



BODEGAS DE SALTA A.C.

## **Plan Vitivinícola de Salta 2025**

**Agosto 2021**



BODEGAS DE SALTA A.C.

## Contenido

Contenido.....	2
<b>1. Presentación.....</b>	<b>4</b>
<b>2. Introducción.....</b>	<b>5</b>
<b>3. Bodegas y Productores Participantes .....</b>	<b>9</b>
<b>4. Proceso de elaboración del Plan Vitivinícola de Salta 2025 .....</b>	<b>11</b>
<b>a. Introducción conceptual y metodología .....</b>	<b>11</b>
<b>b. Descripción del proceso - Plan Vitivinícola de Salta 2025.....</b>	<b>13</b>
<b>5. Presentación del Plan Vitivinícola de Salta 2025 .....</b>	<b>15</b>
<b>a. Misión, Visión y Valores del sector vitivinícola de Salta .....</b>	<b>15</b>
<b>b. Áreas Claves de Resultados .....</b>	<b>16</b>
<b>c. Matriz Resumen Objetivos Estratégicos /metas .....</b>	<b>17</b>
<b>d. Matrices Estratégicas por Objetivos e Iniciativas .....</b>	<b>18</b>
<b>Objetivo Estratégico: 1. Optimizar y coordinar el uso del agua en la captación, conducción y aplicación del recurso en la industria vitivinícola de Salta.....</b>	<b>18</b>
<b>Objetivo Estratégico: 2. Impulsar el uso de energías renovables en la industria vitivinícola de Salta .....</b>	<b>20</b>
<b>Objetivo Estratégico: 3. Promover e implementar el cumplimiento de las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) en el sector vitivinícola de Salta. ....</b>	<b>22</b>
<b>Objetivo Estratégico: 4. Desarrollar un modelo de coordinación comercial y logístico entre los actores del sector vitivinícola de Salta, e implementarlo .....</b>	<b>24</b>
<b>Objetivo Estratégico: 5. Facilitar el acceso al financiamiento del sector vitivinícola de Salta .....</b>	<b>25</b>
<b>Objetivo Estratégico: 6. Desarrollar y coordinar un programa integral de capacitación y asistencia técnica para actores de la cadena productiva vitivinícola. ....</b>	<b>27</b>
<b>Objetivo Estratégico: 7. Elaborar y comunicar una estrategia de diferenciación del producto para su posicionamiento en el mercado nacional e internacional. ....</b>	<b>28</b>
<b>Objetivo Estratégico: 8. Elaborar una propuesta integral y coordinada de la Ruta del Vino de Salta, considerando las particularidades de cada región,</b>	



## BODEGAS DE SALTA A.C.

incluyendo propuestas de diferenciación y especialización de productos enoturísticos.....	29
<b>Objetivo Estratégico: 9. Desarrollar un Plan/Estrategia unificada de comunicación y promoción de la oferta vitivinícola de Salta. ....</b>	<b>31</b>
<b>6. Anexos.....</b>	<b>33</b>
<b>ANEXO 1 – Lista unificada de Involucrados.....</b>	<b>33</b>
<b>ANEXO 2 – Comisiones / Integrantes .....</b>	<b>35</b>
<b>ANEXO 3 - Lista de Participantes del Taller de Validación del Plan .....</b>	<b>37</b>
<b>ANEXO 4 – Carta de Adhesión .....</b>	<b>39</b>



BODEGAS DE SALTA A.C.

## 1. Presentación

El presente Plan Vitivinícola de Salta 2025, impulsado por la Asociación de Bodegas de Salta con el apoyo de la Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional, es el resultado del esfuerzo y dedicación de diversos actores vinculados a la industria vitivinícola de la provincia.

Para los próximos cinco años, el sector vitivinícola de la provincia está asumiendo el compromiso de continuar produciendo vino de calidad excepcional en todos los segmentos, que expresen la tipicidad del terruño de gran altura, respetando el medio ambiente, prestando servicios de Enoturismo vinculado a las bodegas y a la cultura del lugar y apoyados en la comercialización del producto para generar valor económico, social y ambiental.

En este sentido, el Plan Vitivinícola de Salta 2025 es el resultado del trabajo en equipo, firme y continuo, de un gran número de personas e instituciones, guiado y potenciado por la riqueza de tantas experiencias acumuladas, la solidaridad para alcanzar los objetivos comunes, la búsqueda constante de mejoras, la combinación de conocimientos técnicos y ética profesional, el respeto a todo lo que los rodea, el orgullo y pasión por la actividad que desarrollan.



BODEGAS DE SALTA A.C.

## 2. Introducción

La provincia de Salta se encuentra en la región del noroeste argentino. Se caracteriza por su heterogeneidad geográfica y climática, dado que abarca desde el frío desértico de los Andes y la Puna hasta el calor tropical de la selva, pasando por fértiles valles, montañas rocosas y ríos, ofreciendo una amplia gama de coloridos paisajes.

Su riqueza histórica y cultural se remonta a sus antiguos habitantes indígenas representados en la cultura diaguita–calchaquí, y un legado del antiguo Camino del Inca "Qhapaq Ñan", evidenciado en las ruinas incaicas y preincaicas que atraviesa el actual territorio salteño. Las costumbres y tradiciones de Salta, celebraciones religiosas, ritos paganos y usos cotidianos responden a este patrón indígena hispano que se ha entremezclado de tal forma que dio origen a una cultura mestiza propia, que identifica y distingue a esta región. Es así como la gastronomía de Salta también presenta una mezcla de culturas, tanto andina como españolas e indígenas, dando lugar a una gran variedad de platos nutridos y sabrosos, especialidades típicas como son las empanadas, los tamales, la humita, el locro, carne de llama, quesillo con dulce de cayote<sup>1</sup>, entre otros. El habla, cantos, bailes, instrumentos y hasta la forma de vestir presentan al salteño como un hombre particular destacado por su serenidad, hospitalidad y simpatía.

Las singulares características de Salta hacen de ella una tierra especial para la producción del vino. La actividad vitivinícola en Salta cuenta con una larga tradición, iniciada con las primeras viñas traídas por los Jesuitas desde Perú en el siglo XVIII, al pueblo de Molinos ubicado en el extremo sudoeste de la provincia. El sector vitivinícola actual abarca desde el sur de la provincia hasta las alturas de Colomé, y casi introduciéndose a la Puna, los Valles Calchaquíes atesoran bodegas y miles de hectáreas de viñedos, especialmente entre los departamentos de Cafayate, San Carlos, Angastaco y Molinos.

---

<sup>1</sup> *Tamal*: "del náhuatl tamalli, significa envuelto" se prepara con harina de maíz, envuelta y cocida en sus propias hojas (chala). En Salta es preparada con cebollas rehogadas en grasa de pella bien condimentada, ají y carne vacuna, cerdo o charqui y se cocina en olla con agua hirviendo y sal.

La *humita* (del quechua: humint'a) consiste básicamente en una pasta o masa de maíz levemente aliñada, envuelta y finalmente cocida o tostada en las propias hojas de una mazorca de maíz (chala)

El *locro* (del quechua ruqru o luqru) es una especie de guiso a base de zapallo, maíz –especialmente blanco– y papas.

El *chayote* (*Sechium edule*) es un fruto de tipo de calabaza que pertenece a la familia de las cucurbitáceas.



## BODEGAS DE SALTA A.C.

Los Valles Calchaquíes<sup>2</sup> son un sistema de valles y montañas que se extienden de Norte a Sur por la región centro de la provincia de Salta, recorrido por el río Calchaquí y el río Santa María, ambos confluyen próximos a la localidad de Cafayate formando el río de las Conchas.

Situados en una alta altitud respecto al nivel del mar, existe una mayor amplitud térmica que puede llegar hasta los 38° en el día y descender a los 12° por la noche, tornándose ideal para la maduración de la vid debido a que las variaciones térmicas incrementan de forma notoria la acidez del fruto; la intensidad de los rayos solares es mayor, favoreciendo la actividad vegetativa y la maduración de las uvas; periodo libre de heladas es de 230 días y las precipitaciones medias son inferiores a 200 mm anuales. Los vientos aseguran la sanidad de los viñedos, propiciando el aire fresco y limpio, con lo cual hay menos probabilidad de enfermedades por la baja humedad del ambiente, tanto la canopia<sup>3</sup> como los racimos se secan rápidamente. De este modo la vegetación goza de excelente salud y la ausencia de pesticidas da lugar a la elaboración de vinos orgánicos a través de procesos naturales y sin aditivos. Las características peculiares del suelo y sus componentes minerales también influyen en la vid y permiten vinos de gran carácter. Son suelos arenosos de buen contenido de potasio proveniente de la roca madre y escaso contenido de fósforo y nitrógeno; el perfil del suelo es profundo, con subsuelo algo pedregoso que asegura una excelente permeabilidad y evita la acumulación de agua, así como la lixiviación de sales.

