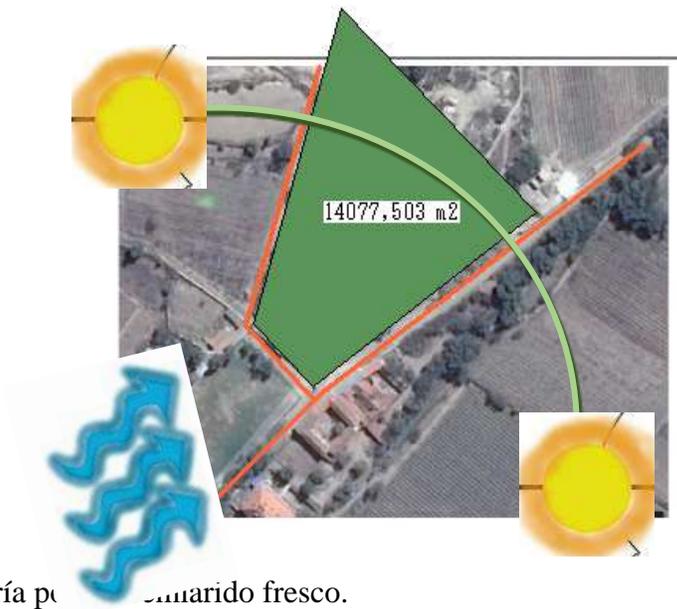


EST.	P.O	DISTANCIA(m)
A	B	45.50
B	C	144.8
C	D	147.5
D	A	177.6

ALTITUD : 1272.10 m.s.n.m

#### 5.5. CLIMA





El clima varía por ser un clima frío y húmedo fresco.

**TEMPERATURA:** con una temperatura media anual de 17.5°C. que varía de temperaturas medias anuales entre (16 - 20°C) y precipitaciones más abundantes (600 mm anuales).

**VIENTOS** (Km/h dirección promedio de vientos predominantes): 6.7 a 7.6 Km/h NE  
70% 15 a 23 Km/h S 30% Viento polvoriento en época de verano de N-O.

**INSOLACIÓN:** 2,400 a 2,700.

## 5.6. VEGETACIÓN EXISTENTE

**VEGETACIÓN EN LA REGIÓN:** Bosque húmedo frío.

TIPO DE VEGETACION PREDOMINANTE	PRINCIPALES PLANTAS SILVESTRES	PRINCIPALES ANIMALES SILVESTRES
<ul style="list-style-type: none"> <li>▫ Molle</li> <li>▫ Algarrobo</li> <li>▫ Tusca</li> <li>▫ Eucalipto</li> <li>▫ Sauce</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▫ Churqui</li> <li>▫ Keuña</li> <li>▫ Tola</li> <li>▫ Aliso</li> <li>▫ Tusca</li> <li>▫ Taco</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▫ Viscacha</li> <li>▫ Leon</li> <li>▫ Zorro</li> <li>▫ Condor</li> <li>▫ Chanco</li> <li>▫ Urina</li> <li>▫ Perdiz</li> <li>▫ Paloma</li> </ul>

### 5.7. ACCESIBILIDAD

TIPO DE ACCESIBILIDAD: Vía primaria Interprovincial y Vía secundaria, tránsito poco constante, calles asfaltadas y de tierra.

INFRAESTRUCTURA PEATONAL: No existe.



VIAS DE ACCESIBILIDAD



### Frente Principal



TERRENO EN OTOÑO



TERRENO EN VERANO



## 6.1. PROGRAMA DE NECESIDADES

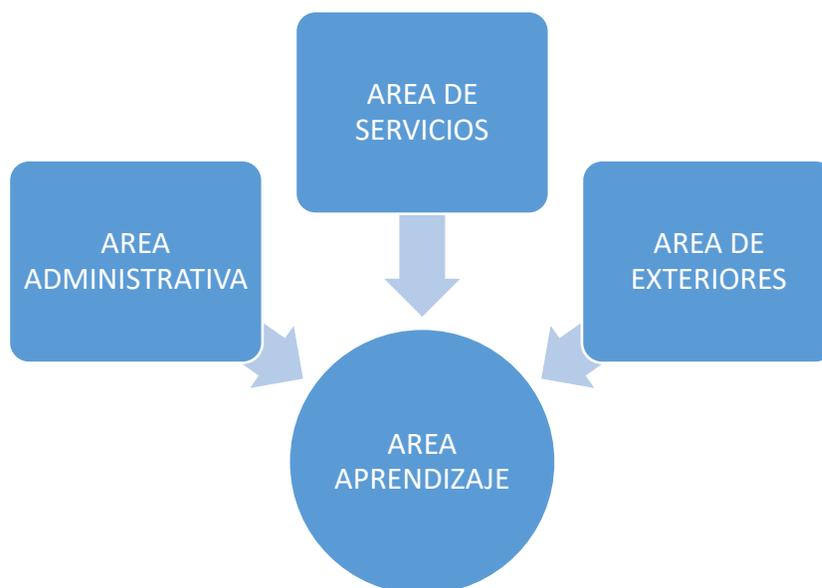
En base a la investigación histórica y al trabajo de campo pudimos evaluar los espacios y ambientes que cumplirán con las necesidades turísticas y culturales del Municipio de Uriondo.

Desde la perspectiva cultural del Municipio necesitamos que nuestro equipamiento cumpla con las necesidades turísticas, necesitaremos un área de alojamiento u hospedaje que deberá contar con dormitorios para descanso, estar y necesidades fisiológicas. Además de una cafetería o en este caso un restaurante en donde los usuarios pueda cumplir sus necesidades alimenticias.

Se necesitará de una administración en donde se llevará un control financiero y administrativo de todo el Complejo.

Ya que la recreación activa y pasiva es un factor importante para el desarrollo del ser humano se contara con áreas verdes, espacios destinados para plazas y recreación.

Se dividirá por Áreas que son las sgtes:



Cada módulo dentro del Complejo se dividirá en diferentes áreas o ambiente:

- **ÁREA HOTEL**

1. Recepción
2. Administración
3. Habitaciones
4. Servicios Sanitarios
5. Área de Planchado y Lavado
6. Tienda de Souvenirs
7. Sala de Uso Múltiple
8. Cabinas Telefónicas

- **ÁREA RESTAURANTE**

1. Bar de Vinos
2. Área de mesas
3. Cocina
4. Servicios Sanitarios
5. Cafetería

- **SPA**

1. Recepción
2. Sala de Vinoterapia
3. Sala de masajes
4. Gimnasio
5. Sauna seco y vapor
6. Servicios Sanitarios
7. Vestuarios
8. Administración
9. Sala de Reuniones del Complejo

- **ÁREA APRENDIZAJE**

1. Recepción
2. Administración General del Complejo
3. Servicios Sanitarios
4. Vinoteca y Ventas
5. Área de Exposiciones
6. Salas de Aprendizaje ( Cateo)
7. Sala Audiovisual

- **ÁREA DE RECREACIÓN (EXTERIORES)**

1. Estacionamiento
2. Áreas Verdes
3. Piscina
4. Recorridos Peatonales
5. Parque Infantil
6. Plazas o Áreas de Reunión
7. Pasarelas
8. Mirador

## 6.2. DIAGRAMAS DE MATRICES

### ADMINISTRACIÓN Y ÁREA CULTURAL

MATRIZ DE RELACIONES

RELACIÓN DIRECTA	●
RELACIÓN INDIRECTA	○
NINGUNA RELACIÓN	



DIAGRAMA DE RELACIONES

RELACIÓN DIRECTA	——
RELACIÓN INDIRECTA	- - - -

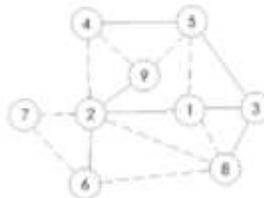


DIAGRAMA DE FLUJOS

FLUJO ACTIVO	~~~~
FLUJO PASIVO	——



### ÁREA APRENDIZAJE

COMPLEJO ENOTURÍSTICO EN EL VALLE DE LA CONCEPCIÓN

MATRIZ DE RELACIONES

RELACIÓN DIRECTA	●
RELACIÓN INDIRECTA	○
NINGUNA RELACIÓN	



DIAGRAMA DE RELACIONES

RELACIÓN DIRECTA	————
RELACIÓN INDIRECTA	- - - - -

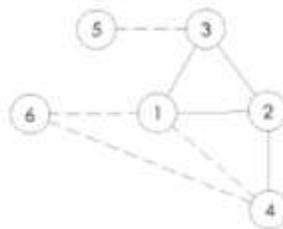
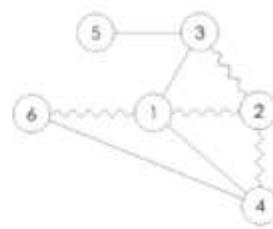


DIAGRAMA DE FLUJOS

FLUJO ACTIVO	~~~~~
FLUJO PASIVO	————



HOSPEDAJE

MATRIZ DE RELACIONES

RELACIÓN DIRECTA	●
RELACIÓN INDIRECTA	○
NINGUNA RELACIÓN	



DIAGRAMA DE RELACIONES

RELACIÓN DIRECTA	————
RELACIÓN INDIRECTA	- - - - -

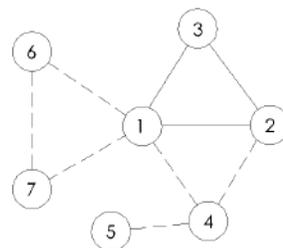
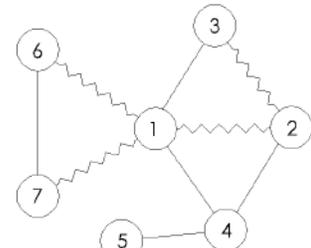


DIAGRAMA DE FLUJOS

FLUJO ACTIVO	~~~~~
FLUJO PASIVO	————



RESTAURANTE

MATRIZ DE RELACIONES

RELACIÓN DIRECTA	●
RELACIÓN INDIRECTA	○
NINGUNA RELACIÓN	



DIAGRAMA DE RELACIONES

RELACIÓN DIRECTA	————
RELACIÓN INDIRECTA	- - - - -

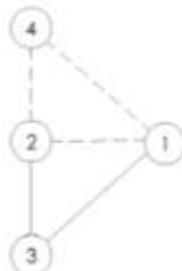
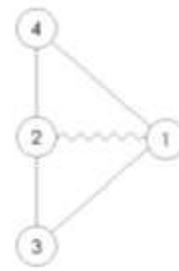


DIAGRAMA DE FLUJOS

FLUJO ACTIVO	~~~~~
FLUJO PASIVO	————



AREA EXTERIOR

MATRÍZ DE RELACIONES

RELACIÓN DIRECTA	●
RELACIÓN INDIRECTA	○
NINGUNA RELACIÓN	



DIAGRAMA DE RELACIONES

RELACIÓN DIRECTA	—
RELACIÓN INDIRECTA	- - - -

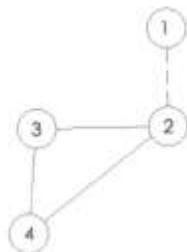
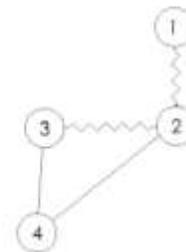


DIAGRAMA DE FLUJOS

FLUJO ACTIVO	~~~~~
FLUJO PASIVO	—



### 6.3. CUALIFICACION DE LAS AREAS, SECTORES Y AMBIENTES

DENOMINACION	CARACTERISTICAS
<b>SECTOR ADMINISTRATIVO</b>	
Oficina Gerente/Sanitario Privado	El Sector Administrativo es el que va a llevar a cabo la política y administración del Complejo. Es el sector Privado del Complejo. Con visuales al entorno Natural.
Sala de Reuniones	
Oficinas	
Sanitarios( Hombres y Mujeres)	
<b>SECTOR SOCIAL</b>	
Hall de Acceso	El Hall de Acceso al Complejo es un Sector amplio en el cual a partir de este se podrán llegar al resto de los sectores(social, cultural, administrativo, etc)
Recepción	
Sala de Espera	
Sanitarios	
Comedor (Restaurant)	Comedor de grandes dimensiones y buenas vistas. Relación directa con el entorno mediante cerramientos
Salón de Lectura	
Sala de Juegos	

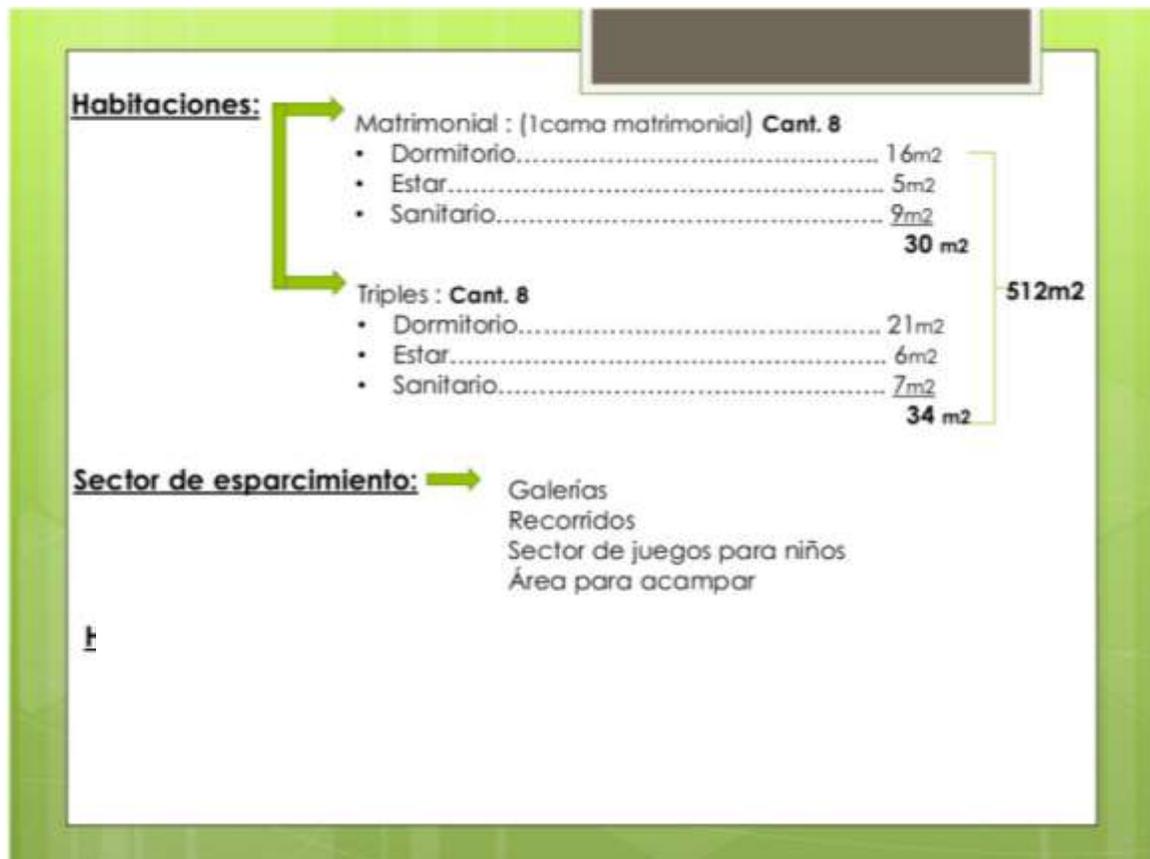
<b>Sanitarios ( H y M)</b>	<b>flexibles.</b> <b>Salón de Lectura y Sala de Juegos para uso exclusivo para los huéspedes del Complejo. Ámbito tranquilo con abundante entrada de luz Natural.</b> <b>Sala de Juegos con conexión continúa al exterior y equipamientos para el entretenimiento.</b>
<b>SPA</b>	<b>Sector de Relajación que también contara con buenas visuales y así generar espacios en contacto con la naturaleza.</b>
<b>Sauna</b>	
<b>Sala de Masajes</b>	
<b>Jacuzzi</b>	
<b>Sanitarios/ Vestidores</b>	<b>Relación directa con el medio ambiente.</b> <b>Sanitarios para Hombres y Mujeres por separado con vestuarios.</b>
<b>HOTEL</b>	<b>Participación del paisaje en el entorno. Importante relación interior-exterior mediante cerramientos flexibles.</b> <b>Flexibilidad en algunas de las mismas, pudiendo así ampliar e interconectar los espacios.</b>
<b>Habitaciones</b>	
<b>Sanitarios</b>	
<b>ÁREA APRENDIZAJE</b>	

<b>Salas de Exposiciones</b>	<b>Espacios en forma de recorridos con estares ocasionales. Donde se podrá asistir a exposiciones o presentaciones donde los huéspedes podrán informarse del lugar.</b>
<b>ESTACIONAMIENTO</b>	<b>Ubicados en sectores estratégicos y de fácil acceso tanto para los huéspedes como para el personal del Complejo.</b>
<b>SECTOR DE ESPARCIMIENTO</b>	
<b>Recorridos</b>	<b>Con espacios para el disfrute al aire libre.</b>
<b>Sector de Juegos para Niños</b>	
<b>Piscina</b>	

#### **6.4. PROGRAMA ARQUITECTÓNICO Y BALANCE DE SUPERFICIES**

<b>COMPLEJO ENOTURÍSTICO</b>	
<b>Hall de acceso:</b>	Hall de acceso semicubierto:.....12m <sup>2</sup> Hall de acceso.....30m <sup>2</sup> Recepción:.....17m <sup>2</sup> Área de espera:.....8m <sup>2</sup> Sanitarios:.....40m <sup>2</sup> <b>107m<sup>2</sup></b>
<b>Sector administrativo:</b>	Oficina del gerente:.....14m <sup>2</sup> Oficinas:.....30m <sup>2</sup> Sala de reuniones:.....35m <sup>2</sup> <b>79m<sup>2</sup></b>
<b>Sector publico:</b>	Comedor:.....120m <sup>2</sup> Salón de lectura:.....25m <sup>2</sup> Sala de juegos:.....35m <sup>2</sup> <b>180m<sup>2</sup></b>

<b>Sector de servicios:</b>	Cocina:.....30m <sup>2</sup> Despensa:.....10m <sup>2</sup> Lavadero:.....15m <sup>2</sup> Tendedero:.....5m <sup>2</sup> Deposito de mantenimiento:.....60m <sup>2</sup> <b>120m<sup>2</sup></b>
<b>SPA:</b>	Recepción:.....12m <sup>2</sup> Sauna:.....8m <sup>2</sup> Sala de masajes:.....6m <sup>2</sup> Jacuzzi: c/ vestidores.....30m <sup>2</sup> Sanitarios:.....6m <sup>2</sup> Vestidores.....5m <sup>2</sup> <b>67m<sup>2</sup></b>
<b>Sector cultural:</b>	Salas de exposiciones: <b>Cant. 4</b> ..... <b>30m<sup>2</sup> c/u</b>
<b>Estacionamiento:</b>	Autos particulares y de visita: 19 autos.....237.5 m <sup>2</sup> Estacionamiento auto del personal: 8 autos .....100 m <sup>2</sup> <b>337.5m<sup>2</sup></b>



