RIDAA
Repositorio Institucional
Digital de Acceso Abierto de la
Universidad Nacional de Quilmes

Universidad
Nacional
de Quilmes

Santos, María Cristina

Turismo enológico : oferta turística de las bodegas en la ruta del vino de altura de los Valles Calchaquíes, provincia de Salta, República Argentina durante el período 2013-2018

Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Argentina.
Atribución - No Comercial - Sin Obra Derivada 2.5
https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/ar/

Documento descargado de RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes de la Universidad Nacional de Quilmes

Cita recomendada:
Santos, María Cristina (2020). Turismo enológico: oferta turística de las bodegas en la Ruta del Vino de Altura þÿde los Valles Calchaquíes, provincia de Salta, República Argentina durante maestría). Universidad Nacional de Quilmes, Bernal, Argentina. Disponible en RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes
http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/2236

Puede encontrar éste y otros documentos en: https://ridaa.unq.edu.ar

Universidad Nacional de Quilmes
Roque Sáenz Peña 352 // Bernal
Buenos Aires // Argentina
t.: (+41 11) 4365 7100
f.: (+54 11) 4365 7101
info@unq.edu.ar

María Cristina Santos, Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto,
Junio del 2020, pp. 210,
http://ridaa.unq.edu.ar,
Universidad Nacional de Quilmes, Secretaría de Posgrado,
Maestría en Desarrollo y Gestión del Turismo

Turismo Enológico. Oferta turística de las bodegas en la Ruta del Vino de Altura de los Valles Calchaquíes, provincia de Salta, República Argentina durante el período 2013 – 2018

TESIS DE MAESTRÍA

María Cristina Santos

csantos@unq.edu.ar

Resumen

El presente trabajo plantea la temática del Turismo Enológico. Se ajusta al estudio del servicio que proponen las bodegas en la Ruta del Vino de Altura y la interrelación entre la cultura, el paisaje y el vino en la provincia de Salta – 2013 - 2018.

El turismo, examinado a partir de servicios entregables para el disfrute de las actividades, tiene un vínculo con el mundo del vino y la vitivinicultura. El caso de las bodegas argentinas se convirtió en un agrupamiento de servicios que tienen nuevas opciones de desarrollo en las áreas turísticas. Existe una tendencia creciente en el turismo enológico en todo el país. Este proceso tiene una historia que comenzó a evidenciarse a mediados de la década del ’90, marcada por factores determinados. La desregulación y liberalización de los distintos mercados cambiario, de capitales y de crédito, creó condiciones para la afluencia de capitales que en la industria tuvo la forma de cambio de titularidad de tradicionales bodegas; y las líderes del momento realizaron importantes inversiones en toda la línea productiva: desde el viñedo hasta el embalaje y el envase, pasando también por la elaboración. El otro fenómeno es el surgimiento de las bodegas boutique: emprendimientos de tamaño relativamente menor con producciones de alta calidad y, generalmente, mercados de destino ya comprometidos.

El vino fue desde tiempos antiguos un producto demandado por las personas, las cuales se sienten atraídas por su sabor, aroma, mística y pasión, mantuvo hasta hoy esta industria vigente. Si bien las bodegas evolucionaron en la forma de producción y ensamblaje, es hasta hace una década, que se han preocupado de buscar nuevas formas de expandirse para atraer y fidelizar a sus clientes.

Palabras clave: Ruta Turística –Turismo Enológico – Desarrollo Rural – Bodega – Oferta Turística

Universidad Nacional de Quilmes

Universidad Nacional de Quilmes Virtual

Maestría en Desarrollo y Gestión del Turismo

Tesis de Maestría

Turismo Enológico

Oferta turística de las bodegas en la Ruta del Vino de Altura de los Valles Calchaquíes, provincia de Salta, República Argentina durante el período 2013 - 2018

Director: Dr. Luis V. Elías Pastor

Co- Directora: Dra. Adriana Imperatore

Tesista: Lic. María Cristina Santos

Cohorte: 2013

AGRADECIMIENTOS

En estos cinco años de estudio e investigación, pasaron muchas personas y cosas por mi vida que contribuyeron a la realización de este camino, les agradezco a todos. En forma particular dejo mi agradecimiento a:

La Universidad Nacional de Quilmes y su Programa de Posgrado Maestría en Gestión y Desarrollo del Turismo por contribuir en mi formación académica. A Todos los docentes que me formaron.

A mi director Dr. Luis Vicente Elías Pastor que a la distancia me fue orientando, por su gran constancia, profesionalismo y tiempo dedicados a mi trabajo de investigación.

A mi Co directora Dra. Adriana Imperatore por el apoyo y paciencia que me ha brindado a lo largo de esta caminata.

A todos los que contribuyeron en mi investigación: los empleados de la Biblioteca Provincial Dr. Victorino de la Plaza, a todos los que me recibieron en las bodegas y pueblos salteños y a la gente de la Secretaría de Turismo de Salta.

A mis amigos del "Perito" Ana, Barby, Fabián, Fer y Gaby por el aguante. Mis compañeros de la UNQ: Karina, Marianela, Mabel, Ximena y Sergio por alentarme a seguir adelante.

A mi hermana de la vida y de la maestría, Érica. Mi gran apoyo en momentos difíciles.

A mis padres y hermano que me inculcaron lo importante del estudio y que el sacrificio rinde sus frutos. Sin ellos no habría llegado hasta aquí. Sé que siempre estarán a mi lado.

A mis fieles compañeros Yago y Sapphire, los que me acompañaron en las tardes y noches de escritura.

Por último pero no menos importante, a mí esposo Alberto, mi compañero de la vida, que me ayudó a hacer todo el relevamiento por la difícil ruta 40 y a mi hijo Alejandro, mi gran fuente de energía.

A todos, mi más sincero agradecimiento.

Índice

AGRADECIMIENTOS 2

Índice 3

Índice de Ilustraciones 6

Índice de Gráficos 6

Capítulo I - Introducción 8

1.1 Abstract o Resumen 8

1.2 Palabras clave 8

1.3 Introducción 8

1.4 El Problema 9

1.5 Objetivos 10

1.5.1 Objetivo General 10

1.5.2 Objetivos Específicos 10

1.6 Organización de la tesis 10

1.7 Justificación de la investigación 11

1.8 Marco Teórico 14

1.9 Antecedentes 20

1.10 Hipótesis 24

1.11 Metodología 24

1.12 Caracterización 24

1.13 Servicios 25

1.14 Unidad de Análisis 25

Capítulo II – Paisaje turístico 27

2.1 Paisaje 27

2.1.1 Paisaje natural 28

2.1.2 Paisaje cultural 29

2.1.3 Tipologías de Paisajes Culturales 29
2.2 Paisaje del Viñedo como recurso 30
2.3 El Terroir 31
2.4 Arquitectura de la bodega y construcciones anexas 32
2.5 Museos 32
2.6 Patrimonio de la humanidad 33
2.7 Tipologías de viñedos 34
2.8 Variedades de vid 36
2.8.1 Características de producción y variedades 36
2.9 El paisaje del viñedo en el Noroeste Argentino - NOA 40
2.10 Arquitectura del vino del NOA 45
Capítulo III – La vid y el viñedo 47
3.1 Las partes de la vid 47
3.2 Trabajo en la Viña 48
3.3 Sistema de riego 50
3.4 Ciclo anual de la vid y las prácticas de manejo 53
3.5 Biodiversidad en Vitivinicultura 54
3.6 Viñedo bioresponsable 55
3.7 Control biológico del viñedo 57
3.8 Vendimia 59
3.9 Cómo se hace el vino 60
3.10 Cata 63
3.11 Maridaje 66
Capítulo IV-Historia de la vid y el vino en América del Sur 69
4.1 Perú 70
4.2 Paraguay 70

4.3 Chile 72
4.4 Brasil 73
4.5 Bolivia 74
4.6 Uruguay 75
4.7 Historia de la vitivinicultura Argentina 76
4.7.1 Mendoza 77
4.7.2 El vino en Salta 79
4.8 Vino argentino Bebida Nacional 82
4.9 Vinos de Altura 82
4.9.1 Vino de altura en el mundo: 83
4.9.2 Bolivia y su Ruta del Vino y Singani de Altura 84
4.9.3 Vino de altura en Argentina 85
Capítulo V - Ruta del Vino del Valle Calchaquí. 89
5.1 Cultura Salteña 90
5.2 Festivales folkloricos: Serenata a Cafayate 91
5.3 La comida 92
5.4 La gente 93
5.5 Arquitectura y tradición: la pirca 94
5.6 Las artesanías 94
5.6.1 Cerámica 95
5.6.2 Telares 96
5.6.3 Poncho 96
5.6.4 Cestería 97
5.7 Ruta del Vino de los Valles Calchaquíes 97
5.7 Museo de la Vid y el Vino. 104
Sala 1 105

Sala 2 106

Capítulo VI – Diagnóstico y evaluación del destino: análisis final y reflexiones 108

6.1 Análisis: diagnóstico del turismo en la Ruta del Vino de Altura en los Valles Calchaquíes de la provincia de Salta 108

6.1.1 Análisis de la oferta de las bodegas 109

6.1.3 Entrevista a Organismos Oficiales de Salta 114

6.1.4 Agencias de Turismo 115

6.2 Estudio de caso Bodega y Estancia Colomé 115

6.2.1 Gestión de Turismo: 118

6.3 Historia de hoteles. 119

6.4 Demanda 120

6.5 Conclusiones 122

Bibliografía 126

Índice de Ilustraciones

1 Mapa de la República Argentina 21

2 Mapa Valles Calchaquíes 22

3 Regiones de Salta 22

4 Señalética Ruta del Vino 102

5 Mapa de la Ruta del Vino 103

6 Recorrido por Cuesta del Obispo 124

7 RN Nº40 desde Cachi a Cafayate 124

Índice de Gráficos

Gráfico 1 Altura de los viñedos en el mundo 88

Gráfico 2 Bodegas de los Valles Calchaquíes 109

Gráfico 3 Oferta enoturística de los Valles Calchaquíes 110

Gráfico 4 Perfil Socioeconómico 112

Gráfico 5 Encuesta a turistas 112

Capítulo I - Introducción

1.1 Abstract o Resumen

El presente trabajo plantea la temática del Turismo Enológico. Se ajusta al estudio del servicio que proponen las bodegas en la Ruta del Vino de Altura y la interrelación entre la cultura, el paisaje y el vino en la provincia de Salta – 2013 - 2018.

El turismo, examinado a partir de servicios entregables para el disfrute de las actividades, tiene un vínculo con el mundo del vino y la vitivinicultura. El caso de las bodegas argentinas se convirtió en un agrupamiento de servicios que tienen nuevas opciones de desarrollo en las áreas turísticas. Existe una tendencia creciente en el turismo enológico en todo el país. Este proceso tiene una historia que comenzó a evidenciarse a mediados de la década del ’90, marcada por factores determinados. La desregulación y liberalización de los distintos mercados cambiario, de capitales y de crédito, creó condiciones para la afluencia de capitales que en la industria tuvo la forma de cambio de titularidad de tradicionales bodegas; y las líderes del momento realizaron importantes inversiones en toda la línea productiva: desde el viñedo hasta el embalaje y el envase, pasando también por la elaboración. El otro fenómeno es el surgimiento de las bodegas boutique: emprendimientos de tamaño relativamente menor con producciones de alta calidad y, generalmente, mercados de destino ya comprometidos.

El vino fue desde tiempos antiguos un producto demandado por las personas, las cuales se sienten atraídas por su sabor, aroma, mística y pasión, mantuvo hasta hoy esta industria vigente. Si bien las bodegas evolucionaron en la forma de producción y ensamblaje, es hasta hace una década, que se han preocupado de buscar nuevas formas de expandirse para atraer y fidelizar a sus clientes.

1.2 Palabras clave

Ruta Turística –Turismo Enológico – Desarrollo Rural – Bodega – Oferta Turística

1.3 Introducción

La vitivinicultura en la Argentina es una actividad con más de 400 años de tradición, nacida con el arribo de los españoles, a mediados del siglo XVI. Atravesó diferentes fases; que dejaron testimonios materiales e inmateriales que las identifican y

que trascienden el plano industrial y productivo para introducirse en los aspectos sociales y culturales. Al presente, estos bienes patrimoniales, se presentan separados de la realidad porque son supervivientes de variadas dimensiones temporales. Integrarlos a rutas temáticas les concede renovado sentido, facilita su comprensión y valorización. (Girini, Los Caminos del Vino en Mendoza. Una propuesta metodológica para su para la identificación y puesta en valor, 2005)

Recíprocamente la globalización de la economía nacional a principios de la década de los ´90, contribuyó al progreso del enoturismo y con el resultado de la valorización de la arquitectura y de los paisajes del vino como recursos turísticos. *Hoy, existe un especial interés entre los consumidores y amantes del vino en conocer sobre viñedos, poder consumir ciertas marcas y aún visitar las bodegas y los terruños donde se elabora ese vino.* (Girini, 2012).

1.4 El Problema

A partir de los años 90 se inicia una etapa de innovación y adaptación de la producción vitivinícola en la cual se produce un crecimiento no solo en equipamientos y materiales sino también en aspectos profesionales y de mercadeo. Esto último conlleva a una explosión que manifiesta el entusiasmo colectivo del público por conocer variedades y distinguirlas, al recorrer las zonas de producción. Así, comienzan así a visitar las bodegas y ser recibidos por éstas para probar los vinos "*in situ*", conversar con los enólogos y caminar por parrales y viñas. Se da comienzo al *turismo enológico* propagándose y promocionando los "Caminos del vino" que fue apoyado por la difusión del agroturismo en general y luego otras materias primas producidas en el país tomaron de ejemplo.

A pesar de la difusión de las rutas turísticas, existe una reducida información con respecto a la actividad enoturística dentro del país. Esto produce desaciertos al momento de aplicar medidas políticas en determinados territorios.

El presente estudio se sobrepone a la insuficiente información consistente sobre las características del sector en la Ruta del Vino de Altura en los Valles Calchaquíes de Salta.

1.5 Objetivos

El principal objetivo que se persigue con esta investigación es conocer la repercusión que tiene el vino en el turismo de los Valles Calchaquíes, provincia de Salta. Se observa que registra un cambio en la cartera de productos de las bodegas en consideración de este recurso.

1.5.1 Objetivo General

Conocer el impacto que tiene la producción vitivinícola en relación con la actividad turística en los Valles Calchaquíes

Reconocer la importancia de la historicidad de la vitivinicultura como impacto en la actividad enoturística.

1.5.2 Objetivos Específicos

- Definir que es Enoturismo.
- Desarrollar la historia de la vitivinicultura en Salta.
- Describir el proceso de la vitivinicultura.
- Registrar las bodegas que ofrecen actividades turísticas.
- Evaluar el tipo de servicio que ofrecen.
- Detectar las dimensiones y características del sector en la actualidad.
- Distinguir la oferta y la demanda del turismo enológico en el área de estudio
- Identificar el porcentaje de bodegas están afectadas a la actividad turística

1.6 Organización de la tesis

Esta Tesis está conformada por siete capítulos, las conclusiones y un anexo.

El **capítulo I** introduce y aproxima a los temas que serán explayados en la Tesis, como ser el Problema, la Hipótesis, los Objetivos, el Marco Teórico y el Marco de Referencia. El **Capítulo II** aborda el paisaje turístico, y el del viñedo y su arquitectura, bodegas. El **Capítulo III** La Vid y el viñedo. Refiere al Proceso de elaboración de vinos, el Terroir, la Cata y Maridaje. En el **Capítulo IV**, se relata la historia de la vitivinicultura en América Latina, Argentina y de la provincia de Salta. También se describe n los vinos de altura en Argentina y el mundo. El **Capítulo V** La Ruta del Vino de los Valles Calchaquíes, se ocupa sobre la cultura salteña y el recorrido en el enoturismo de los valles. En el **Capítulo VI** Diagnóstico y evaluación del destino, se

muestran los datos obtenidos en la investigación y la Conclusión del estudio. La **Bibliografía y fuentes y el Anexo.**

1.7 Justificación de la investigación

Debido al incremento y la expansión del turismo del vino, unido al avance experimentado por las empresas vitivinícolas y el surgimiento de sectores de turistas nacionales e internacionales motivados por la ruta del vino, cada vez más bodegas son las que utilizan sus instalaciones y abren sus puertas al público. Este tipo de turismosurge en Argentina a finales de los‘90 como resultante del bajo consumo, motivo por el que las bodegas abrieron sus puertas al turismo y así encontraron opciones de reactivarse desde la economía. Las bodegas implementan un proceso de innovación y adaptación de la producción vitivinícola por lo que se origina una mejora no sólo en equipamientos y materiales sino también en aspectos profesionales y de mercadeo. (Guirini, 2005). Esto último invita al colectivo del público por conocer variedades de vides y distinguirlas, al visitar entonces las zonas de producción. Comienzan así a recorrer las bodegas y ser recibidos para probar los vinos "*in situ*", conversar con los enólogos y caminar por parrales y viñas. Se da comienzo así al *turismo enológico* desarrollándose y promocionando los "Caminos del vino".

Según Fidel (2015), durante décadas, el vino se posicionó en el primer lugar en las preferencias del consumo de bebidas entre los argentinos. Sin embargo, en las últimas tres décadas, como consecuencia del cambio de los hábitos de consumo, fue perdiendo espacios a manos de sustitutas en los segmentos más bajos de precios, pero creció el consumo de los vinos de calidad. Esta situación afecta a la mayoría de los países. El mayor interés por la calidad de los vinos también ha permitido que crezca la importancia del terruño, del origen de los vinos y de las regiones; por ende repercute en una intención de viajar a conocerlos. Esos consumidores por lo tanto se transforman en enófilos y en potenciales enoturistas. Así es que nace la "Ruta del Vino", como resultante del bajo consumo. Se observa una diversificación en la oferta de productos en las bodegas, las que abrieron sus puertas al turismo y así encontraron opciones de reactivarse desde la economía.

Este estudio beneficia a los emprendimientos vinícolas, puesto que la información que obtenga es útil para comprobar y constatar la efectividad de los cambios, transformaciones y continuidades que se realizan, desde luego. Tanto al sector

turístico de la provincia, como a las agencias receptivas que comercializan el producto y a la Secretaría de Turismo de la Nación (Sectur) también reporta significancia ya que les confiere información para proyecciones, no sólo que puedan hacer respecto a la demanda sino, sobre posibles productos que pudieran aplicarse en un futuro.

El término bodega se entiende según la Real Academia Española, como "*lugar donde se guarda y se cría el vino, almacén de vinos, tienda de vinos, establecimiento, generalmente industrial, para la elaboración de vinos. Despensa o lugar donde se guardan los comestibles y como espacio para guardar cereales. Su etimología está compuesta por latín "apothēca" y también del griego apothēkē que significa depósito o almacén*. El sector vitivinícola lo define como "construcción, edificio o lugar, casi siempre subterráneo, cuyo objetivo está destinado a la producción y almacenamiento del vino (Premat, La bodega mendocina de los siglos XVII Y XVIII, 2007).

Para completar y complejizar la definición, se considera al agroturismo, una modalidad de turismo rural, que tiene un componente importante de la oferta turística como lo es el recibimiento, alojamiento, gastronomía, ocio, participación en tareas de la explotación agraria. Se entiende como turismo rural al conjunto de actividades recreativas realizadas en zonas rurales y basadas en elementos de la cultura rural. Su aprovechamiento, establece un elemento de supervivencia y desarrollo en cuanto a actividad económica, tanto de la agricultura, la ganadería como de la actividad forestal y de la pesca, entre otras. La subsistencia de las actividades agrarias posibilita la preservación del paisaje, apreciado como recurso económico y cuya demanda crece, así como todo el patrimonio histórico y cultural de las zonas rurales cuya diversidad merece ser conservada: tipos de cultivos y explotaciones, hábitats y arquitecturas (pueblos, viviendas y edificios rurales, setos, terrazas, tapia, etc.) (Sayadi, S y Calatrava, J., 2001, pp.131-157). Barrera (2006) define al ámbito rural en su concepción amplia, territorial y multisectorial, que comprende una variedad de actividades: agropecuarias, forestales, pesqueras, agroindustriales y agroalimentarias, así como también en las áreas de educación y salud, mejoramiento infraestructural, transportes, actividades financieras, minería, energía, agroturismo y otras. En una realidad donde se puedan desarrollar las actividades de servicios, las actividades del sector artesanal y de la mediana industria, la agricultura puede jugar, su concreto y positivo papel. La "empresa agrícola" se trasforma así en "empresa rural". Las tradiciones y de las raíces rurales constituyen actualmente nuevos bienes inmateriales que pueden ser objetos de

agronegocios de interés para el turismo. El proceso de desarrollo rural futuro, no tiene más alternativa que la de basarse sobre las capacidades auténticas de los emprendedores locales del territorio con todos sus agentes económicos y no sólo con los agricultores. Este tipo de turismo tiene también la función de rehabilitar las áreas agrícolas deprimidas económicamente las crisis recurrentes del sector que ocasiona la emigración desde las zonas rurales hacia urbanas. Un concepto fundamental a la hora de definir el Turismo Rural, desde la perspectiva del desarrollo rural, es que a los servicios ofrecidos por productores agropecuarios enriquecen y cargan de autenticidad al producto. Agroturismo se caracteriza porque el visitante participa activamente de las actividades productivas. El atractivo de un predio dedicado al agroturismo crece proporcionalmente a la diversificación del mismo, por ese motivo es recomendable que los productores incorporen la mayor cantidad de actividades posibles, aunque estas a veces sólo tengan una finalidad demostrativa y no productiva.

El escenario de dificultades de las explotaciones agrarias en zonas rurales, despierta interés por parte de los agricultores a diversificar sus actividades dentro y fuera de las instalaciones agrarias, que es lo que mejor conocen. El agroturismo contribuye a la revalorización de los productos locales, ya que la mayoría de los aficionados demandan productos agrarios naturales o fabricados de forma artesanal, típicos de la región. La agricultura proveyó de un rico patrimonio etnológico, como ser las herramientas, maquinaria agrícola, oficios y talleres artesanales, además de una variada gastronomía popular, que logra beneficiarse con el turismo (Sayadi, S y Calatrava, J., 2001, pp.131-157).

Para Ledhesma (2018), el turismo rural se define como “la práctica turística que se realiza en entornos tradicionales donde se trabaja la tierra para propiciar la producción de alimentos. El turista busca entrar en contacto con la naturaleza y la cultura tal como se hacía en el pasado”. Según Acerenza (2006, p.41), el agroturismo es una modalidad de turismo en espacio rural, que tiene lugar en establecimientos rurales más pequeños, en especial granjas, chacras, tambos, aunque es posible ver la práctica de este tipo de turismo en otros establecimientos rurales. Permite a los granjeros y demás productores rurales complementar los ingresos de la explotación agrícola o de otro tipo a la cual están dedicados, con ingresos adicionales provenientes de la actividad turística. (Acerenza M. Á., 2006)

La industria vitivinícola en tal sentido, es una actividad que se sustenta en la agricultura. Por ende, se entiende al enoturismo como una variante de turismo rural, aunque hoy en día tiene entidad y definición propia.

Por lo trabajado en las actividades de investigación conferidas a tal fin, se observa que es limitada la tarea realizada en lo relativo a dicha temática. Por ello es sustancial tomar al menos del universo un corpus como muestra para sondear sobre la oferta turística enológica en la región.

1.8 Marco Teórico

Existe una restringida información referida al Turismo Enológico en la Argentina, más específicamente de la provincia de Salta. Se evidencia que es escasa y anticuada, pues los últimos informes del Observatorio Caminos del Vino Argentina[1] son de 2013. En él consta que la provincia de Salta cuenta con 24 bodegas abiertas al turismo, que representa el 12% del total del país que abrieron sus puertas. Es la segunda en importancia del país luego de Mendoza. Las bodegas comienzan a ofrecer experiencias más que destinos, productos o servicios. Entre sus prestaciones, ofrecen al visitante el recorrido por sus instalaciones, procesos de elaboración, cata de vinos, cosecha y poda de vides. Otras prestaciones que brindan son los cursos de cata y maridaje, tratamientos de spa, restaurants y alojamiento. Además, informa que de acuerdo con datos de la Cámara Vitivinícola Nacional, el crecimiento del turismo enológico para el período 2004 – 2011 fue del 56,43% y la provincia de Salta es la segunda en importancia que ha recibido más turistas. Dicho Observatorio informa además la cantidad de bodegas que han abierto al público (Argentina, 2013).

Luis Vicente Elías (2007) en "Una mirada ajena sobre el turismo del vino en Argentina" reseña el itinerario del recorrido desde el NOA al sur del país con su

[1]**Observatorio Caminos del Vino Argentina**: nuclea a más de 160 bodegas abiertas al turismo y a más de 35 empresas estrechamente vinculadas con la actividad enoturística, formando la red y networking del turismo del vino de todo el país. Con el acuerdo firmado en 2006, Bodegas de Argentina A.C. es la unidad ejecutora del Programa de Consolidación del Turismo del Vino en Argentina, programa impulsado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y dentro del cual se incorporaron, luego, el Ministerio de Turismo de la Nación, el INPROTUR, El Consejo Federal de Inversiones, los gobiernos de las provincias vitivinícolas y la Corporación Vitivinícola Argentina -COVIAR-

diversidad, su variedad de paisaje, pluralidad de cepajes y formas de elaboración, como así también una serie de sugerencias para la concreción satisfactoria del trabajo a realizar.

Las "Rutas del vino" y aquí es necesario hablar de clúster[2]. Estos clústeres enoturísticos dan sustento no solo en bodegas, sino también restaurantes, operadores, alojamientos y todo el resto de las empresas que lo componen en constante crecimiento. Esta "ruta", no implica seguir un recorrido, ya que para disfrutar de las actividades y productos comprendidos dentro del clúster, puede prescindirse de la secuencialidad, más, puede recrearse con todos los elementos, sin que suponga el consumo del vino por parte del turista. Lo que se pretende es que el turista vivencie esta experiencia, y pueda así disfrutar de tantas actividades como desee durante su estancia en el destino enoturístico. (López, T. y Guzmán Guzmáni, 2008).

En el I Congreso Internacional de Turismo Enológico[3] (2007) se definió la Ruta del vino como: "la integración de recursos y servicios turísticos de una región, relacionados con el vino, por medio de un recorrido que proporcione una experiencia de conocimiento y disfrute entre los turistas y la cultura del vino fomentando el desarrollo socio-económico integral de la región"

Bodegas de Argentina[4], es la Unidad Ejecutora para Turismo del Vino de la Corporación Vitivinícola Argentina (Coviar) y analiza la demanda enoturística en nuestro país, investiga sobre los consumidores del producto, sus necesidades, preferencias y perfiles. Por tanto, este estudio está destinado al análisis de la oferta y sus características, es decir, investiga sobre la posibilidad de responder a las exigencias de esos consumidores y sobre la adecuación de esa respuesta. De esta forma, mediante la

---

[2]**Clúster**: Agrupación de atractivos turísticos, infraestructura, equipamiento turístico, servicios y organización turística, concentrada en un ámbito geográfico bien delimitado (Bordas, E, 1993) citado en Diccionario de Turismo, Hotelería y Transportes de Wallingrer-Toyos 1998.

[3]**I Congreso Internacional de Turismo Enológico**, realizado en la ciudad de Jerez – España en diciembre de 2007. En él participaron profesionales del sector, investigadores y profesores universitarios y expertos en enoturismo de Sudamérica y Europa. Los temas tratados fueron: La viticultura como recurso turístico. La comercialización. La comparación de experiencias entre diversas zonas del mundo: La experiencia en España del turismo enológico, Las experiencias enoturísticas en Europa, Otras experiencias internacionales de turismo enológico.

[4] **Bodegas de Argentina**: cámara empresaria que nuclea a las bodegas de todo el país. Fue creada en el año 2001 como resultado de la fusión del Centro de Bodegueros de Mendoza, con sede en Mendoza, fundado en el año 1935 y la Asociación Vitivinícola Argentina, con sede en Buenos Aires, fundada en el año 1904.

comprensión de las características principales de la oferta y demanda de turismo del vino, es posible para quienes trabajan en el sector, planificar la actividad, esta planificación es una herramienta esencial para el crecimiento y desarrollo sustentable del turismo y contribuir a la generación de empleo y oportunidades comerciales para nuestro país.

Es muy frecuente la utilización de expresiones como, *recurso*, *oferta* o *producto*, como si fueran sinónimos entre sí y sin que se establezcan diferencias conceptuales que permitan delimitar el contenido de cada una de ellas, lo que, a la larga plantea unos errores de base que distorsionan los planteamientos generales de la cuestión. La Organización Mundial de Turismo - OMT establece un concepto diferente de los términos *patrimonio turístico* y *recursos turísticos*. El primero, lo define como "el conjunto potencial, conocido o desconocido de los bienes materiales o inmateriales a disposición del hombre y que pueden utilizarse, mediante un proceso de transformación, para satisfacer sus necesidades turísticas". El segundo término comprende "*todos los bienes y servicios que, por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con que cuenta, hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda.*" (Organización Mundial del Turismo - OMT, 1998)

En algunos casos, el término "producto turístico" es confundido con otros conceptos a los cuales se les da un significado similar, tales como patrimonio turístico, oferta turística, o recurso turístico. El producto turístico integra tanto los recursos, como la oferta y el patrimonio pero es algo más, se trata de *"*un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista […], es un producto compuesto que puede ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran: atractivos, facilidades y acceso*"* (Acerenza M. A., 1990).

Según la OMT, Oferta Turística, es el conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo, como ser alojamiento, alimentación, transporte, ocio, cultura, actividades deportivas, compras entre otros. Pero no se puede hablar de oferta Turística sin mencionar los restantes componentes del Sistema Turístico como lo son la Demanda, formada por los consumidores de los bienes y servicios; el Espacio geográfico que es la base física donde tiene lugar el encuentro entre la Oferta y la Demanda y los Operadores

del mercado formado por las empresas y organismos cuya función es facilitar la interrelación entre la oferta y la demanda.

La Secretaría de Turismo de la Nación (SecTur) en 2008, suscribió un convenio de cooperación con el Instituto Nacional de Promoción Turística, el Consejo Federal de Inversiones y Bodegas de Argentina, con el objeto de mejorar el desempeño de los actores involucrados en la actividad turística del vino e implementar un modelo de gestión integral. De allí surgió el desarrollo del "Programa Nacional de Directrices de Gestión Turística para las Bodegas" que presenta las pautas y recomendaciones para la gestión turística de las bodegas referidas al marketing, la participación y cooperación en el desarrollo enoturístico, como así también a la calidad de gestión y a los espacios de visita y una autoevaluación. (Para ampliar información remitirse Anexo 1.1)

Existen varias definiciones sobre Turismo Enológico o Enoturismo, entre ellas se puede citar:

Visitas a viñedos, bodegas, festivales de vendimia y shows, para los cuales degustaciones de vino o los atributos del vino y de las regiones son las principales motivaciones para los visitantes referido por Hall y Macionis (1998: 197, citado en Informe sobre Demanda y Benchmarking del Turismo del Vino en Argentina Proyecto de Consolidación del Enoturismo en la República Argentina (BID/FOMIN y Bodegas de Argentina, 2007).

Es importante destacar que el turismo del vino como una actividad estratégica se inició en Argentina a fines de la década de 1990, cuando Bodegas de Argentina inició el proyecto "Caminos del Vino" con la creación en 2002 de la Comisión Nacional del Turismo Vitivinícola. (Fidel, 2016).Con ese fin se diseñaron y editaron cuatro folletos sobre la base de las cuatro zonas vitivinícolas, Primera Región Vitivinícola (principalmente Luján de Cuyo y Maipú), la región Este, el Valle de Uco y la región del Sur. Desde 2000 y después de una trayectoria de éxito, la propuesta y añadió añadiendo nuevas rutas y la incorporación de las principales provincias vitivinícolas. En este proceso de crecimiento fue clave la puesta en marcha en 2007 del Plan de Consolidación para el Turismo del Vino en Argentina (2007-2011), promovido por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y el Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN), con Bodegas de Argentina como la unidad de ejecución que representa a la Corporación Vitivinícola Argentina (COVIAR) y con la participación del gobierno

nacional y los gobiernos provinciales de las ocho provincias vitivinícolas (Villanueva & Girini, 2016).

El artículo 1º de la ordenanza Nº 5330/13 del *Concejo Deliberante* departamento de Maipú, Mendoza, define al turismo enológico como:

> "…todas las manifestaciones culturales asociadas al vino, actividades educativas y culturales relacionadas a su aprendizaje y conocimiento, la visita a bodegas y demás espacios patrimoniales relacionados con la vitivinicultura, así como también la realización de acciones de esparcimiento y diversión relacionadas con el mundo del vino. Este tipo de turismo temático se lleva a cabo en zonas en las cuales la vitivinicultura juegue un rol fundamental en la economía, identidad y sentido de pertenencia" (Mendoza, 2008)

El turismo del vino ofrece oportunidades de desarrollo local a los territorios con producción vitivinícola, cultura y bienes ambientales, paisajísticos e histórico-arquitectónicos que representan una herramienta importante para atraer al turista.

Elías (2006:p64) por su parte define el turismo del vino como "los viajes y estancias dirigidas al conocimiento de los paisajes, las labores y los espacios de la elaboración del vino, y las actividades que acrecientan su conocimiento".

Según Steve Charters y Jane Ali-Knight, (2002: p312), el turismo del vino es "el viaje que se desarrolla con el propósito de tener experiencias con bodegas y regiones del vino, así como con sus estilos de vida". Para la Western Australian Wine Tourism Strategy (2013) es una experiencia que se establece por un modo de vida que encierra un elevado factor formativo o de conocimiento del vino, del lugar y sus tradiciones, y por ende está estrechamente vinculado a la cultura, el vino y la gastronomía.Es la experiencia de visitar viñedos, conocer bodegas, asistir a festivales y a demostraciones vinícolas en los cuales la cata del vino y/o la experiencia de los atributos del mismo son el principal motivo para los visitantes (Hall, M. - Sharples, L. - Cambourne, B. y Macionis, N, 2000). Según Getz & Brown (2006), el inicio de la investigación enoturística, que se desarrolló rápidamente en la década de 1990 (la Primera Conferencia de Enoturismo se celebró en Australia en 1998), estuvo marcada por un

énfasis en estudios descriptivos y comparativos destinados a justificar y explorar las dimensiones de esta nueva tipología del turismo. El creciente volumen y valor del turismo del vino se ha documentado en muchos países, entre ellos Australia (Macionis, 1997; Dowling & Carlsen, 1999), Canadá (Hackett, 1998; Telfer, 2001; Williams & Kelly, 2001; Williams & Dossa, 2003; Hashimoto & Telfer, 2003), Chile (Sharples, 2002), Francia (Thevenin, 1996; Frochot, 2000) Hungría (Szivas, 1999), Italia(Pavan, 1994) Nueva Zelanda (Beverland, 1998; Johnson, 1998; Mitchell & Hall, 2003), España (Gilbert, 1992), Sudáfrica (Preston-Whyte, 2000; Bruwer, 2003; Demhardt, 2003), Estados Unidos (Dodd, 1995; Peters, 1997; Skinner, 2000), y el Reino Unido (Howley& van Westering, 2000). También hay al menos dos textos generales sobre el enoturismo disponibles (Getz, 2000; Hall, Sharples, Cambourne y Macionis, 2000), ambos de que se ocupan del desarrollo de los destinos y la demanda de problemas relacionados. Por otra parte señalan también que el enoturismo es generador de experiencias sensoriales.

Es destacable que el turismo enológico experimentó un significativo desarrollo en todo el mundo. Australia, Nueva Zelanda, California, Sudáfrica y América del Sur se convirtieron en las nuevas fronteras del enoturismo.

Bozzani (2012) en “Turismo Enológico en la Argentina” analiza el desarrollo y evolución del Turismo Enológico en la Argentina. Afirma que la apertura de bodegas al turismo tiene un crecimiento sostenido de la demanda, además que el turista enológico dispone de período limitado de días para efectuar la estadía.

El Informe sobre Demanda y Benchmarking del Turismo del Vino en Argentina Proyecto de Consolidación del Enoturismo en la República Argentina AR – M 1018 – BID/FOMIN y Bodegas de Argentina A.C., elabora un estudio que permite determinar el perfil del visitante a las Rutas del Vino de Argentina y su posicionamiento ante la oferta internacional, el tiempo disponible para la realización de las visitas, sexo, edad, nacionalidad. La frecuencia con que realiza la visita a las rutas del vino. Cuáles la forma de hospedaje que utiliza y la motivación para obtener datos.

Por su parte, Regina G. Schlüter (2008) analiza en “Turismo y Patrimonio Gastronómico. Una perspectiva.” los diferentes aspectos del patrimonio; y como la cultura gastronómica, representa un elemento de atractivo turístico.

Romina Tomatis (2005) circunscribe el estudio del servicio de alojamiento que brindan las bodegas en la zona del Valle Central y Valle de Uco en la Provincia de

Mendoza. La hipótesis de su estudio indica que el incremento de la demanda de turismo enológico generó la aparición de servicios de alojamiento proporcionado por las bodegas. Para ello, tomó una muestra formada por 7 establecimientos que brindan el servicio de alojamiento. También estudió la Bodega Salentein S.A., mediante una observación participante y caracterizó los alojamientos en las bodegas, cuál es el tipo de huésped que demanda el servicio y qué lugar ocupa el servicio de alojamiento como estrategia de marketing.

Es importante recordar que el libro: "Viaje por las Bodegas de Argentina. Guía Turística para Enófilos" realizado por Silvina Minkévich de 2009, trabajó sobre las regiones vitivinícolas del Noroeste y Cuyo. Presenta un breve relato sobre las bodegas recorridas. En este mismo sentido, Roger Barlow y Mark Rowlingson en "101 Regiones vinícolas" (2010) presenta las regiones vitivinícolas a nivel mundial con una reseña de cepas y bodegas.

Vale recuperar para este trabajo la reflexión de Luis Vicente Elías (2006) sobre la oferta, la demanda, los beneficios y las carencias que esta forma de turismo tiene en la actualidad. Su estudio constata que en la actualidad es adecuado el desarrollo del turismo del vino aunque es necesario clarificar qué es lo que se quiere obtener de él. El turismo del vino es una actividad complementaria a la principal de las bodegas: producir vino y comercializarlo, y que en el caso de surgir como complemento el enoturismo, tienen que adecuar la bodega para esta tarea y concientizarse sobre el ingreso en otro sector. Este trabajo, pretende analizar la turística de las bodegas dentro de la Ruta del Vino de los Valles Calchaquíes, la accesibilidad y conectividad además de investigar la difusión de la misma.

1.9 Antecedentes

La hipótesis sobre la que trabaja esta tesis trata sobre la provincia de Salta, que posee una extensa historia vitivinícola. Las bodegas tradicionales se remontan a principios del siglo XIX; las primeras cepas son de 1831 (Plaza Navamuel, 2007).

La ruta del vino de Salta es la denominación que recibe el circuito turístico-temático de aproximadamente 200 km donde puede observarse, comprender y conocerse la historia, el desarrollo y el funcionamiento actual de la actividad

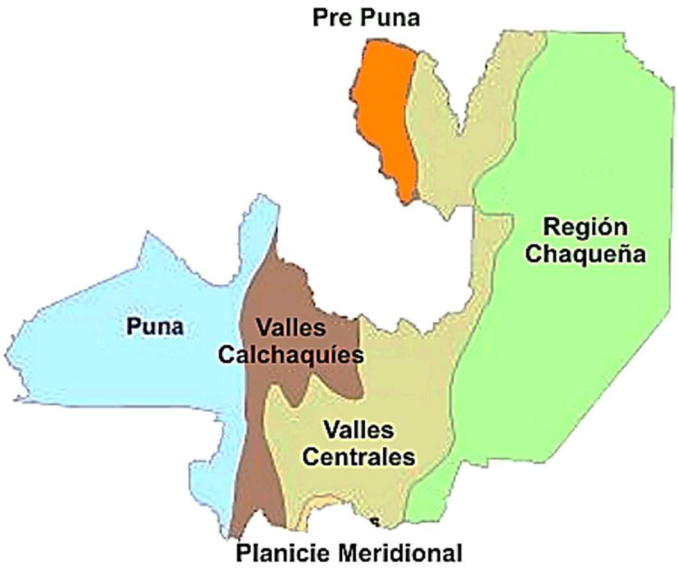
vitivinícola de la provincia de Salta, situada en el norte de la República Argentina (Sitio Oficial de Turismo - Gobierno de la Provincia de Salta, 2016).

En los Valles calchaquíes se encuentra el área de producción de vinos de Salta; que presenta un clima seco y templado, favorable para el cultivo y producción del Torrontés (variedad única autóctona del país, adaptada a la región) y otros vinos de mesa como los tintos y blancos en envase Tetra Brik[5] y botellas de 3/4Lt (Expósito E. M., 2013).

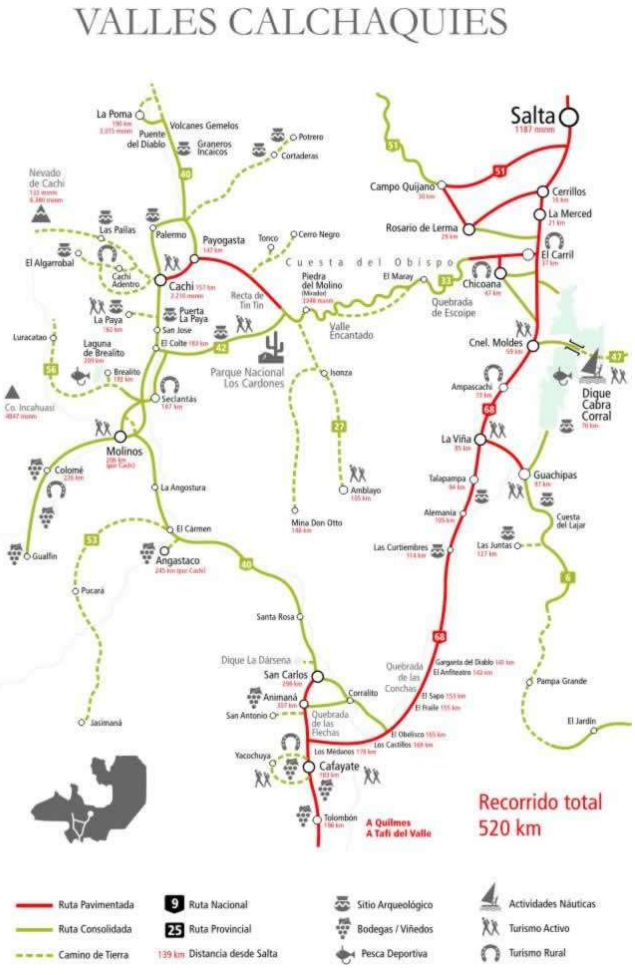
1 Mapa de la República Argentina
Fuente: Andrés Rojas

[5]**TetraBrik**: envase de cartón, plástico polietileno y aluminio, producido por la empresa sueca Tetra Pak. Tiene forma de paralelepípedo y está compuesto por diferentes capas. El envase Tetra Brik es el más conocido y el más vendido de los envases de Tetra Pak. El envase Tetra Brik puede encontrarse tanto para productos refrigerados como para productos UHT bajo la denominación de Tetra BrikAseptic. Los primeros envases de Tetra Pak® comenzaron a verse en la Argentina a comienzos de la década de 1960, en su formato de envase Tetra Classic, para la leche "Las Tres Niñas". (https://www.tetrapak.com/ar/about/protects-whats-good)

3 Regiones de Salta
Fuente: Portal de Salta



2 Mapa Valles Calchaquíes
Fuente: http://turismo.salta.gov.ar/galeria-imagenes-turismo-salta.php?pagFotos=3



Con una vasta biodiversidad geográfica, la provincia de Salta posee viñedos ubicados entre los 1600 msnm en Cafayate hasta más de 3100 en Payogasta, lo que le proporciona al vino un gran carácter[6], fuerte personalidad y alta calidad con fragancias, coloridos y sabores únicos. A través de esta ruta y todas sus bodegas puede conocerse, apreciarse y degustarse todas las cualidades del vino de altura. Esta ruta transita lugares con paisajes atrayentes como los de la Quebrada[7] de las Flechas, la Quebrada de las Conchas y pueblos centenarios como Molinos y Cachi con una notable riqueza cultural que se manifiesta en la música y las artesanías, de los que se hablará más adelante en el capítulo V.

El valle está limitado por las sierras de Calalaste y la sierra del Aconquija. Este valle además de la vitivinicultura desarrolla la industria tabacalera, horticultura olivicultura. La temperatura media anual es de 18ºC y predominan suelos arenosos, gruesos y finos con drenaje que garantizan la lixiviación[8].Los principales terruños vitivinícolas son Cafayate con el 70% de los viñedos, Cachi, Colomé, La Poma, Molinos y San Carlos con una superficie de 4000 Ha. de modo aproximado. Sobresalen también los museos que la forman, como el Museo de Arte James Turrell con obras basadas en el espacio y la luz en Colomé, departamento de Molinos y el de la Museo Vid y el Vino en Cafayate que cuenta la historia de la Vid en la región (Expósito E. M., 2013).

---

[6]**Carácter de los vinos**: 1 Personalidad o singularidad del vino; 2 con carácter, se aplica a los vinos que ejercen una viva y grata impresión. También se interpreta como estilo o rasgo de un vino (Diccionario del vino: http://www.diccionariodelvino.com/index.php/caracter/).

[7] **Quebrada:** (geo) Valle profundo y angosto recorrido por un curso fluvial y encajonado entre dos cordones montañosos. Generalmente se caracteriza por tener una fuerte pendiente entre los dos extremos. (Wallingre, N. - Toyos, M., 1998)

[88] **Lixiviación**: En sistemas de riego, cuando este se hace con aguas con un importante contenido salino, se dosifica una cantidad mayor de agua que la estrictamente necesaria para las plantas, a fin de que, al percolar esta agua hacia los drenes, evite la acumulación de sales en el terreno, lo que podría ser negativo para las plantas. Esta cantidad adicional de agua se le denomina agua de lixiviado. Si se trata de riego de complementación, en zonas donde existe una precipitación anual razonable, el proceso de lixiviación de los suelos agrícolas se da en forma natural en los periodos de lluvia. (https://es.scribd.com/document/347542357/Lixiviacion)

Percolar: En física, química y ciencia de los materiales, es el paso lento de fluidos a través de los materiales porosos, ejemplos de este proceso es la filtración y la lixiviación. Así se originan las corrientes subterráneas.

La industria del vino ha experimentado un importante crecimiento y florecimiento en los últimos años en la provincia de Salta. Esto favoreció la elaboración de vinos de calidad reconocidos en mercados del mundo y concursos internacionales[9].

1.10 Hipótesis

En los Valles Calchaquíes, provincia de Salta, existe una interrelación entre la cultura, paisaje y vino que incrementa el desarrollo de la demanda de Turismo Enológico lo que originó la apertura de bodegas al público proponiendo una mayor oferta de servicios y desarrollo rural en el período 2013 – 2018.

1.11 Metodología

Para el diagnóstico de consolidación en bodegas de los Valles Calchaquíes, el Nivel de Diseño adecuado para la investigación es descriptivo. Sampieri y Collado (2006) definen a la investigación descriptiva como aquella por la cual el investigador describe situaciones y eventos. El origen de la investigación es identificar las características, propiedades, dimensiones del estudio del turismo enológico.

1.12 Caracterización

En este caso, el término bodega alude al edificio cuyo propósito es la elaboración, crianza y almacenamiento de vinos para su posterior distribución. Las diversas áreas de la bodega están relacionadas con los procedimientos de elaboración de vinos tintos, blancos, rosados o cavas. Este proceso se explicará en el capítulo Nº3.

a. Año de Inicio de Actividades
b. Certificaciones
c. Accesibilidad
d. Conectividad
e. Empleados – Análisis de la formación

[9]**Concursos Internacionales**: Decanter World Wine Awards (DWWA); International Wine Challenge (IWC); International Wine and Spirit Competition (IWSC), Concours Mondial de Bruxelles Wine Competition, Challenge International du Vin, Premios Bacchus, Mundus Vini, entre otros

1.13 Servicios

a. Visitas guiadas
b. Degustación
c. Wine Bar
d. Wine Shop
e. Gastronomía
f. Alojamiento
g. Spa
h. Museo

1.14 Unidad de Análisis

La unidad de análisis del estudio son las bodegas en la Ruta del Vino de Altura, Valles Calchaquíes, Provincia de Salta. Para decidir la muestra de bodegas se visitó y se realizó un relevamiento de las bodegas que han realizado emprendimientos de Enoturismo y se tuvo en cuenta desde qué año se hace este tipo de actividades. Estas funciones no tienen más de diez años de desarrollo temporal en promedio, porque resultan innovadoras en la región. De modo que es una muestra acotada y manejable tanto en lo que respecta a la cantidad de bodegas, como en la periodización de la actividad.

Se describen las características de las bodegas: ubicación, actividades y servicios que ofrecen, tipo de clientes entre otras. El método de recolección de datos se realizó mediante entrevistas dentro de la muestra seleccionada, además de observación participante en las bodegas y revisión de documentos oficiales.

El método cualitativo investiga los por qué y los cómo, no sólo los qué, dónde y cuándo. Por esto, en el método cualitativo se utilizan muestras pequeñas, más enfocadas al tema en específico de turismo en bodegas. El objetivo específico que tiene la utilización de este instrumento es destacar la importancia del contexto y la valoración integral del fenómeno, proceso o hecho a estudiar y describir los escenarios del estudio. En tal sentido la información específica que proporciona son datos sobre las bodegas abiertas al turismo y los servicios ofrecidos por las mismas. Así pues, el método fue aplicado a los responsables de los servicios turísticos dentro de las bodegas.

Para realizar el análisis de los datos de la investigación primero se obtuvo información a través de un registro sistémico de notas de campo, de la obtención de todo tipo de documentos y la realización de entrevistas y observaciones. Luego se procedió a ordenar la información, la obtención de la información se realizó a través de diversos medios, como ser grabaciones digitales ya sean de audio; notas en papel, escaneo de originales; codificación de la información agrupándola en categorías que concentran ideas, conceptos o temas. Para finalizar se integró la información y se relacionaron las categorías obtenidas en la codificación, entre sí y con los fundamentos teóricos de la investigación.

En el siguiente capítulo se abordará la temática del paisaje turístico, se considera que para tratar el tema se debe ir desde lo general a lo específico, que en este caso es el paisaje del viñedo.

Capítulo II – Paisaje turístico

Este se introduce en el tema del paisaje turístico al abordarlo desde lo general a lo particular. La importancia radica en que el mismo es la materia prima de lo que implica el vino.