**Tabla 1: Clima y temperaturas de los Valles Calchaquíes (Salta, Argentina)**

<b>Clima</b>	Árido y seco
<b>Precipitaciones</b>	120 a 150 mm anuales en periodo estival
<b>Temperatura media</b>	22 °C
<b>Temperatura mínima media anual</b>	10 °C
<b>Temperatura máxima media anual</b>	25 °C
<b>Amplitud térmica media anual</b>	15 °C (fluctúa entre 12 °C y 18 °C )
<b>Humedad relativa</b>	30-50 %
<b>Vientos</b>	10 a 14 km/h (de 10:00 a 22:00 h)

Fuente: Acenología – Revista de enología científica y profesional

<sup>2</sup> Abarcan tres provincias colindantes: Salta, Tucumán y Catamarca.

<sup>3</sup> Canopia: conjunto verde de la planta, es lo que en los árboles se denomina copa. o



## BODEGAS DE SALTA A.C.

La conjunción de estas condiciones hace que durante los últimos meses del período de gestación de la uva, entre enero a marzo, ésta realice una maduración lenta y prolongada y con una buena sanidad. Así, se desarrollan vides de granos más sufridos y con mayor proporción de hollejos, piel más gruesa y oscura, potenciando la acumulación de aromas y sabores en el fruto junto a un notable incremento de la acidez, por lo que posteriormente permiten lograr vinos de muy buen color, taninos intensos y maduros, aromas y sabores vivos. Tanto los blancos como los tintos se caracterizan por su frutalidad y la gran tipicidad varietal. Las graduaciones alcohólicas tienden a ser altas puesto que se aguarda la correcta madurez de las uvas. Además, se convierten en mucho más aptos para la crianza en barricas ya que, a mayor acidez y proporción de taninos, mayor es la posibilidad de obtener mejores vinos de guarda.

*Superficie cultivada.* Según datos presentados por el Observatorio Vitivinícola Argentino en base a datos proporcionados el Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV), en el año 2020 se registró en Salta, una superficie cultivada de uva (común y fina) de 3.574 hectáreas distribuidas en 286 viñedos.

El Valle de Cafayate, al sudoeste de la provincia, constituye el centro de referencia de la vitivinicultura del Norte, destacándose por la excelente calidad y gran carácter varietal de sus vinos. Concentra el 75% de los viñedos de Salta y el 60% del total de la superficie plantada en los Valles Calchaquíes.

**Tabla 2: Hectáreas cultivadas por Departamento – Provincia de Salta**

Departamento	Total de hectáreas 2020	
	Hectáreas	Participación en el total
CAFAYATE	2.685	75,13%
SAN CARLOS	659	18,44%
MOLINOS	130	3,65%
CACHI	92	2,56%
LA VIÑA	8	0,23%
<b>Total:</b>	<b>3.574</b>	

Fuente: Observatorio vitivinícola Argentino - 2020

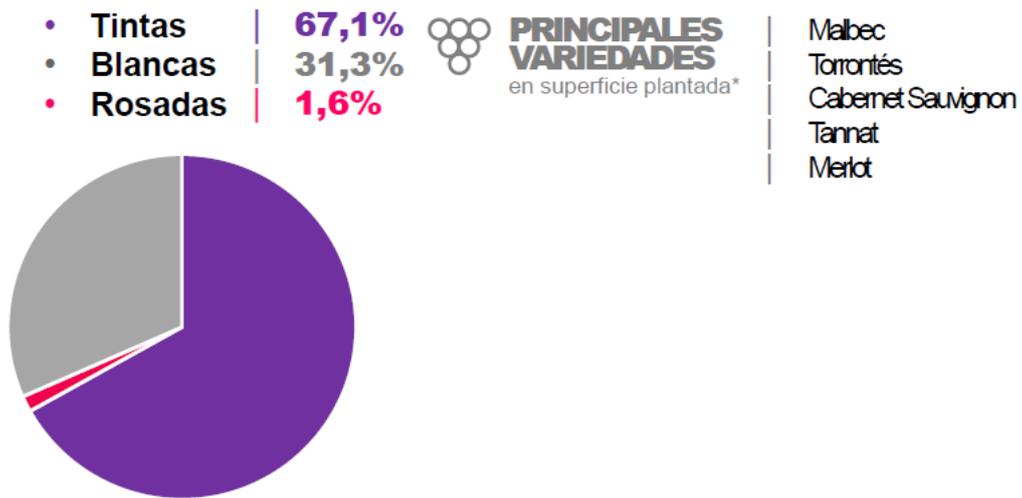
*Los Vinos Salteños.* Con renombre internacional y numerosos premios, los vinos salteños participan actualmente en los segmentos medio/alto Premium y Super Premium en los principales mercados. Se ha registrado un gran crecimiento de las variedades tintas, especialmente Malbec, gracias a la gran demanda de este varietal y a la excepcional



## BODEGAS DE SALTA A.C.

calidad que logra en la provincia. Entre los blancos más destacados se encuentra el Torrontés Riojano, considerado la expresión más fina de Salta. En el siguiente gráfico se visualiza la distribución por color de la cosecha 2020.

Gráfico 1 – Distribución por color 2020



Fuente: Wines of Argentina "Informe Salta 2020"



BODEGAS DE SALTA A.C.

### 3. Bodegas y Productores Participantes

ALTO TERRUÑO SRL	Agustín Lanús
ASOCIACION BODEGAS DE SALTA	Roberto Thomann / Marcos Patron
BODEGA ALTU PALKA	Alejandro Martorell
BODEGA COLOME	Javier Grane
BODEGA DAL BORG	Carla Dal Borgo
BODEGA DOMINGO HERMANOS	Oswaldo Domingo
BODEGA EL ESTECO	Fabian Cornejo
BODEGA EL PORVENIR	Lucia Romero
BODEGA EL TRANSITO	Andres Nanni
BODEGA ESMERALDA	Alejandro Viggiani
BODEGA FINCA LAS NUBES	Fernando Maurette
BODEGA ISASMENDI	Clara Isasmendi
BODEGA LOS TORDOS	Maximo Lichtschein
BODEGA MOUNIER	José Luis Mounier
BODEGA NANNI	José Nanni
BODEGA NUEVE CUMBRES SA	Edmundo Pieve
BODEGA PIATELLI	Alejandro Nesman
BODEGA PUNA	Miguel Rodriguez Durañona
BODEGA QUARA	Ignacio Velázco
BODEGA SAAVEDRA AZCONA SA	Fernando Saavedra
BODEGA SAN PEDRO DE YACUCHUYA	Pablo Etchart
BODEGA TACUIL	Raúl Dávalos
BODEGA TIERRA COLORADA	Susana Nanni
BODEGA TUKMA	Claudio Marlow



## BODEGAS DE SALTA A.C.

BODEGA VASIJA SECRETA S.A.	Agustina Novello
BODEGA VINOS ADENTRO	Cristian Goetz
BODEGA VIÑAS EN FLOR	Angeles Nougues / Pablo Urtubey
BODEGAS TOLOMBON	Federico Thomann
ESTABLECIMIENTOS VITIVINICOLAS ESCORIHUELA SA	Juan Luciano Prates
FINCA GUALINCHAY	Federico Ortiz
FINCA LA PAYA	Virginia Ruiz Moreno
FINCA LA PRIMAVERA	Andrés Hoy
FINCA SAN CARLOS SRL	Eduardo Serrano
GRUPO PEÑAFLORES	Juan Schamber
MIRALUNA	Carlos Urtasun / Lucas Urtasun
REVIR SA	Rafael Savino
RIAS DE CAFAYATE S.A.	Roberto Barbenza
VIÑAS DE ANIMANA	Luis Murga



