

ENTRE RÍOS

CFI – CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

**PROYECTO: FORTALECIMIENTO DE LA CULTURA E
INDUSTRIA VITIVINÍCOLA DE ENTRE RÍOS: “VIÑEDOS
CREATIVOS”**

Tipo de Informe: Informe FINAL

Año: 2026

ÍNDICE

I. Introducción

II. Antecedentes y principales hallazgos

2.1 El proyecto y su primera etapa

2.2 El sector vitivinícola entrerriano: estado de situación

2.3 El ecosistema enoturístico: recursos relevados

2.4 Principales hallazgos del diagnóstico

2.5 Síntesis

2.6 El enoturismo en Argentina: contexto, destinos emergentes y posicionamiento

diferencial de Entre Ríos

III. Proyecto Ejecutivo "Viñedos Creativos"

3.1 ¿Qué es Viñedos Creativos?

3.2 Propósito del proyecto

3.3 Objetivos

3.4 Principios del modelo

3.5 Arquitectura del producto

3.6 Síntesis del modelo

IV. Implementación territorial

4.1 Criterios para la organización territorial

4.2 Del enfoque inicial de nodos a las microregiones turísticas

4.3 Las microregiones turísticas de Entre Ríos

4.4 Oportunidades de implementación territorial

4.5 Síntesis de la estrategia territorial

V. Experiencias Viñedos Creativos

5.1 Introducción

5.2 Viñedos Creativos + Arte Visual

5.3 Viñedos Creativos + Literatura y Poesía

5.4 Viñedos Creativos + Historia e Inmigrantes

5.5 Viñedos Creativos + Música y Artes Performáticas

5.6 Componentes transversales de las experiencias

5.7 Síntesis

VI. Identidad y posicionamiento

6.1 Identidad de Viñedos Creativos

6.2 Propuesta de valor

6.3 Públicos destinatarios

6.4 Estrategia de comunicación digital e influencers

6.5 Posicionamiento dentro del mapa enoturístico argentino

6.6 Síntesis

VII. Fortalecimiento de la cadena de valor

7.1 Enfoque

7.2 Los eslabones de la cadena

7.3 Matriz de actores y eslabones

7.4 Brechas y cuellos de botella

7.5 Acciones de fortalecimiento

7.6 Síntesis

VIII. MODELO DE GESTIÓN Y SOSTENIBILIDAD

8.1 Enfoque

8.2 Estructura de gobernanza - la Mesa de Trabajo en tres niveles

8.3 Esquema público–privado–comunitario

8.4 Administración de la marca

8.5 Mecanismos de decisión, rendición y periodicidad

8.6 Sostenibilidad institucional y financiera

8.7 Síntesis

IX. Hoja de ruta para la implementación

9.1 Consideraciones previas

9.2 Fase I — Activación (0 a 12 meses)

9.3 Fase II — Consolidación (12 a 36 meses)

9.4 Fase III — Desarrollo (36 meses en adelante)

9.5 Actores involucrados

9.6 Indicadores de seguimiento

9.7 Síntesis

X. Consideraciones finales

Anexos

[Anexo I. Metodología de la Etapa II](#)

[Anexo II. Matriz de Vinculación Territorial y Potencial de Implementación](#)

[Anexo III. Guía Metodológica para el Diseño de Experiencias Viñedos Creativos](#)

[Anexo IV. Cartografía Temática y distribución territorial de los recursos relevados](#)

[Anexo V. Benchmarking de Enoturismo en Destinos Emergentes Argentinos](#)

[Anexo VI. Estrategia de Comunicación Digital](#)

[Anexo VI bis. Creadores de Contenido](#)

[Anexo VII. Cuadro Maestro de Establecimientos Vitivinícolas](#)

[Anexo VIII. Fichas de experiencias piloto](#)

[Anexo IX. Modelo de Matriz de seguimiento de la Fase I](#)

I. INTRODUCCIÓN

El presente documento constituye el Informe Final correspondiente a la Etapa II del proyecto "Fortalecimiento de la Cultura e Industria Vitivinícola de Entre Ríos: "Viñedos Creativos", elaborado en el marco del Programa de Asistencias Técnicas del Consejo Federal de Inversiones (CFI).

La primera etapa del proyecto permitió relevar la situación actual del sector vitivinícola provincial, identificar actores estratégicos, reconocer recursos culturales y turísticos asociados y analizar las oportunidades existentes para el desarrollo de propuestas innovadoras vinculadas al turismo creativo. Los resultados obtenidos fueron consolidados en el Informe Parcial, que constituye el antecedente técnico sobre el cual se estructura la presente instancia.

A partir de dichos hallazgos, la Etapa II se orienta al diseño del Proyecto Ejecutivo "Viñedos Creativos", concebido como un producto cultural y turístico destinado a fortalecer el enoturismo entrerriano mediante la generación de experiencias que articulen la actividad vitivinícola con la identidad territorial, las expresiones artísticas y musicales, las historias y tradiciones locales y los recursos naturales presentes en la provincia.

El proyecto propone una estrategia de implementación territorial basada en las microregiones turísticas de Entre Ríos, entendidas como ámbitos de articulación capaces de adaptarse a las particularidades y recursos existentes en cada territorio. Esta perspectiva permite promover experiencias diferenciadas, fortalecer la participación de las comunidades locales y contribuir a la diversificación de la oferta turística provincial.

En este marco, el presente informe desarrolla el modelo conceptual de Viñedos Creativos, define los criterios para su implementación territorial, presenta las líneas de experiencias propuestas, establece los principales componentes de identidad y posicionamiento del producto y plantea una hoja de ruta para su implementación progresiva.

El detalle de la metodología aplicada para el desarrollo de la Etapa II se incorpora como Anexo I del presente informe, con el propósito de documentar los criterios, fuentes y procedimientos que sustentaron la formulación del Proyecto Ejecutivo.

II. ANTECEDENTES Y PRINCIPALES HALLAZGOS

2.1 El proyecto y su primera etapa

El presente informe final se enmarca en el proyecto "Fortalecimiento de la Cultura e Industria Vitivinícola de Entre Ríos: Viñedos Creativos", desarrollado en el marco del Programa de Asistencias Técnicas del Consejo Federal de Inversiones. El proyecto fue aprobado en enero de 2026 con el objetivo de formular un Proyecto Ejecutivo de Turismo Creativo para el desarrollo del enoturismo en la provincia de Entre Ríos.

La Etapa I, cuyos resultados fueron consolidados en el Informe Parcial presentado en abril de 2026, se orientó al diagnóstico integral del territorio: relevamiento de actores y recursos, evaluación de oportunidades culturales y patrimoniales, y análisis de viabilidad e institucional. Los resultados de esa etapa constituyen el antecedente técnico sobre el cual se construye el presente Proyecto Ejecutivo.

2.2 El sector vitivinícola entrerriano: estado de situación

Entre Ríos tiene una historia vitivinícola que se remonta a mediados del siglo XIX. En 1907 la provincia ocupaba el cuarto lugar en el censo nacional de viñedos, con más de 30 bodegas y 5.000 hectáreas cultivadas a lo largo de los ríos Paraná y Uruguay. La Ley Nacional N.º 12.137 de 1934, que concentró la producción vitivinícola en la región de Cuyo, interrumpió esa historia durante décadas. La derogación de dicha normativa en 1993 abrió una nueva etapa de recuperación y crecimiento que continúa hasta la actualidad.

Según el Informe Productivo Provincial del Sector Vitivinícola elaborado por la Dirección de Información para el Desarrollo Económico del Ministerio de Desarrollo Económico de Entre Ríos (2024), sobre la base de información del Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV), la provincia cuenta con 49 viñedos distribuidos en diez departamentos, con una superficie total cultivada de 57,8 hectáreas (cifra adoptada como dato provincial vigente por corresponder a

la fuente más reciente disponible -Informe Productivo Provincial del Sector Vitivinícola de Entre Ríos, 2024, sobre datos del INV -, que actualiza el registro del Censo Vitivinícola CFI de 2022) y un tamaño medio de viñedo de 1,2 hectáreas. El departamento Colón concentra la mayor cantidad de viñedos con diez establecimientos, seguido por Paraná y Victoria con ocho cada uno. En términos de superficie, Concordia presenta la mayor extensión cultivada, con 15 hectáreas, seguida por Victoria con 12,1 hectáreas y Colón con 10,4 hectáreas.

En cuanto a las variedades cultivadas, el Malbec continúa siendo la más extendida con 15,6 hectáreas implantadas, seguido por Tannat con 8,5 hectáreas y Merlot con 6,9 hectáreas. El Marselan, con 5,4 hectáreas cultivadas, se posiciona como la variedad emergente distintiva de la provincia debido a su adaptación a las condiciones agroclimáticas locales y a su potencial para contribuir a la diferenciación de los vinos entrerrianos dentro del escenario vitivinícola nacional. En 2023, el Malbec, el Tannat y el Marselan fueron los varietales con mayor volumen de ventas, siendo estos últimos dos especialmente representativos de la producción provincial.

En términos de mercado, las ventas de vino de origen entrerriano alcanzaron los 736 hectolitros en 2023, registrando una disminución del 18,1% respecto de los 899 hectolitros comercializados en 2022. El vino varietal concentra el 91% de las ventas y los vinos tintos representan también el 91% del volumen comercializado. Esta situación se inscribe en un contexto nacional caracterizado por una sostenida disminución del consumo de vino: en 2023 el consumo per cápita en Argentina alcanzó los 16,7 litros por habitante por año, el valor más bajo de la serie histórica iniciada en 1963.

En este contexto, el enoturismo aparece como una herramienta estratégica para fortalecer la sostenibilidad económica de los establecimientos vitivinícolas, diversificar sus fuentes de ingresos y generar un vínculo directo entre productores y consumidores. El relevamiento realizado en el marco del proyecto Viñedos Creativos- de enfoque enoturístico y no equivalente al padrón de viñedos del INV - identificó 41 establecimientos vitivinícolas relevados; 32 con actividad enoturística y 9 productivos con potencial de incorporación; con posibilidad de integración al desarrollo de experiencias turísticas vinculadas al vino (relevamiento propio del proyecto, corte julio 2026; véase Cuadro Maestro de

Establecimientos - Anexo VII). Este universo incluye bodegas, viñedos y emprendimientos que complementan la producción vitivinícola con propuestas de visitas, degustaciones, eventos, gastronomía, alojamiento y otras actividades recreativas. La distribución territorial de estos establecimientos constituye uno de los principales activos para la construcción de una oferta provincial de enoturismo con identidad propia, articulada con los recursos culturales, patrimoniales y turísticos de las distintas microregiones entrerrianas.

La comercialización se realiza mayoritariamente de forma directa en los propios establecimientos, fortaleciendo el vínculo entre producción y experiencia turística. Al mismo tiempo, esta modalidad refleja algunos de los desafíos estructurales identificados por los actores del sector, particularmente aquellos vinculados a la logística, la distribución comercial y la consolidación de canales de comercialización de mayor alcance.

2.3 El ecosistema enoturístico: recursos relevados

El diagnóstico territorial desarrollado durante la Etapa I constituyó la base para la construcción del ecosistema enoturístico provincial, proceso que fue ampliado y actualizado durante la Etapa II mediante la incorporación de la totalidad de las diez microregiones turísticas de Entre Ríos. Esta ampliación permitió consolidar una base territorial de alcance provincial, utilizada como sustento para el diseño del Proyecto Ejecutivo y presentada de manera detallada en el Anexo IV.

Como resultado de este proceso se relevaron 41 establecimientos vitivinícolas, de los cuales 32 cuentan con actividad enoturística activa y 9 presentan potencial de incorporación, distribuidos en las diez microregiones turísticas de la provincia. Este universo incluye bodegas, viñedos y emprendimientos que complementan la producción vitivinícola con propuestas de visitas, degustaciones, eventos, gastronomía, alojamiento y otras actividades recreativas, constituyendo la base operativa para la implementación del programa Viñedos Creativos.

Asimismo, se identificaron 179 espacios culturales y patrimoniales, entre los que se incluyen museos, centros culturales, teatros, galerías, bibliotecas populares, edificios de valor patrimonial y otros espacios vinculados a la identidad cultural de los territorios. Estos

recursos representan oportunidades concretas para la integración de propuestas enoturísticas con expresiones culturales propias de cada microregión.