Antes de hablar sobre recurso turístico se debe definir el concepto "recurso". Según el diccionario de Wallingre – Toyos (1998), para la geografía es un "conjunto de elementos o bienes que posee una sociedad o una nación en forma potencial, y a los cuales puede acudir por necesidad o para desarrollarse económicamente" (p170).Para esa fuente, el recurso turístico consiste en "todo elemento natural o no, capaz de motivar un desplazamiento turístico", a la vez que advierte que "algunos autores utilizan indistintamente los términos recurso y atractivo turístico. Así mismo, incluye una definición de Domínguez de Nakayama que asocia recurso turístico a "elementos con suficiente valor, atractivos, aptos y disponibles, sobre los cuales una comunidad puede basar su actividad turística" (1994: 24). Apunta además que para Altés Machín los recursos turísticos son aquellos "atractivos que, en el contexto de un destino, pueden generar un interés entre el público, determinar la elección y motivar el desplazamiento o la visita" y retoma la idea de que los recursos turísticos son "la base sobre la que se desarrolla la actividad turística" (1995: 33) (Wallingre, N. - Toyos, M., 1998).

Por su parte, Acerenza identifica los atractivos turísticos como el componente más importante del producto turístico "por cuanto son los que determinan la selección, por parte del turista, del punto del destino de su viaje, y son los que generan por tanto, una corriente turística hacia su localización". Apunta también que "constituyen el principal motivo para que el turista lo visite [al destino]" y "son capaces de satisfacer las motivaciones primarias de viaje de los turistas" (1984: 211 y 213).

2.1 Paisaje

El concepto de paisaje tiene su origen en la geografía y se nutre de tradiciones de esta ciencia. Es un área de la superficie terrestre que nace como resultante de la interacción entre múltiples factores (bióticos, abióticos y antrópicos) y que cuenta con un reflejo visual en el espacio. El paisaje es la extensión de terreno que puede apreciarse desde un sitio. Puede decirse que es todo aquello que ingresa en el campo visual desde

un determinado lugar. (Bormida, VII Seminario Internacional Paisajista: Los paisajes culturale, 2001). Tiene diversos usos de acuerdo a la disciplina en cuestión. Todos los elementos concuerdan en referir la presencia de un sujeto observador y de un objeto observado en este caso el terreno. El paisaje está formado por las características naturales del ambiente y por la influencia humana como las construcciones, contaminación entre otras.

> *"El patrimonio cultural y natural forma parte de los bienes inestimables e irremplazables no sólo de cada nación sino de toda la humanidad. La pérdida de uno de los bienes más preciados, como resultado de su degradación o desaparición, constituye un empobrecimiento del patrimonio de todos los pueblos del mundo. Se puede considerar que algunos de los elementos de este patrimonio, por sus notables cualidades excepcionales, tienen un "Valor Universal Excepcional" y merecen, por ende, una protección especial contra los peligros crecientes que los amenazan" UNESCO: 2005*

2.1.1 Paisaje natural

Es aquel que no ha sido modificado por el hombre. Está formado por los elementos del medio físico (relieve, clima, aguas, suelo) y los seres vivos que habitan en él (flora o vegetación y fauna o animales). Estos elementos interactúan entre sí, es decir, se influyen unos a otros. (UNESCO, 2005). Dentro de este tipo de paisajes, se pueden incluir a los Parques Nacionales, que son áreas protegidas que gozan de un determinado estatus legal que obliga a proteger y conservar la riqueza de su flora y su fauna. Se caracterizan por ser representativos de una región fitozoogeográfica y tener interés científico. Los parques nacionales se encuentran situados en lugares con bajo crecimiento. Es usual que se exhiban áreas con una riqueza inusual y casi virgen en su flora y fauna con un ecosistema que de acuerdo a las circunstancias es el último refugio de especies en peligro de extinción. También se desarrollan parques nacionales en áreas de características geológicas significativas por su origen, formación o belleza natural. Es frecuente que ambos objetivos sean satisfechos en parte de los parques nacionales, en un balance natural único que permite gozar de la vida natural en su mayor esplendor tal como abundaba en nuestro planeta antes del desarrollo humano desmedido (Parques Nacionales de Argentina, 2016).

2.1.2 Paisaje cultural

El paisaje cultural es una realidad que presenta componentes naturales y culturales, tangibles e intangibles, cuya conjunción establece el carácter que lo identifica como tal, por ello debe plantearse desde varios enfoques.

Para entender el "paisaje cultural", hay que referirse a las definiciones que ofrece la UNESCO al respecto, que en 1972, en la Convención para la Protección del Patrimonio Cultural y Natural lo definía como "*los conjuntos que combinan el trabajo del hombre con la naturaleza. Representan la evolución de la sociedad y el uso del espacio a lo largo del tiempo, bajo la influencia del medio ambiente y de los colectivos sociales y culturales*."

Ya en 1995, en la reunión para la Conservación de Sitios Culturales integrados a las políticas del paisaje, determina que "*La expresión formal de las múltiples relaciones existentes en un período determinado entre el individuo y una sociedad y un espacio topográficamente definido, donde el aspecto resulta de la acción del tiempo de factores naturales y humanos y de sus combinaciones*." Además se conoce al paisaje cultural "*a la unidad en que se integran la actividades humanas y el medio natural estableciendo una interacción dinámica que se manifiesta en hechos y rasgos físicos, testimonios del transcurso de una sociedad sobre un determinado territorio*."

2.1.3 Tipologías de Paisajes Culturales

El *Paisaje diseñado*, es el definido, diseñado y creado por el ser humano para el goce y la contemplación. Construido por razones estéticas. Se trata por lo general de jardines y parques que en muchos casos están unidos a otros monumentos o espacios monumentales. En el *Paisaje cultural asociado* confluyen expresiones religiosas, rituales o culturales asociadas al territorio, y que su población es consciente de ellas. Refiere por ejemplo a todos los centros ceremoniales de los grupos indígenas. *Paisajes evolutivos* son los que se modificaron por la acción colectiva y conservan los recuerdos del pasado en su intervención sobre el territorio. Expresan su aspecto dinámico, y que son característicos y definitorios. Son los paisajes agrícolas, forestales y ganaderos que responden a la evolución social, técnica y económica de esas tierras. A su vez, estos se dividen en dos categorías: *Paisajes vestigio,* que constituyen un área fósil modificada que concluyó su transformación. Como podrían ser las zonas mineras que muestran el uso del territorio para un proceso extractivo y su incidencia en la orografía, los caminos,

la arquitectura, y que hoy son solo un recuerdo de esa acción en el pasado (Boullon, 2006). Los *Paisajes activos* son los que mantienen la actividad y sufren la evolución continuada debido a las acciones de sus habitantes en sus formas de vida tradicional. Dentro de este tipo se encuentran los paisajes del vino. (Elías, 2009)

De acuerdo a las definiciones previas, el Paisaje del Viñedo es un Paisaje Cultural Evolutivo Activo, ya que es un paisaje agrícola, modificado por la acción colectiva, que conserva los recuerdos del pasado en su intervención sobre el territorio sufre la trasformación conforme a los trabajos de sus habitantes y que responden a la evolución social, técnica y económica de esas tierras. Y es activo ya que mantienen la actividad y sufren la evolución continuada debido a las acciones de sus habitantes en sus formas de vida tradicional. En este tipo se encuentran los paisajes del vino (Elías, 2009).

2.2 Paisaje del Viñedo como recurso

El paisaje es el resultado de un proceso histórico que brinda a través de sus manifestaciones la relación entre la cultura y el territorio. Por esta razón, el estudio debe vincularse con los procesos agrícolas de modo de entenderlo en un momento histórico concreto. Requiere una lectura cuyo rasgo está interconectado con las expresiones culturales del momento en el que se produce la transformación, en el caso de referencia, como es el de Salta, a paisajes agrarios (Linarejos Cruz, 2012).

El vino obtuvo méritos que exceden los de cualquier otro producto agroalimentario. El turismo del vino, por ser turismo temático necesita de recursos específicos que tienen relación con el producto del vino cuya esencia es la visita a las bodegas. En ella se hallan espacios característicos como la antigüedad, con una fusión entre vino y tiempo; la arquitectura propia de la bodega que relaciona con el elemento material del inmueble, para ser observado y que puede tener manifestaciones estéticas realizadas por arquitectos de moda. El atractivo se completa con la actividad, que es la elaboración a través de la fermentación. (Elías Pastor, 2008: p.140). Así también, otros recursos son: el conocimiento del viñedo, conocer las variedades de uvas, las tareas del calendario anual, conocimiento global del territorio y las actividades vitivinícolas que en él se desarrollan. Cabe mencionar que dentro del aprovechamiento del paisaje del viñedo como recurso se encuentran recorridos por el viñedo, conocimiento de la

arquitectura del lugar, museos del vino, visitas a sitios arqueológicos cercanos. Realizar actividades dentro del viñedo como ser la poda y la vendimia (Elías, 2008: p.153).

Otros paisajes del viñedo son las vinotecas o enotecas, local o restaurante en el que se comercializa y se sirve vino, cuyo propósito principal es divulgar la cultura enológica, por lo que resulta ser bastante frecuente que se lleven a cabo rondas de degustación, charlas o catas de vino en su interior. Se exponen y venden vinos, realizando en la mayoría de los casos acciones orientadas a la promoción de la cultura del vino. Las Enotiendas o tiendas de ventas de vinos. Los Hoteles ya sea con la con la temática del vino o entre viñedos y los Spa de Vinos donde se realizan terapias corporales con productos a base de vino, uva y semillas (de uva), por sus cualidades restauradoras y antioxidantes, cosmética a base de vino. En España, fue en Peralada (Girona) donde se instaló el primer balneario del vino: el "Wine Spa del Hotel Golf Peralada".

2.3 El Terroir

La suma del clima, microclima, suelo, variedad de uva y disposición del viñedo constituye el concepto del *terroir* en determinados vinos. Por tanto podemos afirmar que la calidad de un vino depende tanto de los procesos elaboración y crianza, como también del *terroir*. No debe confundirse este concepto con *terreno*, entendido como la parcela o finca de donde se obtiene un vino, ya que el *terroir* puede abarcar desde un determinado viñedo, como un pequeño grupo de plantas o vides, e incluso hasta una comarca más amplia, donde se agrupan los viñedos y las bodegas bajo una Denominación de Origen u organización similar. En español suele traducirse como "terruño", definiendo algo más profundo y a la vez más extenso. Terruño es la expresión de un conjunto de factores naturales derivados del suelo, topografía y microclima, todos ellos dedicados al cultivo del viñedo y bajo la acción de la mano del hombre (Lavaqué de Velasco, 2018).

El viticultor es una parte muy importante del terruño, pues a lo largo de los años de cultivo del viñedo, desde la preparación del terreno, hasta las sucesivas plantaciones y arranques, así como la aplicación de diversos sistemas y tecnologías de cultivo, interviene de tal manera que hace que un viñedo se vaya diferenciando de los situados

en su entorno y por lo tanto también los vinos elaborados a partir del mismo (Lavaqué de Velasco, 2018).

2.4 Arquitectura de la bodega y construcciones anexas

Las bodegas son espacios en los que se elabora vino. Generalmente se trata de un espacio construido para albergar todos los procesos de realización de los distintos caldos: desde la recogida de la uva hasta su posterior fermentación. Suelen estar instaladas cerca de los viñedos en los que se cultivan las vides, aunque dependiendo de la extensión de los mismos esta norma suele cumplirse o no. Aunque existen muchos tipos, por lo general se trata de espacios de grandes dimensiones, en los que se almacenan botellas, barricas y toneles. Razón por la que son sitios con poca entrada de luz, escasa ventilación y un alto grado de humedad. De ahí que cuando se entra a estos espacios su olor es muy característico. En algunos espacios, estas adquieren el aspecto de cuevas, algunas de ellas, la cava es subterránea lo que facilita la guarda del vino en su proceso de envejecimiento. Las bodegas actuales suelen contar también con zonas dedicadas a la atención al público. Lugares en los que se realizan catas y explicaciones sobre las particularidades de los principales caldos producidos en esa bodega y venta de productos. Miradores y terrazas de descanso. Junto a algunas bodegas es frecuente encontrar restaurantes, hoteles y en algunas museos (Bormida, 2016).

2.5 Museos

Se crearon varios museos del vino, donde se muestran los instrumentos de las labores y tareas, así como una moderna arquitectura de calidad en las bodegas contemporáneas (Elías, 2006: p.177).

Los museos que existen en Argentina referentes al vino o se encuentran dentro de las bodegas son (recopilación propia):

- Museo Graffigna en San Juan.
- Museo de la Vid y el Vino, Cafayate, Salta.
- Museo nacional del Vino y la Vendimia. Maipú, Mendoza.
- Museo de Bodega La Rural, antigua bodega de Felipe Rutinini, Mendoza.

- Espacio Killka: en el Valle de Uco, al sur de la capital mendocina, es rico en arquitectura de vanguardia aplicada al vino, Mendoza.
- Museo James Turrell en Bodega Colomé, Salta: Museo de la Luz.
- Museo Familia Schroeder: paleontología y vino. Neuquén.
- Museo Vitivinícola de Bodega La Banda, hoy Bodega Vasija Secreta, ubicada en Cafayate, Salta.
- Museo de Bodega Josefa Rodó en Angastaco, provincia de Salta.

2.6 Patrimonio de la humanidad

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura -UNESCO[10], en 1992 comienza a preocuparse por los paisajes culturales ya que representan la acción conjugada entre la naturaleza y el ser humano. El Parque Nacional Tongariro en Nueva Zelanda, fue el primer paisaje cultural reconocido por la UNESCO como Patrimonio Mundial en 1993. Estas montañas tienen un significado cultural y religioso para el pueblo maorí. Este nombramiento reconocía la importancia de un espacio natural. La Lista del Patrimonio Mundial de la UNESCO contiene bienes culturales reconocidos como Patrimonio Mundial por el valor y singularidad de sus viñedos. Al comenzar su tarea de reconocimiento, aprobación y declaración de bienes de Patrimonio Mundial establece las categorías culturales, naturales y mixtas. Aunque el patrimonio corresponda a un concepto relacionado más con la cultura que con la naturaleza, es sin duda un valor patrimonial de elementos naturales –paisaje, flora y fauna– y de ecosistemas que siempre llevan la marca de la labor humana sobre el medio natural. Los viñedos, como caso específico de paisajes agrarios, son reconocidos tanto por la huella histórica que dejan en el territorio –dado su carácter de cultivo permanente cuyo producto derivado, el vino, requiere una infraestructura consolidada para su elaboración y conservación–, como por las tradiciones culturales asociadas a ellos. Su riqueza patrimonial incuestionable ha favorecido los actuales reconocimientos o declaraciones (Martínez Arnáiz, 2019).

Los paisajes de viñedos que la UNESCO declaró como Patrimonio Mundial son los de Tokay en Hungría; Cultivo de la Viña en Vaso “vite ad albarello”, el Paisaje

[10] UNESCO: trata de establecer la paz mediante la cooperación internacional en materia de educación, ciencia y cultura.

vitícola del Piamonte: Langhe-Roero y Monferrato, la costa de Amalfi en Italia; Côte de Nuits y Côte de Beaune Borgoña, Saint Emilion, Centro Histórico de Burdeos – Puerto de la Luna y Valle del Loire en Francia, Laderas, Casas y Bodegas de Champagne; viñedos en terrazas de Lavaux en Suiza; «paisaje cultural» del Valle del curso Medio del Alto Rin, la región de Renania-Palatino en Alemania; Lavaux en Suiza; Wachau en Austria; Región Vitícola del Alto Valle del Duero Portugal, Oporto en la desembocadura del Duero; los viñedos que rodean la Ciudad del Cabo, Sudáfrica; Paisaje cultural del sur de Jerusalén, Battir Palestina y el Paisaje vitícola de la Isla del Pico en las islas Azores. Por la relevancia que guardan respecto de la temática abordada.

2.7 Tipologías de viñedos

Cada paisaje del viñedo es único: viñas cultivadas como marcan la tierra y el sol, cepas de típicas formas, la cuidada vendimia, bodegas y el trabajo que se realiza en ellas mediante el cual se obtiene el esperado producto. Esto caracteriza y diferencia a cada región vitivinícola. Con la importación e implantación de variedades foráneas, sistemas de cultivo y la puesta en riego de zonas de secano (Álvarez de la Paz, F. - Reyes Jordán, L. - Gómez Gonzaléz, A., 2005).

A la hora de elegir un sistema de conducción hay que tener como objetivo el conseguir una buena iluminación dentro de la masa vegetativa y facilitar el cultivo. Los sistemas de conducción se deben adaptar a las condiciones de clima y ambiente que existen en cada zona. (Villareal, P.; Romagnoli, S. y Llorente, A., 2007).

Éstos pueden dividirse en: **Sistemas libres,** aquellos que no cuentan con una estructura permanente de conducción. En general son de pequeña expansión vegetativa, con una densidad elevada de plantación. Los **Sistemas con apoyo,** emplean diferentes estructuras, desde muy sencillas hasta muy sofisticadas.

Los más utilizados en el mundo son:

- **Sistema en Vaso o Arbolito**: Se inició con el cultivo de la vid y es el más difundido en el mundo. Es un sistema en el que la planta forma un tronco bajo, con un número variable de entre uno a seis brazos dispuestos en el espacio como los brazos de un candelabro, en todos los puntos cardinales, que lleva cada uno

de ellos, 1 o 2 pitones de dos yemas. La cepa con su follaje tiene el aspecto de un vaso, a lo que debe su nombre. Se encuadra dentro de los "sistemas libres".

- **Parral:** El más difundido en Argentina. Es un sistema muy antiguo en el país, en el que se lleva a la planta a la parte superior, por encima de los alambres, los racimos quedan debajo, cubiertos por el "techo" que forman las hojas, lo que permite mayor aireación y disminuye la posibilidad de enfermedades. En las zonas cálidas y de más horas de insolación, el parral es la alternativa más viable, dado que protege mejor a los racimos. (Ver fotografía en anexo 2.2.2)
- **Espaldera**: Consiste en hileras paralelas de cepas, dispuestas con una separación de un metro y medio entre plantas, y conducidas por diversos tendidos de alambres, en un número variable de 2 a 4, que son sostenidos por postes, lo que hace recordar al espaldero de una cama. Es justamente la cantidad de alambres lo que determina si la espaldera es "alta" o "baja", siendo la del segundo caso más recomendada para climas frescos, ya que al estar la planta más cercana al suelo, éste le irradia más calor. (Ver fotografía en anexo 2.2.1)
- **Espaldera alta**, llega hasta un metro ochenta, con cuatro alambres fijos: el inferior de conducción, el segundo y tercero para sostener el follaje, y el cuarto de estructura. La espaldera posibilita una óptima calidad en la producción, menor incidencia de enfermedades y la posibilidad de realizar la vendimia en forma mecánica. Los sistemas de poda más utilizados con este tipo de conducción, son el "Guyot simple", "Guyot doble" y el "Cordón Pitoneado" simple o doble (Álvarez de la Paz, F. - Reyes Jordán, L. - Gómez Gonzaléz, A., 2005).
- **Lira**: es un sistema de canopia[11] dividida en dos planos de vegetación ascendente. El sistema posee una estructura de doble espaldero en V con postes inclinados. Sobre cada pared de la V lleva un alambre de conducción y dos pares de alambres móviles. La planta se abre en dos brazos secundarios que son cordones permanentes en forma de S. La poda es de tipo corta, rebajando el brote inferior a pitón de dos yemas. La vegetación se conduce en forma ascendente. Es muy eficiente fotosintéticamente.

---

[11]**Canopia**: El dosel arbóreo, dosel forestal, techo o también llamado en ocasiones canopia o canopeo, que da nombre al hábitat que comprende la región de las copas y regiones superiores de los árboles de un bosque.Trabajos realizados sobre la "parte verde" de la planta: podas, aclareos, recortes, etc. (http://www.diccionariodelvino.com/index.php/canopia/)

El sistema de conducción predominante en el país es el parral, aunque registra una disminución de superficie respecto al año 2000, en concordancia con el aumento de variedades aptas para vinos finos, conducidas en su mayoría en espaldera. El 53% del total de la superficie cultivada está conducida en parral y el 46% en espaldera. La tendencia indica que el sistema de conducción que más ha aumentado en los últimos 18 años es la espaldera con un incremento de 27.934 ha respecto al año 2000, mientras que el parral ha disminuido 11.897 ha en el mismo período. En la zona de los Valles Calchaquíes, los sistemas que generalmente utilizan son el parral y la espaldera alta. En especial el parral lo utilizan para las uvas tipo torrontés (Instituto Nacional de Vitivinicultura, 2018).

2.8 Variedades de vid

En Argentina hay tres zonas vitivinícolas: noroeste, centro y sur, concentrándose en la región centro más del 90 % del viñedo del país. Es uno de los mayores productores en el mundo, y Mendoza es su región más importante, representa un 70,1% del total. Salta con 1,5%, Río Negro, San Juan, Catamarca y La Rioja. El **Noroeste:** es una región geográficamente amplia. Se encuentra ubicada entre los 22° y 29° de latitud sur. Comprende el sur de la provincia de Salta, Catamarca y la Rioja y el noroeste de Tucumán. El cultivo de la vid encuentra su mejor expresión en los valles cordilleranos irrigados, cuya altitud oscila entre los 1000 y 3100 metros sobre el nivel del mar. Tales como Payogasta, Cachi, Molinos y Cafayate en Salta, Andalgalá y Tinogasta en la provincia de Catamarca y Chilecito en La Rioja. La región **Centro:** representa el 91,45 % de la superficie con viñedos del país. Se extiende desde los 29,5° a los 36° de latitud sur. El cultivo de la vid en esta región se realiza a altitudes que superan los 500 metros sobre el nivel del mar. La **Región sur,** comprende áreas bien determinadas de las provincias de La Pampa, Neuquén y Río Negro, donde la viticultura se asienta en las márgenes de los ríos Negro y Colorado. A diferencia de otras regiones del país la vitivinicultura constituye una actividad secundaria en la economía de esta región (Dengis, J. - Dengis, M. F., 2013).

2.8.1 Características de producción y variedades

Argentina produce las variedades internacionales pero logra diferenciarse con vinos de cepas peculiares, como la Torrontés que es una uva blanca aromática, casi

rústica pero con carácter propio y la tinta Malbec que se caracteriza por dar vinos intensos y frutados. (Dengis, J. - Dengis, M. F., 2013).

Las cepas que se cultivan son:

2.8.1.1 Uvas Blancas:

Torrontés: es la cepa emblema de la Argentina, produce vinos frescos, aromáticos, con una acidez moderada, textura suave al paladar y aromas distintivos a melocotón y albaricoque. Existen tres variedades de torrontés en Argentina: riojano el más importante a nivel enológico, otorga varietales muy aromáticos y finos y se cultiva en la zona de los Valles Calchaquís (Salta, Tucumán y Catamarca, el sanjuanino que se lo conoce como Moscato d'Asti o Malvasía, implantado en la provincia de San Juan y el mendocino, prácticamente no se utiliza para elaborar vinos porque la pulpa es neutra y no presenta aromas. El torrontés salteño es el que ha recabado más atención por la calidad de sus vinos, y es la variedad usada por la mayoría de los vinos argentinos etiquetados como torrontés. (Ver foto anexo 2.3.1)

Chardonnay: es una variedad de piel verde usada para hacer vino blanco. Es originaria de la región vitícola de Borgoña, en el este de Francia. Es un componente importante de muchos vinos espumosos alrededor del mundo, incluyendo el champán. Esta uva se emplea tanto para la confección de vinos blancos como la de espumosos. Es la responsable de la elaboración de los deliciosos vinos de Chablís

Chenin Blanc: tiene su origen en Anjou (Francia) donde esta variedad blanca se cultiva a lo largo del río Loira. También se la conoce como Pineau. Con esta variedad se elaboran vinos blancos semisecos, vinos de licor y vinos jóvenes. Sus aromas característicos son los de las frutas blancas como el albaricoque. Su dulzura recuerda a la miel y tiene notas cítricas a limón.

Pedro Ximénez: Variedad de uva blanca, su cultivo preferente se encuentra en las provincias de Málaga, Córdoba, Cádiz y Valencia. Se trata de una uva rica en azúcares que da lugar a vinos generosos

Riesling: Variedad de uva blanca cuyos orígenes los encontramos en el centro del Rhin. De grano pequeño, esta uva de bajo rendimiento da lugar a vinos excepcionales que se comercializan en todo el mundo. Se caracteriza por su frutalidad y aroma característico

a manzana verde y compota de membrillo. Los vinos a los que da lugar presentan un color amarillo pajizo con tonos verdosos. Es un vino muy seco y profundo.

Sauvignon Blanc: variedad blanca de origen francés, concretamente de La Gironde. Pero se ha convertido en una cepa universal que se cultiva en muchas partes del mundo. Se emplea en vinos destinados a crianza y en cavas de toda clase. Uva verde-amarillenta de grano grande produce vinos muy aromáticos y dulces.

Semillón: de la región francesa de Burdeos, uva prolífica, es destinada a usos varios… Desde la elaboración de vinos de Jerez hasta la vinificación como vino dulce.

Viognier: originaria de Ródano (Francia) Sus vinos son ricos en alcohol (pueden alcanzar los 15º) y de baja acidez, con una textura sedosa debido a su alto contenido en glicerina, y un color amarillo-dorado que invitan a beberlos jóvenes. Posee un elevado aroma frutal a mango, manzana, melón, y sobre todo melocotón y albaricoque, con notas florales de magnolia y madreselva, y un toque de vainilla. De difícil cultivo, baja producción y maduración muy tardía. El porte de la cepa es semi-erguido, el racimo compacto y de forma cilíndrica, y la baya de pequeña a mediana y con un color amarillo verdoso.

2.8.1.2 Uvas Tintas:

Malbec: cepa emblema de la Argentina, Variedad tinta oriunda de Francia, más concretamente de Burdeos. Da lugar a vinos purpúreos, de aromas frutales y sabor a cereza negra, trufas, café y cuero. La zona de Luján de Cuyo en Mendoza fue certificada como la primera DOC[12] de la Argentina, desde el año 2005 (Resolución INV Nº C.15/2005). (Ver foto en anexo 2.3.2)

Cabernet Sauvignon: llamada "la reina de las cepas tintas", es de origen bordelés, esta variedad tinta se encuentra muy extendida por todo el mundo de clima templado. Y no es para menos, con ella se elaboran los caldos más prestigiosos, vinos de referencia que han sabido ganarse la confianza de los amantes del vino de verdad. Esta uva aporta al vino todo lo que el vino necesita para satisfacernos por completo Color profundo, buena

[12] **DOC**: Son las siglas de Denominación de Origen Controlada (o A.O.C. en francés, Appellation d'Origine Contrôlée). Básicamente, en el caso de los vinos, estas identificaciones geográficas garantizan que el producto está realizado bajo las normas que regulan dicha D.O.C., con uvas procedentes de esa zona o región, respetando los rendimientos y la forma de plantación de las vides, junto con los métodos enológicos estipulados. Cada D.O.C. cuenta con sus organismos controladores que aseguran y avalan el cumplimiento de las normas que la reglamentan, obteniendo así un valor agregado.

estructura y sabor frutoso y denso. Tras una buena crianza pueden detectarse, además, notas de humo, cedro, regaliz o trufa.

Syrah: variedad tinta de origen persa (en cualquier caso mesopotámico) tiene una importante implantación en Francia (sur y centro). Los vinos a los que da lugar esta uva resultan sabrosos, sobre todo si se combinan con Merlot, Cabernet Sauvignon o Tempranillo. De una textura aterciopelada y de gran regusto a frutas negras

Bonarda: es una uva de vino tinto italiana que ha crecido históricamente en la región francesa de Saboya, al noroeste de Italia, pero que hoy es más abundante en Argentina. Es una variedad de maduración tardía que a menudo es cosechada después de la cabernet sauvignon. Para extender la estación de crecimiento, algunos viticultores la podan en enero para favorecer el brote temprano. La uva tiene una piel muy fina y una cantidad alta de compuestos fenólicos. Requieren calor para la madurez pero que con una calidez excesiva corre el riesgo de crear un "sabor a cocido" en los vinos resultantes.

Tannat: originaria del suroeste de Francia, esta variedad es vinificada hoy día no solo en Argentina, sino en varios países del mundo. Es un cepaje rebelde y salvaje, difícil en el viñedo por ser muy sensible a las plagas. Debido a que sus racimos son grandes y sus granos muy pequeños hay que realizar un trabajo muy exhaustivo en la canopia y la ventilación del parral. Se desarrolla bien en Salta ya que es una variedad astringente y logra una gran madurez para lograr redondear los taninos y hacerlos amables.

Cabernet Franc: Esta variedad tinta hermana de la Cabernet Sauvignon. Originaria de Burdeos, da lugar a vinos suaves, menos carnosos que los de variedades similares como la Merlot y la Cabernet Sauvignon. De racimo mediano y grano redondeado, tiene la ventaja de adaptarse muy bien a las zonas frías. Esto le lleva a perder cuerpo, pero sus aromas son muy vivos y complejos. Estos aromas complejos llevan a los bodegueros a mezclarla con la Cabernet Sauvignon, dando lugar a vinos muy equilibrados y serenos pero con notas punzantes y aromáticas.

Pinot Noir: crece en todo el mundo, sobre todo en las regiones frías, aunque es asociada sobre todo con la región francesa de Borgoña Se considera que produce algunos de los vinos más elegantes del mundo, pero es una variedad difícil de cultivar y de vinificar. La uva tiende a producir racimos apretados, lo que la hace susceptible de riesgos viticulturales, entre los que se encuentra la putrefacción, y requiere de un

mantenimiento diligente de la canopia. Su fina piel y sus bajos niveles de compuestos fenólicos hacen que la pinot noir produzca vinos con un color claro, cuerpo medio y pocos taninos. Los vinos de esta variedad tienen un envejecimiento desigual e impredecible en el que pueden pasar por una fase muda (donde no se aprecian los sabores ni los olores). Cuando son jóvenes, los vinos de pinot noir tienden a tener aromas a frutas rojas, como cerezas, frambuesas y fresas. A medida que envejecen, pueden desarrollar aromas vegetales.

Merlot: Uva tinta de origen bordelés, da lugar a vinos muy aromáticos y finos. Después de la variedad Cabernet Sauvignon es la uva tinta más cultivada en el mundo, principalmente por su buen rendimiento y sus prestaciones a la hora de combinarse con otras variedades. Vinos de color rubí intenso, aromas herbales y baja acidez.

Pinot Gris: es una uva blanca de vino. Se cree que es una mutación o clon de la pinot noir. Normalmente tiene un color azul-grisáceo, aunque a veces tienen un color marrón-rosado o incluso blanquecino. La palabra pinot viene del francés"*pine cone"*, que significa "piña", y puede deberse a que los racimos tienen esa forma. Los vinos producidos con esta uva también pueden ser de diversos colores, como amarillo oscuro dorado, cobrizo o incluso ligeramente rosado. Es una de las uvas más populares en el vino anaranjado.

Tempranillo: variedad de uva tinta de intenso aroma es la gran uva española. De grano medio y producción media da lugar a vinos dignos de envejecer, a vinos buenos muy aromáticos con sabor a ciruelas y frutos negros, frambuesas e higos)

En el norte existe un neto predominio de las variedades rosadas y blancas de vinificar. La variedad Cereza, es utilizada con tres finalidades: producir vinos, consumo en fresco y elaboración de pasas (Instituto Nacional de Vitivinicultura, 2018).

En Anexo ver mapa de las Valles Vitivinícolas argentinos (2.1)

2.9 El paisaje del viñedo en el Noroeste Argentino - NOA

En enoturismo, la modificación de un producto agrícola como lo es la uva, produce una corriente turística que afecta en todas las regiones vitivinícolas alrededor del mundo. El Noroeste Argentino presenta un relevante patrimonio vitivinícola, producto de una larga tradición de explotación de la vid, que se remonta a los tiempos

coloniales y que se ha incrementado y transformado con en el paso del tiempo. Según el Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV), en el año 2018 se registró, en los Valles Calchaquíes se incrementó la superficie de los viñedos a 3.337 hectáreas distribuidas en 277 viñedos. Los Valles Calchaquíes representaron, de esta forma, el 30,4% del total de hectáreas de la región noroeste y el 16,5 % de los viñedos. A partir del año 2000 comienza un crecimiento sostenido en la superficie que pasó de 2.303 hectáreas a 4.182 hectáreas en el año 2017, lo que muestra una suba del 82 %. (Instituto Nacional de Vitivinicultura, 2018) (Ver fotos en anexo 2.4)

La vid y el vino desarrollan un importante patrimonio y una significativa transformación en el paisaje de los Valles Calchaquíes y en estos 20 años se ha visto el resurgimiento de la cultura del vino de altura. No solo por la renovación y rehabilitación del patrimonio vitivinícola existente sino también por la ampliación de zonas de cultivo y la inserción de una nueva arquitectura que además de albergar usos industriales, apunta a incorporar y complementarse con usos turísticos y culturales.

En el caso de la Ruta del Vino de Salta o vino de Altura, se encuentra dentro de los Valles Calchaquíes, ubicado a una altitud intermedia entre los 3.000 (La Poma) y los 1.600 m.s.n.m. (Cafayate). El fondo del valle está cubierto de mantos rocosos, con depósitos de pedemonte y conos aluvionales. Estos son sedimentos fluviales arrastrados por las aguas en épocas pretéritas cuando la región era más húmeda (Expósito E. , 2013).

El valle, bajo regadío es fértil. Su margen oriental posee diferentes arroyos que varían en cantidad de acuerdo a la estación del año, son temporarios que bajan hacia el río Calchaquí. En su lado occidental, hay cursos permanentes cuyas fuentes de agua son más abundantes. En ambos casos la variación depende de las lluvias y los deshielos que se presentan a lo largo del año. Este valle con orientación Norte-Sur se encuentra en la transición entre Yungas húmedas y desiertos puneños. Posee atractivos no sólo por los coloridos y variados paisajes sino también por los aspectos culturales que se descubren a lo largo de los pueblos que lo delimitan, ya que albergó a las culturas precolombinas de las comunidades Calchaquíes, Diaguitas y Kakanes (Expósito E. , 2013).

El camino recorre la RP Nº40, las sierras que flanquean a la quebrada muestran paredones de colores. En casi toda su extensión la ruta recorre paralela a un canal de riego que conforma el límite entre la zona de cultivos y cardones. Las localidades y

caseríos poblados por indígenas y mestizos se escalonan en el camino. Se ubican en su orilla y otras escondidas detrás de los cerros aunque a poca distancia de la ruta. Las casas están construidas en adobe, con galerías antepuestas, arcos y columnas de variados tipos y techos de madera de álamo recubiertos con torta de barro (Expósito E. , 2013).

Entre ellas se destacan Seclantás a 2100 msnm, con una plaza sombreada con coníferas y palmeras. La iglesia Nuestra Sra. del Carmen, inspirada en la de Molinos que la antecede en casi dos siglos. Es tierra de artesanos teleros[13], considerada la Cuna del Poncho Salteño. Prosperan las fincas de pequeñas bodegas familiares donde se elabora vino patero y Mistela. Entre Seclantás y Molinos, se encuentran las ruinas de El Churcal, calificadas como uno de los yacimientos arqueológicos más extensos del norte argentino. Molinos se sitúa a 1800 msnm, con trazado irregular y sus casas están construidas con materiales sacados de un yacimiento arqueológico cercano. El pueblo se formó a partir de una encomienda en el siglo XVII y tuvo importancia por su localización en la ruta de comercio hacia Salta, Bolivia y Chile. El entorno está rodeado de viñedos y asegura la posibilidad de bodegas abiertas a la visita y degustación de los vinos regionales. En el actual paraje La Angostura y de la mano de los Jesuitas, se implantaron viñas llegadas de Perú en el siglo XVIII. Viñedos hoy desaparecidos. Hacia el sur se encuentra Angastaco (Águila del Algarrobo en lengua indígena), aldea orientada al veraneo serrano, ubicada a 1990 msnm. Allí se celebra la Fiesta de la Uva y el Vino Patero en el mes de febrero. En los alrededores prosperan también cultivos de pimientos rojos. A principios del otoño es todo un espectáculo ver los frutos extendidos en el suelo o los techos, en los patios para provocar el secado natural al sol donde aprovechan la sequedad del ambiente. Esta localidad es considerada la puerta de acceso a la Quebrada de las flechas. En la entrada de San Carlos -1710 msnm- sucumbieron cuatro ciudades españolas anteriores que habían sido fundadas en los siglos XVI y XVII. Las que desaparecieron por el ataque de los pueblos calchaquíes. En esos tiempos ya se habían implantado vides en la zona y se cultivaban cereales. Además disponían de buenas pasturas naturales que se aprovechaban para alimentar rebaños de mulas que llevaban a pie al Alto Perú. A mediados del siglo XVII los jesuitas establecieron en este paraje una misión que dio origen al pueblo. El verde oasis de Animaná –Lugar del Cielo

[13]**Artesanos teleros** refiere en el NOA a los artesanos que trabajan los telares.

en lengua aborigen- está ubicado a 1695 msnm. Ofrece varias bodegas familiares que elaboran variedades de vinos artesanales, secos y dulces, destacándose el Mistela. En esta localidad fue donde se plantaron las primeras cepas de origen francés en el siglo XIX (Expósito, 2013).

El rio de los Calchaquíes confluye con el río Santa Marta que llega desde el sur y ambos forman el Guachipas que fluye hacia el norte. La Quebrada de los Calchaquíes se abre, se amplía y acompaña esa confluencia, en medio de plantaciones de vid, árboles frutales, acequias rumorosas y flores. En ese marco y a 1683 msnm se ubica Cafayate, que en quechua significa Cajón de Agua, aunque existen otras traducciones distintas[14].En tiempos prehispánicos, el área registró concentración de pueblos indígenas debido al valor estratégico del lugar (Expósito, 2013).

En Cafayate se encuentra el Museo de la Vid y el Vino que funciona en la que fuera la Bodega Encantada de José Coll y testimonia la historia de la vitivinicultura del lugar y de los Valles calchaquíes. El edificio es de fines del siglo XIX y exhibe maquinaria antigua destinada a la elaboración del vino, instrumentos de labranza, carpintería para realizar los toneles, elementos de transporte de fin del siglo XIX y una vieja usina transportable (Expósito, 2013).

Otro aspecto a tener en cuenta en este paisaje turístico, es que en 2010 la Comisión Nacional Argentina para la UNESCO (CONAPLU) junto al Comité Argentino del Patrimonio Mundial (CAPAM) introdujeron a los Valles Calchaquíes en la Lista Tentativa de la UNESCO para formar parte del Patrimonio Cultural Mundial. Esta lista es un "legado de monumentos y sitios de una gran riqueza natural y cultural que pertenece a toda la humanidad. Es el inventario de bienes cuyo valor amerita ser sostenido, protegido, conservado, administrado, monitoreado y comunicado de manera

[14]**Cafayate**: de origen quichua o quechua: "Cajón de Agua"; de acuerdo a lo expresado por el Dr. José Vicente Solá en su diccionario de regionalismos de Salta. Según otros provendría de un cacique así llamado. Otros dicen que significa Gran Lago (Capac-Yac), podría originarse en Capac-Yaco. Lafone Quevedo dice que el nombre viene de la voz KaKana o Cacana que equivaldría a "Sepultura de las Penas". Sirolli, cree que puede provenir de Capac-Jefe, Yaco-Agua, es decir que una significación aproximada sería: "Lago donde Reside el Jefe", o "Lago del Cacique". Aceptando las versiones de José Vicente Solá y del historiador Rodolfo Bravo acerca de Capac-Yaco ó sea Capac=Pueblo y como el quechua invierte el orden de las palabras, sería "El Pueblo de Capac", como la tradición oral sostiene que Capac o Capaj significa riqueza y abundancia es aconsejable dejar aceptada la traducción de Cafayate como: "El pueblo que lo tiene todo". http://www.infonoa.com.ar/cafayate/Historia.htm

especial." Esto favorecería el resguardo del Patrimonio Cultural de la zona con la derivación de mayor demanda turística en la región (Sanz, 2012).

"El visitante debe observar el paisaje, porque el vino no se hace sólo en la bodega: se hace en la tierra. Surge de un buen fruto, nacido de un esmerado trabajo en los viñedos, en un territorio que tiene condiciones muy buenas para la vid" (Bormida, 2013).

Este paisaje cultural se ve incrementado con la declaración al Sistema Vial Andino-QHAPAQ ÑAN- en 2014 por parte de la UNESCO como Patrimonio Mundial de la Humanidad. La importancia de esta red vial incaica se debe a que consistía en la columna vertebral del poder político y económico del Tawantisuyo y que estableció una red de caminos de más de 30.000 kilómetros de extensión que vinculaba los principales centros de producción, administrativos y ceremoniales. Su trazado ha sido, incluso, anterior al apogeo del imperio Inca: se calcula que tiene unos 2.000 años de antigüedad. Hoy atraviesa seis países andinos, parte desde Perú hacia el sur recorre parte de los territorios de Bolivia, Argentina y Chile y hacia el norte, los de Ecuador y Colombia (UNESCO, 2004). (Ver Anexo 2.5)

En Argentina, el Qhapaq Ñan ingresa desde Bolivia por el pequeño poblado de Calahoyo (en la Puna, a más de 4.000 m.s.n.m[15].) y atraviesa desiertos, valles y montañas que une los territorios que hoy componen las provincias de Jujuy, Salta, Tucumán, Catamarca, La Rioja, San Juan y Mendoza, para perderse luego en la Cordillera de los Andes rumbo a Chile. En todo el territorio argentino se conservan alrededor de 119 kilómetros de este camino, a lo largo de los cuales se pueden visitar importantes sitios arqueológicos (Secretaría de Cultura de la Nación, 2019). (Ver anexo 2.6)

Hay registros que don Diego de Almagro -conquistador español que participó en la conquista de Perú y descubridor de Chile- recorrió el Camino del Inca en 1537. Pasó por La Paya y siguió la actual traza de la Ruta Nacional 40 cruzó por Cachi, Seclantás, Molinos, Angastaco hasta Tolombón (Vitry, 2007).

[15] **m.s.n.m.**: Metros sobre nivel del mar

2.10 Arquitectura del vino del NOA

Debido al mayor interés en la calidad de los vinos, asimismo ha crecido la importancia del terruño, de las regiones vitivinícolas y del origen de los vinos; por ende, influye en la decisión de conocerlos. Despierta el mundo del vino, demanda un nuevo concepto de bodega, que integre un circuito de visitas en el proceso que sigue el producto desde la cosecha de la uva hasta su distribución del producto terminado. Este trayecto se debe integrar a la producción, de tal forma que no obstaculice la actividad técnica que se desarrolla en la bodega y permita un recorrido ordenado, limpio y seguro, que ofrezca una imagen que enriquezca a la elaboración, de forma que todo el conjunto hable de calidad del vino (Girini, 2010).

Uno de los componentes esenciales en la transformación del enoturismo, es la arquitectura. Es uno de los principales atractivos que cautivan al turista y que debe estar en concordancia con el paisaje. *"Las nuevas bodegas expresan un modo de producción orientado a la calidad y no al volumen, con una capacidad de elaboración reducida. Son bodegas más reducidas de menor capacidad de producción*" (Fidel, 2016).

Las bodegas que empezaron a distinguirse a través de la arquitectura, originaron un giro en su época que muchos no alcanzaban a entender, e impactaron con su transformadora concepción y entorno del paisaje y de este modo integrarse a la tendencia mundial. El arquitecto Gustavo Albera, del Estudio Yanzón & Bórmida señala que:

> *los proyectos de arquitectura deben integrar aspectos socioculturales, el paisaje natural y cultural, el medio ambiente y el sistema productivo y comercial, […] es determinante dar respuesta al contexto y a la industria del vino, entendiendo a este como exponente de la cultura y el patrimonio de la humanidad, preservando y poniendo en valor el paisaje natural, y conjugando el paisaje como producto de la tierra.* En Fidel, 2016: p. 95.

Han surgido bodegas llamativas, con construcciones monumentales, de estética vanguardista y funcionalidad. Al observar, no sólo son edificios que atraen y son de interés por su diseño, sino que están entendidos como lugares en los que se elaboran "obras de arte". El estudio Bórmida & Yanzón de Argentina, realizó proyectos con la nueva concepción de bodegas, entre ellas se pueden mencionar a las bodegas Séptima, Salentein, O Fournier, entre otras. (Bormida, Arquitectura del paisaje. Bodegas de

Mendoza, 2016). En la zona de los Valles calchaquíes, se presentan con esta nueva concepción de arquitectura para bodegas, Piatelli Cafayate, El Tránsito, Colomé, entre otras. La intención es buscar el equilibrio entre lo industrial, la funcionalidad y la atracción del turismo y el diseño. La arquitectura ayuda al crecimiento del turismo del vino en la Argentina. La apuesta de los bodegueros es generar proyectos vanguardistas o rescatar y poner en valor íconos del pasado, es parte esencial del éxito del enoturismo en Argentina. Esto, en torno a la hipótesis genera la apertura de las bodegas, incremento en la oferta de servicios y de la demanda desarrollo rural en el período 2013 – 2018.

Capítulo III – La vid y el viñedo

El conocimiento básico de la vid y de la uva permitirá comprender todos los pasos posteriores que se realizan hasta obtener el vino. Es un arbusto o planta leñosa trepadora, caducifolia, de aspecto rústico, seco. En invierno seca, aunque su corteza esconde la savia que, al finalizar el invierno le da vida con su follaje y los frutos que dan origen al vino. Pertenece a la especie *"vitis vinífera",* cuyo fruto es la uva con la que se elaboran los vinos. Se llama viña (viñedo, pago o majuelo) al grupo de vides delimitado por una finca o parcela. Está provista de órganos que le permiten fijarse a tutores o guías. Si estos no existen, se desplaza sobre el suelo y cubren superficies extensas. Normalmente no se reproduce por semilla, sino mediante estacas obtenidas de la misma planta, que después se transforman en barbechos o barbados (la estaca con raíces).Sus cepas pueden llegar a vivir más de un siglo, y conforme tienen más edad dan menos frutos, pero de mejor calidad debido a que sus granos son pequeños y poseen menos agua pero mayor concentración de azúcares y otras sustancias. Además, sus raíces tienen una mejor penetración en el subsuelo y aprovechan mejor sus recursos (Hidalgo Togores, 2011).

Para que produzca vinos de carácter debe ser una planta mayor a cinco años, ya que todavía está formando su sistema de raíces, por tanto sus uvas no poseerán el nivel de calidad suficiente. Puede desarrollarse de diferentes formas de acuerdo al tipo de suelo, la exposición solar, el clima, la competencia con otras vides por los recursos del suelo, como así también otros factores. Una variedad puede obtener distintos rendimientos en lo que respecta a la cantidad como a la calidad de sus frutos, por lo que el vino obtenido en cada viñedo puede ser distinto. De acuerdo a la estación en que se visite un viñedo, la apariencia del mismo varía. Esto se debe a que la vid se halla subordinada a un ciclo vegetativo, relacionado con la producción de uvas, regulado por el viticultor (Hidalgo Togores, 2011).

3.1 Las partes de la vid

La vid, ésta formada por diferentes partes. La planta se prende sobre un tronco de forma tortuosa, posee una corteza con filamentos longitudinales. Se desarrolla de forma natural y podría medir varios metros. Las vides que se destinan a la elaboración de vinos se podan para controlar el crecimiento y mejorar su rendimiento. Dispone de

ramas, llamadas sarmientos, flexibles y divididos por nudos, provistas de zarcillos, órganos alargados que se sujetan de guías que le permiten trepar hacia arriba. Las hojas, llamadas pámpanos, se sitúan en la rama, en el lado opuesto de los zarcillos. Tienen forma de palma con una cara superior lisa y una interior ligeramente peluda. Las flores de la vid, son pequeñas, verdes y poco olorosas. Agrupadas en racimos que se componen de cinco pétalos de forma estrellada en la punta. Su duración es exigua y las no fecundadas caen a tierra enseguida. Los frutos o bayas, llamados granos de uva, están formados por el epicarpio en su exterior o película exterior, denominado hollejo o piel y un mesocarpio en su interior denominado pulpa y que rellena toda la baya. Dentro del grano se encuentra las pepitas o semillas (Melero, 2009). (Ver Anexo 3.1 y 3.2)

Los granos se sostienen unidos en racimos, debido a una serie de pedúnculos o escobajos también llamado raspón. El mosto es el jugo dulce de la uva compuesto por diversos elementos de la misma, como la piel o las semillas (Hidalgo Togores, 2011, págs. 135-193).

3.2 Trabajo en la Viña

El vino nace en la viña y lo hace el vitivinicultor. Para lograr calidad de cosecha se deben establecer los medios necesarios para mejorar calidad. Hay elementos que no se pueden cambiar, el suelo, el clima, las plagas y los factores meteorológicos. Pero así también existen otros factores que se pueden modificar voluntariamente para rectificar o mejorarla cosecha (Hidalgo Togores, 2011).

La **Poda** permite controlar y direccionar el crecimiento de la vid o ajustar la producción del viñedo. Esto determina cosechas regulares. La poda principal se realiza en invierno después de que caen las hojas, por lo general a partir de los meses de junio o julio. Consiste en cortar sarmientos y yemas de la planta para que los frutos (la uva) tengan mayor insolación y ventilación. Es una práctica clave en la viticultura ya que anticipa cuáles serán los rendimientos buscados en cada vid, y en el nivel de calidad y concentración que tendrá la uva y luego los vinos. Por supuesto que no es la única variable que influye pero si una de las más importantes. Por último, los tres principales sistemas de poda, tal como los enumera el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (Catania, 2013), son:

- Sistemas de Poda Corta: El elemento de poda utilizado es el pitón, los sarmientos se podan dejando de 1 a 3 yemas. El pitón desempeña las funciones de elemento de fructificación y de renovación, provee la madera de poda para el siguiente año.
- Sistemas de Poda Larga: El elemento de poda utilizado es el cargador. Los sarmientos se podan dejando 4 hasta 12 yemas. El cargador cumple las funciones de proporcionar fruta y madera.
- Sistemas de Poda Mixta: En este sistema se combinan ambos elementos de poda, están presentes en la planta el cargador y el pitón. La poda mixta comprende los sistemas de poda conocidos (Guyot Doble, Parral Cuyano, etc.). El cargador cumple la función de elemento de fructificación, mientras que la principal función del pitón es la de renovación y provisión de madera.

Luego se procede a la **atada** de viñas, que consiste en sujetar las plantas al alambre de acero y de esta manera evitar que se caiga. Para atarlas, se emplea totora que es una planta, por lo que es biodegradable, que crece en zonas anegadas. El **aclareo**, es descartar racimos para equilibrar la cantidad de uva con la superficie de hojas. Con un aclareo de entre el 25 al 30% es factible aumentar el azúcar en un 15%, con una disminución del 5% en la acidez. A continuación, se realiza un **defoliado** o eliminación de hojas viejas y menos activas para acrecentar las condiciones de oxigenación e iluminación de los racimos. La **fertilización** tiene una función importante. Puede hacerse por medio de abonos químicos u orgánicos. El riego es un factor importante de controlar en un viñedo, debiendo aplicarse únicamente para favorecer el desarrollo de las uvas. Durante el invierno y hasta el envero, el viñedo necesita la humedad suficiente para desarrollarse. Durante la maduración de la uva, se reduce la cantidad de agua a lo mínimo necesario. Esta situación genera un "estrés hídrico[16]" que favorece la maduración de la uva y reduce el tamaño de las bayas[17] y mejora la calidad.