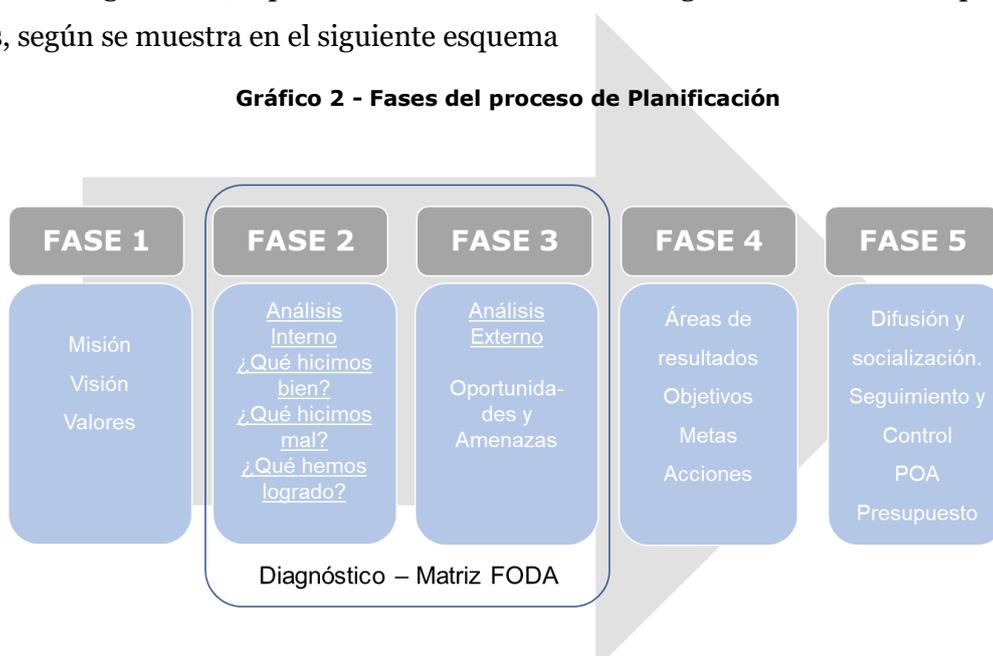
BODEGAS DE SALTA A.C.

#### 4. Proceso de elaboración del Plan Vitivinícola de Salta 2025

##### a. Introducción conceptual y metodología

La planificación estratégica es el proceso de reflexión que debe llevar a cabo una organización para definir un horizonte de desarrollo deseado y establecer cómo ir de la situación actual hasta dicho horizonte.

En términos generales, el proceso de Planificación Estratégica está conformado por cinco fases, según se muestra en el siguiente esquema



El propósito de esta *primera fase*, al definir la misión, visión y valores es enunciar los elementos fundamentales que definen la naturaleza y aspiraciones de una organización. En consecuencia, el ejercicio de definición de estos tres elementos es fundamental para el desarrollo organizacional futuro, ya que influirán directamente en la definición de estrategias, planes y programas, así como en las relaciones entre las personas y la organización.

En *segunda fase* se debe reflexionar sobre el estado actual de la organización y su evolución; es un ejercicio de introspección y análisis, permite identificar aspectos vinculados a sus fortalezas y debilidades.

La organización no existe ni puede existir fuera de un ambiente, fuera de ese entorno que le rodea, en la *tercera fase* se realiza el análisis externo como un ejercicio de



## BODEGAS DE SALTA A.C.

identificación de aquellas condiciones o eventos externos que pueden favorecer (oportunidades) o perjudicar (amenazas) a la organización.

Dicho análisis permite identificar los principales elementos del diagnóstico actual de la organización, y contrastarlo con la visión de futuro que se desea alcanzar, de modo de identificar las brechas que existen entre un estado inicial y uno final. La elaboración de una matriz FODA además de facilita la identificación de los factores internos (fortalezas y debilidades) y externos (oportunidades y amenazas), favorece la evaluación de los aspectos detectados y la generación de conclusiones sobre el estado de situación.

La *cuarta fase* corresponde a la definición de los Objetivos Estratégicos, que toma como insumo el resultado de las fases anteriores. La formulación de los objetivos consiste en un ejercicio por el cual se formula de una hipótesis causal que determina cómo alcanzar la visión planteada y como asegurar el cumplimiento de su misión.

Los objetivos estratégicos deben suponer un paso intermedio entre la visión y la misión de la organización. Son los fines o metas desarrollados a nivel estratégico que una organización pretende alcanzar a largo plazo. En resumen, determinan la línea de acción, la estrategia y los medios necesarios para alcanzar o cumplir la misión, respetando la visión definida por la organización.

Es importante en la presente etapa, identificar por cada objetivo estratégico y en particular, por cada acción a desarrollar, los actores externos que pueden contribuir en alcanzar la meta planteada.

La *quinta fase* corresponde a la socialización y seguimiento. El plan estratégico es una declaración de intenciones que debe permear a todos los que integran la organización, provocando sinergia entre sus miembros, sirviendo de guía para la toma de decisiones, la planificación de las operaciones y el control de la gestión. El seguimiento sistemático y periódico a la ejecución de las actividades permite detectar oportunidades de mejoras y proporcionar información para el proceso de toma de decisiones.

A partir de la elaboración y validación del Plan, se inicia la etapa de implementación, la cual corresponde al proceso de desarrollo de las acciones previstas para el logro de los objetivos estratégicos definidos. Resulta de suma importancia considerar que el proceso iniciado implica principalmente, la coordinación y acción colectiva de todos los que han



## BODEGAS DE SALTA A.C.

participado de la etapa de construcción del Plan, y de quienes deseen participar o sea necesario incorporar en beneficio de alcanzar los resultados previstos.

### **b. Descripción del proceso - Plan Vitivinícola de Salta 2025**

En el mes de septiembre de 2020 se inició el proceso de planificación del sector vitivinícola de Salta, impulsado por la Asociación de Bodegas de Salta, con el apoyo de la Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional, objetivo de invitar a participar y formar parte del proceso a todos los actores relacionados con el tema, tanto bodegas como productores vitivinícolas.

En plena pandemia por el virus COVID-19, y a partir de las medidas de aislamiento y distanciamiento social que las autoridades tomaron para mitigar los efectos de la enfermedad, el desarrollo del proceso de planificación debió realizarse en formato virtual, utilizando la herramienta Google Meet. Durante 5 (cinco) meses se llevaron a cabo aproximadamente 40 (cuarenta) reuniones de trabajo virtuales, con un promedio de 14/15 participantes en representación de bodegas y productores vitivinícolas de Salta. El desarrollo de estas consistió en llevar a cabo las 4 (cuatro) fases<sup>4</sup> del proceso de planificación descritas anteriormente.

Para cada reunión se preparó material de apoyo con la metodología de trabajo y el marco conceptual de los temas a tratar, se aplicaron distintas técnicas de trabajo orientadas a motivar una efectiva participación, para luego ordenar y sistematizar las ideas centrales e inducir los puntos de consensos. Al finalizar cada encuentro, se elaboraron actas de reunión, con el detalle de las actividades desarrolladas, acuerdos y compromisos.

El desarrollo de todas estas actividades permitió la construcción del Plan vitivinícola de Salta con un horizonte de cinco años (2021-2025), el cual está dispuesto en 4 (cuatro) áreas estratégicas o áreas claves de resultados, vinculadas a: 1. sostenibilidad ambiental, 2. sostenibilidad socio-económica, 3. mercados y comercio, y 4. enoturismo, de las cuales se desprenden 9 (nueve) objetivos estratégicos orientados al uso eficiente del agua, utilización de energías renovables, aplicación de buenas prácticas, asociación logística y comercial, posicionamiento comercial, capacitación y asistencia técnica, comunicación unificada, ruta del vino integral; con una definición de más de 50 (cincuenta)

---

<sup>4</sup> Fase 1: Revisión de la misión, visión y valores; Fase 2: Análisis Interno; Fase 3: Análisis externo; Fase 4: Definición de objetivos estratégicos.



## BODEGAS DE SALTA A.C.

iniciativas/acciones de mediano plazo establecidas para el logro de los objetivos planteados; así como la identificación de más de 40 (cuarenta) involucrados<sup>5</sup> (actores externos o aliados), del sector público y privado, necesarios para el desarrollo óptimo y en conjunto, de las acciones preestablecidas.

El 12 de agosto en la ciudad de Cafayate, Provincia de Salta, se realizó un taller de validación final del Plan, el cual contó con la participación de representantes de las bodegas y productores vitivinícolas, autoridades provinciales y municipales, referentes del sector y comunicadores <sup>6</sup> El encuentro consistió principalmente en presentar el proceso de planificación desarrollado, con el detalle de cada una de las fases que lo integran, y la exposición de los resultados obtenidos, con una instancia donde los participantes analizaron el documento para luego exponer su opinión, reflexión y/o consultas.