El relevamiento también permitió registrar 67 actores artísticos activos, incluyendo artistas visuales, músicos, compañías escénicas, artesanos, escritores y otros referentes culturales con potencial para participar en el diseño e implementación de experiencias creativas vinculadas al vino y al patrimonio local.

En relación con la programación cultural, se relevaron 59 eventos y festividades distribuidos en distintas microregiones de la provincia, conformando un calendario de actividades con capacidad para fortalecer la oferta enoturística mediante acciones conjuntas entre establecimientos vitivinícolas, gobiernos locales y organizaciones culturales.

En materia de infraestructura turística, se identificaron 517 alojamientos turísticos, entre hoteles, cabañas y complejos, evidenciando una capacidad de recepción significativa para el desarrollo de experiencias con pernocte y circuitos integrados. La distribución de esta oferta constituye un factor estratégico para el diseño de propuestas que promuevan una mayor permanencia del visitante y una mejor articulación entre los distintos recursos del territorio.

En conjunto, el relevamiento consolidado permitió construir una base territorial integrada de 863 recursos, considerando establecimientos vitivinícolas, espacios culturales y patrimoniales, actores artísticos, eventos y festividades, y alojamientos turísticos, que constituye el principal insumo para la formulación del Proyecto Ejecutivo "Viñedos Creativos". La organización de estos recursos según las diez microregiones turísticas permitió identificar fortalezas, complementariedades y oportunidades de articulación, orientando el diseño de experiencias diferenciadas y estrategias de implementación acordes con las particularidades de cada territorio.

Cabe señalar que las cifras consignadas en este apartado corresponden al universo consolidado del Proyecto Ejecutivo (863 recursos), resultante de la ampliación metodológica realizada durante la Etapa II. El relevamiento inicial de la Etapa I, circunscripto a las localidades priorizadas sobre la costa fluvial, había identificado 611 recursos; la incorporación de la totalidad de las diez microregiones, que amplió especialmente el universo

de espacios culturales y patrimoniales, elevó el total a 863. Los resultados específicos de la Etapa I se presentan en el Informe Parcial, mientras que la actualización territorial completa se incorpora en el Anexo IV del presente informe.

2.4 Principales hallazgos del diagnóstico

El diagnóstico territorial permitió identificar un conjunto de hallazgos que orientan el diseño del Proyecto Ejecutivo y fundamentan las decisiones estratégicas adoptadas en la Etapa II.

- a. Un sector vitivinícola emergente con identidad propia.** La vitivinicultura entrerriana no constituye un fenómeno reciente, sino un proceso de recuperación y consolidación con más de tres décadas de desarrollo sostenido. La valorización de variedades adaptadas al territorio, como el Marselan, el crecimiento gradual de la superficie implantada, la presencia de emprendimientos familiares y la diversificación de la producción evidencian la consolidación de un sector con identidad propia y perspectivas favorables de crecimiento.
- b. Recursos culturales de alto potencial para la integración.** El relevamiento permitió identificar 179 espacios culturales y patrimoniales, 67 actores artísticos y 59 eventos y festividades distribuidos en los territorios analizados, evidenciando una riqueza cultural que trasciende el enfoque tradicional del enoturismo. La existencia de estos recursos constituye una base sólida para el desarrollo de experiencias de turismo creativo capaces de integrar vino, patrimonio, arte, gastronomía, música e identidad local.
- c. Heterogeneidad territorial como oportunidad.** El análisis de las microregiones turísticas puso en evidencia situaciones diversas: territorios con actividad enoturística consolidada, otros con producción vitivinícola en crecimiento y escasa articulación turística, y microregiones con un importante capital cultural aún no vinculado al sector. Esta diversidad representa una oportunidad para diseñar estrategias diferenciadas, adaptadas a las características, capacidades y potencialidades de cada

territorio.

- d. La articulación como principal desafío.** Las entrevistas realizadas a productores vitivinícolas, referentes culturales, actores turísticos e instituciones públicas convergen en un diagnóstico común: la provincia dispone de recursos, capacidades e interés por parte de los distintos actores, pero presenta niveles limitados de articulación entre ellos. La integración entre establecimientos vitivinícolas, municipios, instituciones culturales, prestadores turísticos y organizaciones locales constituye la principal condición para consolidar una oferta enoturística con identidad provincial.
- e. La organización territorial como base del modelo.** El proceso de relevamiento y análisis permitió reconocer que la organización de la oferta en función de las microregiones turísticas de Entre Ríos constituye el marco territorial más adecuado para la implementación del programa. Este enfoque favorece una planificación diferenciada según las características de cada territorio, fortalece la articulación entre actores locales y se alinea con los instrumentos de planificación turística vigentes en la provincia.

2.5 Síntesis

Los resultados de la Etapa I confirman que Entre Ríos reúne condiciones favorables para el desarrollo de un programa de enoturismo creativo con identidad territorial propia. La consolidación gradual del sector vitivinícola, la diversidad de recursos culturales y patrimoniales, la infraestructura turística disponible y la disposición de los actores públicos y privados a generar procesos de articulación constituyen una base sólida para la implementación del Proyecto Ejecutivo Viñedos Creativos. En este contexto, el principal desafío no radica en la generación de nuevos recursos, sino en la integración estratégica de los activos existentes para construir experiencias innovadoras, sostenibles y con capacidad de fortalecer el desarrollo territorial de las distintas microregiones de la provincia.

2.6 El enoturismo en Argentina: contexto, destinos emergentes y posicionamiento diferencial de Entre Ríos

El desarrollo del enoturismo en Argentina registra más de dos décadas de crecimiento sostenido. Desde la consolidación de Mendoza como destino de referencia a fines de la década de 1990, la actividad experimentó una importante diversificación, incorporando progresivamente propuestas vinculadas a la gastronomía, el patrimonio, el arte, la música, el paisaje y otras experiencias asociadas al turismo del vino. Este proceso refleja una tendencia nacional e internacional hacia productos turísticos más integrales y participativos, contexto en el cual se inscribe el programa **Viñedos Creativos**.

Sin desconocer el liderazgo alcanzado por Mendoza, el presente proyecto toma como referencia especialmente el proceso de desarrollo de los destinos vitivinícolas emergentes, caracterizados por una producción de pequeña y mediana escala, una fuerte identidad territorial y la articulación del vino con otros recursos culturales y turísticos. En este escenario, Entre Ríos reúne condiciones favorables para consolidar un posicionamiento propio, apoyado en la recuperación de su tradición vitivinícola, el crecimiento sostenido del sector y la diversidad de recursos presentes en el territorio provincial.

Con el propósito de fundamentar las decisiones estratégicas del proyecto se realizó un análisis comparado de cuatro casos de referencia seleccionados por compartir con Entre Ríos características similares: procesos de recuperación o expansión reciente de la actividad vitivinícola, predominio de establecimientos familiares o de pequeña escala e integración del enoturismo con otros recursos del territorio.

El caso de la provincia de Buenos Aires demuestra que la producción artesanal puede transformarse en un atributo de identidad cuando se articula con el patrimonio local, el paisaje y las propuestas de cercanía. Salta evidencia el potencial de integrar vino, arte, gastronomía y música mediante eventos culturales desarrollados en establecimientos vitivinícolas. Córdoba pone de manifiesto la importancia de construir una marca territorial que fortalezca la promoción conjunta y aumente la visibilidad de emprendimientos distribuidos en distintas regiones. Mendoza, por su parte, constituye una referencia en materia de innovación, diversificación de experiencias y valorización de propuestas

vinculadas al arte, la cultura y las pequeñas bodegas, aspectos especialmente relevantes para el enfoque de Viñedos Creativos.

El análisis FODA comparado de estos casos, desarrollado en el **Anexo V. Benchmarking de Enoturismo en Destinos Emergentes Argentinos**, permitió identificar fortalezas, oportunidades y desafíos para el posicionamiento de Entre Ríos como destino enoturístico emergente. De dicho análisis surgen tres atributos diferenciales que constituyen ventajas competitivas para el desarrollo del programa.

El primero es la diversidad de recursos naturales presentes en el territorio provincial. La combinación de ríos, humedales, montes nativos, áreas protegidas, paisajes rurales y complejos termales ofrece un contexto favorable para el diseño de experiencias enoturísticas integradas con la naturaleza y el patrimonio local. Esta diversidad amplía las posibilidades de desarrollo de productos diferenciales y favorece la articulación del vino con otros atractivos turísticos ya consolidados en la provincia.

El segundo atributo es el patrimonio asociado a la inmigración europea. Las colonias de origen suizo, francés, alemán, italiano y español que impulsaron el desarrollo de la vitivinicultura entrerriana durante el siglo XIX conservan un importante legado histórico, arquitectónico, cultural y productivo. La permanencia de muchas de estas comunidades y de sus tradiciones constituye un rasgo distintivo que aporta autenticidad a las experiencias vinculadas al vino y fortalece la identidad territorial del programa.

El tercer atributo es el potencial del Marselan como variedad identitaria de Entre Ríos. Del mismo modo que el Torrontés se asocia con Salta o el Malbec con Mendoza, el Marselan presenta condiciones para consolidarse como una cepa distintiva de la vitivinicultura entrerriana. Su adecuada adaptación a las condiciones agroclimáticas de la provincia, la creciente adopción por parte de los productores y su capacidad para expresar una identidad territorial propia fortalecen el posicionamiento diferencial del sector y aportan una narrativa singular para el desarrollo del enoturismo provincial.

III. PROYECTO EJECUTIVO "VIÑEDOS CREATIVOS"

3.1 ¿Qué es Viñedos Creativos?

Viñedos Creativos es una propuesta de turismo creativo que busca integrar la actividad vitivinícola con los recursos culturales, artísticos e identitarios presentes en las distintas microregiones de la provincia de Entre Ríos.

La iniciativa parte de reconocer el potencial de la vitivinicultura entrerriana como un elemento capaz de generar experiencias que trasciendan la visita tradicional a bodegas y viñedos, incorporando nuevas formas de encuentro entre el vino, las comunidades locales y las expresiones culturales propias de cada territorio.

Desde esta perspectiva, Viñedos Creativos concibe a los establecimientos vitivinícolas como espacios de intercambio, disfrute y construcción de experiencias, promoviendo la participación de artistas, músicos, emprendedores, actores gastronómicos, instituciones y organizaciones locales.

El proyecto propone ampliar y diversificar la oferta enoturística provincial mediante experiencias vinculadas con la historia, el patrimonio, las expresiones artísticas, la música, la literatura y las identidades culturales presentes en cada microregión.

De esta manera, Viñedos Creativos busca fortalecer la identidad territorial, generar nuevas oportunidades de articulación entre cultura, turismo y producción, y contribuir al posicionamiento de Entre Ríos como un destino innovador dentro del enoturismo argentino.

3.2 Propósito del proyecto

Fortalecer el enoturismo entrerriano mediante el desarrollo de experiencias creativas que articulen la actividad vitivinícola con la identidad territorial, la cultura y los recursos existentes en las distintas regiones de la provincia.

3.3 Objetivos

A. Objetivo General

Diseñar el Proyecto Ejecutivo "Viñedos Creativos" como una herramienta para la diversificación y fortalecimiento del enoturismo en Entre Ríos, promoviendo la articulación entre la actividad vitivinícola y los recursos culturales, artísticos e identitarios del territorio.

B. Objetivos Específicos

- Desarrollar un modelo de turismo creativo adaptable a las particularidades de cada territorio.
- Promover la integración entre establecimientos vitivinícolas y actores culturales locales.
- Generar experiencias innovadoras vinculadas con los orígenes, las expresiones artísticas y las manifestaciones culturales del territorio.
- Favorecer la participación de comunidades, gastronómicos, emprendedores y sectores vinculados al turismo y la cultura.
- Contribuir a la diversificación de la oferta turística provincial.
- Fortalecer la identidad y el posicionamiento del enoturismo entrerriano.

3.4 Principios del modelo

Viñedos Creativos se sustenta en una serie de principios orientados a garantizar la construcción de experiencias con identidad territorial y capacidad de adaptación a las particularidades de cada región. En este sentido, las propuestas se conciben a partir de las historias, expresiones y recursos propios de cada territorio, promoviendo la participación de productores, actores culturales, instituciones y comunidades locales.