[16]**Estrés hídrico**: Sucede cuando la demanda de agua es más grande que la cantidad disponible durante un periodo determinado de tiempo o cuando su uso se ve restringido por su baja calidad. El estrés por déficit hídrico o por sequía se produce en las plantas en respuesta a un ambiente escaso en agua, en donde la tasa de transpiración excede a la toma de agua. El déficit hídrico no sólo ocurre cuando hay poca agua en el ambiente, sino también por bajas temperaturas y por una elevada salinidad del suelo. Estas condiciones, capaces de inducir una disminución del agua

3.3 Sistema de riego

La vid es uno de los cultivos que tiene pocas hídricas necesitan, por lo que, de forma general, sobreviviría con 300 mm de agua a lo largo de todo su ciclo vegetativo, bien sea como agua de lluvia o como aporte externo en forma de riego. Sin embargo la cantidad de agua que precisa un viñedo en particular depende de varios factores:

La frecuencia depende del tipo de suelo, por ejemplo, en los arenosos los aportes de agua deben ser al menos semanales, en especial si el riego se efectúa por surco. Por el contrario, si son más pesados y arcillosos, se pueden espaciar los días, pero siempre se tiene presente que el suelo debe estar húmedo a nivel de las plantas. Para el caso del sistema de riego por goteo es necesario formar el bulbo de humedad a nivel de las raíces de las plantas y luego mantenerlo y regular su frecuencia (Álvarez de la Paz; Reyes Jordán y Gómez Gonzaléz, 2005).

El sistema de riego en el NOA, se realiza de dos maneras diferentes. Por goteo, que es la más difundida hoy en día y la ancestral, que se efectúa por escurrimiento o gravedad. El agua se aplica cubriendo parcialmente el terreno y se escurre infiltrándose en los pequeños cauces llamados surcos (riego por surcos, corrugaciones) o bien se desliza sobre el suelo en delgada lámina que se infiltra en su desplazamiento (riego por inundación). En ambos casos el agua infiltrada moja la zona de raíces del cultivo para que esta pueda aprovecharla.

Surcos: El agua agregada escurre por los cauces (surcos) infiltrándose. Se emplea para cultivos en líneas: viñedos, frutales y hortalizas, donde las labores comunes del cultivo preparan el terreno para el riego. Se adapta a todos los suelos, cuando el caudal que se dispone es pequeño. La eficiencia que se logra con este sistema es media y los costos de instalación y operación no son elevados. Con este caudal se debe llegar al final del surco en la cuarta parte del tiempo total de riego. A continuación se completará el tiempo de riego con un caudal igual a las necesidades de infiltración de todo el surco. En la práctica se regula dejando salir un "hilo" de agua al pie de la

---

disponible del citoplasma de las células, también se conocen como estrés osmótico (Levitt, 1980).https://www.ecured.cu/Estr%C3%A9s_h%C3%ADdrico

[17] **Baya: 1.** f. Tipo de fruto carnoso con semillas rodeadas de pulpa; p. ej., el tomate y la uva. (RAE: https://dle.rae.es/?id=5Enxblh).

parcela. Esta pérdida (escurrimiento) puede ser temporaria, encadenando el riego en el cuartel siguiente.

Platabandas o "melgas18 y bordos19"

El terreno se encuentra dividido en platabandas (espacio de suelo) separados por bordes. La longitud varía entre 50-200 m. en el sentido de la pendiente y el ancho de 5-20 m. Los bordes serán no menores de 20 cm. de altura y un ancho que permita el paso de la maquinaria. Debe utilizarse en terrenos llanos ya que requiere una pendiente transversal nula y longitudinal baja, no mayor de 0,2 %. De ahí que sea necesario separar cuidadosamente el terreno a fin de que el agua no se "encharque" y corra uniformemente por la melga. El agua se vierte desde acequias que siguen igual nivel y se infiltra mientras escurre por el suelo recorriendo, pendiente abajo, distancias entre 15 a 50 m. según naturaleza y desnivel del suelo. (Ecured, 2019) (Ver anexo 3.3)

Equipo de riego mecanizado para viñedo

Estos equipos están formados por: cabezal de riego, cañerías, válvulas de campo y líneas de riego, que funcionan en forma automatizada. El Cabezal de riego se compone de una bomba principal, filtros, caudalímetro, válvulas y un sistema de fertirriego. Al tomar el agua de la red de canales, se debe realizar un filtrado con grava en una primera etapa y con malla en una segunda. El filtrado primario está compuesto por filtros de grava con arena basáltica calibrada, para asegurar la limpieza de impurezas del agua. El caudalímetro y las válvulas son instrumentos para medir el volumen total de agua utilizado en forma diaria, el acumulado semanal, mensual o anual. Las válvulas cumplen la función de regular la presión. El sistema de fertirriego: es la inyección de fertilizantes o fertirrigación que se realiza a través de un venturi, que es una válvula de paso reducido, ubicado entre el filtro primario y el secundario. La presión de ingreso está reforzada por una bomba que aumenta la presión entre el ingreso y la salida, para asegurar el correcto trabajo del equipo. El arranque de la bomba puede realizarse a través de la computadora de riego. La red primaria y secundaria de la cañería está compuesta por tubos de PVC telescópicos, que deben estar enterrados a 80

[18] **Melga**: Sustantivo femenino. Americanismo Este vocablo se refiere (en agricultura) a una porción o parte del terreno en que el labrador indica o marca en la haza para esparcir o echar el grano, simiente o semilla con proporción e igualdad, también en un surco entre otro listo para la siembra o cultivo.

[19] **Bordo**: amer. Resguardo del campo hecho de céspedes y estacas para retener el agua. Elevación natural de un terreno no rocoso.

cm. Donde existe presencia de piedra, se cubren los tubos con tierra suelta para evitar el contacto de éstas con la tubería, y luego se rellena con el material original (Liotta, 2015).

Las válvulas de campo habilitan la apertura o cierre de los diferentes sectores de la plantación. Están ubicadas en el borde de las calles internas, para acceder fácilmente a su manejo y mantenimiento. Cuentan con un piloto de regulación que ajusta la presión de trabajo de los goteros del lote a regar. Están vinculadas con la computadora de riego a través de un comando hidráulico, y ésta da la orden de apertura o cierre según el programa establecido por el técnico. Las líneas de riego y goteros, están fabricadas con polietileno de baja densidad, bajo normas internacionales de uniformidad de emisión, respetando características de calidad. La manguera a utilizar puede ser de 16 mm externo o 13,8 mm interno, y su pared de 0,9 mm, para asegurar una vida útil prolongada. El gotero que se utiliza es no compensado y está incorporado a la manguera. Su diseño permite un flujo turbulento de agua y minimiza la acumulación de los residuos que provocan obturaciones. Su caudal es de 1,7 l por hora a una presión de trabajo de 10 m. La distancia entre los goteros es de 0,65 m. La automatización del sistema permite, a través de una computadora, la apertura y cierre de la válvula principal, para iniciar o finalizar el ciclo de riego. Controlar la limpieza y retro lavado de los filtros primarios y secundarios según tiempo o diferencial de presión. Realizar la apertura o cierre de las válvulas de campo según el programa de riego organizado por los técnicos. Controlar la inyección de fertilizantes actuando sobre el arranque de la bomba. Registrar todos los eventos vinculados con el funcionamiento del equipo, incluyendo fallas. Registrar los caudales utilizados en los diferentes ciclos de riego. Las órdenes de la computadora son retransmitidas en forma hidráulica a los diferentes puntos del cabezal de filtrado o a las válvulas de campo a través de una red de microtubos de 8 mm, que son los encargados de llevar esa información (Villareal, 2007: pp. 41 – 43).

El **Envero** es un término empleado en vitivinicultura que indica una de las fases del ciclo de maduración de la uva. A medida que la uva se engrosa, se incrementan los niveles de agua y azúcar, se reduce la acidez y su piel comienza a afinarse y cambiar de color. Las variedades tintas se vuelven oscuras según la variedad, desde azuladas, hasta negras, pasando por tonalidades rosáceas y las blancas hacen lo propio con la gama amarilla del color. Este cambio se produce en el verano y se puede conjeturar que en

unos 45-50 días, comienza la vendimia. Ese plazo de maduración depende de las variedades y de los climas donde se cultive la planta. En el **escobajo**, el grano de uva alcanza el tamaño definitivo y se torna con una apariencia traslúcida, de consistencia más blanda y elástica, recubierta en su exterior por pruína, que es un revestimiento céreo y tenue como polvo. El desarrollo del fruto se alcanza en el momento en que sus semillas adquieren la capacidad de germinar, se denomina a ésta "maduración fisiológica", la cual no es útil para el ser humano. Por lo que hay que definir otro criterio de crecimiento de acuerdo al fin de la uva. Por este motivo se establece el concepto de "maduración industrial" o momento de vendimia (Villareal, 2007: pp. 41 – 43).

3.4 Ciclo anual de la vid y las prácticas de manejo

La vid es un cultivo perenne cuya vida útil es superior a los cuarenta años, y cumple una sucesión de ciclos anuales. Un manejo adecuado supone coordinar la realización de las prácticas culturales con los distintos estados de desarrollo por los que atraviesa la planta a lo largo de su ciclo anual (Villareal, 2007: pp. 32 – 33).

Cada ciclo en el hemisferio sur se caracteriza por, el período de reposo invernal, que se extiende desde la caída de hojas (mediados de abril o fecha de la primera helada) hasta la brotación. El lloro es la primera manifestación visible que indica el inicio de la actividad radical y que requiere de temperaturas del aire superiores a 10 ºC, sucede desde fines de septiembre hasta mediados de octubre según las variedades. Luego, el desarrollo del pámpano desde la que surge el brote hasta mediados de enero, fecha en la que se produce una detención del crecimiento y el inicio de la acumulación de reservas. La floración a los 45-55 días de ocurrida esta manifestación, según las variedades y las condiciones climáticas del año. Se registra hacia mediados o fines de noviembre y coincide con el período de máximo crecimiento del pámpano. El cuaje o la transformación de la flor en fruto. El número de bayas de un racimo siempre es menor al número de flores que poseía, y los índices de cuajado normal son relativamente bajos y se sitúan entre el 20% y el 30%.El agostamiento del pámpano, que implica su maduración se lignifica[20], pierde su carácter herbáceo y se vuelve resistente a los fríos

[20]La palabra **lignina** proviene del término latino lignum, que significa 'leña, madera'; así, a las plantas que contienen gran cantidad de lignina se las denomina leñosas. La lignina se encarga de engrosar el tallo de las plantas leñosas.

invernales. Ocurre desde mediados de enero hasta la caída de hojas. (Villareal, 2007: pp. 32 – 33).

El desarrollo del fruto, que ocurre en forma asincrónica, se puede individualizar tres fases o períodos. La Fase I o de crecimiento herbáceo que se caracteriza por un rápido aumento del tamaño de la baya debido a una intensa división celular estimulada por un alto contenido de hormonas vegetales en la baya y la acumulación de los ácidos málico y tartárico. Hacia el final de esta fase se completa el desarrollo de las semillas, decae el nivel de las hormonas que estimulan el crecimiento y aparecen los ácidos, que participan en la madurez de los frutos. Se extiende desde el cuaje hasta el inicio de desarrollo de color en el hollejo (mediados de enero). La Fase II o de envero (pinta). Coincide con una disminución de la clorofila y la toma de un aspecto translúcido de la baya, que evoluciona hacia el color típico de la variedad. En este momento se completa la madurez fisiológica de las semillas, y el crecimiento se ralentiza por cesar la síntesis de hormonas promotoras del crecimiento. La Fase III o de maduración. Se extiende desde el envero hasta la cosecha. Se caracteriza por un nuevo aumento del tamaño de la baya, la acumulación de azúcares, la aparición de pruina sobre el hollejo, el ablandamiento de la baya, la disminución de los ácidos, la acumulación de los pigmentos colorantes del hollejo, la polimerización de los taninos de la piel, que se vuelven menos astringentes y más suaves, y la acumulación de aromas y sus precursores en los hollejos, salvo aquellos compuestos aromáticos responsables de los sabores herbáceos que disminuyen (Villareal, 2007: pp. 32 – 33).

Por lo tanto para este tipo de turismo, este proceso es interesante ya que la viticultura es el eje temático de este producto y el turista debe percibirlo durante todas las etapas de su viaje y en cualquier componente de la cadena de valor turística que constituye la Ruta. En el destino se debe poder vivenciar la cultura vitivinícola.

3.5 Biodiversidad en Vitivinicultura

El crecimiento agrícola tiene impacto en la biodiversidad con potenciales repercusiones en el ecosistema que se hallan bajo una presión a través de la agricultura intensificada y el abandono de la tierra. La destrucción tanto de los hábitats naturales que rodean los ecosistemas agrícolas puede llevar a la pérdida de usos de los ecosistemas, incluido el control biológico. Por el contrario, existe prueba concluyente

de que las prácticas agropecuarias amigables con la vida silvestre destinadas a disminuir los impactos negativos de la agricultura intensiva mediante la implementación de prácticas de protección de paisajes de granja, suelen ser efectivas para conservar y restaurar la biodiversidad. Es sabido que los factores físicos como el clima, y los factores antropológicos como la vitivinicultura y las técnicas enológicas, trabajan juntos para determinar la identidad de un producto vitivinícola de una región en particular, se establecen así el concepto de terroir. No obstante, este concepto complejo abarca también la biodiversidad como parte definitiva. En consecuencia, el cuidado de la biodiversidad es concluyente no solo para conservar o acrecentar la sostenibilidad y equilibrio de los sistemas agrícolas, no tan solo para la producción de cultivos o para la protección de la naturaleza, como así también para resguardar el patrimonio biológico de las regiones vinícolas. En los procedimientos agrícolas multifuncionales, la biodiversidad provee significativos servicios ecológicos, como el incremento de la fertilidad del suelo, el aumento de la materia orgánica, el incremento de la composición del suelo, la provisión de carbono, el control biológico de conservación y la regulación del ciclo hidrológico y el microclima. El revestimiento vegetal de un bosque o pastizal evita la degradación del suelo, renueva el agua subterránea y regula las inundaciones al acrecentar la filtración y disminuir el escurrimiento del agua (Consejería de Agricultura, 2015).

3.6 Viñedo bioresponsable

La Organización Internacional de la Viña y el Vino (OIV) ha difundido un informe que manifiesta un enfoque general concerniente con la biodiversidad funcional en los viñedos y pretende instruir sobre los principales aspectos en el sector vitivinícola. La viña es un complejo sistema en el que se combinan las influencias de muchos elementos diferentes. Las plantas tienen una gran dependencia del clima en el que se desarrollan y del terreno en el que se asientan. Cada vez que un viticultor toma una decisión sobre la ubicación de un viñedo debe tener en cuenta como estos dos elementos, clima y suelo, van a afectar a las plantas. La biodiversidad se manifiesta en cada uno de los seres vivos que pueblan este agro-ecosistema, en sus relaciones y servicios originados, además del entorno en el que se desarrollan. Todos son necesarios, pues si no hubiera una tierra viva y fértil o agua en cantidad y calidad suficiente, no

existiría la viña y sus diferentes variedades. En ésta se desarrollan los insectos y patógenos que le afectan, que, a su vez, es el alimento de los auxiliares, que dependen de la vegetación y otros elementos del entorno. Finalmente, sin todo ello, no existiría ni el viticultor ni el vino (International Organisation of Vine and Wine, 2018).

Pedro Aquino, sommellier de Bodega Colomé, en Molinos provincia de Salta, indica (entrevista realizada en 2018) cómo son las prácticas agroecológicas diseñadas para nutrir la salud de los suelos y vides. Para esto, emplean compuestos biodinámicos. Los suelos se fertilizan con materia orgánica preparada en una granja propia; las tareas vitícolas son planificadas en armonía con los ritmos de la luna, el sol y los planetas, siguen una cosmovisión ancestral andina[21], que considera al planeta como un ser vivo. Así mismo explica cómo realizan el preparado biodinámico, para lo cual realizan los siguientes procesos: el compost es único fertilizante que le dan a las viñas y lo hacen en la granja biodinámica. Se trata de una comida orgánica que fertiliza el suelo y está hecha de residuos animales, de cabra, de porcinos y los caballos, cáscara de huevo para adicionarle calcio y roca volcánica, además de los residuos de bodega (orujo), los residuos de jardín y heno. Se dinamiza al palear y mezclar el preparado durante 1 hora. Luego se lo coloca en medias barricas, sin fondo y se protege de las lluvias. Permanecerá allí por 3 meses, al término de este período podrá ser empleado en la fertilización de los suelos. Se utiliza de dos formas: vía directa al suelo colocándolo en los surcos, previa dosificación y posterior tapado; y como té de compost que se pulveriza con gota gruesa, al suelo antes de la brotación, para mejorar todos los aspectos relacionados con la fertilidad del suelo. Según Aquino, el compost es clave en las prácticas ecológicas de la bodega, ya que ofrece el material orgánico que el suelo necesita para alimentar las vides y también permitir la sostenibilidad del suelo a largo plazo. La filosofía de elaboración es sencilla. Para lograrlo, se siguen tres principios básicos: integrar los principios biodinámicos para mantener suelos sanos y equilibrados,

[21]**Cosmovisión Andina**: La cosmovisión es la elaboración humana que recupera las maneras de ver, sentir y percibir la totalidad de la realidad, esto es los seres humanos, el conjunto de la naturaleza y el cosmos. La visión cósmica del mundo andino, es un proceso de vida, que implica un despertar de los conocimientos, sentimientos y saberes ancestrales, basado en el respeto, la complementariedad y la reciprocidad con toda la naturaleza y el cosmos, tomando conciencia de que todo lo que sucede en nuestro entorno material y físico, es un reflejo de la esencia invisible de nuestro ser y sentir. (Equipo de Trabajo Kawsay, 2005).

maximizar la calidad de las uvas enfocado en rendimientos bajos y cosechar en el momento óptimo para asegurar la madurez de las uvas.

Con el bordo en las hileras de los viñedos se evitan voladuras de las primeras capas de los suelos, que la materia orgánica se queme y frente a las lluvias el impacto de la gota contra el suelo no será tan importante y evita erosión. Las raíces de la cobertura actúan como un arado permanente que aumenta la permeabilidad del suelo y con el aporte permanente de materia orgánica mejoran la fertilidad y la estructuración del suelo. En los viñedos de Colomé preparan un bordo en las hileras de las plantas para tapar la maleza chica existente y ahogarla. Mejorar el posterior trabajo de la intercepa (limpia de malezas en la hilera de plantas). Dejan alrededor del 70-80 % de suelo (en la melga o trocha) sin trabajar, se busca que se instale la vegetación natural (ya adaptada) y se la mantendrá al ser cortada con macheteadora (Aquino, 2018)

3.7 Control biológico del viñedo

El control biológico es un método de control de plagas, enfermedades y malezas que consiste en utilizar organismos vivos con objeto de controlar las poblaciones de otro organismo. Hay que tener en cuenta que su uso ha tenido significados diferentes a lo largo del tiempo; así, los fitopatólogos han tendido a usar el término para denotar métodos de control que incluyen rotación de cultivos, alteraciones del pH del suelo, uso de enmiendas orgánicas, etc.; otros investigadores diferencian un control biológico clásico del control biológico moderno donde se incluyen las técnicas de control por interferencia. Sin embargo, la definición más aceptada en la actualidad es la que han utilizado tradicionalmente los entomólogos: Es un método agrícola de control de plagas (insectos, ácaros, malezas, enfermedades de las plantas, etc.) que usa depredadores, parásitos, herbívoros u otros medios naturales. Puede ser un componente importante del control integrado de plagas y es de gran importancia económica para la agricultura. Se pueden citar diferentes tipos de control biológicos como lo son las plantas; la alelopatía, que es el estudio de la producción y secreción de sustancias, como fitohormonas, para establecer relaciones simbióticas o antagónicas entre plantas en un mismo cultivo. En otras palabras, es el estudio entre plantas que son afines o se repelen entre ellas con

aleloquímicos[22]; los plaguicidas botánicos, son de origen vegetal, que se pueden utilizar en forma acuosa, infusión, o por extracción con compuestos orgánicos como alcoholes o acetonas (Pérez Lozano, 2018).

Para cultivos orgánicos se recomienda la aplicación en forma de extractos acuosos, por su fácil degradación con los factores del ambiente y no deja residuos en los productos agrícolas cosechados. Los Cultivos trampa, que son cultivos especiales de plantas con el fin de atraer insectos dañinos para mantenerlos alejados de los cultivos principales. Suelen ser plantados en el perímetro del terreno cuyo cultivo se trata de proteger o en forma intercalada. Los depredadores, en general son especies que consumen directamente un gran número de presas en el curso de su vida. Una desventaja de los depredadores como controles biológicos es que no son especializados y pueden atacar a especies beneficiosas también, entre otros (Pérez Lozano, 2018).

Los cercos permiten la detección temprana de plagas o enfermedades. Dan refugio a predadores que ayudan a controlar las plagas de los cultivos, reducen la necesidad de emplear productos químicos que contaminan el entorno. Por ejemplo, especies como los rosales, olivos, lavanda y piretro son más sensibles a enfermedades, lo que permite detectar de manera temprana el riesgo de enfermedad y realizar los tratamientos preventivos oportunos. La importancia para maximizar el rendimiento de los cercos es realizar una apropiada elección de especies según las características de la finca, al seleccionar aquellas especies autóctonas mejor adaptadas a las condiciones del terreno y que requieren un bajo mantenimiento (Fuentelsaz, F y Peiteado, C, 2011).

Es importante introducir especies que se complementen con periodos de floración escalonados, diferentes tipos de ramaje y follaje o en altura. Esto aumentará la diversidad de ambientes y recursos ofrecidos de cara a la fauna auxiliar. Por ejemplo, Especies herbáceas y arbustivas de porte bajo pueden situarse junto a la viña. Es frecuente su uso al principio y final de cada fila de cepas, en los bordes de los caminos de servicio que sirven de corredores biológicos en el interior de la finca, acompañando muros de piedra o en los desniveles de las parcelas aterrazadas. También grandes arbustos y árboles se han de localizar a una distancia prudente del cultivo, teniendo en

[22] **Aleloquímicos**: Son compuestos químicos liberados por una planta, que tienen efectos conductuales o fisiológicos, ya sea negativos o benéficos, sobre otros organismos, plantas, hongos, animales o bacterias. (http://web.ecologia.unam.mx/oikos3.0/index.php/articulos/ecologia-nutricional/17-recuadros/339-aleloquimicos)

cuenta la proyección de sombra que tendrán cuando crezcan y el efecto de las raíces a su alrededor. La mejor orientación para estos setos es Norte-Sur así evitan sombras permanentes. En las bodegas de los Valles Calchaquíes se ven por ejemplo, rosales, plantas de lavanda, olivos en el comienzo de la línea de vides, como así también molles en las cercanías (Fuentelsaz, F y Peiteado, C, 2011).

3.8 Vendimia

La Vendimia es la recolección de las uvas, por lo general al referirse a las que servirán a la producción de vino. En el caso de las uvas de mesa se usa el término cosecha. La época varía entre febrero y abril para el hemisferio sur, el caso de los Valles Calchaquíes, y entre agosto y octubre para el hemisferio norte. El momento justo para la recogida será aquel en el que la uva se encuentre en el estado justo de maduración, pues solo así se podrá obtener un vino de calidad. De acuerdo al grado de maduración de la uva que se desee, es decir, del momento en que la relación porcentual entre los azúcares y los ácidos en el grano de uva han alcanzado el valor óptimo para el tipo de vino que se desea producir (Pérez Lozano, 2018).

Existen dos métodos de vendimia. La manual utilizada para la producción de vino de elevada calidad y de vinos espumosos, para lo cual es necesario elegir los racimos de modo más selectivo, lo que aumenta los costos de producción. El agricultor debe estar todo el día al sol, debe agacharse y levantarse para recoger la uva y llevar el capazo lleno de uva al tractor. La mecánica que es más económica que la manual. La falta de personal capacitado y el incremento de los costes de recogida de la uva provocan que se implante de forma acelerada en algunas comarcas vitícolas, un hecho que afecta sobre todo a las grandes explotaciones, que necesitan de más mano de obra. Para realizar este tipo de vendimia, el cultivo debe estar formado en espaldera. Una práctica utilizada es la llamada vendimia escalar, que consiste en la recolección de las uvas de una viña extensa en momentos sucesivos, y según el grado de maduración de los racimos individuales. Otra práctica distinta es la llamada vendimia tardía o "*late harvest*", que consiste en retardar la época de la vendimia a fin de aumentar la cantidad de azúcar de la uva (Fuentelsaz, F y Peiteado, C, 2011). (Ver anexo 3.4)

Durante la fase de cosecha de las uvas es necesario respetar reglas; es preciso evitar recoger la uva mojada (por lluvia, rocío o niebla), ya que el agua puede influir en

la calidad del mosto; además se deben evitar vendimias en las horas más cálidas del día, para impedir el inicio indeseado de la fermentación; los racimos deben descansar en contenedores con poca profundidad para evitar que se aplasten; y último, la uva debe ser transportada a los lugares en los cuales será efectuada la vinificación en el menor tiempo posible, para evitar fermentaciones o maceraciones indeseadas (Fuentelsaz, F y Peiteado, C, 2011).

3.9 Cómo se hace el vino

En la elaboración del vino tinto se emplean dos procesos; el de maceración carbónica que se elabora con el racimo entero, y el despalillado/estrujado que es el desgranado de los racimos. El primero es utilizado en general para elaborar vinos jóvenes de carácter afrutado y el segundo suele utilizarse para vinos de mayor calidad que serán sometidos a un proceso posterior de envejecimiento (Dengis, J. - Dengis, M. F., 2013). (Ver anexo 3.5)

El despalillado es el proceso por el cual se separan las uvas del resto del racimo o raspón. Esta labor se hacía a mano, hoy se utiliza una máquina: la despalilladora. El propósito de separar la uva de las ramas y las hojas se debe a que éstas aportan sabores amargos al mosto durante la posterior maceración. El estrujado consiste en obtener el mosto, en el caso de la uva blanca que va a prensa directamente y en el caso de los tintos que van a macerar en depósito de acero inoxidable junto con las partes sólidas, permitirá una mayor maceración, al tener más mosto en contacto con los hollejos. Con el estrujado se posibilita la salida del mosto, se dispersan las levaduras naturales que se hallan en la parte de la piel, a la vez que se airean y se comienzan a activar, agiliza la maceración al ampliar la superficie de contacto entre mosto y hollejos, facilita el transporte de la pasta mediante bombeo y favorece la formación del sombrero[23]en maceración (Dengis, J. - Dengis, M. F., 2013).

El proceso de maceración del vino, es el momento en que el mosto y las partes sólidas se depositan en contacto en un mismo depósito. Para ello se pueden emplear

[23]**Sombrero del vino**. Es el conjunto de materias sólidas pertenecientes a la uva, sobre todo compuesto por hollejos, que suben a la superficie en el proceso en el que el mosto comienza a convertirse en vino, concretamente en la fase de fermentación alcohólica.

diversos tipos de cubas, tanto de acero inoxidable, como de madera. Los aromas y el color se localizan en la piel, de ahí que durante este proceso el mosto extrae color y aromas. En la maceración, las sustancias aromáticas y fenólicas pasan desde los hollejos, las semillas y a veces los raspones, al mosto en fermentación para proporcionar al vino aromas varietales, color y estructura. El propósito no es la máxima extracción, sino la extracción optima, extraer el máximo de taninos buenos. Dependiendo del tiempo -puede durar entre 1 y 4 semanas- y condiciones de maceración, el futuro vino obtendrá su color y aroma particular. Después de la vendimia y el estrujado, comienza el prensado que consiste en separar los elementos sólidos que forman la uva del jugo interno. Este proceso es de mucha importancia ya que quien de él depende la calidad del vino (Lavaqué de Velasco, 2018).

La fermentación maloláctica, realizada posteriormente a la fermentación alcohólica, es el proceso por el cual el ácido málico se convierte en ácido láctico; por medio de bacterias en el entorno, o en el interior de la fruta. El principal efecto en la elaboración de vinos, es la reducción de la acidez. Es deseada en los vinos con que presentan mucha acidez. Este proceso, si se controla, puede aumentar la calidad del vino, en especial en los vinos tintos. La crianza en barricas, es el proceso de envejecimiento y maduración del vino dentro de una barrica de roble francés o americano. En Argentina, la barrica más utilizada es la bordalesa[24] con una capacidad de 225 litros. El roble francés brinda vinos suaves y elegantes y el roble americano bebidas duras y rústicas. La madera le traspasará alguno de sus componentes al vino durante esta fase. Este es el caso de los taninos y de los aldehídos que influirán en el aroma y el sabor del vino. Estas las barricas se colocan en hileras unas sobre otras en un espacio excavado o semiexcavado en el terreno, cuya temperatura debe oscilar entre 5º entre verano e invierno y su humedad relativa debe estar alrededor del 75%. Estas condiciones facilitan el proceso (Dengis, J. - Dengis, M. F., 2013)

La crianza en botella o fase reductora: el vino permanece en reposo dentro de una botella en la que apenas entra oxígeno porque el corcho que la sella impide que penetre, de manera que los elementos del vino reaccionan entre sí en su ausencia. Se desarrolla siempre con la botella en posición horizontal para que el corcho esté

[24] **Bordalesa**: Recipiente de madera de roble que se emplea para la crianza del vino. Su capacidad es de 220 a 225 litros. (http://www.diccionariodelvino.com/index.php/barrica-bordelesa/)

humedecido y se ubican en cuevas o naves subterráneas aisladas para evitar el aire y los cambios bruscos de temperatura (Dengis, J. - Dengis, M. F., 2013).

La crianza en hormigón o depósitos ovales, "huevos de cemento", son utilizados por algunas bodegas en la actualidad. Aseguran que hacen vino como en la antigüedad, son ánforas de cemento. Inspiradas en las tinajas romanas y fenicias. Los viticultores biodinámicos, poco intervencionistas, aseguran que éstos proporcionan una crianza distinta y acrecientan la complejidad a los vinos y que mediante un tenue movimiento de las moléculas se atrae en mayor medida las características del terroir. Por su forma sin aristas y sin esquinas, fluye todo lo que está dentro y presenta un movimiento constante del vino sin intervención de bombas ni de electricidad, así se logra redondear los taninos que se suavizan con las paredes porosas del huevo y las borras finas se mantienen en suspensión y se obtiene mayor carácter del varietal. Además, la temperatura es la misma en todos sus puntos, lo que es fundamental. Hoy en el mundo hay enólogos embarcados en la misma búsqueda: rescatar ese costado místico del vino. Y trabajan de forma natural para rescatar el poder de la naturaleza y, a ser posible, fermentando en tinajas de barro (Delso Martines, 2015).

La Trasiega es el trasvase[25] del vino de un depósito a otro, o de una barrica a otra. Se puede realizar mediante la ayuda de una bomba o por su propio peso. Por este medio se separan del vino heces y otras materias sólidas en suspensión (posos) que han caído al fondo de los depósitos o barricas. Estos componentes orgánicos si se dejaran en contacto con el vino le podrían transmitir olores y sabores desagradables. La clarificación consiste en agregar una sustancia que arrastre hacia el fondo los elementos que se han quedado en suspensión durante el proceso de elaboración. Para limpiar el vino se utilizan diferentes sustancias, pero el método se sigue llamando clarificación pues se solía hacer con claras de huevo y también porque se aclara el vino.

Pueden utilizarse diferentes tipos de clarificantes: de origen animal como las albúminas, de origen marino los alginatos[26], de origen mineral la bentonita y de naturaleza química el anhídrido silícico (Dengis, J. - Dengis, M. F., 2013).

---

[25] **Trasvase**: Pasar un líquido de un recipiente a otro.

[26] **Alginato** es un polisacárido aniónico presente ampliamente en las paredes celulares de las algas marinas pardas. También es producido por algunas especies bacterianas.

El embotellado es una de las tareas determinantes en el desarrollo final del vino. Es el momento en que se prepara hasta el momento de ser abierto y consumido el vino, por lo que cualquier error condiciona la calidad final del producto (Dengis, J. - Dengis, M. F., 2013).

Fases del proceso de embotellado

- Preparación del vino
- Preparación de las botellas
- Llenado de botellas
- Cierre
- Encapsulado: colocar la cápsula sobre el cuello de la botella. Como protección del corcho y como diferenciación de marca o del vino
- Etiquetado y encajado

3.10 Cata

La cata consiste en individualizar las características que se ofrecen en una copa de vino para analizarlas, ordenarlas e interpretarlas. Es el método que permite separar las sensaciones y en consecuencia conocer mejor cada vino y hacer una comparación razonada entre diferentes caldos (Arévalo, 2008, pág. 41). Suelen ser comparativas, pueden ser horizontales, en las que se beben vinos similares para constatar su calidad, por lo general de una misma región o mismo año o las catas verticales, que consisten en probar una misma marca en diferentes añadas. Las más interesantes son las catas a ciegas, en las que se ocultan las etiquetas de las botellas y se retiran los corchos y capsulas para no dar pistas, para que en el análisis intervenga solo el vino y los sentidos de los catadores (Baeza, 2018, págs. 61-77).

Las copas deben ser de cristal transparente, fino, completamente limpias y secas. La capacidad debe rondar los 250ml. Los catadores deben prepararse, evitando cualquier estimulo ajeno al vino que altere su percepción. Por tal motivo, lo mejor es no llegar recién comido como así tampoco con el estómago vacío. Se evitan perfumes, tabaco y el uso de dentífrico poco antes de la cata. Se distinguen tres fases que corresponden a la vista, el olfato y el gusto. La primera consiste en observar el contenido de la copa. Luego oler el vino y la tercera dar un sorbo de vino mediano para

captar los sabores y aromas que se perciben por vía retronasal[27]. Finalmente hay quienes prefieren tragar el vino y hay quien ante una sesión larga de cata, prefiere escupirlo (Baeza, 2018, págs. 61-77). (Ver anexo 3.6)

Para comenzar a entender este proceso de la cata de vinos es necesario seguir un procedimiento que consta de las siguientes fases:

1. Cata inmediata a la apertura de la botella.
2. Apreciación aromática directa por vía nasal.
3. Observación de brillo y color.
4. Paso por boca manteniendo 5 segundos con boca cerrada en cavidad bucal para apreciar existencia de CO2 por picor en la lengua.
5. Expulsión de aire por boca y apreciación olfativa retronasal.
6. Ingestión o bien expulsión del vino.
7. Inmediatamente definir impresiones remanentes en zonas peridental - lingual - palatina.
8. Definir retrogusto[28].
9. Nueva apreciación olfativa directa y comparación con el recuerdo del punto 10º. Este proceso ha de hacerse con la misma porción de vino en la copa (Arévalo, 2008, pág. 43).

La primera clasificación que se hace es por su color, que es su aspecto exterior: tinto, rosado o blanco. El color del vino proviene del hollejo de las uvas. En él se encuentran dos clases de sustancias: unas amarillas, los taninos y otras de color rojo morado que son los antocianos. Las uvas blancas solo contienen elementos amarillos. La forma de elaborar los vinos y el contacto que hayan tenido el mosto y los hollejos producirán un color u otro. La propia variedad de la uva tenderá a un color u otro. (Baeza, 2018)Los rosados toman su color de la maceración antes de ser fermentados, sin hollejos., de modo que tendrán color más rojo cuanto mayor haya sido esta maceración. Los vinos tintos además de que poseen los pigmentos amarillos y rojos de las uvas tintas, cuentan con gran cantidad de pigmentos ya que durante la fermentación, la piel de la uva durante la fermentación ha estado presente y es el alcohol que se va creando

[27]**Retronasal:** Aromas percibidos cuando el vino se encuentra en la boca o después de ser tragado. Se deben a la impresión en el sentido del olfato de moléculas volátiles del vino que alcanzan el centro olfativo a través del conducto nasofaríngeo. (Diccionario del vino. http://www.diccionariodelvino.com/index.php?qv=RETRONASAL)

[28]**Retogusto**: conjunto de sensaciones que deja un vino después de ingerirlo. (Diccionario del Vino http://www.diccionariodelvino.com/index.php/retrogusto/)

ayuda a que esos pigmentos pasen de la piel de la uva al líquido resultante. (Baeza, 2018)

El tiempo es otra de las variables en la definición del color de los vinos. El paso del tiempo no afecta por igual a todos los vinos. La tonalidad amarilla se va intensificando a medida que transcurre el tiempo. Cuando el vino blanco es joven es de color claro, casi translucido. Cuando pasa el tiempo se transforma en color pajizo, dorado más adelante y color amarronado con el transcurso de los años. El vino rosado joven suele ser rojizo, dependiendo de la variedad con la que ha sido elaborado. Con el tiempo, la pérdida del rojo y la subida del amarillo tienden a dar color aceituna. Los vinos tintos cuando son muy jóvenes, tienden al morado. Según avanza el tiempo, el rojo desciende de intensidad y el amarillo se acumula con lo que pasará por el rojo rubí y por color teja después. Un vino de guarda puede presentar un color castaño oscuro o cuero, este tono dará el indicio de que el vino más que viejo es decadente (Baeza, 2018).

Los vinos espumosos en general, a menos que sean rosados o tintos, ofrecen tonos pálidos y que llega hasta el oro claro en los champañas de añada. Las burbujas se presentan en las los mejores espumosos con un tamaño pequeño, que formando una columna desde el fondo de la copa subirán hasta la superficie de la copa formando una corona. En cambio si las burbujas son más grandes y espaciadas se está en presencia de uno de menor calidad (Baeza, 2018).

El aroma es uno de los aspectos que cobra protagonismo especial, tanto cuando las sensaciones olorosas nos llegan a la misma a través de la boca. Es importante servir el vino hasta ocupar la tercera parte de la copa. Se hará una inhalación a “copa parada”, sin tomar la misma. Se pueden advertir los aromas más ligeros, pero la importancia de este primer paso reside en que también llegan posibles defectos de elaboración o conservación. Luego se agita en sentido circular el contenido de la copa, haciendo que toda la superficie interna de la misma se ponga en contacto el líquido. El movimiento sumado al contacto del vino con el aire, desprende gran cantidad de olores. Se introduce la nariz dentro de la copa para olfatear suave y lentamente, llegando al bulbo olfativo que, a su vez traspasa al cerebro la tarea de identificarlos. Una nueva olfacción puede confirmar las ideas que van tomando forma. Así se individualizan las sensaciones olfativas (Baeza, 2018).

La clasificación más habitual divide a los aromas en primarios, secundarios y terciarios, dependiendo de donde hayan tenido su origen. Los *aromas primarios* provienen de las uvas maduras con que se ha hecho el vino y significan la base del mismo. Dependerá de la variedad o variedades, pero también del clima y del suelo. Se agrupan dentro de estas tres familias los aromas frutales, los florales y los vegetales o herbáceos. Los *aromas secundarios* son la parte fundamental de los aromas del vino pero si el caldo está bien elaborado permanecerán en segundo plano. Se trata de aromas nacidos en el momento de la fermentación alcohólica y la fermentación maloláctica y se perciben precisamente, aromas a levadura, a miga de pan, manteca, resultando muy suaves si la elaboración es la correcta. Los *aromas terciarios* nacen con el tiempo y la crianza. Comienzan a desarrollarse el verano siguiente a su elaboración y lo usual es que unan los aromas de las frutas a la madera de las barricas en que se crían. Son aromas complejos, de ahí que al aroma de los vinos de crianza se lo llame *bouquet*, que en francés significa ramo de flores, manojo (Baeza, 2018). (ver anexo 3.7)

El sentido del tacto se confunde con el sentido del gusto, puesto que ambos son transmitidos por la boca. Una vez que los sentidos están entrenados en percibir las cualidades organolépticas de un vino, llega el momento de juzgarlo. Para ello se valoran las impresiones antes analizadas, a modo de resumen algunos parámetros como ser:

- El equilibrio de la acidez, taninos, dulzura y alcohol.
- Longitud: un vino puede ser largo o corto dependiendo de lo que duren las sensaciones de aroma y sabor una vez que se probó y escupido o tragado.
- La complejidad es la capacidad que tiene un vino para agrupar diferentes cualidades.
- Un vino ha de ser lo que se espera de él. Por ejemplo: que un vino dulce sea dulce.

3.11 Maridaje

La primera acepción del concepto de maridaje mencionada por el diccionario de la Real Academia Española (RAE) refiere al lazo y la unión de los casados. Sin embargo, el término suele emplearse para aludir a la conformidad o el acuerdo entre distintos elementos. Lo habitual es que el maridaje refiera a la correspondencia existente entre un alimento y un vino. El concepto supone una especie de metáfora sobre el casamiento: la comida y la bebida alcohólica contraen “matrimonio” en un enlace que potencia las cualidades de ambos. El maridaje tiene en cuenta la armonización de los

sabores, las texturas y los aromas, muchas veces creando sensaciones novedosas que no podrían obtenerse por separado. El objetivo es maximizar el placer derivado de la experiencia culinaria (Baeza, 2018).

Sommelier es el experto que suele recomendar cómo desarrollar el maridaje de acuerdo a las características del alimento y del vino. Proviene del francés, que llega a la lengua española como sumiller, aunque es habitual que se emplee directamente el vocablo original. Su especialidad es el estudio de los vinos para estar en condiciones de realizar sugerencias a los consumidores. Puede decirse que este experto se pone en el lugar del cliente y elige el mejor vino según la ocasión. Debe ser objetivo y recomendar el vino de acuerdo a sus conocimientos, sin importar la bodega o el productor. La función clásica se encuentra en los grandes restaurantes, donde pueden elaborar la carta de vinos, dirigir la bodega y asesorar al cliente. En este sentido, es quien se encarga de sugerir el maridaje. La función principal que tiene todo sommelier es la de conseguir que los comensales que acuden a un restaurante puedan disfrutar de un perfecto maridaje, que queden encantados con los vinos que les han recomendado y que tengan claro que estos se adecuaban por completo a los platos que han tomado y a sus gustos (Baeza, 2018).

La regla general del maridaje siempre debe ser la siguiente: una comida ligera requiere un vino ligero, mientras que una comida sabrosa como carnes, pastas, salsas, requiere un vino con más cuerpo. Ésta será la regla única y máxima. En lo que respecta al número de vinos que deben acompañar una única comida, hoy se prefiere que el acompañamiento sea de uno solo. Si es así, es preferible centrar la búsqueda que combine con el plato principal y subordinar el resto de la comida esa elección previa. Pero si se concentra en una comida de dos platos de cierta importancia, como ser un pescado suave y una carne asada, es preferible seguir las normas clásicas y tomar un blanco primero y un tinto después con la carne y cambiar a un tercer vino para el postre. Los vinos dulces son una excelente combinación para tomar con postres, el chocolate puede ser acompañado con vinos tintos dulces. Los compuestos con crema pastelera o cremosos helados pueden combinarse con vinos dulces naturales. Las frutas maridan a la perfección con vinos dulces o semidulces que posean un alto grado de acidez. Éstas poseen en su esencia una acidez natural que combina a la perfección con este tipo de vinos. Dependiendo del tipo de fruta se eligen vinos dulces o semidulces más cítricos, violáceos, con aromas e frutos rojos, etc. Combinamos con un queso fuerte, siempre son

una buena opción para maridar con quesos. SI el queso es picante, el grado de dulzor del vino debe ser mayor (Baeza, 2018). (Ver anexo 3.8)

Capítulo IV-Historia de la vid y el vino en América del Sur

En el 12 de octubre de 1492 el navegante Cristóbal Colón llega a lo que se denominó el "Nuevo Mundo". Los colonos de las nuevas tierras no quieren prescindir del vino y eso abre nuevas posibilidades de cultivo de la vid. En su testamento Colón cita que transportaba vino de Ribadavia, que fue el primero documentado en llegar a América, por aquel entonces el más célebre y caro de la península Ibérica. En el año 1525 Hernán Cortés siendo Gobernador de México ordena la plantación de viñedos en las tierras colonizadas (Arévalo, 2008, pág. 16).

La América Latina actual, nació ligada a la cultura de la vid y el vino. Los conquistadores españoles y sus aliados introdujeron la cultura de la dieta mediterránea, que se apoyaba en tres pilares fundamentales: vino, trigo y olivo. El vino era parte de la vida cotidiana de los primeros colonizadores y era indispensable para mantener el ánimo, en medio de las dificultades y la pobreza de recursos. Las zonas vitivinícolas nacieron con la impronta del vino, por el interés personal que tenían los primeros colonizadores, por este alimento. Para asegurar el acceso al vino, trataron de cultivar la vid donde las condiciones lo permitieran, tanto naturales como culturales. El principal polo vitivinícola de los siglos XVI y XVII se localizó en Perú. Haciendas laicas y religiosas se dedicaron a cultivar la vid (Lacoste, 2013)

Sí se puede afirmar que el vino es una bebida que formaba parte de toda Europa y era parte de la vida social, ergo no fue extraño que los primeros colonizadores trajeran esta bebida a América. Es así como se reconoce en la historia que Colón en su segundo viaje obliga a traer estacas desde España para establecer el cultivo de la vid y el olivo, esta materia prima era inexistente aquí en aquel entonces y los primeros colonizadores las precisaban para llevar adelante sus celebraciones religiosas (la misa es una ceremonia que aún se practica dentro del catolicismo, el vino era utilizado como símbolo de la “sangre de Cristo”). Por tal es en 1493 cuando en las Antillas se introducen las primeras cepas que no tuvieron el resultado esperado debido al clima poco propicio para éstas (Arévalo, 2008, pág. 17).

4.1 Perú

El éxito de las plantaciones fue tal que se expandió por completo el cultivo a las regiones del Virreinato del Perú. En los siglos XVI y XVII, el principal polo vitivinícola se encontraba allí. Los españoles cultivaban la vid y elaboraban vino en numerosas localidades peruanas. El área principal era el valle de Ica, donde se fundó la ciudad de Valverde en 1563. En esta ciudad florecieron grandes haciendas especializadas en vinos y aguardientes. Otro centro de producción importante fue el departamento de Pisco con su ciudad Santa María Magdalena del Valle de Pisco en 1572.En general, buena parte de las tierras peruanas ocupadas por los españoles, se caracterizaban por el cultivo de la vid y la elaboración de vinos. La vitivinicultura peruana se vio fuertemente impulsada por dos mercados fundamentales: Lima, de alto poder adquisitivo y Potosí, principal polo minero. El impacto de esta última ciudad en la economía regional fue abrumador, por lo que se constituyó en un formidable mercado para la vitivinicultura porque el vino pasó a ser parte del salario de los trabajadores. Los vitivinicultores de la costa comenzaron con la elaboración del vino, pero poco a poco fueron cambiando a la elaboración de aguardiente. El más refinado era el que se elaboraba en el departamento de Pisco. De allí que generalizando el nombre del aguardiente lo transformaron en Pisco en referencia a la procedencia (Lacoste, La vid y el vino en América del Sur: el desplazamiento de los polos vitivinícolas (siglos XVI al XX), 2004, págs. 62-93).

La decadencia de la vitivinicultura peruana comenzó en el 1700 y se agudizó en los siglos XVIII y XIX por causa de catástrofes naturales, sequías, inundaciones, terremotos y demás fenómenos causaron un fuerte impacto. La Guerra del Pacífico fue otro de los factores letales como así también la llamada “fiebre del oro blanco”. Por la revolución industrial inglesa, se requería de producción de algodón y dada la alta rentabilidad del mismo fueron dejando de lado la producción de vinos. Esto llevó a que la vitivinicultura pasara a ser una tarea secundaria (Lacoste, La vid y el vino en América del Sur: el desplazamiento de los polos vitivinícolas (siglos XVI al XX), 2004).

4.2 Paraguay

La Gobernación del Paraguay junto con la del Perú, fue un importante centro vitivinícola en el siglo XVI. Luego que los españoles abandonaran su asentamiento en Buenos Aires en 1536 marchándose al norte para establecerse en Asunción, esta ciudad

sería la capital política y económica de la región rioplatense durante varias décadas. No obstante las elevadas temperaturas, los españoles se dedicaron a cultivar la vid y lograron una importante extensión de las viñas que llegarían a contar con 2.000.000 de plantas a comienzos del siglo XVII. "(Lacoste, La vid y el vino en América del Sur: el desplazamiento de los polos vitivinícolas (siglos XVI al XX), 2004)*Los vinos del Paraguay obtuvieron altos estándares de calidad para los observadores europeos de la época"* (Lacoste, La vid y el vino en América del Sur: el desplazamiento de los polos vitivinícolas (siglos XVI al XX), 2004).

En el siglo XVII, en América del Sur, existían dos vertientes importantes en la vitivinicultura. Una sobre el Pacífico, en el Perú, seguido por Chile; y en la Cuenca del Plata, la que se encontraba en el Paraguay. Pero, esta situación cambió y fue un constante declinar de la viticultura paraguaya, la cual, en el siglo XVIII era tan solo un recuerdo. (Lacoste, La vid y el vino en América del Sur: el desplazamiento de los polos vitivinícolas (siglos XVI al XX), 2004)Además de la yerba mate, la economía paraguaya del siglo XVIII se orientó hacia el cultivo y la exportación del tabaco. La que alcanzó niveles notables y que exportaba a todo el Virreinato del Río de la Plata como así también a España. Hacia fines del siglo XVIII había más de 3.000.000 de plantas de tabaco que producían 214.200 arrobas de hoja fresca y entre 25.000 y 30.000 arrobas en mazos. Se llegó incluso a competir con el Brasil en el segmento del competitivo mercado del tabaco "torcido" destinado a la Corte. El aumento de los distintos cultivos en el Paraguay fue seguido por el proceso opuesto en la vid. Aparte de no poder exportar vinos, la capacidad producida no alcanzaba para cubrir la demanda mínima del mercado interno. Esto motivó que tuvieran que importar vino de ciudades lejanas. El llevar el vino desde lugares remotos, junto con sus elevados costos no fue suficiente incentivo para los productores locales. Como resultado, el vino se convirtió en un producto de lujo, sumamente caro en Paraguay. Tal como se examina más adelante, entre los siglos XVII y XVIII los viticultores cuyanos desplazaron a los paraguayos del mercado rioplatense. Posteriormente continuaron su expansión hasta llegar con sus caldos a la misma Asunción (Lacoste, La vid y el vino en América del Sur: el desplazamiento de los polos vitivinícolas (siglos XVI al XX), 2004).