Finalmente, con el objetivo de formalizar la adhesión y compromiso a las acciones definidas en el Plan Vitivinícola de Salta 2025, los representantes de las bodegas/productores vitivinícolas que han participado del proceso de planificación estratégica del sector, firmaron una Carta de Adhesión<sup>7</sup>.

Para la implementación del Plan, se optó la conformación de Comisiones de Trabajo<sup>8</sup> por cada Objetivo Estratégico. De este modo se logra contar con espacios de trabajo colaborativo, discusiones de ideas y análisis de un asunto con la intervención de todos sus integrantes, ofrece diversidad de opiniones y criterios que permiten enriquecer el resultado del debate, y genera un mayor apoyo en la toma de decisiones, para quienes participaron en el proceso de planificación provoca mayor entusiasmo en la aceptación de las acciones a desarrollar y en su ejecución. El soporte institucional del Plan es llevado a cabo por la Asociación de Bodegas de Salta, a partir de desarrollar una coordinación general de las acciones previstas, la socialización y difusión de los objetivos establecidos, la representación de los intereses definidos, tanto en los ámbitos locales, como regionales e internacionales, la convocatoria y fomento de incorporación de nuevos actores, y la organización de espacios de encuentro y participación en forma sistematizada.

---

<sup>5</sup> Se adjunta el detalle de los Involucrados a modo de **ANEXO 1** del presente documento.

<sup>6</sup> Se adjunta el detalle de los Participantes del Taller, a modo de **ANEXO 3** del presente documento

<sup>7</sup> Se adjunta la Carta de Adhesión al Plan a modo de **ANEXO 4** del presente documento

<sup>8</sup> Se adjunta el detalle de las Comisiones y sus integrantes a modo de **ANEXO 2** del presente documento



BODEGAS DE SALTA A.C.

## 5. Presentación del Plan Vitivinícola de Salta 2025

### a. Misión, Visión y Valores del sector vitivinícola de Salta

#### **Misión**

*Producir vino de calidad excepcional en todos los segmentos, que expresen la tipicidad de nuestro terruño de gran altura, respetando el medio ambiente, prestando servicios de Enoturismo vinculado a las bodegas y a la cultura del lugar y apoyados en la comercialización del producto para generar valor económico, social y ambiental.*

#### **Visión**

*Ser la región vitivinícola referente de los vinos de gran altura a nivel nacional e internacional, con vocación orientada a la innovación, enfocados en la calidad del producto y lograr su liderazgo, de forma que al 2025 se fortalezca su posicionamiento en el mercado; a su vez, afianzar el reconocimiento de los servicios de enoturismo ofrecidos por las bodegas.*

#### **Valores**

**Trabajo en equipo:** *Es la acción que implica la coordinación de 2 (dos) a más personas orientadas a alcanzar objetivos comunes, donde cada miembro debe aportar para la realización de una parte del trabajo y representa el capital más valioso de una organización, pues es la base para la producción de valor.*

**Compromiso:** *Disposición a dar lo mejor de cada uno en todos los proyectos emprendidos y ser consecuentes con lo que se compromete, cumpliendo y llevando a cabo todo aquello que se ha acordado.*

**Innovación:** *Es el proceso que busca mejorar lo que existe, aportando nuevas opciones que suplan las necesidades de los consumidores, o incluso crear nuevos productos con el fin de que tengan éxito en el mercado.*

**Excelencia:** *Es el proceso que permite combinar conocimientos técnicos y ética profesional, donde se espera que las personas desplieguen sus actitudes y aptitudes para prestar un servicio excelente a la comunidad a través de su ejercicio profesional.*



## BODEGAS DE SALTA A.C.

**Solidaridad:** Es la acción que se espera se desarrolle sin distinción, límites o condicionamientos de sexo, raza, nacionalidad, religión ni de afiliación política y que está dirigida al ser humano en estado de necesidad.

**Respeto:** Es toda persona, que causa, origina, mueve y ocasiona alguna cortesía, urbanismo, amabilidad, acatamiento o cordialidad, como valor fundamental del ser humano.

**Pasión:** Es la acción que permite establecer una fuerte afinidad, y que en el ámbito del mundo de la empresa se traduce en tener un vivo interés o admiración por una propuesta, causa o actividad específica.

### **b. Áreas Claves de Resultados<sup>9</sup>**

Se establecieron 4 (cuatro) áreas claves de resultados con el objetivo de definir un ámbito de acción específico, que oriente e impulse los objetivos estratégicos del sector.

**Área 1 - Sostenibilidad ambiental:** Fomentar modelos vitivinícolas sustentables que minimicen el impacto sobre el ambiente, mediante la protección y conservación de los recursos naturales, la gestión de insumos, subproductos y residuos, la concientización y comunicación y la certificación de normas

**Área 2 - Sostenibilidad socio-económica:** Mejorar la competitividad en la cadena vitícola con equidad, inclusión y rentabilidad para todos los actores, haciendo foco en promover procesos organizativos y de integración, la participación creciente de jóvenes emprendedores y dirigentes de organizaciones y el desarrollo de nuevas tecnologías

**Área 3 - Mercados y comercio:** Aumentar la competitividad de los productos argentinos en el mercado internacional y en el mercado interno, mediante estrategias de diferenciación de los productos vitícolas

**Área 4 - Enoturismo:** Potenciar el desarrollo turístico de las zonas vitícolas y la vinculación del sector de turismo

---

<sup>9</sup> Se tomaron de referencia los ejes estratégicos que resultaron del trabajo realizado en forma conjunta a nivel nacional, que sintetizan y articulan las aspiraciones y deseos del sector.



BODEGAS DE SALTA A.C.

**c. Matriz Resumen Objetivos Estratégicos /metas**

Área Clave de Resultados	Objetivo	Meta
1 - Sostenibilidad ambiental	1. Optimizar y coordinar el uso del agua en la captación, conducción y aplicación del recurso en la industria vitivinícola de Salta.	Aumento del uso eficiente del agua del sector en un 25% <sup>10</sup>
	2. Impulsar el uso de energías renovables en la industria vitivinícola de Salta.	Bodegas en proceso de implementación de energías renovables.
	3. Promover e implementar el cumplimiento de las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) en el sector vitivinícola de Salta.	80% de las bodegas involucradas poseen Certificación de BPM
2 - Sostenibilidad socio-económica	4. Desarrollar un modelo de coordinación comercial y logístico entre los actores del sector vitivinícola de Salta, e implementarlo.	Modelo de coordinación comercial y logístico del sector validado en implementación.
	5. Facilitar el acceso al financiamiento del sector vitivinícola de Salta	Instrumentos de financiamiento aplicados a las acciones definidas para la implementación del Plan Vitivinícola de Salta 2025
	6. Desarrollar y coordinar un programa integral de capacitación y asistencia técnica para los actores de la cadena productiva vitivinícola de Salta.	Actores de la cadena productiva capacitados y asistidos anualmente
3 - Mercados y comercio	7. Elaborar y comunicar una estrategia de diferenciación del producto para su posicionamiento en el mercado nacional e internacional.	Producto posicionado en el mercado nacional e internacional.
4 - Enoturismo	8. Elaborar una propuesta integral y coordinada de la Ruta del Vino de Salta, considerando las particularidades de cada región, incluyendo propuestas de diferenciación y especialización de productos enoturísticos	Ruta del Vino de Salta dinámica, integral y coordinada.
	9. Desarrollar un Plan/Estrategia unificada de comunicación y promoción de la oferta vitivinícola de Salta.	Identificación y reconocimiento nacional / internacional de la región vitivinícola de Salta <sup>11</sup>

<sup>10</sup> Línea de base: resultado del diagnóstico, c/ revisión anual (herramienta de medición de pérdida de agua en el sistema)

<sup>11</sup> Medido a partir del Incremento en las ventas, aumento de visitas a bodegas



BODEGAS DE SALTA A.C.