Asimismo, el modelo busca impulsar nuevas formas de articulación entre cultura, turismo y producción, incorporando criterios de creatividad e innovación que permitan ampliar y diversificar la oferta enoturística provincial. Del mismo modo, se promueve una mirada sostenible, procurando generar impactos positivos en las dimensiones cultural, social y

económica, y favoreciendo un desarrollo equilibrado y respetuoso de las características de cada territorio.

Finalmente, Viñedos Creativos se plantea como una herramienta flexible, capaz de adaptarse a las oportunidades y recursos presentes en las distintas microregiones de Entre Ríos, favoreciendo la construcción de propuestas auténticas y diferenciadas.

3.5 Arquitectura del producto

Viñedos Creativos se concibe como una marca paraguas capaz de reunir distintas propuestas de turismo creativo vinculadas a la actividad vitivinícola y a los recursos identitarios presentes en los territorios.

El modelo se estructura a partir de cuatro líneas de experiencias que articulan el vino entrerriano con dimensiones específicas de la cultura e identidad del territorio:

- Viñedos Creativos + Arte Visual
- Viñedos Creativos + Literatura y Poesía
- Viñedos Creativos + Historia e Inmigrantes
- Viñedos Creativos + Música y Artes Performativas

Estas líneas no constituyen categorías rígidas ni excluyentes, sino marcos de referencia flexibles que pueden complementarse y combinarse entre sí, dando lugar a experiencias diversas y adaptadas a las particularidades de cada territorio. Un mismo establecimiento puede desarrollar más de una línea según sus recursos, su entorno y el perfil de los visitantes que recibe.

Las cuatro líneas descritas constituyen el núcleo de intervención de Viñedos Creativos. Su implementación podrá complementarse con otros productos turísticos ya consolidados en las distintas microregiones —como el turismo de naturaleza, el patrimonio histórico, el turismo rural o la oferta termal existente— cuando ello contribuya a enriquecer la experiencia propuesta, sin que dichos productos constituyan líneas específicas del programa.

La gastronomía con identidad local se incorpora como componente transversal de todas las propuestas, fortaleciendo el anclaje territorial de cada experiencia y poniendo en valor la

diversidad productiva de la provincia - nuez pecán, yatay, pescado de río, quesos artesanales, chacinados de colonia - en diálogo permanente con el vino entrerriano.

3.6 Síntesis del modelo

Viñedos Creativos propone una mirada integral del enoturismo, entendiendo al vino como un elemento capaz de articular producción, cultura, identidad y territorio.

A través de un modelo flexible y adaptable, el proyecto busca promover experiencias auténticas que contribuyan a diversificar la oferta turística provincial, fortalecer la identidad de las comunidades locales y generar nuevas oportunidades de articulación entre los distintos actores vinculados al turismo, la cultura y la actividad vitivinícola.

Desde esta perspectiva, Viñedos Creativos se presenta como una herramienta para potenciar el desarrollo del enoturismo en Entre Ríos mediante propuestas con fuerte anclaje territorial y capacidad de adaptación a las particularidades de cada microregión.

En este marco, el capítulo siguiente desarrolla el modelo territorial de implementación del programa, identificando las microregiones, los nodos de actuación y las oportunidades específicas para el desarrollo de cada una de las líneas de experiencias propuestas.

IV. IMPLEMENTACIÓN TERRITORIAL

4.1 Criterios para la organización territorial

La implementación de Viñedos Creativos parte del reconocimiento de la diversidad territorial de Entre Ríos y de la necesidad de construir propuestas capaces de adaptarse a las particularidades de cada región. En este sentido no, el proyecto adopta una perspectiva flexible, entendiendo que las experiencias de enoturismo creativo deben surgir de los recursos, las identidades y las dinámicas propias de cada territorio.

Para la organización territorial del proyecto se consideraron los siguientes criterios: la presencia de establecimientos vitivinícolas activos con oferta enoturística, la disponibilidad

de recursos culturales, patrimoniales y naturales integrables a las experiencias, la existencia de infraestructura turística de soporte —alojamiento, gastronomía, accesibilidad—, el grado de articulación entre actores públicos y privados, y la coherencia con las unidades de planificación turística vigentes en la provincia.

4.2 Del enfoque inicial de nodos a las microregiones turísticas

Durante las primeras instancias del proyecto se consideró una organización territorial basada en dos nodos de articulación —Costa del Río Paraná y Costa del Río Uruguay—, concebidos a partir de la lógica geográfica más evidente para la distribución de la actividad vitivinícola provincial. Este enfoque, adoptado como punto de partida operativo en la Etapa I, permitió orientar el relevamiento de campo y estructurar las primeras matrices de oportunidades.

Sin embargo, a medida que avanzó el análisis territorial y se profundizó el diálogo con la Secretaría de Turismo de Entre Ríos, se observó que la provincia había avanzado en la construcción de un sistema de organización turística basado en microregiones, entendidas como ámbitos territoriales con identidad propia, lógicas de articulación específicas y estrategias de promoción diferenciadas.

Adoptar este marco como referencia para la implementación de Viñedos Creativos no constituye únicamente una decisión de coherencia con la política turística provincial, sino también una elección metodológica fundamentada en la evidencia relevada. La distribución real de bodegas, espacios culturales, actores artísticos y eventos identificada durante la Etapa I mostró que los recursos no se concentran exclusivamente en las costas fluviales, sino que se distribuyen de manera heterogénea a lo largo del territorio, con dinámicas y potenciales diferenciados que la lógica de dos nodos no alcanzaba a capturar con suficiente precisión.

En este contexto, la transición hacia el enfoque de microregiones turísticas permite fortalecer la coherencia territorial del proyecto, adaptar las propuestas a las particularidades de cada zona y favorecer la articulación con los instrumentos de planificación y promoción turística que la provincia viene desarrollando.

4.3 Las microregiones turísticas de Entre Ríos

La provincia de Entre Ríos organiza su oferta turística en diez microregiones, cada una de ellas caracterizada por una identidad territorial específica, recursos diferenciados y dinámicas propias de desarrollo. Viñedos Creativos adopta este sistema como marco de referencia para la implementación territorial de sus propuestas, reconociendo en cada microregión un ámbito con condiciones y oportunidades particulares.

Las microregiones turísticas constituyen una herramienta de planificación y gestión territorial impulsada por la Secretaría de Turismo de Entre Ríos para promover el desarrollo equilibrado de los destinos provinciales. Cada una de ellas agrupa municipios y localidades que comparten características geográficas, históricas, culturales y productivas, facilitando la articulación de estrategias comunes de promoción y desarrollo turístico. En el marco de este proyecto, las microregiones funcionan como unidades de análisis territorial para identificar oportunidades de implementación del enoturismo creativo y establecer criterios diferenciados de intervención según las particularidades de cada territorio.

La siguiente tabla presenta las principales localidades que integran cada microregión turística:

Nº MR	Microregión	Localidades que la integran
1	Río Nativo	La Paz · María Grande · Santa Elena · Alcaraz · Aldea Santa María · Arroyo Corralito · Bovril · Cerrito · Colonia Avellaneda · Colonia Avigdor · Colonia Crespo · El Pingo · El Solar · Hasenkamp · Hernandarias · La Picada · Piedras Blancas · Pueblo Brugo · Puerto Curtiembre · San Benito · San Gustavo · Sauce Montrull · Viale · Villa Urquiza · Yeso Oeste

2	El Paraná y sus Aldeas	Paraná · Aldea Brasileira · Aldea Grapschental · Aldea María Luisa · Aldea Protestante · Aldea Salto · Aldea San Antonio · Aldea Spatzenkutter · Colonia Ensayo · Oro Verde · Pueblo General Alvear · Valle María · Villa Gob. L. Etchevehere
3	Lomadas y Humedales	Diamante · Lib. Gral. San Martín · Victoria · Aranguren · Costa Grande · Crespo · General Ramírez · Gobernador Antelo · Gobernador Sola · Hernández · Las Cuevas · Lucas González · Molino y Rincón del Doll · Nogoyá · Rincón del Nogoyá · Seguí · XX de Septiembre
4	Caminos Costeros	Gualeguay · Aldea Asunción · Arroyo Clé · Ceibas · Estación Lazo · General Galarza · Gobernador Echagüe · Gobernador Mansilla · Ibicuy · Médanos · Villa Paranacito
5	Caminos del Palacio	Concepción del Uruguay · Basavilbaso · Caseros · Colonia Elía · Comuna Tala · Herrera · Líbaros · Pronunciamiento · Rocamora · Rosario del Tala · San Justo · Santa Anita · Villa Mantero · Villa San Marcial
6	Pueblos y Aldeas del Sur Entrerriano	Gualeguaychú · Aldea Parera, P. Britos y Gob. Basavilbaso · Aldea San Antonio · Aldea San Juan · Aldea Santa Cecilia · Costa Uruguay Norte (Colonia El Potrero) · Costa Uruguay Sur · Cuchilla Redonda · Enrique Carbó · Escriña · General Almada · Gilbert · Irazusta · Larroque · Paraje Las Mercedes · Perdices · Pueblo Belgrano · Rincón del Cinto · Rincón del Gato · Colonia Las Piedras · Talitas · Urdinarraín

7	Tierra de Palmares	Colón · San José · Villa Elisa · Arroyo Barú · Colonia Hocker · General Campos · La Clarita · Primero de Mayo · Pueblo Cazes · Pueblo Liebig · San Anselmo · San Salvador · Ubajay
8	Salto Grande	Chajarí · Concordia · Federación · Colonia Alemana · Estancia Grande · La Criolla · Los Charrúas · Nueva Escocia · Pedernal · Puerto Yeruá · Santa Ana · Villa del Rosario
9	De Montiel	Federal · Conscripto Bernardi · El Cimarrón - Aldea San Isidro · Los Conquistadores · San Jaime de la Frontera · San José de Feliciano · San Víctor · Sauce de Luna
10	Rincones del Centro	Villaguay · Ingeniero Sajaroff · Jubileo · Maciá · Paso de la Laguna · Villa Clara · Villa Domínguez - San Gregorio

A partir del relevamiento realizado durante la Etapa I y de la información sistematizada por la Secretaría de Turismo de la provincia, es posible identificar para cada microregión su situación actual en términos de actividad vitivinícola y enoturística:

MR 1: Río Nativo reúne establecimientos ubicados en el área de La Paz y Santa Elena, entre ellos Cabañas del Viñedo, Chacra La Lourdes, Viñas Entrerrianas y Viñedos SiWua. Combina producción vitivinícola activa con oferta de alojamiento y eventos, con potencial para el desarrollo de experiencias vinculadas al paisaje fluvial del Paraná norte.

MR 2: El Paraná y sus Aldeas concentra la mayor densidad de recursos culturales e institucionales de la provincia, en torno a la ciudad de Paraná y sus aldeas de influencia. Incluye bodegas como Finca Los Teros, Los Aromitos, Fisoló Viñedo y Bodega y Centuria, entre otros establecimientos productivos y enoturísticos que fortalecen la presencia vitivinícola de la microregión. Su fortaleza no radica en el volumen de producción vitivinícola,

sino en la densidad creativa, artística e institucional que la convierte en territorio propicio para propuestas piloto de turismo creativo con anclaje urbano.

MR 3: Lomadas y Humedales es la microregión con mayor concentración de establecimientos enoturísticos de la costa del Paraná. Alberga BordeRío, Colinas de Baco, Refugio de Victoria, Finca Las Cuevas, Juan Girbich y Bodega Lugea Courault, entre otros. La diversidad de su oferta —que incluye complejos con alojamiento, gastronomía, actividades al aire libre y eventos— la posiciona como uno de los territorios con mayor viabilidad para implementación en el corto plazo.

MR 4: Caminos Costeros presenta una actividad vitivinícola aún incipiente, con Viñedo de Miguel como uno de los establecimientos identificados en la microregión. Se trata de un territorio en proceso de incorporación al circuito enoturístico provincial, con potencial de desarrollo a mediano plazo, condicionado al fortalecimiento de sus capacidades productivas, la consolidación de la oferta turística y una mayor articulación entre los actores locales.