4.3 Chile

El Reino de Chile sería otro polo vitivinícola relevante de América del Sur. Este proceso se fue generando a partir de la segunda mitad del siglo XVI, después de la fundación de las primeras ciudades: Santiago (1541) y Concepción (1551. Hacia fines del siglo XVI y comienzos del XVII, Chile ya se esbozaba como una futura potencia vitivinícola. La tradición vitivinícola en La Serena nació con la ciudad. El símbolo de esta asociación fue el viñedo que plantó y cultivó el mismo fundador de la ciudad, don Francisco de Aguirre. Sus descendientes conservaron la costumbre de mancomunar el poder político con el cultivo de las viñas. Las elevadas temperaturas proporcionaron uvas con mucha azúcar, lo que formó las condiciones para fabricar excelentes aguardientes. Desde épocas tempranas, La Serena se hizo fuerte en la elaboración de ambos productos. Los vinos y aguardientes eran consumidos no sólo por las elites, sino también por el bajo pueblo. Estas bebidas se distribuían a través de las pulperías. En 1678, con una población de 1.000 habitantes, La Serena tenía cuatro pulperías. El aumento de la viticultura chilena y el retroceso de la peruana marcaron un cambio en los flujos comerciales. En efecto, Chile comenzó a exportar vinos hacia Lima, hasta alcanzar niveles cada vez más relevantes. Al principio, esta tarea resultaba sumamente complicada porque el movimiento del mar deterioraba los vinos (Lacoste, La vid y el vino en América del Sur: el desplazamiento de los polos vitivinícolas (siglos XVI al XX), 2004).

La vitivinicultura tradicional en Chile se extendió a lo largo de 300 años, desde mediados del siglo XVI hasta mediados del XIX. Al culminar este proceso se habían consolidado siete sub-polos productivos principales: Concepción era el principal centro vitivinícola, con 15.500 hectáreas, es decir, más del 50% del total; le seguía el Valle del Aconcagua con 5.000, Cauquenes tenía 4.500, Santiago otras 2.000; por su parte Coquimbo cultivaba 1.600 hectáreas, Colchagua 1240 y Talca 700 hectáreas. En total al Valle Central tenía en producción 30.000 hectáreas de viñas. Con numerosas viñas y bodegas, Chile se consolidaba como el principal polo vitivinícola de América Latina (Lacoste, La vid y el vino en América del Sur: el desplazamiento de los polos vitivinícolas (siglos XVI al XX), 2004).

4.4 Brasil

La vitivinicultura en Brasil comenzó cuando los jesuitas llegaron a América y se asentaron en Rio Grande do Sul en el siglo XVII y fue hasta el siglo XIX cuando empezó a tener un impulso importante ésta actividad. Los portugueses y los alemanes llevaron la cultura del vino a Brasil, pero los italianos llevaron cepas y técnicas que los convirtieron en mayores impulsores. Al principio el consumo era interno pero después comenzaron a comercializarlo. La producción comenzó tardíamente, a partir de cepas llevadas desde las colonias españolas en el siglo XVII. Posteriormente, los portugueses realizaron diversos ensayos, sin éxito. El clima tropical, predominante en la mayor parte del territorio brasileño, no resulta adecuado para la adaptación de la vid. En los siglos XVII y XVIII fue casi irrelevante la producción brasileña de vino. Hasta que en la década de 1840 se lograron los primeros éxitos en la adaptación de plantas traídas desde EEUU. Poco a poco la viticultura brasilera comenzó a avanzar hasta consolidarse, a principios del siglo XX, entre los principales centros productivos de América Latina, siempre debajo de Argentina y Chile. De todos modos, en los últimos años se han logrado avances relevantes con las mejoras tecnológicas y la diversificación de productos, sobre todo los vinos espumantes. La zona de producción tradicional es la llamada "Sierra Gaucha". Pero en los últimos años se comenzó a cultivar la vid también en el Estado de Río Grande del Sur, en las regiones de Campaña y en la Sierra del Sudeste, como así también en el Estado de Santa Catarina, en la región de Planalto Catarinense; a ella hay que sumar el área comprendida entre los estados de Pernambuco y Bahía, en la llamada región del Sub central de San Francisco. Estas regiones tienen actualmente 2.000 hectáreas en producción. En total, la viticultura brasilera cuenta con unas 600 unidades productivas que abarcan 58.000 hectáreas en producción a partir de la cual se elaboran anualmente 3.700.000 hectolitros. El bajo consumo *per cápita* (dos litros anuales) en Brasil establece un límite para la expansión de la actividad vitivinícola nacional (Lacoste, La vid y el vino en América del Sur: el desplazamiento de los polos vitivinícolas (siglos XVI al XX), 2004).

Los primeros inmigrantes italianos que llegaron a la Serra Gaucha[29] en Brasil a partir de 1875, se encontraron con un paisaje natural de bosques vírgenes. En este

[29] **Serra Gaúcha**: es un accidente geográfico en el noreste de Río Grande do Sul, Brasil. Presenta características específicas socio-culturales, como la influencia alemana y también italiana, gran producción de uva y el vino y una

ambiente hostil se instalaron y dieron a este lugar características propias vinculadas a su estilo de vida y sus necesidades de producción. Esa intervención humana en el paisaje transformó y le dio una nueva configuración estética a partir de la cual se puede atribuir trazos de una comunidad, etnia o civilización y lo que se llama paisaje cultural. Allí, en Bento Golçalves fue creado el Valle de los Viñedos en 1990 por ley municipal 1805. Actualmente el 40% de la Serra Gaúcha está cubierta por viñedos, algo pasó de forma espontánea en el pueblo que cultivó la región y es preciso concientizar a los habitantes de la zona productora de uva de la Sierra Gaúcha de los valores que posee su territorio desde el punto de vista paisajístico. (Dal Pizzol y Elías, 2016)

4.5 Bolivia

En Bolivia, la producción de vino se encuentra concentrada en ciertas regiones, entre ellas y de forma muy particular en la región de Tarija. La introducción de vid se remonta al siglo XVI en la población de Luribay (La Paz) y Mizque (Cochabamba); posteriormente se introdujo a otros valles llegando en 1584 al Valle de Cinti y posteriormente a Tarija. El primer registro de una viña en Tarija data de 1606 en la localidad de Entre Ríos. Desde la antigüedad, se designaban a los vinos por el nombre de su lugar de origen como el sistema más natural y directo de individualización del producto (Coca Carasila A. -S., 2008).

Hay referencias desde mediados del siglo XVI de viñas en Bolivia que fueron extendiéndose hacia el por los conquistadores españoles. Las localidades cercanas a Potosí suministraban vinos a esa ciudad y otras más alejadas como Cotagaita y los Cintis, para llegar a Tarija. La historia de esta ciudad está ligada a los Franciscanos ya que por Orden de Pedro de Ávila, se “donaran diez botijas de vino, veinte cargas de comida e indios que hicieran dos mil ladrillos de adobe” para la construcción del templo franciscano. Así pues, hicieron acopio de vino ya sea por donaciones o por pagos. Lo que determinó que en 1684 el convento dispusiera de bodega (Elías y Contreras Villaseñor, 2012).

industria turística muy desarrollada. En un estado predominantemente llano como es Río Grande del Sur, la Sierra Gaucha es la principal forma de relieve, con altitudes moderadamente altas, de hasta unos 1300 metros.

4.6 Uruguay

A mediados del siglo XVII, los colonizadores españoles introdujeron las primeras vides cultivadas en parral con destino a uva de mesa y elaboración de vino para consumo familiar. Hasta comienzos del siglo XVIII esta región fue carente de interés para los conquistadores, ya que eran consideradas tierras desprovistas de metales preciosos y lejanos, distante de un mundo que tenía como centro a España, Francia, Inglaterra y Portugal. Los afanes expansionistas de las potencias rivales preocuparon al gobierno español decidiendo realizar la fundación de Montevideo en 1726. En los primeros años del siglo XIX sucedieron luchas y revoluciones independentistas, primero contra el gobierno español y luego las guerras contra el Imperio de Brasil. A partir de 1828 una vez constituido Uruguay como Estado independiente se generó un clima adecuado que ayudó para los primeros desarrollos agrícolas y comenzó a difundirse la viticultura. Luego 1870 se dan en el país las condiciones necesarias para el cultivo de la vid con fines de producción comercial. A pesar de fracasos y sinsabores, probando variedades que pudieran adaptarse al medio alcanzaron la meta y nace la viticultura uruguaya. En el departamento de Salto, Pascual Harriague, logró en 1874 formar los primeros viñedos con la cepa francesa Tannat llevada de Concordia (Argentina). Es así que esta variedad en Argentina llamada Lorda en honor del vasco que la introdujo, en Uruguay, lleva el nombre Harriague por el mismo motivo. En el sur, Francisco Vidiella en 1876 comenzó a cultivar variedades que había llevado de Europa y 1878. El 25 de Febrero de 1883 se celebró la primera fiesta nacional de la vendimia. Estas dos variedades de uva para vino, Harriague y Vidiella, constituyeron la base de la viticultura uruguaya a las que siguieron muchas otras como Cabernet, Merlot y Malbec, procedentes de España, Francia, Italia, y otros. En 1893, cuando los viñedos uruguayos habían alcanzado entre las 700 y 1000 hectáreas y la vid era el cultivo de moda, se declaró oficialmente la presencia de la filoxera[30]en el país, lo que obligó a hacer un alto en ese camino de la expansión vitícola.

[30]**Filoxera:** Insecto hemíptero parecido al pulgón. Parásito de la vid que se desarrolla en las nudosidades y tuberosidades de las raíces. Se alimenta de los jugos que deberían llegar a los órganos aéreos, provocando sequía interna en las plantas y escases de nutrientes que junto con la entrada posterior de hongos o bacterias parásitas provocan la muerte de la planta. Se combate replantando el viñedo con raíces de ciertas vides americanas resistentes al insecto, sobre las que se injertan las variedades que se desean cultivar.

En los comienzos del siglo XX se produce la primera reconversión de los viñedos transformándose la plantación directa por planta injertada. Esta variación vino de la mano de la inmigración europea, principalmente italiana, que se dedicaron al cultivo de la vid, apareció una nueva modalidad de productor vitícola que trajo como consecuencia la expansión de los viñedos del tipo familiar. En 1903 se promulga la primera ley vitivinícola nacional, que reglamenta la producción y comercialización del "vino natural". La gran expansión de los viñedos uruguayos fue acompañada por la creación de institutos que ayudaron en la investigación, enseñanza, competitividad y tecnología que le dieron vitalidad a la producción vitivinícola. A partir de 1889 se produce una innovación en las estructuras productivas, industriales y comerciales. Se consolidan las plantaciones de nuevos viñedos sobre la base de variedades de verdadera y reconocida calidad, por consiguiente la producción creciente de vinos de calidad (Baptista, 2008).

4.7 Historia de la vitivinicultura Argentina

A mitad del siglo XVI llegan a América del Sur las primeras cepas, para expresar con mayor exactitud, ingresan a Perú; desde allí descienden a Chile. A partir de 1551 se insertan en Argentina para luego abrirse camino por las zonas del centro, oeste y noroeste argentino. Los conquistadores llegaron a Chile, donde prosperaron las uvas y poco después cruzaron la Cordillera de los Andes. Francisco de Aguirre fundó la ciudad de Santiago del Estero. El espíritu de sus pobladores requería de un sacerdote, por lo que llega en 1557 desde Coquimbo el padre Juan Cidrón, quién llevó las primeras vides y es en ese lapso en que también comienzan a maniobrarse las primeras prácticas agrícolas. A partir de entonces, se puede sostener que nace el vino en la Argentina, aunque indiscutiblemente las especies de Vitis vinífera que hoy se producen no son las mismas que la de aquellos años, ya que la evolución vitivinícola argentina se debe a la incorporación de nuevas variedades de uvas y avances tecnológicos desde mediados del siglo XIX. Los descendientes de Aguirre se extendieron por los territorios de Chile y Argentina (Arévalo, 2008, pág. 16).

La etapa artesanal de la viticultura americana se extendió desde los orígenes de la colonización española hasta mediados del siglo XIX. A partir de entonces, el proceso de modernización produjo cambios profundos en el tipo de varietal, el modo de cultivar

la viña, elaborar, transportar y comercializar el vino. Las cepas francesas reemplazaron a las españolas y criollas, mientras que el alambre se convertía en el eje de los sistemas de conducción. Las instalaciones y el equipamiento de las bodegas priorizaban bienes importados de Francia. En la dirección técnica, los enólogos profesionales desplazaron a los intuitivos para imponer los métodos "políticamente correctos". Y en el transporte, los ferrocarriles ocuparon el lugar de carretas y mulas. En pocas décadas se produjo un cambio profundo, que vino a alterar un modo de producción que se había mantenido durante tres siglos (Lacoste, 2003).

4.7.1 Mendoza

Juan Jufré, segundo fundador de Mendoza, llamó al padre Cidrón, que se trasladó a la nueva población con sus plantas de vid. Según registros, las primeras plantaciones se inscribieron entre 1569 y 1575.En el siglo XVIII, en la zona de Mendoza, las tierras se cotizaban por dos importantes ventajas: cercanía con la plaza principal y cantidad de vides plantadas. Los agricultores hacían vinos de forma artesanal, para su propio consumo. Luego se unieron para formar pequeñas bodegas para comercializar sus productos (Arévalo, 2008, pág. 16).

Durante el siglo XIX, la inmigración, sobre todo la italiana, que se asentó en Cuyo, trajo técnicas de cultivo, plantas y su tradición vitivinícola, sumado a las buenas tierras, transformó una industria primitiva en una gran industria. La llegada del tren impulsó la comercialización del vino que se expandió por el país y también países limítrofes. En 1853 se crea la "Quinta Normal de Agricultura", allí se formaron técnicos agrícolas y en 1884 se sanciona la "Ley General de Aguas[31]", elemento vital para las zonas vitivinícolas. La industria pasó de ser tradicional a modernizarse. Esto dio paso al cambio en la estructura de las bodegas, las de adobe pasaron a ser de ladrillo, el lagar de cuero a ser de cemento y se mejoraron las piletas de fermentación y aparecieron las barricas de roble. En 1895, el 60% de las bodegas estaban en manos de los criollos. Para 1910 había bajado al 18%. Los extranjeros poseían 38 bodegas que producían el 82% del total. En el siglo XX, se revalorizaron las uvas francesas, Pinot Noir, Malbec y

[31] **Ley General de Aguas**: Surge debido al mal uso que realizaban los colonizadores del agua y a las reiteradas violaciones a las normas de irrigación establecidas, comenzaron a crearse las primeras instituciones hídricas, como por ejemplo la Alcaldía de Aguas. Con la llegada de inmigrantes a la provincia de Mendoza, se comienza a ampliar la extensión de cultivos y surgen nuevos problemas sobre derechos de aguas, es por eso que en 1884 se dicta la primera ley de aguas de la provincia y se crea el Departamento General de Aguas. (Dirección General de Escuelas, 2016).

Cabernet Sauvignon, que sustituyeron a cepas menos valiosas como la uva criolla. Llegaron los tanques de acero que transformó a las bodegas en asépticas (Arévalo, 2008).

La Gran Depresión mundial de 1930 fue grave para el mundo entero. La Argentina no fue la excepción. Las bodegas sufrieron, ya que cayeron los precios de los productos en el mercado interno y al no poder comprar el producto los consumidores, las empresas cerraron y los vinos fueron arrojados a las acequias. Intervino el estado creando la "Junta Reguladora de Vinos, cuya misión era mantener una estadística de producción de uva y vinos. Las Bodegas comenzaron la reconversión de los viñedos, cambiando las uvas de baja calidad por la cepa Malbec. En 1970, el público comenzó a cambiar sus gustos por las cervezas y las gaseosas, más ligeras y menos alcohólicas para la mesa diaria y el consumo bajaron. Descendió el consumo de vino de mesa, pero aumentó el vino de calidad. En la primera década del siglo XXI, la meta de las bodegas es abrir y afianzar los mercados internos y externos. En 2005, se lanza el Plan estratégico Vitivinícola 2020 que auto impone la producción, la industria y la comercialización vinícola argentinas. COVIAR es quien tiene a su cargo la implementación del Plan que está basado en el incentivo a la calidad constante y sostenible en el tiempo, comunicación y marketing. La meta propuesta es llegar al 2020 con productos integrados, con una industria rentable. En esta primera década hubo una fusión de bodegas, creación de modernos establecimientos con capitales extranjeros que trajeron sus asesores y tecnología. Así como nuevos cepajes en el mercado, el afianzamiento de la uva Malbec como "uva emblema" (Arévalo, 2008).

Mendoza, ciudad capital de la provincia del mismo nombre en la región de Cuyo, situada en el centro-oeste argentino, fue recientemente declarada 8ª Capital Internacional del Vino. El desarrollo de la vitivinicultura mendocina ha sido tradicionalmente atribuido al período de europeización del país fomentado por la famosa "generación del ´80". Los cambios ideológicos de este grupo condujeron al progreso de la Nación en detrimento de la tradición cultural española. A partir de mediados del siglo XIX, con la contratación del agrónomo francés Michel Aimé Pouget, creador de la Escuela de Agricultura y Bodega Modelo, se fue perfilando una nueva tecnología agrícola que incluyó cambios en el desarrollo de la vitivinicultura mendocina. En 1885, el tren llegó a esta ciudad. Con este medio de transporte, llegaron miles de inmigrantes italianos, españoles, franceses y de tantas otras naciones. Muchos

de ellos habían experimentado en sus países de origen la tarea vitivinícola y se afincaron en la provincia con el objetivo de plantar viñas y elaborar vinos. Surgieron así, a fines del siglo y en la primera mitad del siglo XX, las grandes bodegas que respondieron al modelo industrial. Se produjeron vinos en grandes cantidades y se construyeron para ello las "bodegas más grandes del mundo". Los apellidos Tomba, Giol, Gargantini, Arizu, Escorihuela, Benegas, y tantos más, fueron los de los protagonistas de este período de la vitivinicultura mendocina. A ellos se atribuye la paternidad y el éxito de nuestros vinos (Premat, 2006).

4.7.2 El vino en Salta

En 1563, se creó la Gobernación del Tucumán, cuya capital será luego la ciudad de Salta, dependiendo del Virreinato del Perú y Audiencia de Charcas. Se sabe que algunos años después, el gobernador de Tucumán, general Juan Ramírez de Velasco, plantó viñas en estas tierras salteñas. La producción vitivinícola existe en la provincia de Salta desde sus días fundacionales y podemos afirmar que el vino se elabora en tierra salteña desde hace cuatro siglos y medio. Es importante advertir que fue el virrey del Perú don Francisco de Toledo quien ordenó fundar una ciudad en el Valle de Salta. Don Jerónimo Luis de Cabrera intentó en 1571 cumplir con dicha orden, pero fracasó, lo mismo que Gonzalo de Abreu y Figueroa, en 1574. Más tarde, siendo el licenciado Hernando de Lerma gobernador de Tucumán (1580-1584), recibe una nueva orden del virrey Toledo, y Lerma concretó el mandato (Plaza Navamuel, 2007).

Lerma convocó al Cabildo de Santiago del Estero y a los antiguos vecinos de la Gobernación con el propósito de escuchar las opiniones de cada uno y definir si dicha fundación se haría en el Valle de Salta o en el Valle de Calchaquí. Se votó por el Valle de Salta, porque se aseguraba “el tránsito con el Perú, (donde) abundan pastos, leña, madera y pescados, aunque oyó decir que las viñas no se dan en dicho suelo. El 16 de abril de 1582 se declara legalmente fundada la ciudad levantando el Acta de rigor. El escribano Rodrigo Pereira, anota en el acta de fundación, que: “el sitio más cómodo y conveniente y mejor asiento para asentar y poblar esta dicha ciudad; así por la mucha abundancia de tierras fértiles para estancias y sementeras, pastos, viñas y huertas de recreo que parece tener, como por estar entre dos ríos, el uno llamado de los Sauces y el otro de Siancas, y prometer muchas otras buenas esperanzas”. Quedando fundamentada

así, en el acta basal la existencia de viñas y huertas en lo que hoy es la ciudad de Salta (Plaza Navamuel, 2007).

Antes de la llegada de los españoles a América, no existía la vid y lógicamente tampoco la vitivinicultura. Los indígenas contaban con otras bebidas alcohólicas como la chicha y la aloja y pasaron varias centurias para que los nativos adoptaran al vino. El cultivo de la vid estuvo siempre unido a la misión evangelizadora, pues sin la vid no se puede obtener el vino que para los católicos representa la sangre de Cristo y por tanto, sin vino es imposible celebrar la misa. Por eso las leyes recomendaban a los sacerdotes, ante la falta de vides, sustituir el vino con una bebida dulce en base a pasas de uva remojadas en agua (Plaza Navamuel, 2007).

Emilio J. Schleh declaraba en 1914 que la industria del vino se ha desarrollado con los anticuados métodos que hoy se conservan en gran parte aún, en los departamentos productores: Cafayate, San Carlos, Molinos y La Viña, que son los únicos donde se elabora el vino desde largo tiempo atrás. En el siglo XVIII funcionaba en el Valle de Calchaquí la bodega de don Julián de Lea y Plaza, dueño de vastas propiedades. En su terruño experimentó afanosamente con algunas cepas ingresadas a los Valles por los jesuitas y mercedarios, a las que agregó nuevas variedades que trajo de sus viajes al Alto Perú y Chile en 1769. El cultivo de la vid en aquella zona es de antigua data y don Julián es de los pioneros en el siglo XVIII, quien animado por sus inquietudes progresistas, hizo construir una bodega muy bien equipada en la Estancia de Caracha, Cachi, en la cual elaboraba aguardiente y vinos destinados al consumo familiar y a un reducido comercio en la zona (Plaza Navamuel, 2007).

En 1795 don Julián se trasladó a Molinos para cumplir la función de Juez partidario y llevó su actividad agroganadera, introduciendo también planteles de viñas e instalando otra bodega. Sus hijos heredaron las bodegas y a la vez transmitieron a sus descendientes la afición por la producción de uvas, y una innegable destreza en el proceso de vinificación, faena que iba a difundirse rápidamente años más tarde en toda la extensión vallista. La elaboración de vinos alcanzaría décadas después una señalada importancia, comenzando a ser reclamados por el comercio. Uno de los nietos, del coronel Wenceslao Plaza, introdujo las primeras vides francesas en 1886 en los Valles Calchaquíes desde Chile. Entre otras, la variedad Malbec, se cultivaban en el establecimiento La Perseverancia en Animaná; así pues se inició la plantación de viñedos de uvas finas que hicieron cambiar la vieja industria vitivinícola,

constituyéndose a fines del siglo XIX en uno de los más importantes productores vitivinícolas de la provincia, reconociéndose sus vinos por su calidad en todo el NOA. Posteriormente, se llevaron desde Chile otras variedades francesas, como la Pinot (blanca y tinta) y Lorda o Tannat, propulsando además la implementación de un nuevo sistema de riego por canales que se venía utilizando exitosamente en Mendoza, en reemplazo del viejo sistema por anegamiento en tasas altas y cuadros, difundido en los Valles desde tiempos remotos. Sigifredo Brachieri, es uno de los propulsores de los nuevos métodos de elaboración de vino en su establecimiento La Rosa, en Cafayate. A principios del siglo XVIII y principios del XIX, Teresa Cadena de Hessling añade que en Seclantás "la familia Ibarguren cultivaba la vid con la técnica de cabezo dejando que la planta se desarrolle en forma casi arbórea envolviendo el tronco". Asimismo en el siglo XIX en el Valle de Arriba, Departamento de Molinos, debemos mencionar la bodega Colomé[32] de don Nicolás Severo de Isasmendi, que durante las primeras décadas del siglo XVIII elaboraba vinos en numerosas tinajas (Plaza Navamuel, 2007). (Ver anexo fotos 4.1 y 4.2)

También se debe mencionar como hacendados y bodegueros los de Peñalva en Tolombón, en las tierras heredadas por Juan Estanislao de Peñalva y Aramburú, quien fuera el primer bodeguero y fundador del pueblo. Existían además en los Valles pequeños predios con viñedos destinados al consumo de uva de mesa y para elaboración de pasas En 1865 alcanzaban un especial interés los vinos de Cafayate y San Carlos, y en esa época el Registro Estadístico de la Provincia reconoce 19 bodegas y 5 destilerías en Salta. En ese período se cultivaban vides Criollas, Moscatel y Malbec, a las que se irían incorporando cepas de Torrontés, Ferral, Carignan, Alicante Bouché, Pinot, Semillón y Lorda o Tannat, entre otras. Así pues, el desarrollo arribó de la mano de estos pioneros, y la producción del vino en Salta, a principios del siglo XX, ya era considerada como la industria de mayor importancia. En cuanto a las transformaciones y cambios económicos generados por la afluencia inmigratoria, es preciso resaltar que a diferencia de Cuyo, en 1910 y hasta bien entrada la década del 20´, excepto dos bodegueros: Lávaque (libanés) y Lovaglio (italiano), la mayoría de los grandes propietarios de entonces pertenecían a linajes tradicionales: Plaza, Peñalva, Frías, López, Torino, Vélez, Michel, Chavarría, Diez, y Villagrán, estaban pues, vinculados

[32] Colomé, la bodega más antigua (1831)

por si mismos o por alianzas parentales, a las viejas familias patricias de la región (Plaza Navamuel, 2007).

El comercio y el progreso de la industria vitivinícola salteña han prosperado, gracias a la pujanza y al espíritu progresista de laboriosos precursores de la región, que durante los siglos XVIII y XIX trabajaron las viñas en estas tierras vírgenes e inhóspitas, con incansable tesón y esfuerzo y que hoy, las nuevas generaciones pueden gozar y mejorar (Plaza Navamuel, 2007).

4.8 Vino argentino Bebida Nacional

En 24 de noviembre de 2010, por decreto presidencial, se declara al vino argentino como" Bebida Nacional". El 3 de julio de 2013, las Cámaras de Senadores y Diputados de la Nación aprobaron por unanimidad la Ley de Vino Argentino Bebida Nacional, que fue promulgada bajo el número 26870. Esta declaración busca poner en valor la herencia cultural que implica el vino y su elaboración, distinguiéndolo como alimento de la dieta argentina en lugar de sólo bebida alcohólica.

4.9 Vinos de Altura

Para poder denominar a un vino de altura, es necesario que esté elaborado con uva de una viña que esté a una altitud muy elevada, siendo la más común a partir de 800 msnm, hasta altitudes donde la climatología nos permita cultivar la viña y las uvas alcancen la madurez óptima. La altura aporta beneficios a estos caldos con respecto a otros, en los que el calor provoca una maduración acelerada de las uvas. Uno de ellos es un efecto refrescante, debido a una acidez provocada por inviernos largos y diferencia térmica pronunciada entre el día y la noche durante la época de maduración; con esta diferencia de temperatura de unos 30ºC, y la frescura de la noche, se ralentiza la maduración, lo cual potencia la acumulación de aromas y sabores frutales. Durante el día, por la cercanía al sol y los cielos limpios, la radiación es mayor, lo que favorece la fotosíntesis, con el resultado de un mejor color, mayor acidez, más aroma y mejor sabor. Además, también aumenta el beneficioso efecto cardiovascular por su efecto antioxidante, pues los polifenóles

presentes en las semillas y piel de las uvas tintas que son la clave de este fenómeno, están en mayor concentración en estos vinos de viñedos de altura. Algunas características esenciales de los vinos de altura: (http://vinorama.es/magazine/vinos-de-altura)

- Colores rojos y violáceos intensos, buenas intensidades y matices
- Carácter fino y frutado
- Entradas agradables, de gran persistencia en la boca
- Para servir entre 17 y 19 grados
- Ideal para acompañar carnes rojas asadas o al horno

4.9.1 Vino de altura en el mundo:

En Europa el CERVIM[33], definió los criterios para distinguir la viticultura de altura o heroica a la que se encuentra representada por condiciones orográficas que no permiten la mecanización, viñedos de pequeño tamaño, a veces fraccionados y frecuentemente organizados en terrazas de cultivo, empresas agrícolas con superficie de cultivo contenida, cuya actividad agrícola no constituye la renta económica principal, necesidad de inversiones económicas elevadas para modernizar los cultivos, condiciones climáticas adversas (necesidades hídricas), distintas variedades de uva, con producciones enológicas que salen de los modelos mundiales y las viñas se encuentran en zonas geográficas con paisajes de elevada belleza y con carácter turístico.

Los vinos del Valle de Aosta, donde se produce una denominación de origen, Valle d' Aosta DOC, los Alpes rodean el valle, allí se encuentran los viñedos más altos de Europa. El vino español elaborado en la Comunidad Autónoma de Galicia en el extremo noroeste de España se distinguen cinco denominaciones de origen: Monterrei, Rías Baixas, Ribeira Sacra, Ribeiro y Valdeorras. En el Valle del Mosela región del noreste de Francia, suroeste de Alemania y este de Luxemburgo, cuyo centro es el valle formado por el río Mosela. El Mosela fluye por las fronteras de estos tres países y baña un cuarto país, Bélgica. El Mosela ha sido promocionado como una región productora

[33] CERVIM: Centro de Investigación, Estudio, Salvaguarda, Coordinación y Valorización de la Viticultura de Montaña, es un es un organismo internacional fundado específicamente para valorar y salvaguardar la viticultura heroica. (CERVIM, 2016)

de vino blanco de calidad desde el siglo XIX. El vino de Mosela se produce en tres países; es el corazón de la industria vinícola de Luxemburgo y es también la región del vino alemán Mosel-Saar-Ruwer. El Mosela ha desarrollado una fuerte industria turística alrededor de su reputación como un lugar rural. El sector turístico es destacado en las partes alemana y luxemburguesa del Mosela. El vino de Banyuls AOC es un vino fortificado elaborado a partir de antiguas vides cultivadas en terrazas en las laderas de los Pirineos en el Distrito de Céret del departamento de Pirineos Orientales, región vinícola del sur de Francia. El área del producción de este vino con AOC está limitada a las cuatro comunas del Cantón de CôteVermeille: Banyuls-sur-Mer (de donde el AOC toma su nombre), Cerbère, Collioure y Port-Vendres. Estos viñedos pertenecen al CERVIM, y se encuentran sobre los 500 m.s.n.m.

4.9.2 Bolivia y su Ruta del Vino y Singani de Altura

El vino de Bolivia cuenta con una larga tradición centenaria que data desde principios del siglo XVI. El vino boliviano, sus uva son cultivadas entre los 1.700 y 2.400 metros sobre el nivel del mar, lo cual permite que éstas ganen riqueza aromática debido a una exposición más intensa a los rayos ultravioletas que en otras regiones. En Tarija y sus alrededores se producen unos de los vinos a mayor altura del mundo. Los viñedos están entre los 1800 y 2200 msnm por lo que son "*unos de los más altos*". La producción vitivinícola del planeta se encuentra concentrada entre los 30 y 50 grados de las latitudes norte y sur. Tarija se encuentra fuera de esa franja entre los 21 y 23 grados del hemisferio sur y a una altura que está entre 1.600 y 2.400 metros sobre el nivel del mar. Entre Tarija y Valle de la Concepción se encuentran viñas, bodegas industriales y artesanales y vinotecas que producen además de vinos la famosa bebida nacional: el singani. La forma ancestral del cultivo de la vid en el valle del Cinti aún se mantiene y pervive en combinación con las nuevas técnicas de producción. El árbol de Molle y el Chañar siguen siendo los soportes para las matas de uva por su gran beneficio ante las plagas y las ocasionales granizadas. El Singani es una bebida alcohólica boliviana, de la familia del aguardiente de uvas. Se elabora a partir de la destilación de vino de la uva moscatel de Alejandría. Es originario de la zona de los valles de Tarija, Chuquisaca y Potosí, siendo el principal ingrediente en muchos cócteles tradicionales bolivianos, siendo el "Chuflay" el más conocido, además de ser utilizado en la cocina y repostería. En los viñedos utilizan el sistema espaldera además de la forma tradicional de cultivar la vid en árboles, en molles y chañares, que datan de varios años. Otro detalle en la

producción de vinos es el almacenamiento del líquido en barricas de algarrobo -fabricados por artesanos del lugar- y roble alemán, aunque en los últimos años esta modalidad está siendo desplazada por depósitos de plástico (Coca Carasila, 2008)

4.9.3 Vino de altura en Argentina

Llevan ese nombre, debido a la altura respecto al nivel del mar en la que se encuentran donde existe una mayor amplitud térmica (días calurosos y noches frescas) donde los rayos solares son más intensos (mayor radiación solar por la altitud). La uva tiene una mayor exposición a rayos ultravioletas por la altura y se encuentran concentrados con mayor intensidad que en otras latitudes o zonas con más bajo nivel sobre el mar. Cuanto más alto se está, menos atmósfera deben atravesar los rayos solares, con lo que su intensidad es mayor. Con esta gran amplitud térmica las temperaturas pueden llegar hasta 38ºC y descender por la noche hasta los 12º, se torna ideal para la maduración de la vid debido a que las variaciones térmicas incrementan de forma notoria la acidez del fruto. También en esta región las lluvias suelen ser escasas y con aproximadamente 350 días de sol maduran los racimos. En las alturas el aire es más fresco y limpio por acción de los vientos y la vegetación goza de excelente salud gracias a la ausencia de pesticidas, dando lugar a la elaboración de vinos orgánicos a través de procesos naturales y sin aditivos. Las características particulares del suelo por sus componentes minerales también influyen en la vid; los suelos son más pobres y pedregosos (franco-arenosos formados a partir de granos gruesos con gravilla y arenas finas en la superficie) y las aguas provenientes de los deshielos destilan pureza. La suma de estas condiciones climáticas hacen que durante los últimos meses del período de gestación de la uva (en Argentina, de enero a marzo) ésta realice una maduración lenta y prolongada y con buena sanidad. Así, se desarrollan vides de granos sufridos y con hollejos gruesos y oscuros potenciando la acumulación de aromas y sabores en el fruto junto a un incremento de la acidez, por lo que posteriormente permiten lograr vinos frescos y vivos. Comienza a ser fundamental entonces, en el caso de las uvas tintas, ya que en el hollejo se encuentran los taninos. Los vinos elaborados con estas uvas ofrecen variedad de color, amplitud y aromas intensos y distintivos con complejidad en boca. Además se convierten en 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. La conjunción de estos factores hace que los vinos de altura gocen de características

organolépticas propias con alta concentración de aromas y sabores así como de colores, constituyéndose como un producto exótico; y es justamente en la zona alta de los Valles Calchaquíes donde se encuentran los viñedos más altos del mundo. Como simple curiosidad se sabe que la bodega más alta del planeta es Colomé a 2700 msnm, la que posee el viñedo más alto del mundo a 3111 msnm (http://inversiones.salta.gob.ar/sector-vitivinicola/)

Fernando D'Angelo, Secretario de Asuntos Agrarios de Salta (Inversiones Salta, 2018) indica que el incremento desde el año 2000 hasta la actualidad representó el 30% con respecto al total de hectáreas de la región y el 16% de los viñedos; con importantes inversiones económicas en los últimos 8 años para mejorar los procesos productivos en los Valles Calchaquíes. El resultado fue un 76% de nuevas hectáreas, llegando a una superficie total de 4063 ha distribuidas en 459 viñedos. Los proyectos se desarrollaron en Tolombón, Cafayate, Animaná, San Carlos, Angastaco, Molinos, Cachi y Payogasta, haciendo crecer en Salta en la última década un 140 % la cantidad de bodegas registrados en el Instituto Nacional Vitivinícola (INV) de Argentina. Actualmente, los establecimientos vitivinícolas realizan estudios para determinar la potencialidad de adaptación de nuevas variedades para la zona como ser plantines[34] de origen californiano y francés. De la superficie total de viñedos que existen en la provincia, el 99 por ciento de las uvas que se producen se destina a la vinificación. Buscando expandir la comercialización, se puso en funcionamiento en el año 2006 la "Asociación de bodegas de Salta" y en 2012, con la creación del "Consorcio de exportación" los productores vitivinícolas conforman el primer consorcio temático del vino de Argentina. Con acciones como el "Plan de mejora de la competitividad" y el "Programa de posicionamiento del vino de altura" se busca dar un mayor impulso al sector; con la "Degustación de vinos del año" la que se realiza en el mes de diciembre se busca conocer los mejores ejemplares de los vinos elaborados durante el año que termina, y con el fin de promocionar y difundir el trabajo y el esfuerzo de los productores y su gran evolución de los últimos años, eventos como "Semana de vino en Salta" y el "Salón del vino de altura" realizados en las ciudades de Salta, Buenos aires y Córdoba entre otras,

[34] **Plantín** es el resultado de la germinación y desarrollo de una semilla botánica o de una semilla vegetativa, crecida en la celda de una bandeja en un sustrato artificial pasteurizado, transcurriendo un tiempo determinado para su trasplante a campo definitivo según el tipo de planta. (https://inta.gob.ar)

ganan cada año más adeptos, destacándose la convocatoria que año a año logra este tipo de eventos. Así mismo, indica que en la actualidad se exportan desde la provincia de Salta 1.200.000 botellas de vinos "*Premium"* a 30 países de todo el mundo, y aunque la participación de los salteños en la producción nacional es del 2%, la presencia de los vinos salteños se hace fuerte en materia de exportación con el 15% del volumen total, exportando inclusive más que las provincias de San Juan, La Rioja y Neuquén, por lo que actualmente Salta es uno de los destinos preferidos de la Argentina en enoturismo, registrando sus bodegas la visita de más de 183 mil turistas sólo durante el año 2011, cantidad que año a año se incrementa notablemente. Modernas bodegas equipadas con nueva tecnología han incorporado nuevos servicios para los turistas, que varían desde las tradicionales visitas guiadas por las plantas de producción y los viñedos, donde pueden degustarse vinos tintos, blancos y rosados con una calidad de primer nivel, hasta alojamiento en confortables estancias entre los viñedos, infraestructura necesaria para la realización de eventos, servicios de spa, gastronomía, la posibilidad de participar en la elaboración del vino y clases dictadas por enólogos, entre otras actividades. De esta manera pueden combinarse este tipo de propuestas con actividades relacionadas con el ecoturismo, turismo cultural y el turismo aventura. Situada en una región por demás próspera respecto a la producción de vinos por los beneficios que su geografía y su clima ofrecen, implica también una fuente de trabajo al lugareño, así mismo desde hace unos años, es apta para entregar al público la ocasión de experimentar una vivencia que le reporta satisfacción a quienes recurren a dicha tipología turística; las personas que buscan un producto como el que ofrece el turismo enológico, no solo consiguen saborear las variedades de cepas sino que también se deleitan y se recrean gracias a las bondades que el entorno de las bodegas proporcionan.

"El turismo del vino es una actividad que beneficia y da satisfacción tanto a la demanda como a la oferta. Los turistas reciben conocimientos y disfrutes de los paisajes vitivinícolas y de su pasión por el vino. Y las bodegas y productores promocionan sus marcas y productos en forma directa. Es una actividad que trae sus frutos a diversos sectores de la industria, por esto hay que juntarse para posicionar a Argentina como un lugar de destino" (Fidel, G.:2007).

Gráfico 1 Altura de los viñedos en el mundo
Fuente: http://inversiones.salta.gob.ar/sector-vitivinicola/

Capítulo V - Ruta del Vino del Valle Calchaquí.

Los caminos del vino en Argentina, ofrecen a los turistas locales y extranjeros una propuesta que excede recorrer fincas y bodegas o comprar vinos en el lugar donde se elaboran: el paisaje campestre, la cultura y la cocina, el estilo del vino y las variedades emblemáticas de cada región productora, son parte de una experiencia única. Las rutas turísticas componen los recursos y servicios turísticos de cada zona con el objeto de fortalecer la identidad de un lugar y su vitivinicultura, de potenciarlos y expandirlos fronteras afuera. Al ser el vino el eje temático de la propuesta, todos los establecimientos que participan de la ruta (bodegas, hoteles, restaurants y museos) se esfuerzan para que el turista perciba su esencia en cada etapa del viaje (Lavaqué de Velasco, 2018, págs. 144-149).

Según Fidel (2015), Salta se presenta como un destino con una antigua tradición enológica. Fue introducido por los jesuitas en el siglo XVIII, principalmente en Cafayate. La ruta fusiona a través de la RN N°40 pueblos con encanto, paisajes, historias, la fusión de la herencia de los pueblos originarios con aporte hispano colonial, y un conjunto de sabores que llegan hasta el norte en Cachi.

La Ruta del Vino salteño se empezó a gestar en 2005, promovida por el Secretario de Turismo de la provincia, Bernardo Racedo Aragón para favorecer la evolución demostrada por los vinos de Cafayate desde comienzos de los años noventa. Al presente es una propuesta de muy alta calidad que cautiva a viajeros de todo el mundo. Dentro de la amplia diversidad geográfica que ofrece Salta, la zona vitivinícola de los Valles Calchaquíes está enmarcada por cordones montañosos, cielos diáfanos e históricos poblados que convierten el viaje en una vivencia. La expensión de los viñedos fue proporcional al crecimiento cualitativo de los vinos que se elaboran. Los vinos con cepajes Torrontés, Tannat y Cabernet Sauvignos, convirtieron a los valles en una región vitivinícola "*premium*[35]" que los consumidores del mundo desean visitar. Los caminos del vino Salteño invitan a recorrer sus paisajes, los viñedos a través de su historia, su cultura y sus costumbres milenarias. La gastronomía autoctona, recetas andinas y criollas, hoteles del vino, fincas rurales y la prpuesta culinaria de las bodegas. Alojamiento entre las viñas, servicios de spa con tratamientos de vinoterapia,

[35]**Premium**: adjetivo, refiere a una particularidad de un determinado bien o servicio, aquella que lo hace ser destacado por su extremada calidad y por lo tanto solo asequible por un número reducido de personas.

degustaciones guiadas, actividades especiales como cosecha, cabalgatas y visitar el Museo de la Vid y el Vino (Lavaqué de Velasco, 2018, págs. 144-149).

5.1 Cultura Salteña

El vino, la gastronomía y la música son tres pilares motivo de orgullo para los locales y que cautiva a quienes la visitan. La expresión de los sabores y sonidos de la cultura de Salta se da en las peñas[36] folclóricas[37], los espacios donde las comidas y los vinos regionales pueblan las mesasmientras los músicos tocan y cantan carnavalitos, chacareras y cuecas hasta la madrugada. El poeta salteño Manuel J. Castillo inmortalizó en la zamba "Balderrama" con música de Gustavo "Cuchi" Leguizamón este ritual nocturno: *"A orillitas del canal / cuando llega la mañana / sale cantando la noche / desde lo de balderrama / adentro puro temblor / el bombo con la baguala / y se alborota quemando / dele chispear la guitarra…."*, homenaje al "Boliche Balderrama" (Lavaqué de Velasco, 2018). A mediados del siglo pasado, Antonio Balderrama y Remigia Zurita tenían una picantería[38] donde se podían degustar los mejores platos regionales. El local era uno de los preferidos por los artistas salteños. La casona fue musa inspiradora de una zamba que cantada por Mercedes Sosa hizo internacionalmente conocido a este local de comidas y folclor. En un principio era un simple bodegón, con pisos de ladrillo y techos de zinc. Siempre fue el punto de encuentro de los bohemios de Salta, que se juntaban allí hasta la madrugada y después de sus actuaciones se quedaban guitarreando hasta que el amanecer. En su 50 aniversario, en 2003, la peña fue

[36]**Peña**: es un concepto de acepciones muy variadas. Uno de ellos se refiere a un conjunto de individuos que se reúnen para desarrollar ciertas actividades. Por extensión, el término también refiere a la reunión en sí y al lugar donde se concreta el encuentro. Real Academia Española (RAE).

[37] **Folclóricas**: El término hace referencia al conjunto de las creencias, prácticas y costumbres que son tradicionales de un pueblo o cultura. Se lo conoce, además como la disciplina que estudia estas materias, incluye los bailes, la música, las leyendas, los cuentos, las artesanías y las supersticiones de la cultura local, entre otros factores. Se trata de tradiciones compartidas por la población y que suelen transmitirse, con el paso del tiempo, de generación en generación. (Real Academia Española (RAE)).

[38]**Picantería**: es un establecimiento dedicado principalmente a comidas picantes. Las civilizaciones precolombinas se encargaron de utilizar los recursos alimenticios de sus regiones para lograr una identidad propia y generar sabores que sobrevivieron a la conquista española y se mantienen aún en el presente. (Olivas Weston, 1993).

declarada sitio de "Interés Turístico" por el Ministerio de Turismo, Cultura y Deporte de la Nación, y el Concejo Deliberante de la ciudad de Salta lo declaró "interés arquitectónico, histórico y cultural". Actualmente, los turistas que visitan Salta consideran al Boliche Balderrama -que posee su apariencia intacta- un paso obligado, ya que se convirtió en un ícono cultural y turístico y allí se puede disfrutar de espectáculos folclóricos todas las noches (Portal de Salta, 2019). (Ver anexo foto 5.1.1)

Alrededor de cada plaza en todas las ciudades y pueblos de la provincia se hay restaurantes que ofrecen gastronomía regional y música en vivo. Los platos típicos, los vinos de altura, la música y las danzas folclóricas son constitutivos de la identidad de Salta como su gente calma y sus paisajes imperturbables que dejan sin habla a todo aquel que se detiene a contemplarlos (Lavaqué de Velasco, 2018, págs. 32-33).

5.2 Festivales folkloricos: Serenata a Cafayate

Es el festival folklórico más importante de la Provincia de Salta y uno de los más destacados del país. Se realiza a mediados del mes de febrero en la ciudad de Cafayate. El escenario de este festival llamado Payo Solá, está ubicado en la Bodega Encantada. El evento comenzó a principios de la década de 1970. Eran “los tiempos de un Cafayate romántico, cantor y enamorado de las puras bellezas de la música”. La figura creadora del encuentro fue Don Arnaldo Etchart[39] (padre), un entusiasta animador de itinerarios, que partían desde su residencia “La Florida” y que concluían “en el amanecer de un nuevo día en el balcón de alguna moza del lugar”. Así en 1974, y con esa mística se realizó por primera vez el festival, que reemplazó las frustradas fiestas de la Vendimia. Entre los objetivos de quienes lo promovieron el evento debía ser “un regalo musical, un homenaje al laborioso pueblo cafayateño y, por extensión, a toda la población vallista”. Pero desde 1976, se ubicó en el ámbito natural de una vieja bodega, la que actualmente se denomina “La Bodega Encantada”. Históricamente duraba tres noches, en 2008 la Comisión Organizadora del festival decidió extenderla a seis jornadas y así se mantuvo durante cuatro años. En 2012 nuevamente, por conveniencia, fue de tres

[39] **Arnaldo Etchart**, empresario vitivinícola que tuvo una gran importancia para Cafayate, no solo por su actividad frente a las bodegas, sino por el apoyo a actividades culturales que hoy son parte de la tradición, como la Serenata a Cafayate.

noches. En 2011 se remodeló completamente el escenario Payo Solá[40] y se construyeron nuevos camarines y salas de prensa para los artistas. En la actualidad la fiesta es promovida por los habitantes y bodegueros, como un homenaje a la laboriosidad del pueblo y del valle, un regalo de los lugareños y que recoge la tradición serenatera (Portal de Salta, 2019). (Ver anexo imágenes 5.1.2)

5.3 La comida

La gastronomía de Salta es una mezcla de tradiciones que combinan diferentes culturas, tanto andinas como españolas e indígenas, surgidas posteriormente en Argentina y más propiamente en la región, gastronomía que la han influenciado considerablemente dando lugar a una gran variedad de platos nutridos y sabrosos (Portal de Salta, 2019).

Locro: (del quechua ruqru o luqru) guiso a base de zapallo, porotos y maíz. En Salta, se lo prepara generalmente con chorizo colorado, tocino, carne fresca y vísceras como la tripa gorda o el chinchulín de vacuno. Otra opción esagregarle carne de cerdo, denominándolo "locro pulsudo" (con "patita" y "cuerito" de cerdo).Su cocción es a fuego lento durante varias horas y al momento de servirse en el plato, se corona el locro con una cucharada de grasa pella derretida con pimentón y cebolla de verdeo picado (Portal de Salta, 2019). (Ver anexo 5.1.3)

Tamal: (del náhuatl tamalli, que significa envuelto) comida de origen andino, preparada 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.Diferentes autores hacen referencia que en la época pre-hispánica el tamal no sólo era una comida popular sino también de los nobles y sacerdotes en ceremonias especiales de ayuno. La evidencia arqueológica muestra al tamal como parte de la vida cotidiana incaica, el que además se utilizaba en rituales religiosos, en ofrendas y tumbas (Portal de Salta, 2019).

---

[40] **Payo Solá:** Gustavo Adolfo Solá,. Fue un compositor, bandoneonista y guitarrista salteño, intérprete de música folklórica de Argentina escrita en su totalidad por él mismo. Está considerado como uno de los precursores del *boom* del folklore argentino producido a partir de la década de 1950. Nacido en Cafayate, provincia de Salta, un 31 de enero de 1908

Humita en chala: humita o huminta (del quechua: jumint'a) alimento de origen andino; consiste en una pasta o masa de maíz (maíz molido, rallado o triturado) levemente condimentada, envuelta en las propias hojas (chala) y cocida en olla con agua hirviendo y sal.Previo a su envoltura, a la símil pasta se le adicionan trozos de queso, albahaca, zapallo, leche y cebollas rehogadas en grasa de. A diferencia del tamal, la humita es condimentada en menor medida y no se le agrega ningún tipo de carne. Debido a que el choclo (maíz) es de un sabor dulce se ofrecen dos variedades de humita: saladas y dulces (Portal de Salta, 2019).

Chicha: proviene de una voz aborigen (kuna chichab) que significa maíz. Es una bebida derivada principalmente de la fermentación no destilada del maíz, muy difundida por pueblos originarios desde épocas prehispánicas sólo en aborígenes sedentarios, ya que fue necesario cultivar el maíz y que no sería posible con continua migración. De origen incaico su uso era ceremonial y sólo para festividades; fue considerada como "el elixir de los incas" (Portal de Salta, 2019).

Empanada salteña: elaborada con carne magra cortada a cuchillo, papa, cebolla de verdeo, huevo duro, morrón, cebolla y condimentada con pimentón del valle, son cocidas en horno de barro o fritas en grasa de pella, al fuego y en ollas de hierro o Caldero. Opcionalmente se le agregan arvejas, aceitunas y/o pasas de uvas.

Consumen carne de llama, alpaca y cabritos (Portal de Salta, 2019).

5.4 La gente

Los Valles Calchaquíes se extienden a lo largo de 520 kilómetros de norte a sur, atravesando el centro de la provincia de Salta. Éstos valles, son el marco de pueblos antiguos y sitios precolombinos y coloniales. Concentran los atractivos naturales de formaciones geológicas como la Quebrada de las Flechas y la Quebrada de las Conchas, pero además concentran a las poblaciones antiguas y tradicionales de la provincia. La gente es calma, con el ritmo sereno con el que transcurren los días en sus pueblos. Los vallistos[41] son arraigados a sus costumbres ancestrales y a la cultura autóctona de la

[41]**Vallisto**: 1. adj. Natural de los valles del norte de la Argentina. 2. adj. Perteneciente o relativo a los valles del norte de la Argentina o a los vallistos. Real Academia Española.

región. Son sabios pero reservados, atentos, amables y sobretodo, respetuosos de la naturaleza que los rodea (Lavaqué de Velasco, 2018).