## 6.5. ORGANIGRAMA GENERAL

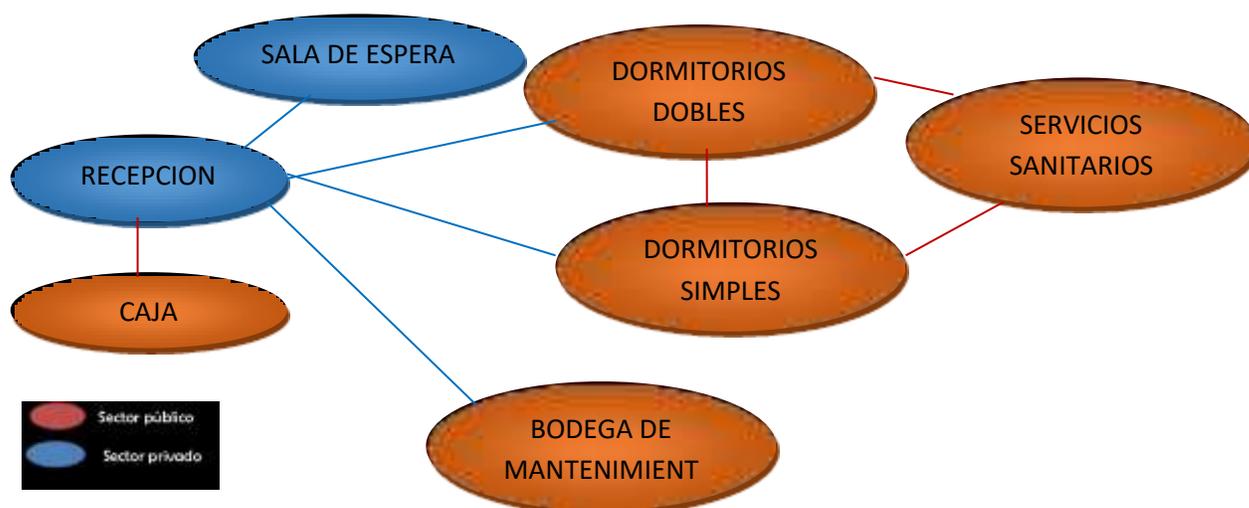
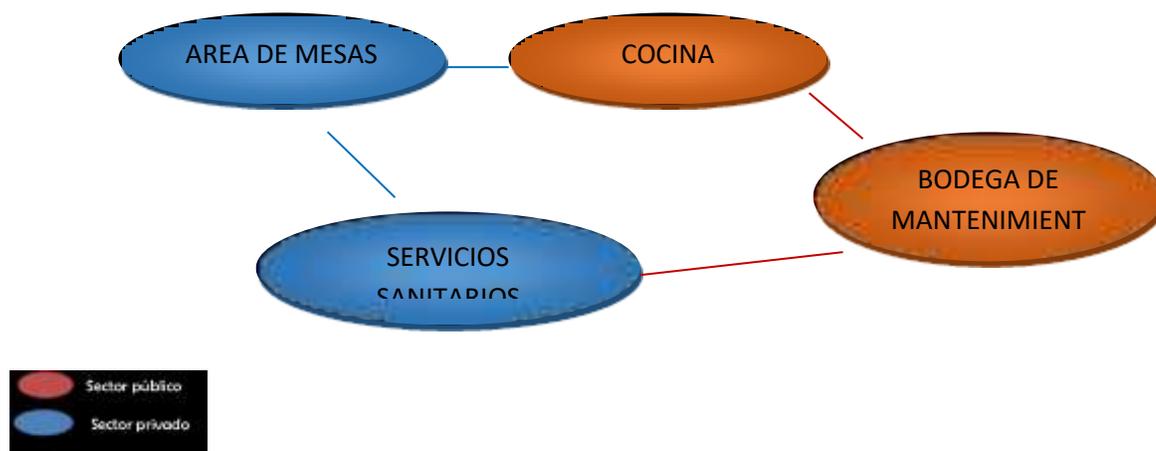


### 6.6. ORGANIGRAMAS ESPECIFICOS

#### ADMINISTRACION



#### AREA DE SERVICIOS

**HOSPEDAJE****RESTAURANTE****SPA**



### AREA APRENDIZAJE

#### GALERÍA



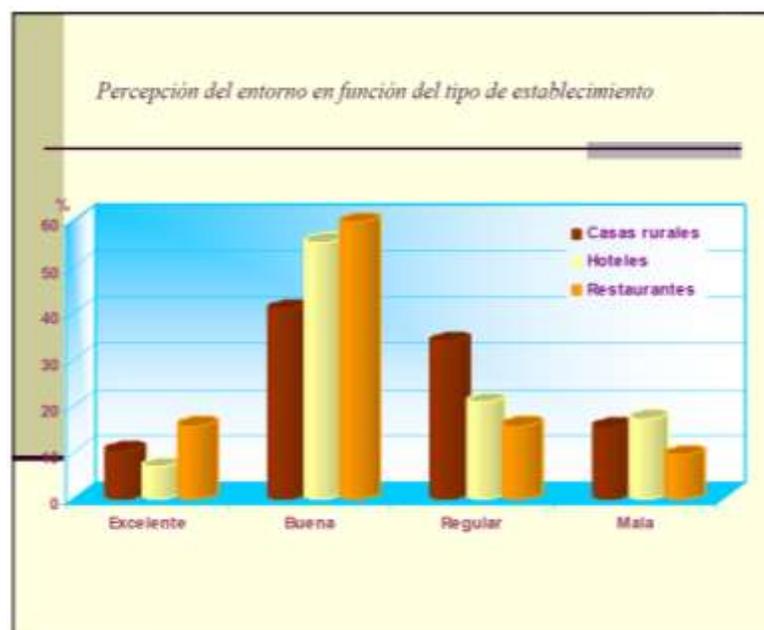
### AREA DE EXTERIORES



### 6.7. ANÁLISIS DE IMPACTO URBANO

*Impactos positivos*

- Revalorización del patrimonio rural
- Asentamiento de la población en el medio rural.
- Creación de infraestructuras y de servicios de proximidad
- Aumento de la calidad de los servicios de conservación del Entorno
- Valorización de los paisajes y mejora de su conservación y recuperación.
- Sensibilización de la población local y empresarios con el medio ambiente y vinculación con los productos turísticos.
- Generación de nuevas fuentes de ingresos y de empleo para los habitantes locales. Formación de la ciudadanía y mejora de la educación ambiental

**6.8. DIMENSIONAMIENTO DEL PROYECTO EN RELACIÓN A LA**

## CARGA AMBIENTAL

Basándonos en que la Capacidad de Carga Turística es una modalidad específica de la Capacidad de Carga Ambiental, presentamos estas definiciones:

<b>Capacidad de Carga Ambiental:</b>	"Es la capacidad de un ecosistema para sustentar organismos sanos y mantener al mismo tiempo su productividad, adaptabilidad y capacidad de renovación. En otras palabras, la capacidad de carga es el nivel de umbral de la actividad humana por encima de la cual sobrevendrá el deterioro ambiental de la base de recursos". (Wolters, 1991).
<b>Capacidad de Carga Turística:</b>	"Se refiere al nivel máximo de uso de visitantes e infraestructura correspondiente que un área puede soportar, sin que se provoquen efectos en detrimento de los recursos y se disminuya el grado de satisfacción del visitante, o se ejerza un impacto adverso sobre la sociedad, la economía o la cultura de un área". (McIntyre, 1993).

Para establecer un valor aproximado de los turistas a los que se dirigirá el Complejo Turístico se deberán analizar algunos detalles de carácter funcional, que nos darán la pauta para poder determinar un aproximado de la capacidad óptima del complejo, por lo que clasificaremos a los usuarios en:

- A) Usuarios Locales: los turistas nacionales y excursionistas.
- B) Usuarios Extranjeros: los turistas étnicos, regionales e internacionales

Al pretender definir la capacidad para el complejo turístico a desarrollar, es importante considerar que los proyectos turísticos no solo deberán basarse en la deducción del número de turistas visitantes ya que los proyectos llevan la finalidad no solo de visita sino también de permanencia en la zona, además deberán emplearse criterios de peso como son el clima y la economía, de los cuales dependerá la rentabilidad y el éxito del proyecto.

Por lo anteriormente expuesto es necesario definir la capacidad de carga real del proyecto la cual está definida por el número de visitas de acuerdo a la capacidad de Carga Física del terreno, luego de someterla a factores de corrección y de aplicación válida en el proyecto.

Las dimensiones del proyecto están en función de la demanda de servicios; creación de infraestructura turística, ambientación y recreación de nuevos espacios arquitectónicos

**Área total del terreno (100%) = 14077.50 m<sup>2</sup>.**

**Área potencial para ser desarrollada (60%)= 8446.5 m<sup>2</sup>.**

**Área de conservación natural (40%) = 5631 m<sup>2</sup>.**

**Área útil a desarrollar (40% del potencial) = 3378.6 m<sup>2</sup>**

Se determinará la capacidad de carga del Complejo turístico utilizando un modelo teórico, utilizado por El Ministerio de Turismo; con el fin de lograr una mejor calidad de servicios a turistas y la conservación del medio ambiente. El estándar define entre 10 m<sup>2</sup> y 15 m<sup>2</sup> por persona, en sitios de costa según el MITUR.

**Utilizando el estándar mínimo de 10 m<sup>2</sup> por persona se tiene:**

**Capacidad máxima= Dimensión del área útil / Estándar mínimo m<sup>2</sup> por persona**

Capacidad máxima=3378.6 m<sup>2</sup> / 10 m<sup>2</sup> por persona

Capacidad máxima= 337.86 personas

Donde:

**Índice de rotación =Tiempo de apertura / Tiempo promedio**

Índice de rotación =12 horas / 6 horas

Índice de rotación = 2.00

**Capacidad de carga física= Capacidad máxima x índice de rotación**

Capacidad de carga física = 337.86 personas x 2.00

Capacidad de Carga física = 675.72 personas

Entonces:

**Coefficiente de reducción=horas de uso efectivo / horas de apertura**

Coefficiente de reducción=6 /12

Coefficiente de reducción= 0.5

**Capacidad de uso efectivo diario=capacidad de carga física x coeficiente de reducción**

Capacidad de uso efectivo diario=675.72 x 0.5

Capacidad efectiva diaria = 337.86 personas.

**Utilizando el estándar máximo de 15 m<sup>2</sup> por persona se tiene:**

**Capacidad máxima= Dimensión del área útil / Estándar máximo m<sup>2</sup> por persona**

Capacidad máxima: 3378.6 m<sup>2</sup> /15 m<sup>2</sup> por persona

Capacidad máxima: 225.24 personas

Donde:

**Índice de rotación =Tiempo de apertura / Tiempo promedio**

Índice de rotación =12 horas / 6 horas

Índice de rotación = 2.00

**Capacidad de carga física = Capacidad máxima x índice de rotación**

Capacidad de Carga Física = 225.24 personas x 2.00

Capacidad de carga física = 450.48 personas

Entonces:

**Coefficiente de reducción=horas de uso efectivo / horas de apertura**

Coefficiente de reducción=6 /12

Coefficiente de reducción= 0.5

**Capacidad de uso efectivo diario=cap.de vist.diarios x coeficiente de reducción**

Capacidad de uso efectivo diario= 450.48 x 0.5

Capacidad de uso efectivo diario = 225.24 personas

**Al tomar un promedio de la capacidad efectiva diaria promedio tenemos:**

Capacidad efectiva promedio diaria:  $(337.86 + 225.24) / 2$

**Capacidad efectiva promedio diaria: 281.55 personas**

Capacidad efectiva al año: 281.55 personas x 360 días

Capacidad efectiva al año: 101358 personas

La Capacidad efectiva diaria que podría soportar el terreno según su capacidad de carga física sería de 281.55 personas turistas diarios en el Complejo.

## 6.9. ANTROPOMETRÍA Y ERGONOMETRÍA

### 6.9.1. ANTROPOMETRÍAS.

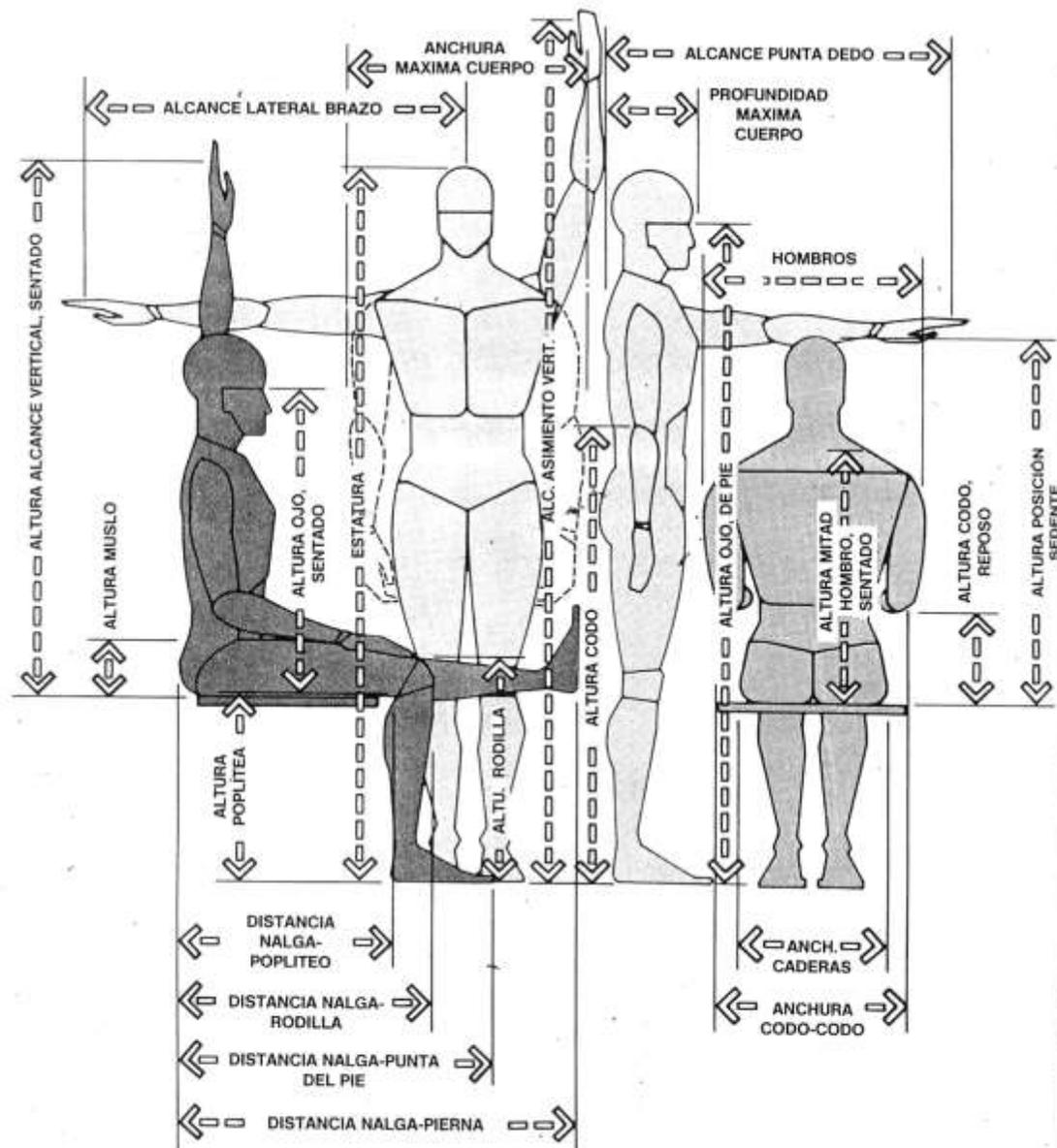
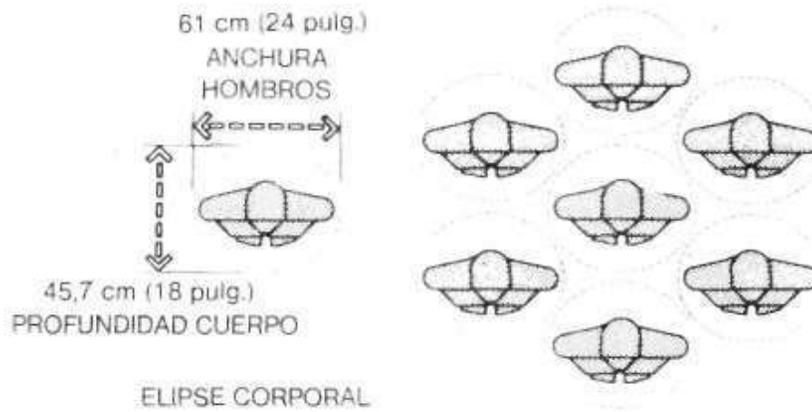
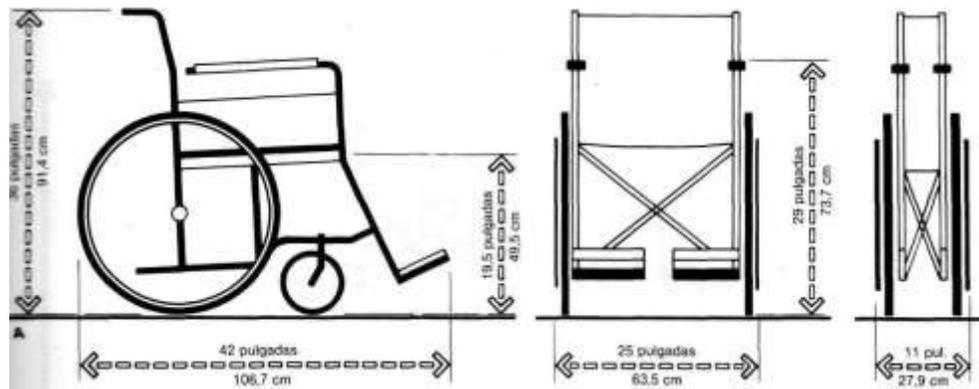


Fig. 1-7. Dimensiones humanas de mayor uso para el diseñador de espacios interiores.

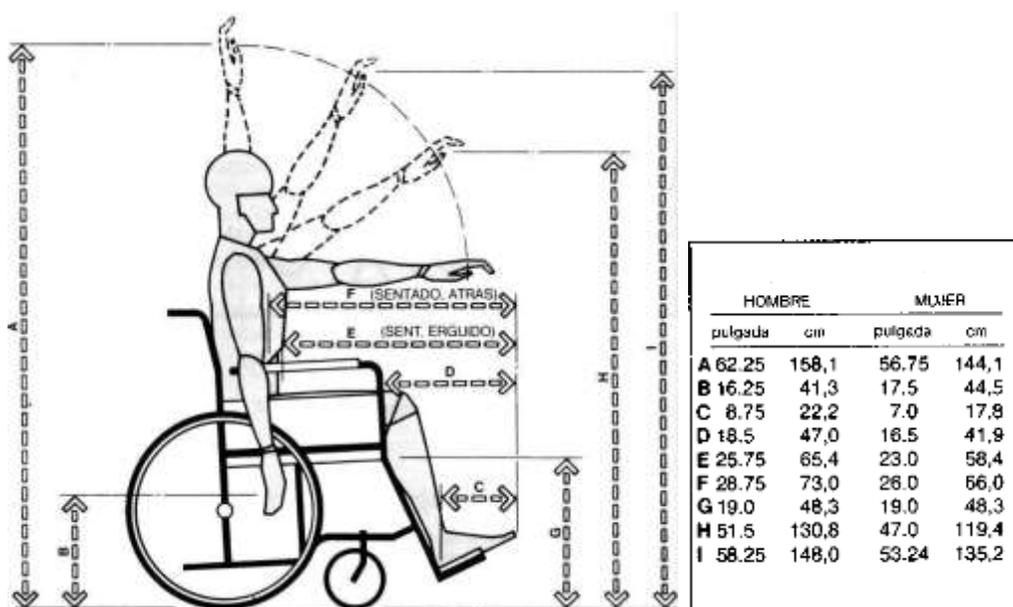
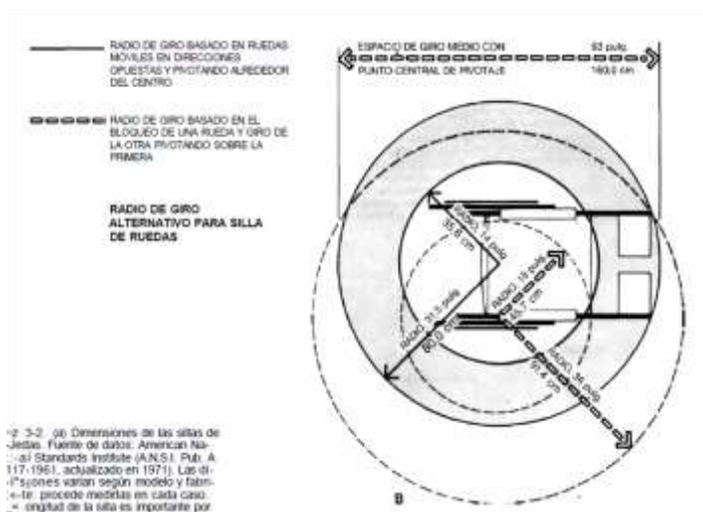
- **Personas en movimiento**