MR 5: Caminos del Palacio cuenta con Viñedos del Río en Concepción del Uruguay como establecimiento enoturístico activo. El valor diferencial de esta microregión reside en su patrimonio histórico y cultural —Palacio San José, arquitectura colonial y tradición inmigratoria— que ofrece condiciones favorables para el desarrollo de experiencias vinculadas a la línea Memorias del Vino.

MR 6: Pueblos y Aldeas del Sur Entrerriano agrupa la oferta vitivinícola del área de Gualaguaychú y Urdinarraín, con Bodega Ianni, Las Magnolias, Finca Los Bayos, La Dominga y la Bodega y Viñedo 28/20 como establecimientos activos. La combinación de producción vitivinícola consolidada, gastronomía, eventos y una fuerte identidad cultural vinculada al carnaval y la música la posiciona con potencial para experiencias en las líneas Arte entre Viñedos y Celebrar el Territorio.

MR 7: Tierra de Palmares es la microregión con el nivel de desarrollo enoturístico más avanzado de la provincia, entre ellas Bodega Vulliez Sermet, Los Francos Suizos, Bodega Alonso Sáenz, Terruño del Palmar, Altos del Palmar y Senda del Viñedo. La concentración de establecimientos, la diversidad de experiencias disponibles y el grado de articulación

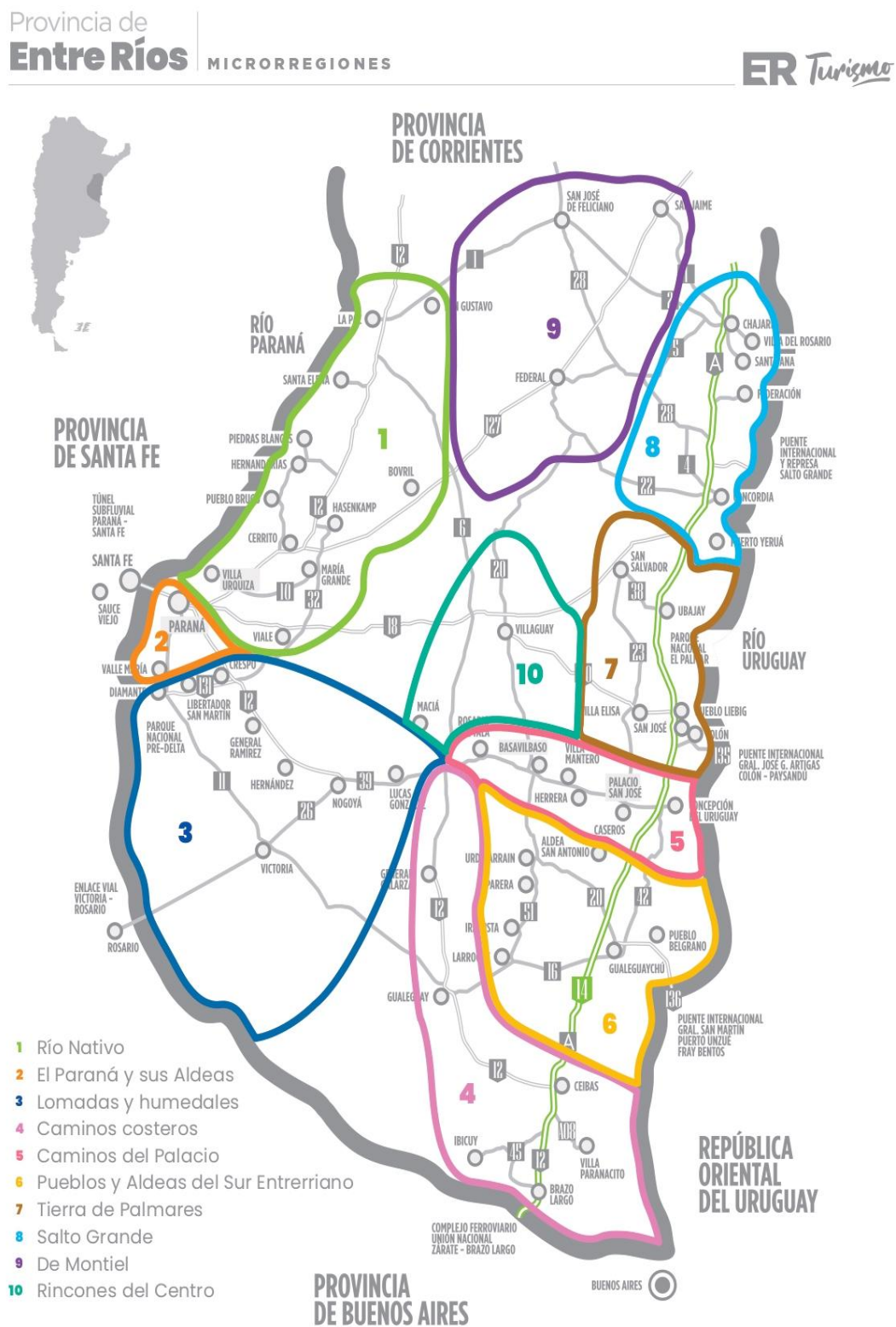
alcanzado entre los distintos actores del territorio la posicionan como uno de los ámbitos con mayores condiciones para la implementación de las propuestas previstas por Viñedos Creativos.

MR 8: Salto Grande concentra la actividad vitivinícola del área de Concordia y sus alrededores, con Ecovert Campagne, Siandra Hermanos, Finca Fénix, Pampa Azul y Bodega Robinson como establecimientos activos, entre otros. La presencia de recursos termales, festivales regionales y una amplia oferta de naturaleza genera condiciones favorables para la articulación del programa con productos turísticos ya consolidados en la región.

MR 9: De Montiel es la única microregión sin establecimientos vitivinícolas relevados. Su carácter predominantemente rural, la presencia de paisajes naturales poco intervenidos y su menor conectividad turística la ubican como territorio de expansión futura, donde el proyecto puede proyectar condiciones de desarrollo a mediano y largo plazo.

MR 10: Rincones del Centro alberga Bodega 5 Ceibos en Villaguay, Los Pioneros y otros emprendimientos emergentes vinculados a la producción vitivinícola. Su ubicación estratégica en el centro de la provincia y su perfil productivo le otorgan potencial para el desarrollo de propuestas orientadas a la identidad rural, los saberes locales y la valorización de la vitivinicultura entrerriana.

Figura 1. Mapa de las Microregiones Turísticas de Entre Ríos.¹



¹ Fuente: Secretaría de Turismo de Entre Ríos.

Con el objetivo de complementar esta caracterización territorial, se elaboró una cartografía temática del proyecto que organiza los activos relevados según las microregiones turísticas de la provincia. Dicha cartografía, desarrollada como herramienta de análisis y visualización territorial, se presenta en el Anexo IV.

4.4 Oportunidades de implementación territorial

El análisis cruzado de los recursos relevados con las características de cada microregión permite identificar tres niveles de madurez para la implementación de Viñedos Creativos:

Las microregiones con condiciones para implementación inmediata son aquellas que combinan presencia vitivinícola activa, infraestructura turística de soporte y experiencias en funcionamiento: MR 3 Lomadas y Humedales, MR 7 Tierra de Palmares, MR 6 Pueblos y Aldeas del Sur y MR 8 Salto Grande. En particular, la MR 7 presenta el mayor nivel de consolidación de la oferta enoturística provincial y reúne condiciones especialmente favorables para la implementación inicial de las propuestas previstas por Viñedos Creativos.

Las microregiones con condiciones para desarrollo en el mediano plazo son aquellas que poseen recursos valiosos pero requieren mayor articulación entre actores o fortalecimiento de la oferta de servicios: MR 1 Río Nativo, MR 2 El Paraná y sus Aldeas, MR 5 Caminos del Palacio y MR 10 Rincones del Centro.

Las microregiones con perspectiva de incorporación futura son las que presentan actividad vitivinícola incipiente o ausente y necesitan procesos de desarrollo más estructurales antes de sumarse al programa: MR 4 Caminos Costeros y MR 9 De Montiel.

Esta diferenciación no implica jerarquizar territorios sino reconocer sus condiciones actuales para orientar la secuencia de implementación y focalizar los esfuerzos iniciales donde el impacto sea más inmediato y sostenible.

4.5 Síntesis de la estrategia territorial

La implementación territorial de Viñedos Creativos se sustenta en una mirada flexible y adaptativa que reconoce la heterogeneidad del territorio provincial y las diferentes velocidades de desarrollo de cada microregión. La adopción del sistema de microregiones

turísticas como marco de referencia fortalece la coherencia del proyecto con la política turística provincial, facilita la articulación con los actores e instrumentos existentes y permite diseñar una estrategia de implementación progresiva que avanza desde los territorios con mayor madurez hacia los que requieren procesos de desarrollo más graduales.

V. EXPERIENCIAS VIÑEDOS CREATIVOS

5.1 Introducción

Las experiencias de Viñedos Creativos constituyen el corazón del presente proyecto ejecutivo. No se trata de propuestas abstractas sino de combinaciones concretas entre la actividad vitivinícola provincial y las expresiones culturales, artísticas, literarias y escénicas presentes en el territorio de Entre Ríos.

El vino entrerriano constituye un elemento identitario capaz de vincular procesos productivos, memoria histórica y expresiones culturales presentes en el territorio. Un relato de inmigrantes que trajeron la vid en sus valijas, de productores que replantaron en suelos que nadie asociaba con la uva, de una provincia que recuperó una tradición interrumpida por decreto y la hizo propia. Viñedos Creativos propone que ese relato se encuentre con otros relatos del territorio - el de los artistas, los escritores, los músicos, los actores - para generar propuestas diferenciadas con fuerte anclaje territorial.

Cada línea de experiencia propone un vínculo específico entre el vino y una dimensión de la cultura entrerriana. Ese vínculo no es decorativo ni accidental: surge de lo que el relevamiento territorial identificó y de los recursos y actores que ya existen en las distintas microregiones de la provincia.

Entre Ríos cuenta además con una oferta consolidada de turismo de naturaleza y termalismo, conformada por productos que poseen identidad propia y una trayectoria de desarrollo previa al presente programa. Viñedos Creativos reconoce esos activos estratégicos y promueve su articulación con la actividad vitivinícola cuando las condiciones territoriales así lo permitan.

En este sentido, la propuesta no busca crear nuevos productos de naturaleza o bienestar, sino contribuir a su integración con la narrativa cultural y productiva del vino entrerriano, fortaleciendo una visión territorial complementaria del enoturismo provincial.

La gastronomía con identidad local opera como componente transversal de todas las experiencias. Los productos propios del territorio entrerriano — la nuez pecán, el yatay, el pescado de río, los chacinados de colonia, los quesos artesanales, la miel — no son un complemento sino parte constitutiva de cada propuesta.

A continuación se desarrollan las cuatro líneas de experiencias del programa.

Finalmente, se incorpora una referencia a los productos de naturaleza y termalismo ya existentes en la provincia, entendidos como plataformas complementarias con potencial de articulación con el enoturismo.

5.2 Viñedos Creativos + Arte Visual

El vino como espacio de creación

Entre Ríos tiene una escena de artes visuales activa y distribuida en todo su territorio. El Museo Provincial de Bellas Artes Dr. Pedro E. Martínez de Paraná custodia más de 1.200 obras y genera exposiciones permanentes y temporarias con alcance provincial. El Museo y Mercado de Artesanías Carlos Asiaín articula la producción artesanal de toda la provincia en un espacio único. Río Residencia en Victoria es un espacio de residencias artísticas vinculado al paisaje del Delta y el río Paraná que convoca artistas de distintas partes del país. La Galería GAP, La Hendija, La Vieja Usina y el Centro Cultural Juan L. Ortiz en Paraná son nodos de producción y circulación de artes visuales contemporáneas con programación estable. En Concordia, el Museo Municipal de Artes Visuales y la Fundación Magma completan una escena activa con artistas en producción.

Lo que no existe aún es el cruce entre esa escena y los espacios vitivinícolas. Las hileras de vides, las casonas históricas de bodega, los galpones de fermentación, los paisajes de barranca y río que rodean a los viñedos entrerrianos son marcos naturales para el arte visual que todavía no han sido activados como tales. Viñedos Creativos propone ese cruce.