#### d. Matrices Estratégicas por Objetivos e Iniciativas

##### Área clave de Resultados: 1 - Sostenibilidad ambiental

**Objetivo Estratégico:** 1. Optimizar y coordinar el uso del agua en la captación, conducción y aplicación del recurso en la industria vitivinícola de Salta

**Meta:** Aumento del uso eficiente del agua del sector en un 25%<sup>12</sup>

Iniciativa mediano plazo	Meta por año de cumplimiento	Involucrados
1.1. Diagnóstico de las características del uso del agua superficial en la Cuenca Cafayate, particularizado al sector vitivinícola que incluya un mapeo de las condiciones de captación, conducción y aplicación del recurso.	<b>Año 1:</b> Diagnóstico elaborado, presentado y validado por grupo de bodegas y productos vitivinícola.	PROSAP. Universidad Nacional de Salta / otras INTA / COVIAR / COHIFE / Bodegas de Argentina Ministerio de la Producción y Desarrollo Sustentable: Secretaría de Recursos hídricos. Asesores Externos / Consorcios de Riego Bodegas y Productores / Asociación de Bodegas de Salta
1.2. Acuerdos de gestión coordinada con el sector público para uso eficiente del recurso hídrico aplicado al sector vitivinícola de Salta.	<b>Año 2:</b> Mesa de trabajo conformada en forma periódica	Ministerio de Producción y Desarrollo Sustentable: Secretaría de Recursos Hídricos / Infraestructura Hídrica (Proyectos Hídricos) / Unidad de Financiamiento y Promoción de las Inversiones. PROSAP. INTA / INV / INTI Aguas del Norte / Cooperativas
1.3. Apoyo a las iniciativas vinculadas a la captación de aguas subterráneas (CREA)	<b>Año 2:</b> Mesa de trabajo conformada en forma periódica	CREA Bodegas y Productores / Asociación de Bodegas de Salta
1.4. Búsqueda de Recursos Financieros para afrontar el proyecto	<b>Año 3:</b> Búsqueda y definición del Financiamiento.	Fuentes de Financiación Privadas / Fuentes de Financiación Internacionales / Fuentes de Financiación Políticas Provinciales / Fuentes de Financiación Políticas Nacionales PROSAP Coordinación con Objetivo 5 - Financiamiento

<sup>12</sup> Línea de base: resultado del diagnóstico, c/ revisión anual (herramienta de medición de pérdida de agua en el sistema)



## BODEGAS DE SALTA A.C.

1.5. Inicio de la Ejecución del Proyecto	<b>Año 4:</b> Obras de mejoras de tomas y conducción.	Asociación de Bodegas de Salta / Bodegas y Productores Recursos Hídricos de la Provincia / Bancos involucrados.
1.6. Puesta en Marcha	<b>Año 5:</b> Obras finalizadas y en funcionamiento	Asociación de Bodegas de Salta / Bodegas y Productores COVIAR / INTI / INTA/ Consorcios Hídricos.
1.7. Concientizar y comunicar sobre los principios de sustentabilidad y Practicas respetuosas del ambiente.	<b>Año 5:</b> Bodegas y Productores concientizados	COVIAR Asociación de Bodegas de Salta / Bodegas y Productores
1.8. Monitoreo y seguimiento a las iniciativas y acciones planificadas	Periódicamente	Asociación de Bodegas de Salta / Bodegas y Productores

### SUPUESTOS

- 1) Las bodegas y Productores cuentan con el financiamiento necesario para la ejecución de las actividades.
- 2) Existe un compromiso establecido formalmente de las bodegas y productores que formaran parte de las acciones asumidas.
- 3) Plazos para la aprobación de los procesos sometidos al conjunto de bodegas y productores asociados en el presente objetivo, en cumplimiento con los plazos establecido y comprometidos previamente.
- 4) Cumplimiento del Calendario de actividades.
- 5) Existe sinergia positiva entre las Bodegas/Productores y las instituciones públicas y otros agentes externos vinculados
- 6) Existe buena disposición de bodegas/productores para la capacitación y aplicación de prácticas respetuosas del ambiente.



BODEGAS DE SALTA A.C.

**Área clave de Resultados: 1 - Sostenibilidad ambiental**

**Objetivo Estratégico:** 2. Impulsar el uso de energías renovables en la industria vitivinícola de Salta

**Meta:** Bodegas en proceso de implementación de energías renovables

Iniciativa mediano plazo	Meta por año de cumplimiento	Involucrados
2.1. Relevamiento de acciones desarrolladas en las Bodegas/Productores vinculadas a la implementación/evaluación de energías renovables	<b>Año 1:</b> Información consolidada	Asociación Bodegas de Salta / Bodegas y Productores
2.2. Diagnostico técnico para la identificación de alternativas de energías renovables a aplicar	<b>Año 1:</b> Diagnóstico elaborado	INTA / INV / INTI / Bodegas de Argentina BICE (1) CADER Cámara Argentina de Energías Renovables / INENCO
2.3. Clasificación de uso de energías por áreas y por Bodegas/Productor	<b>Año 2:</b> Documento elaborado y validado	Universidad Nacional de Salta / Universidad Católica de Salta (2) Asociación de Bodegas de Salta / Bodegas y Productores Ser Verde
2.4. Gestión coordinada con el sector público para la aplicación de energías renovables en el sector vitivinícola de Salta	<b>Año 5:</b> Mesa de trabajo conformada en forma periódica	Ministerio de Producción y Desarrollo Sustentable: Secretaría de Minería y energía / DG Energía e Hidrocarburos / Dirección de energía renovable y eficiencia energética. (3) PROSAP / Ministerio de Economía / Energía (4) (5) / Ministerio de Desarrollo Productivo / INTA / INV / MRECIyC / AAIyCI Bodegas de Argentina
2.5. Elaboración e Implementación de Guía de Buenas Prácticas para la eficiencia en el consumo de energía	<b>Año 5:</b> Guía de Buenas Prácticas para la eficiencia en el consumo de energías implementada en el sector	INTA / INV / INTI / Universidad de Salta Asociación de Bodegas de Salta / Bodegas de Argentina / Bodegas y Productores Comité Objetivo 6
2.6. Certificación en el uso de energías renovables	<b>Año 5:</b> Certificación aplicada	Bioelectrify / Asociación de Bodegas de Salta / Bodegas y Productores (6)



BODEGAS DE SALTA A.C.

2.7. Monitoreo y seguimiento a las iniciativas y acciones planificadas.	Periódicamente	Asociación de Bodegas de Salta / Bodegas y Productores
---	----------------	--

(1) <https://www.bice.com.ar/productos/fondo-verde-para-el-clima/>

(2) Sebastian Miguel Msc. Arq. Instituto de Sustentabilidad Energética y Diseño Bioambiental (ISEDIB) Facultad de Arquitectura y Urbanismo-UCASAL [sebastianmiguel.sm@gmail.com](mailto:sebastianmiguel.sm@gmail.com) samiguel@ucasal.edu.ar

<https://www.argentina.gob.ar/economia/energia/generacion-distribuida>

(3) <http://energia.salta.gob.ar/institucional/>

(4) <https://www.argentina.gob.ar/economia/energia/energia-electrica/renovables>

(5) <https://www.argentina.gob.ar/economia/energia/generacion-distribuida>

(6) <https://efectocolibri.com/bioelectrify-plataforma-blockchain-para-reducir-la-huella-de-carbono/> <https://carbonneutralplus.com/#services>

### SUPUESTOS

- 1) Las bodegas y Productores cuentan con el financiamiento necesario para la ejecución de las actividades.
- 2) Existe un compromiso establecido formalmente de las bodegas y productores que formaran parte de las acciones asumidas.
- 3) Plazos para la aprobación de los procesos sometidos al conjunto de bodegas y productores asociados en el presente objetivo, en cumplimiento con los plazos establecido y comprometidos previamente.
- 4) Existe sinergia positiva entre Bodegas/Productores y las instituciones públicas vinculadas.
- 5) Cumplimiento del Calendario de actividades.
- 6) Existe buena disposición de bodegas/productores para la capacitación y aplicación de buenas prácticas para uso eficiente de energía.



BODEGAS DE SALTA A.C.

**Área clave de Resultados: 1 - Sostenibilidad ambiental**

**Objetivo Estratégico:** 3. Promover e implementar el cumplimiento de las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) en el sector vitivinícola de Salta.

**Meta:** 80% de las bodegas involucradas poseen Certificación de BPM

Iniciativa mediano plazo	Meta por año de cumplimiento	Involucrados
3.1. Relevamiento de datos vinculados a la situación de las Bodegas/Productores vitivinícolas con relación a la implementación de BPM	<b>Año 1:</b> Estado de situación de las Bodegas elaborado.	COVIAR Bodegas de Argentina Asociación de Bodegas de Salta Bodegas y Productores
3.2. Promoción de aprendizaje en BP a partir de experiencias compartidas	<b>Año 2:</b> Talleres desarrollados	Asociación de Bodegas de Salta Bodegas y Productores
3.3. Elaboración de una Guía Básica de Buenas Prácticas adaptadas a la totalidad del sector vitivinícola de Salta	<b>Año 2:</b> Guía desarrollada y validada	Asociación de Bodegas de Salta Bodegas y Productores COVIAR / INTI / INV Bodegas de Argentina Facultades de Ciencias Agrarias, INV, INTA, INTI. Certificadoras
3.4. Capacitación y Difusión de BPM	<b>Año 5:</b> Sector vitivinícola de Salta capacitado en BPM	COVIAR / INTI / INV Bodegas de Argentina Asociación de Bodegas de Salta Bodegas y Productores Facultades de Ciencias Agrarias, INV, INTA, INTI.
3.5. Asistencia Técnica	<b>Año 5:</b> Sector vitivinícola de Salta con capacidad para la implementación de BPM	COVIAR / INTI / INV Bodegas de Argentina Asociación de Bodegas de Salta Bodegas y Productores Facultades de Ciencias Agrarias, INV, INTA, INTI.