- **Personas con silla de ruedas**

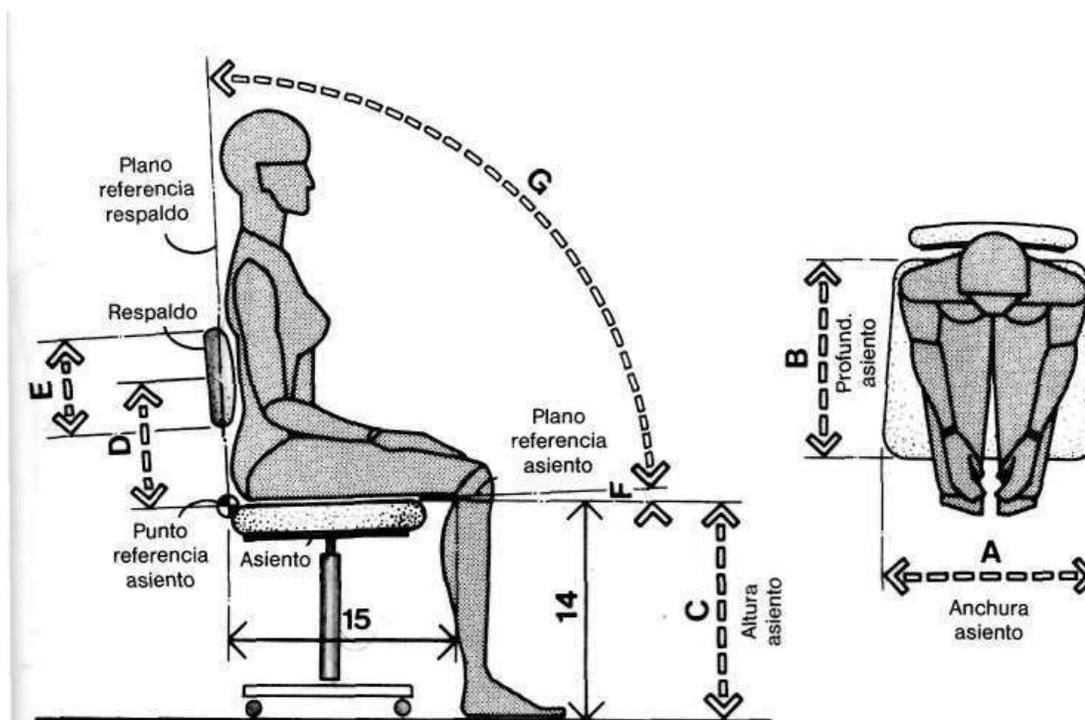


COMPLEJO ENOTURÍSTICO EN EL VALLE DE LA CONCEPCIÓN



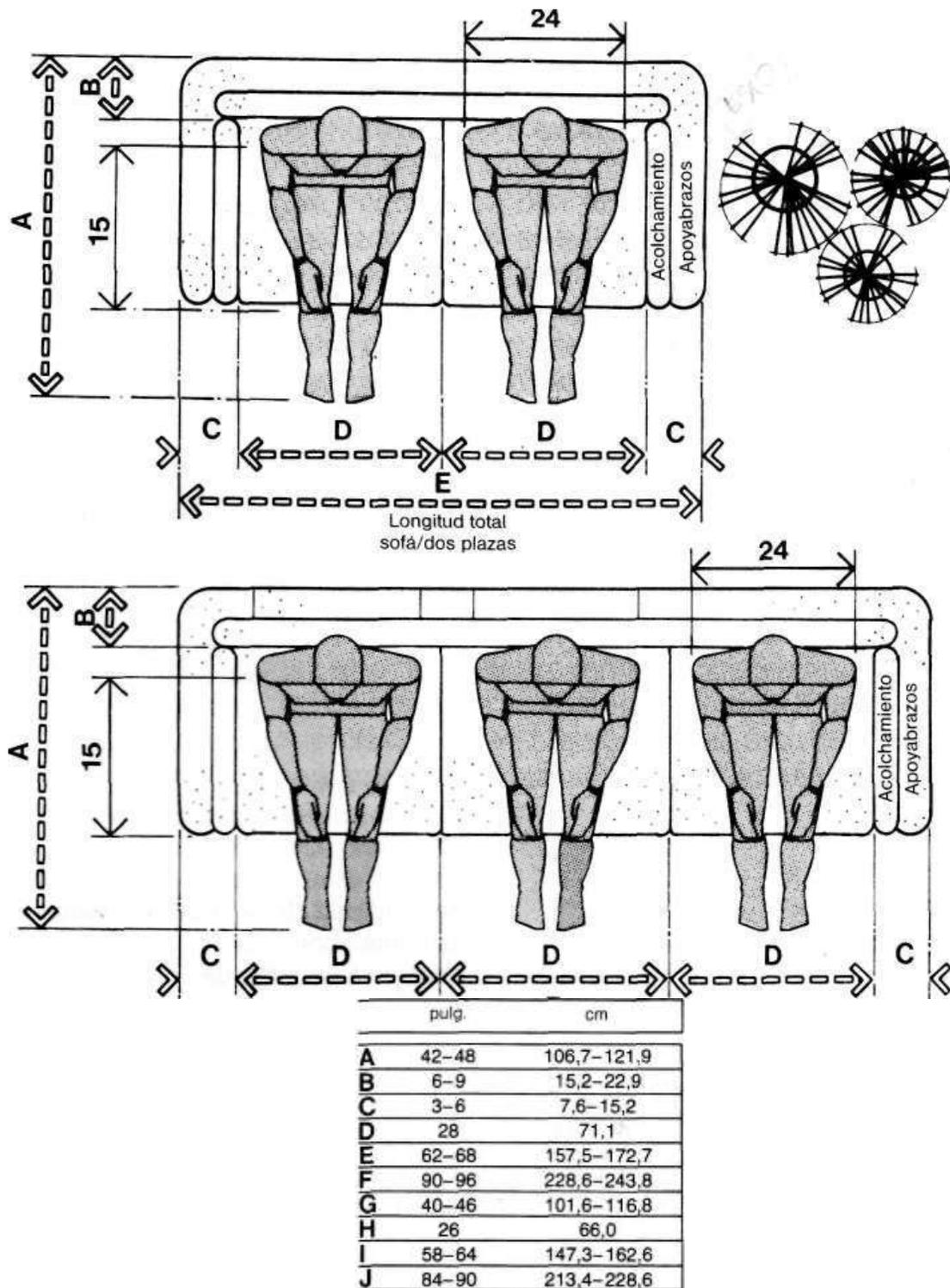
### **6.9.2. ERGONOMETRÍA.**

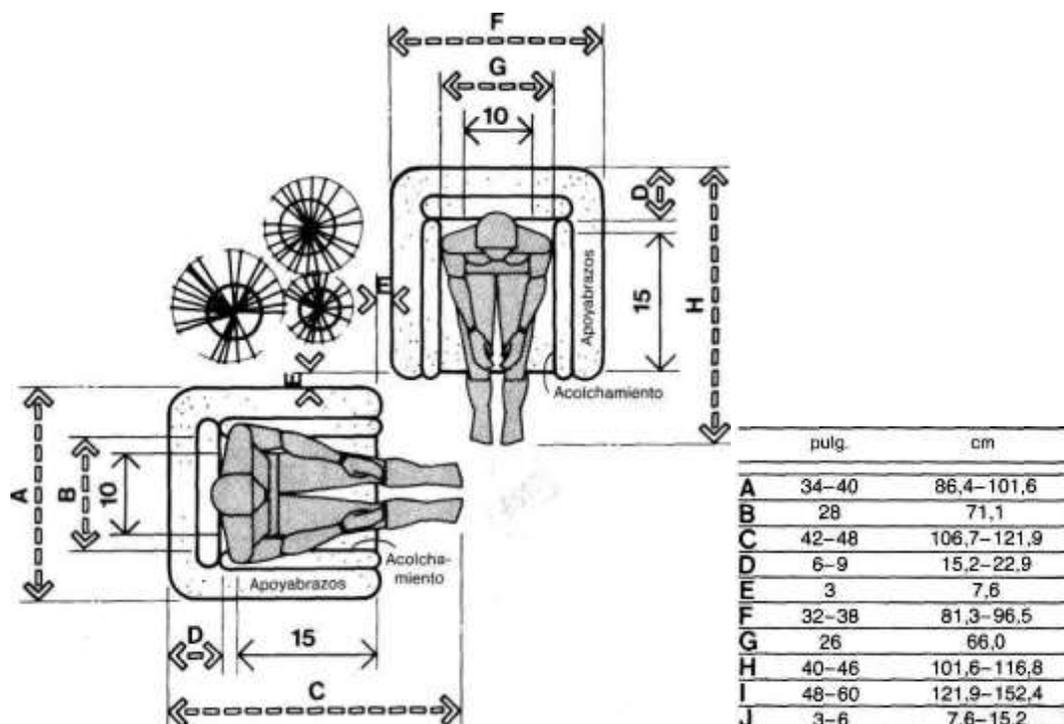
- **SILLA DE TRABAJO O SECRETARIA**



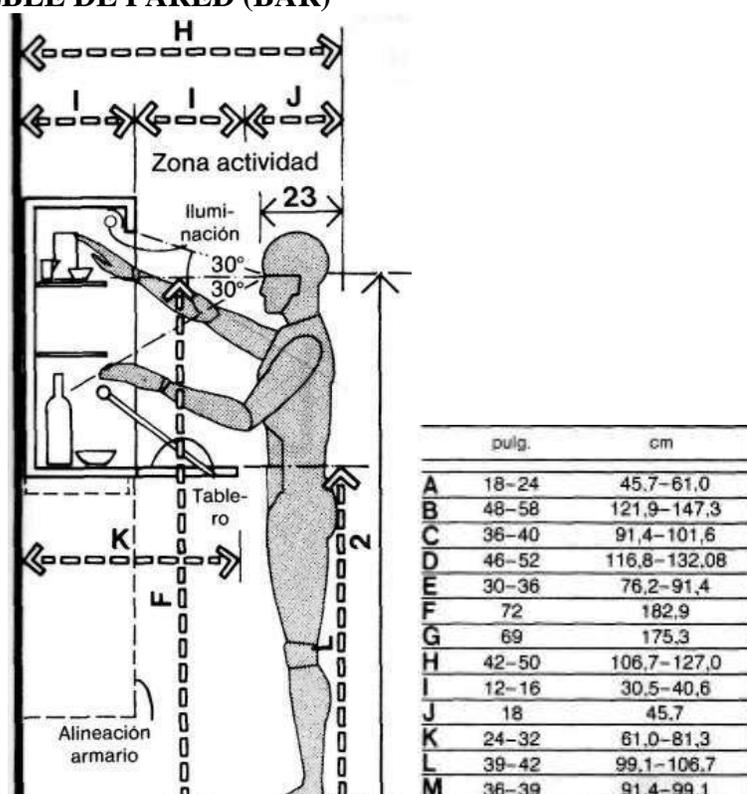
MEDIDAS CRÍTICAS DEL ASIENTO DE TRABAJO													
FUENTE	A		B		C		D		E		F		G
	ANCHURA		PROFUNDIDAD ASIENTO		ALTURA ASIENTO		HOLGURA ALTURA RESPALDO-SUPERF. ASIENTO		ALTURA RESPALDO		ÁNGULO INCLINACIÓN SUP. ASIENTO		ÁNGULO RESPALDO
	pulg.	cm	pulg.	cm	pulg.	cm	pulg.	cm	pulg.	cm	grados	grados	
1 CRONEY	17	43.2	13.5-15	33.6-38.1	14-19	35.6-48.2	5-7.5	12.7-19.0	4-8	10.2-20.3	0°-5° or 3°-5°		95°-115°
2 DIFFRIENT	16 min.	40.6	15-16	38.1-40.6	13.6-20.6	34.5-52.3	9-10	22.9-25.4	6-9	15.2-22.9	0°-5°		95°
3 DREYFUSS	15	38.1	12-15	30.5-38.1	15-18	38.1-45.7	7-11	17.8-27.9	5.1-8	12.9-20.3	0°-5°		95°-105°
4 GRANDJEAN	15.75	40.0	15.75	40.0	14.9-20.8	37.8-52.8			7.9-11.8	20-30	3°-5°		Adaptable
5 PANERO-ZELNIK	17-19	43.2-48.3	15.5-16	39.4-40.6	14-20	35.6-50.8	8-10	19.2-25.4	6-9	15.2-22.9	0°-5°		95°-105°
6 WOODSON-CONOVER	15	38.1	12-15	30.5-38.1	15-18	38.1-45.7	7-10	17.8-25.4	6-8	15.24-20.32	3°-5°		20°

- **ESPACIOS DE ESTAR**

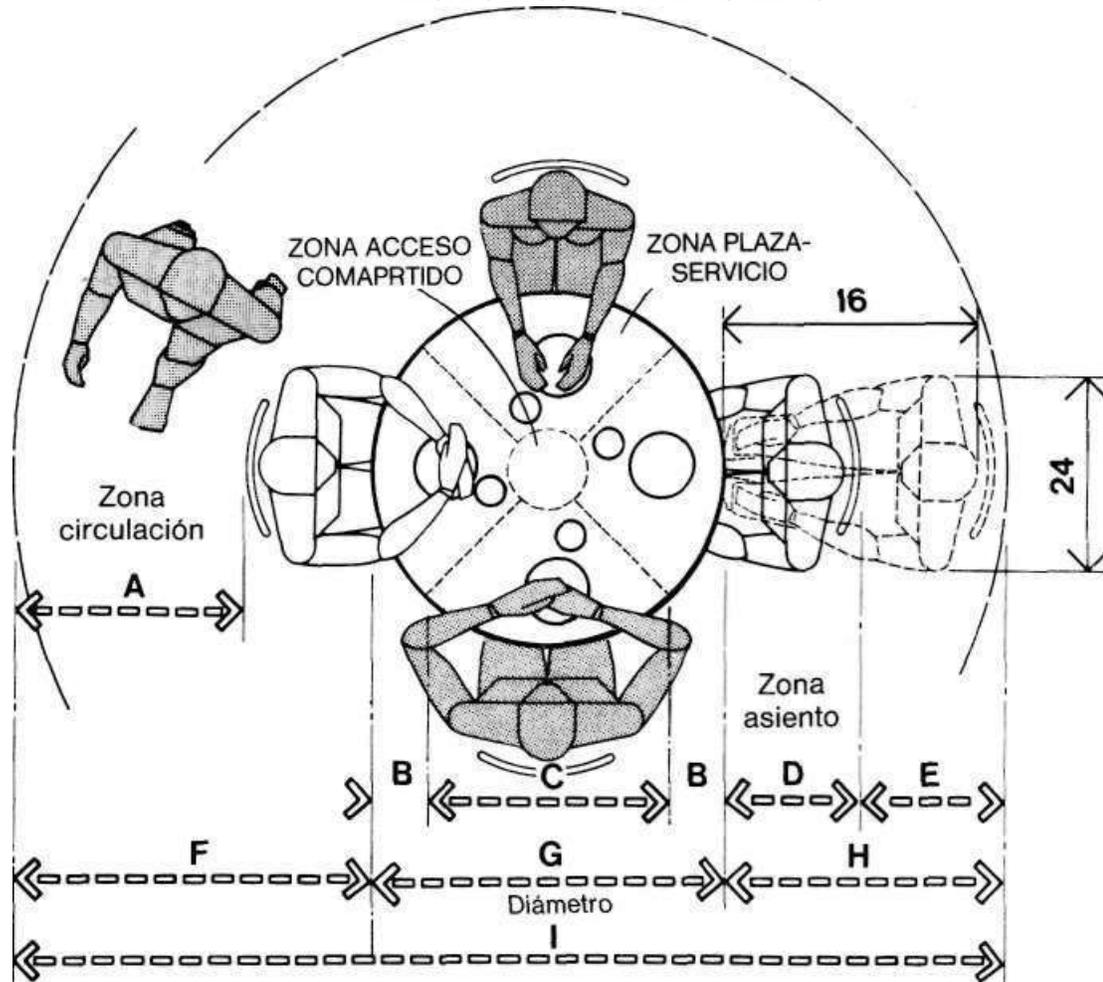




- MUEBLE DE PARED (BAR)

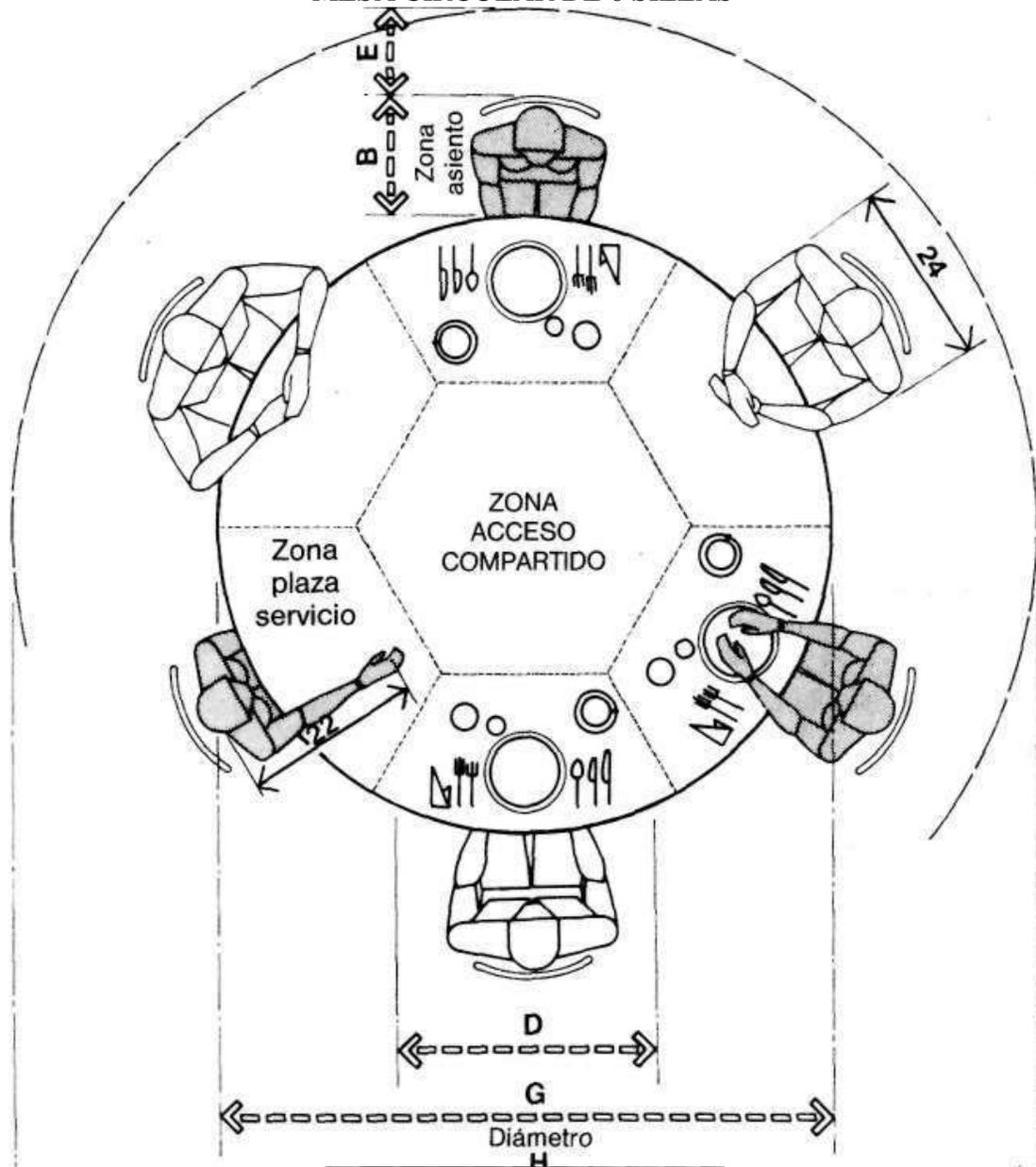


- **ESPACIOS PARA COMER (RESTAURANTE)**  
MESA CIRCULAR DE 4 SILLAS

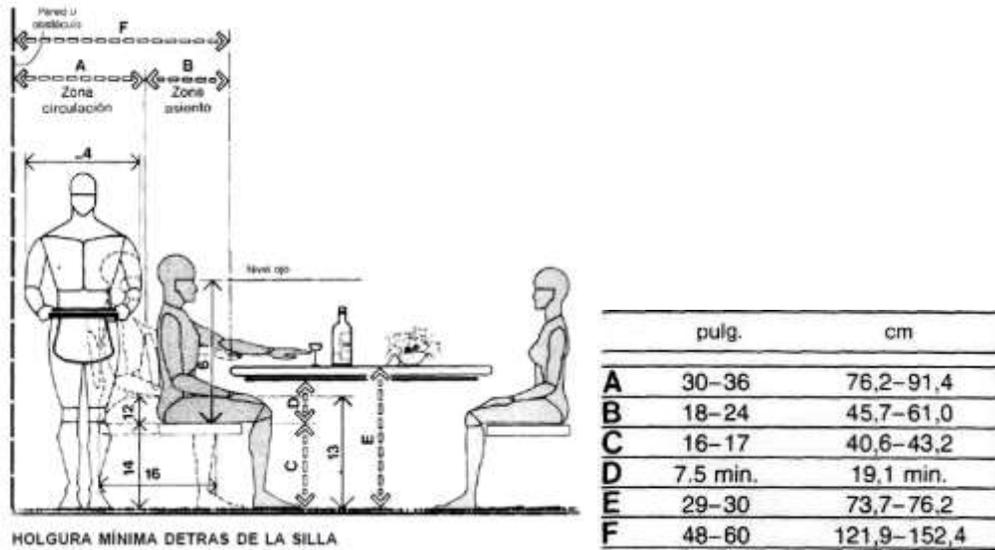


	pulg.	cm
<b>A</b>	30 min.	76,2 min.
<b>B</b>	6	15,2
<b>C</b>	24	61,0
<b>D</b>	18-24	45,7-61,0
<b>E</b>	12	30,5
<b>F</b>	48-54	121,9-137,2
<b>G</b>	36	91,4
<b>H</b>	30-36	76,2-91,4
<b>I</b>	114-126	289,6-320,0
<b>J</b>	84-96	213,4-243,8
<b>K</b>	48	121,9