5.5 Arquitectura y tradición: la pirca

La palabra "pirca" proviene del quechua y significa pared, muro o valla de piedra. Se trata de una construcción rústica y de baja altura, realizada con piedras sin labrar, que resulta inseparable del paisaje y la cultura de los pueblos andinos. Es una de las prácticas de arquitectura típica del noroeste argentino. El uso de pircas fue extendido en el continente americano por los incas, aunque fue tomado de civilizaciones precedentes entre las que se destaca la de los aborígenes quilmes, que habitaban el oeste de la provincia de Tucumán. Luego de la conquista incaica, esta técnica de construcción de difundió por todo el Tihuantisuyo (Imperio Inca), en especial para la edificación de caminos y muros de contención. La técnica del pircado consiste en utilizar piedras del entorno de diversos tamaños y formas para levantar un muro apoyando unas sobre otras, pues al estar encastradas de forma adecuada no requieren de otro material para rellenar los intersticios. En la cultura salteña, el pircado es parte del legado cultural, si bien en la actualidad está desapareciendo, todavía se utiliza como elemento decorativo que aporta identidad al lugar (Lavaqué de Velasco, 2018). (Ver fotos anexo 5.2)

En el norte las casas de adobe son aún patrimonio de muchas familias, que conservan esta tradición desde tiempos inmemoriales. Mezclar pasto seco con el barro permite una correcta aglutinación, gran resistencia a la intemperie y evita que los bloques una vez solidificados tiendan a agrietarse. Posteriormente los bloques se adhieren entre sí con barro para levantar muros. (Lavaqué de Velasco, 2018)

5.6 Las artesanías

Las artesanías típicas forman parte del paisaje salteño y aportan a cada ciudad y cada pueblo texturas y colores vivos y alegres. Al igual que su gastronomía y su cultura, esta expresión del arte popular de la provincia es heredera de las tradiciones andinas y coloniales. Fueron tres las fuentes que nutrieron lo que hoy conocemos como artesanía salteña: la de los calchaquíes que habitaron la región hasta mediados del siglo XVII; la del Alto Perú, proveniente de la invasión incaica en el noroeste argentino (1471 a 1535);

y la española, de la época de la colonia. En esta provincia, los calchaquíes desarrollaron la cultura candelaria –cerámicas, instrumentos musicales- y alfarcito –alfarería-, entre otras de las que aún hay testimonio. Los artesanos que actualmente se localizan afincados en los Valles Calchaquíes heredaron su cultura, de la que actualmente pueden encontrarse rastros en el arte popular de cada rincón de Salta. Con oficios que pasan de generación en generación ofrecen variedad de artesanías. Tejidos y tapices, ponchos, platería criolla, obras en madera, arcilla y piedra, trabajos en cuero e instrumentos musicales. Reconocida como patrimonio cultural tangible a nivel nacional e internacional, la artesanía salteña se encuentra protegida y fomentada a través de la Ley Provincial N° 7237, que declaró las actividades artesanales de Interés Provincial, como representante de la identidad Salteña y su rico patrimonio cultural (Lavaqué de Velasco, 2018, pág. 122).

5.6.1 Cerámica

Una de las manifestaciones más interesantes del arte popular salteño es la alfarería, heredada de los calchaquíes, excelentes alfareros que fabricaban sus propios cántaros, ollas y vasijas. Además, esa cultura albergaba artesanos reconocidos que construían objetosde especial relevancia, como urnas funerarioas en las que enterraban a sus muertos. Vasijas jarrones y platoss de cerrámica, entre piezas otras decorativas, aún hoy son fabricadas por los artesanos de toda la provincia mediante técnicas primitivas, modelado a mano y otras más modernas, moldeado a torno. Laas creaciones típicas son adornadas con pictogramas andinos y figuras antropomórficas o zoomórficas, como el jaguar, ñandú y quirquincho, animales emblemáticos de la zona. Todos los años, en el mes de julio, en la localidad de San Carlos se realiza el Encuentro Nacional de Ceramistas Barro Calchaquí que fue declarado de interés Cultural por el Ministerio de Cultura de la Nación en 2014 (Lavaqué de Velasco, 2018). (Ver anexo 5.3)

Con la llegada de los españoles a América, se produjo un contínuo y creciente intercambio de productos comerciales. La naciente sociedad colonial, fue demandando manufacturas al tratar de reproducir los modos de vida de Europa. El envío de productos cerámicos fue una constante desde los primeros viajes. En estos cargamentos de objetos de barro que transportaban entre otros bienes vinos en vasijas. La exportación de cerámicas a América no fue a causa de la falta de alfarería, ya que existía una alfarería

indígena muy avanzada, pero que no era del gusto de los españoles. Además en ella transportaban las mercaderías que se necesitaban en el nuevo mundo (Sanchez, 1996).

Un proyecto revoluciona el sector del vino recuperando la sabiduría de la producción de antaño mediante el estudio del uso de las tinajas de barro en la vinificación frente a otros materiales.

5.6.2 Telares

Cada región debe ser capaz de diferenciarse a partir de su propia identidad. La importancia de los Valles Calchaquíes tiene origen en la época precolombina. Los habitantes de zonas distantes confluían durante las festividades para intercambiar productos. Muchas de estas técnicas ancestrales se conservan hasta hoy a través de artesanos receptores del saber popular autóctono. En la Puna, llamas y ovejas proporcionan lana para realizar prendas de aguja y telar. En los pueblos vallistos, como Molinos y Seclantás, se puede encontrar una de las más importantes tradiciones de tejido de telar criollo. Elaboran frazadas, alfombras, ponchos, fajas y carteras. La producción de cestos hechos con poleo y simbol es tipica del sur de los Valles Calchaquíes.La cerámica es elaborada con dibujos y diseños propios de la alfarería prehispánica. Tinajas y tinajones, macetas, cazuelas, ollas, baldosas, tejas son algunos de los productos que realizan. Toda esta riqueza ancestral genera una identidad distintiva como la región del vino (Fidel,2015).

5.6.3 Poncho

Es la prenda característica de los gauchos que poblaron el territorio argentino hasta mediados del siglo XIX. Es la prenda que cubría al gaucho de la lluvia y de las bajas temperaturas y cobijarse durante la noche. El poncho salteño tradicional es de color borravino, con franjas negras y flecos negros en los bordes. Su origen se remonta a la guerra gaucha, librada por los soldados al mando del general Martin Miguel de Güemes. Puede estar confeccionada de: lana de oveja, vicuña, guanaco, alpaca o llama y de los hilos industriales, de merino, seda etc. También solía hacerse un poncho de hilo de algodón mezcla con seda, de trama muy ajustada, que servía en los viajes como rompe vientos o impermeable. Con fecha 21/10/03, por intermedio de la Secretaría de la Comisión AD HOC, se emiten especificaciones técnicas para el "Poncho Salteño Güemesiano" (Portal de Salta, 2018).

5.6.4 Cestería

La cestería de caña partida con armazón de molle ha sido ampliamente utilizada, aunque hoy, sólo la realizan algunos pobladores mayores en las zonas rurales. Más localizada aparece la producción de cestos de poleo y de simbol cuya máxima expresión la encontramos en el sur del Valle Calchaquí, con eje en la localidad de Animaná. Realizan en simbol distintos formatos de canastos con tapa o sin tapa, paneras, porta botellas, servilleteros, posa pavas y alfombras. En cuanto a los cestos de poleo, que se destacan por su belleza y rusticidad, predominan las cestas o canastas de brazo, utilizadas preferentemente, por su duración, en la recolección de frutas (Portal de Salta, 2018).

5.7 Ruta del Vino de los Valles Calchaquíes

La ruta del vino de Salta es la denominación que recibe el circuito turístico-temático de 520 km donde puede observarse, comprender y conocerse la historia, el desarrollo y el funcionamiento actual de la actividad vitivinícola de la provincia de Salta, situada en el norte de la República Argentina. La puerta de entrada a este circuito es la ciudad de Salta y las rutas que comprenden este itinerario son la RN68 desde Salta a Cafayate; la RN40 entre Tolombón y Cachi y la RP33 de Cachi a Chicoana y Salta. Es desde hace años un atractivo no solo para degustar sus varietales, sino también para conocer los secretos de la actividad vitivinícola. El circuito incluye pueblos, paisajes y copas. Una Ruta del Vino compuesta por treinta y dos bodegas para recorrer con tranquilidad y deleite. El circuito comienza en la propia capital y recorre Payogasta, Cachi, Molinos, Angastaco, San Carlos, Animaná, La Viña, Tolombón y Cafayate, donde se concentran la mayoría de las bodegas. El trayecto incluye el Valle de Lerma, la quebrada de Escoipe, la Cuesta del Obispo, la Recta del Tin Tin, los Valles Calchaquíes y la Quebrada de las Conchas. De este modo los visitantes pueden conocer los lugares en los que se producen vinos de una calidad reconocida internacionalmente y de un notable sabor (Cultura y Turismo de Salta, 2016).

Según Fidel (2015), la ciudad de Salta se consolida como el principal centro de estadía de la provincia. Se destaca en cuanto a su conectividad, por ser el principal centro de llegada de turistas, tanto nacionales como internacionales, dentro de la región Noroeste Argentino (NOA). Es el principal centro de pernocte de turistas y reúne una

capacidad que supera la de los polos turísticos destacados dentro del ámbito vitivinícola provincial: Cafayate y Cachi – Molinos. El primero con una fuerte identidad vitivinícola y el segundo con un incipiente desarrollo temático que se refleja en hoteles, cabañas entre viñedos, pequeñas bodegas, vinerías y servicios estructurados en torno al producto enoturismo. De ahí que la capital de la provincia se transforma en el principal centro de llegadas, pernocte y distribución de turistas dentro de la zona Norte del país. La siguen como centro de estadía Cafayate y Cachi. Las tres áreas están trianguladas por corredores de excursión. La ciudad de Salta en sí, no cuenta con viñedos ni bodegas en su entorno inmediato, sin embargo, posee volumen considerable de recursos enoturísticos urbanos, principalmente en lo relacionado a la gastronomía y el folklore, que la posiciona como un microdestino de gran relevancia. En cuanto a los microdestinos[42] de Cachi-Molinos y Cafayate, se puede destacar como sitio emblemático por naturaleza.

En Salta se produce el vino torrontés, Cabernet Sauvignon, Malbec, Syrah y Chardonnay. Cada una de las bodegas que se presenta dentro de la ruta demanda casi una hora para poder recorrerla y conocer los secretos del tratamiento y elaboración de los vinos. De este modo, las visitas permiten reconstruir el proceso que va desde las plantaciones y el ingreso de la uva al establecimiento hasta la molienda y el prensado. En las bodegas, los turistas pueden aplastar la uva en las cubas bajo la mirada de los trabajadores de la bodega. En todos los viñedos los visitantes disfrutan la degustación del producto terminado, que en muchos casos se exporta al mundo. No se puede pensar en toda esta cultura por separado del paisaje que transforma ese conjunto patrimonial en un atractivo poderoso para el visitante. Por tal motivo se deben integrar diferentes ejes temáticos a desarrollar e integrar al enoturismo.

Según Fidel (2015) es necesario articular al enoturismo con la identidad que se presenta en cada uno de los espacios turísticos. Con esto se busca complementarlo e integrarlo con la representatividad de cada una de las regiones para generar productos sinérgicos, con mayor atractivo y un vínculo con el territorio.

[42] **Microdestino**: para Bodegas de Argentina son espacios turísticos no convencionales que presentan una serie de singularidades como la distribución y concentración de atractivos y servicios, la importancia del paisaje, la fragmentación del espacio, la relación entre espacio urbano y rural, y las atracciones complementarias al vino y que hacen de cada región o terruño un sitio único e irrepetible. (Fidel,2015)

Fidel (2015) desde Caminos del Vino explica que las artesanías complementan el motivo del viaje. Al desarrollar la industria local y el turismo ofrecen beneficios a la comunidad ofreciendo crecimiento económico, generan negocios autosuficientes y la oportunidad de trabajar en el lugar de origen, el fortalecimiento de la unidad familiar, la conservación de las tradiciones locales y la promoción de la vida social de la región o pueblo. Además, propone combinar la ruta del vino con el camino de los artesanos ya que poseen una característica común, que es la fuerte influencia regional existente en su impronta. Además, se puede crear un fuerte asociativismo entre los artesanos y las bodegas, en vista de tematizar la venta de distintos productos artesanales en los establecimientos vitivinícolas. Aparte de generar un interesante volumen de negocios para artesanos y bodegas, se han convertido en atracciones que compiten con los principales eventos turísticos. Destaca que después de Cafayate, la siguiente región en importancia desde el punto de vista vitivinícola es Cachi-Molinos. Si bien se han transformado los pueblos en un atractivo en sí mismos, el proceso de restauración no ha contemplado la tematización vitivinícola. En el eje Vino y paisaje, la puesta en valor de los atractivos naturales, como la Quebrada de las Flechas, la Quebrada de las Conchas y la Cuesta del Obispo, fortalecería los corredores de traslados que comunican a los tres centros de pernocte. Es importante destacar los atractivos que existen en los tres corredores, como el Anfiteatro y la Garganta del Diablo en el corredor de Salta a Cafayate; el Parque Nacional Los Cardones y la Cuesta del Obispo en el tramo Salta Cachi-Molinos; y la Quebrada de las Flechas en el de Cachi-Cafayate.

Con respecto al Vino y la Gastronomía, Fidel (2015) señala que debido a la gran aceptación de la gastronomía salteña, es primordial combinar la ruta gastronómica con el producto del vino y que como hilo conductor de este eje temático considera prioritario crear una fiesta que articule el vino y la gastronomía, con maridajes de altura o eventos donde se conjugue las comidas típicas con los vinos de la región. También remarca que es importante generar un calendario específico de actividades que incluya lo referente al vino y otras acciones complementarias, fiestas y eventos en las bodegas. Un producto a valorizar es la Serenata de Cafayate, que siendo una actividad consolidada con más de 40 ediciones, no cuenta con atracción nacional o internacional.

El Ministerio de Turismo y Cultura de Salta, por Resolución Nº177-10, crea el Registro Provincial de Prestadores de Servicios Turísticos Relacionados a la Ruta del Vino de la Provincia de Salta. En dicho Registro se indican los requisitos particulares a

cumplimentar por las bodegas y otros establecimientos productivos. Deben contar entre otras cosas con habilitación Municipal y del Instituto Nacional de Vitivinicultura; contar con un área especial para la recepción de los visitantes, baño exclusivo para los turistas, Si realiza degustaciones debe contar con el equipamiento adecuado para el servicio del vino. Presentación de la siguiente información: Días y horarios de apertura al público; servicios ofrecidos y si requieren reserva previa, servicios para personas con capacidades especiales e idiomas. Exhibición del logo - marca de la Ruta del Vino de Salta. Exhibición del mapa e información sobre las otras empresas registradas, disponibilidad de parte de los clientes del Libro de Quejas y Reclamos. Colaboración con cualquier otra información que solicite el Ministerio de Turismo y Cultura con el propósito de desarrollar el producto Ruta del Vino, disponibilidad para participar en programas de calidad, capacitación y formación para el recurso humano. Publicación de las tarifas y deberá contar con personal capacitado (vinos y turismo) que se ocupe de la recepción y conducción de los turistas. Este registro debe ser renovado anualmente cada 31 de agosto (Gobierno de la Provincia de Salta, 2018).

La provincia de Salta, participa activamente desde el año 2008 del Plan de Consolidación del Enoturismo en la Argentina. El mismo tiene por finalidad mejorar el desempeño de los actores asociados al turismo del vino y consta de cuatro componentes, el primer objetivo es definir los conceptos estratégicos sobre los que se basa el modelo Enoturismo; el segundo está relacionado con la identificación de las rutas piloto y una cartera de productos asociados comerciables en corto y mediano plazo; el tercero el desarrollo de un nivel homogéneo de calidad en la prestación de servicios asociados al Turismo del Vino y el cuarto a la comunicación y comercialización. Este programa surgió a partir de un convenio que suscribieron las provincias de Salta, Mendoza, San Juan, Catamarca, La Rioja, Rio Negro y Neuquén, con el objetivo de fortalecer y ampliar las posibilidades que las provincias vitivinícolas ofrecen en materia turística, mediante el apoyo financiero que brindan a los proyectos relacionados con la actividad, el BID Fomin, el Consejo Federal de Inversiones, la Secretaría de Turismo de la Nación y los Gobiernos Provinciales (Gobierno de la Provincia de Salta, 2018).

En el Alto Valle Calchaquí, a más de 2500 m.s.n.m., se desarrollan proyectos vitivinícolas que logran potenciar sus atributos sorteando las adversidades del terruño. Éstas bodegas se encuentran entre los pueblos de Molinos y Cachi Es tan particlar la influencia sobre las plantas y los frutos que se plasma en cada uno de sus vinos. Las

fincas se encuentran emplazadas entre los 2500 y 3100 ms.n.m. y presenta una diferencia de temperatura entre el día y la noche que llega a superar los 20°C. Esta amplitud térmica prolonga los ciclos de maduración de las plnatas, que se cosechan más tarde que en Cafayate (Lavaqué de Velasco, 2018).

En octubre de 2018, la Catedra UNESCO de Turismo Cultural Untref – Aamnba y la Red Mundial UNESCO UNITWIN de Cultura, Turismo y Desarrollo declaran de interés cultural "El Paisaje Cultural del Alto Valle Calchaquí y sus componentes vitinícolas". Considera que las posibilidades y oprotunidades que ofrece el Alto Valle Calchaquí con sus circuitos turísticos del vino y de los viñedos de altura a través de una mirada y análisis, evaluaron la riqueza paisajistica y el acervo ligado a las culturas originarias, a los patrimonios arquitectónicos coloniales y el agregado del potencial enoturístico. Ademas el tramo salteño del Valle Calchaquí forma parte de la Lista Indicativa de Patrimonios Mundiales y que el Corredor Andino ya cuenta con lugares de Patrimonio de la Humanidad. (Parlamento del Mercosur, 2018). (Ver anexo 5.4)

La otra gran zona de los vinos salteños es Cafayate y sus alrededores. Es la más conocida y la pionera en la producción de vinos.

Partiendo de la ciudad de Salta, existen dos alternativas para realizar el recorrido de la Ruta del Vino de Salta. La primera de ellas, es que se tomará para esta recorrida. Por la ruta provincial N°33 para continuar luego por la ruta nacional N°40. En la intersección de dichas rutas se encuentra Payogasta, el primer pueblo donde visitar la bodega Viñas de Payogasta con su restaurant y hotel. Pocos kilómetros más adelante se encuentra Cachi con las bodegas Isasmendi, Puna y Miraluna. Al sur, en Molinos Estancia Colomé, Humanao y Tacuil. Siguiendo al sur, en Angastaco, las bodegas El Cese, Quebrada Las Flechas y Josefa Rodó. En Animaná La Bodeguita, Viñas de Animaná y Burbujas de Altura. Al llegar a Cafayate se encuentran las bodegas, en cercanías de la Plaza, Nanni, El Tránsito, Río Colorado, Salvador Figueroa, Domingo Hermanos. A pocos kilómetros, en Divisadero la Bodega Finca Las Nubes o José Luis Mounier; al seguir al sur por la RN N° 40 Finca Quara de la familia Lavaque, unos kilómetros más adelante Bodegas Etchart y en Tolombón Tukma y Estancia Los Cardones. Retomando la RN 40 hasta la intersección con la ruta nacional N°68 se encuentran las bodegas El Esteco, antigua finca Michel Torino y la Bodega Vasija Secreta (Bodega La Banda), unos kilómetros por esta ruta a la izquierda aparece un camino de tierra que conduce a tres bodegas importantes: Piatelli, Domingo Molina y

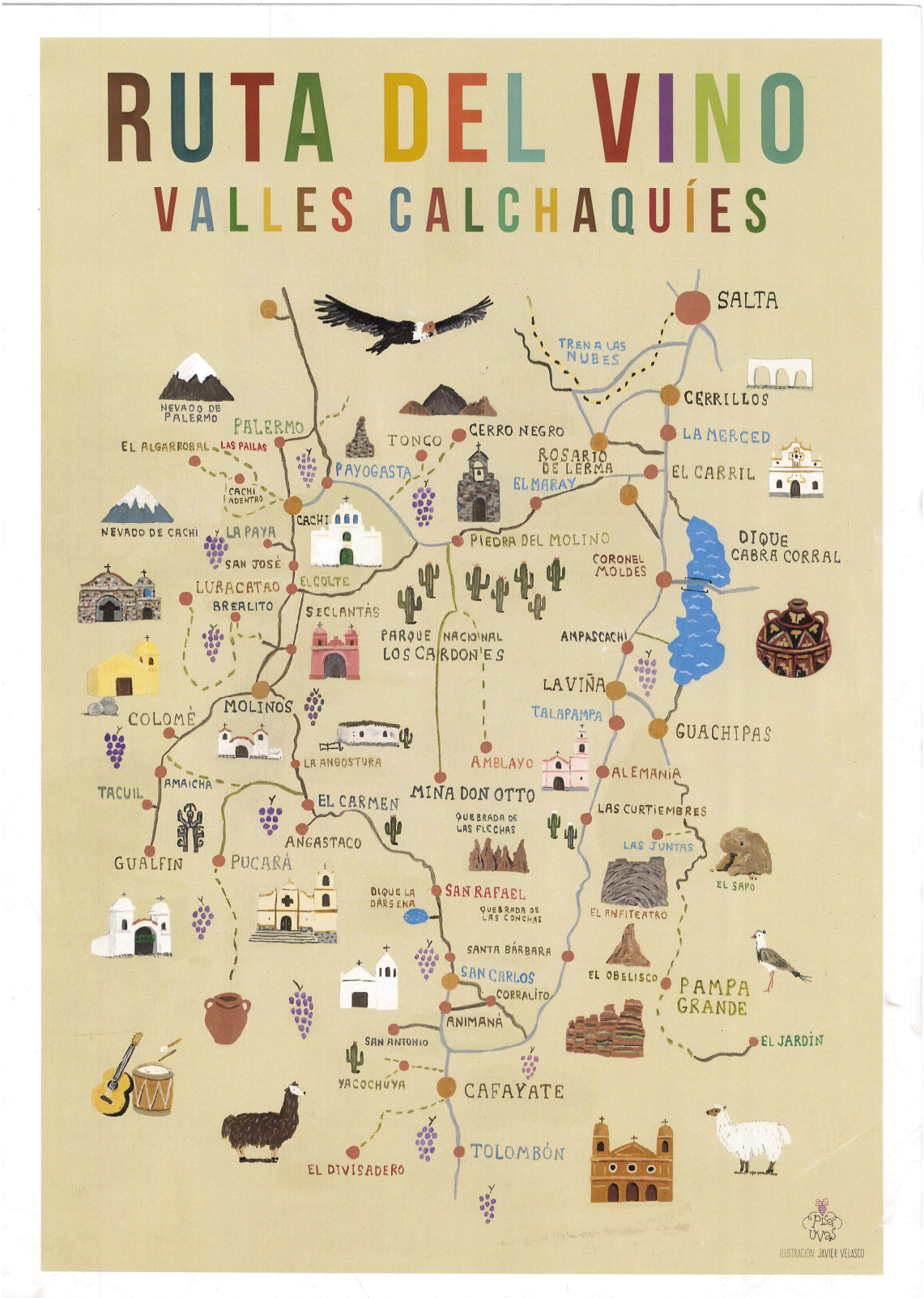
San Pedro Yacochuya. Al volver a la ruta 68, a 10 km de Cafayate se encuentra la bodega Tierra Colorada, luego Peña Veyrat Durbex, Los Morros y Hemsy. En el pueblo Las Curtiembres la bodega Finca Las Curtiembres y en La Viña de La Viña, la bodega Viñas de La Viña. Y al seguir esta ruta se llega a la ciudad de Salta nuevamente. La segunda ruta es en sentido inverso (Portal de Salta, 2019).

Según la señalética presentada por la Secretaría de Turismo de Salta (imagen Nº4), las bodegas abiertas al turismo son 31. En la folletería presenta tan sólo 22. (Ver anexo 5.5)

4 Señalética Ruta del Vino
Fuente: Santos, 2018

5 Mapa de la Ruta del Vino

Fuente: Pisa Uvas



5.7 Museo de la Vid y el Vino.

En la Ciudad de Cafayate, Provincia de Salta, el gobernador Juan Manuel Urtubey inauguró el 11 de Marzo de 2011, el Museo de la Vid y el Vino emplazado en el predio del antiguo museo conocido con el nombre de "La Bodega Encantada". Fue concebido y diseñado a lo largo de más de 4 años de trabajo como un ámbito que promueve el conocimiento, exalta los sentidos e intenta, con nobles recursos estéticos y narrativos "envolver" emocionalmente al público. El proyecto fue creado y desarrollado por un equipo interdisciplinario dirigido por Héctor Berra y Gustavo Borlasca. Se trata de un espacio "vivo", pleno de estímulos visuales y sonoros, interactivo y entretenido que contribuye al crecimiento cultural de visitantes de todas las edades, cualquiera sea su condición socio cultural. Cada persona que lo recorra y se interne en sus distintas áreas, no sólo se sentirá espectador de una atractiva propuesta, sino también protagonista. Es que los distintos contenidos se expresan de una manera artística, como técnicas de exhibición que incluyen: efectos escénicos, lumínicos, programas multimedia y presentaciones audiovisuales (Museo de la Vid y el Vino, 2019). (Ver fotografías en anexo 5.6)

Por la creatividad y los recursos escénicos y audiovisuales puestos al servicio de expresar el contrapunto entre: la tradición y la tecnología, la poesía y el trabajo, la naturaleza y el hombre, los secretos ancestrales de la tierra y los modernos procesos industriales: el nuevo museo de la Vid y el Vino está a la vanguardia de los Museos Temáticos Argentinos y se posiciona como uno de los más originales e innovadores Museos dedicados al vino de todo el Mundo. Al recorrerlo y disfrutar de las imágenes y escenas que le dan contenido; se percibe que el desafío de imaginarlo fue una tarea abordada con pasión e inspiración.

Las exhibiciones del Museo de la Vid y el Vino se desarrollan en dos volúmenes arquitectónicos que establecen un contrapunto entre: la imagen tradicional del antiguo local y la modernidad del nuevo edificio. Estos dos espacios cobijan las dos áreas temáticas, núcleos argumentales o "ejes narrativos" con los que el Museo le presenta al público sus contenidos y sus exhibiciones temáticas interactivas.

Sala 1

Memoria de la vid: El nombre de esta sala, alude a la idea de que el vino conserva en su memoria el registro de la tierra, el agua, y el sol. Estos elementos, que fecundaron, alimentaron y maduraron los frutos, producirán junto al trabajo y la sabiduría de los hombres: el milagro del vino. Es un espacio donde predomina la oscuridad. En su interior no se reconocen dimensiones, alturas y uno se siente, inmerso en un espacio sin temporalidad ni distancias. Un sistema de pasarelas conduce al visitante por las imágenes de Cafayate, su paisaje y sus viñas. Estas pasarelas se desarrollan como una rampa ascendente cuyo recorrido conduce a las distintas exhibiciones temáticas que integran esta Sala. Gracias al dominio de la luz y de los efectos sonoros y visuales el espectador se encontrará con situaciones y alternativas sorprendentes a lo largo de todo el recorrido. Estas sorpresas lumínicas, escénicas y sonoras corresponden a las distintas "estaciones" de y los correspondientes contenidos que se comunican en el sector.

Bajo el cielo de Cafayate El recorrido se inicia con una visión del firmamento, en las claras noches de Cafayate. La escena se refuerza expresivamente con la inclusión de un poético texto sobre un concierto de grillos y ranas, cantando sobre el rumor del rio entre las piedras bajo la sombra de un algarrobo.

La Tierra Cafayateña Al continuar avanzando el visitante es convocado a conocer y valorar el elemento que le da sustento a las viñas: la tierra pedregosa pero fecunda de los Valles Calchaquíes. Dioramas que muestran el corte transversal del suelo se alternan con una instalación artística que rinde homenaje al terruño a través de una de sus canciones más emblemáticas.

La Noche y el Día: Días cálidos y noches frescas con amplitud térmica, un clima único ideal para que la vid desarrolle sus cualidades.

Los viñedos más altos y bellos del mundo: Al seguir avanzando la rampa alcanza su máxima altura. Desde allí se observa Cafayate. Se trata de una maqueta artística de la ciudad enmarcada por los cerros. Comienza a despuntar el día. El sol ilumina las montañas, las construcciones y las viñas. Luego atardece y sobreviene la noche. En unos pocos minutos los visitantes podrán disfrutar de una recreación escénica de 24 horas en Cafayate

El Sol: Luego de ver a Cafayate desde lo alto, el camino propone un homenaje al sol que ilumina los Valles de esta región. Para ello la pasarela conduce a una nueva instancia del recorrido: un mirador al cielo. Allí puede observarse la sucesión de días y noches a lo largo de un año y la cantidad de jornadas soleadas que se suceden en Cafayate.

El agua: Como un expresivo homenaje al agua, el camino que transitan los visitantes, es en realidad un curso de agua proyectado que se complementa con imágenes que muestran el poder del agua creando vida y obteniendo frutos de la tierra.

Los trabajos del hombre: Una de las producciones escénicas es la destinada a envolver al espectador con las imágenes, los sonidos de una viña en tiempo de la vendimia. La pasarela atraviesa un instalación escénico – audiovisual que recrea un viñedo. Se trata de un túnel de imágenes compuesto por una combinación de elementos escenográficos y escenas especialmente filmadas con la técnica Omnivisión 360°. Cada visitante participa de la vendimia y recibe el saludo cordial de los trabajadores del lugar.

Destino del Vino: Cerrando el recorrido de la Sala 1 y preanunciando el segundo capítulo de la visita al Museo, las uvas cuentan poéticamente su relación con esta región y su historia de amor con la tierra, el agua y el sol de Cafayate. También cómo esos tres elementos y el trabajo de los hombres delinearon su destino de vino. El relato se consuma al proyectarse un film en un escultórico racimo.

Sala 2

Memoria del vino: En el espacio que ocupara el antiguo Museo "La Bodega Encantada", se desarrolla la Sala 2 del Museo denominada: "Memoria del Vino". En ella se cobijan: el pasado, el presente y el futuro del vino de los Valles Calchaquíes. Respetando la arquitectura interior del local y poniendo en valor sus antiguos materiales y revestimientos se implementan en esta Sala una exhibición con diseños y técnicas muy actuales. Un camino de circulación de madera, sobre el piso de ladrillo. Este camino va conduciendo a los visitantes a través de los sectores que organizan la muestra.

Guía Virtual: El visitante se encuentra – en puntos estratégicos del recorrido – con un simpático personaje de unos 25 centímetros de altura que aparece y desaparece mágicamente. Cuando el espectador se detiene delante de él, este personaje virtual le informa sobre algunos temas y pone en valor elementos exhibidos.

Cafayate: Cajón de Agua tierra de vino: A través de una docena de "Cubos de Interpretación Histórica" se cuenta la historia de la vitivinicultura en los Valles Calchaquíes, y el trabajo del hombre a través de los años. Cada uno de los exhibidores encierra un capítulo de esa historia. Bajo un título que define metafóricamente un tema, se agrupan en cada uno de ellos, la historia de un siglo o de una década. Estas historias se cuentan con distintos recursos museológicos y audiovisuales. En una estética composición se exhiben: documentos, fotografías, maquinas originales y recreaciones fílmicas de la utilización de dichas maquinas reconstruyendo la época y sus personajes.

El vino de Altura: secretos y procesos: Una sucesión de maquetas que replican a escala, los ámbitos e instalaciones donde se realizan los procesos de elaboración del vino, ofrecen al visitante una atractiva y a la vez didáctica experiencia: comprender los procesos modernos que se usan en la actualidad, en los Valles Calchaquíes para la elaboración del vino. Se trata de maquetas animadas con recursos audiovisuales. Por los vanos de los galpones, en las aberturas o portones puede observarse el movimiento de operarios, técnicos o elementos en movimientos, que le confieren un dinamismo de gran realismo a la escena.

Varietales de los Valles Calchaquíes: A continuación una ingeniosa instalación escenográfica audiovisual que combina toneles con video proyección en su interior relata al visitante las características de los más importantes varietales que se elaboran en la región.

El vino cuenta su historia: La visita al Museo culmina con un film donde la palabra la tiene el propio vino. Él es, el que finalmente en primera persona cuenta su historia sobre la tierra. El film se exhibe en el interior de un gigantesco tonel (Museo de la Vid y el Vino, 2019).

Capítulo VI – Diagnóstico y evaluación del destino: análisis final y reflexiones

En este trabajo se presentó el proceso de la investigación, el marco teórico y el diseño metodológico de la tesis para integrar el tema que se analiza con las teorías, los enfoques teóricos y otros estudios que anteceden a éste. Luego se efectuó una descripción del proceso histórico de la región y los elementos que dispone para el aprovechamiento de la actividad turística. Se incorporaron fuentes bibliográficas que sustentan los temas abordados permitiendo trazar el escenario actual de los Valles Calchaquíes. Posteriormente, se exhibe la percepción de los demás actores locales respecto al desarrollo del turismo en la provincia de Salta; expresa concordancias y discrepancias entre éstos. En esta etapa del trabajo se procura articular y contrastar todo lo tratado para arribar a una conclusión que permita validar o no lo formulado en la hipótesis que se plantea.

6.1 Análisis: diagnóstico del turismo en la Ruta del Vino de Altura en los Valles Calchaquíes de la provincia de Salta.

Esta investigación persiguió establecer un diagnóstico de la interrelación entre la cultura, el paisaje y el vino en el desarrollo de la demanda del Turismo Enológico, lo que ocasionó la apertura de las bodegas al público proponiendo una mayor oferta de servicios y desarrollo rural. A tales fines, se buscó información que indicara la evolución del proceso turístico de las bodegas, su capacidad competitiva y sus perspectivas. Para ello se dispuso una delimitación temporal (del 2013 al 2018) y se trabajó sobre los objetivos específicos dispuestos. El marco teórico versa sobre los distintos indicadores de la unidad de análisis propuesta. Además, se analizaron las variables con las características de las bodegas: ubicación, actividades y servicios que ofrecen, tipo de clientes entre otras. El método de recolección de datos se realizó mediante entrevistas dentro de la muestra seleccionada, además de observación participante en las bodegas y revisión de documentos oficiales (surgen de la unidad de análisis) conocer su situación actual. Luego, se cotejaron los resultados obtenidos de la revisión bibliográfica, los documentos, la información y testimonios recogidos en el trabajo de campo para contrastar con los objetivos de este estudio y lo establecido en la hipótesis.

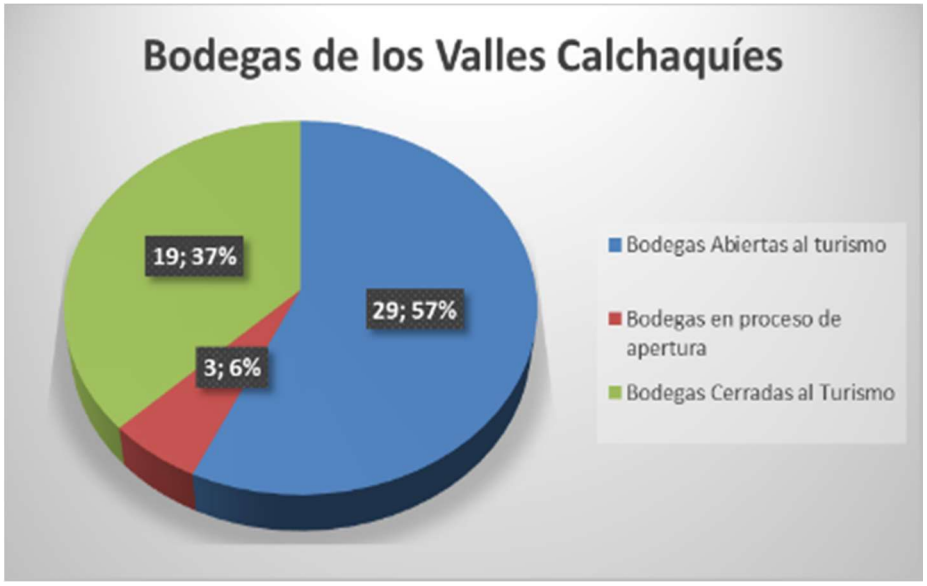
En el año 2005 el gobierno de Salta impulsa la Ruta del Vino de Altura de los Valles Calchaquíes. La Secretaria de Turismo de Salta, adhirió en 2008 al Plan de Consolidación del Enoturismo en Argentina del BID, cuya finalidad es mejorar el desempeño de los actores asociados al turismo del vino y lo promueve junto con el paisaje y la cultura local, como lo postulan el Consejo Deliberante de Maipú, Mendoza (2008), Elías (2006) y Charters y Knight (2002).

El desarrollo y evolución del Turismo Enológico en los Valles Calchaquíes es de crecimiento sostenido como lo postula Bozzani (2012). Así como lo expresado por Elías (2006) donde la oferta, la demanda los beneficios y carencias que este tipo de turismo desarrolla. La importancia de los sectores público y privado, que entienden la relevancia y los beneficios que la actividad turística produce al destino en el corto, mediano y largo plazo.

6.1.1 Análisis de la oferta de las bodegas

De los datos obtenidos en el trabajo de campo al recorrer la Ruta Enoturística de los valles Calchaquíes existen 51 bodegas de las cuales el Instituto Nacional de Vitivinicultura en el año 2018 tenía 44 bodegas elaboradoras registradas. La diferencia surge de las Bodegas Boutique o artesanales. De estas 51 bodegas, 29 están abiertas al Turismo y 3 en proceso de apertura; motivo por el cual se procede a evaluar el resultado de éstas. (Ver anexo 6.1)

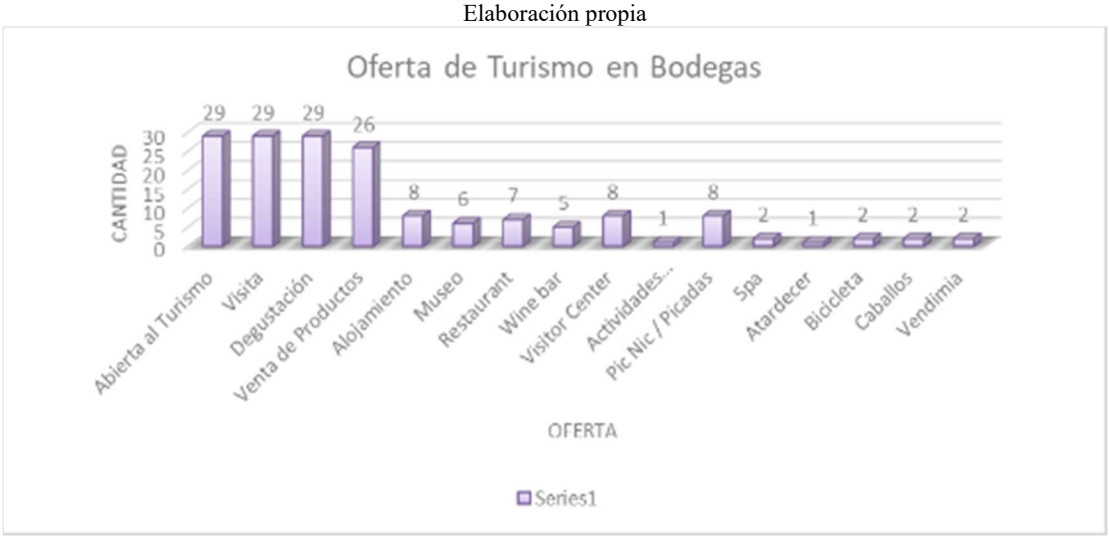
Gráfico 2 Bodegas de los Valles Calchaquíes
Fuente: Elaboración propia



Según la imagen Nº 4[43], se observa que la Secretaría de Turismo de Salta promociona 31 bodegas lo que muestra una diferencia con el relevamiento in situ. Las 2 bodegas faltantes se hallan recientemente cerradas al turismo en forma transitoria por reformas en su infraestructura.

La tendencia de las bodegas es captar más y nuevos turistas, motivo por el cual amplían las actividades que ofrecen para generar un crecimiento en la oferta con el propósito de aumentar las opciones de ocio, deportes, salud y entretenimiento. La propuesta principal y clásica continúa siendo la visita a las instalaciones con degustación de sus vinos. Además, de actividades culturales como exposiciones de arte de artistas locales, servicios de banquetes, eventos corporativos, empresariales y familiares. En el gráfico Nº 2 se exhibe la oferta enoturística que presentan las bodegas analizadas. El 27.6% posee alojamiento, centro de visitantes y ofrecen picnics o picadas en las viñas; el 24% tiene restaurantes. El 20,7% poseen museo y el 3,45% brindan experiencias como: atardeceres en las viñas, paseos en bicicletas o caballos y caminatas entre los viñedos, actividades recreacionales y demás. El 6,9% ofrece servicio de Spa.

Gráfico 3 Oferta enoturística de los Valles Calchaquíes
Elaboración propia



Según lo observado en el trabajo de campo, las bodegas carecen en su mayoría de infraestructura y equipamiento para la práctica del turismo accesible[44] dificultando

[43] Capítulo V pág. 97

[44] **Turismo Accesible**: Aquel que se ofrece a personas con capacidades especiales y movilidad reducida permanentes o transitorios, empleando transportes adaptados para subir y acomodar una o varias sillas de rueda; alojamiento en

de esta manera la posibilidad recreativa de todo visitante que tenga algún tipo de discapacidad. La Ley Provincial Nº 8058/17 y su decreto reglamentario Nº 1731/17 adhiere a la Ley Nacional de Turismo Accesible[45].

Algunas particularidades que se advierten de las bodegas en los Valles Calchaquíes tales como la antigüedad, se observa que la de Colomé (Colomé, Departamento Molinos) es la más antigua (1831) junto con la de Viñas de Animaná (Animaná, Departamento San Carlos) (1850). En cuanto a la extensión de plantación de viñedos, Finca Quara (Cafayate, Departamento análogo) es la principal con 300 ha, le sigue Viñas de Animaná con 250 ha. e Isasmendi (Cachi, Departamento homónimo), por el contrario, es la más pequeña con 3 ha. Cafayate y las localidades aledañas (polo turístico sur del Valle) posee la mayor concentración de establecimientos con 21 bodegas; le sigue Cachi y alrededores (polo turístico norte) en relevancia con 13 bodegas. Por último, la altura de los viñedos del valle en estudio, se extiende desde Tolombón con 1600msnm hacia la zona de Payogasta a los 3111 msnm.

El costo promedio de la Visita a la bodega con degustación de 3 vinos es de $143,53- (equivalente a u$d3.68, valor 1 u$d = $a 39, septiembre 2018). El promedio anual de visitantes a la Ruta del vino de los Valles Calchaquíes es de 7177,64 pasajeros. Las bodegas que mayor cantidad de turistas reciben son Finca Quara, Vasija Secreta y Tierra Colorada porque las visitan contingentes de 60 Pax c/u que realizan el circuito terrestre del NOA pasando por Cafayate desde Salta a Tucumán o viceversa y tienen visita incluida. (Ver anexo 6.3)

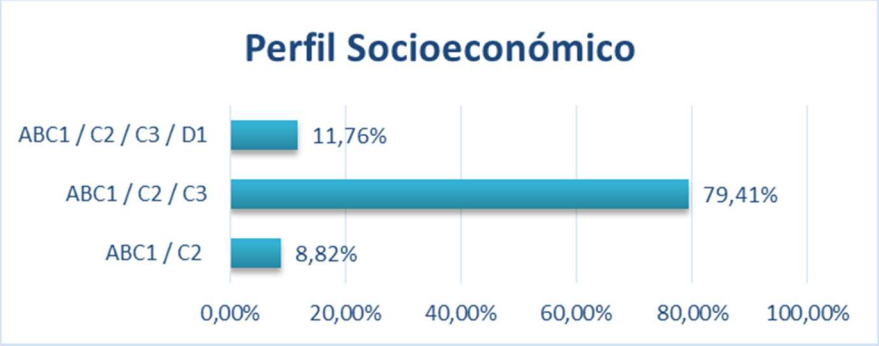
establecimientos que no posean barreras arquitectónicas tales como escaleras, escalones, etc. sino rampas de acceso; habitaciones con puertas por las que pueda entrar y circular una silla de ruedas; bárrales para sostenerse al acostarse, baños amplios con bárrales en bañera o duchas e inodoro, teléfonos con luces para disminuidos auditivos y sordos, letreros y carteles en Braille para ciegos, etc. Ver además Accesibilidad integral, barreras físicas y diseño universal. (Wallingre, N. - Toyos, M., 1998)

[45] **Ley Nacional de Turismo Accesible Nº 25643/02**. Entre los aspectos más importantes establece la obligación a los prestadores de servicios turísticos de informar a personas con discapacidad o familiares las características del paquete a contratar a fin de avanzar en una óptima planificación.

6.1.2 Análisis de los turistas

El perfil socioeconómico de la demanda actual que practica enoturismo según las entrevistas realizadas a las bodegas (gráfico Nº 4) corresponde a un nivel medio-alto y alto. La mayoría de estos visitantes son atraídos por el vino (producto principal que ofrecen las bodegas) y todos los servicios que consumen representa un gasto turístico[46] significativo para el destino. (Ver anexo 6.1.1)

Gráfico 4 Perfil Socioeconómico
Fuente: Elaboración propia



Se realizó encuesta con una muestra aleatoria de 135 turistas provenientes de diferentes provincias argentinas, edades, estado civil, nivel socioeconómico y educativo para determinar el grado de conocimiento del destino e interés. El resultado se puede observar en el Gráfico Nº 5. (Ver anexo 6.4 y 6.5)

Gráfico 5 Encuesta a turistas
Fuente: Elaboración propia

Variable	Resultado
Géreno	En mayor medida fueron las mujeres que accedieron a responder, el 19% hombres.
Edad	La gran mayoría tienen entre 51 y 60 años; le sigue el rango de 41 a 50 años en menor medida los comprendidos entre los 31 a 40 y los mayores a 60 y por último los menores de 30 años.

[46] **Gasto turístico**: según Wallingre y Toyos (1998) es el promedio del gasto diario que realiza el turista. Ello se obtiene mediante el promedio de los servicios que consume en el destino. Este dato se utiliza en función de conocer los ingresos obtenidos por la práctica de la actividad turística en un período de tiempo.

Nacionalidad	Mayormente argentinos
Estado civil	La mayoría (52%) son casado, le siguen los divorciados, luego los solteros y en menor medida otros estados civiles.
Nivel educativo	La gran mayoría de los encuestados son universitarios (38%), le siguen los que obtuvieron nivel terciario (26%), luego los que obtuvieron un posgrado y por último con nivel secundario y primario.
Situación laboral	Los empleados y profesionales igualan en la mayoría (37% cada uno), le siguen los jubilados y en menor escala los estudiantes, empresarios y comerciantes.
¿Cómo viajan?	El 44% viaja en pareja, le sigue en pareja con el 33%, con amigos en menor escala y solos y grupos en menor medida.
Medios para realizar las reservas	En su mayoría (53%) realiza sus reservas por paginas web; le siguen los que lo realizan a través de agencias de viajes y en partes iguales con el 7% con central de reservas y otros medios.
¿Conoce el enoturismo?	Por muy poco margen la mayoría no conoce este tipo de turismo (53%) contra los que conocen (47%)
Ha practicado el enoturismo	El 80% nunca lo practicó contra el 20% que si lo ha hecho.
Actividades a desarrollar en bodega	La gran mayoría quiere visitar el viñedo. Le siguen en importancia la visita a la bodega, realizar cata de vinos; en igualdad de requerimientos las cabalgatas y spa (10%), a un porcentaje menor les interesan los cursos de cata para cerrar con un % que le gustaría participar en la vendimia y otras actividades.
Nivel de conocimiento de vinos	En general (72%) tiene un nivel bajo de conocimiento de vinos, le sigue el nivel intermedio conun 24% y tan sólo una minoría (4%) tiene conocimientos avanzados en vinos.
Oferta enoturística de Salta	En cuanto al conocimiento del enoturísmo en los Valles Calchaquíes, la mayor parte (77%) la desconoce y son en menor medida los que sí la conocen (23%)
Vinos de altura	Más de la mitad (60%) no conoce los vinos de altura. Tan solo el 40% si los conoce.

6.1.3 Entrevista a Organismos Oficiales de Salta

La Directora de Productos Turísticos de la Secretaría de turismo de Salta, Lic. Eleonora Gallardo, comenta que en 2007, la provincia de Salta pasó a integrar el Plan Nacional de Consolidación del Enoturismo en la Argentina (PNCEA), que reúne a todas las rutas del vino de la Argentina. Estas se comprometieron, dentro de sus competencias a prestar cooperación y colaboración mutua para establecer un mecanismo de trabajo que fortalezca el desarrollo del enoturismo en la República Argentina. Coordinado por Bodegas de Argentina S.C., la Secretaría de Turismo de la Nación con el financiamiento del Fondo Multilateral de Inversiones (BID/FOMIN), del Consejo Federal de Inversiones (CFI), las provincias vitivinícolas y varias empresa privadas. El Gobierno de Salta abrió líneas de crédito en 2018 para quienes quisieran aplicar a los mismos. También refiere que se comenzó a trabajar en el 2018 un programa en conjunto con Mendoza, en donde se ofrecían paquetes en ambas provincias. Al preguntarle por la accesibilidad en las bodegas respondió que no se han realizado un relevamiento, pero varias Bodegas de la provincia cuentan con programas de Calidad como SIGO, Buenas Prácticas, Directrices de Competitividad, entre otras. En la mayoría del trayecto hay señalización y postes del 911 por cualquier inconveniente. Los municipios tienen mejor tecnología en cuanto a la comunicación ya que las inversiones que se realizaron para mejorar la planta turística fue mucha. Se trabaja en la promoción de la Ruta del Vino, y en el 2018 empezó el trabajo de desarrollo y posicionamiento de la Ruta del Vino Casero y Artesanal. Las Bodegas que están certificadas con SIGO son: Destilería Etchart, El Esteco, Isasmendi, Sala y Viñas de Payogasta y Viñas de Animaná. (Ver anexo 6.6)

Así mismo, dice que son conscientes que no es buena la cooperación entre los diferentes actores y que las bodegas no todas están trabajando mancomunadamente, es un arduo trabajo. Han tenido una gran aceptación por parte de la Red de Productores Campesinos en generar la participación en la actividad turística de las comunidades de pueblos originarios y campesinos y construir un marco de contención a esta tipología turística, basada en la cosmovisión local de desarrollo y el intercambio respetuoso.