- Cómo se concreta:

En la **MR 3 - Lomadas y Humedales**, Río Residencia en Victoria puede articular con Borda Río Bodega y Viñedos y Colinas de Baco para desarrollar residencias artísticas breves en las que un artista trabaje durante una semana en el espacio del viñedo, generando una obra site-specific que quede instalada de manera temporal o permanente. Los visitantes que llegan a la bodega en los meses siguientes encuentran el viñedo intervenido y la historia de cómo se hizo.

En la **MR 2 - El Paraná y sus Aldeas**, Los Aromitos en Colonia Ensayo y Fisolo en Aldea María Luisa pueden articular con artistas de la escena de Paraná para desarrollar ciclos de exposiciones temporarias en sus espacios de bodega, aprovechando la Noche de las Galerías — que se realiza en noviembre y diciembre en Paraná — como momento de lanzamiento y visibilidad.

En la **MR 6 - Pueblos y Aldeas del Sur**, Las Magnolias en General Artigas puede articular con artistas visuales de Gualeguaychú para intervenir los espacios del viñedo durante el Carnaval y los meses de mayor afluencia turística, generando un recorrido de arte al aire libre entre las vides que complementa la visita a la bodega.

En la **MR 8 - Salto Grande**, el Museo Municipal de Artes Visuales de Concordia y la Fundación Magma pueden articular con Pampa Azul y Finca Los Pioneros para generar ciclos de arte en el viñedo que combinen degustación con recorrido artístico.

- Componentes de la experiencia

Visita guiada al viñedo o bodega con interpretación sobre la historia del establecimiento y el vino entrerriano; recorrido por la obra o intervención artística instalada en el espacio, con presencia del artista cuando sea posible; degustación de vinos entrerrianos acompañada de gastronomía local. En los formatos de residencia artística, el visitante puede asistir a una instancia abierta donde el artista comparte su proceso de trabajo.

5.3 Viñedos Creativos + Literatura y Poesía
El vino como territorio de la palabra

La literatura es parte constitutiva de la identidad entrerriana. Juan L. Ortiz - uno de los poetas más importantes de la Argentina del siglo XX - escribió desde y sobre Entre Ríos: el río, la isla, la luz del Paraná, la naturaleza litoraleña son la materia de su obra. El Centro Cultural Juan L. Ortiz en Paraná lleva su nombre y es uno de los espacios culturales más activos de la provincia. En La Paz existe el Círculo de Escritores, que reúne a escritores locales con producción activa. En Gualeguaychú funciona el Club de Gurises Lectores. En Paraná, Espacio Rosa y Dorada trabaja con letras y escritura creativa. Las bibliotecas populares - la Sarmiento en Concordia, cuya dirección es significativamente De los Viñedos 295, la del Paraná, la Olegario V. Andrade en Concordia - son espacios comunitarios activos que van mucho más allá del préstamo de libros.

El vino tiene una relación histórica con la palabra: la sobremesa, la conversación que se abre con la copa, el tiempo lento de la degustación que invita a escuchar y a contar. En Entre Ríos esa relación puede volverse experiencia concreta: el viñedo como espacio de lectura, de escritura, de encuentro entre productores y escritores.

- Cómo se concreta

En la **MR 2 - El Paraná y sus Aldeas**, el Centro Cultural Juan L. Ortiz puede articular con Fisoló Viñedo y Bodega o Los Aromitos para desarrollar ciclos de lecturas poéticas en el viñedo: escritores y poetas entrerrianos leen su obra entre las vides al atardecer, con degustación de vinos locales. El paisaje del viñedo - las hileras, la luz que cambia, el silencio del campo - potencia la experiencia de la palabra de una manera que ninguna sala puede replicar.

En la **MR 1 - Río Nativo**, el Círculo de Escritores de La Paz puede articular con Cabañas del Viñedo y Viñas Entrerrianas para desarrollar encuentros de escritura en el viñedo: talleres donde los participantes escriben desde el territorio, con el río y la vid como materias de inspiración, y comparten sus textos al final de la jornada con una copa de vino entrerriano.

En la **MR 8 - Salto Grande**, la Biblioteca Popular Sarmiento — ubicada en la calle De los Viñedos 295 de Concordia, un vínculo casi simbólico entre la palabra y la vid — puede articular con Pampa Azul y Bodega Siandra para desarrollar ciclos de presentaciones de

libros y conversatorios literarios en espacios de viñedo, combinando la tradición literaria concordiense con la producción vitivinícola local.

En la **MR 5 - Caminos del Palacio**, Viñedos del Río en Concepción del Uruguay puede articular con la escena literaria local — que incluye el Festival de Teatro Independiente y espacios culturales activos — para desarrollar lecturas dramatizadas o performances de texto en el espacio del viñedo, combinando palabra, vino y paisaje histórico en torno al Palacio San José.

- Componentes de la experiencia

Visita al viñedo o bodega con degustación de vinos entrerrianos; lectura poética, presentación de libro, taller de escritura o conversatorio literario en el espacio del viñedo o la bodega, con escritores o poetas locales; gastronomía con identidad territorial que acompaña la experiencia. En los formatos de taller, los participantes se llevan un texto propio escrito desde el viñedo.

5.4 Viñedos Creativos + Historia e Inmigrantes

El vino como memoria viva

La vid llegó a Entre Ríos en las valijas de los inmigrantes. Suizos del cantón de Valais y de Savoie, franceses, italianos, alemanes, españoles - llegaron entre la segunda mitad del siglo XIX y principios del XX, fundaron colonias, plantaron viñedos y construyeron una cultura material y gastronómica que persiste hasta hoy. En 1907 la provincia ocupaba el cuarto lugar en el censo nacional de viñedos. La Ley 12.137 de 1934 interrumpió esa historia. Desde 1993, los descendientes de esos mismos inmigrantes - y nuevos productores que llegaron después - volvieron a plantar.

Esa historia no está en los libros de texto sino en los establecimientos, en las casonas, en los apellidos de los productores, en los quesos que se siguen haciendo según la receta que trajo el bisabuelo del Valais. Viñedos Creativos propone recuperar esa historia de manera vivencial.

- Cómo se concreta

En la **MR 7 - Tierra de Palmares**, Los Francos Suizos en Villa San José es el caso más emblemático: establecimiento rural habitado desde 1865 por colonos del cantón de Valais y de Savoie, integra viñedo, bodega artesanal, granja, tambo, quesería y museo del vino. Una visita a Los Francos Suizos es una inmersión completa en la historia de la inmigración y la producción vitivinícola entrerriana. La Bodega Alonso Sáenz en Arroyo Barú, con su historia familiar española e italiana, complementa el recorrido con una propuesta de sunset wine donde la degustación se enmarca en el relato de los orígenes. El recorrido puede integrar además la Casa Histórica Celia Vernaz, en San José, espacio patrimonial vinculado a la historia de los colonos, que suma el relato de la inmigración de la zona.

En la **MR 2 - El Paraná y sus Aldeas**, las aldeas de inmigración alemana del Departamento Diamante - Aldea María Luisa, donde se ubica Fisolo Viñedo y Bodega, la única champagnera entrerriana de método tradicional; Aldea Jacobi, donde trabaja Juan Girbich; Aldea San Miguel, donde se ubica El Repecho - conforman un paisaje cultural singular de colonias inmigrantes con viñedos activos. La Feria de las Colectividades de Paraná y la Plaza de las Colectividades son recursos complementarios que sitúan la historia inmigrante en el espacio urbano.

En la **MR 3 - Lomadas y Humedales**, la Bodega Familia Lugea Courault en Antelo y el Refugio de Victoria articulan con la Sociedad Italiana de Victoria — institución fundada en 1875, una de las más antiguas de la ciudad — para generar experiencias que cruzan degustación de vinos con recorrido por el patrimonio arquitectónico e institucional de la inmigración italiana en la costa del Paraná.

En la **MR 5 - Caminos del Palacio**, Viñedos del Río en Concepción del Uruguay articula con el Palacio San José, residencia del general Justo José de Urquiza, hoy museo nacional, y con la historia urquicista del departamento para generar una experiencia que cruza vino, patrimonio histórico y memoria política entrerriana.

En la **MR 8 - Salto Grande**, el Castillo San Carlos en Concordia - ruinas de una residencia de fines del siglo XIX asociada a procesos de inmigración - y el Museo Regional Palacio

Arruabarrena articulan con Pampa Azul y Bodega Robinson para generar un circuito que cruza patrimonio urbano inmigrante con enoturismo activo.

- Componentes de la experiencia

Visita al viñedo o bodega con relato de la historia familiar e inmigrante del establecimiento; recorrido por espacios patrimoniales vinculados a la inmigración, museos, casonas, colonias, iglesias históricas, cementerios de colectividades; degustación de vinos entrerrianos acompañada de productos gastronómicos de origen inmigrante - quesos artesanales, chacinados, dulces, conservas, miel - elaborados en el mismo territorio; encuentro con los protagonistas: productores, artesanos y referentes comunitarios que sostienen vivos los saberes heredados.

5.5 Viñedos Creativos + Música y Artes Performáticas

El vino como escenario

Entre Ríos tiene una escena musical y escénica de una riqueza que excede lo que cualquier informe puede capturar. La chamarrita - ritmo emblema de la provincia - nació en las islas del Paraná y se expandió por toda la mesopotamia. El carnaval de Gualeguaychú es el espectáculo a cielo abierto más grande de Argentina, con comparsas que reúnen a cientos de artistas, músicos, bailarines y artesanos en una producción que dura meses. La Orquesta Sinfónica de Entre Ríos tiene sede en Paraná. Las Galas del Río en La Paz es un festival internacional de música y arte visual con convocatoria nacional. La Fiesta Internacional de la Chamarrita en Concordia reúne a los mejores intérpretes del género. El Festival Itapé de Folklore en Concepción del Uruguay, el Festival de Teatro Callejero de Paraná, el Festival Entrerriano de Circo y las Peñas de la Cultura que recorren la provincia completan una agenda escénica de enorme vitalidad.

Lo que Viñedos Creativos propone no es crear eventos nuevos sino articular esa escena con los espacios vitivinícolas: el viñedo como escenario, la bodega como sala de conciertos, el atardecer entre las vides como el marco de una peña, una función de teatro o un espectáculo de folklore. Varios establecimientos ya lo hacen de manera espontánea. El programa formaliza esa articulación y la potencia.

- Cómo se concreta

En la **MR 6 - Pueblos y Aldeas del Sur**, La Dominga en Gualeguaychú ya ofrece música en vivo y eventos gastronómicos como parte de su propuesta regular. Las Magnolias en General Artigas cuenta con salón de eventos y capacidad para espectáculos de mayor escala. Ambos establecimientos pueden articular con comparsas de Gualeguaychú - Papelitos, Kamarr, Ará Yeví, O'Bahia - y con músicos y grupos de folklore locales para generar ciclos de espectáculos en el viñedo durante la temporada de carnaval y en los meses previos y posteriores. La propuesta no es montar el carnaval en el viñedo sino crear un formato íntimo y diferenciado donde la energía del carnaval se encuentra con el vino entrerriano.

En la **MR 1 - Río Nativo**, Cabañas del Viñedo y Viñas Entrerrianas en La Paz pueden articular con el Rancho Cultural Bajada de la Cruz - espacio de peñas folklóricas, danza y música en vivo de chamamé en la ribera del Paraná - y con la Orquesta Municipal Infanto-Juvenil de La Paz para generar ciclos de música litoraleña en el viñedo durante los meses de temporada turística.

En la **MR 8 - Salto Grande**, Finca Los Pioneros en Concordia ya combina la visita al viñedo con show musical y baile. Ecovert Campagne y Pampa Azul pueden articular con la Orquesta Infantil y Juvenil La Chamarra, la Escuela Municipal de Teatro y las comparsas locales — Ráfaga, Imperio, Emperatriz — para desarrollar ciclos escénicos en el viñedo que aprovechen la agenda cultural de Concordia, especialmente en torno a la Fiesta Internacional de la Chamarrita.

En la **MR 2 - El Paraná y sus Aldeas**, Los Aromitos en Colonia Ensayo ya realiza peñas y eventos sunset con artistas locales. Fisolo Viñedo y Bodega, con su formato de eventos de cupo limitado, puede articular con la Orquesta Sinfónica de Entre Ríos para desarrollar conciertos de cámara en la bodega — un formato íntimo y de alto valor para un público con interés en vino y música clásica — y con grupos de teatro independiente de Paraná para generar funciones en el viñedo.