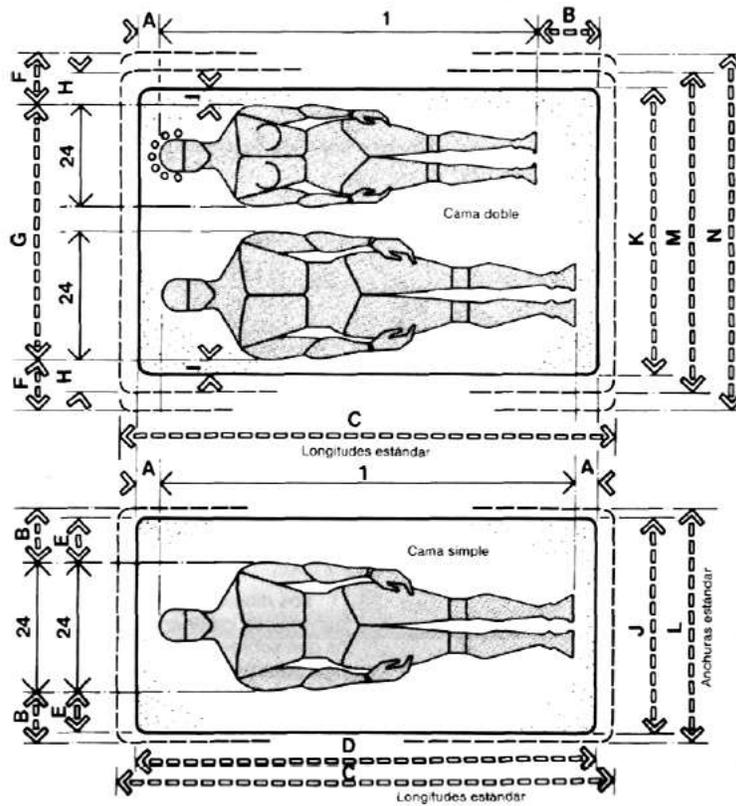
## MESA CIRCULAR DE 6 SILLAS



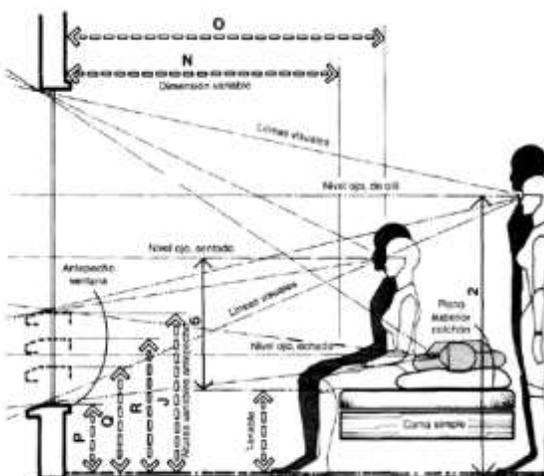
	pulg.	cm
A	96-108	243,8-274,3
B	18-24	45,7-61,0
C	60	152,4
D	30	76,2
E	12	30,5
F	30-36	76,2-91,4
G	72	182,9
H	132-144	335,3-365,8



• ESPACIOS PARA DORMIR (HOTEL)



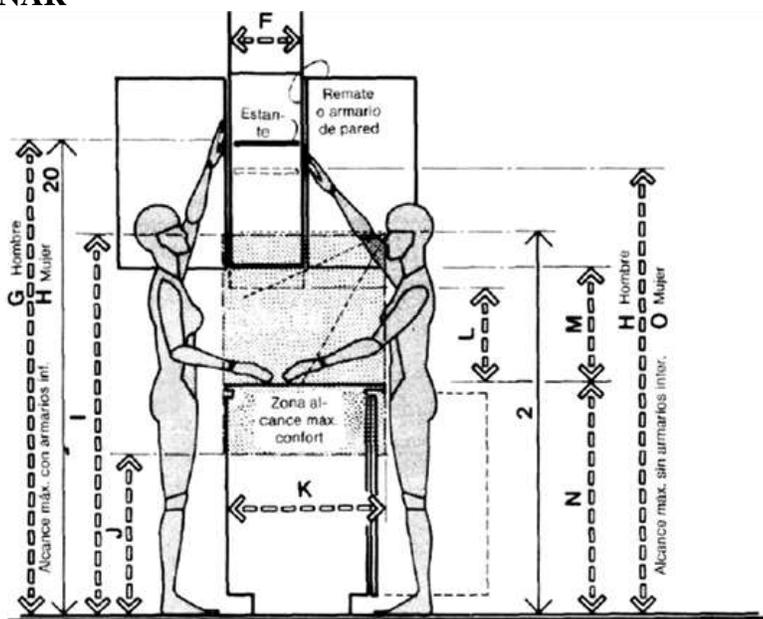
	pulg.	cm
A	2.5	6.4
B	7.5	19.1
C	84	213.4
D	78	196.1
E	6	15.2
F	7-8	17.8-20.3
G	44-46	111.8-116.8
H	4-5	10.2-12.7
I	1-2	2.5-5.1
J	36	91.4
K	48	121.9
L	39	99.1
M	54	137.2
N	60	152.4
O	70	177.8
P	16	40.6
Q	22	55.9
R	30	76.2



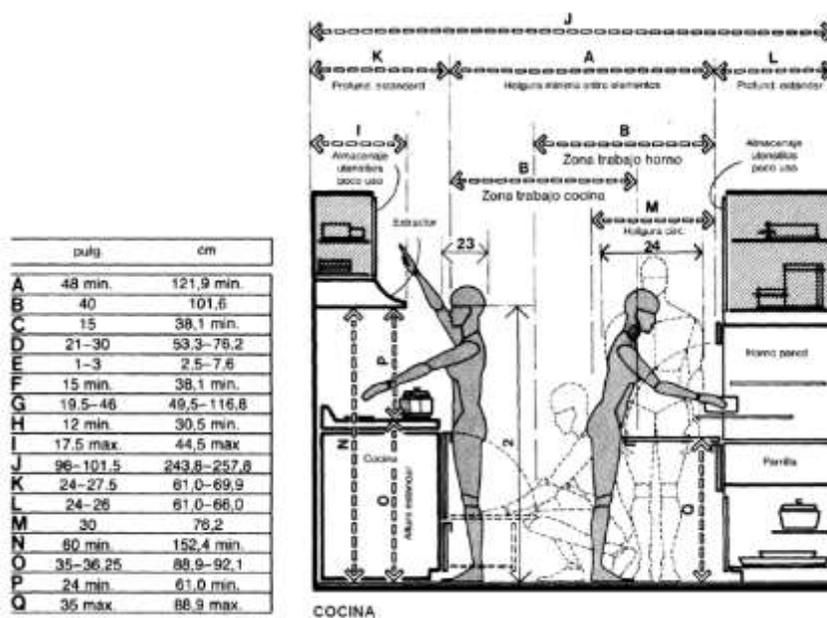
DORMITORIO/VISIÓN Y LÍNEAS VISUALES

• ESPACIOS PARA COCINAR

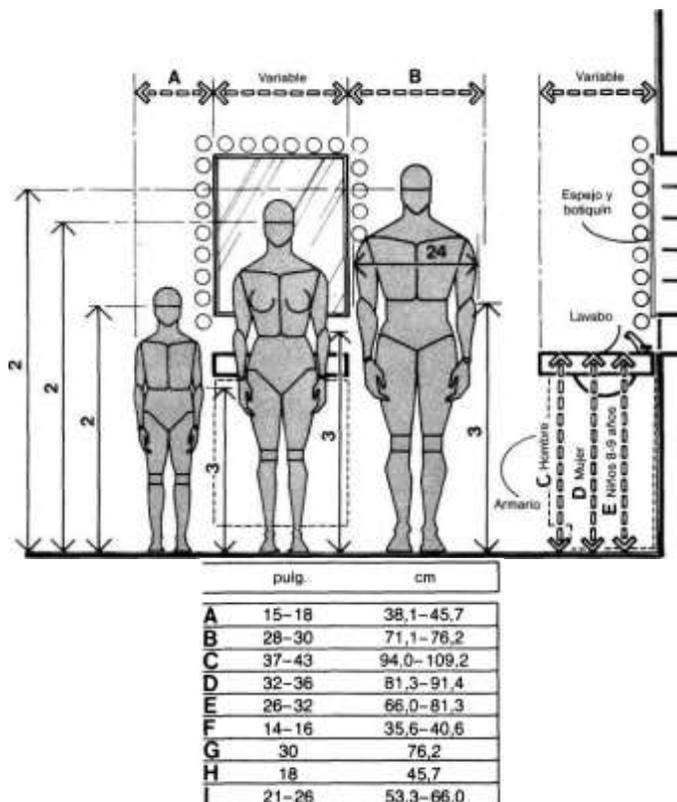
	pulg.	cm
A	60-66	152.4-167.6
B	48 min.	121.9 min.
C	24-30	61.0-76.2
D	36	91.4
E	48	121.9
F	12-13	30.5-33.0
G	76 max.	193.0 max.
H	72 max.	182.9 max.
I	59	149.9
J	25.5	64.8
K	24-26	61.0-66.0
L	15 min.	38.1 min.
M	18	45.7
N	35-36	88.9-91.4
O	69 max.	175.3 max.

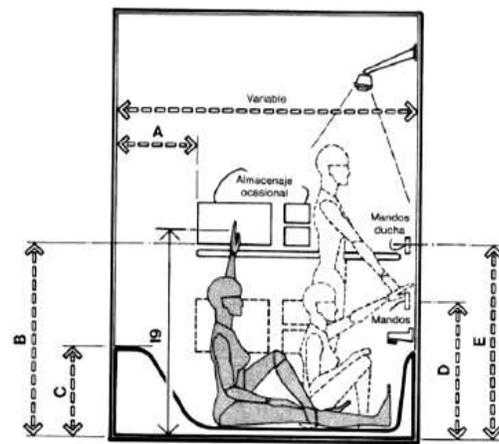


ALCANCE COMPARATIVO EN ARMARIOS DE COCINA

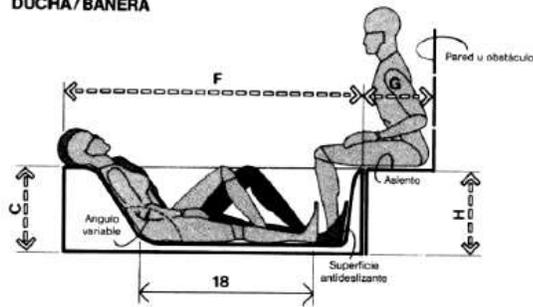


• BAÑOS



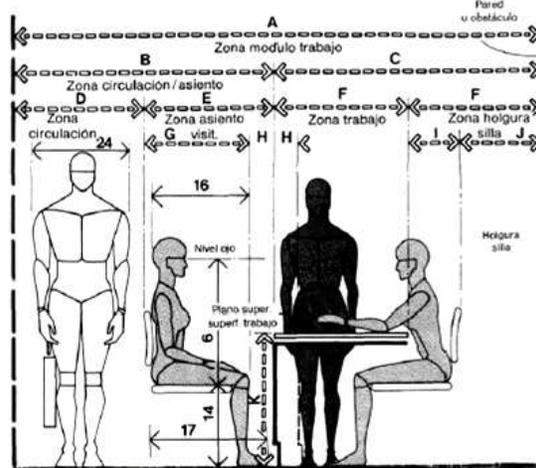


DUCHA/BAÑERA



	pulg.	cm
A	18-21	45,7-53,3
B	40	101,6
C	15-22	38,1-55,9
D	30-34	76,2-86,4
E	40-50	101,6-127,0
F	66	167,6
G	12 min.	30,5 min.
H	18 max.	45,7 max.
I	26-27	66,0-68,6
J	40-44	101,6-111,8
K	66-70	167,6-177,8
L	56-60	142,2-152,4

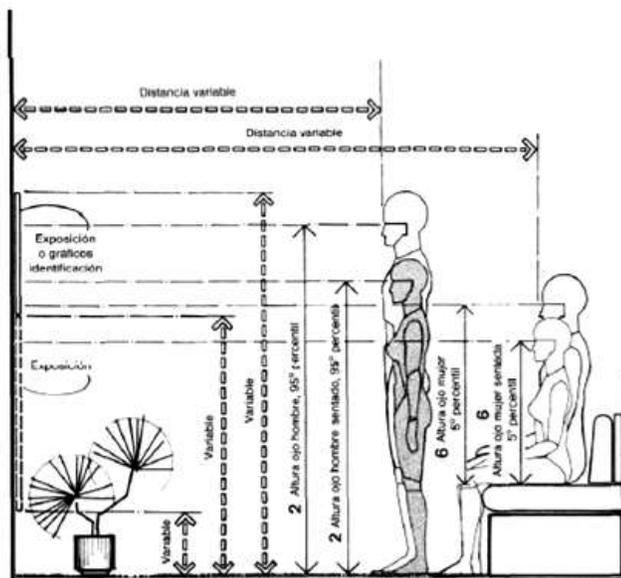
• OFICINAS



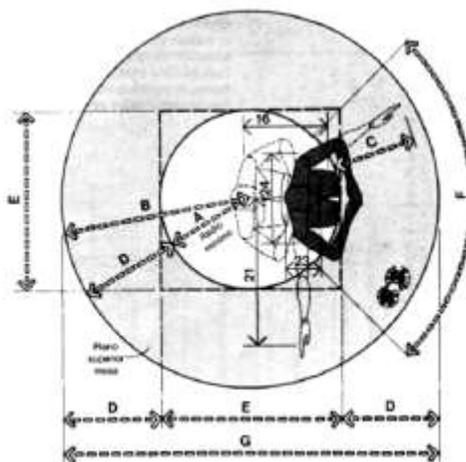
MODULO BÁSICO DE TRABAJO CON ASIENTO DE VISITANTE Y CIRCULACIÓN

	pulg.	cm
A	126-150	320,0-381,0
B	66-78	167,6-198,1
C	60-72	152,4-182,9
D	36	91,4
E	30-42	76,2-106,7
F	30-36	76,2-91,4
G	24-30	61,0-76,2
H	6-12	15,2-30,5
I	12-16	30,5-40,6
J	18-20	45,7-50,8
K	29-30	73,7-76,2
L	120-132	304,8-335,3
M	60	152,4

- **ESPACIOS DE RECEPCIÓN**

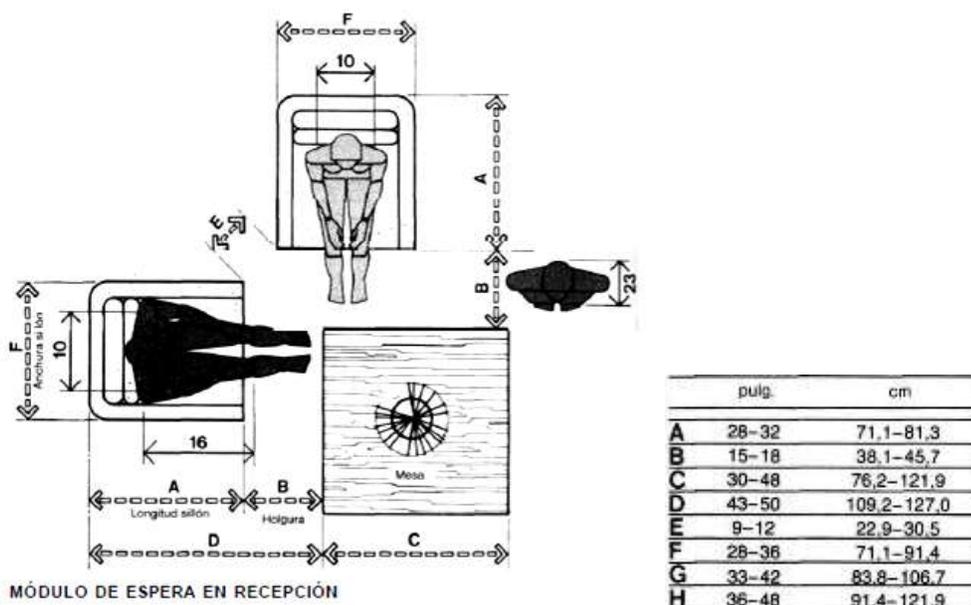


EXPOSICIÓN/RELACIONES VISUALES

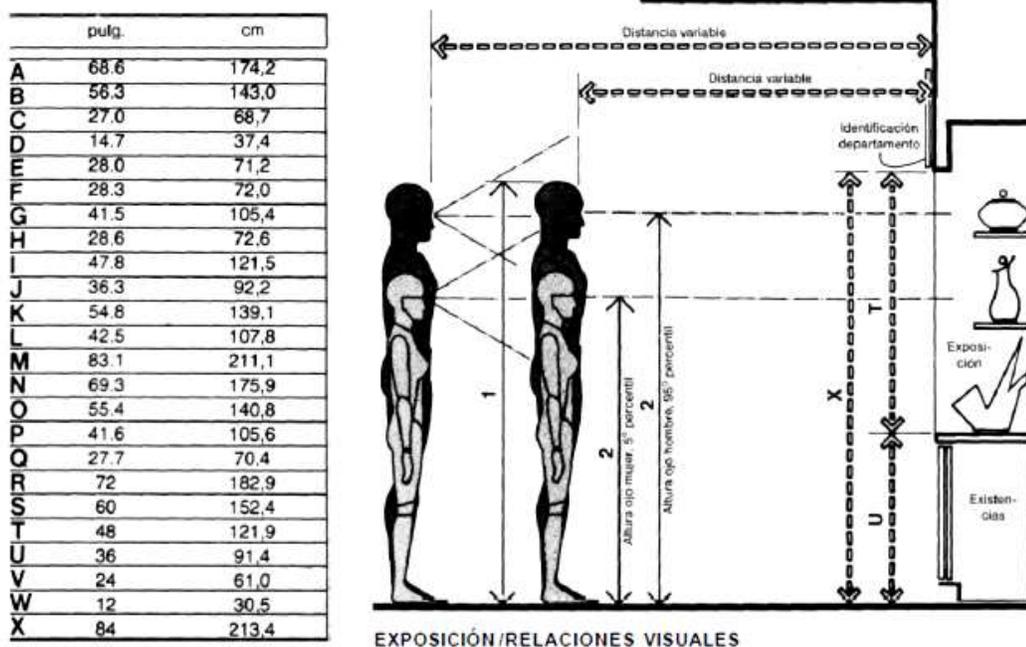


MÓDULO CIRCULAR DE RECEPCIÓN

	pulg.	cm
<b>A</b>	22	55,9
<b>B</b>	46-52	116,8-132,1
<b>C</b>	18-22	45,7-55,9
<b>D</b>	24-30	61,0-76,2
<b>E</b>	44	111,8
<b>F</b>	76	193,0
<b>G</b>	92-104	233,7-264,2

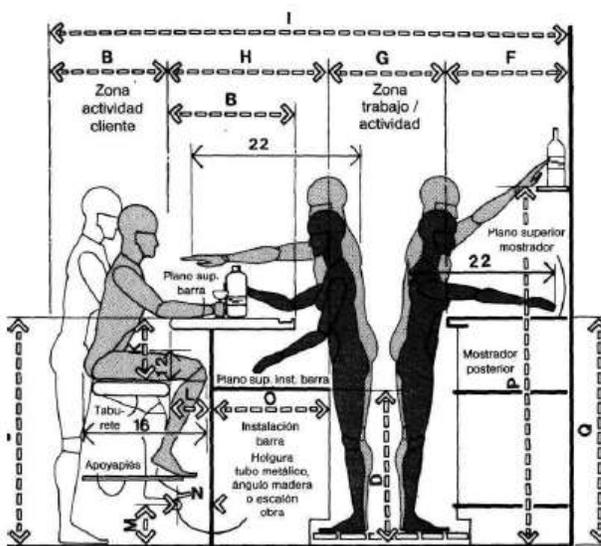


• ESPACIOS DE VENTA



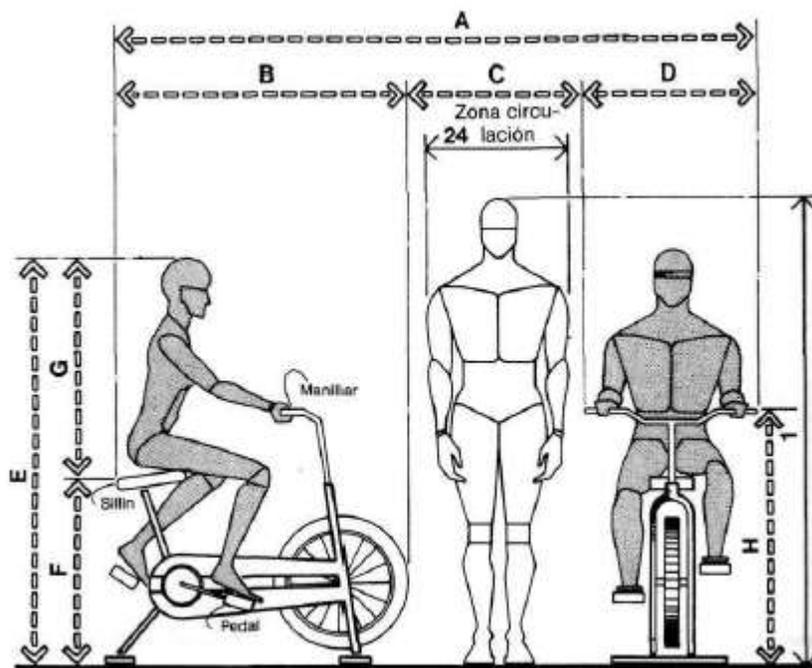
• BAR

	pulg.	cm
A	54	137,2
B	18-24	45,7-61,0
C	24	61,0
D	30	76,2
E	16-18	40,6-45,7
F	24-30	61,0-76,2
G	30-36	76,2-91,4
H	28-38	71,1-96,5
I	100-128	254,0-325,1
J	42-45	106,7-114,3
K	11-12	27,9-30,5
L	6-7	15,2-17,8
M	7-9	17,8-22,9
N	6-9	15,2-22,9
O	22-26	55,9-66,0
P	60-69	152,4-175,3
Q	36-42	91,4-106,7