En 2018, el Ministerio de Cultura, Turismo y Deportes de Salta comenzó el Plan de Señalización Turística renovando la cartelería de la Ruta del Vino en los Valles Calchaquíes. Este proyecto se enmarca dentro del PNCEA. Las rutas del vino deben ser publicitados con señalización diseñada especialmente, donde rescaten los valores

patrimoniales, paisajísticos, culturales y medioambientales. El proyecto de renovación de la cartelería de la Ruta del Vino fue consensuado con Bodegas de Salta y las bodegas intervinientes. Se renovará los carteles de sitio en 30 Bodegas, distribuidas en todo el circuito, incluyendo al Museo de la Vid y el Vino en Cafayate, además de carteles de direccionamiento.

También asegura que con la llegada de Piatelli Wineyards se ha despertado el interés por parte de los Bodegas en incrementar la oferta de sus productos turísticos. Si bien la mayoría de las bodegas participan de este circuito, la oferta es muy escasa. Recientemente, algunas de ellas han comenzado a ampliar sus servicios a no solo la visita a la bodega y la cata de sus vinos, sino que han ampliado algunos a paseos en bicicleta y paseos a caballo. Se ha realizado un registro de prestadores de la ruta del vino, pero son pocos los que han alcanzado el estándar necesario para brindar el servicio. El gobierno de Salta abrió durante 2018, líneas de crédito e inversiones para todos aquellos que quisieran aplicar.

6.1.4 Agencias de Turismo

Las agencias de Salta en su mayoría ofrecen visitas de día entero a Cafayate y regreso con visita a una sola bodega. En el Caso de Cachi, lo ofrecen sin bodegas. Muy pocas realizan el recorrido de la Ruta del Vino, tan sólo cinco agencias lo hacen pero como viajes especiales con mínimo 5 pasajeros. En este caso los solicita e cliente y la duración es de 4 días y 3 noches. (Ver anexo 6.7)

Los grupos turismo nacional que se trasladan en ómnibus, que realizan el circuito “Norte Argentino” pasan por Cafayate y visitan una bodega. El enoturista que quiere conocer la ruta del vino, tiene que realizarla con vehículos propios o alquilados. Las temporadas de mayor demanda son los meses de enero, febrero, julio y fines de semana largos. Según las agencias el perfil del turista que realiza estos viajes es mayor de 30 años y con nivel socioeconómico alto y medio-alto.

6.2 Estudio de caso Bodega y Estancia Colomé

Otro punto de interés en esta investigación es el estudio del caso de Estancia Colomé. Quien desarrolla una relación entre el establecimiento vitivinícola, el turismo y la comunidad local que merece ser observado.

Estancia Colomé, se encuentra ubicada dentro del pueblo de Colomé, Departamento de Molinos. Situado a 20 km de centro de dicho departamento y a 29 km de Cachi. (Ver fotos en anexo 6.8)

Historia: Debe su nombre al cacique Columin que actuó en la guerra Calchaquí y habitaba el paraje que ocupa la finca. Don Nicolás Severo de Isasmendi, el último gobernador español en Salta y quien recibió en herencia la Hacienda de Molinos tuvo una hija Ascención Isasmendi y Gorostiaga que nació en Colomé en 1817. Esto indica que ya el lugar era importante. De 1831 data el edificio de la Bodega Colomé. Ascención se casó con José Benjamín Dávalos y les regaló como dote la estancia. Allí se dedicó a fomentar la agricultura, especialmente la vid, para lo cual introdujo nuevas variedades desde Francia, Malbec y Cabernet. Las principales instalaciones de Colomé datan de mediados del siglo XIX (1831), como la sala con sus galerías en arco, los pasillos que comunican con los patios y alas de las habitaciones, tanto familiares como para huéspedes. Todo con paredes de adobe y tejas. Ya durante la presidencia de Bartolomé Mitre, exportaban sus vinos a Francia con la marca Colomé.

En 1998 Donald Hess, empresario suizo, compra su primera finca de 24,500 Ha. en Argentina, El Arenal en Payogasta a 75 km de Colomé. En 2001 compró a Raúl Dávalos la Finca Colomé. Construyó una nueva bodega con tecnología de última generación con prácticas y cuidado artesanal de los vinos. En total componen el Grupo Colomé 154 Ha. De estás viñas 10 Ha son del antiguo viñedo de 1831. La nueva bodega ocupa una superficie de 3.000 m² con capacidad de molienda de 1500 toneladas y elaboración de 960.000 litros distribuidas en tanques de 200 litros hasta 21.600 litros. Sumadas 2000 barricas de roble francés. (Hess family Latin America, 2011). En total la propiedad posee 39.000 Ha.

Bodega y Estancia Colomé impulsa un proyecto social encabezado por el matrimonio de Donald y Ursula Hess que le ha devuelto al pueblo las ganas de quedarse en el lugar y no emigrar a otros lugares en busca de trabajo o de un futuro. Muchos habitantes volvieron a su tierra seducidos por la oportunidad de trabajo fijo y retornar a su pueblo.

Cuando Hess llegó a la Argentina de vacaciones, por casualidad descubrió Bodega Colomé que tenía vida propia, cultura propia y la pobreza de las tierras rurales del norte de la Argentina, donde la desocupación y el aislamiento son una traba para el desarrollo. En menos de dos años planificó y desarrolló una nueva infraestructura que

incluye una estación de energía con una turbina de agua que produce electricidad para el pueblo, la bodega y el hotel estancia.

Hoy en día 435 personas viven en el pueblo y por lo menos un miembro de cada familia trabaja en los viñedos, bodega o el hotel. Hoy en día trabajan 120 personas en el establecimiento. Construyeron un Centro Comunitario Multifuncional con un negocio que provee a los habitantes de mercancías y evita el abuso de los vendedores ambulantes, un horno de barro, una sala de reuniones con una pequeña cantina para las fiestas, baños y teléfono público Construyeron las viviendas de los habitantes de Colomé.; repartidas alrededor de la bodega y dos canchas de Futbol. Edificaron una iglesia para que no tuviesen que trasladarse caminando 20 km hasta la más cercana San Pedro de Nolasco en Molinos.

El matrimonio Hess no quiso imponer su cultura ni costumbres, sino trabajar con la gente y construir el pueblo que ellos querían. Y darle opciones a la gente para que elijan hacer lo que les gusta. Como la educación es un punto fundamental también se construyó con la colaboración de toda la sociedad, una escuela para 134 alumnos de Jardín de Infantes y EGB. Capacitar y educar a la gente del lugar son pilares para quienes integran Bodega Colomé, por lo que durante la jornada de trabajo se dictan clases de inglés para los empleados del hotel, dos horas semanales y por niveles. Hoy también los mecánicos que operan la primera represa con hidroturbinas, que construyó la bodega, fueron formados por la empresa. En un principio era la misma Ursula Hess quien impartía las clases para la comunidad. La bodega posee un club para sus empleados donde la gente desayuna, almuerza y cena todos los días.

Lograron que la intendencia de Molinos les cediera una ambulancia fija en Colomé con los arreglos y mantenimiento a cargo de la empresa. Uno de los preceptos más importantes es no robar ni mentir, y desde la emresa están dispuestosa facilitarle las cosas cuando necesitan ayuda.

Para seguir la tradición y mantener una filosofá semejante a la del lugar, practican la biodinámica,una forma de agricultura natural, basada en los principios del filósofo Rudolf Steiner, donde no utilizan fertilizante, ni contaminan la tierra y trabajan con las fases de la luna. Es una actividad integradora que implica altos costos para la bodega por la mano de obra involucrada y el costo de algunos preparados biodinámicos. Producen 1200 toneladas e abono natural para mejorar el estado organico de la tierra, a

la que respetan y adora como la Pachamama. Además, practican la cría de animales a través de un cuidado pacífico que utiliza medicamentos naturales y homeopáticos.

Crearon la Fundación Colomé, entidad sin fines de lucro, que es el reflejo de los valores de la familia Hess y su compromiso con la comunidad de Colomé. El foco de la fundación son las mujeres y los niños. El objetivo es apoyar a los habitantes en aspectos como alimentación, higiene, salud y educación. También busca que la cultura indígena local, los conocimientos prácticos y las manualidades sean preservadas y enriquecidas. Esta fundación está principalmente solventada por Donald y Ursula Hess, Hess Family Estates AG y donaciones privadas. Un porcentaje de los ingresos por las ventas del vino Colomé Malbec reserva también se destina a la Fundación.

Dentro del área del Departamento de Molinos se han encontrado restos arqueológicos de fragmentos cerémicos, morteros de piedra entre otros objetos. Se conservan restos aislados de paredes de piedra muy deterioradas y pequeños fragmentos cerámicos, que no permiten determinar tipos de estructuras o zonas de concentraciones definidas. Al oeste de las represas de Colomé, sobre una loma de la pendiente del pedemonte del cerro Blanco. Se conservan estructuras habitacionales de muros dobles de piedra, que se extienden tanto por la parte superior de dicha loma como en los declives hacia los cauces secos que la limitan por el norte y el sur. Las estructuras son de planta rectangular de unos 8 m de largo, están dispuestas en forma perpendicular a la pendiente y en algunos casos presentan uno o dos recintos cuadrangulares pequeños, de dos metros de lado, en su interior. Este último tipo de estructuras se presenta en forma más numerosa en el sector superior de la loma.

6.2.1 Gestión de Turismo:

En la entrevista realizada en 2018 a la Gerente de Hospitalidad, Constanza Bearzi, menciona que disponen de un Centro de Visitantes que incluye un *Wine Bar*, tienda de artesanías y "*merchandising*" de la bodega, restaurant con terrazas y visita a los viñedos. Se realizan caminatas, cabalgatas, tenis bochas y otras actividades al aire libre.

Posee alojamiento en la Estancia que posee nueve habitaciones de lujo, cada una con terraza privada., salones de lectura y de juegos, restaurant, piscina, gimnasio. Personal bilingüe, accesibilidad para personas con capacidades diferentes. Huerta que abastece el restaurant y generador de energía eléctrica. (Bearzi, 2018)

Dentro del predio de Colomé se encuentra el Museo James Turrell, que forma parte de la *Hess Collection*, abrió sus puertas en el año 2009. Es el único museo específico en el mundo dedicado a la obra de James Turrell, artista americano que trabaja con la luz y el espacio, con percepciones y el efecto de la luz en distintos colores. Posee nueve salas en un espacio de 1700 m². Este museo de luz brinda una experiencia indescriptible. Cada persona que lo transita recibe diferentes impresiones que lo hacen único.

La visita a la bodega y centro de visitantes tiene una duración de 60 minutos es con costo. Se pueden degustar tres o cinco vinos. El museo abre dos veces al día, a las 15 y a las 17 horas, acompañados por un guía especializado, se puede recorrer el museo James Turrell, comúnmente llamado Museo de las Luces o Museo de la Luz, donde veintiún espacios consecutivos nos ofrecen obras de arte dinámicas.

Vinos que produce:

- Altura Máxima
- Colomé :
    - 1831,
    - Autentico Malbec
    - Estate
    - Torrontés
- Lote Especial
    - Malbec (Colomé)
    - Malbec (El Arenal)
    - Malbec (La Brava)
    - Syrah
    - Tannat
    - Bonarda

6.3 Historia de hoteles.

Otro punto interesante es que de las bodegas abiertas al turismo, tres de ellas comenzaron su actividad primero como cabañas u hotel. Así, por ejemplo Miraluna, en Cachi Adentro abrió sus puertas como cabañas en 2006 y en 2007 comenzó la producción de vinos. En Miraluna, además de ser una excelente opción para hospedarse,

se ofrecen variadas e interesantes actividades que vivifican la estadía: paseos por los viñedos, visita guiada a la bodega, participar de las distintas actividades culturales de los viñedos (podas, raleos, recolección y vendimia, de acuerdo a la época del año, recolección de verduras orgánicas y frutas durante el verano, fiesta de la Pachamama en agosto). Ofrecen el reencuentro con los valores de la naturaleza, la conservación del medio ambiente y la revalorización de las culturas ancestrales del lugar (Ver anexo 6.9.1)

En cuanto a Viñas de Payogasta, antiguamente en el Noroeste Argentino, a los cascos de estancia se los denominaba “salas”. Estas estancias eran agrícola-ganaderas. La Sala de Payogasta, que le dio nombre al pueblo, es una casona reciclada de 1900, que perteneciera a los abuelos delos actuales propietarios. El restaurante se encuentra cruzando la calle y tiene mesas bajo una galería techada en la cual se puede comer al aire libre aún en invierno. Con horno de barro donde cocinan las típicas empanadas y el cabrito. En el año 2007 comenzó a funcionar la bodega, que es boutique y orgánica. (Ver anexo 6.9.2)

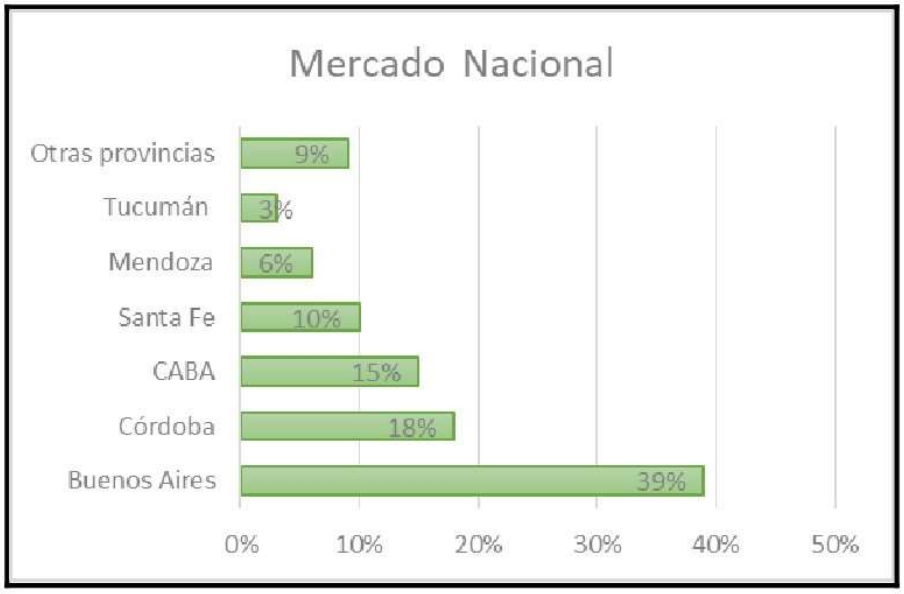
Otro caso interesante es el de la Casa de la Bodega, ubicada en la RN Nº68 a 18km de Cafayate. Es un proyecto que se inició en 1999 creando algo nuevo para la necesidad de los visitantes, con la identidad de los Valles Calchaquíes. Por este motivo utilizaron adobe, piedra caliza y madera de la zona en su construcción. El hotel y la bodega han sido construidos en el mismo edificio, lo que permite a los huéspedes involucrarse aún más en la elaboración de sus vinos. Para llegar hay que cruzar el río Calchaquí ya sea por un puente o directamente sobre el río cuando presenta poco caudal. (Ver anexo 6.9.3)

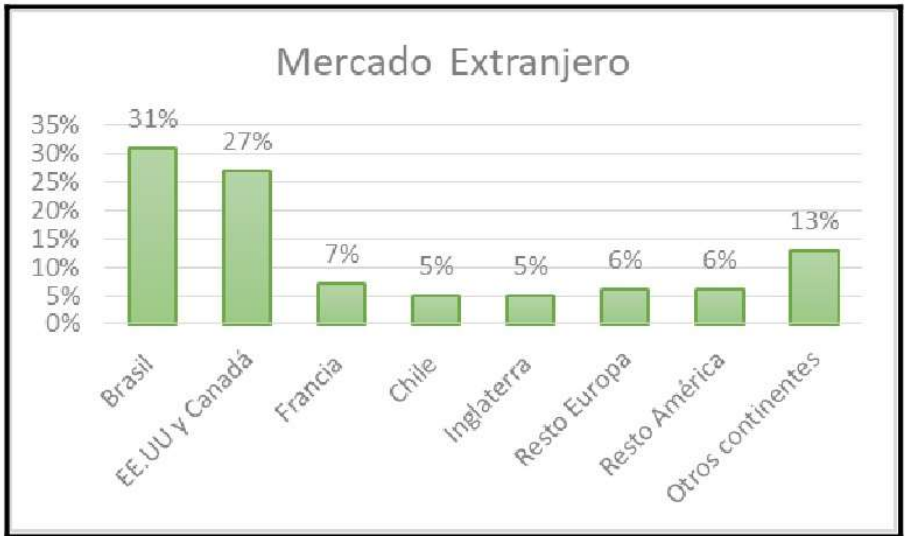
6.4 Demanda

Tipo de Alojamiento	
Hoteles 5*	N/D
Hoteles 3* y 4*	45%
Casas de familiares	11%
Cabañas	10%

Visitas a bodegas	+17%
Tasa media de ocupación mensual	44%
Estadía promedio	1,4 noches
Edad promedio de visitantes	y 40 años

Origen de los turistas
14%
86%
Nacionales
Extranjeros


Mercado Nacional
Otras provincias
9%
Tucumán
3%
Mendoza
6%
Santa Fe
10%
CABA
15%
Córdoba
18%
Buenos Aires
39%
0%
10%
20%
30%
40%
50%


Mercado Extranjero
35%
30%
25%
20%
15%
10%
5%
0%
31%
27%
7%
5%
5%
6%
6%
13%
Brasil
EE.UU y Canadá
Francia
Chile
Inglaterra
Resto Europa
Resto América
Otros continentes

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Rico en Patrimonio tangible e intangible	La creciente demanda de los consumidores de vinos premium
Valores arraigados en las comunidades locales	Producto novedoso
El viñedo se riega por goteo lo que se utiliza menos agua	Oportunidaed de incrementar la economía
Situación geográfica	Utilizar el Patrimonio cultural
Recursos Humanos	Globalización
DEBILIDADES	**AMENAZAS**
Necesidad de desplazarse en auto	Aumento de emprendimientos de capital extranjero
Señalamiento	Desvalorización de los recursos patrominiales
Reducida accesibilidad	Desconfianza frente a la irrupción de nuevos actores de la mano del turismo y del enoturismo
Dificil acceso al Valle de Arriba	Problemas de ordenamiento territorial
Escasos servicios públicos	Crisis económicas
Poca infraestructura en el Valle de Arriba	Destinos turisticos competidores

6.5 Conclusiones

Luego de haber analizado el desarrollo y la evolución del turismo enológico e los Valles Calchaquíes provincia de Salta, y teniendo en cuenta la metodología propuesta, concluyo que la actividad objeto del presente trabajo cuenta con bases y lineamientos sólidos. El desarrollo del Enoturismo asocia a numerosos servicios y atractivas actividades en las zonas colindantes, como ser visita a fincas, observación de aves, sitios arqueológicos, además de fortalecer la gastronomía, el empleo local y otros comercios que se relacionan con el consumo que realizan los turistas entre otros impactos sobresalientes. De esta manera, contribuyen a reafirmar la identidad local, y la proyección de los vinos y su tradición fuera de la región, usando como vehículo a la actividad turística para la introducción de productos y marcas de mercado.

La mitad de los empleos son locales y casi el 80% son mujeres.

Siete de cada diez bodegas son de capital nacional en su totalidad.

El turismo rural es un producto de características singulares, muy difícil de estandarizar y que tiene una larga y amplia cadena de beneficiarios, que se suma al turismo tradicional; por lo cual la Ruta del Vino, viene a constituir un espacio complementario y de integración a los destinos principales de la provincia, fortaleciendo las economías y la cultura local.

La vinculación entre la cultura, el paisaje, producción y servicios turísticos se hace rápidamente en el Enoturismo, aunque su desarrollo estratégico llevará tiempo debido en parte a la poca difusión de la actividad por parte del Estado.

En relación a la oferta disponible, nos encontramos con que el turismo enológico brinda, en primer lugar, un destino sostenible, con gran sensibilidad medioambiental, con una oferta diferenciada de otras actividades turísticas, que se adapta perfectamente tanto a necesidades de la demanda, como también a las necesidades de los productores vitivinícolas. Una variable importante a destacar es la diversidad de actividades que se ofrecen al turista enológico, lo que hace aún más interesante el recorrido.

Luego de transitar el camino desde la Ciudad de Salta hasta Cachi, el mismo presenta diferentes condiciones. Al comienzo la RN Nº68 es asfaltada hasta el desvío hacia la RP Nº 33. Allí comienza el camino de ripio, si bien se encuentra en muy buen estado y puede ser transitado por diferentes vehículos, excluidos los de gran porte (ómnibus y camiones de más de un eje). Presenta muchas curvas y contra curvas hasta llegar a la Piedra del Molino. Desde allí nuevamente el camino es asfaltado hasta llegar a Payogasta. Desde Payogasta en el cruce con la RN Nº 40 se debía por esta última que nuevamente se transforma en camino de ripio hasta la localidad de San Carlos. Desde este lugar hasta Cafayate y luego la RN Nº 68 a la Ciudad de Salta son asfaltadas. Este recorrido en todo su trayecto es muy pintoresco, quitar los tramos de ripio le restaría atractivo a la zona.

6 Recorrido por Cuesta del Obispo

Fuente: http://www.turismoruta40.com.ar

7 RN N°40 desde Cachi a Cafayate

Fuente: http://www.turismoruta40.com.ar

En cuanto al transporte público, la oferta es acotada y no en todo su recorrido. Son dos las empresas que ofrecen el servicio. Una desde Salta a San Carlos pasando por Cachi, Empresa Alé y la otra desde Salta a San Carlos pasando por Cafayate, Empresa Flechabus, ambas privadas. Pero los horarios son también muy acotados, por lo que los pueblerinos acostumbran a pedir que los lleven (hacer dedo).

El potencial vitivinícola de la Argentina se manifiesta en sus paisajes culturales, que hoy se presentan como atractivos destinos turísticos, aportando sus imaginarios y experiencias innovadoras. Los enopaisajes impulsan iniciativas diferentes, donde las

bodegas aparecen como protagonistas de circuitos de turismo, ocio y consumo diferenciado, que abren nuevas dimensiones y dan mayor visibilidad a la ancestral industria del vino. Los valores culturales, sociales, económicos, patrimoniales, ambientales, estéticos, espirituales, identitarios, del Alto Valle, son muy ricos y se expresan de manera diferente.

Hemos visto, estadísticamente, que los visitantes son adultos y adultos mayores, de manera predominante, por lo tanto, entre los factores que falta desarrollar cabe señalarse el encarar los acondicionamientos para que turismo enológico en los Valles Calchaquíes sea parte también del turismo accesible.

Las leyendas y tradiciones de esta región junto con las características climáticas y los habitantes que la integran marcan una región muy particular dentro del territorio argentino. En cada pueblo a lo largo del recorrido se encuentran historias muy ricas de vida. Como la historia de Lobo el "Perro peregrino" de San Carlos. Un ovejero alemán que siguió a sus dueños por 200 km en la peregrinación a la Fiesta del Milagro de Salta. Se perdió en la capital. Los peregrinos hablaron con los distintos medios de comunicación para dar aviso y tratar de ubicarlo, pero debieron regresar a San Carlos sin poder dar con él. Luego de varios días llegó al pueblo, flaco y débil. Los habitantes de San Carlos lo homenajearon con un monolito en la plaza principal del pueblo.

Es por esto que se debe agregar que este tipo de práctica de turismo, se encuadra dentro del turismo de las emociones o de las experiencias ya que brinda una vivencia dentro de las actividades que ofrecen las bodegas. Es protagonista de los trabajos que se realizan y desarrolla un enriquecimiento cultural, personal y de apego al destino. La experiencia es el medio y la emoción es el fin.

Con la información presentada se pretendió indagar sobre la valoración de la hipótesis. Se aprecia que si bien faltan tareas por realizar, el sector enoturístico imparte acciones para consolidar los recursos materiales, económicos y humanos del destino.

Como último aspecto cabe el deseo de que el Paisaje del Viñedo en los Valles Calchaquíes pase a formar parte del Patrimonio Cultural de la UNESCO por la riqueza en su cultura, arqueología y viñedos.

Bibliografía

Acerenza, M. A. (1990). *Agencias de Viajes: Operación y Plan de Negocios.* Mexico: Trillas.

Acerenza, M. Á. (2006). *Conceptualización, origen y evolución del turismo.* México: Trillas.

Albuquerque, F. (2002). *Desarrollo económico territorial: guía para agentes.* Sevilla: Universidad de Sevilla. Instituto de Desarrollo Regional.

Alpizar Padilla, V. A. (2011). *Desarrollo de un producto innovador para el turismo enológico en el estado de Querétaro.* Querétaro: Instituto Politécnico Nacional - Escuela Superior de Turismo Sección de Estudios de Posgrado e Investigación.

Álvarez de la Paz, F. - Reyes Jordán, L. - Gómez Gonzaléz, A. (2005). *Manual Básico de Viticultura en Tacoronte - Acentejo.* Taconte.

America, H. F. (2011). *Colomé Bodega 180 años. 1831-2011.* (G. Oñativia, Trad.) Salta: Cartoon Industria Grafica.

Aquino, P. (14 de septiembre de 2018). Sommelier Bodega Colomé. (M. C. Santos, Entrevistador)

Arévalo, G. y. (2008). *Argentina un gran viñedo. Historia- cata - cepas - bodegas.* Buenos Aires: Albatros.

Argentina, B. d. (2013). *VIII Informe Nacional de Enoturismo de la Republica Argentina.* Mendoza: Bodegas de Argentina.

Arocena, J. (1995). *El desarrollo local, un desafío contemporáneo.* Caracas: Nueva Sociedad - CLAEH.

Baeza, C. (2018). El libro del vino. Madrid: Libsa.

Baptista, B. (2008). La temprana vitivinicultura en Uruguay: surgimiento y consolidación (1870 - 1930). *América Latina en la Historia Económica. Revista de Investigación*(29), 101 - 129. Recuperado el 10 de septiembre de 2019, de https://www.redalyc.org/toc.oa?id=2791&numero=24249

Barlow, R. y Rowlinson, M. (2010). *101 Regiones Vinícolas.* (C. F. Ribes, Trad.) Bath, Gran Bretaña: Parragon.

Barrera, E. (2006). *El Turismo Rural: un agronegocio para el desarrollo de los territorios rurales* (Vol. Capítulo X). (C. Vieytes, Ed.) Argentina: Sudamericana. Recuperado el 22 de septiembre de 2019

Bearzi, C. (17 de septiembre de 2018). (M. C. Santos, Entrevistador)

BID/FOMIN y Bodegas de Argentina. (2007). *Informe Final de Demanda Benchmarking del Enoturismo en la Repblica Argentina.* Argentina: BID/FOMIN.

Bodega Santa Rosa. (2019). Obtenido de http://www.bodegasantarosa.com.uy/social/historia-del-vino-en-uruguay/

Bodegas de Argentina. (s.f.). Obtenido de Bodegas de Argentina: http://www.bodegasdeargentina.org/historia.php

Bormida, E. (2001). *Paisajes culturales de la vid y el vino en Mendoza.* ICAU-FAU Universidad de Mendoza. Mendoza: Universidad de Mendoza.

Bormida, E. (2016). *Arquitectura del paisaje. Bodegas de Mendoza.* Buenos Aires: Lariviere.

Boullon, R. C. (2006). *Planificación del Espacio Turistico* (4° ed.). Mexico, Mexico: Trillas. Recuperado el 22 de marzo de 2014

Bozzani, M. (2012). *Turismo Enológico en Argentina.* Universidad Nacional de Mar del Plata. Mar del Plata: Universidad Nacional de Mar del Plata. Recuperado el Mayo de 2015

Bozzani, M. L. (Noviembre de 2012). Turismo Enológico en Argentina. Mar del Plata, Buenos Aires, Argentina: Universidad Nacional de MAr del Plata.

Calatraba, J. S. (2001). Agroturismo y Desarrollo Rural. Situacion actual, potencial y estratégias en zonas de montaña del sureste español. *Cuadernos de Turismo - Junta de Andalucía*(7), 131-157.

Capece, G. R. (2012). *Turismo: Gestión de la complejidad.* Argentina: Fundación Proturismo.

Catania, A. A. (15 de julio de 2013). *Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria.* Recuperado el 11 de agosto de 2018, de https://inta.gob.ar/documentos/sistemas-de-poda-en-vid-una-eleccion-clave-para-mejorar-la-produccion

CERVIM. (14 de mayo de 2016). Obtenido de http://www.cervim.org/es/vit-cultura-her-ica.aspx

Charters Knight, S. & Ali, J. (2002). Who is the wine tourist? *Tourism Management*, 311-319.

Charters y Ali Knight. (2002). *Who is the wine tourist? Tourism Management.* Australia.

Coca Carasila, A. -S. (2008). Posicionamiento de productos. Caso: Vinos de Altura. Bolivia. *Compendium*(21), 5-33.

Coca Carasila, M.-S. R. (3 de marzo de 2008). Posicionamiento de productos. Caso: vinos de altura Bolivia. (U. C. Alvarado, Ed.) *Revista Cientifica Compendium*(21), 5-24. Obtenido de https://dialnet.unirioja.es/ejemplar/224699

Congreso Internacional de Turismo Enológico. (2007). *Congreso Internacional de Turismo Enológico.* España: CITE.

Consejería de Agricultura, P. y. (2015). *Importancia de la Biodiversidad en el Viñedo Ecológico.* Instituto de Investigación y Formación Agraria y Pesquera, Córdoba, España. Recuperado el 11 de agosto de 2018, de

file:///E:/Downloads/Importancia%20de%20la%20Biodiversidad%20en%20el%20%20Vi%C3%B1edo%20Ecol%C3%B3gico.pdf

Córdoba, G. A.-C. (2008). *Argentina. Un gran viñedo.* Buenos Aires: Ed. Albatros.

Cultura y Turismo de Salta. (16 de marzo de 2016). Obtenido de http://www.turismo.gov.ar

Dal Pizzol, R. y Elías, Luis V. (2016). *Paisagens do vinhedo Rio-Grandense.* Rio Grande do Sul: Ministerio da Cultura.

D'Angelo, F. (11 de noviembre de 2016). (L. M. Santos, Entrevistador) Secretaría De Asuntos Agrarios.

Delso Martines, M. (2015). *Estudio de la influencia del depósito ovoide de hormigó en la elaboración y evolución de vinos blancos.* Facultad de Ciencias Agrarios, Estudios Agroalimentarios e Informática. Logroño: Universidad de La Rioja.

Dengis, J. - Dengis, M. F. (2013). *Vino Argentino. Manual Práctico. Guía completa ilustrada para los amantes del vino.* Buenos Aires: Albatros.

Dirección General de Escuelas. (23 de marzo de 2016). Obtenido de http://www.mendoza.edu.ar/el-aprovechamiento-historico-del-agua-2/

Ecured. (23 de septiembre de 2019). Obtenido de https://www.ecured.cu/T%C3%A9cnicas_de_regad%C3%ADo

Elías, L. V. (2006). *El Turismo del Vino. Otra experiencia de Ocio.* Bilbao: Universidad de Deusta.

Elías, L. V. (2006). *El Turismo del Vino. Otra experiencia de Ocio.* (Primera ed.). Bilbao, España: Universidad de Deusto.

Elías, L. V. (2006). *Turismo del Vino.Otra Experiencia de Ocio.* Bilbao: Universidad de Deusto.

Elías, L. V. (2007). *Una mirada ajena sobre el Turismo del Vino en Argentina.* Mendoza: Fondo Vitivinícola de Mendoza. Obtenido de Fondo Fitivinicola Mendoza: http://areadelvino.com/placas2011/revista-VyVDigita1029.html

Elías, Luis V. y Contreras Villaseñor, Margarita. (2012). *La cultura de la vid en Bolivia. Una propuesta de turismo y el singani.* tarija: J. Miguel Molia G.

Equipo de Trabajo Kawsay. (2005). "METODOLOGÍA PROPIA" EDUCACIÓN PROPIA. Centro de Culturas Originarias kawsay.

Expósito, E. (2013). *Geografía Turística Argentina.* Buenos Aires: Ediciones Turísticas.

Expósito, E. M. (2013). Geografía Turística Argentina. Un recorrido por el país y su patrimonio natural y cultural. En E. M. Expósito, *Geografía Turística Argentina. Un recorrido por el país y su patrimonio natural y cultural.* (págs. 37 - 38). Ciudad de Buenos Aires: Ediciones Turísticas.

Fidel, G. (2016). *Turismo del Vino. la experiencia argentina.* Mendoza: EDIUNC.

Fondo Vitivinícola Mendoza. (2007). *Informe Final - Diagnóstico sobre el Turismo del Vino.* Mendoza.

Fuentelsaz, F y Peiteado, C. (2011). *Un brindis por la tierra. Manual de buenas prácticas.* Madrid: WWF/Adena.

Gabriel, Fidel. (2007). *El enoturismo es mucho más que un tour de bodegas.* Obtenido de Vinos & Viñas N° 1010: http://www.areadelvino.com/placas2011/revista-VyV-Digital-1029.html

Gallardo, E. (16 de diciembre de 2018). Secretaría de Turismo de Salta. (M. C. Santos, Entrevistador)

Getz, D. y Brown, G. (2006). Critical success factors for wine tourism regions: a demand analysis. *Tourist Management*, 146-158.

Girini, L. (2005). Los Caminos del Vino en Mendoza. Una propuesta metodológica para su para la identificación y puesta en valor. *III Congreso de Historia Vitivinícola Uruguaya y I Congreso de Historia Vitivinícola Regional.* Montevideo.

Girini, L. (2010). *Argentina Tiempo de Cosecha. Homenaje a la Vitivinicultura en el Bicentenario de la Patria.* Buenos Aires, Argentina: Josefina Rosner.

Girini, L. (2012). Del Inventario patrimonial a la identificación de rutas enoculturales. El caso del departamento de General San Martin, Mendoza. *Jornadas Nacionales, ICOMOS 2012. Rutas e itinerarios culturales. De la escala regional a los proyectos transnacionales, publicación.* Mendoza. Recuperado el 2018

Gobierno de la Provincia de Salta. (4 de febrero de 2018). Obtenido de http://www.salta.gov.ar/index.php

Hall, M. - Sharples, L. - Cambourne, B. y Macionis, N. (2000). *Wine Tourism Around the World. Developments, managements and markets.* London - New York: Routledge.

Hernández Sampieri, R. y Collado, R. (2010). *Metodología de la Investigación* (5° ed.). Mexico, Mexico: Mc Graw Hill. Recuperado el 2015

Hidalgo Togores, J.-H. F. (2011). *Tratado de Viticultura I* (Vol. I). Málaga: Multi Prensa.

Instituto Nacional de Vitivinicultura. (2018). *Informe anuual de superficie 2018.* Mendoza: Instituto Nacional de Vitivinicultura. Recuperado el 10 de agosto de 2019, de https://www.argentina.gob.ar/inv/vinos/estadisticas/superficie/anuarios

International Organisation of Vine and Wine. (noviembre de 2018). *Functional Biodiversity in the Vineyard.* Recuperado el 12 de agosto de 2019, de Organización de la Viña y el Vino: https://www.vinetur.com/documentos/article/49031/functional-biodiversity-in-the-vineyard-oiv-expertise-docume.pdf

Inversiones Salta. (enero de 2018). Obtenido de http://www.salta.gov.ar

Lacoste, P. (2003). *El vino del inmigrante: los inmigrantes europeos y la industria vitivinícola argentina: su incidencia en la incorporación, difusión y estandarización del uso de toponimios europeos 1852 - 1980.* Mendoza: Consejo Empresario Mendocino - Universidad de Congreso.

Lacoste, P. (2004). La vid y el vino en América del Sur: el desplazamiento de los polos vitivinícolas (siglos XVI al XX). *Universum, 2*(19), 62-93.

Lacoste, P. (2013). Historia del Vino en el Cono Sur de América: identidad y patrimonio. *I Jornada de derecho del Vin y D.O.* Santiago de Chile: Universidad de Santiago de Chile. Recuperado el 25 de septiembre de 2019

Lavaqué de Velasco, D. (2018). *En la cima. Salta y sus vinos.* (1° ed.). Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: The Master Driver Co. Recuperado el 1 de agosto de 2019

Ledhesma, M. (2018). *Tipos de turismo. Nueva clasificacion.* Ciudad de Buemnos Aires.

Liotta, M. (2015). *Manual de capacitación: riego por goteo* (INTA ed.). San Juan: UCAR. Recuperado el septiembre de 2019

López, T. y Guzmán Guzmáni. (2008). La creación de productos turísticos utilizando rutas enológicas. *Pasos, 6*(2), 159 - 171. Obtenido de www.pasosonline.org

Madoery, O. (2007). *Otro desarrollo. El cambio desde las ciudades y las regiones.* Buenos Aires: UNSAM Edita.

Martínez Arnáiz, M. B. (2019). *Criterios de la UNESCO para la declaración de regiones vitícolas como paisaje cultural: su aplicación al caso español.* Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles. Valladolid: Universidad de Valladolid. Recuperado el 17 de junio de 2019, de http://dx.doi.org/10.21138/bage.2614

Mendoza Cuyo. (s.f.). Recuperado el 12 de Julio de 2014, de Mendoza Cuyo: http://www.mendozacuyo.com/historia_del_vino.html

Mendoza Wine Tour and Travel. (s.f.). Recuperado el 10 de Julio de 2014, de Mendoza Wine Tour and Travel: http://www.mendozawinetoursandtravel.com/espanol/regiones-vitivinicolas-mendoza-argentina.htm

Mendoza, S. d. (2008). *Resolucion N° 187/08 Marco Regulatorio sobre los Prestadores de Servicios Turisticos.* Mendoza.

Millán, J. A. (2005). *Técnicas de Investigación aplicadas al sector turístico.* España: Editorial Síntesis.

Ministerio de Turismo - Presidencia de la Nación. (s.f.). *Directrices de Gestión Turística para bodegas.* Buenos Aires.

Minkécich, S. (2009). *Viaje por las Bodegas de Argentina. Guía para enófilos.* Buenos Aires: Imágen Nativa Ediciones SRL.

Minkévich, S. (2009). *Viaje por las bodegas de Argentina. Guia turística para enófilos.* Buenos Aires: Image Nativa Ediciones.

Mintur. (2008). *Directrices de gestión turistica para bodegas*. Recuperado el julio de 2014, de Directrices de gestión turistica para bodegas: http://2016.turismo.gov.ar/wp_turismo/wp-content/uploads/2010/09/directrices_bodegas_08_09_10_simples.pdf

Museo de la Vid y el Vino. (2 de septiembre de 2019). Obtenido de https://www.museodelavidyelvino.gov.ar/

Noemí Wallingre - Mónica Toyos. (1998). *Diccionario de Turismo, hotelería y transportes* (Primera ed.). Ciudad de Buenos Aires, Argentina: Gráfica M.P.S.S.R.L.

Observatorio Caminos del Vino Argentina. (2011). *Informe de turismo Vitivinícola de la Argentina (2007-2011).* Buenos Aires.

Olivas Weston, R. (1993). *Cultura identidad y cocina en el Perú.* Universidad de "San Martín de Porres." Escuela Profesional de Turismo y Hotelería.

Organización Mundial del Turismo - OMT. (1998). *Introducción al Turismo.* Madrid, España: Organización Mundial del Turismo, Madrid.

Parlamento del Mercosur. (2018). Declaración 23/2018., (pág. 4). Cachi.

Parques Nacionales de Argentina. (30 de mayo de 2016). Obtenido de https://www.parquesnacionales.gob.ar/areas-protegidas/

Pérez Lozano, V. M. (2018). *Control biológico de plagas y enfermedades vegetales.* Universidad de Alicante.

Plaza Navamuel, R. L. (2007). El camino del vino en Salta. *Raices, 10*(42).

Portal de Salta. (23 de septiembre de 2018). Obtenido de http://www.portaldesalta.gov.ar

Portal de Salta. (20 de agosto de 2019). Obtenido de http://www.portaldesalta.gov.ar/

Premat, E. d. (2006). La bodega mendocina de los siglos XVII y XVIII. *Universum*(22), 118-135. Recuperado el 25 de septiembre de 2019, de https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0718-23762007000100009&script=sci_arttext

Premat, E. d. (2007). La bodega mendocina de los siglos XVII Y XVIII. *Revista Universum*(22), 118-135. Recuperado el 20 de septiembre de 2016, de https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0718-23762007000100009&script=sci_arttext

Roberto Hernandez Sampieri, Carlos Fernandez Collado. (2006). *Metodología de la Investigación.* Mexico: Mc Graw Hill.

Rowlinson, R. B. (2010). *101 Regiónes Vinícolas.* Barcelona: Parragon.

Sanchez, J. M. (1996). La cerámica exportada a América en el siglo XVI a través de la documentación del Archivo General de Indias. *Laboratorio de Arte*(9), 125-142. Recuperado el 24 de septiembre de 2019, de http://institucional.us.es/revistas/arte/09/08%20sanchez.pdf

Sanz, N. (2012). *El Qhapaq Ñan: Camino del desarrollo andino.* UNESCO.

Schlüter, R. (2008). *Turismo. Una visión integradora.* Buenos Aires: CIET.

Schlüter, R. (2008). *Turismo. Una visión integradora.* Buenos Aires: Centro de Investigacionesy Estudioa Turísticos.

Schlüter, R. G. (2006). *Turismo y Patrimonio Gastronómico. Una perspectiva.* Buenos Aires: CIET - Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos.

Secretaría de Cultura de la Nación. (24 de abril de 2019). *Secretaría de Cultura de la Nación*. Obtenido de https://www.cultura.gob.ar/argentina-es-la-nueva-sede-de-la-secretaria-pro-tempore-de-qhapaq-nan_3903/

Sikora, D. M. (2013). Turismo enológico en Jumilla: planificación estratégica para su desarrollo. *Turismo enológico en Jumilla: planificación estratégica para su desarrollo*. Valencia, España: Universidad Politécnica de Valencia - Escuela Politécnica Superior de Gandia Grado en estión Turística.

Sitio Oficial de Turismo - Gobierno de la Provincia de Salta. (22 de junio de 2016). Obtenido de http://turismo.salta.gov.ar/contenido/71/ruta-del-vino

Tomatis, R. (2005). *Turismo enológico: Servicio de alojamiento en bodegas en Mendoza.* Universidad Abierta Interamericama. UAI.

Tomatis, R. (2005). Turismo enológico: Servicio de alojamiento en bodegas en Mendoza. *Turismo enológico: Servicio de alojamiento en bodegas en Mendoza.* Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Universidad Abierta Interamericana - Facultad de Turismo y Hospitalidad.

UNESCO. (2005). *Directrices rácticas para la aplicación de la Convensión del Patrimonio Mundial.* Paris: Centro del Patrimonio Mundial de la UNESCO.

UNWTO. (s.f.). *Global Conference of Wine Tourism.* UNWTO .

Vazquez Barquero, A. (1998). *Desarrollo local. Una estrategia de creación de empleo.* Madrid: Pirámide.

Viajo por Argentina - Información Turistica de la Argentina. (s.f.). Recuperado el 10 de Julio de 2014, de Viajo por Argentina - Información Turistica de la Argentina: http://www.viajoporargentina.com.ar/vinos_argentinos/men_e.htm

Villareal, P.; Romagnoli, S. y Llorente, A. (2007). *Pautas tecnológicas: vid y análisis económico financiero.* Buenos Aires: INTA.

Vitry, C. (2007). La ruta de Diego de Almagro en el territorio argentino: un aporte desde la perspectiva de los caminos prehispánicos. *REVISTA ESCUELA DE HISTORIA Facultad de Humanidades Universidad Nacional de Salta, 1*(6). Obtenido de https://www.redalyc.org/html/638/63810616/index.html

Wallingre, N. - Toyos, M. (1998). *Diccionario de Turismo, hotelería y transportes* (Primera ed.). Ciudad de Buenos Aires, Argentina: Gráfica M.P.S.S.R.L.

Maestría en Desarrollo y Gestión del Turismo

Tesis de Maestría

Turismo Enológico.

Oferta turística de las bodegas en la Ruta del Vino de Altura de los Valles Calchaquíes, provincia de Salta, República Argentina durante el período 2013 - 2018

Anexo

Director: Dr. Luis V. Elías Pastor

Co- Directora: Dra. Adriana Imperatore

Tesista: Lic. María Cristina Santos

Cohorte: 2013

Contenido

1 Anexo Capítulo I.....5

1.1 Convenio de Cooperación para la Promoción del Turismo del Vino.....5

2 Anexo Capítulo II.....12

2.1 Mapa Regiones Enoturísticas de Argentina.....12

2.2 Tipologías de viñedos.....13

2.2.1 Espaldera.....13

2.2.2 Parral.....13

2.3 Variedades de vid.....14

2.3.1 Uva Torrontés.....14

2.3.2 Uva malbecs.....14

2.4 Paisaje del viñedo del Noroeste Argentino.....15

2.5 Catedra UNESCO de Turismo Cultural.....16

2.6 Informe Qhapaq Ñan. Gobierno de la Provincia de Salta.....16

3 Anexo Capítulo III.....28

3.1 Las partes de la Vid.....28

3.2 Anatomía de la uva.....28

3.3 Bordo y melga en Bodega Colomé.....29

3.4 Vendimia manual.....29

3.5 Cómo se hace el vino.....30

3.6 Cata: vía retronasal.....31

3.7 Aromas del vino.....31

3.8 Tabla de maridaje.....32

Anexo Capítulo IV.....33

4.1 Antigua Bodega Colomé 1831.....33

5 Anexo Capítulo V.....34

5.1 Cultura Salteña:.....34

5.1.1 Peñas Salteñas 34
5.1.2 Serenata a Cafayate 34
5.1.3 La comida: empanadas, humita en chala y locro 34
5.2 La pirca y el adobe 35
5.3 Las artesanías 35
5.3.1 Tinajas y ollas de cerámica 35
5.3.2 Poncho Salteño 36
Fuente: Portal de Salta 36
5.3.3 Cestería 36
5.3.4 Madera de Cardón 36
5.4 Declaración del Parlasur 37
5.5 Registro Provincial de Prestadores de Servicios relacionados a la Ruta del Vino 41
5.6 Museo de la Vid y el Vino 43
Anexo Capítulo VI 45
6.1 Entrevista a Bodegas 45
6.1.1 Resultados obtenidos 46
6.3 Bodegas entrevistadas 49
6.4 Encuesta a Turistas 57
6.5 Resultados 59
6.6 Entrevista Secretaría de Turismo de Salta: 61
6.6.1 Entrevista 1 61
6.6.2 Entrevista 2 63
6.7 Entrevista a Agencias de Viajes y Empresas de Viajes y Turismo 66
6.8 Estudio de caso Bodega y Estancia Colomé 67
6.9 Historia de Hoteles 71
6.9.1 Miraluna Cabañas, Viñedos y Bodega 71
6.9.2 Sala de Payogasta Hotel Boutique & Bodega 72

6.9.3 Hotel Boutique La Casa de la Bodega 73

1 Anexo Capítulo I

SECRETARIA DE TURISMO

1.1 Convenio de Cooperación para la Promoción del Turismo del Vino

El Convenio de Cooperación para la Promoción del turismo del Vino fue suscripto, el 28 de agosto en la provincia de Mendoza, por la Secretaría de turismo de la Nación (SECTUR), el Instituto Nacional de Promoción turística (INPROTUR), el Consejo Federal de Inversiones (CFI) y Bodegas de Argentina Asociación Civil. El objetivo es fortalecer el desarrollo del turismo Enológico en el país y su promoción en el exterior.

La iniciativa tiene como objetivo mejorar el desempeño de los actores ligados al Turismo del Vino e implementar un modelo de gestión integral del Enoturismo, alineado con el Plan Estratégico de Turismo Sustentable, la estrategia Marca País y el Plan de Marketing Turístico Internacional 2008-2010 elaborado por el INPROTUR.

La ejecución del programa estará a cargo de Bodegas de Argentina Asociación Civil. Además quedará conformado un Consejo Consultivo Nacional que integrarán esa asociación civil, la SECTUR, el INPROTUR, y los gobiernos de las provincias de Salta, Catamarca, La Rioja, San Juan, Mendoza, Neuquén y Río Negro. También formarán parte de este cuerpo el CFI, la Corporación Vitivinícola Argentina, Wines of Argentina, la AAAVyT (Asociación Argentina de Agencias de Viajes y Turismo), FEHGRA (Federación Empresaria Hotelera Gastronómica de la República Argentina), la CAT (Cámara Argentina de Turismo), FEDECATUR (Federación de Cámaras de Turismo de la República Argentina) y otras instituciones designadas por la SECTUR.

El convenio estipula, entre las funciones del Consejo Consultivo Nacional, la organización de foros abiertos de información sobre el avance del Programa y la coordinación de actividades con otras iniciativas de desarrollo turísticos, así como garantizar la coherencia y complementariedad en el desarrollo y comercialización de la oferta ecoturística en el país y orientar en aspectos relacionados con los grandes lineamientos de los proyectos.

Convenio Marco de Cooperación entre la Secretaría de turismo de la Presidencia de la Nación (SECTUR), el Instituto Nacional de Promoción turística (INPROTUR), el Consejo Federal de Inversiones (CFI) y Bodegas de Argentina Asociación Civil (B. de A.)

Las partes consideran:

Que le cabe a la SECRETARIA, como organismo nacional, encaminar medidas que permitan el desarrollo turístico del país y la promoción de sus atractivos, posicionando al país con una oferta turística rica y diversa que abarque las expectativas de la demanda interna y externa.

Que el INPROTUR es un ente de derecho público no estatal cuyo objeto es desarrollar y ejecutar los planes, programas y estrategias de promoción del turismo receptivo internacional y de los productos directamente relacionados con él, así como de la imagen turística del país en el exterior.

Que el CFI, por su parte, en cumplimiento con lo enunciado en su Carta Orgánica, impulsa el sector turístico a través de una línea de trabajo específica, destinada a promover el desarrollo de los destinos turísticos de todos los estados provinciales.

Que el turismo ha sido definido por el Gobierno Nacional como sector estratégico para el desarrollo económico y social del país y, como tal, para la promoción de determinados productos claves en la economía nacional.

Que el enoturismo o turismo del vino es un producto altamente potencial para generar desarrollo en las distintas regiones vitivinícolas de la Argentina, que la SECRETARIA ha venido trabajando en ello con el objeto de desarrollar y fomentar la actividad del turismo del vino en el mercado interno e internacional, que el INPROTUR ha desarrollado estrategias específicas de promoción del producto enoturismo con el fin de insertarlo en los ejes de comercialización de los operadores emisivos en el exterior y sobre las campañas de persuasión al público general y prensa.

Que el programa de Consolidación del Enoturismo en la Argentina presentado por BODEGAS DE ARGENTINA ASOCIACION CIVIL tiene como objeto mejorar el desempeño de los actores asociados al turismo del vino e implementar un modelo de gestión integral del enoturismo, específico para la Argentina, alineándose con el Plan Estratégico de Turismo Sustentable, con la estrategia Marca País, determinados en la Ley Nacional de Turismo Nº 25.997, y con el Plan de Marketing Turístico Internacional 2008-2010 elaborado por el INPROTUR.