En la **MR 3 - Lomadas y Humedales**, BordaRío y Colinas de Baco en Victoria tienen capacidad de escala para eventos de mayor convocatoria. Ambos pueden articular con el Cine

Teatro Victoria, El Batuque y el Ballet Municipal de Victoria para generar espectáculos que combinen enoturismo con artes escénicas en el entorno natural de la barranca sobre el Paraná.

- Componentes de la experiencia

Visita al viñedo o bodega con degustación de vinos entrerrianos y gastronomía local; espectáculo musical o escénico en el espacio del viñedo o la bodega — concierto, peña, función de teatro, show de folklore, espectáculo de danza —, con artistas siempre locales o regionales; formato variable según la escala del establecimiento y el perfil del público, desde la peña íntima de diez personas hasta el evento de mayor convocatoria en un predio con capacidad de sala.

5.6 Naturaleza y termalismo: activos estratégicos complementarios

Entre Ríos es una de las provincias con mayor oferta termal de Argentina, con complejos distribuidos en múltiples destinos a lo largo del territorio. La provincia dispone además de una amplia diversidad de recursos naturales y paisajes asociados a sus ríos, humedales, montes nativos y áreas protegidas.

Viñedos Creativos reconoce estos productos consolidados y promueve su articulación con la actividad vitivinícola cuando las condiciones territoriales así lo permitan. Los viñedos que BordeRío, Finca Las Cuevas, Terruño del Palmar y Chacra Los Guayabos tienen a la vera del río son parte del mismo paisaje fluvial que define a Entre Ríos. Esa articulación - vino, naturaleza, territorio - ya existe en la Experiencia Eno-Termal de Tierra de Palmares, desarrollada de manera autogestionada por las bodegas de MR 7 en articulación con las Termas de San José, el Spa Acqua Termal y el Restorán Entre Fuegos.

La Experiencia Eno-Termal constituye un antecedente relevante de articulación entre la actividad vitivinícola y otros productos turísticos provinciales. Su principal aporte radica en demostrar las posibilidades de integración entre recursos ya existentes, generando propuestas complementarias con identidad territorial. Disponible los fines de semana durante todo el año y diariamente en temporada de invierno, combina pase preferencial a las

termas, tratamiento de vinoterapia facial, tapeo con vino regional y visitas y descuentos en las bodegas participantes - Vulliez Sermet, Los Francos Suizos, Alonso Sáenz, Altos del Palmar y Terruño del Palmar.

Este antecedente permite identificar oportunidades de articulación en otras microregiones de la provincia. La MR 8 - Salto Grande combina la actividad vitivinícola de Concordia con la oferta termal de Federación y Chajarí a menos de una hora. La MR 3 — Lomadas y Humedales tiene en Finca Las Cuevas dos establecimientos que ya integran el vino con la naturaleza. La MR 1 — Río Nativo articula el paisaje del Paraná norte con Cabañas del Viñedo y Viñas Entrerrianas en un entorno de río, barranca y monte nativo.

Viñedos Creativos reconoce y acompaña estas iniciativas existentes, promoviendo su articulación con la actividad vitivinícola y contribuyendo a fortalecer la identidad del enoturismo entrerriano a partir de una narrativa común vinculada con el territorio y sus recursos culturales.

5.7 Componentes transversales

Independientemente de la línea de experiencia, todas las propuestas de Viñedos Creativos comparten componentes que garantizan la coherencia del programa y refuerzan su identidad territorial.

La gastronomía con identidad local es el primero y más importante: cada experiencia incorpora productos propios del territorio entrerriano en diálogo con los vinos locales. No se trata de un maridaje genérico sino de una cocina de terroir que pone en valor la diversidad productiva de cada microregión.

La participación de actores locales es el segundo componente transversal: productores vitivinícolas, artistas, músicos, escritores, gastronómicos, artesanos y referentes institucionales de cada territorio son parte constitutiva de cada experiencia, no proveedores externos. Esta lógica fortalece el impacto económico local y la autenticidad de la propuesta.

La narrativa del vino entrerriano opera como hilo conductor de todas las líneas: la historia de cómo la vid llegó a Entre Ríos, desapareció y volvió, la singularidad del Marselan como

variedad emblemática, los pioneros que replantaron desde 1993, son elementos identitarios que contribuyen a diferenciar al vino entrerriano dentro del mapa vitivinícola nacional.

5.8 Síntesis

Las cuatro líneas de Viñedos Creativos no son categorías excluyentes ni compartimentos estancos. Un mismo establecimiento puede articular con un artista visual y con un escritor. Una misma microregión puede tener una peña de chamarrita en un viñedo y una residencia artística en otro. La flexibilidad del modelo constituye una condición central para su adaptación a las distintas realidades territoriales y capacidades existentes en cada microregión.

Lo que unifica a todas las experiencias es el vino entrerriano como elemento articulador, un producto joven, en crecimiento, con identidad propia, y la cultura entrerriana como la dimensión que lo hace único dentro del mapa enoturístico argentino. La identidad del programa se sustenta en la capacidad del vino entrerriano para articular producción, cultura y territorio.

Las fichas técnicas de las experiencias piloto, una por cada línea de experiencia, en las microregiones prioritarias, se presentan en el Anexo VIII. Fichas de experiencias piloto.

VI. IDENTIDAD Y POSICIONAMIENTO

6.1 Identidad de Viñedos Creativos

Viñedos Creativos es la marca paraguas de enoturismo creativo de la provincia de Entre Ríos. Su propósito no es promocionar un establecimiento, una localidad o un vino en particular, sino construir una identidad colectiva que reúna bajo un mismo relato la diversidad de experiencias, territorios y actores que componen el ecosistema vitivinícola entrerriano.

La identidad de Viñedos Creativos se apoya en tres pilares que la distinguen de otras propuestas enoturísticas del país.

El primero es la *autenticidad territorial*. El vino entrerriano no es un producto de imitación de los grandes modelos vitivinícolas argentinos. Tiene una historia propia, interrumpida y

retomada, productores con trayectorias familiares que se remontan a la inmigración del siglo XIX, y el paisaje asociado a los ríos, las barrancas y los distintos ambientes naturales característicos de la provincia, que forman parte de la identidad territorial entrerriana. Viñedos Creativos construye su identidad a partir de esos atributos diferenciales y de las particularidades que caracterizan al territorio entrerriano.

El segundo pilar es la integración entre vino, cultura y territorio. La propuesta amplía el enfoque tradicional del enoturismo incorporando las expresiones culturales, históricas y artísticas presentes en cada microregión. Esta integración surge del relevamiento territorial realizado y de la identificación de recursos y actores con capacidad de articularse en torno a una propuesta común.

El tercero es la escala humana. La vitivinicultura entrerriana es un sector de pequeños productores: el 45% de los viñedos tiene menos de 0,5 hectáreas de extensión y la superficie media provincial es de 1,2 hectáreas por establecimiento, con elaboración mayoritariamente artesanal y comercialización directa en el propio establecimiento (INV, 2023). Esa escala, que en otros contextos podría leerse como una limitación, es en Viñedos Creativos una fortaleza: permite experiencias íntimas, personalizadas, donde el visitante conoce al productor, escucha la historia de la finca, participa del proceso. Este tipo de experiencias responde a tendencias crecientes del turismo contemporáneo vinculadas con la autenticidad, la escala humana y el contacto directo con el productor.

6.2 Propuesta de valor

Viñedos Creativos propone una experiencia diferenciada dentro del mapa enoturístico argentino, basada en la combinación entre producción vitivinícola, identidad territorial y diversidad cultural.

La propuesta se sustenta en la autenticidad del territorio, la escala artesanal de la actividad vitivinícola y la articulación entre vino y cultura como elementos distintivos del enoturismo entrerriano.

La propuesta se materializa en experiencias que articulan la actividad vitivinícola con distintas dimensiones culturales del territorio, tales como las artes visuales, la literatura, la memoria inmigratoria y las artes escénicas.

6.3 Públicos destinatarios

Viñedos Creativos se orienta a públicos con motivaciones diversas, que comparten una búsqueda común: experiencias genuinas, con identidad territorial, que vayan más allá del turismo de consumo masivo.

- **Turistas regionales y de cercanía** son el segmento de mayor volumen potencial en el corto plazo: residentes de la propia provincia, de Buenos Aires, Santa Fe, Córdoba y Entre Ríos que buscan escapadas de fin de semana o vacaciones cortas con propuestas auténticas y bien diferenciadas. La proximidad geográfica de Entre Ríos con los principales centros emisores del país es una ventaja competitiva significativa que Viñedos Creativos puede aprovechar desde el inicio.
- **Turistas culturales y creativos** son el segundo segmento estratégico: visitantes motivados por experiencias que articulan arte, música, gastronomía, patrimonio y cultura local. Este perfil encuentra en Viñedos Creativos una propuesta diferencial respecto de la oferta cultural urbana convencional: la experiencia se desarrolla en ámbitos vinculados a la producción y al patrimonio territorial, generando un vínculo más cercano con las comunidades locales.
- **Turistas gastronómicos** constituyen un segmento con creciente relevancia dentro del turismo experiencial argentino: personas que organizan sus viajes en torno a experiencias de alimentación y bebida de calidad, con interés en los productos locales, los productores artesanales, la cocina de terroir y el maridaje. Este perfil tiene alta afinidad con la propuesta de Viñedos Creativos: el vino entrerriano, Marselan, Tannat, Malbec artesanal, los productos regionales como nuez pecán, yatay, pescado de río, quesos de colonia, chacinados, y la gastronomía con identidad local que atraviesa todas las experiencias del programa son exactamente lo que este segmento busca. La escala artesanal y el contacto directo con el productor, tanto vitivinícola como gastronómico, refuerzan el atractivo de la propuesta para este público.

- **Enoturistas activos** son el público primario del programa: personas con interés específico en el vino, la bodega y el proceso de elaboración, que buscan ampliar su conocimiento de la vitivinicultura argentina más allá de los destinos consolidados de Mendoza y San Juan. Este segmento tiene alta valoración por la autenticidad, la escala artesanal y el contacto directo con el productor.
- **Turistas internacionales con interés en destinos emergentes** representan un segmento de mediano plazo con potencial de desarrollo. Se trata de visitantes que buscan propuestas auténticas, experiencias de menor escala y un mayor contacto con las comunidades locales y la identidad de cada territorio.

6.4 Estrategia de comunicación digital e influencers

La construcción de visibilidad de Viñedos Creativos requiere una estrategia de comunicación digital que complemente los canales institucionales tradicionales con formatos propios del ecosistema de las redes sociales y el turismo de experiencias. En ese marco, la articulación con creadores de contenido e influencers especializados en turismo, gastronomía, enoturismo y cultura representa una oportunidad concreta para ampliar el alcance del programa, generar contenido auténtico desde el territorio y llegar a audiencias con alta afinidad con la propuesta de Viñedos Creativos. El desarrollo operativo completo de esta estrategia se presenta en el Anexo VI. Estrategia de Comunicación Digital

La estrategia propuesta no se orienta a la contratación masiva de figuras de alto perfil sino a la construcción de vínculos genuinos con creadores de contenido cuyo universo temático y estético sea coherente con la identidad del programa. Se priorizan tres perfiles:

Creadores de contenido de turismo y experiencias con audiencias medianas y altas, especializados en destinos fuera de los circuitos masivos, escapadas de fin de semana, gastronomía regional y turismo cultural. Este perfil tiene alta credibilidad en su comunidad y genera contenido con mayor capacidad de conversión que los macro-influencers tradicionales.

Creadores especializados en vino, gastronomía y cultura - sommeliers con presencia digital, periodistas gastronómicos, bloggers de vino, comunicadores culturales - cuya audiencia tiene

interés específico en el producto y puede convertirse en visitante de alta calidad para el programa.

Creadores entrerrianos y del litoral con arraigo territorial y conocimiento genuino de la provincia, que pueden generar contenido con autenticidad local y llegar a audiencias con alta probabilidad de visita por proximidad geográfica.