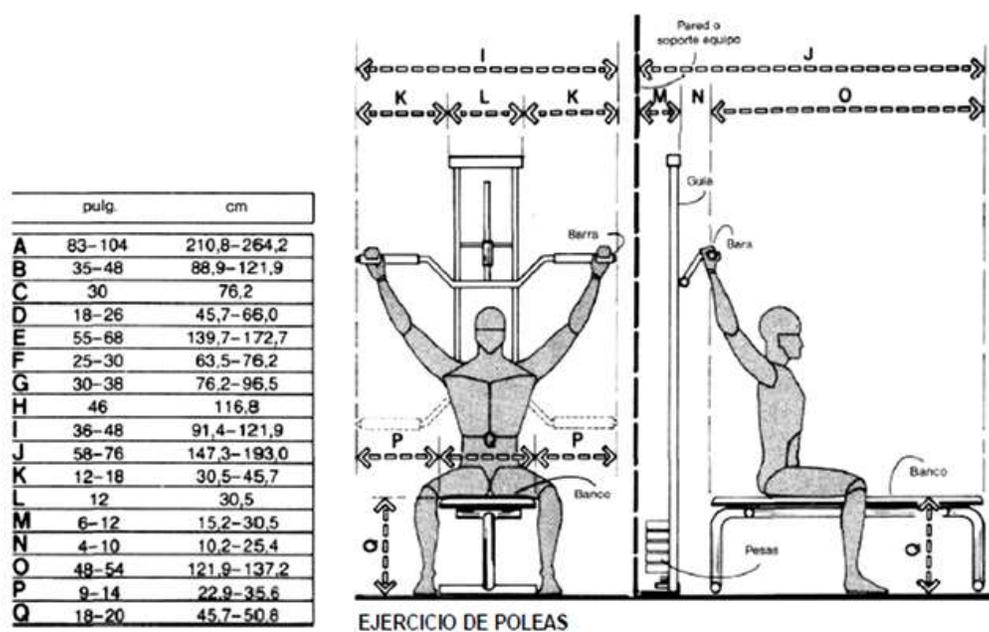


SECCIÓN DE BARRA

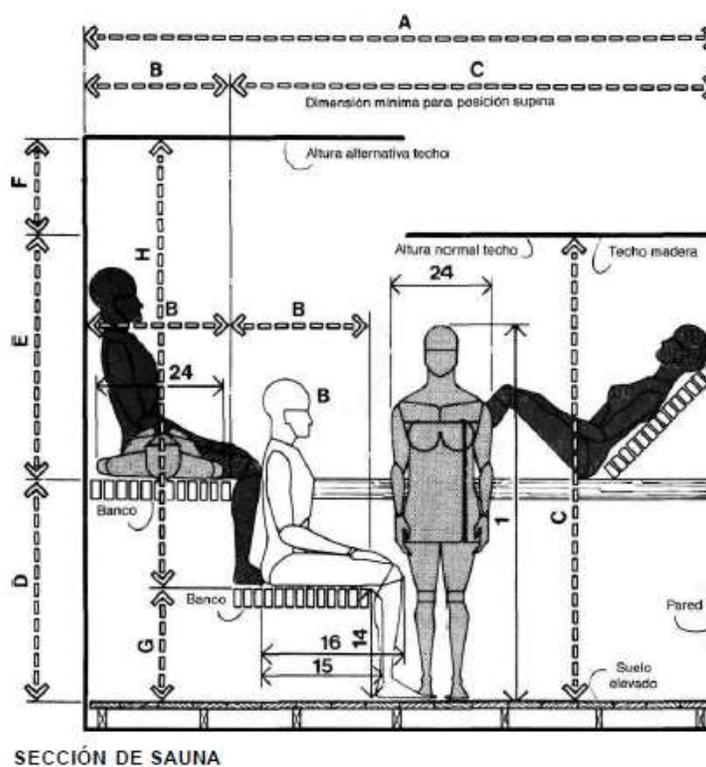
• ÁREAS PARA EJERCICIOS GIMNÁSTICOS

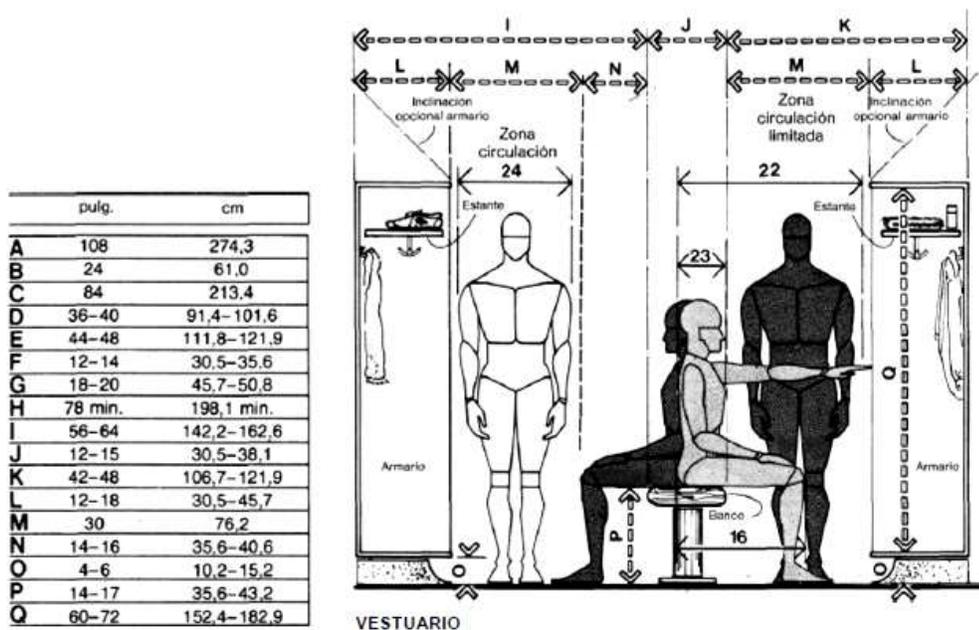


EJERCICIO EN BICICLETA

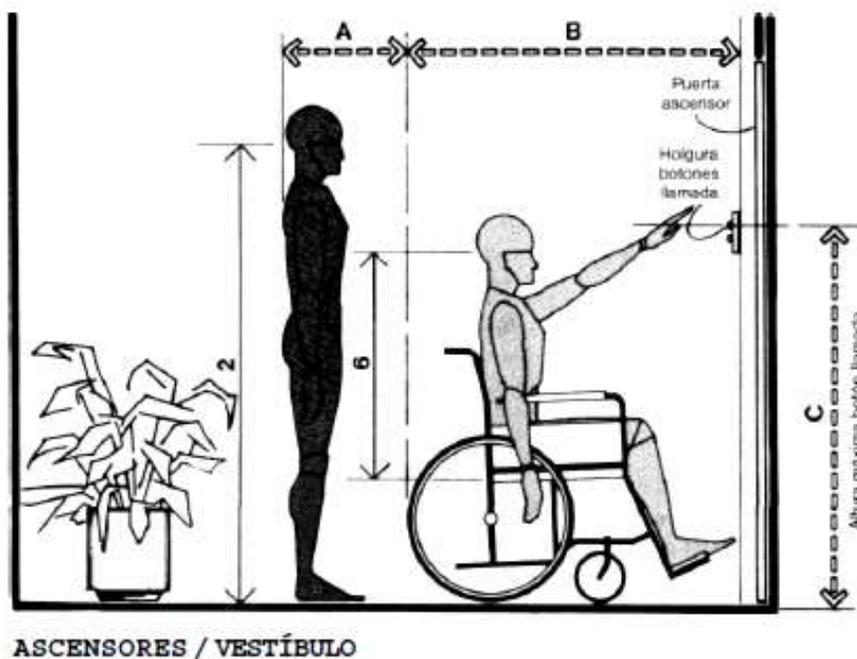


- SECCIÓN DE SAUNA



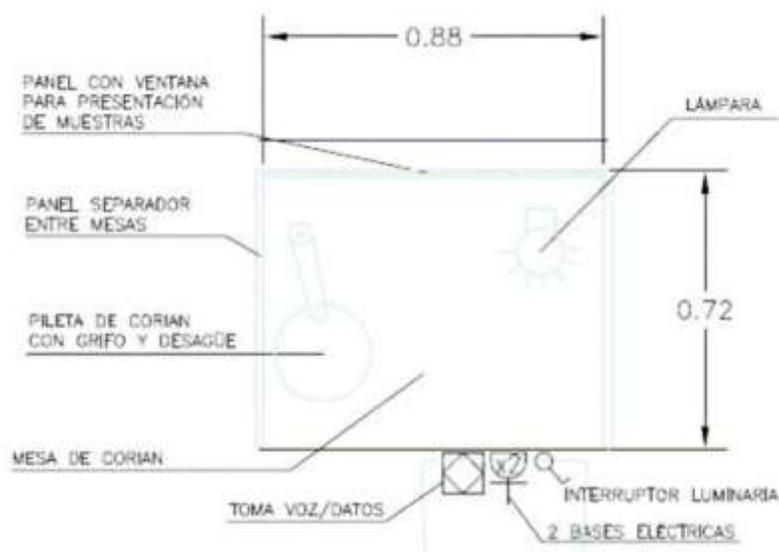


• ESPACIOS DE CIRCULACIÓN VERTICAL

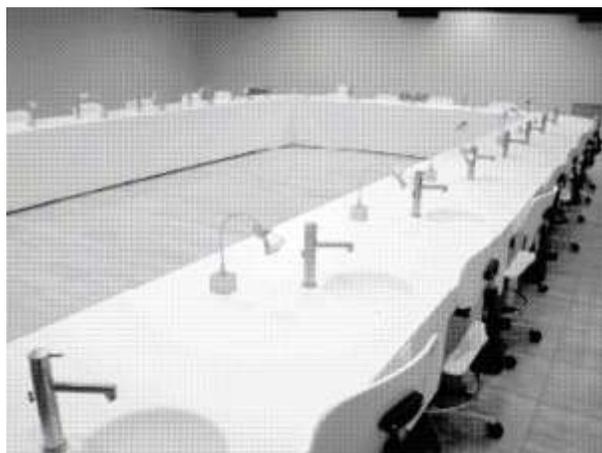




- PUESTO INDIVIDUAL DE CATA



DETALLE DEL GRIFO

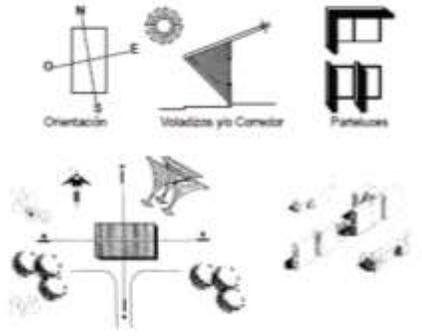


## 7. PREMISAS GENERALES DE DISEÑO

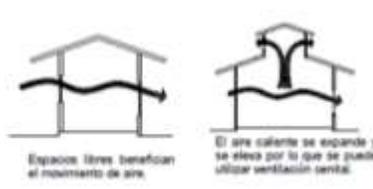
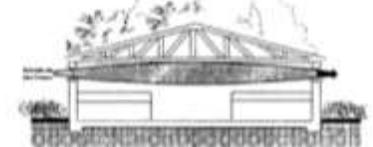
Por medio de las premisas de diseño se guiarán el diseño arquitectónico del proyecto. Como primer paso se plantearán las premisas generales de diseño a nivel de conjunto y posteriormente se establecerán las premisas particulares según grupo funcional, para que de esta manera se pueda solventar adecuadamente el aspecto funcional del diseño a seguir.

### 7.1. PREMISAS CLIMÁTICAS

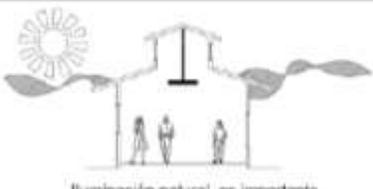
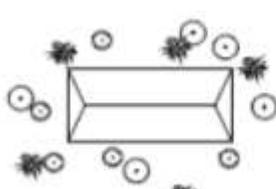
Crear un objeto arquitectónicamente confortable de manera que los agentes y usuarios del complejo puedan trabajar, alojarse, convivir y recrearse satisfactoriamente. Para lograr dicho confort se hará uso de las premisas de diseño climático para poder controlar factores climáticos.

ASPECTO	PREMISA	GRÁFICA
Orientación	<p>Los espacios o ambientes estarán orientados según la actividad que se desarrolle en cada uno de ellos, buscando su mejor ubicación. Se debe evitar la luz solar en la fachada Sur, Este y Oeste a través de la colocación de porteluces, cenefas o voladizos que controlen de una mejor manera la incidencia del sol, ya que estas fachadas son las más expuestas al soleamiento. Necesaria orientación de fachadas al norte y al sur, aprovechando la ventilación cruzada para lograr mayor confort en los ambientes, además, es necesaria, ya que por medio de esta habrá movimiento continuo del aire caliente interior. Las edificaciones serán preferiblemente alargadas, es decir que su eje mayor deberá estar este a oeste, tratando lo posible de impedir la exposición al sol. El sol hace el recorrido principalmente de Este a Oeste, sobre fachada Sur, eso implica que las mejores orientaciones son hacia el Norte sin ningún elemento que corte o que impida el paso del sol.</p>	 <p>Las gráficas incluyen: un plano cardinal con un edificio etiquetado como 'Orientación'; un diagrama de un voladizo y una cenefa etiquetado como 'Voladizos y Cenefas'; un detalle de un porteluces etiquetado como 'Porteluces'; un diagrama de ventilación cruzada; y un diagrama que muestra el movimiento del aire caliente interior.</p>

## COMPLEJO ENOTURÍSTICO EN EL VALLE DE LA CONCEPCIÓN

ASPECTO	PREMISA	GRÁFICA
Ventilación	<p>El control del viento se logra por coordinación de distancia y orden en la plantación, creando un microclima confortable. El aire corre en la dirección noreste - suroeste, por lo cual es conveniente que los edificios permitan la incidencia del aire especialmente en las fachadas que dan hacia el norte, para ello es necesario que tengan elementos o aberturas que permitan el paso del aire al interior del edificio, tanto en la parte alta de las ventanas como en la parte baja. Se debe lograr la circulación del aire por medio de ventilación cruzada, colocando los vanos a favor de los vientos para lograr mayor confort en los ambientes, además, es necesario ya que por medio de esta habrá movimiento continuo del aire caliente interior. Se deben lograr ambientes rodeados de espacios libres para permanente movimiento de aire. La distribución de edificaciones y ambientes de éstos deben ser abiertas, evitando las zonas húmedas, si se disponen de patios entre espacios edificados; además, es necesario que los edificios o bloques de edificios permitan el paso del aire, no es conveniente que un bloque cubra el recorrido del viento y que tape a los que se encuentran tras él. Se puede desviar el viento, obstruirlo, o regularlo; se recomienda para ello: árboles y arbustos de follaje denso.</p>	 <p>El aire caliente se expande y se eleva por lo que se puede utilizar ventilación vertical.</p> 
Lluvia	<p>Las cubiertas deberán tener como mínimo 30% de pendiente. Los caminamientos, plazas, parqueos, deben protegerse y deben contar con el adecuado alcantarillado para evitar empozamientos de agua. Se deben proteger los edificios del agua de lluvia, con canales en los techos y con sistemas de drenaje que vayan a cajas colectoras; se debe evitar que el agua caiga directamente del techo a las paredes del contorno de los edificios evitando humedecerlas.</p>	 <p>Drenaje de agua pluvial</p>

## 7.2. PREMISAS AMBIENTALES

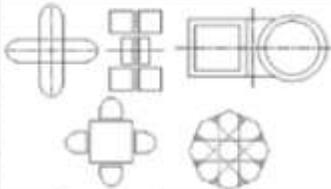
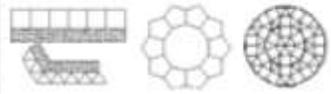
ASPECTO	PREMISA	GRÁFICA
Confort ambiental	<p>Se tratará de hacer las edificaciones íntimamente relacionadas con el exterior para obtener una sensación de amplitud y libertad. Los edificios deberán estar lo suficientemente separados entre sí, para mantener una buena circulación de aire. Las edificaciones de distinto uso deben ser integradas al exterior a través de elementos como plazas, caminamientos, áreas de estar, vegetación, etc.</p>	
Iluminación	<p>Procurar el buen manejo de la iluminación natural y artificial para las diferentes actividades que se realicen en los ambientes ya sea de forma directa o indirecta. Iluminación directa para aprovechar la luz del sol durante todo el día. Proyectar una volumetría que exalte la relación de la arquitectura y la luz, incentivando a la experimentación formal. Se procurará una iluminación artificial adecuada para seguridad de los usuarios durante las noches.</p>	 <p>Iluminación natural es importante</p>
Jardinización	<p>El diseño del proyecto propone integrar el objeto arquitectónico con la naturaleza por lo que es necesario utilizar jardines interiores o salidas de algunas áreas hacia áreas verdes. Para las áreas de jardinería interior y exterior, se propone el uso de flora adecuada para mejorar el ambiente que lo rodea. Los módulos deben estar rodeados de áreas jardinizadas para crear una atmósfera natural, además de la creación de áreas verdes entre edificios.</p>	

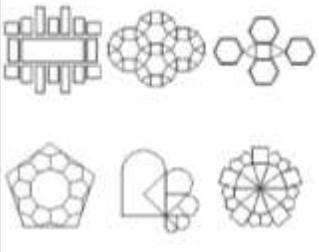
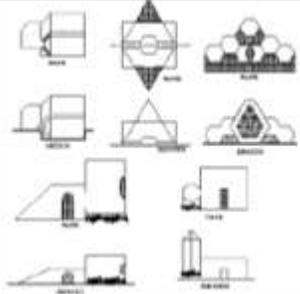
## COMPLEJO ENOTURÍSTICO EN EL VALLE DE LA CONCEPCIÓN

ASPECTO	PREMISA	GRÁFICA
<b>Vegetación</b>	<p>La vegetación es un elemento que ayuda a reducir la incidencia del sol dentro de los edificios, contribuye a descender la temperatura, atenúa el deslumbramiento, defiende el polvo, controla el viento, aumenta la humedad relativa y matiza el ruido. Los árboles y arbustos serán usados en composición para ayudar a la optimización del confort del edificio y a la integración del proyecto arquitectónico al contexto. Deben crearse áreas verdes con la vegetación adecuada a la Región climática. Los árboles y vegetación pueden sembrarse en la dirección sur poniente, para que las áreas y superficies estén expuestas lo menos posible y no se vean afectadas por la incidencia solar y la radiación; ya que se aprovechan estos para absorber radiaciones y retener la evaporación; sin obstaculizar la corriente de los vientos, además se aprovecharían sus sombras para aumentar el confort exterior especialmente en verano. El diseño deberá integrar áreas verdes y vegetación como elementos purificadores que refresquen el aire que ingresa al complejo. Así mismo la vegetación se utilizará como control climático para evitar la erosión del suelo en áreas exteriores mediante el uso de vegetación propia del lugar. La vegetación se utilizará como medio de protección contra contaminantes auditivos, visuales y ambientales, además para evitar vientos fuertes, utilizando arbustos o árboles, dependiendo de la necesidad. Se utilizarán árboles medianos como barreras tanto de sonido como de contaminación, estos también se utilizarán para definir circulaciones. Se recomienda el uso de vegetación como barrera visual hacia los muros colindantes. Se mantendrán en el terreno, bajo el concepto de protección, los árboles existentes que se integren al diseño final y se fomentará la reforestación, proponiendo utilizar vegetación del lugar tales como, encino, árboles frutales, ciprés, entre otros.</p>	<p>Control Climático      Ambientación</p>