Que el programa de Consolidación del Enoturismo incluye cuatro componentes básicos, que se detallan en ANEXO UNICO, que forma parte integrante del presente Convenio:

- COMPONENTE I: Desarrollo del Modelo.
- COMPONENTE II: Desarrollo de rutas piloto y productos asociados.
- COMPONENTE III: Calidad de la oferta.
- COMPONENTE IV: Comunicación y comercialización.

Que los actores involucrados en la puesta en marcha del proyecto representan los intereses de las regiones involucradas en el universo público y privado, siendo la unidad ejecutora BODEGAS DE ARGENTINA ASOCIACION CIVIL.

Que BODEGAS DE ARGENTINA ASOCIACION CIVIL cuenta con el apoyo del BID-FOMIN para financiar parte del proyecto, y con la participación de la SECRETARIA, el INPROTUR, el CFI y los gobiernos provinciales de las rutas pilotos (Mendoza, San Juan, Río Negro y Neuquén) y las rutas complementarias (Salta, Catamarca y La Rioja) para financiar el resto del proyecto.

POR TODO ELLO, las partes firmantes acuerdan celebrar el presente CONVENIO MARCO conforme a las siguientes Cláusulas y Condiciones:

PRIMERA: LAS PARTES se comprometen, dentro de sus respectivas competencias, a prestar cooperación y colaboración mutua en virtud del presente CONVENIO para establecer un mecanismo de trabajo que fortalezca el desarrollo del turismo enológico en la República Argentina y la promoción de éste en el exterior.

SEGUNDA: LAS PARTES en forma conjunta, o dos o más cualquiera de ellas, podrán celebrar convenios específicos para acordar los aspectos administrativos y financieros relacionados con los proyectos y actividades concretas que se desarrollen, los que serán incorporados como parte integrante del presente como anexos al mismo.

TERCERA: LAS PARTES mantendrán un canal de comunicación permanente que permita la adecuada coordinación de las iniciativas tendientes a la ejecución de los fines sostenidos en común y, posteriormente, a su seguimiento.

CUARTA: A los fines de implementar lo estipulado en la CLAUSULA SEGUNDA, LAS PARTES designan como responsables operativos, - los que podrán ser sustituídos en cualquier momento previa notificación fehaciente a LA/S otra/s PARTE/S- a la Sra. Patricia Vismara, por la Secretaría; la Lic. Carina Valicati, por el INPROTUR; a la Ing Marta Cecilia Velásquez y el Dr. Diego Causse por el CFI; y al Sr. Gabriel Fidel, por B. de A.

QUINTA: La/s personas afectada/s por cada una de LAS PARTES tendrá/n relación exclusiva en cuanto a recursos humanos, económicos y presupuestarios con el organismo o empresa al que pertenecen, no generando para la/s contraparte/s ningún tipo de compromiso, ni relación de ningún tipo, ni responsabilidad, bajo ningún concepto.

SEXTA: Se deslinda al Estado Nacional, al INPROTUR y al CFI de toda responsabilidad propia o de terceros y de cualquier otro perjuicio, bajo todo concepto,

que pudiera producirse con motivo o en ocasión del desarrollo o cumplimiento del presente convenio.

SEPTIMA: El proyecto de Consolidación del Enoturismo presentado por BODEGAS DE ARGENTINA ASOCIACION CIVIL, como organismo ejecutor, supone una inversión total a desarrollarse en cuatro (4) años —cuyos actos preparatorios se iniciaron a fines del año 2006— de $ 6.415.132,50 (seis millones cuatrocientos quince mil ciento treinta y dos pesos con cincuenta centavos), de los cuales $ 3.245.602,50 (tres millones doscientos cuarenta y cinco mil seiscientos dos pesos con cincuenta centavos) son aportados por Bodegas de Argentina y financiados por el FOMIN en concepto de cooperación técnica no reembolsable y el saldo restante de $ 3.169.530 (tres millones ciento sesenta y nueve mil quinientos treinta pesos) es aportado por el Gobierno Nacional a través de la SECRETARIA, el INPROTUR, el CFI y por los gobiernos provinciales de las rutas pilotos involucradas.

Los aportes de cada parte que intervienen corresponden a:

Bodegas de Argentina Asociación Civil financiadas por BID/FOMIN:	
	$3.245.602,50.-
Contraparte Argentina	
Secretaría de Turismo de la Nación:	$ 790.230.-
INPROTUR:	$336.000.-
Consejo Federal de Inversiones:	$ 472.500.-
Parcial Contraparte:	**$ 1.594.530.-**

OCTAVA: En el presente Convenio el detalle de la Contraparte Argentina es Parcial —conf. CLAUSULA ANTERIOR— debido a que los gobiernos provinciales de las rutas involucradas, instrumentarán por separado el pertinente aporte, el cual asciende a la suma de $ 1.575.000 pesos (un millón quinientos setenta y cinco mil pesos), mediante Convenios de Adhesión al presente.

NOVENA: Los aportes comprometidos serán materializados por la SECRETARIA y el INPROTUR a través de transferencias bancarias contra rendición de las mismas, pudiendo materializar sus aportes también mediante prestaciones de servicios, entendiéndose por tales a: alojamiento, pasajes, traslado u otros servicios de asistencia como así también a acciones promocionales tales como: impresión de folletería, contratación de medios entre otras acciones. Bajo esta modalidad las partes deberán

manifestar su acuerdo tanto del monto estipulado, como así también de los servicios prestados, todos ellos deducibles del importe total comprendido como apoyo a este Programa. El CFI por su parte declara que el aporte comprometido será satisfecho en especie (asistencia técnica, logística, capacitación etc.) y será integrado del siguiente modo: $ 200.000 durante el año 2008 y $ 272.500 durante el año 2009. La SECRETARIA destinará su aporte al desarrollo de diferentes etapas de cada uno de los componentes del programa, el INPROTUR, lo afectará a algunas etapas del desarrollo del COMPONENTE IV (Comunicación y Comercialización), mientras el CFI lo afectará a algunas etapas del componente II (Desarrollo De rutas piloto y productos asociados).

DECIMA: Los aportes a que se hace referencia en la Cláusula anterior serán fijados y sus valores determinados mediante Actas Complementarias al presente, según lo acuerden los responsables operativos que se designan mediante la Cláusula Tercera.

DECIMO PRIMERA: En orden a lo establecido por las Cláusulas Octava y Novena, LAS PARTES reconocen todos aquellos aportes realizados por el INPROTUR para la organización del Encuentro Internacional de Enoturismo y actividades preparatorias realizadas en el año 2007, cuyos valores deberán ser descontados del aporte establecido para El INPROTUR en la Cláusula Sexta y se fijarán mediante Acta Complementaria al presente

DECIMO SEGUNDA: BODEGAS DE ARGENTINA ASOCIACION CIVIL se compromete a administrar los fondos y aportes o prestaciones de servicio para el cumplimiento del objeto del presente convenio, asegurando la concreción del mismo de acuerdo a los cronogramas que se establezcan, quedando a su cargo la rendición semestral de cuentas de la correcta utilización de los fondos mencionados en este convenio, así como el reintegro de lo aportado en caso de no prosperar el Proyecto en tratamiento, ante cada una de LAS PARTES aportantes.

DECIMO TERCERA: El presente convenio podrá ser denunciado por LAS PARTES en cualquier momento. Asimismo podrá ser rescindido por cualquiera de ellas conforme el régimen jurídico exorbitante propio de la Administración Pública, mediante notificación fehaciente a LA/S otra/s PARTE/S, sin que dicha rescisión genere indemnización alguna para ninguna de LAS PARTES. De encontrarse pendientes tareas en curso de ejecución al momento de operarse la rescisión, LAS PARTES determinarán la forma y las medidas necesarias para su ejecución o terminación.

DECIMO CUARTA: LAS PARTES revisten independencia total presupuestaria, económica y financiera, no respondiendo solidariamente bajo ningún concepto ni

concordante ni concomitante ante la falta o incumplimiento parcial o total de las otras PARTES, resultando en tal caso, BODEGAS DE ARGENTINA ASOCIACION CIVIL, como unidad ejecutora, quien se encargue de realizar o gestionar los aportes extraordinarios, bajo apercibimiento de proceder a la restitución o reintegro de lo aportado por la SECRETARIA, el CFI y el INPROTUR.

DECIMO QUINTA: La ejecución del programa estará a cargo de BODEGAS DE ARGENTINA ASOCIACION CIVIL, quien asignará un Coordinador General del Programa. Además, se instalará un Consejo Consultivo Nacional.

DECIMO SEXTA: El Consejo Consultivo Nacional se deberá reunir trimestralmente y estará integrado por: Bodegas de Argentina Asociación Civil; Secretaría de Turismo de la Presidencia de la Nación; Instituto Nacional de Promoción Turística; Gobierno de la Provincia de Salta; Gobierno de la Provincia de Catamarca; Gobierno de la Provincia de La Rioja; Gobierno de la Provincia de San Juan; Gobierno de la Provincia de Mendoza; Gobierno de la Provincia de Neuquén; Gobierno de la Provincia de Río Negro; Consejo Federal de Inversiones; Corporación Vitivinícola Argentina; Wines of Argentina; Asociación Argentina de Agencias de Viajes y Turismo; Federación Empresaria Hotelera Gastronómica de la República Argentina; Cámara Argentina de Turismo; Federación de Cámaras de Turismo de la República Argentina y aquellas otras instituciones que designe la Secretaría de Turismo de la Presidencia de la Nación.

DECIMO SEPTIMA: Serán funciones del Consejo Consultivo Nacional:

- Organizar foros abiertos de información sobre el avance del Programa,
- Coordinar las actividades de los diferentes componentes con otras iniciativas de desarrollo turístico o de encadenamiento productivo en turismo, que se estén dando en las provincias beneficiarias del proyecto,
- Garantizar la coherencia y complementariedad en el desarrollo y comercialización de la oferta enoturística en Argentina,
- Orientar en aspectos relacionados con los grandes lineamientos del proyecto,
- Ayudar a identificar y eventualmente proporcionar recursos adicionales para apoyar el proyecto así como para asegurar la sostenibilidad del mismo una vez que culmine la financiación de FOMIN,
- Validar las acciones que resulten del desarrollo del proyecto y
- Facilitar la ejecución de las acciones de cada componente.

DECIMO OCTAVA: la SECRETARIA, el INPROTUR y el CFI designarán a sus representantes ante el Consejo Consultivo Nacional, mediante nota que oportunamente dirigirán a BODEGAS DE ARGENTINA ASOCIACION CIVIL.

DECIMO NOVENA: BODEGAS DE ARGENTINA ASOCIACION CIVIL, como organismo ejecutor del programa, diseñará y establecerá el funcionamiento de Consejos —por ej. el Consultivo Nacional— y consensuará el funcionamiento de los mismos, llevando a cabo las articulaciones con entidades que contribuyan a alcanzar los objetivos de la operación y generando procesos de consenso empresarial e institucional. Todo ello de conformidad con el Reglamento Operativo preexistente, al que deberán remitirse las mismas por cuestiones técnicas y/o interpretativas**.**

VIGESIMA: Sin perjuicio de los actos ya cumplidos, a los que se refieren las cláusulas SEXTA y DECIMA, el presente CONVENIO MARCO tendrá la duración prevista para la ejecución del Proyecto. Adquirirá plena vigencia a partir de las adhesiones que formulen los gobiernos provinciales involucrados respecto de cada uno de ellos y, en todo lo establecido por las Cláusulas Décima a Décimo Tercera, comenzará a regir a partir del día de su firma.

VIGESIMO PRIMERA: LAS PARTES acuerdan que para el caso de controversias que pudieran originarse en cuanto a la aplicación y/o interpretación del presente, agotarán en primera instancia todas las medidas pacíficas para la solución de diferencias que pudieren generarse, de conformidad con lo establecido por el art. 18 de la ley 23.982 y su decreto Reglamentario, el Decreto Nº 411/80 y sus modificatorios y/o complementarios. En su defecto, se someterán a la Jurisdicción de los Tribunales Federales de la Capital Federal, renunciando expresamente a cualquier otro fuero y/o jurisdicción.

2 Anexo Capítulo II

2.1 Mapa Regiones Enoturísticas de Argentina

Fuente: Wines of Argentina

2.2 Tipologías de viñedos

2.2.1 Espaldera

Fuente: Fotografía María C. Santos
Noviembre 2016

2.2.2 Parral

Fuente: Fotografía María C. Santos
Noviembre 2016

2.3 Variedades de vid

2.3.1 Uva Torrontés

Fuente: https://www.catadelvino.com

2.3.2 Uva malbecs

Fuente: https://www.catadelvino.com

2.4 Paisaje del viñedo del Noroeste Argentino

1 Viñedos de Bodega Colomé
Fuente: Foto de María C. Santos

2 Viñedos de Bodega San Pedro Yacochuya
Fuente: Foto de María C. Santos

2.5 Catedra UNESCO de Turismo Cultural

2.6 Informe Qhapaq Ñan. Gobierno de la Provincia de Salta

1. Antecedentes

A lo largo de la cordillera andina, desde Ecuador hasta la distante Mendoza, atravesando los más agrestes y variados paisajes, salvando vados abismales, cruzando pantanos, lagos, desiertos, altas cumbres y tupidas selvas, se dibuja sobre el paisaje una red de caminos de por lo menos 23.000 kilómetros de extensión.

El Qhapaq ñan o Inka ñan (camino del Inca) era en realidad mucho mas que una simple vialidad que unía las diferentes geografías y ecosistemas del Tahuantinsuyu, representaba la presencia simbólica del poder y autoridad del Estado Inca, cuyo uso era exclusivo de sus miembros, existiendo un riguroso control mediante puestos de observación y vigilancia distribuidos de manera equidistante y conectados visualmente entre sí. Además, los Tampus o Tambos que eran los alojamientos para el Inca o los viajeros en misión oficial, como así también especies de depósitos donde se almacenaba comida, leña, forraje, ropas, armas y otros tantos productos necesarios para el incanato y su sistema de control estatal.

Los caminos incaicos fueron erigidos con una finalidad práctica en función del **tráfico pedestre** de hombres (entre los que se encuentran los conocidos chasquis o mensajeros) y animales, es decir las llamas, que con su capacidad de transportar entre 30 y 40 Kg en su lomo, eran muy utilizadas para el traslado de minerales y productos de toda índole entre diferentes regiones del imperio.

A pesar de los miles de kilómetros en que se entretejen estos caminos arqueológicos existen similitudes constructivas que los hacen característicos y únicos. Donde el terreno era aplanado trazaban una recta perfecta, a veces de varios kilómetros como el caso de la recta de Tin Tin, actual ruta vehicular de los Valles Calchaquíes que fuera otrora camino precolombino; otro elemento distintivo fue el de unir dos puntos o localidades empleando la menor distancia posible, sin por ello olvidar u obviar la disponibilidad de agua y la menor inclinación del terreno. Las diferentes técnicas aplicadas a la construcción de

estos caminos se adaptaban sobremanera a los viajeros, cuyo objetivo se orientaba a reducir a la mínima expresión el esfuerzo y desgaste físico

Aunque otras culturas como los Mochicas o Tiahuanacos ya poseían sistemas viales, fueron los Incas quienes mejoraron y adaptaron lo existente, construyeron otro tanto donde fue necesario y potenciaron toda la red vial con un sentido geopolítico y logístico estatal asombroso, hecho que no deja de sorprendernos y causar admiración.

Fuente: Fragmento del Articulo: "Los ancestrales caminos incas como patrimonio de la humanidad. El Proyecto Qhapaq Ñan – Sistema vial andino". Christian Vitry.

¿Qué es y qué significa Qhapaq Ñan?

Qhapaq Ñan significa **"camino (*ñan*) principal (*qhapaq*)"** en lengua quechua y se refiere al camino andino prehispánico que llegó a recorrer cerca de 6000kms en sentido norte-sur. Alcanzó su máxima extensión en la etapa incaica, por lo que es frecuente que se lo mencione como Camino del Inca. Sin embargo, muchos de sus tramos son anteriores y su historia comienza hace mucho más de 2000 años.

Los Incas

La expansión de los incas comenzó en el siglo XV con una rápida conquista de territorios circundantes al Cuzco.

Siguió con la anexión de áreas a ambos lados de los Andes peruanos y concluyó con la conquista de un territorio de 5 mil kilómetros de largo, que se extendía desde Colombia hasta Santiago.

En su momento de mayor esplendor, el estado Inca conocido como Tawantinsuyu, abarcaba cuatro grandes regiones o divisiones territoriales: Chinchaysuyu, Condesuyu, Collasuyu y Antisuyu.

La planificación física del Tawantinsuyu permitió su real ocupación territorial, **asegurando las comunicaciones** entre las más apartadas regiones del estado, **garantizando su seguridad** y **abastecimiento** y permitiendo su **administración. Para ello se generó la red vial.**

2. Un legado que nos llega a nuestros días

Pese a los siglos transcurridos desde la llegada de los españoles al continente, muchos tramos de caminos incas han sobrevivido en el noroeste argentino y resto de la cordillera. Hoy constituyen un legado patrimonial de gran importancia para nosotros y las generaciones futuras.

¿Dónde lo encontramos hoy en día?

El sistema vial que surgió durante el Imperio incaico enlazó y mejoró caminos preexistentes, pero se construyeron también otros miles de kilómetros nuevos. El Camino Principal Andino transitaba por **el área serrana**, y todavía hoy **puede rastrearse desde**

Quito (Ecuador) hasta Mendoza (Argentina). Ecuador, Colombia, Perú, Bolivia, Chile y la Argentina conservan sus trazados.

El Camino o Sistema Vial Andino **en la Argentina** recorre siete provincias: **Jujuy, Salta, Tucumán, Catamarca, La Rioja, San Juan y Mendoza.**

El Qhapaq Ñan ingresa a Argentina desde Bolivia por Calahoyo y sale a Chile por Uspallata, recorre parte de la Puna de Jujuy, pasa por los grandes valles de Salta, Tucumán, Catamarca y La Rioja, sigue por el territorio de San Juan, para finalmente tomar rumbo al Oeste en Mendoza y abandonar el territorio argentino.

3. El Proyecto Qhapaq Ñan

El Proyecto Qhapaq Ñan se inicia en el año 2002 a través de una instancia de integración entre los países de Argentina, Perú, Bolivia, Chile, Colombia y Ecuador. Tiene el objetivo principal de investigar, reconocer el valor patrimonial y conservar el Qhapaq Ñan a través del trabajo conjunto de los Estados Nacionales, Provinciales y las Comunidades locales.

Este Proyecto promovió su inclusión en la Lista de Patrimonio Mundial de la Unesco.

Desde ese momento se realizaron numerosas reuniones internacionales de expertos sobre el proceso de nominación del Qhapaq Ñan como Patrimonio Mundial. Gracias a estas reuniones, los gobiernos de los países participantes consensuaron los principios fundamentales para desarrollar exitosamente el proceso inicial de caracterización general de los sitios y tramos del camino que serían propuestos.

En el ámbito del Ministerio de Cultura de la Nación, con la participación de las Provincias, se ha ido definiendo la estrategia de trabajo, reconociendo y delimitando los sitios y tramos involucrados en las jurisdicciones provinciales, y generando diversas reuniones intergubernamentales para acompañar el avance del proceso, la última de las cuales se realizó en la provincia de Salta, en Mayo de 2014.

¿Qué significa estar incluido en la Lista de Patrimonio Mundial?

Cuando hablamos de patrimonio estamos refiriéndonos a una herencia, a un legado "prestado" que tenemos la obligación de cuidar para que nuestros hijos y las generaciones venideras puedan disfrutar de los mismos de la misma manera – o mejor- que nosotros.

En el año 2001, Perú tomó la iniciativa de inscribir el Qhapaq Ñan en su lista tentativa para presentar ante el Comité de Patrimonio Mundial de la UNESCO. Dicha iniciativa recibió posteriormente la adhesión del resto de los países.

La UNESCO, desde hace cuatro décadas, viene entregando la distinción de **Patrimonio de la Humanidad** a numerosos bienes y lugares de todo el mundo. En la actualidad existe un total de **981 sitios distribuídos** en cerca de doscientos países, en América Latina y el Caribe hay 127 sitios reconocidos como Patrimonio de la humanidad. México cuenta con 31 sitios, convirtiéndose en el primer lugar de toda América seguido por Estados Unidos (21), Brasil (19), y Canadá (16) y el sexto lugar en el mundo solo detrás de Italia (47), España (44), China (43), Francia (38), y Alemania (38). **Argentina posee 8 sitios declarados patrimonio de la humanidad. <u>De ellos ninguna se ubica en Salta.</u>**

La iniciativa de estos seis países se convierte en **un compromiso patrimonial y social sin precedentes a nivel mundial.** No existen antecedentes en UNESCO de que seis países presenten en forma conjunta un expediente con un patrimonio compartido. Tampoco existen acuerdos entre los seis países andinos para trabajar en forma conjunta a favor del patrimonio.

4. El Programa Qhapaq Ñan en la Provincia de Salta

4.1. Los sitios seleccionados de ARGENTINA para integrar el Proyecto presentado ante la UNESCO

El Programa involucra a siete provincias con sus caminos andinos y sitios arqueológicos asociados:

1. Catamarca: Pucará de Aconquija.
2. Jujuy: Santa Ana – Valle Colorado
3. La Rioja: Los Corrales – Las Pircas. Tambo Pampa Real.
4. Mendoza: Ciénaga de Yalguaraz – Puente del Inca
5. San Juan: Angualasto – Colangüil. Llano de los Leones en el Parque Nacional San Guillermo.
6. Salta: Santa Rosa de Tastil – Potrero de Payogasta – Los Graneros de La Poma y el Complejo Ceremonial del Volcán Llullaillaco.
7. Tucumán: Complejo arqueológico La Ciudacita

4.2. Los sitios seleccionados de SALTA para integrar el Proyecto presentado ante la UNESCO

a. Subtramo Santa Rosa de Tastil – Potrero de Payogasta – Los Graneros de La Poma:

b Sección Complejo Ceremonial del Volcán Llullaillaco (7,5kms):

Esta sección de camino ceremonial alto andino empieza en la base del "*Apu*" Volcán Llullaillaco en un tambo, sitio arqueológico incaico, y sigue subiendo hacia la cumbre pasando por otros sitios asociados para llegar al final al adoratorio de altura donde se descubrieron los Niños del Llullaillaco sacrificados en el marco del ritual de la *Capacocha*

¿Qué criterios definen el *Valor Universal Excepcional*?

1. Mostrar un importante intercambio de valores humanos, a lo largo de un período de tiempo o en un área cultural del mundo, sobre los desarrollos en arquitectura o tecnología, artes monumentales, planificación urbana o diseño paisajístico.
2. Ser testimonio único o por último excepcional de una tradición cultural o de una civilización que sobrevive o que ha desaparecido.
3. Ser un ejemplo sobresaliente de un tipo de edificación, conjunto arquitectónico o tecnológico o de paisaje que ilustra una fase(s) significativa(s) de la historia humana

¿Cuál es el Valor Excepcional de los sitios de Salta?

Volcán Llullaillaco (6.739 metros)

Es el más alto de las 200 montañas con restos arqueológicos de la cordillera de los Andes.

Alberga los restos arqueológicos más altos del mundo.

Caminos ceremoniales

Posee segmentos de camino desde la base hasta la cumbre, constituyéndose en el sistema vial más alto del mundo

Niños del Llullaillaco y objetos asociados

Cuerpos ofrendados en excelente estado de conservación

Los cuerpos y objetos se encontraban sin alteración al momento del hallazgo
Criopreservación

Sistema de criopreservación único en el mundo

Investigaciones de gran importancia relacionadas con la conservación Tastil

Exponente del máximo desarrollo logrado antes de los Incas Poblado prehispánico más densamente poblado del país

Muestra el momento de contacto entre los Incas y los locales

Concentra más de 7000 bloques con grabados rupestres, siendo el mayor del país y uno de los más grandes de América.

Fue un punto importante en la movilidad de los caravaneros que unieron regiones tan distantes como el océano Pacífico y la zona de la selva montaña o yunga.

Tastil – Ingañán Potrero de Payogasta

Representa la puerta de entrada y salida de la región altiplánica y valle Calchaquí Acceso a lo que fue la antigua capital inca de Chicuana

Camino inca que sigue utilizándose por los pobladores locales como única vía de acceso Valor histórico por ser el lugar de paso de los conquistadores Diego de Almagro, Diego de Rojas

Potrero de Payogasta

Centro administrativo Inca estatal con todos los atributos arquitectónicos que lo definen (Kallanca, plaza, ushnu, collcas), emplazado en un lugar estratégico para la administración y el control, en todo los Andes existen poco más de veinte de estos centros administrativos.

Estructura arqueológica prehispánica más alta de la Argentina

En el país hay solo dos hastiales de kallancas que se mantienen en pie sin haber sido intervenidos: Potrero de Payogasta y Las Capillas. Ambas en Salta.

Los Graneros de La Poma

Representa el complejo sistema de almacenaje y redistribución de los Incas

Sus características constructivas lo convierten en un tipo único en todo los Andes

Se piensa que no fueron depósitos comunes, sino de la elite gobernante e incluso como depósitos del sol, para conservar los productos que se iban a ofrendar a las deidades

4.3. La gestión

A nivel nacional, el Programa se desarrolla en el ámbito del Instituto Nacional de Antropología y Pensamiento Latinoamericano (INAPL) dependiente de la Dirección Nacional de Patrimonio y Museos del Ministerio de Cultura de la Nación, en conjunto con un Comité Técnico Nacional Argentino (conformado por especialistas en diversas áreas e instituciones) y las siete provincias involucradas.

En el caso de la Provincia de Salta, el Programa Qhapaq Ñan – Sistema Vial Andino, esta **formalizado desde el año 2008** y se desarrolla en la Dirección General de Patrimonio Cultural de la Secretaria de Cultura del Ministerio de Cultura y Turismo. El Equipo Técnico está compuesto de varios profesionales con especializaciones muy diversas

4.4. La participación de la sociedad

El Programa Qhapaq Ñan prevé que las sociedades locales estén presentes activamente en la gestión y en el cuidado del patrimonio. Al mismo tiempo, se propone lograr el desarrollo local y sustentable y la mejora de su calidad de vida.

Cabe destacar que desde el año 2007 el Equipo Técnico del programa Qhapaq Ñan Salta recorre las localidades asociadas a los caminos andinos seleccionados por el programa para registrar los diversos aspectos de la cultura local y organizar la participación comunitaria.

Para ello se han generado las UNIDADES de GESTIÓN LOCALES, que tienen como objeto crear un espacio de trabajo entre el Estado y la sociedad local para tomar decisiones consensuadas y para la formulación e implementación del plan gestión y conservación de los tramos de caminos y sitios arqueológicos asociados del Qhapaq Ñan. En la actualidad ya existe la UGL de Santa Rosa de Tastil, Potrero de Payogasta y Tolar Grande.

Para ello se han generado las UNIDADES de GESTIÓN LOCALES, que tienen como objeto crear un espacio de trabajo entre el Estado y la sociedad local para tomar decisiones consensuadas y para la formulación e implementación del plan gestión y conservación de los tramos de caminos y sitios arqueológicos asociados del Qhapaq Ñan. En la actualidad ya existe la UGL de Santa Rosa de Tastil, Potrero de Payogasta y Tolar Grande.

También está prevista la conformación de la UNIDAD DE GESTIÓN PROVINCIAL en donde se convocará a organismos vinculados al Proyecto.

Algunas actividades desarrolladas:

1. Talleres participativos con los pobladores locales sobre la conservación y preservación del Patrimonio Cultural y Natural del Qhapaq Ñan.
2. Conformación de las Unidades de Gestión Provincial y Local (UGP y UGL)
3. Formalización de la Red de Escuelas del Qhapaq Ñan. Capacitación a docentes y talleres con alumnos. Charlas.
4. Formalización de la Red de Museos relacionados al Qhapaq Ñan (Cachi, Santa Rosa de Tastil y MAAM)
5. Capacitación para los pobladores interesados en la conservación y preservación de los subtramos del Qhapaq Ñan y sitios arqueológicos asociados bajo el concepto de “Custodios del Qhapaq Ñan”.
6. Capacitación para los pobladores sobre Turismo Sustentable.

Algunas comunidades, especialmente en Quebrada del Toro han manifestado en reiteradas oportunidades sus demandas en pos de mejorar la infraestructura de agua y saneaminento. Existen distintas demandas respecto a la tenencia de la tierra y muchos manifestaron sus preocupaciones al respecto. El Programa cuenta con un estudio respecto al tema dominial de los terrenos impactados por el programa.

4.5. El Uso Público / Turístico

El Ministerio de Turismo de la Nación con los aportes de las Áreas de Turismo de las Provincias elaboró el PLAN DE USO PÚBLICO DEL QHAPAQ ÑAN - SISTEMA VIAL ANDINO para la ARGENTINA.En este marco, se seguirá trabajando en la elaboración de las Planes de Uso Público para cada tramo del Camino.

En la actualidad, a nivel de uso público, el Qhapaq Ñan en Salta presenta las siguientes alternativas:

a. Para el Subtramo Santa Rosa de Tastil – Potrero de Payogasta – Los Graneros de La Poma:

1. Visita a Sitios: en la actualidad el único sitio que se encuentra en condiciones de recibir visitas es: Santa Rosa de Tastil. En los últimos años a través de un acuerdo conjunto entre Nación, Provincia y Municipio se han realizado las obras que han permitido la reapertura del Museo de Sitio totalmente refuncionalizado y la puesta en valor a través de cartelería e infraestructura de apoyo para el control en el Sitio Arqueológico. Estas obras se sostienen con el nombramiento del personal adecuado para su atención.
2. Visita a Museos:

a. Museo de Sitio de Santa Rosa de Tastail, que también cuenta con una sala dedicada al programa.

b. Para la Sección Complejo Ceremonial del Volcán Llullaillaco (7,5kms).

3. Visita a Museos

a. Museo de Arquelogogía de Alta Montaña (Maam) en la Ciudad de Salta.

El resto de los Sitios (Potrero de Payogasta y Graneros de La Poma) no están preparados todavía para su visitación turística.

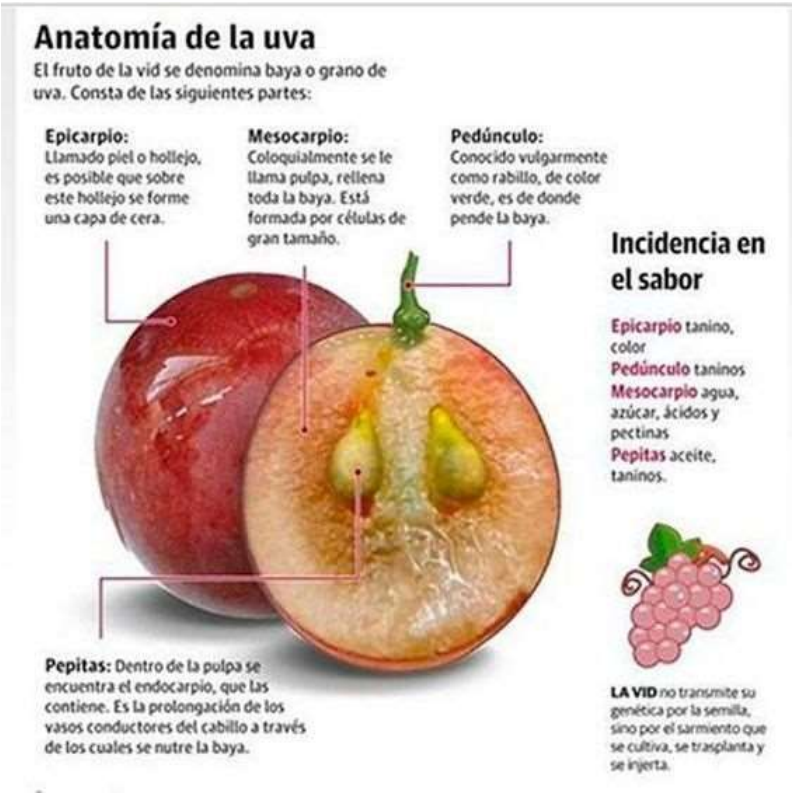
El desarrollo turístico se enmarca dentro de las posibilidades de que las comunidades cercanas a los sitios y tramos del camino puedan mejorar su calidad de vida. Bajo este concepto se trabajan modalidades como el

montañismo y senderismo, el turismo rural comunitario, la gastronomía, las manifestaciones artesanales y en especial la posibilidad de generar espacios para la interpretación, el conocimiento y la valoración de este patrimonio y la posibilidad de poder vivenciar algunos tramos de estos caminos

3 Anexo Capítulo III

3.1 Las partes de la Vid

3.2 Anatomía de la uva



3.3 Bordo y melga en Bodega Colomé

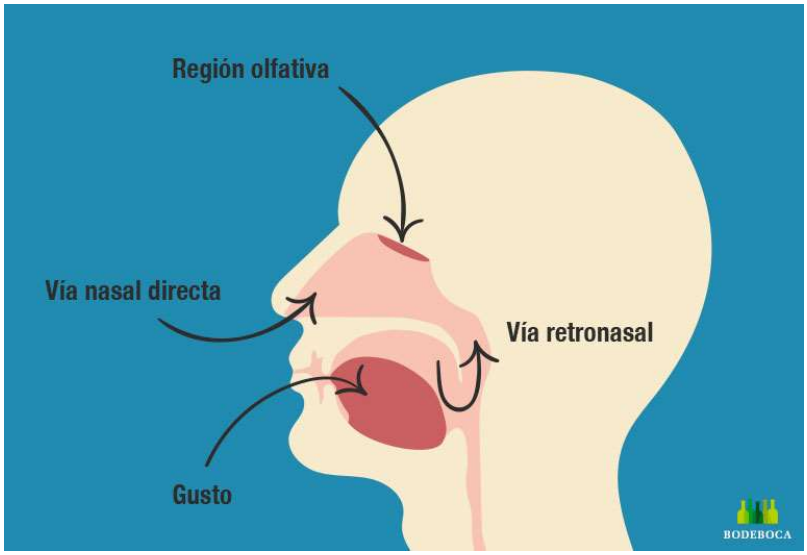
Fuente: cedida por Bodega Colomé

3.4 Vendimia manual

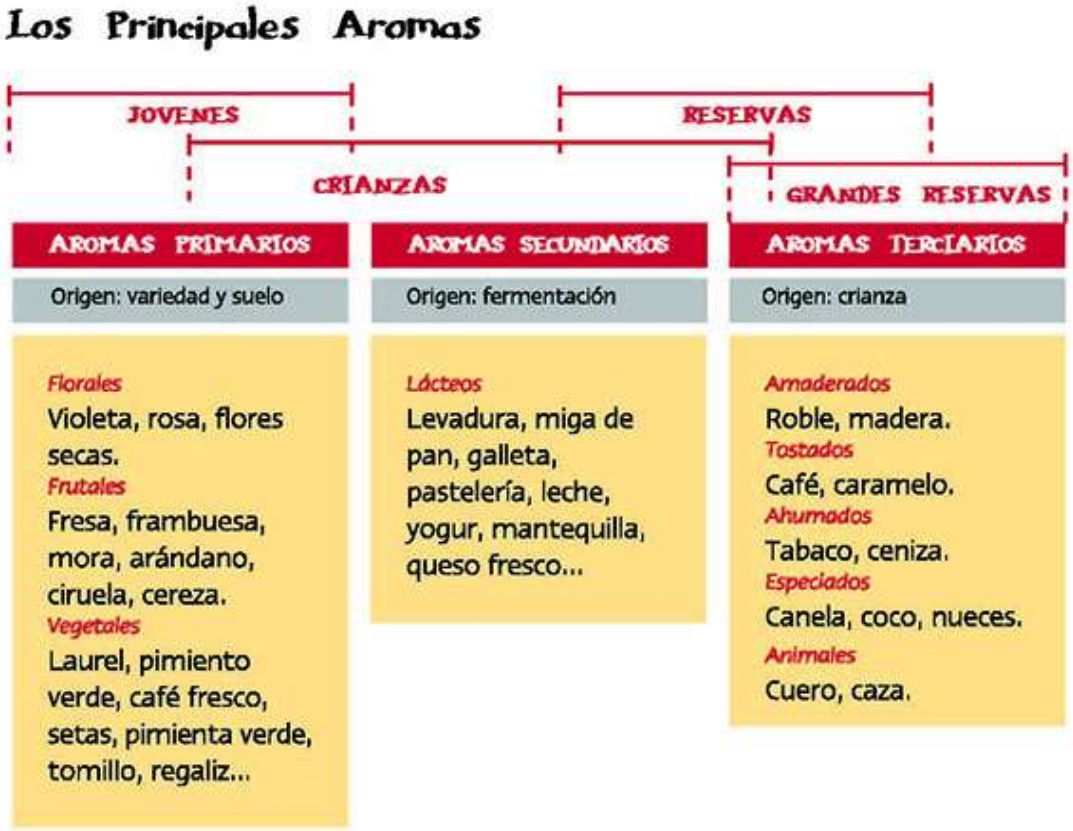
Fuente: cedida por Bodega Colomé

3.5 Cómo se hace el vino

3.6 Cata: vía retronasal



3.7 Aromas del vino



3.8 Tabla de maridaje

	Sauvignon Blanc	Chardonnay	Torrontés	Pinot Noir	Malbec	Merlot	Cabernet Sauvignon	Zinfandel
Temp. De Servicio	8-9	10-11	9-10	15-16	16-17	16-17	17-18	16-17
Queso / Nueces	Queso de Cabra Piñones	Queso asiago Queso Havarti Almendras	Queso de cabra Mozarela Nueces tostadas	Queso de cabra Queso Brie Nuez	Queso asiago Queso romano Gouda	Parmesano Quseo romano Castañas	Cheddar Gorgonzola Nuez	Brie madurado Quesos añejados
Carne / Aves	Pollo Pavo	Ternera Pollo Lomo de cerdo	Carne ahumada Pollo grillado Chorizo	Cordero Filete Miñón Pollo rostizado	Hamburguesas Pato Costillas cerdo	Carne grillada de res	Venado Chuletón de res Estofado	Cerdo Chorizo picante Carne de res
Comida del Mar	Lenguado Ostras Vieiras	Mero Camarón Cangrejo	Sushi Lubina Dorado grillado	Pez reloj Atún	Mero grillado Pez espada	Pez espada grillado Atún	Atún grillado	Pescado en salsas fuertes
Vegetales / Frutas	Cítricos Manzana verde Esparragos	Papas Manzana Calabacín	Mango Piña Ensalada verde	Hongos Frutos secos Higos	Espinaca Papa asada Arándano	Cebolla caramelizada Ciruela	Cerezas negras Brocoli Tomate	Pimientos grillados Berenjena
Hierbas / Especias	Cebollín Estragón Cilantro	Romero Jenjibre	Orégano Albahaca Ajo	Nuez Moscada Canela Clavo	Romero Pimienta negra	Menta Romero Enebro	Romero Enebro Lavanda	Pimienta Nuez moscada
Salsas	Cítricas Suaves	Dulces Barbecue Picantes	Blanca Asiáticas Maní	Hongos Ligera a media Roja	Cajún Barbecue Mole negro	Boloñesa Bernesa	Espesas Tonmate	Picante Cajún
Postres	Sorbetes Pie de Limón	Pan de banana Pudín de vainilla	Torta de queso Tiramisu	Creme brulee Chocolate blanco	Pudín de banana Chocolate Dulde de leche	Chocolate negro Bayas Fondue	Chocolate Café expreso Helado	Torta de especias Pan de jenjibre

Anexo Capítulo IV

4.1 Antigua Bodega Colomé 1831

Fuente: fotografía María C. Santos

4 Viña de 1831

Fuente: fotografía María C. Santos

5 Anexo Capítulo V

5.1 Cultura Salteña:

5.1.1 Peñas Salteñas

5.1.2 Serenata a Cafayate

5.1.3 La comida: empanadas, humita en chala y locro

5.2 La pirca y el adobe

5 Casa de adobe en Cachi

6 Muro de pirca

Fuente: fotografías María C. Santos
Septiembre 2018 y noviembre 2016

5.3 Las artesanías

5.3.1 Tinajas y ollas de cerámica

Fuente: Portal de Salta

5.3.2 Poncho Salteño

Fuente: Portal de Salta

5.3.3 Cestería

Fuente: Portal de Salta

5.3.4 Madera de Cardón

Fuente: Portal de Salta

El cardón es una especie protegida Resolución Nº165/09 de la Provincia de Salta. Sólo pueden ser utilizados los que ya han muerto. (Boletín Oficial de Salta)

5.4 Declaración del Parlasur

PARLAMENTO DEL MERCOSUR
Secretaría Parlamentaria

MERCOSUR/PM/SO/DECL.23/2018

TALLER INTERNACIONAL: "EL PAISAJE CULTURAL DEL ALTO VALLE CALCHAQUÍ Y SUS COMPONENTES VITIVINÍCOLAS"

FUNDAMENTOS

La Cátedra UNESCO de Turismo Cultural Untref-Aamnba; Se trata de una iniciativa conjunta de la Universidad Nacional de Tres de Febrero y la Asociación Amigos del Museo Nacional de Bellas Artes, en un interesante ejemplo de asociación público-privada tendiente a desarrollar conocimientos e investigaciones que promuevan la protección del patrimonio cultural, material e inmaterial, con un enfoque interdisciplinario e interinstitucional, orientado a sentar las bases de un turismo sostenible. A partir del trabajo académico y de investigación en el campo del turismo cultural, la Universidad y la Asociación aspiran también a consolidar una alianza entre conservación y desarrollo de las comunidades locales de América latina, con el propósito de superar situaciones de pobreza y exclusión, respetando su rica diversidad cultural y biológica.

Ambas instituciones desarrollan una fructífera tarea en el campo artístico y cultural y aúnan esfuerzos para llevar adelante esta Cátedra, primera en el continente americano, con el foco puesto en dos objetivos primordiales: la sensibilización de diferentes actores involucrados en la especialidad y la formación de capacidades para la gestión del patrimonio, a partir del manejo de herramientas conceptuales y del conocimiento de las convenciones y recomendaciones internacionales en la materia.

Por otra parte, la Red mundial UNESCO-Unitwin de Cultura, Turismo y Desarrollo que integran la Cátedra de Buenos Aires y otras Cátedras UNESCO y universidades e instituciones de todo el mundo, trabaja para tender puentes y crear vínculos, desde lo académico, con los actores locales y con el sector público, en la identificación de necesidades y en la elaboración de sugerencias y recomendaciones para una mejor gestión del patrimonio y su uso turístico

sostenible. Esta Red aspira a que sus aportes y recomendaciones trasciendan los ámbitos meramente teóricos, para contribuir y orientar buenas prácticas en la gestión del patrimonio/turismo cultural en los distintos países en que se desenvuelven sus miembros.

Algunos miembros: Cátedra UNESCO, Universidad Nacional Tres de Febrero y Asociación Amigos del Museo Nacional de Bellas Artes, Buenos Aires, Argentina; Cátedra UNESCO, Universidad de Paris I, PanthéonSorbonne, Francia; Cátedra UNESCO, MoscowAcademy, Rusia; Universidad Cottbus, Alemania; Universidad de Lovaina, Bélgica; Universidad de San Pablo, Brasil; Universidad de Laval, Quebec, Canadá; Universidad del Externado, Colombia; Universidad de Primorska, Eslovenia.; Universidad de Barcelona, España; Universidad Rey Juan Carlos, España; Universidad de Girona, España; Universidad de Paris I, Francia; Universidad de Toulouse III, Francia; Universidad Metropolitana de Budapest, Hungria; Universidad de Birmingham, Inglaterra; Universidad de Haifa, Israel; Universidad de la Suiza Italiana, Italia; Universidad de Bologna en Rimini, Italia; Universidad de Salento, Italia; Universidad de Rabat-Agdal, Marruecos; Universidad San Martín de Porres, Perú; Universidad de Coimbra, Portugal.; Universidad Gaston Berger, Saint-Louis, Senegal; Universidad de Lausanne, Suiza; Universidad de Sousse, Túnez.

VISTO:

El Protocolo Constitutivo del Parlamento del Mercosur establece en unos de sus artículos el propósito de estimular la formación de una conciencia colectiva de valores culturales. Este taller contribuye a orientar las buenas prácticas en la gestión del patrimonio/turismo cultural, en una región como el tramo Salteño del Valle Calchaquí, incluido en la Lista Indicativa del Patrimonio Mundial de la UNESCO, para apoyar y tender a crear puentes y vínculos con los actores locales y con el sector público, identificando las necesidades y así sugerir la elaboración de recomendaciones para el rendimiento y el buen manejo de este patrimonio y de su uso turístico sostenible.

CONSIDERANDO:

Las posibilidades y oportunidades que ofrece el Alto Valle Calchaquí con sus circuitos turísticos del vino y de los viñedos de altura a partir de la mirada, análisis y sugerencias de expertos internacionales integrantes de la Red UNESCO-Unitwin de Cultura, Turismo y Desarrollo que visitarán personalmente el territorio, evaluarán su gran riqueza paisajística e importante acervo ligado a las culturas originarias y a los patrimonios arquitectónicos coloniales, con el interesante valor agregado del potencial enoturístico.

Empoderar a la comunidad y a los actores locales del Alto Valle Calchaquí en los valores y en la riqueza de su territorio y su cultura, destacando la importancia y necesidad de preservarlos como motor de un desarrollo sostenible y recurso para la competitividad turística.

Aprovechar esta oportunidad única para reflexionar sobre el camino a seguir, a partir de los propios deseos, posibilidades y conocimientos de otras experiencias similares, teniendo en cuenta que el tramo salteño del Valle Calchaquí está en la Lista Indicativa del Patrimonio Mundial y que el Corredor Andino ya cuenta con otros sitios Patrimonio de la Humanidad.

Algunas de sus localidades integran, además, el Programa Pueblos Auténticos, iniciativa del Ministerio de Turismo de la Nación para poner en valor la identidad de pueblos con características únicas a lo largo de todo el país, promoviendo la apropiación de la comunidad local y la revalorización del patrimonio natural y cultural; o Lugares Mágicos, impulsado por el Gobierno de la Provincia de Salta.

EL PARLAMENTO DEL MERCOSUR

DECLARA:

Artículo 1: De interés cultural el Taller **"El Paisaje Cultural del Alto Valle Calchaquí y sus componentes vitivinícolas"**, organizado por la cátedra UNESCO de Turismo Cultural Untref-Aamnba y la Red Mundial UNESCO UNITWIN de Cultura, Turismo y Desarrollo, que se realizará en Cachi, Salta, República Argentina del 1 al 5 de octubre de 2018.