La modalidad de articulación propuesta es la visita de experiencia: los creadores seleccionados son invitados a recorrer una o más microregiones del programa, viviendo las experiencias de Viñedos Creativos desde adentro y generando contenido orgánico - reels, stories, posts, notas, podcasts - que documente ese recorrido desde su propia mirada. El contenido producido no sigue un guión institucional sino que refleja la experiencia genuina del creador, lo que le otorga mayor credibilidad y resonancia en su comunidad.

Se propone realizar al menos dos ciclos de visitas de influencers durante la Fase I, uno en temporada alta y otro en temporada baja, con creadores de perfiles complementarios que generen cobertura diversa del programa. La selección de creadores, la coordinación de las visitas y el seguimiento de los resultados puede gestionarse en articulación con la Secretaría de Turismo de Entre Ríos, que ya cuenta con experiencia en acciones de este tipo para la promoción turística provincial.

El listado de creadores de contenido sugeridos para las primeras acciones del programa con perfil, especialización, plataformas y datos de contacto, se presenta en el Anexo VI. Creadores de contenido sugeridos para Viñedos Creativos.

El siguiente cuadro operativo traduce la estrategia narrativa en acciones concretas, articulando cada público con su mensaje clave, canales, acción prioritaria e indicadores. El listado de creadores de contenido se materializa en el Anexo 6 Bis. Creadores de contenido

Público	Mensaje clave	Canales	Acción prioritaria	Indicadores
Turistas regionales y de cercanía	Escapadas breves, escala humana y	Redes institucionales; campañas	Recorrido de prensa en una MR prioritaria;	Alcance, consultas,

	contacto directo con los productores	geolocalizadas; creadores de turismo y experiencias	campaña de temporada	reservas, pernoctes
Turistas culturales y creativos	Arte, música y patrimonio en el viñedo: una experiencia distinta a la urbana	Redes; prensa cultural; creadores culturales; agenda de eventos	Cobertura de experiencias piloto (residencias, ciclos)	Alcance, asistentes, menciones en prensa cultural
Turistas gastronómicos	El vino entrerriano con nuez pecán, yatay, pescado de río, quesos y chacinados	Redes gastronómicas; creadores gastronómicos; medios especializados	Cobertura gastronómica y maridajes en los circuitos	Alcance, reservas gastronómicas, ventas
Enoturistas activos (público primario)	Una vitivinicultura emergente con identidad, más allá de Mendoza y San Juan; el Marselan	Medios y creadores de vino; catas; ferias	Catas y contenido especializado; presencia en ferias	Reservas de visitas, ventas de vino, consultas
Turistas internacionales (mediano plazo)	Destino emergente auténtico, de escala humana y contacto con la comunidad	Prensa internacional; operadores; INPROTUR; contenido en inglés	Fam press internacional (desde Fase II)	Menciones internacionales, operadores interesados

6.5 Posicionamiento dentro del mapa enoturístico argentino

El enoturismo argentino está dominado por Mendoza y, en segundo plano, por San Juan, Salta y Neuquén. Estos destinos tienen décadas de desarrollo, infraestructura consolidada, reconocimiento internacional y productos turísticos maduros. Viñedos Creativos no busca replicar los modelos consolidados del enoturismo argentino, sino construir un posicionamiento diferencial basado en los atributos propios de Entre Ríos.

La estrategia de posicionamiento se basa en la diferenciación a partir de los atributos culturales, históricos y territoriales propios de Entre Ríos. Entre Ríos no tiene montañas ni suelo árido ni una tradición centenaria ininterrumpida. Tiene ríos, termas, monte nativo, colonias de inmigrantes, una escena cultural activa y un vino que está construyendo su identidad en tiempo real. Estos atributos constituyen la base sobre la cual Entre Ríos puede construir un posicionamiento diferencial dentro del mapa enoturístico argentino.

En ese sentido, Viñedos Creativos se posiciona dentro del mapa enoturístico argentino como **el destino del vino vivo**: un vino que todavía está escribiendo su historia, en un territorio que lo rodea de naturaleza, cultura y autenticidad. No compite con Mendoza en escala ni en reconocimiento. Compite, y puede ganar, en experiencia genuina, en escala humana y en la capacidad de sorprender a un visitante que ya conoce los destinos convencionales.

A nivel regional, el programa se posiciona como una propuesta complementaria y diferencial dentro del corredor turístico del litoral argentino, articulándose con los atractivos ya consolidados de la provincia - termalismo, carnaval, naturaleza, patrimonio histórico - y aportando una capa nueva de experiencias que enriquecen la oferta sin reemplazarla.

6.6 Síntesis

La identidad de Viñedos Creativos se construye sobre tres pilares — autenticidad territorial, integración cultura-vino-territorio y escala humana — y se traduce en una propuesta de valor clara y diferenciada dentro del mapa enoturístico argentino. El programa no busca imitar los modelos consolidados sino construir un camino propio, anclado en lo que Entre Ríos genuinamente tiene y en la capacidad de articularlo en experiencias que sorprendan y fidelicen a visitantes con motivaciones diversas.

VII. FORTALECIMIENTO DE LA CADENA DE VALOR

7.1 Enfoque

Viñedos Creativos organiza su propuesta como una cadena de valor enoturística de cinco eslabones —Recursos, Articulación, Experiencias, Gestión e implementación e Impacto—, que va

desde los activos del territorio hasta el impacto que generan una vez articulados y transformados en experiencias.

El fortalecimiento de la cadena no consiste en sumar recursos —el territorio ya los posee en abundancia, con 863 relevados en la base consolidada del proyecto— sino en articularlos. El diagnóstico identificó que el principal obstáculo no es la ausencia de recursos sino la baja articulación entre actores y la falta de capacidades técnicas y organizativas para traducir esos recursos en productos turísticos comercializables. La secuencia lógica de la cadena es: recursos, articulación, experiencias, gestión e implementación e impacto.

7.2 Los eslabones de la cadena

El siguiente cuadro desglosa los cinco eslabones de la cadena, qué integra cada uno y la base relevada durante el diagnóstico.

Eslabón	Qué integra	Base relevada
Recursos	Viñedos y bodegas (producción vitivinícola), patrimonio y cultura, gastronomía de identidad y alojamiento	41 establecimientos (57,8 ha); 179 espacios culturales; 67 actores artísticos; 59 eventos; 320 alojamientos
Articulación	Vinculación entre los sectores público, privado y comunitario que transforma los recursos en oferta	Baja articulación: principal desafío del diagnóstico
Experiencias	Las cuatro líneas —arte, música, historia y literatura— con la gastronomía como componente transversal	Cuatro líneas de experiencia; fichas piloto en MR 7, 3, 6 y 8
Gestión e implementación	Programación de circuitos, capacitación de los actores y comunicación (marca paraguas, mapa interactivo, comercialización)	Marca Viñedos Creativos; mapa preliminar; comercialización hoy mayoritariamente directa

Impacto	Turismo, desarrollo local e identidad territorial	Resultado esperado de la cadena una vez articulada
----------------	---	--

7.3 Matriz de actores y eslabones

La matriz identifica los actores de la cadena, su ámbito, los eslabones donde intervienen y su rol principal.

Actor	Ámbito	Eslabón(es)	Rol principal en la cadena
Conducción provincial	Público provincial	Gestión e implementación	Coordinación general, promoción y mapa interactivo
Área productiva provincial	Público provincial	Recursos · Gestión	Dimensión productiva, fomento y financiamiento
Área de cultura provincial	Público provincial	Experiencias	Contenido cultural, articulación con artistas
Municipios de las MR prioritarias	Público local	Recursos · Gestión	Implementación territorial, articulación local, señalización
Asociaciones del sector productivo	Producción	Recursos	Convocatoria, formación y articulación de establecimientos
Organismos técnicos y normativos	Producción / normativo	Recursos	Marco técnico y normativo
Instituciones académicas y técnicas	Académico / técnico	Recursos · Experiencias	Capacitación, asistencia técnica e investigación
Establecimientos vitivinícolas	Privado	Recursos · Experiencias	Protagonistas: prestan la experiencia

Operadores turísticos y agencias	Privado	Gestión e implementación	Estructuración y venta de productos comercializables
Prestadores gastronómicos	Privado	Recursos	Gastronomía de identidad territorial
Alojamientos del entorno	Privado	Recursos	Recepción y pernocte
Artistas, músicos, escénicos y artesanos	Cultural	Experiencias	Contenido creativo de las experiencias
Organismos nacionales de apoyo	Nacional	Gestión e implementación	Alcance y promoción nacional e internacional

7.4 Brechas y cuellos de botella

Eslabón afectado	Brecha / cuello de botella	Efecto sobre la cadena
Transversal	Baja articulación entre actores (principal desafío del diagnóstico)	El sistema dispone de recursos e interés, pero no los integra en productos
Transversal	Falta de capacidades técnicas y organizativas	Recursos que no se traducen en experiencias vendibles
Recursos	Escala pequeña y comercialización directa (45% de los viñedos < 0,5 ha)	Volumen limitado y dificultad para escalar la oferta
Gestión e implementación	Ausencia de circuitos estructurados; señalización insuficiente; dificultades logísticas	El visitante no encuentra recorridos armados ni productos claros

Recursos	Alojamiento distribuido y no siempre vinculado a las bodegas	Pocas propuestas con pernocte estructurado
Gestión e implementación	Marca y mapa interactivo aún incipientes	Baja visibilidad y posicionamiento del destino

7.5 Acciones de fortalecimiento

Las siguientes fichas operativas traducen el análisis en acciones concretas. Cada una precisa objetivo, eslabones, brecha que resuelve, actores y responsables, acciones, resultados esperados e indicadores.

Ficha 7.1 - Diseño y comercialización de circuitos integrados con pernocte

Objetivo	Estructurar y comercializar al menos dos circuitos enoturísticos integrados que articulen más de un establecimiento por microregión, con pernocte, materiales comunes y promoción coordinada.
Eslabones	Recursos · Gestión e implementación
Brecha que resuelve	Ausencia de circuitos estructurados; comercialización directa aislada; escaso pernocte.
Actores y responsables	Coordina: la conducción provincial. Participan: establecimientos, alojamientos, prestadores gastronómicos, operadores turísticos y municipios.
Destinatarios	Establecimientos y prestadores de las MR prioritarias (MR 7, 3, 6 y 8).
Acciones	(1) Selección de establecimientos por microregión; (2) diseño del recorrido con pernocte; (3) materiales comunes y señalización; (4) acuerdo comercial con un operador; (5) lanzamiento y comercialización.

Resultados esperados	Dos circuitos operativos y comercializables en la Fase I.
Indicadores	Nº de circuitos activos; establecimientos articulados por circuito; pernóctes vendidos; operadores que lo comercializan.

Ficha 7.2 — Programa de capacitación y fortalecimiento de capacidades

Objetivo	Cerrar la brecha de capacidades técnicas y organizativas de los establecimientos participantes.
Eslabones	Recursos · Gestión e implementación (transversal)
Brecha que resuelve	Falta de capacidades técnicas y organizativas; baja articulación.
Actores responsables y	Coordina: la conducción provincial y las asociaciones del sector. Apoyo técnico: instituciones académicas y técnicas y el área de cultura.
Destinatarios	Establecimientos vitivinícolas y prestadores del programa.
Acciones	Formación en atención al visitante, diseño de experiencias, comunicación digital, gestión y comercialización; jornadas de co-creación por microregión.
Resultados esperados	Establecimientos con capacidades para diseñar y prestar experiencias.
Indicadores	Establecimientos capacitados; jornadas realizadas; participantes; experiencias nuevas surgidas.

Ficha 7.3 — Integración de la gastronomía de identidad en la cadena

Objetivo	Incorporar los productos gastronómicos de identidad —nuez pecán, yatay, pescado de río, quesos artesanales, chacinados, miel— como parte constitutiva de cada experiencia.
-----------------	--

Eslabones	Recursos · Gestión e implementación
Brecha que resuelve	Gastronomía presente pero no articulada de forma sistemática con el vino y los circuitos.
Actores y responsables	Coordinan: los municipios y la conducción provincial. Participan: prestadores gastronómicos, productores locales y establecimientos.
Destinatarios	Prestadores gastronómicos y productores de las MR prioritarias.
Acciones	(1) Mapeo de productores por MR; (2) diseño de maridajes vino–producto local; (3) incorporación a los circuitos y experiencias.
Resultados esperados	Cada circuito con al menos una propuesta gastronómica de identidad.
Indicadores	Productores gastronómicos integrados; experiencias con maridaje.