ASPECTO	PREMISA	GRÁFICA
<b>Ruido</b>	<p>Construir los edificios lejos del ruido. Utilizar el edificio como amortiguador entre el ruido y otro edificio que necesite de silencio. Situar las áreas silenciosas lejos del ruido. Agrupar los espacios ruidosos con la fuente de ruido externo. Aprovechar las circulaciones como amortiguador del ruido.</p>	
<b>Vistas</b>	<p>Zonifique los espacios con vista hacia el lado de las mejores vistas desde el terreno. Zonifique los espacios para que tengan diferentes tipos de vistas adecuadas. Enmarque las vistas dando formas adecuadas a las ventanas. Procure que las ventanas estén ubicadas hacia las mejores vistas. Crear áreas específicas desde donde se puedan contemplar las mejores vistas.</p>	

### 7.3. PREMISAS MORFOLÓGICAS

ASPECTO	PREMISA	GRÁFICA
Conceptos generativos	<p><b>Stretto:</b> Concepto que crea una relación de estabilidad. Aborda el empleo de unidades iguales a los lados de una recta o alrededor de un punto.</p> <p><b>Equilibrio:</b> Se suele fundamentar en la percepción y se centra en la composición de los elementos. Lleva emparejada la estabilidad de componentes distintos en forma y contorno.</p> <p><b>Adición:</b> Se vale de la inclusión de partes para crear la forma arquitectónica. Las partes son perceptivamente dominantes.</p> <p><b>Sustracción:</b> Se vale de la exclusión de partes para crear la forma.</p>	
Modelos de configuración	<p><b>Configuración lineal:</b> Son organizaciones en espina o corredor, describe la disposición lineal.</p> <p><b>Configuración central:</b> Son las que se sitúan en el centro al espacio más importante, e inducen a una circulación hacia o entorno al mismo.</p> <p><b>Configuración concéntrica:</b> Son modelos en los que, según un orden consecutivo, cada unidad se encuentra dentro de la siguiente, mayor en dimensión, todas con el mismo centro.</p>	
Progresiones	<p><b>Jerarquía:</b> Es una ordenación de elementos según categorías, determinadas por grados de importancia, respecto a un atributo común.</p> <p><b>Transición:</b> Es una progresión limitada en la que se produce un cambio cualitativo sin alteración en la forma. Requiere pasos intermedios.</p> <p><b>Transformación:</b> Es un modelo de cambio de una forma a otra por incrementos. Puede ser concéntrica, direccional o periférica.</p>	

ASPECTO	PREMISA	GRÁFICA
Relación unidad/conjunto	<p><b>Agrupación:</b> Las unidades se colocan cerca unas de otras, con la finalidad de establecer una relación capaz de percibirse.</p> <p><b>Superposición:</b> Se realiza por interpretación. El fragmento de superposición se considera como parte de cada unidad y, al mismo tiempo, como algo común a ambas.</p> <p><b>Separación:</b> Las unidades vinculadas entre sí pueden segregarse por dilatamiento de la conexión para crear una separación perceptible.</p> <p><b>Repetición/variación:</b> Este concepto tiene como objetivo el diseño teniendo lazos entre los componentes con manifestaciones múltiples y aquellas con manifestaciones únicas.</p> <p><b>Cadena-transición:</b> Son configuraciones articuladas donde los elementos tienen un movimiento siguiendo una secuencia o teniendo un eje de giro.</p> <p><b>Rotación radial y espacial:</b> Las configuraciones radiales, rotatorias y helicoidales se originan a partir de un punto central.</p>	
Relación planta/perfil	<p><b>Isotipia:</b> La relación más inmediata entre la planta y la sección, se produce cuando son idénticas, sobre todo en la masa principal del edificio.</p> <p><b>Unidad-mirad:</b> Esta relación se da cuando la configuración de la planta o de la sección puede ser igual a una parte de la otra.</p> <p><b>Analogía:</b> Se presenta cuando la configuración de una se parece en general al contorno de la otra, con diferencias del lenguaje formal, tamaño, situación.</p> <p><b>Proporcionalidad:</b> Se establece con la correspondencia de la planta y la sección a diferente escala. Difieren en dimensión y según una sola dirección.</p> <p><b>Inversión:</b> Esta relación existe entre la planta y la sección cuando la configuración de una de ellas enlaza con una condición puesta en otra.</p>	

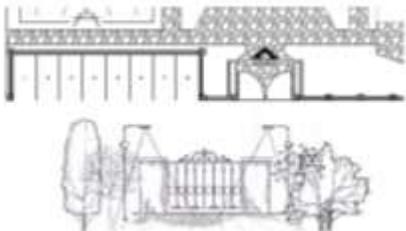
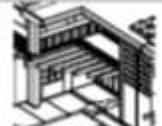
## 7.4. PREMISAS FORMALES

Se debe lograr que los módulos y los diferentes ambientes del proyecto se integren entre sí y con el entorno; y a su vez sean estéticamente agradables dentro de la población.

ASPECTO	PREMISA	GRÁFICA
<b>Integración y Mejoramiento del entorno</b>	Debido a que muchas de las construcciones del entorno inmediato e inmediato del proyecto, no son obras planificadas, el objeto arquitectónico del Centro Cultural se debe integrar a la tipología constructiva y a los materiales del lugar y/o la Región, como a las costumbres de la comunidad para no contrastar con la identidad del municipio.	
<b>Volumetría</b>	La propuesta de diseño deberá ser un icono que identifique la arquitectura del municipio, basada en la arquitectura vernácula y las características de la Región, a manera de generar una propuesta con identidad propia.	
<b>Arreglos Espaciales</b>	Los espacios deben ser versátiles, debido a que pueden ser utilizados para diferentes actividades. Los ambientes deberán tener una forma regular para poder adaptar el equipo y mobiliario adecuado según la actividad que se desarrolle.	

## 7.5. PREMISAS FUNCIONALES

Crear un objeto arquitectónicamente funcional y confortable de manera que éste cumpla con las características necesarias, para que pueda servir para las diferentes actividades.

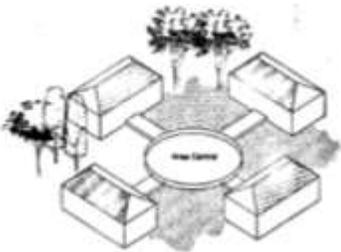
ASPECTO	PREMISA	GRÁFICA
<b>Relación de Conjunto</b>	Definir las áreas por sus funciones a manera de evitar la mezcla de actividades. Utilizar espacios abiertos que se relacionen con espacios cerrados. Algunos talleres del área educativa tendrán área exterior para desarrollar sus actividades.	
<b>Accesibilidad</b>	Accesibilidad inmediata para los usuarios en general. Se deben localizar los ingresos en vías de circulación de tránsito no intenso. Se debe tener centralizado el ingreso para peatones y vehículos, logrando mayor seguridad y mejor control. Definir el ingreso con elementos arquitectónicos y naturales que permitan su identificación y sirvan de invitación al proyecto. El ingreso debe estar señalizado e iluminado para brindar seguridad a los usuarios y funcionalidad del anteproyecto. En los ingresos peatonales, plazas y parques, el peatón debe estar protegido; tener obstáculos y señalización, para evitar el ingreso de vehículos. Se trata de evitar exceso en pavimentos, sugiriendo espacios verdes para hacer más confortable la permanencia.	
<b>Jerarquía Ingresos</b>	En el partido arquitectónico se propone el empleo de varios ingresos, logrando de esta manera el fácil acceso al complejo desde varios puntos. Del mismo modo para poder identificar cada uno de éstos se debe proponer el uso y aplicación de algún elemento distintivo para darle la jerarquía que estos deben tener.	

## COMPLEJO ENOTURÍSTICO EN EL VALLE DE LA CONCEPCIÓN

ASPÉCTO	PRÉMISA	GRÁFICA
<b>Plaza de ingreso</b>	Para diferenciar estas de las demás áreas se utilizan colores y texturas, además de esto se definirá la plaza por medio de árboles y utilizando fuentes para refrescamiento. Se debe centralizar el acceso a las instalaciones del centro. Esta tendrá relación directa con el vestíbulo principal y el área exterior (accesos vehiculares y peatonales). La plaza de ingreso debe ser un área amplia e integrada al objeto arquitectónico que contenga áreas de estar y espera, así como su jardinería rodeada de vegetación para crear una atmósfera natural. Para la plaza se deben emplear varias formas de empedrado combinando con tonos de piedra para lograr armonía y que esta se diferencie de los caminamientos.	
<b>Área de Parqueo</b>	Fácil acceso y con el dimensionamiento adecuado. El material que se utilizará para el recubrimiento del suelo será propio de la Región. El estacionamiento debe estar inmediato a la calle de acceso. Es conveniente el uso de caminamientos que conecten el parqueo con la plaza de ingreso al complejo para que de esta manera se separe la circulación vehicular y peatonal. Los cajones de estacionamiento pueden colocarse a 90, 60 ó 45°. Se combinará la vegetación con el área de estacionamiento para brindar sombra y tope visual. Se procurará una iluminación adecuada para seguridad de los usuarios.	
<b>Señalización</b>	Se debe colocar señalizaciones para guiar a los usuarios hacia todas las áreas y servicios. Es necesario colocar señalización para las salidas de emergencia y ubicación de extinguidores. La señalización que se coloque debe ser de fácil reconocimiento y cómodo para todas las personas.	

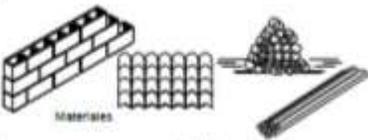
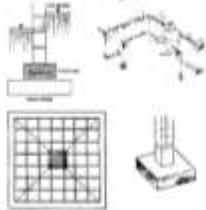
ASPÉCTO	PREMISA	GRÁFICA
<b>Caminamientos</b>	Los caminamientos se definirán con jardinería y vegetación. Los caminamientos peatonales deberán estar separados de los caminamientos vehiculares por medio de bordillos. Se diferenciarán las circulaciones por medio de texturas. El caminamiento peatonal no debe entrar en conflicto con el caminamiento vehicular para proteger al peatón. El ancho mínimo para los caminamientos peatonales será de 2 metros, el de los vehículos de 6 metros. Los caminamientos deben tener perspectiva hacia los distintos objetos arquitectónicos y hacia el entorno paisajístico. Las plazas deben tener caminamientos que las vinculen con las demás áreas, estar bien marcados y señalizados para saber a dónde se dirige cada uno. Se debe tener bien definidas las áreas privadas y las públicas, separándolas por medio de barreras de árboles y de preferencia cuando la topografía lo permita con desniveles.	
<b>Escaleras</b>	La anchura mínima de las escaleras en caminos peatonales públicos es de 1.50 mts. y lo óptimo es de 2.50 mts.; es necesaria la buena iluminación para así prevenir accidentes. Se pueden manejar una serie de tipos de escaleras, entre estas están las de doble paso, escalera normal, la escalera normal con descansos después de 15 a 18 huellas. Las escaleras deben tener una contrahuella de 0.15 mts. y una huella de 0.30 mts., en tramos que tengan más de 8 escalones.	

## COMPLEJO ENOTURÍSTICO EN EL VALLE DE LA CONCEPCIÓN

ASPECTO	PREMISA	GRÁFICA
<b>Localización y ubicación</b>	<p>Un factor bastante importante en el diseño del anteproyecto, es la ubicación de los edificios dentro del complejo, los cuales deben tener una jerarquía, relación y secuencia, dependiendo del tipo de actividad, importancia, tamaño y frecuencia de uso.</p> <p>La ubicación de un recorrido principal por todo el complejo, es necesaria para que los usuarios puedan, a través de éste, dirigirse a los distintos edificios.</p> <p>Al ubicar cada sector dentro del complejo, se tendrá en cuenta las funciones que se llevan a cabo para considerar la accesibilidad, dándole a ésta mayor o menor privacidad.</p> <p>En la localización debe considerarse la afinidad entre los grupos funcionales, para la disposición de espacios comunes.</p> <p>Sectorizar las áreas de parqueos para usuarios, agentes y áreas de servicios.</p>	

### 7.6. PREMISAS TECNOLÓGICAS

Proponer una arquitectura de integración al entorno utilizando materiales constructivos del lugar o lugares cercanos a manera de disminuir los costos de construcción; así como aplicar elementos de la arquitectura vernácula de la Región; y así favorecer la factibilidad de ejecución.

ASPECTO	PREMISA	GRÁFICA
<b>Generalidades de la procedencia del material</b>	Se utilizará material de fácil obtención en el municipio, tal como la piedra, pedrín, arena, cemento, hierro, block, etc., los materiales que no se encuentre con facilidad dentro del departamento, serán traídos de los departamentos vecinos que comunica al municipio.	
<b>Cimientos</b>	Los materiales para el cimiento deben construirse con materiales que puedan conseguirse fácilmente en la Región. Los cimientos deben responder al tipo de construcción y tipo de suelo. En las edificaciones deberán usarse zapatas aisladas y cimiento corrido de concreto reforzado, con hiladas de block, según altura necesaria, unido por medio de vigas de amarre o solera hidrófuga para evitar que la humedad pueda pasarse al piso de la edificación.	
<b>Muros</b>	Para el levantado de muros puede utilizarse piedra o block. Los muros serán de 0.20 m. de ancho y tendrán acabados de repello + cerrado; en algunas áreas puede utilizarse fachaleta para que se puedan generar diferentes texturas en las fachadas. Algunos ambientes requerirán de aislamiento acústico, se recomienda el uso de madera o algún aislante acústico. Se emplearán colores claros para los ambientes dependiendo de la actividad que se desarrolle en este.	

COMPLEJO ENOTURÍSTICO EN EL VALLE DE LA CONCEPCIÓN

ASPECTO	PREMISA	GRÁFICA
<b>Estructura</b>	Algunos ambientes deben contar con luces grandes, por lo que se requerirá de espacios libres de columnas; en donde se propone utilizar marcos estructurales prefabricados ya sean estos losas tipo vigaeta y bovedilla o estructuras metálicas. Así mismo se considera el uso de material mixto cuya construcción incluya vigas, marcos y columnas de concreto, artesonados, y vigas. El diseño del proyecto en varios módulos será de dos niveles, se considera para los entrepisos el uso de losa prefabricada de vigaeta y bovedilla o bien losa tradicional.	<p>Losas Prefabricadas</p> <p> Marcos Estructurales</p>
<b>Cubiertas</b>	Para el entrepiso como ya se mencionó anteriormente puede utilizarse losa prefabricada, se empleará losa plana con una pendiente mínima de 1% utilizando el mismo sistema de losa. Para áreas exteriores se emplearán los techos inclinados, se puede utilizar el sistema tradicional de artesonado de madera con teja de barro y ferreza española o estructura metálica con cubierta de lámina zinc. El uso de la teja se debe a la integración con la arquitectura del lugar. Se utilizará cielo falso en alguna área con el fin de ocultar las instalaciones y brindar aislamiento térmico.	<p>Detalle de Techo</p> <p>Cubierta de Teja de Barro</p>
<b>Pisos</b>	Los materiales de los pisos dependerán de los ambientes y de las actividades que se lleven a cabo en cada uno. Los pisos deben ser resistentes y de bajo mantenimiento para la reducción de costos. Para los pisos interiores se recomienda el uso de pisos ligeros como el cemento líquido, madera y cerámico. Para los caminamientos se sugieren materiales como la piedra, ya que es un material que se encuentra en la Región. En las áreas exteriores donde exista mayor flujo de personas, se recomienda el uso de pisos tipo pesado, como el adoquín, la baldosa de barro, pavimentación, empedrado, entre otras. En las áreas de servicios sanitarios, cocina y rampas, se utilizará piso antideslizante.	<p>Piso</p> <p>Gravilla</p> <p>Gravilla</p> <p>Gravilla</p>

ASPECTO	PREMISA	GRÁFICA
<b>Acabados</b>	Los acabados a utilizar en el complejo deben ser de fácil mantenimiento, con colores claros para crear mayor confort y bienestar en los ambientes. Deben recubrirse con materiales impermeables, los acabados que se coloquen en la parte inferior de los muros, especialmente en las áreas húmedas.	<p>Muro de Piedra</p>
<b>Puertas y Ventanas</b>	Las ventanas deben ser grandes (40 -80% de la superficie de la pared) y colocadas a la altura del cuerpo, en el norte pueden ser ventanas de piso a cielo ya que la incidencia del sol no afecta al interior del edificio. En las fachadas este-oeste se debe proteger a éstas por medio de porteluces para que los rayos solares no afecten al edificio. Se debe tener especial cuidado en la fachada oeste por ser la más crítica, ya que el sol incide en los ambientes de una manera fuerte desde las 2 de la tarde, es por eso que se debe considerar el uso de porteluces girados a 45 grados hacia el norte para impedir cortar el paso del sol en la dirección sur oeste. Además, las ventanas deben protegerse de la lluvia (suficiente alero) y el respaldar (sembrar grama o arbustos). <b>Porteluces verticales:</b> evitan la radiación este-oeste cuando el sol está elevándose o bajando en el horizonte. <b>Porteluces Horizontales:</b> eficientes cuando el sol está en el cenit. Útiles en fachadas sur y este. Si se desea colocar techos o paredes de vidrio es muy importante definir su orientación, puesto que al colocarlos en la fachada sur oeste provoca un almacenamiento del calor y hace el efecto de invernadero, haciendo de esta forma ambientes incómodos. Es mejor ubicarlos en la posición norte, ya que la luz que incide la mayor parte del año será reflejada y no directa. Las puertas interiores, deben tener sobreluces a través de vidrios o espacios libres en la parte superior, que puedan permitir el paso de luz y aire de un ambiente a otro. Éstos deben ser de fácil manejo para los usuarios, con elementos con prevención al paso de insectos, utilizando para ello metal, aluminio o madera y celosía.	<p>Porteluces Verticales</p> <p>Porteluces Horizontales</p> <p>Ventanas</p> <p>Puertas</p>

## 7.7. PLAZOS Y PROYECCIONES

Los plazos que se fijaran para establecer la proyección de usuarios y del crecimiento de la cobertura del equipamiento propuesto, esta dado entre 10 y 20 años, lapso de tiempo adecuado tomando en cuenta los objetivos que se plantean y se buscan para cumplir a la cabalidad al final del trabajo.

**Formulas:** Son las siguientes:

### FORMULA DEL CÁLCULO DE LA TAZA DE CRECIMIENTO LINEAL

$$1 = (P_n/P_o) - 1x$$

Donde: 1 = tasa de promedio de Crecimiento Anual

$P_n$  = Población Final

$P_o$  = Población Inicial o Población Base

### FORMULA DE CÁLCULO PARA PROYECTAR METODO LINEAL

$$P_b = P_o \times (1 + i)^n$$

Donde:  $P_b$  = Población Buscada

$P_o$  = Población Final o Población Base

$i$  = tasa de crecimiento

$n$  = número de años transcurridos

#### 7.7.1. CRECIMIENTO DEL AREA DE CULTIVO VITIVINICOLA

REGION	AÑO	AÑO
	2002	2012
	Has.	Has.
Valles de Tarija ( Uriondo)	1996	6000

Esto nos indica que en 10 años se dio un incremento de 4004 Has. Lo que da como resultado 400,4 Has por año.

$$6000 - 100\%$$

$$400,4 - x = 6,67\%$$

Entonces el crecimiento anual es de 6,67 % lo que en proyección da:

<b>AÑO</b>	<b>Has.</b>
2012	6000
2022	10004
2032	14008

### 7.7.2. CRECIMIENTO DEL FLUJO DE TURISTAS

#### DATOS 2015

<b>LUGAR</b>	<b>Nº DE TURISTAS</b>
<b>Tarija</b>	<b>160.000 anuales</b>
<b>"Ruta del vino" Valle de la Concepción</b>	<b>40.000 anuales</b>
<b>" Ruta del vino" Valle de la Concepción</b>	<b>3333 mensuales</b>
<b>"Ruta del vino" Valle de la Concepción</b>	<b>111por día</b>

El crecimiento anual es de 2 % lo que en proyección da:

$$30000 - 100\%$$

$$x - 2\%$$

$$x = 600 \text{ turistas}$$

<b>AÑO</b>	<b>Nº DE TURISTAS</b>
<b>2015</b>	<b>30000</b>
<b>2025</b>	<b>60000</b>
<b>2035</b>	<b>120000</b>

## 8. PARTIDO

### 8.1. CONOCIMIENTO Y DIAGNÓSTICO FÍSICO DEL ENTORNO



#### 8.1.1. TOPOGRAFÍA

##### Relieve Topográfico

Uriondo está desarrollado sobre una topografía que varía con pendientes de 1 a 3% y se encuentra en cercanías de los ríos Camacho y Guadalquivir.

Encontramos un suelo de valles templados y subtropicales.

### 8.1.2. LÍMITES Y COLINDANCIAS

#### UBICACIÓN

Capital del municipio de Uriondo, primera sección de la provincia Avilés, se ubica en la parte central del departamento de Tarija, con una orientación sud oeste; cuya superficie está flanqueada por dos serranías una al este y la otra al oeste. Limita al norte con el municipio de Cercado, al sur con el municipio de Padcaya, al este con el municipio de Entre Ríos y al oeste con el municipio de Yunchara.

### 8.1.3. FAUNA

El conjunto de Fauna existente en el área es solo de Aves pequeñas e Insectos, que se concentran en los Atajados Naturales.