## BODEGAS DE SALTA A.C.

3.6. Promover y fortalecer procesos de IDI en temas con impacto en la sustentabilidad del sector y estrategias de adopción de tecnologías que responden al FODA del sector y a las demandas regionales	<b>Año 5:</b> Procesos promovidos y fortalecidos de IDI en el sector vitivinícola de Salta	COVIAR Bodegas de Argentina Asociación de Bodegas de Salta Bodegas y Productores
3.7. Monitoreo y seguimiento a las iniciativas y acciones planificadas.	Periódicamente	Asociación de Bodegas de Salta Bodegas y Productores

(1) (2) (3) Coordinar con Comité de Objetivo Estratégico 6 - Desarrollar y coordinar un programa integral de capacitación y asistencia técnica para los actores de la cadena productiva vitivinícola de Salta

### SUPUESTOS

- 1) Las Bodegas y Productores están comprometidos con el desarrollo de las iniciativas establecidas, y proporcionan la información necesaria para su óptimo cumplimiento.
- 2) Existe sinergia positiva entre las Bodegas/Productores y las instituciones públicas vinculadas
- 3) Existe buena disposición de bodegas/productores para la capacitación y aplicación de buenas prácticas en el sector.
- 4) Las bodegas y Productores cuentan con el financiamiento necesario para la ejecución de las actividades.
- 5) Cumplimiento del Calendario de actividades.



BODEGAS DE SALTA A.C.

**Área clave de Resultados: 2 - Sostenibilidad socio-económica**

**Objetivo Estratégico:** 4. Desarrollar un modelo de coordinación comercial y logístico entre los actores del sector vitivinícola de Salta, e implementarlo

**Meta:** Modelo de coordinación comercial y logístico del sector validado en implementación

Iniciativa mediano plazo	Meta por año de cumplimiento	Involucrados
4.1. Realizar un mapeo de las características de la cadena de suministros de cada bodega/productor (1) como base para el análisis del modelo coordinado a aplicar.	<b>Año 1:</b> Diagnóstico elaborado y validado	INTA / Universidades Bodegas y Productores de Salta / Asociación Bodegas de Salta
4.2. Diseño de un Modelo coordinado de logística del sector	<b>Año 2:</b> Modelo diseñado y en proceso de implementación	Bodegas y Productores de Salta Andreani / OCA / Correo Argentino Empresa Moraga / Empresa Cruz del Sur / Empresa Andesmar
4.3. Diseño de metodología de comercialización coordinada basada en e_commerce	<b>Año 2:</b> Metodología implementada	Mercado Libre / Tienda Nube Instituciones Académicas vinculadas al e_commerce
4.4. Coordinación de acciones estratégicas.	Periódicamente	Asociación de Bodegas de Salta / Bodegas y Productores
4.5 Monitoreo y seguimiento a las iniciativas y acciones planificadas	Periódicamente	Asociación de Bodegas de Salta / Bodegas y Productores

(1) operaciones de transporte, almacenamiento y distribución de los productos en el mercado

**SUPUESTOS**

- 1) Las Bodegas y Productores están comprometidos con el desarrollo de las iniciativas establecidas, y proporcionan la información necesaria para su óptimo cumplimiento.
- 2) Las bodegas y Productores cuentan con el financiamiento necesario para la ejecución de las actividades.
- 3) Cumplimiento del Calendario de actividades.
- 4) Existe un compromiso de todos los actores en el desarrollo de las actividades previstas.



BODEGAS DE SALTA A.C.

**Área clave de Resultados: 2 - Sostenibilidad socio-económica**

**Objetivo Estratégico:** 5. Facilitar el acceso al financiamiento del sector vitivinícola de Salta

**Meta:** Instrumentos de financiamiento aplicados a las acciones definidas para la implementación del Plan Vitivinícola de Salta 2025

Iniciativa mediano plazo	Meta por año de cumplimiento	Involucrados
5.1. Elaborar una cartera de productos de financiación para el sector entidades locales, regionales e internacionales de financiamiento y asistencia para el sector vitivinícola en toda su cadena de producción.	<b>Año 1:</b> Base de Datos conformas con contactos establecidos	CFI - Banco Nación - BICE / Banca privada Ministerio de Producción de Nación / Instituciones provinciales Bodegas de Argentina / Asociación de Bodegas de Salta Bodegas y Productores / CAME - Área financiamiento
5.2. Relevamiento de las características de necesidades de financiación para la implementación del Plan	<b>Año 1:</b> Documento elaborado con actualizaciones anuales	Asociación de Bodegas de Salta / Bodegas y Productores
5.3. Acciones de asistencia técnica para la postulación al financiamiento (aplicación del modelo)	<b>Año 3/5:</b> apoyo al 100% de las bodegas solicitantes	Unidad de Financiamiento y Promoción de las Inversiones - Ministerio de Producción / CAME - Área financiamiento
5.4. Mesa de dialogo/trabajo con instituciones públicas locales vinculadas a la promoción agroindustrial	Periódicamente	Unidad de Financiamiento y Promoción de las Inversiones de Salta - Ministerio de Producción / Ministerio de Producción de Nación CFI / BICE
5.5. Generar una estrategia para el fácil acceso al financiamiento para apoyo a los pequeños productores	Verificar en proceso de PEVI-2030	COVIAR / Bodegas de Argentina Asociación de Bodegas de Salta / Bodegas y Productores
5.6. Monitoreo y seguimiento a las iniciativas y acciones planificadas.	Periódicamente	Asociación de Bodegas de Salta / Bodegas y Productores

**SUPUESTOS**

- 1) Las bodegas y Productores cuentan con el financiamiento necesario para la ejecución de las actividades.
- 2) Existe un compromiso establecido formalmente de las bodegas y productores que formaran parte de las acciones asumidas.



BODEGAS DE SALTA A.C.

- 3) Plazos para la aprobación de los procesos sometidos al conjunto de bodegas y productores asociados en el presente objetivo, en cumplimiento con los plazos establecido y comprometidos previamente.
- 4) Cumplimiento del Calendario de actividades.
- 5) Existe sinergia positiva entre las Bodegas/Productores y las instituciones públicas vinculadas
- 6) Se llevan a cabo en forma regular las actividades de coordinación entre comisiones de trabajo con temas relacionados



BODEGAS DE SALTA A.C.

**Área clave de Resultados: 2 - Sostenibilidad socio-económica**

**Objetivo Estratégico:** 6. Desarrollar y coordinar un programa integral de capacitación y asistencia técnica para actores de la cadena productiva vitivinícola.

**Meta:** Actores de la cadena productiva capacitados y asistidos anualmente

Iniciativa mediano plazo	Meta por año de cumplimiento	Involucrados
6.1. Identificación y priorización de necesidades de capacitación y asistencia técnica en la cadena productiva vitivinícola de Salta	<b>Año 1:</b> identificación de prioridades de capacitación y asistencia técnica. Documento elaborado y validado	Asociación de Bodegas de Salta / Bodegas y Productores
6.2. Generar Acuerdos Interinstitucionales según las necesidades de capacitación y asistencia técnica en la cadena productiva vitivinícola de Salta identificadas	<b>Año 2:</b> Acuerdos elaborados y validados	CREA. / INV / Bodegas de Argentina Universidad Católica de Salta / Universidad Nacional de Salta
6.3. Establecer un Plan de capacitación y Asistencia Técnica	<b>Año 2:</b> Plan elaborado. <b>Año 5:</b> Capacitación y Asistencia Técnica desarrolladas	Asociación de Bodegas de Salta / Bodegas y Productores
6.4. Monitoreo y seguimiento a las iniciativas y acciones planificadas.	Periódicamente	Asociación de Bodegas de Salta / Bodegas y Productores

**SUPUESTOS**

- 1) Las Bodegas y Productores están comprometidos con el desarrollo de las iniciativas establecidas, y proporcionan la información necesaria para su óptimo cumplimiento.
- 2) Existe buena disposición de bodegas/productores para la capacitación y aplicación de asistencia técnica en el sector.
- 3) Las bodegas y Productores cuentan con el financiamiento necesario para la ejecución de las actividades.
- 4) Cumplimiento del Calendario de actividades.
- 5) Existe sinergia positiva entre las Bodegas/Productores y las instituciones públicas vinculadas
- 6) Se llevan a cabo en forma regular las actividades de coordinación entre comisiones de trabajo con temas relacionados



BODEGAS DE SALTA A.C.