Montevideo, 10 de setiembre de 2018

Parlamentario Tomás Bittar
Presidente

Edgar Lugo
Secretario Parlamentario

5.5 Registro Provincial de Prestadores de Servicios relacionados a la Ruta del Vino

Empresas inscriptas en el Registro Provincial de Prestadores de Servicios Relacionados a la **Ruta del Vino.**

RUBRO BODEGAS Y ESTABLECIMIENTOS PRODUCTIVOS

1 Finca Las Curtiembres
Ruta Nac. 68 - Km 72
Paraje Las Curtiembres - La Viña
0387 – 496 3656/ 0387 – 155736655
ea980@uolsinectis.com.ar

2 Peña Veyrat Durbex
Bodegas y Viñedos
Ruta Nac. 68 Km 18 - Cafayate
03868 - 492056 - (03868) 15452620
reservas@lacasadelabodega.com.ar
www.labodegadecafayate.com.ar

3 Bodega Tierra Colorada
Ruta Nacional 68 Km 10 - Cafayate
0387-155020105
susana.nanni@vinosdesvario.com
www.vinosdesvario.com

4 Bodega El Esteco
Ruta 40 y Ruta 68, Cafayate, Salta
+54 11 5198 8000
info@elesteco.com.ar | www.elesteco.com.ar
Turismo: operado por Hoy Servicios S.R.L

5 Antigüa Bodega Vasija Secreta
Ruta Nacional 40 – Km 4343
03868 - 421850 | 0387-154 189609
turismo@vasijasecreta.com
www.vasijasecreta.com

6 Piattelli Vineyards
Ruta Provincial N° 2 - Camino a Yacochuya
(3 Km) - Cafayate | 03868 – 154 18214
turismocafayate@piattelli.com.ar
www.piattellivineyards.com

7 Domingo Molina
Camino a San Rafael - Yacochuya Norte
Cafayate / 03868 -15452887
info@domingomolina.com.ar
www.domingomolina.com.ar

8 El Porvenir de Cafayate
Córdoba 32 - Cafayate | 03868 - 422 007
adriana@elporvenirdecafayate.com
www.elporvenirdecafayate.com

9 Bodega El Tránsito
Belgrano 102 - Cafayate | 03868 - 422385
admin@bodegaeltransito.com
www.bodegaeltransito.com

10 Bodega Nanni
Silverio Chavarria 151 - CP 4427 - Cafayate
03868 - 421 527
Info@bodegananni.com
www.bodegananni.com

11 Bodega Domingo Hermanos
Nuestra Sra. del Rosario y 25 de Mayo
Cafayate / 03868 - 421225
bodega@domingohermanos.com
turismo@domingohermanos.com
www.domingohermanos.com

12 Bodega José Luis Mounier
Finca Las Nubes
Paraje El Divisadero - Cafayate
03868-422129 | 03868 - 154 08900
mercedes@bodegamounier.com.ar
www.bodegamounier.com.ar

13 Félix Lavaque – Finca Quara
Ruta Nacional 40 Km 4340 - Cafayate
03868 - 421709 | cel: +54 (9) 3868 - 639030
turismo@fincaquara.com
www.fincaquara.com

14 Bodega Tukma
Ruta Nac. 40, Km 4324 – Tolombón
0387 – 4610283/ 0387 – 155 824501
reservas@altalaluna.com
www.bodegatukma.com.ar

15 Viñas de Animaná
Ruta Nacional 40 Km 4355 - Animana
03868 - 492019 / 155829449
rfpasteris@gmail.com
www.vinasdeanimana.com.ar

16 La Bodeguita
Ruta Nacional 40 - s/n - Animaná
03868 - 492004 / 0387 - 154425317
jdelacruzanimana@hotmail.com

17 Bodega Las Flechas
Ruta Nacional 40 Km 4408 - Angastaco
0387 - 4212855
gusloutayf@arnet.com.ar
www.bodegaquebradadelasflechas.com.ar

18 Bodega El Cese
Ruta Nac. 40, Km 4421 - Angastaco
0387 - 5032055/ 805666
milagrozamora@hotmail.com
info@bodegaelcese.com.ar

19 Bodega Colome
Ruta Provincial 53 Km 20 - Molinos
03868 - 494200 / 044/043
info@bodegacolome.com
www.bodegacolome.com

20 Bodega Isasmendi
B. Zorrilla med. 604 - Cachi
0387 - 156836877
info@bodegaisasmendi.com.ar
www.bodegaisasmendi.com.ar

21 Miraluna
Camino Vecinal a la Aguada Km 7 - Cachi
0387 - 154 422371
info@miraluna.com.ar
www.miraluna.com.ar

22 Sala de Payogasta
Finca Bella Vista RN 40 Km 4509 - Payogasta
03868-496052 - 0387-154 527061
info@saladepayogasta.com.ar
www.saladepayogasta.com.ar

RUBRO ALOJAMIENTO

23 Design Suites
Pasaje Castro 215 - Salta
0387 - 422 4466
acarpena@designsuites.com
recepcion-sla@designsuites.com
www.designsuites.com

24 Delvino Hotel Boutique
Ameghino 555 - Salta
0387 - 432 0092
hotel@delvinosalta.com.ar
www.hoteldelvinosalta.com.ar

25 Casa Real Hotel y Restaurante Los Cebiles
Mitre 669 - Salta
0387 - 4212200
pcala@casarealsalta.com
www.casarealsalta.com

26 Cabañas Posta De Las Cabras
Ruta 68 Km 88 - Talapampa
0387 – 4 025390
postacabras@hotmail.com
www.lapostadelascabras.com.ar

2 *La Casa de la Bodega Wine Boutique Hotel*

27 Hostal Ñusta
Catamarca 15 - Cafayate
03868 - 421852
hostalnusta@gmail.com
www.aparthotelcafayate.com

28 Hotel Los Sauces
Calchaquí 62 - Cafayate
03868 – 421158/ 421472
info@hotellossaucessa.com/
reservas@hotellossaucessa.com
www.hotellossaucessa.com

29 Hotel Asturias
Gral. Güemes Sur 154 – Cafayate
03868 – 421328
info@cafayateasturias.com
www.cafayateasturias.com

30 Villa Vicuña
Belgrano 76 - Cafayate
03868 - 422145
info@villavicuna.com.ar
www.villavicuna.com.ar

31 Hosteria La Morena, Casa del Valle
Nuestra Sra.de Guadalupe s/n - San Carlos
0387-156848398 / 154022696
isidrolegal@arnet.com.ar
www.lamorenacasadelvalle.es.it

32 Hotel Altalaluna
Ruta Nacional 40, Km 4326
03868-422501/02
reservas@altalaluna.com
www.altalaluna.com

21 *Miraluna - Cabañas Entre Viñas*

22 *Sala de Payogasta*

RUBRO AGENCIAS DE VIAJE, OPERADORES Y PRESTADORES DE TURISMO AVENTURA

33 Uma Travel
Gral. Güemes 34 – Salta
0387 - 4228317 / 4222285
salta@umatravel.com.ar
www.umatravel.com.ar

34 La Quebrada Turismo
Buenos Aires 39 - local 2- Salta
0387 - 4319460
info@turismolaquebrada.com.ar
www.turismolaquebrada.com.ar

35 La Cienaga EVT
Buenos Aires 229 - Salta
0387 - 4310906
info@lacienagaturismo.com.ar
www.lacienagaturismo.com.ar

36 Amarela Viajes
Pueyrredón 980 8C- Salta
0387 - 154 422112
info@amarela.com.ar
www.amarelaturismo.com.ar

37 Tastil Viajes y Turismo
Caseros 468 - Salta
0387 - 4311223
administracion@tastil.com
www.turismotastil.com.ar

38 Turismo Urkupiña
Benjamín Zorrilla s/n - Cachi
03868 - 491317 / 0387 – 155 118396
uk_cachi@hotmail.com
www.aventuracalchaqui.wix.com/cachi

39 Frisoni Mountain Adventures
Estancia Miraflores - Of.1 - El Jardín
0387 - 156 144185 / 156 831893
vwtour@hotmail.com
www.salta4x4.com

40 Pioneros Cabalgatas
Cerrito 146 - piso 6 - Ciudad de Buenos Aires
Ejército del Norte 84 - Salta
011 - 43825886
info@pioneros.com.ar / www.pioneros.com.ar

RUBRO GASTRONOMÍA Y VINOTECAS

41 Restaurante Don Salvador - Hotel Almería
Vicente López 146 - Salta
0387 - 4314848
operaciones@hotelalmeria.com.ar
restaurant@hotelalmeria.com.ar
www.hotelalmeria.com.ar

24 Delvino Hotel Boutique

25 Restaurante Los Cebiles – Hotel Casa Real
Mitre 669 - Salta
0387 - 4212200
pcaia@casarealsalta.com
www.casarealsalta.com

42 Bella Hortensia
Balcarce 980 - Salta
0387-4227474 / 154029064
bellahortensia@hotmail.com

43 La Vieja Estacion
Balcarce 875 - Salta
0387- 4217727
laviejaestácion@argentina.com
www.la-viejaestacion.com.ar

7 Piattelli Vineyards

44 El Gauchito Salteño
Caseros 760 – Salta
0387- 432 9459
regionales_elgauchito@hotmail.com
www.elgauchitosalteño.com.ar

45 Vinoteca Cava 71
Manzana 71 – Casa 5 B° San Carlos - Salta
0387 – 155 755877
vinotecacava71@hotmail.com

46 Vino Tinto
Guemes Norte 141 - Cafayate
03868 - 421494
vinotintocafayate@hotmail.com

47 Chato`s Wine Bar
Nuestra Sra. del Rosario 132 - Cafayate
03868-15451315
chatoswinebar@yahoo.com.ar
www.chatoswinebar.com

48 La Bodega
Ruta Nacional 40 Km 4338 - Cafayate
03868 - 422220 / 0387 - 154 542490
julio_desima@yahoo.com.ar

22 *Sala de Payogasta*

26 *Parador Posta de las Cabras*

RUBRO PRESTADOR DE SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

44 El Gauchito Salteño

49 SE.MI.SA. Rent a Car And Truck
Caseros 489 - Salta
0387-4214404 / 0387 4312097 / 154031987
reservas@marina-semisa.com.ar
www.marina-semisa.com.ar

50 Dulces Artesanales Chicoana
Ruta Nac. 68 – El Carril
0387 – 156 845181
dulceschicoana@hotmail.com
www.dulceschicoana.com.ar

51 Artesanías Laura Cruz
Av. Gral. Güemes Norte 18 - Cafayate
03868 - 422205
cruzlaura5@yahoo.com.ar
www.artesaniaslauracruz.com.ar

52 Hoy Servicios SRL para Bodega El Esteco
Av. Güemes Sur 222 - Cafayate
03868 – 422 496/ 03868 – 154 01523
hoyservicios@hotmail.com
www.elesteco.com.ar

22 *Sala de Payogasta (SPA)*

5.6 Museo de la Vid y el Vino

Fuente: Fotografías María C. Santos
Noviembre 2016

Anexo Capítulo VI

6.1 Entrevista a Bodegas

Bodega:

Localidad: ……Altura de los viñedos: …..…….. m.s.n.m.:…….

Dirección…….Teléfono: …….

E-mail

Entrevistado: Cargo: ……..

Año de fundación:

1 ¿Cuántos empleados tienen para las diversas tareas? ……..……

2 ¿Cuántas hectáreas tienen cultivadas? …….……

3 ¿Qué uvas se cultivan? .....

4 ¿Qué método de cultivo utilizan? ……..

5 ¿Cuál es el método de cosecha? ……...

6 ¿Abren sus puertas al Turismo?

- Si / No……..

  ¿Desde cuándo? …….

  ¿Qué los motivó?.....

7 ¿Qué servicios ofrecen?

Degustaciones	Elaboración del	Venta de
Visitas a la	propio vino	productos
bodega	Picnics en la viña	Alojamiento
Recorridos	Programa de	Museo
especiales	poda	Restaurants
Cata dirigidas	Cabalgatas	Fiesta de
Cursos de	Trekking	Vendimia
maridaje	Bicicletas	Otros:
Programa de	Golf	……
cosecha	Spa	……

Edad promedio

Nivel socioeconómico ABC1 / C2-C3 / D1- D2 E

¿Cómo fueron pensadas las actividades que realizan? ……

8 ¿A qué segmento de turistas que consumen el producto está dirigido?

- Amantes del vino
- Entendidos del vino
- Interesados en el vino
- Iniciados u ocasionales en el vino

9 ¿Qué personal realiza las visitas?

- Guías de turismo X
- Sommeliers
- Enólogos
- Otro

10 ¿Capacita al personal para la atención del turista? …….

11 ¿En qué aspectos? ……

12. ¿A través de qué medios da a conocer sus productos? ……

13 ¿Cuáles son los días y horarios de visita?

14 ¿Hay que hacer una reserva previa?

15 ¿Cuál es el feedback por parte de los turistas? ……

16 ¿Cuál es valor promedio de los servicios que ofrecen? …….

17 ¿Cuántos turistas en promedio reciben por año? Nacionales…….

Internacionales……

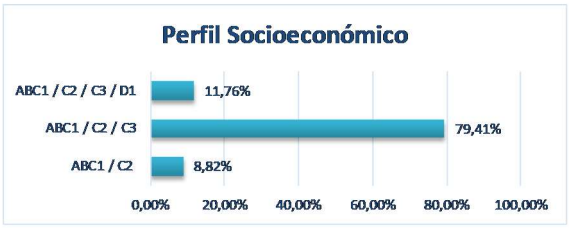
18 ¿Cuál fue el incremento de visitantes en los últimos 5 años? ……

19 ¿Cuál es el promedio de visitantes que compran vino en las vistas?.....

Otros comentarios: ……

6.1.1 Resultados obtenidos

Nivel Socioeconómico		
ABC1 / C2	8,82%	3
ABC1 / C2 / C3	79,41%	27
ABC1 / C2 / C3 / D1	11,76%	4

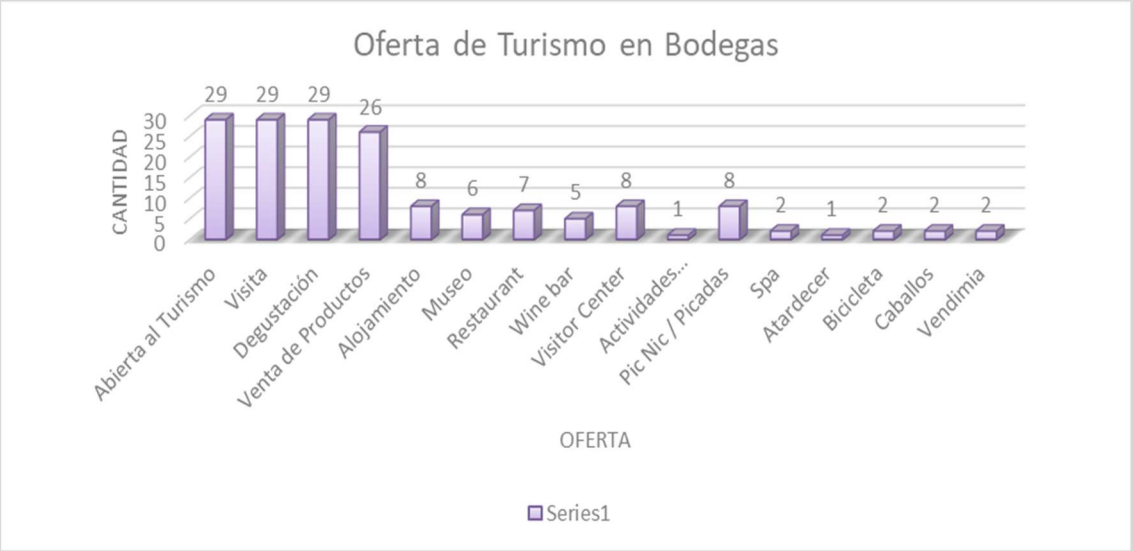


Valor del dólar sep 2018 39,00 ARS

El costo promedio de la Degustació 143,53 ARS = 3,68 USD

	Bodega	Localidad	Abierta al Turismo	Visita	Degustación	Venta de Productos	Alojamiento	Museo	Restaurant	Wine bar	Visitor Center	Actividades recreativas	Pic Nic / Picadas	Spa	Atardecer	Bicicleta	Caballos	Vendimia
	TOTAL		29	29	29	26	8	6	7	5	8	1	8	2	1	2	2	2
1	Agustín Lanus Wines	Cafayate																
2	Altos Terruños	Luracatao																
3	Amalaya	Cafayate																
4	Arca Yaco	San Carlos																
5	Bad Brothers	Cafayate																
6	Burbujas de Altura	Cafayate																
7	Cereus	Cafayate																
8	Colomé	Colomé																
9	Cooperativa de Productores Vitivinícolas de Cafayate	Cafayate																
10	Cooperativa Trassoles	Cafayate																
11	Dal Borgo	Animaná																
12	Destilería Etchart	Cafayate																
13	Domingo Hermanos	Cafayate																
14	Domingo Molina	Cafayate																
15	El Esteco	Cafayate																
16	El Molino	Cachi																
17	El Porvenir	Cafayate																
18	El Tránsito	Cafayate																
19	Estancia Los Cardones	Tolombón																
20	Etchart (Pernod Ricard Argentina)	Cafayate																
21	Finca Quara	Cafayate																
22	Finca Altupalka	Molinos																
23	Finca Las Curtiembres	La Viña																
24	Finca Las Nubes (de Bodega José Luis Mounier)	Cafayate																
25	Humanao	Amaicha																
26	Isasmendi	Cachi Adentro																
27	Josefa Rodó (Finca El Carmen)	Angastaco																
28	La Bodeguita / Don Andrés	Animaná																
29	Los Morros	Cafayate																
30	Martorell	San Carlos																
31	Miralpeix y Cia	Angastaco																
32	Miraluna	Cachi Adentro																
33	Nanni	Cafayate																
34	Peña Veyrat Durbex	Cafayate																
35	Piattelli	Cafayate																
36	Puna	Cachi																
37	Quebrada de las flechas	Angastaco																
38	Río Colorado	Cafayate																
39	Sala de Payogasta	Payogasta																
40	Salvador Figueroa	Cafayate																
41	San Pedro de	Cafayate																
42	Seclantás Adentro	Seclantás																
43	Tacuil	Molinos																
44	Tierra Colorada	Cafayate																
45	Tolombón	Tolombón																
46	Tukma	Tolombón																
47	Vasija Secreta	Cafayate																
48	Viñas de Animaná	Animaná																
49	Viñas en Flor	Cafayate																
50	Vizcacha Wines	Molinos																
51	Winemaker Andrea Isa	Cachi																

	Bodega	Localidad	Antigüedad del Viñedo	Ha	Altura de los Viñedos	Segmento Socioeconómico	Costo de la Visita c/degustación	Visitantes en 2017	Reserva Previa
	TOTAL								
1	**Burbujas de Altura**	Cafayate	2010		1750	ABC1/C2 / C3	200		No
2	**Colomé**	Colomé	1831	151	2300 / 2700 / 3111 / 1750	ABC1/ C2	200	7500	Si
4	**Destilería Etchart**	Cafayate	2013	30	2035	ABC1 / C2 / C3	200	3000	No
5	**Domingo Hermanos**	Cafayate	1978	150	1600 / 1700	C2 / C3 / D1	0	8000	No
6	**Domingo Molina**	Cafayate	2000/ 40 años	60	1700 y 2300	ABC1/C2 / C3	200	3500	Si
7	**El Esteco**	Cafayate	1892	150	1750	ABC1/ C2	200	9000	No
8	**El Porvenir**	Cafayate	65 años		1600 a 1750	ABC1/C2 / C3	200	4000	No
9	**El Tránsito**	Cafayate	1890		1623	ABC1/C2 / C3	200	4000	No
11	**Estancia Los Cardones**	Tolombón	2009		1700	ABC1/ C2	390	3500	Si
12	**Finca Quara**	Cafayate	1870	300	1750	ABC1 / C2 / C3 / D1	0	70000	No
13	**Finca Las Curtiembres**	La Viña				ABC1/C2 / C3	190		No
14	**Finca Las Nubes (de Bodega José Luis Mounier)**	Cafayate	1999	25	1830	ABC1/C2 / C3	250	2500	Si
15	**Isasmendi**	Cachi Adentro	2005	3	2400	ABC1/C2 / C3	0		No
17	**Josefa Rodó (Finca El Carmen)**	Angastaco	**2012**			ABC1/C2 / C3	190		Si
18	**La Bodeguita / Don Andrés**	Animaná	1928			ABC1 / C2 / C3 / D1	70		No
19	**Martorell**	San Carlos			1820	ABC1/C2 / C3	s/datos		No
20	**Miraluna**	Cachi Adentro	2007	4	2600	ABC1/C2 / C3	250	4240	No
21	**Nanni**	Cafayate	1897	50	1700	ABC1/C2 / C3	200		No
22	**Peña Veyrat Durbex**	Cafayate	1975			ABC1/ C2	200		No
24	**Piattelli**	Cafayate	2008	155		ABC1/C2 / C3	500	5000	Si
25	**Puna**	Cachi	2017	11	2600	ABC1/C2 / C3	400	s/ info	Si
26	**Quebrada de las flechas**	Angastaco		**38**	1920	ABC1/C2 / C3	200		Si
27	**Sala de Payogasta**	Payogasta	2007	5	2450	ABC1/C2 / C3	200	3700	Si
28	**Salvador Figueroa**	Cafayate	2005		1750	ABC1/C2 / C3	200		No
29	**San Pedro Yacochuya**	Cafayate	1999 / 100	30	2035	ABC1/C2 / C3	200	4100	Si
31	**Tierra Colorada**	Cafayate	2009		1750	ABC1 / C2 / C3 / D1	0	12000	No
32	**Tukma**	Tolombón	1964	21		ABC1/ C2	0	4000	No
33	**Vasija Secreta**	Cafayate	1857	150	1600 a 200	ABC1 / C2 / C3 / D1	0	90000	No
34	**Viñas de Animaná**	Animaná	1850	250	2300	ABC1 / C2 / C3 / D1	40	6000	No



6.3 Bodegas entrevistadas

Bodega Viñas de Payogasta

Dirección**:** RN Nº 40 Km 4509

Teléfono: (03868) 496754

E-mailinfo@saladepayogasta.com

WEB: www.saladepayogasta.com

Entrevistado: Candelaria

Cargo: Propietaria

Fecha: 11 de septiembre de 2018

Bodega Miraluna

Dirección: Camino a La Aguada, Km 7, Cachi

Teléfono: 0387 4320888

E-mailmiraluna.cachi@gmail.com

WEB: http://www.miraluna.com.ar/

Entrevistado: Elvio Rojas

Cargo: Encargado de Bodega

Fecha: 12 de septiembre de 2018

Bodega Puna

Dirección: Km 6,5 Camino a la Aguada, Cachi

Teléfono: 00 54 387) 4169160

E-mailmariacarla.morizzio@bodegapuna.com.ar

WEB: http://www.bodegapuna.com.ar/

Entrevistado: Guillermo Morales

Cargo: Encargado de Bodega

Fecha: 12 de septiembre de 2018

Bodega Isasmendi

Dirección: Benjamín Zorrilla med. 604, Cachi

Teléfono: 03868491368 /03876836877

E-mailinfo@bodegaisasmendi.com.ar

WEB: http://www.bodegaisasmendi.com/index.php

Entrevistado: Ricardo Isasmendi

Cargo: Propietario

Fecha: 12 de septiembre de 2018

BodegaColomé

Dirección: RP Nº53 km 20, Molinos

Teléfono: 03868494200 / 044 /043

E-mail: connie.bearzi@grupocolomé.com.ar

pedro.aquino@grupocolomé.com.ar

WEB: http://www.bodegacolome.com

Entrevistado: Constanza Bearzi

Cargo: Gerente de Hospitalidad

Pedro Aquino

Sommelier

Fecha: 13 de septiembre de 2018

Bodega Tacuil

Dirección: RP Nº53 km 36 Amaicha

Teléfono: 03874311058

E-mail: info@tacuil.com.ar

WEB: http://www.tacuil.com.ar/

Entrevistado: Álvaro Dávalos Rubio

Cargo: Enólogo

Fecha: 14 de septiembre de 2018

Bodega Josefa Rodó (Finca El Carmen)

Dirección: Ruta 40 km 44.2, Angastaco

Teléfono: 387412-5900

E-mail: juanmiralpeix@yahoo.com /

info@vallesdelcarmen.com.ar

WEB: http://www.vallesdelcarmen.com.ar/

Entrevistado: Juan Manuel Miralpeix

Cargo: Socio Comercial

Fecha 15/09/18

Bodega El Cese

Ruta 40 – Km 4421 Angastaco

Teléfono: 387 5805666

E-mail: info@bodegaelcese.com.ar

WEB: http://bodegaelcese.com.ar/es/zamora-franzini/

Entrevistado: cerrado por procesión de la Virgen y el Señor de los Milagros

Cargo:

Fecha: 15/09/18

Bodega Viñas de Animaná

Dirección: Ruta 40 km 4355

Teléfono: 3868 492019

E-mail:info@bodegasanimana.com

WEB: http://www.bodegaanimana.com

Entrevistado: Sr. Luis

Cargo: Encargado

Fecha: 16 de septiembre de 2018

Bodega Burbujas de Altura

Dirección: RN N° 40, Km. 4347,4Cafayate

Teléfono: 3868 (15) 401524

E-mail: info@burbujasdealtura.com.ar

WEB: http://www.burbujasdealtura.com.ar

Entrevistado: Marianela Hoy

Cargo: Propietaria

Fecha: 16 de septiembre de 2018

Bodega La Bodeguita / Don Andrés

Dirección RN Nº40 s/n Animaná

Teléfono03868 492004

E-mail: jdelacruzanimana@hotmail.com

WEB:

Entrevistado: Andrés Rodriguez

Cargo: Encargado

Fecha: 16 de septiembre de 2018

Bodega Hemsy

Dirección: Ruta 68 km. 9 Chimpa

Teléfono: 0387 450-4542

E-mail: contacto@bodegahemsy.com.ar

WEB: http://bodegahemsy.com.ar/

Entrevistado: José Hemsy

Cargo: Socio Gerente

Fecha: 18 de septiembre de 2018

Estancia Los Cardones

Dirección: Camino a Hualinchaoy Km 7

Teléfono: 0387 486 3421

E-mail: info@estancialoscardones.com

WEB: https://www.estancialoscardones.com

Entrevistado: Raquel H.

Cargo: Asesora de Turismo

Fecha: 19 de septiembre de 2018

Finca Quara

Dirección: RNNº 40 km4340 Cafayate

Teléfono03868421709

E-mailturismo@fincaquara.com

WEB: http://fincaquara.com/

Entrevistado: Helena

Guia de Turismo

Fecha: 17 de septiembre de 2018

Bodega José Luis Mounier (Finca Las Nubes)

Dirección: El Divisadero

Teléfono: 03868408900

E-mail: administración@fincalasnubes.com.ar

WEB: www.fincalasnubes.om.ar

Entrevistado: Luis Sequeira

Cargo: Encargado de Turismo

Fecha: 15 de noviembre de 2016

Finca El Porvenir

Dirección: Cordoba 32 Cafayate

Teléfono 03874246266

E-mail: **visitas@elporvenirdecafayate.com**

WEB: http://www.elporvenirdecafayate.com/

Entrevistado: **Adriana**

Cargo Guía de Turismo

Fecha: 18 de septiembre 2018

Bodega Nanni

Dirección: Silverio Chavarría 151

Teléfono 03868421527

E-mail:

WEB: http://www.bodegananni.com/

Entrevistado: José Eduardo Nanni

Cargo: Gerente

Fecha: 11 de noviembre de 2016

Bodega El Tránsito

Dirección Belgrano 102 Cafayate

Teléfono: 0386842238

E-mail: bodega@bodegaeltransito.com

WEB: http://bodegaeltransito.com

Entrevistado: Mariela

Cargo: Guía de Turismo

Fecha 12 de noviembre de 2016

Bodega Salvador Figueroa

Dirección: Pasaje 20 de Junio 25

Teléfono: 03868) 421125

E-mail

WEB:

Entrevistado: Chavo Figueroa

Cargo: Enólogo

Fecha: 18 de noviembre 2016

Cooperativa Trassoles

Dirección: Banda de Arriba, Cafayate

Teléfono:

E-mail

WEB:

Entrevistado: Luis Fabián

Cargo: Cooperativista

Fecha 16 de noviembre de 2016

Bodega Vasija Secreta

Dirección RN Nº40 km 4343 Cafayate

Teléfono: 3868 421850

E-mail: administracion@vasijasecreta.com

WEB: http://vasijasecreta.com/es/principal/

Entrevistado: Matías Córdova

Cargo: Encargada de Turismo

Fecha: 11 de noviembre de 2016

Bodega Domingo Molina

Dirección: Camino a San Rafael Yacochuya Norte

Teléfono: 03868 15452887

E-mail: info@domingomolina.com.ar

WEB: http://domingomolina.com.ar

Entrevistado: Carola Rymavicius

Cargo: Responsable de Turismo

Fecha: 12 de noviembre de 2016

Bodega San Pedro Yacochuya

Dirección RP Nº2, km6 Yacochuya

Teléfono: 0387 15 594684

E-mail: info@yacochuya.com.ar

WEB: https://yacochuya.com.ar

Entrevistado: Pablo Etchart / Mónica Rojas

Cargo: Dueño / Guía de Turismo

Fecha: 17 de septiembre 2018

Bodega El Esteco

Dirección Ruta 40 y Ruta 68

Teléfono 3868-422496

E-mail: turismo@elesteco.com.ar

WEB: http://www.elesteco.com

Entrevistado: Soledad

Cargo: Guía de Turismo

Fecha: 18 de septiembre 2018

Bodega Piatelli Vineyard

Dirección: Ruta Provincial Nº 2, Km 3

Teléfono: 03868431045

E-mail: turismocafayate@piatellivineyards.com /

WEB: https://www.piattellivineyards.com

Entrevistado: Paula Martínez

Cargo: Encargado de turismo

Fecha: 12 de noviembre de 2016

Bodega Tierra Colorada / Desvarío

Dirección: RN Nº68 km 10, Chimpa

Teléfono: 0387 5534666

E-mail: matiasnanni@gmail.com

WEB: http://www.vinosdesvario.com/

Entrevistado: Matías Nanni

Cargo: Propietario

Fecha: 18 de septiembre 2018

Bodega Peña Veyrat Durbex

Dirección RN Nº 68 km 18.5

Teléfono: 03868492056

E-mail:

WEB: http://www.lacasadelabodega.com.ar

Entrevistado: **Toribia**

Cargo Empleada

Fecha: 18 de septiembre 2018

Bodega Tukma

Dirección RN Nº40 km 4324

Teléfono: 03868421623

E-mail: info@tukma.com

WEB: https://tukma.com/

Entrevistado: César

Cargo: Sommelier

Fecha: 19 de septiembre 2018

6.4 Encuesta a Turistas

Cuestionario anónimo y confidencial. Por favor responda con sinceridad,

1 Genero:

- Masculino
- Femenino

2 Edad…_____

3. Nacionalidad

- Argentino
- Extranjero

4 Estado civil

- Soltero
- Casado
- Divorciad
- Otra _____

5 Nivel de Estudios

- Primarios
- Secundario
- Terciario
- Universitario
- Posgrado

6 Situación Profesional

- Estudiante
- Comerciante
- Empleado
- Empresario
- Jubilado
- Otro _____

7 ¿Cuántas veces suele irse de vacaciones al año?

- 1
- 2
- 3 o más

8 ¿Cuál es el promedio de días que se toma?

9 ¿Cuándo suele irse de vacaciones?

- Entre semana (lunes a jueves)
- Fin de semana (viernes a domingo)
- Cualquier día

10 ¿Cómo viaja?

- Solo
- Con amigos
- En familia
- En pareja
- En grupo

11 Motivo del viaje

Negocios Placer

12 ¿A través de que vías realiza sus reservas? (

Agencia de viajes Central de reservas

Páginas web

13 Cuando elige un destino para sus viajes ¿La gastronomía y vitivinicultura de la zona son factores determinantes?

- Si - No

14 ¿Conoce el Enoturismo? (Turismo del Vino)

- Si - No

15 ¿Lo ha practicado alguna vez?

- Si - No

16 ¿Qué actividades le gustaría desarrollar en una bodega?

Visita guiada al viñedo

Visita guiada a la bodega

Realización de cata de vinos

Cursos de cata

Spa (vinoterapia, tratamientos corporales)

Cabalgatas en los viñedos

Vendimia

Otros

17 ¿Es consumidor regular de vinos?

- Si - No

18 ¿Cómo considera que es su nivel de conocimiento sobre vinos?

Básico Intermedio Avanzado

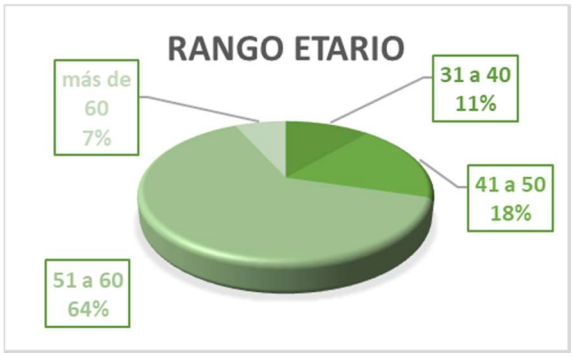
19 ¿Conoce la oferta enoturística de Salta?

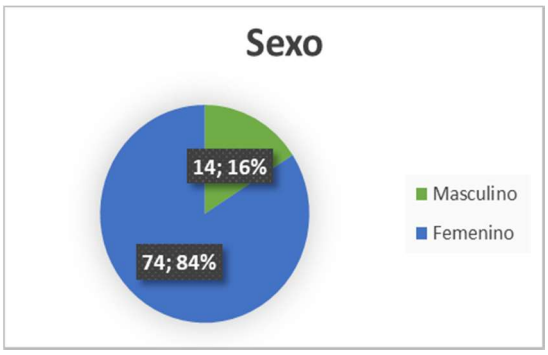
- Si - No

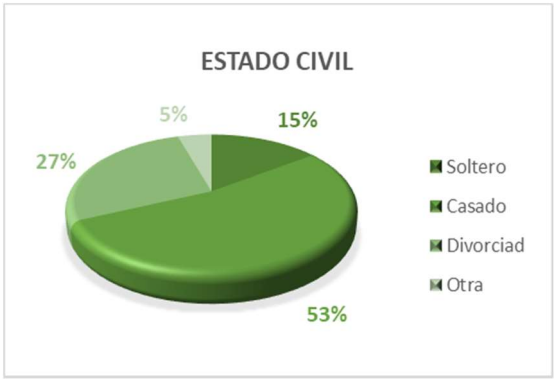
20 ¿Conoce los vinos de altura?

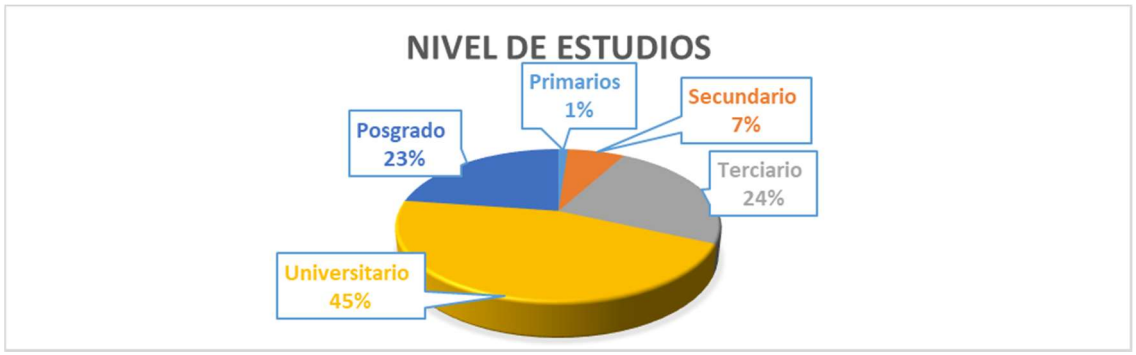
- Si
- No

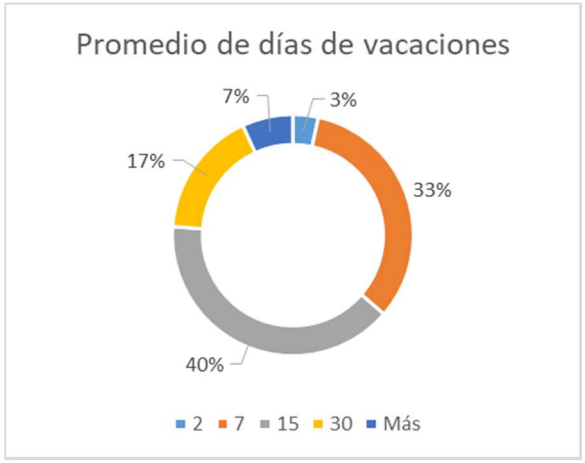
6.5 Resultados

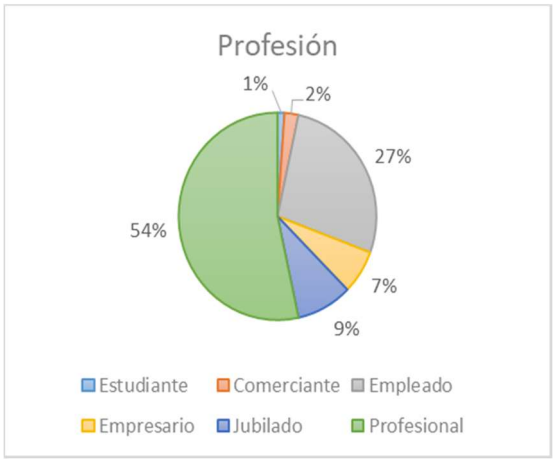




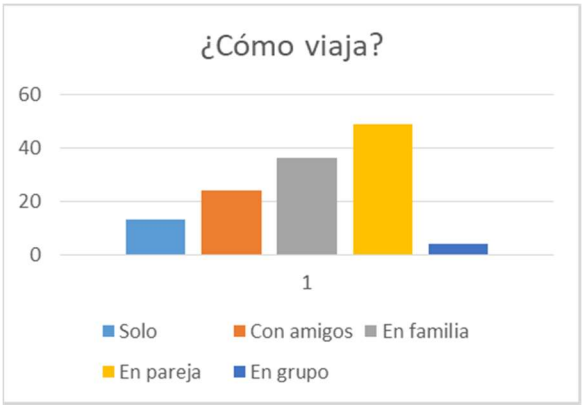


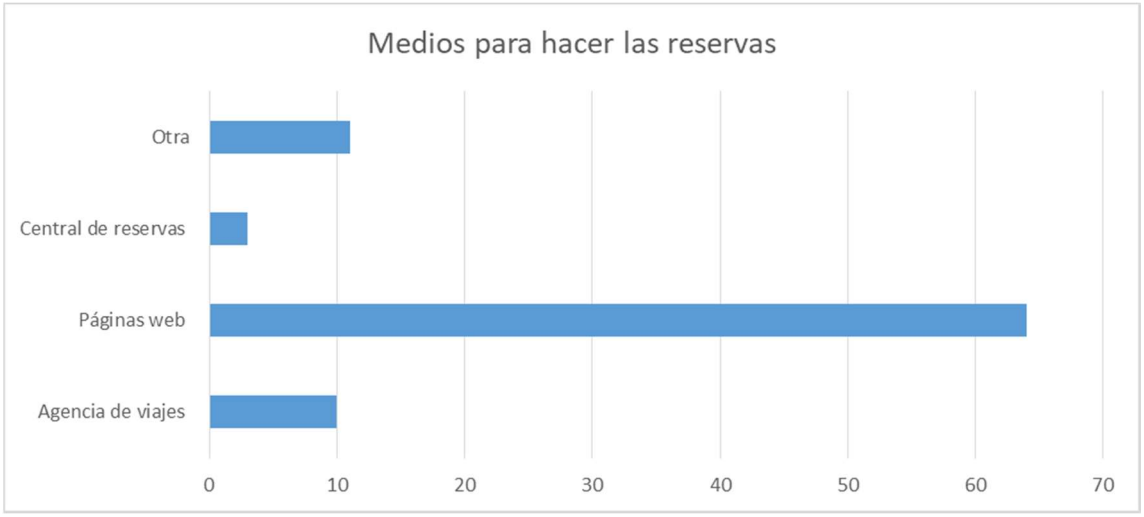


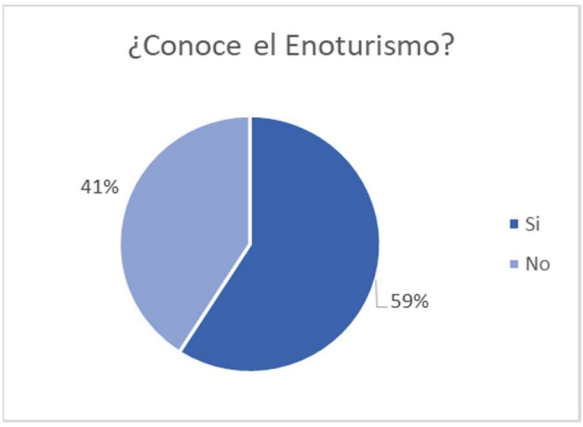




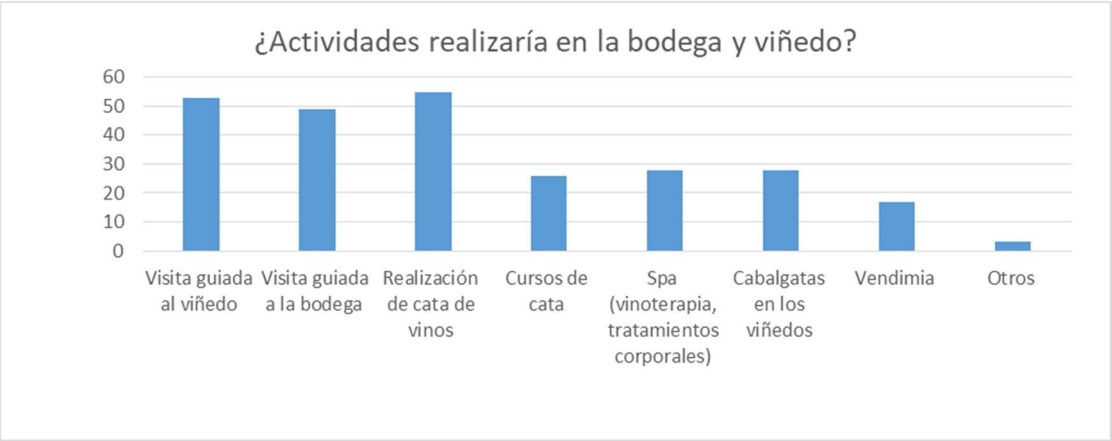
Motivo del viaje
2%
98%
Negocios
Placer

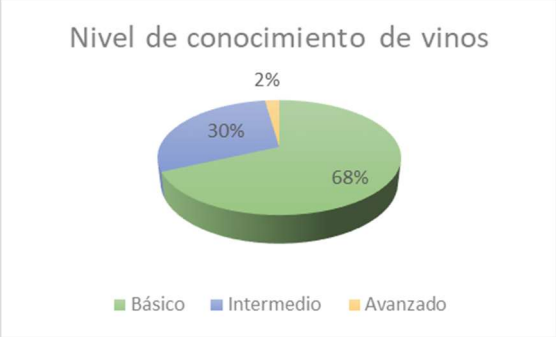

¿Cómo viaja?
60
40
20
0
1
Solo
Con amigos
En familia
En pareja
En grupo

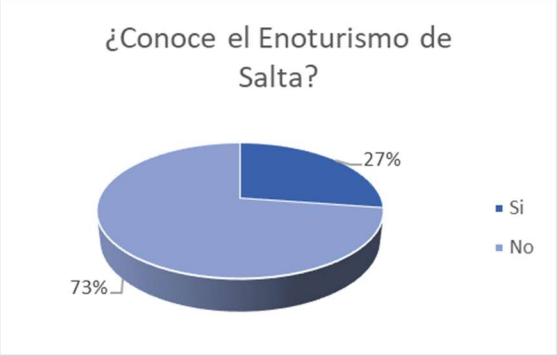

Medios para hacer las reservas
Otra
Central de reservas
Páginas web
Agencia de viajes
0
10
20
30
40
50
60
70


¿Conoce el Enoturismo?
41%
59%
Si
No

¿Lo ha practicado?
24%
76%
Si
No







6.6 Entrevista Secretaría de Turismo de Salta:

6.6.1 Entrevista 1

Entrevistado/a: Lic. Luciana Zambon

Cargo: Coordinadora Dirección de Competitividad y Emprendedurismo

Organismo: Secretaría de Turismo de Salta.

E-mail: lzambon@turismosalta.gov.ar

Fecha de la entrevista: 8 de noviembre 2016

Estamos trabajando desde el año 2005 en que comenzó el interés por la ruta del Vino.

Como Organismo Oficial, la Secretaría de Turismo de Salta está avocada a la integración y consolidación de la Ruta del Vino de Altura. Se invita a las bodegas y demás actores turísticos a participar de los talleres en tal sentido.

Si bien la mayoría de las bodegas participan de este circuito, la oferta es muy escasa. Recientemente, algunas de ellas han comenzado a ampliar sus servicios a no solo la visita a la bodega y la cata de sus vinos, sino que han ampliado algunos a paseos en bicicleta y paseos a caballo.

Se ha realizado un registro de prestadores de la ruta del vino, pero son pocos los que han alcanzado el estándar necesario para brindar el servicio.

Salta ha adherido en 2008 al Plan de Consolidación del Enoturismo en la Argentina del BID, cuya finalidad es mejorar el desempeño de los actores asociados al turismo del vino.

Somos conscientes que no es buena la cooperación entre los diferentes actores y que las bodegas no todas están trabajando mancomunadamente, es un arduo trabajo.

Hemos tenido una gran aceptación por parte de la Red de Productores Campesinos en generar la participación en la actividad turística de las comunidades de pueblos originarios y campesinos y construir un marco de contención a esta tipología turística, basada en la cosmovisión local de desarrollo y el intercambio respetuoso.

Se han realizado demonstraciones de productos por parte de esta Red, que ha tenido una gran acogida en los turistas.

La llegada de Piatelli Wineyards ha despertado también el interés por parte de los Bodegas en incrementar la oferta de sus productos turísticos.

La RN 40 si bien es transitable en todo su recorrido, no hay un medio de transporte que comunique todo el trayecto desde Salta a Cafayate – Cachi- Salta. Parte del recorrido es de ripio aunque en buen estado que se puede realizar con vehículos particulares.

En este momento se realiza la actualización de cartelería y folletería que ya llevaba varios años.

6.6.2 Entrevista 2

Nombre del entrevistado: Eleonora Gallardo

Cargo: Directora de Productos Turísticos

Coordinadora Dirección de Competitividad y Emprendedurismo.

Fecha de la entrevista: 5 de diciembre de 2018.

1. ¿Se ha logrado componer un corredor turístico, Ruta del Vino, formado por la provincia de Salta? ¿Tienen algo establecido con otras provincias que tengan o compartan Ruta del Vino?

Hoy en día los viñedos se extienden por más de 3300 hectáreas entre los departamentos de Cafayate, San Carlos, Cachi, Molinos y La Viña. Zonas óptimas para el cultivo y producción del Torrontés y otras cepas como el Cabernet Sauvignon, Malbec, Tannat, Bonarda, Syrah, Barbera y Tempranillo con lugares y paisajes muy llamativos como los de la Quebrada de las Flechas, Quebrada de las Conchas y pueblos centenarios con una enorme riqueza cultural que se expresa en su música y artesanías.

En los últimos años la industria ha experimentado un gran crecimiento y desarrollo favoreciendo la elaboración de extraordinarios vinos de calidad, reconocidos en los mercados y concursos internacionales. La calidad y particularidad de los vinos salteños de altura son el resultado de la combinación de las condiciones privilegiadas del terruño y de la innovación tecnológica, sumadas a la dedicación y el conocimiento de los productores.

Se empezó a trabajar en el 2018 un programa en conjunto con Mendoza, en donde se ofrecían paquetes en ambas provincias.

2. ¿Existe trabajo de sinergia entre las partes que componen el turismo enológico? (actores locales, bodegas, sector público y privado)

Si existe un trabajo en conjunto con Bodegas de Salta, el Ministerio de Producción, Municipios que pertenecen a la Ruta del Vino (Cafayate, Cachi, etc.), cooperativas, INTA, INV entre otros.

3. ¿Por qué las agencias de viajes que figuran en el folleto no ofrecen la Ruta del Vino si no es a más de 5 personas y viaje particular?

El Ministerio de Cultura, Turismo y Deportes solo promociona la Ruta del Vino, como producto. Cada empresa realiza y tiene sus políticas en cuanto a cómo vender tal Producto.

4. ¿Qué producto o cuantos productos están trabajando con respecto al turismo enológico?

Se trabaja en la promoción de la Ruta del Vino, y en el 2018 empezó el trabajo de desarrollo y posicionamiento de la Ruta del Vino Casero y Artesanal.

5. ¿Qué tipo de aceptación del residente ante este tipo de turismo? ¿Cómo trabajan estos dos actores: privado y público?
Se trabaja en conjunto, y hay una sinergia entre ambos sectores. La aceptación del residente es muy buena.

6. ¿Qué tipo de inversiones tienen? ¿Son locales, privadas? ¿Qué porcentaje de inversiones extranjeras y privadas?
Estas son las líneas de crédito e inversiones que estuvieron disponibles en el 2018 para todos aquellos que quisieran aplicar

http://turismo.salta.gov.ar/images/uploads/salta__financiamiento_2018a.pdf

7. ¿Qué facilidades otorgan desde la provincia para la producción del producto?
Estas son las líneas de crédito e inversiones que estuvieron disponibles en el 2018 para todos aquellos que quisieran aplicar

8. Con respecto a la accesibilidad la planta turística que hace a los destinos donde están las bodegas, ¿están preparadas para el turismo accesible? Baños, puertas anchas para que pasen sillas de ruedas, rampas, etc.
No se encuentra hecho un relevamiento, pero varias Bodegas de la provincia cuentan con programas de Calidad como SIGO, Buenas Prácticas, Directrices de Competitividad, entre otras.

9. En lo referente a conectividad, en algunos tramos la RN40, las RP y otros caminos internos son de ripio. ¿Está proyectado pavimentar estos caminos a pesar de que perdería parte del encanto del paisaje? Uno de los aspectos que estarían imposibilitando el desarrollo, ¿se necesitan vehículos especiales?
En cuanto a las rutas nacionales es competencia del gobierno Nacional, que se gestiona permanentemente el mantenimiento de la misma. En las rutas provinciales también hay un trabajo de mantenimiento.

No se imposibilita el desarrollo, si perderían algunos sectores el encanto, pero si sería bueno pavimentar algunos tramos.

Se pueden alquilar los vehículos para ir desde Salta hacia los valles sin problemas.

10. ¿Por qué no hay una mayor frecuencia en transporte público? y ¿por qué ninguna línea de ómnibus une desde Salta a Cafayate vía Cachi o desde Cachi a Cafayate?
Eso depende exclusivamente de otras áreas de las cuales no sabría porque no hay frecuencias.

11. ¿Qué posibilidades hay en las distancias a recorrer tener asistencia o auxilio en caso de ser requerido?

Hoy en la mayoría del trayecto hay señalización y postes del 911 por cualquier inconveniente. Los municipios tienen mejor tecnología en cuanto a la comunicación ya que las inversiones que se realizaron para mejorar la planta turística fue mucha

¿Disponen de Plan Estratégico? ¿Cuál es el eje, mencionar los objetivos y a criterio personal del entrevistado que porcentaje de factibilidad tienen los objetivos? ¿Considera que alguno de los objetivos debe ser reformulado?

Acá puede encontrar el Plan Estratégico http://turismo.salta.gov.ar/images/uploads/sintesis_plan_salta_si_+.pdf

7 RN Nº40 Quebrada de las Flechas

8 RP Nº33 Cuesta del Obispo

Fuente: Fotografías María C. Santos- Septiembre 2018

6.7 Entrevista a Agencias de Viajes y Empresas de Viajes y Turismo

(Realizada en noviembre de 2016)

Salta Capital

UMA TRAVEL.
Entrevistado: Ricardo Garamendi
Dirección: General Guemes Nº 34
Teléfonos: 0387 – 4222285 / 4228317

TASTIL VIAJES Y TURISMO
Entrevistado: Exequiel Cáceres
Dirección: Caseros 468 Local 1
Teléfonos: 0387 - 4311223

VANTAGE
Entrevistado: Lorena Lafuente
Dirección: Buenos Aires 88
Teléfonos: 0387-4222434

AMAUTA VIAJES
Entrevistado: Agustín Leguizamón
Dirección: Ameghino Nº 426- Local 1
Teléfonos: 387-154 73011

FERRO TURISMO
Entrevistado: José Luis
Dirección: Buenos Aires 191
Teléfonos: 0387-4315314

PARAÍSOS TERRENALES
Entrevistado: María Laura
Dirección: Las Encinas N° 237
Teléfonos: 0387 620-2670

SILVIA MAGNO VIAJES Y TURISMO.
Entrevistado: Silvia Magno
Dirección: Alvarado Nº 1474
Teléfonos: 0387-4219203

Cachi

TURISMO URKUPIÑA
Entrevistado: Ernesto López
Dirección: Benjamín Zorrilla s/n
Teléfonos: 03868-491317

Cafayate

IPUNA TURISMO DE ALTURA
Entrevistado: Marcos Guevara
Dirección: San Martín 81 PB
Teléfonos: 03868-421808

MAJO VIAJES
Entrevistado:
Dirección: Ntra. Sra. del Rosario Nº 77
Teléfonos: 03868-422038

TURISMO CORDILLERANO
Entrevistado: Eduardo Salvado
Dirección: Guemes Sur Nº 178
Teléfonos: 03868-421689

XANTERRA
Entrevistado: Patricia López
Dirección: Mitre Nº 52
Teléfonos: 03868-422548

YACU TURISMO
Entrevistado: Miriam De Abajo
Dirección: Alvarado Nº 68
Teléfonos: 03868 42-1806

6.8 Estudio de caso Bodega y Estancia Colomé

Fuente: Fotografías María C. Santos
Septiembre 2018

Fuente: Fotografías María C. Santos

Septiembre 2018

9 Antigua Bodega Colomé

Fuente: Fotografías María C. Santos

Septiembre 2018

10 Naciente del rio

Fuente: Constanza Bearzi de Estancia Colomé

La naciente del río que se encuentra íntegramente en la propiedad. Desde aquí se toma, se entuba y va a una represa que suministra agua a la finca y las turbinas que proporcionan energía al lugar.

11 Toma de agua

Fuente: Constanza Bearzi

Huertas orgánicas

12 Viñas entre rocas

i

Fuente: Fotografías cedidas por Constanza Bearzi

13 Viña de 1831

Fuente: Constanza Bearzi

6.9 Historia de Hoteles

6.9.1 Miraluna Cabañas, Viñedos y Bodega

Fuente: Fotos cedidas por Elvio de Bodega Miraluna

6.9.2 Sala de Payogasta Hotel Boutique & Bodega

Fuente: Fotografías María C. Santos

6.9.3 Hotel Boutique La Casa de la Bodega

Fuente: Fotografía María C. Santos

"El que sabe degustar no bebe demasiado vino, pero disfruta sus suaves secretos."

Salvador Dalí.