### 8.1.4. FLORA

VEGETACIÓN EN LA REGIÓN: Bosque húmedo frío.

TIPO DE VEGETACION PREDOMINANTE	PRINCIPALES PLANTAS SILVESTRES
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Molle</li> <li>* Algarrobo</li> <li>* Tusca</li> <li>* Eucalipto</li> <li>* Sauce</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Chauqui</li> <li>* Kenia</li> <li>* Tola</li> <li>* Aliso</li> <li>* Tusca</li> <li>* Taco</li> </ul>

### VEGETACIÓN TERRESTRE NATURAL Y SEMINATURAL

#### Bosque denso semi deciduo lluvioso nublado

Formado por árboles cuyas copas se entrelazan o tocan que pierden parte de sus hojas en la estación seca cohabitan deciduos y siempre verdes pero estos se encuentran

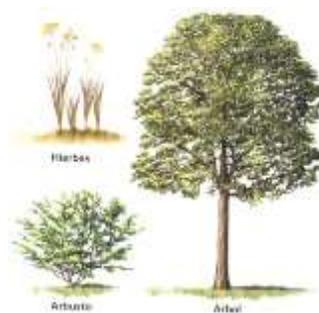
entremezclados en un mismo estrato con Formaciones húmedas con mucha lluvia y casi siempre cubiertas por nubes

### **Bosque ralo semi deciduo xeromórfico con suculentas**

Formado por árboles cuyas copas no se tocan entre ellas pero cubren por lo menos 40% de la superficie con Formaciones secas en las que las plantas presentan adaptaciones a la sequía con presencia de plantas suculentas

### **Bosque ralo semideciduo, xeromórfico esclerófilo**

Formado por árboles cuyas copas no se tocan entre ellas con Formaciones secas en las que las plantas presentan adaptaciones a la sequía tales como hojas auras y coriáceas

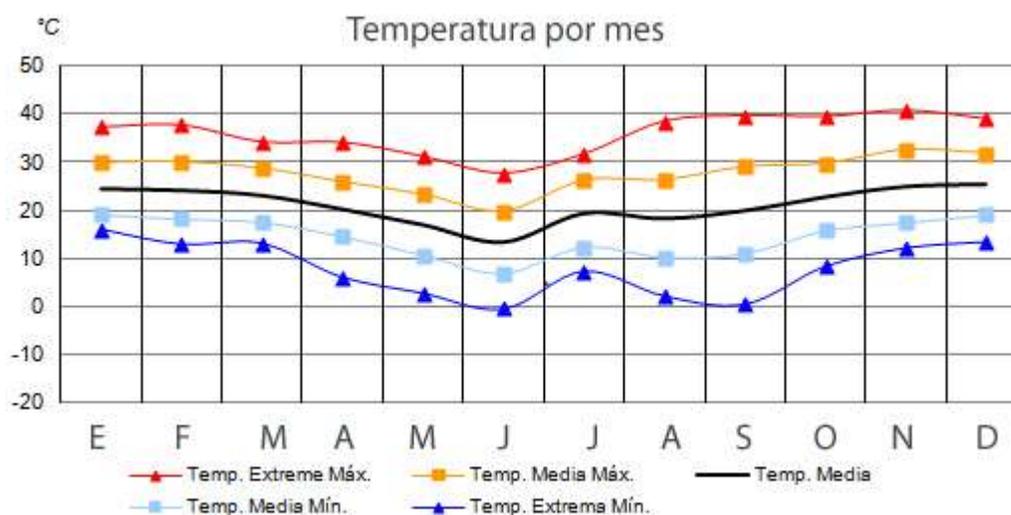


## **8.2. ANÁLISIS CLIMATOLÓGICO**

### **8.2.1. CLIMA**

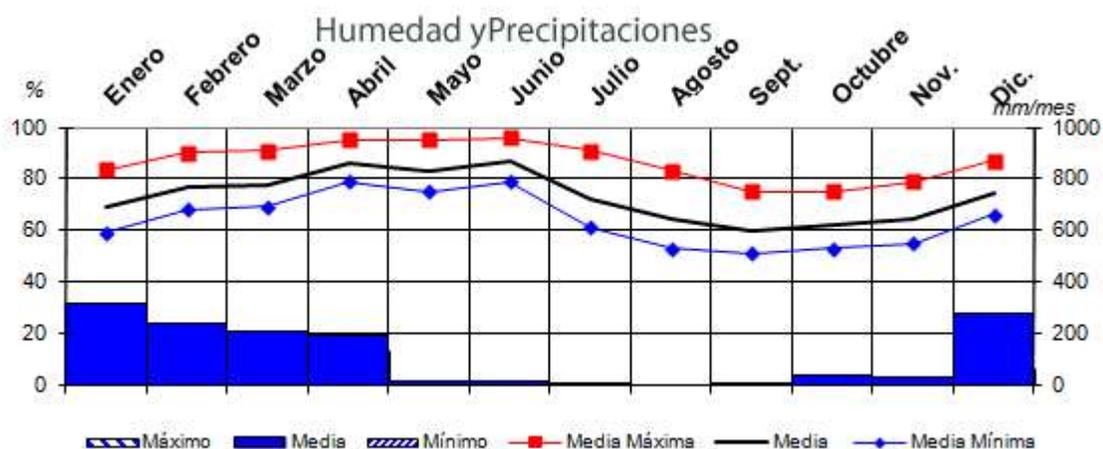
En la zona se presenta un clima templado. La temperatura tiene un promedio que va desde los 13 a los 26 grados Celsius. Sus temperaturas extremas son de -1 y 41 grados Celsius, en los meses de junio y Noviembre respectivamente.

## COMPLEJO ENOTURÍSTICO EN EL VALLE DE LA CONCEPCIÓN



Fuente: Datos extraídos de [Senamhi](#)

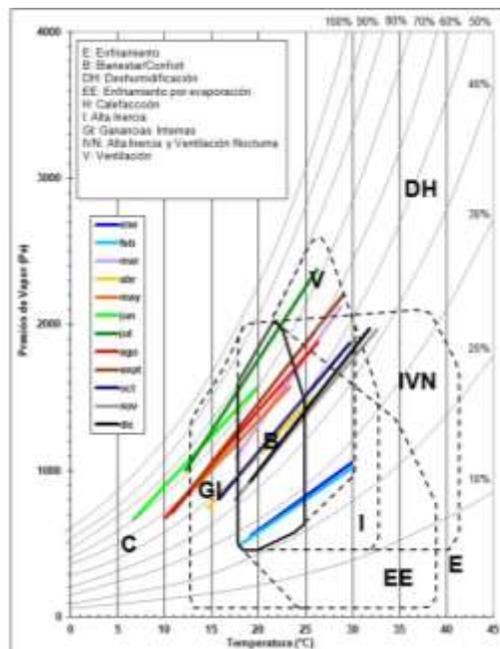
Sus precipitaciones anuales se encuentran alrededor de los 1000 mm, concentrándose en los meses de Diciembre, Enero, Febrero y Marzo. La humedad del aire a lo largo del año fluctúa entre el 60% y el 90%, siendo junio en mes más húmedo.



Fuente: Datos extraídos de [Senamhi](#)

## COMPLEJO ENOTURÍSTICO EN EL VALLE DE LA CONCEPCIÓN

El gráfico de confort de Givoni nos muestra que en general la zona es de un clima agradable, donde las condiciones climáticas no perjudican de gran manera a sus habitantes, siendo los meses más óptimos Febrero y Abril



### Datos Climáticos

Media mensual...	Ene.	Feb.	Mar.	Apr.	May	Jun.	Jul.	Ago.	Sept.	Oct.	Nov.	Dic.
Temp. Max. (°C)	29,9	30,1	28,7	25,9	23,3	19,8	26,2	26,3	29	29,7	32,6	31,8
HR Mín. (%)	25	24	54	45	55	68	70	55	55	45	40	42
Presión (Pa)	1054	1023	2124	1502	1572	1569	2379	1880	2201	1875	1965	1973
Temp. Mín. (°C)	19,2	18,3	17,6	14,6	10,6	6,7	12,3	10,1	10,9	15,8	17,5	19,1
HR Máx. (%)	25	24	54	45	55	68	70	55	55	45	40	42
Presión (Pa)	556	504	1086	747	702	667	1000	679	716	807	799	928

Fuente: Datos extraídos de [Senamhi](#)

**8.2.2. VIENTOS** (Km/h dirección promedio de vientos predominantes): 6.7 a 7.6 Km/h NE 70% 15 a 23 Km/h S 30% Viento polvoriento en época de verano de N-O.

**8.2.3. INSOLACIÓN:** 2,400 a 2,700.

### 8.3. ACCESIBILIDAD.-

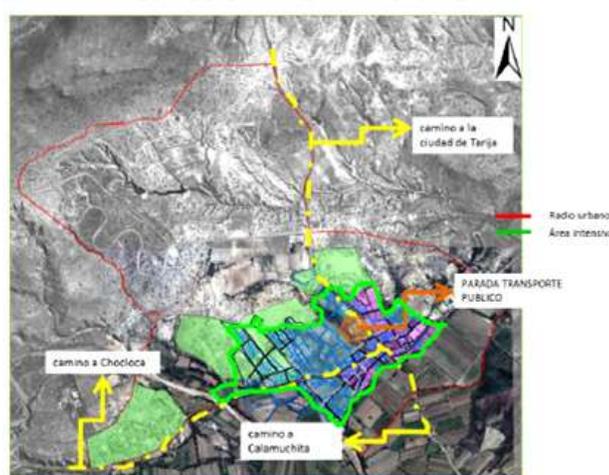
#### Vías de Acceso

Se cuentan con vías asfaltadas de acceso, desde la ciudad de Tarija, lo propio desde las comunidades de Chaguaya y Juntas.

El tiempo de recorrido de Uriondo a Tarija es de 40 minutos aproximadamente de parada a parada, en transporte público.

La transitabilidad es permanente durante todo el año, ya que la vía es asfaltada.

#### 8.4. INFRAESTRUCTURA.-



#### Saneamiento Básico

- Agua Potable

Podemos señalar que cuenta con un sistema de agua potable, lo cual está siendo administrado parcialmente por el comité de agua, que realiza la supervisión, el mantenimiento del sistema y efectúa los cobros, siendo administrado por el Gobierno Municipal.

- Alcantarillado Sanitario

Se dispone de un sistema de alcantarillado sanitario.

- Residuos Sólidos

La recolección de residuos sólidos está a cargo de la Empresa Municipal de Aseo de Tarija (EMAT), siendo esta una entidad descentralizada del Gobierno Municipal, sin fines de lucro legalmente constituida mediante Ordenanza Municipal, cuyos camiones vienen al Valle de

Concepción para el acopio de la basura.

### **Otros Servicios**

- **Energía Eléctrica**

La empresa que genera y distribuye energía eléctrica en el municipio es SETAR S.A., que abarca la ciudad de Tarija, Valle la Concepción, en realidad todo el Valle Central denominado Sistema Central.

La dotación de energía eléctrica para el Valle de Concepción se constituye en un problema por las condiciones del flujo de abastecimiento, el mismo no es constante, presentándose con bastante frecuencia cortes, los que se acentúan en época de lluvias.

- **Medios de Comunicación y Transporte**

Existe servicio de internet a través de la Empresa COSETT (Cooperativa de servicios de telecomunicaciones de Tarija), que presta sus servicios de telefonía, TV cable e internet a los usuarios de Tarija, San Lorenzo, Uriondo y Padcaya. No existe oficina de correos de Bolivia en esta localidad.

El transporte público tiene a su cargo el traslado de pasajeros desde el Valle hacia la ciudad de Tarija, este medio de transporte está constituido por motorizados denominados minibuses y autos que hacen su recorrido por rutas preestablecidas y con una periodicidad de tiempo. El transporte público tiene como parada oficial sobre la calle El Recreo y la Bolívar, el promedio de frecuencia de salida entre estos vehículos oscila entre los 15 a 20 minutos. El número de asociados por sindicato

varía también entre los 30 y 40 afiliados, haciendo un total de 70 unidades que estarían prestando el servicio.

El estudio nos ha permitido detectar que el transporte público, no tiene programadas rutas desde El Valle a comunidades de interés turístico como Chocloca, Calamuchita o tampoco se tiene el servicio de circuitos turísticos. Para la visita a las comunidades anteriormente señaladas, se las debe programar desde la ciudad de Tarija.

Nombre de Asociación / Sindicato	Nº de asociados	Precio (Bs.)	Horario	Frecuencia
Asociación de taxis Avilés El Valle	40	5	4:00 AM – 7:00 PM	Todos los días
Sindicato Valle de Concepción	30	5	4:00 AM – 7:00 PM	Todos los días

Fuente: Sindicato de Transporte Valle La Concepción

- **Gas domiciliario**

La empresa encargada de proporcionar este servicio es EMTAGAS, que desde su creación como entidad descentralizada con autonomía de gestión técnica administrativa y económica, para la distribución, suministro y provisión de gas natural, viene instalando las redes en todo el departamento de Tarija.

La cobertura en el Valle de Concepción se va ampliando a consecuencia del plan de instalación de gas domiciliario gratuito, el mismo que origina algunos problemas a esta empresa, sobre todo los referidos al excesivo número de empresas instaladoras, inexistencia de planos que les permita coordinar con otras instituciones de servicio como COSAALT, con el propósito de no perfora tuberías, movimiento de suelos en las distintas calles y barrios y sobre todo la fuerte presión ejercida por grupos sociales, que buscan contar con este servicio.

Otras fuentes de energía la constituyen el gas licuado distribuido por camiones en todo el Valle de

Concepción, esta distribución sin embargo no se tiene una estimación de la cantidad de garrafas que son utilizadas en las viviendas para la cocción de alimentos y que porcentaje de garrafas son utilizadas como combustible para el transporte.

## **8.5. CONSTRUCCIONES EXISTENTES**

### **8.5.1. MORFOLOGÍA DE LA MANCHA URBANA**

En ninguno de los tres periodos se identifica una estructura formal, el perfil urbano queda definido por calles angostas que no exceden un ancho de 7 metros y construcciones sin retiro y sin línea nivel definidos que dan paso a viviendas de una sola planta erigidas con materiales tradicionales como el adobe y teja aplicando elementos arquitectónicos de la época colonial en su mayoría.

Para el segundo y tercer periodo el perfil urbano sufre un cambio pues si bien no se modifica el ancho de vías en general se encuentran viviendas con otras características como las de dos pisos que utilizan otro tipo de materiales generando una alteración en la continuidad del perfil hecho que rompe con la estética principalmente en el área del centro de la ciudad (definida en el POU como área de conservación patrimonial).

En síntesis se define un asentamiento que crece en dos direcciones sin una trama formal que genera una mancha urbana discontinua y que en su interior aun se desarrolla actividad agrícola constituyendo una evidente sobre posición de usos y posibles conflictos.

### **8.5.2. TIPOLOGÍA DE CONSTRUCCIÓN**

La tipología de construcción está en directa relación con los periodos de crecimiento de la mancha pues de acuerdo a los periodos es que se introducen nuevas técnicas y nuevas formas de ocupación del suelo. Por ejemplo, en el primer periodo se observa

una tipología de construcción más homogénea que como se ha mencionada antes está dada por la influencia de la arquitectura colonial.

El asentamiento se da circundante a la plaza principal y el perfil urbano responde a una altura máxima de un piso, sin retiros (lateral o frontal), suponiendo que se utiliza el diseño de una planta que ocupa la parte de adelante del lote y con construcciones aisladas en la superficie restante que puede o no presentar patio central. En fachada para viviendas de dos pisos se utilizaron balcones y una distribución simétrica de puertas y ventanas.

La construcción más importante de este primer periodo es la Iglesia que además es la de mayor altura, definiendo un nodo en la estructura urbana. Para el segundo periodo, la tipología de construcción introduce nuevos materiales y define un nuevo perfil pues descarta la aplicación de elementos de arquitectura colonial e introduce elementos modernos eliminando el uso de balcones, se pierde la simetría aunque se da continuidad al perfil urbano excepto por el manejo de la fachada respecto a los elementos de la misma. La continuidad está dada básicamente por las alturas y porque la ocupación no introduce retiros tal cual el anterior periodo, manteniendo en mayor porcentaje la planta de construcciones aisladas; la mayoría de las intervenciones corresponden a ampliaciones y/o remodelaciones igual que en el caso de San Lorenzo.

En el tercer periodo, la tipología continua con la caracterización de segundo periodo; en un pequeño porcentaje se introduce la vivienda de planta integrada y tampoco se incorporan retiros; existe un incremento de construcciones nuevas pero definidas por un máximo de altura que responde a dos niveles y que ocupan en general la parte frontal del lote ubicándose sobre las principales vías.

En ninguno de los tres periodos existe normado el mínimo de lote u otras normas de construcción.



### **8.5.3. VIVIENDA**

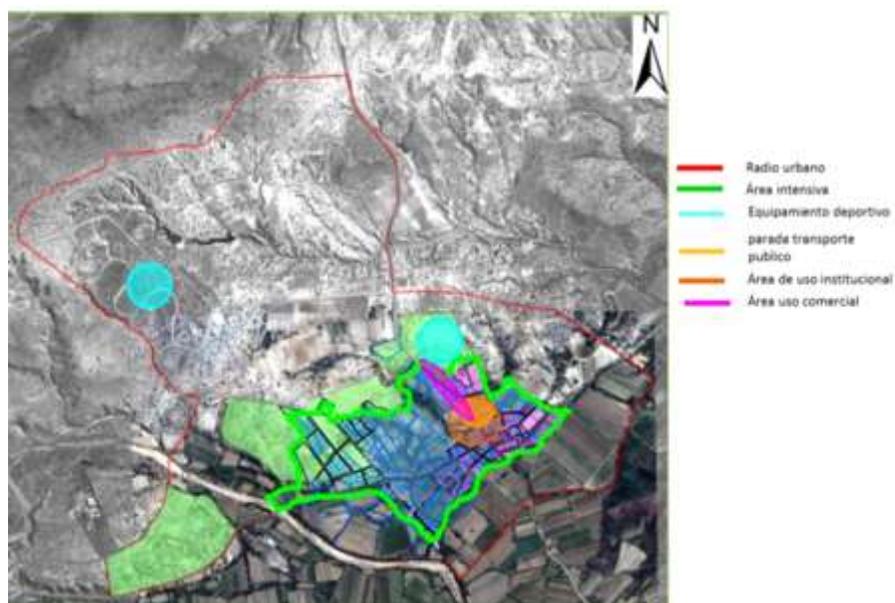
Se encuentra en su mayoría con una vivienda tradicional con materiales del lugar y construidas por ellos.

Los materiales que predomina, son paredes de piedra o adobe sin revocar, techos de teja o barro de caña vista y pisos de tierra; sin embargo debemos señalar que existe un grupo de comunidades que tienen casas de material ladrillo de buena calidad que son hasta de dos plantas.

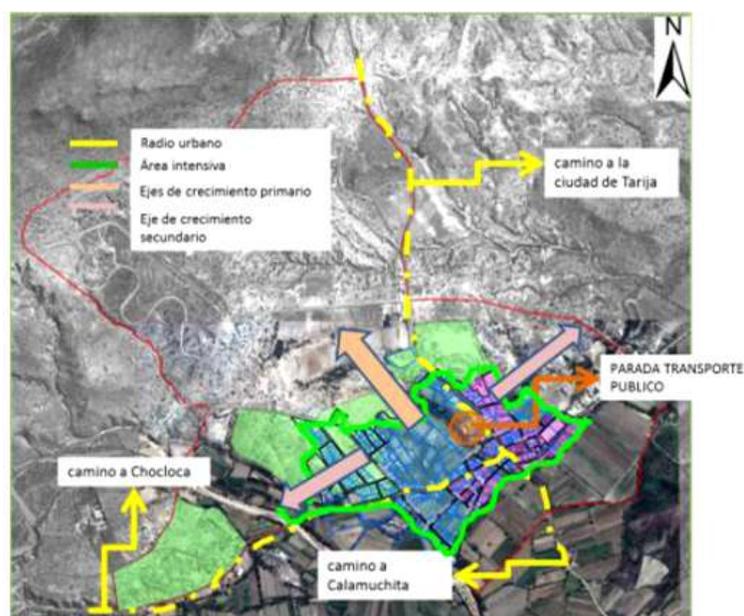
Casi todas las familias poseen vivienda propia, por lo que no existe problema sobre la tenencia, sin embargo los propietarios no cuentan con la documentación legal que respalde su propiedad.

También podemos señalar que presentan características similares en toda la región en hábitos y costumbres, como las comunidades carecen de ordenamiento urbano, distribuyéndose en ambos costados del camino carretero y de manera dispersa. Las viviendas que habitan las familias por lo general son propias, el material del piso es de cemento- mosaico, sus paredes están revocadas, el techo por lo general es de material y en algunos casos cuentan con tumbado.