**Área clave de Resultados: 3 - Mercados y comercio**

**Objetivo Estratégico:** 7. Elaborar y comunicar una estrategia de diferenciación del producto para su posicionamiento en el mercado nacional e internacional.

**Meta:** Producto posicionado en el mercado nacional e internacional.

Iniciativa mediano plazo	Meta por año de cumplimiento	Involucrados
7.1. Elaboración de un Estudio de Mercado del sector	<b>Año 1:</b> Documento elaborado y validado	COVIAR / WOFA / INV / Observatorio Vitivinícola Argentino Bodegas de Argentina / Asociación Bodegas de Salta
7.2. Diseñar una Estrategias unificada de diferenciación* (sello regional)	<b>Año 2:</b> Documento elaborado, validado y en implementación	COVIAR / INV / Bodegas de Argentina / Observatorio Vitivinícola Argentino Asociación Bodegas de Salta Agencia de Marketing
7.3. Diseño del Plan operativo de marketing	<b>Año 2:</b> Documento elaborado y en implementación	COVIAR Agencia de Marketing Comisión Objetivo 9 - PVS 2025
7.5. Monitoreo y seguimiento a las iniciativas y acciones planificadas.	Periódicamente	Asociación de Bodegas de Salta / Bodegas y Productores

**SUPUESTOS**

- 1) Las bodegas y Productores cuentan con el financiamiento necesario para la ejecución de las actividades.
- 2) Existe un compromiso establecido formalmente de las bodegas y productores que formaran parte de las acciones asumidas.
- 3) Plazos para la aprobación de los procesos sometidos al conjunto de bodegas y productores asociados en el presente objetivo, en cumplimiento con los plazos establecido y comprometidos previamente.
- 4) Cumplimiento del Calendario de actividades.
- 5) Existe sinergia positiva entre las Bodegas/Productores y las instituciones públicas y otros agentes externos vinculados
- 6) Se llevan a cabo en forma regular las actividades de coordinación entre comisiones de trabajo con temas relacionados.



BODEGAS DE SALTA A.C.

**Área clave de Resultados: 4 - Enoturismo**

**Objetivo Estratégico:** 8. Elaborar una propuesta integral y coordinada de la Ruta del Vino de Salta, considerando las particularidades de cada región, incluyendo propuestas de diferenciación y especialización de productos enoturísticos

**Meta:** Ruta del Vino de Salta dinámica, integral y coordinada

Iniciativa mediano plazo	Meta por año de cumplimiento	Involucrados
8.1. Diagnóstico de la oferta de productos de enoturismo	<b>Año 1:</b> Diagnóstico realizado	Bodegas / Productores / Asociación de Bodegas de Salta Secretarías de turismo / Cámaras de turismo Museo de la Vid y el Vino / Agencias de turismo Vinotecas / Wine Bar/ Gastronómicos/ Hoteleros
8.2. Gestión coordinada con el sector público para definición de la Ruta del Vino de Salta	<b>Año 2:</b> Mesa de trabajo conformada y en funcionamiento en forma periódica	Turismo de Salta / Ministerio de producción / Secretaría de turismo / Municipio de Cafayate Cámaras de Artesanos / Cámaras de Turismo InProTur / COVIAR Programa Posicionamiento Vinos de Altura Página Visit Cafayate
8.3. Convenios/Acuerdos con instituciones/establecimientos complementarios	<b>Año 2/5:</b> Acuerdos firmados	Cámaras de Artesanos. / Cámaras de Turismo / InProTur Asociación de Bodegas de Salta / COVIAR / Bodegas de Argentina / WOFA Organización Mundial del Enoturismo / Secretaría de turismo Programa Posicionamiento Vinos de Altura
8.4. Documento con propuesta integral y coordinada de la Ruta de Vino de Salta	<b>Año 2:</b> Primer Propuesta. Actualizaciones anuales <b>Año 5:</b> Ruta del Vino promocionada	Asociación de Bodegas de Salta Secretaría de turismo Bodegas / Productores



## BODEGAS DE SALTA A.C.

8.5. Propuesta de acciones de comunicación de la Propuesta integral y coordinada de la Ruta del Vino de Salta	<b>Año 2:</b> Plan de Comunicación de la Ruta del Vino elaborado <b>Año 3:</b> implementado, con revisiones anuales.	Bodegas de Salta Agencia de Marketing y Publicidad Secretaría de turismo
8.6. Monitoreo y seguimiento a las iniciativas y acciones planificadas	Periódicamente	Asociación de Bodegas de Salta Bodegas y Productores

### SUPUESTOS

- 1) Las bodegas y Productores cuentan con el financiamiento necesario para la ejecución de las actividades.
- 2) Existe un compromiso establecido formalmente de las bodegas y productores que formaran parte de las acciones asumidas.
- 4) Cumplimiento del Calendario de actividades.
- 5) Existe sinergia positiva entre las Bodegas/Productores y las instituciones públicas vinculadas
- 6) Se llevan a cabo en forma regular las actividades de coordinación entre comisiones de trabajo con temas relacionados.



BODEGAS DE SALTA A.C.

**Área clave de Resultados: 4 - Enoturismo**

**Objetivo Estratégico:** 9. Desarrollar un Plan/Estrategia unificada de comunicación y promoción de la oferta vitivinícola de Salta.

**Meta:** Identificación y reconocimiento nacional / internacional de la región vitivinícola de Salta (1)

Iniciativa mediano plazo	Meta por año de cumplimiento	Involucrados
9.1. Relevamiento de información / documentos	<b>Año 1:</b> información compilada	Museo del Vino / WOFA / Bodegas de Argentina Bodegas y Productores Fundación PROSALTA / Secretaria de Turismo
9.2. Definir una estrategia de comunicación	<b>Año 2:</b> Documento elaborado con Estrategia de comunicación integral	Bodegas y Productores / WOFA / Secretaria de Turismo Agencias / Empresas de Publicidad y Comunicación
9.3. Gestión coordinada para definir lineamientos de comunicación relacionados a los Objetivos Estratégicos del Plan vitivinícola de Salta y estrategia de diferenciación y la Ruta Integrada del Vino y entidades públicas / privadas vinculadas	Periódicamente	Bodegas y Productores WOFA / Fundación PROSALTA Secretaria de Turismo
9.4. Desarrollar una guía de actividades de comunicación	<b>Año 2:</b> Guía desarrollada y actividades de comunicación en implementación	Bodegas y Productores Agencias / Empresas de Publicidad y Comunicación
9.5. Desarrollar una guía de actividades de promoción de los productos vitivinícolas de Salta a nivel nacional e internacional.	<b>Año 2:</b> Guía desarrollada y actividades en implementación	WOFA / CFI Fundación PROSALTA Ministerio de Producción Nacional
9.6. Elaborar una metodología de comunicación interna entre los participantes (Bodegas/Productores) para la difusión de novedades y temas de interés de todos.	<b>Año 1:</b> Esquema simple de comunicación implementado <b>Año 3:</b> Metodología implementada en forma integral	Asociación de Bodegas de Salta Bodegas y Productores
9.7. Monitoreo y seguimiento a las iniciativas y acciones planificadas.	Periódicamente	Asociación de Bodegas de Salta / Bodegas y Productores

(1) Medido a partir del Incremento en las ventas, aumento de visitas a bodegas / fincas



BODEGAS DE SALTA A.C.

## SUPUESTOS

- 1) Las bodegas y Productores cuentan con el financiamiento necesario para la ejecución de las actividades.
- 2) Existe un compromiso establecido formalmente de las bodegas y productores que formaran parte de las acciones asumidas.
- 3) Plazos para la aprobación de los procesos sometidos al conjunto de bodegas y productores asociados en el presente objetivo, en cumplimiento con los plazos establecido y comprometidos previamente.
- 4) Cumplimiento del Calendario de actividades.
- 5) Existe sinergia positiva entre las Bodegas/Productores y las instituciones públicas y otros agentes externos vinculados.
- 6) Se llevan a cabo en forma regular las actividades de coordinación entre comisiones de trabajo con temas relacionados.