### **8.5.4. ROL DE LOS BARRIOS**



### 8.5.5. TENDENCIAS DE CRECIMIENTO



## 8.6. ANÁLISIS DEL EMPLAZAMIENTO

### 8.6.1. LÍMITES Y COLINDANCIAS

El área está ubicada en el sector Nor-Este del Municipio de Uriondo, Valle de la Concepción cuenta con una superficie de 14.077,50 m<sup>2</sup> lo que equivale a 1,4 Has.

Sus límites están definidos al Este colinda con una calle de 2° orden, al Oeste con una calle de 1° orden, al Norte con la Flia Vaca mientras que al Sur con la Cancha de Fútbol y Escenario de Eventos Culturales del Valle de Concepción.



### 8.6.2. TOPOGRAFÍA

Después de haber hecho el recorrido del sitio se ha visto conveniente clasificar el lugar en dos grandes partes q son:

- La primera.- Ubicada en la parte Nor-Oeste que la consideramos como la parte alta con una altura aproximada de 8,5m.
- La Segunda.- Ubicada en la parte Nor-Este que se destaca por la cantidad de vegetación existente.



Posee suelos con moderado desarrollo con texturas franco arcillo limosa y arcillo arenosa en superficie y arcillo arenosa en profundidad; ligeramente alcalinas a neutras; no salinas; planos. Suelos con buena aptitud agrícola.

### 8.6.3. VEGETACIÓN.-

Este Sector cuenta con una vegetación en la que encontramos árboles, arbustos y hierbas.

Como principal los cultivos de la vid (*Vitis vinífera*) y los arboles:

TIPO DE VEGETACION: PREDOMINANTE
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Muelle</li> <li>• Algodonero</li> <li>• Tapa</li> <li>• Castaño</li> <li>• Sotol</li> </ul>

### 8.6.4. VISUALES.-

La topografía del lugar es de gran beneficio para la calidad de las visuales ya que el sector cuenta con plataforma en altura en las cuales se puede observar con claridad las plantaciones de Vid.

Estas visuales son importantes en un proyecto con las características del Centro Enoturístico, ya que se pretende integrar de manera directa e indirecta el hecho físico con el medio.



#### **8.6.5. ACCESIBILIDAD E INGRESO**

La accesibilidad al lugar está claramente marcada por vías que ingresan y delimitan el lugar, lo que posibilite que en el futuro las personas puedan visitar el centro sin los inconvenientes del transporte.



Calle de ingreso y delimita el predio, donde se observa la directa relación entre el sitio y la Calle.

Sera la principal vía de acceso al predio.

### 8.6.6. CONSTRUCCIONES EXISTENTES

Viviendas existentes en el sector es una vivienda realizada con adobe y ladrillo.



VISTA DEL FRENTE

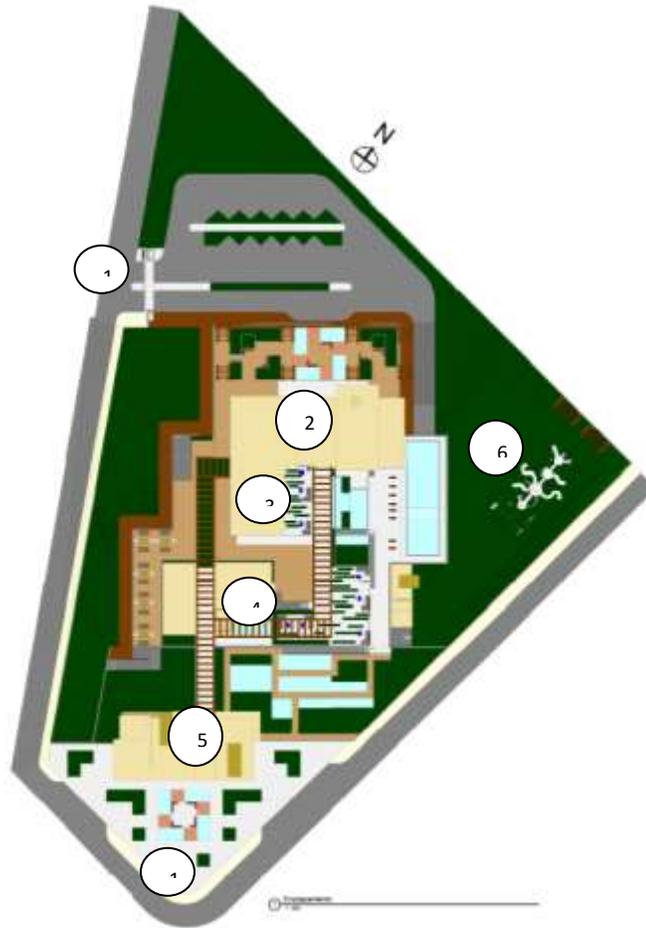


VISTA POSTERIOR

### 8.7. SELECCIÓN DE LA ESTRUCTURA ESPACIAL ADECUADA

La estructura en base a la cual se desarrollara el Complejo Enoturístico en el Valle de la Concepción será Lineal, como idea generadora la plantación lineal de la vid, puesto

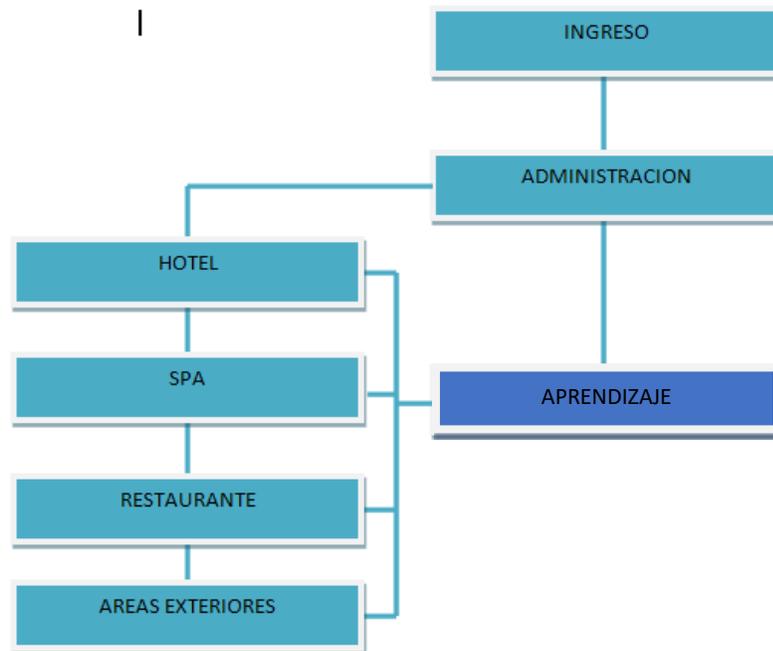
que las características del terreno y sus tenciones lineales son adecuadas para dicha estructura.



1. *INGRESOS*
2. *HOTEL*
3. *RESTAURANTE*
4. *SPA*
5. *ÁREA APRENDIZAJE*
6. *ÁREA DE EXTERIORES*

### 8.8. ESQUEMA FUNCIONAL REAL

El esquema muestra la organización dentro del esquema optado por las diferentes actividades y funciones.



Cada módulo dentro del Complejo se dividirá en diferentes áreas o ambiente:

- **ÁREA HOTEL**

9. Recepción
10. Administración
11. Habitaciones
12. Servicios Sanitarios
13. Área de Planchado y Lavado
14. Tienda de Souvenirs
15. Sala de Uso Múltiple

## 16. Cabinas Telefónicas

- **ÁREA RESTAURANTE**

6. Bar de Vinos
7. Área de mesas
8. Cocina
9. Servicios Sanitarios
10. Cafetería

- **SPA**

10. Recepción
11. Sala de Vinoterapia
12. Sala de masajes
13. Gimnasio
14. Sauna seco y vapor
15. Servicios Sanitarios
16. Vestuarios
17. Administración
18. Sala de Reuniones del Complejo

- **ÁREA APRENDIZAJE**

8. Recepción
9. Administración General del Complejo
10. Servicios Sanitarios
11. Vinoteca y Ventas
12. Área de Exposiciones
13. Salas de Aprendizaje ( Cateo)
14. Sala Audiovisual

- **ÁREA DE RECREACIÓN (EXTERIORES)**

9. Estacionamiento
10. Áreas Verdes
11. Piscina
12. Recorridos Peatonales
13. Parque Infantil
14. Plazas o Áreas de Reunión
15. Pasarelas
16. Mirador

## **8.9. ELECCIÓN DEL SISTEMA CONSTRUCTIVO**

Mediante una calificación entre los rangos 0 a 10, se determinara el sistema constructivo que reúna las mejores condiciones en función a los parámetros y necesidades establecidas a continuación.

SISTEMA CONS.	PARÁMETRO											
	Resistencia	Durabilidad	Economía	Disponibilidad en el Medio	Mano de Obra	Tiempo de Ejecución	Impacto Ambiental	Ahorro de Energía	Mantenimiento	Aislamiento Térmico	Aislamiento Acústico	TOTAL
Sistema Artesanal	6	8	9	9	9	8	8	8	8	8	8	89
Sist. Artesanal Evolucionado	7	8	8	9	10	8	8	8	8	8	8	90
Sistema Tradicional	8	8	7	10	10	8	8	7	8	8	7	89
Sist. Tradicional Evolucionado	9	9	7	10	10	9	6	7	9	7	7	90
Sist. Prefabricado	8.5	9	9	7	7	10	7	6.5	8	7	7	86
Sist. Prefabricado Liviano	8.5	9	9	7	7	10	7	6.5	8	7	7	86
Sist. Prefabricado Pesado	8.5	9	9	7	7	10	7	6.5	8	7	7	86
Sist. Reciclado	7.5	9	9	6	6	8.5	10	10	8	8	8	90

En los datos obtenidos en la tabla apreciamos el sistema artesanal evolucionado juntamente con el tradicional evolucionado y el sistema mediante el reciclaje obtienen la más alta calificación en función a los parámetros seleccionados, siendo de los tres sistemas el Tradicional Evolucionado el que más se acomoda a las necesidades y objetivos del proyecto.

## 8.10. MEMORIA GRÁFICA

Tomamos como idea generadora el trazado de las plantaciones de Vid que nos llevan hacia el terreno a Intervenir.



### **8.10.1. PROPUESTA MORFOLÓGICA**

El interés principal es crear un objeto arquitectónico que se destaque fuertemente en el terreno y el paisaje, manteniendo el dialogo con los mismos. Se crearon 3 piezas cuya relación se dan en la materialidad, la interrelación entre ellas y sus funciones y el trabajo sobre el vacío. Cada volumen se acomoda sobre los desniveles del terreno componiendo un nuevo paisaje. En el sector más elevado del lote ubicamos unidades de dormitorios. Esta disposición permite que todas las unidades desde sus ambientes principales obtengan excelentes visuales, acompañadas con un deck amplio y continuo frente a las mismas.

La segunda pieza es donde dispusimos los servicios del hotel: resto-bar, piscina climatizada, cafetería, spa, sauna, piscina con in-out y gimnasio. Usamos cada uno de estos espacios para generar una única pieza que se disgrega a través de los vacíos y los espacios que van surgiendo, generando un interesante recorrido a través de los

mismos y ampliando las visuales de los espacios interiores. La primera y segunda pieza se vincula con un volumen vidriado en doble altura. El ambiente continuo atraviesa el área de hospedaje a lo ancho generando una interesante transparencia de lado a lado del edificio. El spa consiste en una sala de relax y mini piscina climatizada interior. En concordancia con idea de tener un hotel para relajarse y disfrutar del paisaje y la naturaleza, todas las unidades cuentan con un espacio de relax aprovechando siempre las mejores visuales y conectadas también a un deck exterior. La envolvente de piedra define las volumetrías principales. El material pesado potencia el trabajo de los vacíos que aparece a través de las transparencias de los vidrios, los espacios intermedios y pone en evidencia el juego dinámico de las luces y las sombras. A la distancia, desde la ruta las tres contundentes piezas de piedra se destacan en el paisaje y captan la atención de quienes transitan por ella. En el recorrido interior y cercano los vacíos son los que adquieren mayor potencia espacial y caracterizan de manera particular cada espacio al mismo tiempo que van enmarcando y potenciando las visuales.

El hotel se descubre en primera instancia desde la ruta, pero el acceso principal se realiza por la calle lateral, ingresando por la fachada trasera del edificio, con el fin de redescubrir las imponentes vistas una vez dentro del complejo. Al llegar a la recepción obtenemos una vista profunda del lugar. La recepción participa del espacio en doble altura y con envolvente de vidrio que conecta en el nivel inferior con el resto-bar.

El recorrido interior – exterior que va atravesando los diferentes sectores del hotel es un espacio más del mismo, que le brinda dinamismo y diversidad, interrelacionando los diferentes usos.



### 8.11. DISTRIBUCIÓN FÍSICA DEL COMPLEJO VACACIONAL TAMAÑO

La extensión del área establecida para la creación del complejo cuenta con 14077.50 m<sup>2</sup>.de terreno, El complejo estará distribuido de la siguiente manera:

AREA	FUNCION
AREA 1	AREA DE HOTEL (ALOJAMIENTO)
AREA 2	AREA DE RESTAURANTE (ALIMENTOS Y BEBIDAS)
AREA 3	AREA DE SPA
AREA 4	AREA APRENDIZAJE
AREA 5	AREA RECREACION (EXTERIORES)

ÁREA 1

**ÁREA DE HOTEL (ALOJAMIENTO)**

## COMPLEJO ENOTURÍSTICO EN EL VALLE DE LA CONCEPCIÓN

<b>INSTALACIONES</b>	<b>AREA m2</b>
Recepción	113.3m2
Administración	31m2
Habitaciones	241.6m2
Servicios sanitarios	74 m2
Área de Planchado y Lavado	39m2
Tienda de Souvenirs	32m2
Sala de Uso Multiple	83m2

## ÁREA 2

## ÁREA DE RESTAURANTE (ALIMENTOS Y BEBIDAS)

<b>INSTALACIONES</b>	<b>AREA m2</b>
Bar de Vinos	8m2
Área de mesas	239m2
Cocina	119m2
Servicios Sanitarios	29m2
Cafetería	24m2

## ÁREA 3

## ÁREA DE SPA

<b>INSTALACIONES</b>	<b>AREA m2</b>
Recepción	34m2
Sala de Vinoterapia	17m2

## COMPLEJO ENOTURÍSTICO EN EL VALLE DE LA CONCEPCIÓN

Sala de masajes	36m2
Gimnasio	57m2
Sauna seco y vapor	48m2
Servicios Sanitarios	24m2
Vestuarios	5m2
Administración	29m2
Sala de Reuniones del Complejo	21m2

## ÁREA 4

## ÁREA APREDIZAJE

INSTALACIONES	AREA m2
Recepción	116.60m2
Administración General del Complejo	56m2
Servicios Sanitarios	56m2
Vinoteca y Ventas	60m2
Área de Exposiciones	110m2
Salas de Aprendizaje ( Cateo)	144m2
Sala Audiovisual	39m2

## ÁREA GENERAL POR PLANO

BLOQUE	INSTALACIONES	AREA m2
APRENDIZAJE	PLANTA BAJA	402.07
	PRIMER PISO	400.01
HOTEL	SUBSUELO	1049.76

## COMPLEJO ENOTURÍSTICO EN EL VALLE DE LA CONCEPCIÓN

	PLANTA BAJA	608.46
	PRIMER PISO	967.90
APOYO RECREACIÓN	BAÑOS-COCINA	72.53
SPA	PLANTA BAJA	272.68
RESTAURANTE	AREA EXTERIOR	1672.31
EXTERIORES	PISCINAS	277.35
	FUENTES	141.20
<b>TOTAL</b>		<b>6317.27</b>

**ÁREA DE HOTEL (ALOJAMIENTO)**

<b>TIPO DE HABITACION</b>	<b># HABITACIONES</b>
MATRIMONIAL	5
INDIVIDUAL	3
DOBLE	6
<b>TOTAL</b>	<b>14</b>

**ÁREA DE RESTAURANTE**

<b>TIPOS DE MESAS</b>	<b># MESAS</b>	<b>#SILLAS</b>
Mesas Cuádruples	11	44
Mesas Séxtuples	16	96
<b>TOTAL</b>	<b>27</b>	<b>140</b>

## ÁREA DE CAFETERÍA

TIPOS DE MESAS	# MESAS	#SILLONES
Living Séxtuple	5	20
<b>TOTAL</b>	5	20

## 8.12. ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO

### 8.12.1. INTRODUCCIÓN

El capítulo del Estudio Financiero es muy importante, pues de acuerdo a este podremos determinar de manera financiera y económica si es o no factible realizar este proyecto y si es rentable para sus accionistas.

### 8.12.2. PRESUPUESTO DE INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO

Le denominaremos inversión al monto de recursos en forma de capital requiere la empresa en proyecto para materializarse y poder iniciar operaciones, así como aquellas erogaciones que se requerirán durante su funcionamiento para reponer activos fijos obsoletos o para permitir ampliaciones en la planta productiva original. A esta últimas se las conoce también con el término de reinversiones.

#### Capital Fijo

El capital fijo está compuesto por todos los bienes y servicios necesarios para dotar al proyecto de su capacidad instalada. El capital fijo se clasifica en capital fijo depreciable y capital fijo no depreciable.

#### Capital Fijo Depreciable

En este rubro constan dos clasificaciones que son:

#### Tangibles

- Construcciones

- Maquinaria y Equipo
- Mobiliario
- Enceres

### **Intangibles**

- Investigaciones, costos de elaboración del proyecto
- Gastos de Organización
- Gastos de Instalación
- Capacitación del personal
- Imprevistos

### **Capital Fijo No Depreciable**

- Terrenos

#### ➤ **CAPITAL FIJO NO DEPRECIABLE**

#### **TERRENO**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD M2</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>  c/m2	<b>TOTAL</b>
Terreno	14.077,50 m2	40\$	563.000,10\$

#### ➤ **CAPITAL FIJO DEPRECIABLE TANGIBLE**

- PRESUPUESTO EQUIPOS, MUEBLES Y ENSERES

#### ➤ **PRESUPUESTO DE COSTOS, INGRESOS Y GASTOS**

- COSTOS DEL PROYECTO
- MANO DE OBRA DIRECTA
- MANO DE OBRA INDIRECTA
- GASTOS INDIRECTOS
- MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN
- SEGUROS

- GASTOS DE MARKETING

- **DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS Y AMORTIZACIÓN DE INTANGIBLES**

Para el cálculo de las depreciaciones de los activos fijos se utilizará el método de línea recta y para la amortización se aplicará a los activos diferidos con 5 años de vida útil.

- **PROYECCIÓN DE COSTOS**

- **PRESUPUESTO DE INGRESOS DEL PROYECTO**

El presupuesto de ingresos se fundamenta en las posibilidades de venta y los niveles de precios establecidos de acuerdo a los costos, competencia, margen de ganancia.

El proyecto contará con ingresos que se sustentan en el cálculo de precios de los productos y servicios que se ofertarán en el complejo Vacacional.

- **INGRESOS POR VENTA DE SERVICIOS Y ACTIVIDADES**

Después de haber calculado el precio unitario se procede a establecer el presupuesto del primer año.

Capacidad de pax diarios \* Precio Unitario \* Días de funcionamiento

- **FLUJO DE CAJA**

Los flujos de entradas y salidas de caja o efectivo, en un período dado.

El flujo de caja es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa.

El flujo de caja está conformado por la suma de la utilidad neta de cada año más los valores de depreciación y amortización. Y se descuenta la inversión inicial del flujo de fondos, cuyo valor es el dinero que aportan los empresarios en este caso.

Los valores obtenidos indican que será factible cubrir los costos y gastos y será posible recuperar la inversión realizada

- **VALOR ACTUAL NETO (VAN)**

Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión.

El valor actual neto debe ser mayor que cero, ya que las ganancias deben superar los egresos.

Para su cálculo se ha tomado en cuenta una tasa mínima aceptable de rendimiento del 15%, indicador que representa el costo mínimo de oportunidad que tiene el dinero en el país en el presente periodo de elaboración del proyecto.

- **TASA INTERNA DE RETORNO**

Es un indicador de la rentabilidad de un proyecto, a mayor TIR, mayor rentabilidad. Se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión.

Para determinar la TIR primero se establece el flujo descontado a través de la tasa nominal que es la mínima rentabilidad que los inversionistas podrían exigir del proyecto, en este caso es del 15%.

➤ **FUENTE Y USO DE FONDOS**

▪ **APORTE DE SOCIOS**

La empresa será una compañía limitada conformada por el aporte de capital propio de sus socios.

En un 75%, y el 25% será financiado con crédito bancario.

▪ **DESEMBOLSOS**

**CRONOGRAMA DE EJECUCION**

TRABAJOS A REALIZAR	MES 1				MES 2				MES 3				MES 4				MES 5				MES 6				MES 7				MES 8				MES 9							
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
PRELIMINARES																																								
EXCAVACION																																								
MUROS																																								
ZAPATAS Y COLUMNAS																																								
LOSAS																																								
OBRA FINA																																								
LIMPIEZA Y ENTREGA																																								