BODEGAS DE SALTA A.C.

## 6. Anexos

### ANEXO 1 – Lista unificada de Involucrados

1. Agencia Argentina de Inversión y Comercio Internacional
2. Andreani
3. Agencia de Marketing
4. Agencias / Empresas de Publicidad y Comunicación
5. Agencias de turismo
6. Asociación de Bodegas de Salta
7. CADER Cámara Argentina de Energías Renovables
8. Cámaras de Artesanos / Cámaras de Turismo
9. CAME - Área financiamiento
10. CFI
11. Correo Argentino
12. COVIAR
13. CREA.
14. Empresa Andesmar
15. Empresa Cruz del Sur
16. Empresa Moraga
17. Facultades de Ciencias Agrarias
18. Fundación PROSALTA
19. INENCO
20. InProTur
21. Instituciones Académicas vinculadas al e\_commerce
22. Instituciones provinciales
23. INTA
24. INTI
25. INV.
26. Mercado Libre
27. Ministerio de Desarrollo Productivo
28. Ministerio de Economía / Energía
29. Ministerio de producción
30. Ministerio de Producción Nacional



## BODEGAS DE SALTA A.C.

31. Municipio de Cafayate
32. Museo de la Vid y el Vino
33. Observatorio Vitivinícola Argentino
34. OCA
35. Organización Mundial del Enoturismo
36. Página Visit Cafayate
37. Programa Posicionamiento Vinos de Altura
38. PROSAP.
39. Secretarías de turismo
40. Ser Verde
41. Tienda Nube
42. Turismo de Salta
43. Unidad de Financiamiento y Promoción de las Inversiones de Salta - Ministerio de Producción
44. Universidad Católica de Salta
45. Universidad Nacional de Salta
46. Vinotecas / Wine Bar/ Gastronómicos/ Hoteleros
47. WOFA – Wine of Argentina



BODEGAS DE SALTA A.C.

**ANEXO 2 – Comisiones / Integrantes**

<b>Comisiones</b>	<b>Coordinador/Integrantes</b>
<p><b>Objetivo 1 – Uso del agua</b>  <i>Optimizar y coordinar el uso del agua en la captación, conducción y aplicación del recurso en la industria vitivinícola de Salta.</i></p>	<p><b>Coordinador:</b> Javier Grane  <b>Integrantes:</b> Osvaldo Domingo  Raúl Dávalos  Roberto Thomann  Fabian Cornejo</p>
<p><b>Objetivo 2 – Energías renovables</b>  <i>Impulsar el uso de energías renovables en la industria vitivinícola de Salta.</i></p>	<p><b>Coordinador:</b> Roberto Thomann  <b>Integrantes:</b> Andrés Hoy  Alejandro Martorell  Fernando Maurette  Lucas Urtasun</p>
<p><b>Objetivo 3 – Buenas Prácticas.</b>  <i>Promover e implementar el cumplimiento de las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) en el sector vitivinícola de Salta.</i></p>	<p><b>Coordinador:</b> Alejandro Martorell  <b>Integrantes:</b> Javier grane  Roberto Thomann  Rodrigo Lascano</p>
<p><b>Objetivo 4 - Comercialización.</b>  <i>Desarrollar un modelo de coordinación comercial y logístico entre los actores del sector vitivinícola de Salta, e implementarlo</i></p>	<p><b>Coordinador:</b> Claudio Marlow  <b>Integrantes:</b> Andrés Hoy  Juan Schamber  Eduardo Serrano  Alejandro Martorell (h)</p>
<p><b>Objetivo 5 – Financiamiento.</b>  <i>Facilitar el acceso al financiamiento del sector vitivinícola de Salta</i></p>	<p><b>Coordinador:</b> Fernando Maurette  <b>Integrantes:</b> Juan Schamber  Roberto Thomann  Alejandro Martorell</p>
<p><b>Objetivo 6 – Capacitación y AT</b>  <i>Desarrollar y coordinar un programa integral de capacitación y asistencia técnica para los actores de la cadena productiva vitivinícola de Salta.</i></p>	<p><b>Coordinador:</b> Claudio Marlow  <b>Integrantes:</b> Carla Dal Borgo  Virginia Ruiz Moreno  Rodrigo Lascano</p>



## BODEGAS DE SALTA A.C.

<p><b>Objetivo 7 – Posicionamiento.</b></p> <p><i>Elaborar y comunicar una estrategia de diferenciación del producto para su posicionamiento en el mercado nacional e internacional</i></p>	<p><b>Coordinador:</b> Federico Thomann</p> <p><b>Integrantes:</b> Agustín Lanús Eduardo Serrano Raúl Dávalos Virginia Ruiz Moreno Alejandro Martorell (h) Rodrigo Lascano</p>
<p><b>Objetivo 8 – Enoturismo.</b></p> <p><i>Elaborar una propuesta integral y coordinada de la Ruta del Vino de Salta, considerando las particularidades de cada región, incluyendo propuestas de diferenciación y especialización de productos enoturísticos</i></p>	<p><b>Coordinador:</b> Carla Dal Borgo</p> <p><b>Integrantes:</b> Andrés Hoy Angeles Nogues Eduardo Serrano Fernando Maurette María Massa Virginia Ruiz Moreno</p>
<p><b>Objetivo 9 – Comunicación.</b></p> <p><i>Desarrollar un Plan/Estrategia unificada de comunicación y promoción de la oferta vitivinícola de Salta.</i></p>	<p><b>Coordinador:</b> Virginia Ruiz Moreno</p> <p><b>Integrantes:</b> Andrés Hoy Carla Dal Borgo Raúl Dávalos Eduardo Serrano Roberto Thomann Alejandro Martorell (h) Juan Chamber</p>



BODEGAS DE SALTA A.C.

### **ANEXO 3 - Lista de Participantes del Taller de Validación del Plan**

Día: 12 de agosto de 2021

Lugar: Centro de Visitas Bodega Domingo Hermanos

Dirección: Nuestra Señora del Rosario y Av Güemes Sur, A4427 Cafayate, Salta

1. Roberto Thomann-Socio Bodega Tolombón- Presidente BdeS
2. Alejandro Martorell-Socio Bodega Altupalka-Vicepresidente BdeS
3. Osvaldo Domingo-Socio Bodega Domingo Hnos.- Secretario BdeS
4. Javier Grane-Socio Bodega Colome-Tesorero BdeS
5. Raul Davalos-Socio Bodega Tacuil.
6. Fernando Maurette-Socio Bodega Tukma
7. Claudio Marlow-Gerente Bodega Tukma
8. Nicolas Avellaneda- Secretario de Comercio
9. Luis Garcia Bes- Subsecretario de Comercio
10. Raul Noceti- Presidente Asoc. de Bodegas de Jujuy-Socio Bodega Tuckma
11. Matias Etechart-Productor del Valle.
12. Carla Dal Borgo-Socia Bodega Dal Borgo
13. Virginia Ruiz Moreno-Asoc. Alto Valle Calchaqui
14. Andres Hoy-Productor Cafayate
15. Marianela Hoy- Productor.
16. Facundo Urtubey- Socio UNALAPA
17. Jose Nanni-Socio Bodega Nanni
18. Josi Nanni (h)-Socio Bodega Nanni
19. Agustin Lanus-Socio Bodega Bad Brothers
20. Valeria Gutierrez Castex-Programa Posicionamiento Vinos de Altura
21. Lorena Rodas-Periodista
22. Milagros Lo Cane-Coordinadora del Plan
23. Marcos Patron-Gerente BdeS
24. Adriana Rodriguez-Directora Museo del Vino
25. Carlos Fiochetta – Gerente COVIAR
26. Angel Leotta- Vicepresidente COVIAR
27. Mauricio Ortiz- Programa Pequeños Productores COVIAR



## BODEGAS DE SALTA A.C.

- 28. Juan Schamber-Gerente Relaciones Institucionales Bodega El Esteco
- 29. Pablo Kishimoto-Camara Hotelera
- 30. Constanza Lona-Consultora Wine Trotter
- 31. Natalia Saravia- Consultora Wine Trotter
- 32. Rosa Semke- Centro Desarrollo Viticola – INTA
- 33. Jose Ruben Barroso-Responsable INV Cafayate



BODEGAS DE SALTA A.C.

**ANEXO 4 – Carta de Adhesión**

Firmada en Taller de Validación del Plan Vitivinícola de Salta 2025

12 de Agosto de 2021, Cafayate, Salta