Ficha 7.4 - Estructuración comercial: operadores, plataformas y mapa interactivo

Objetivo	Desarrollar los canales de comercialización de mayor escala hoy ausentes y dar visibilidad al conjunto de la oferta.
Eslabones	Gestión e implementación
Brecha que resuelve	Comercialización directa aislada; señalización y visibilidad insuficientes.
Actores y responsables	Coordinan: la conducción provincial y el área productiva. Participan: operadores, agencias, plataformas y organismos nacionales de apoyo.
Destinatarios	Establecimientos del programa; operadores y agencias.
Acciones	(1) Potenciar el mapa enoturístico interactivo; (2) acuerdos de comercialización con operadores; (3) incorporación a plataformas de reserva.

Resultados esperados	Oferta visible y comercializable a través de terceros.
Indicadores	Operadores con acuerdo; experiencias en plataformas; visitas al mapa interactivo.

7.6 Síntesis

El fortalecimiento de la cadena de valor de Viñedos Creativos se apoya en un diagnóstico claro: el activo del territorio existe; lo que falta es articulación y capacidades. Las cuatro fichas atacan directamente los cuellos de botella identificados —circuitos, capacidades, gastronomía y comercialización— y asignan a cada acción actores, responsables, resultados e indicadores verificables.

VIII. MODELO DE GESTIÓN Y SOSTENIBILIDAD

8.1 Enfoque

El desarrollo de Viñedos Creativos como producto provincial requiere una estructura de gobernanza que garantice la coordinación entre los actores, la toma de decisiones, la administración de la marca y la sostenibilidad en el tiempo. El diagnóstico identificó que el principal desafío del programa no es técnico sino institucional: articular a los organismos públicos, los municipios, los productores, los artistas, los gastronómicos y los referentes culturales alrededor de un mismo relato y una misma hoja de ruta.

El modelo se organiza como una Mesa de Trabajo interinstitucional de tres niveles, con un esquema público–privado–comunitario, roles y responsabilidades explícitos, mecanismos de decisión y rendición, y un esquema de sostenibilidad institucional y financiera. Se supera así la etapa en que la Mesa quedaba solamente enunciada.

8.2 Estructura de gobernanza - la Mesa de Trabajo en tres niveles

Nivel	Integrantes	Funciones principales	Periodicidad
Nivel Estratégico	Organismos públicos provinciales competentes	Dirección estratégica, aprobación del plan anual, administración de la marca, gestión del financiamiento, representación institucional	Trimestral
Nivel de Coordinación	Sector público - privado	Nexo entre conducción y territorio; convocatoria y formación de establecimientos; validación técnica de experiencias piloto	Bimestral
Nivel Territorial	Municipios, establecimientos, actores culturales y comunitarios, e instituciones locales	Implementación territorial; co-creación de experiencias; articulación de actores locales; seguimiento de los pilotos	Mensual / según actividad

8.3 Esquema público–privado–comunitario

Sector	Actores	Aporte a la gobernanza
Público	Organismos públicos provinciales y municipales competentes, y organismos nacionales de apoyo	Conducción, marca, financiamiento, marco normativo, promoción

Privado	Establecimientos vitivinícolas, operadores turísticos, agencias, prestadores gastronómicos, alojamientos	Prestación de las experiencias, inversión, comercialización
Comunitario / sectorial	Actores culturales y artísticos, instituciones y referentes locales	Articulación territorial, contenido cultural, formación, legitimidad social

La articulación de los tres sectores es lo que distingue a Viñedos Creativos de una política puramente pública: el Estado conduce y financia, el sector privado presta y comercializa, y el tejido comunitario y sectorial aporta identidad, contenido y arraigo.

8.4 Administración de la marca

Aspecto	Definición
Titularidad	La marca “Viñedos Creativos” es un activo provincial, administrado por el Nivel Estratégico.
Criterio de uso	Podrán usar la marca los establecimientos y experiencias que cumplan los criterios de calidad y pertenencia definidos por la Mesa de Trabajo.
Incorporación	La conducción provincial aprueba nuevas incorporaciones, con recomendación previa de la mesa microregional.
Protocolo de marca	Manual de identidad, condiciones de uso y mecanismo de baja ante incumplimiento (a desarrollar con el componente de comunicación, Anexo VI).

8.5 Mecanismos de decisión, rendición y periodicidad

- **Decisión:** Las definiciones estratégicas se toman en la conducción provincial; las operativas, en la coordinación sectorial; las territoriales, en las mesas microregionales. Se busca el consenso; ante falta de acuerdo, decide la conducción provincial.
- **Registro:** Cada reunión deja minuta de acuerdos y una matriz de seguimiento de compromisos (responsable, plazo, estado).
- **Rendición:** La conducción provincial presenta un informe anual de avance e indicadores a las instituciones participantes y a la contraparte.
- **Periodicidad:** Conducción trimestral, coordinación bimestral, mesas microregionales mensuales o según actividad.

8.6 Sostenibilidad institucional y financiera

Dimensión	Estrategia
Institucional	En su etapa inicial, Viñedos Creativos se desarrolla como una iniciativa de comunicación y articulación - una marca paraguas- dentro de la estructura provincial existente, sin requerir la creación de una nueva figura administrativa. Su consolidación como programa provincial formal, mediante el instrumento que la Provincia considere (resolución, convenio o acto administrativo), constituye un horizonte aspiracional que, de concretarse, fortalecería su continuidad más allá de las gestiones.
Financiera - puesta en marcha	Presupuesto provincial y apoyos de organismos de financiamiento para la Fase I.
Financiera - continuidad	Diversificación progresiva: aportes de establecimientos, ingresos por comercialización de circuitos, convenios con organismos nacionales de apoyo y programas de financiamiento productivo.

Social / cultural	Apropiación del programa por los actores locales a través de las jornadas de co-creación, que genera compromiso y sostenibilidad de base.
--------------------------	---

8.7 Síntesis

El modelo de gestión de Viñedos Creativos convierte la Mesa de Trabajo enunciada en una estructura de gobernanza operativa de tres niveles, con roles explícitos, mecanismos de decisión y rendición, administración clara de la marca y un esquema de sostenibilidad institucional y financiera.

IX. HOJA DE RUTA PARA LA IMPLEMENTACIÓN

9.1 Consideraciones previas

La hoja de ruta de Viñedos Creativos se concibe como un instrumento orientador, no como un cronograma rígido. Su propósito es establecer una secuencia lógica de acciones que permita avanzar desde la formulación del proyecto hacia su implementación progresiva, reconociendo que los tiempos reales de cada acción dependerán de las capacidades institucionales disponibles, la predisposición de los actores locales y las condiciones de cada microregión.

La estrategia de implementación se organiza en tres fases que no son estrictamente consecutivas sino que pueden solaparse y retroalimentarse: una fase de activación, orientada a generar las condiciones iniciales para el funcionamiento del programa; una fase de consolidación, destinada a fortalecer y ampliar las experiencias que demuestren viabilidad; y una fase de desarrollo, orientada a la escalabilidad y el posicionamiento del programa a nivel nacional e internacional.

9.2 Fase I - Activación - Fase Inicial

El tiene como objetivo poner en marcha el producto a partir de los recursos y experiencias

que ya existen, generando las condiciones institucionales, comunicacionales y operativas necesarias para su funcionamiento.

A. Acciones institucionales

El primer paso es la formalización de Viñedos Creativos como producto provincial, con definición de la estructura de gestión, las responsabilidades de cada organismo involucrado y los mecanismos de articulación entre la Secretaría de Turismo, el Ministerio de Desarrollo Económico, la Asociación Vitivinícola de Entre Ríos (AVER) y los municipios de las microregiones prioritarias. Esta formalización es condición necesaria para que el programa tenga continuidad más allá de la asistencia técnica del CFI.

En paralelo, se propone constituir una Mesa de Trabajo de carácter interinstitucional integrada por representantes de los establecimientos vitivinícolas, actores culturales, operadores turísticos, organismos públicos e instituciones académicas vinculadas al sector. Este espacio tendrá como función facilitar la coordinación entre actores, promover instancias de intercambio y acompañar el desarrollo de las acciones previstas en el programa.

B. Acciones territoriales

La implementación inicial se concentra en las microregiones con mayor madurez enoturística: MR 7 - Tierra de Palmares, MR 3 - Lomadas y Humedales, MR 6 - Pueblos y Aldeas del Sur y MR 8 - Salto Grande. En cada una de ellas se propone desarrollar al menos una experiencia piloto por línea disponible, con los establecimientos y actores ya relevados y con disposición a participar.

Si bien la implementación inicial se concentra en estas microregiones, la MR 2 - El Paraná y sus Aldeas - constituye un territorio estratégico para el programa debido a la concentración de instituciones culturales, espacios patrimoniales, universidades y actores creativos presentes en el área metropolitana de Paraná. Estas condiciones la posicionan como un ámbito especialmente adecuado para acciones de formación, experimentación, validación de prototipos y articulación entre los sectores turístico, cultural y productivo.

Se propone además el diseño y lanzamiento de al menos dos circuitos enoturísticos integrados que articulen más de un establecimiento por microregión, con materiales de comunicación comunes y mecanismos coordinados de promoción y comercialización.

C. Acciones de comunicación y posicionamiento

El desarrollo de la identidad visual y comunicacional de Viñedos Creativos - incluida la marca, los materiales gráficos, la presencia digital y los contenidos para redes sociales - es una acción prioritaria de esta fase. La marca paraguas debe ser reconocible y coherente en todos los territorios y experiencias del programa.

Se propone el desarrollo de un mapa enoturístico interactivo de la provincia que integre la totalidad de los establecimientos relevados, sus experiencias, horarios, contactos y georreferenciación, disponible en formato digital para operadores turísticos y visitantes. La Secretaría de Turismo de Entre Ríos ya cuenta con un desarrollo preliminar de este instrumento que puede ser potenciado y articulado con Viñedos Creativos.

La participación del programa en ferias de turismo nacionales. FIT Buenos Aires, Feria del Vino, eventos del sector, y la generación de contenidos específicos para medios especializados en gastronomía, turismo y cultura son acciones de posicionamiento que deben iniciarse en esta fase para construir visibilidad desde el comienzo.

D. Acciones de fortalecimiento del sector

El diagnóstico identificó que el principal obstáculo para el desarrollo del enoturismo no es la ausencia de recursos sino la falta de capacidades técnicas y organizativas para articularlos. En consecuencia, esta fase contempla acciones de capacitación orientadas a los establecimientos vitivinícolas participantes del programa: formación en atención al visitante, diseño de experiencias turísticas, comunicación digital, gestión de reservas y articulación con otros actores del ecosistema.

Estas acciones pueden desarrollarse en articulación con la Universidad Nacional de Entre Ríos, el INTI, el INTA, el Instituto Nacional de Promoción Turística (INPROTUR) y las áreas de cultura e industrias creativas de la provincia.

1. Jornadas de co-creación territorial

Un componente central de la fase de activación es la realización de jornadas de co-creación por microregión, orientadas a construir colectivamente la identidad de Viñedos Creativos desde el territorio. Estas jornadas convocan a los actores clave de cada microregión - bodegueros y productores vitivinícolas, representantes de AVER, equipos de turismo y cultura municipales, artistas, músicos, gastronómicos, referentes de industrias creativas e instituciones académicas - para trabajar en torno a preguntas concretas: qué hace única a esta microregión, qué experiencias pueden nacer de sus recursos, cómo quieren que el vino entrerriano sea contado desde este territorio.

El formato propuesto combina instancias de presentación y diagnóstico compartido con talleres de trabajo en grupos mixtos - productores con artistas, bodegueros con gastronómicos, referentes culturales con operadores turísticos - y momentos de síntesis donde cada grupo construye una propuesta preliminar de experiencia para su microregión. Los resultados de cada jornada alimentan directamente el diseño de los circuitos y experiencias piloto de la fase inicial, garantizando que lo que Viñedos Creativos proponga surja de los propios actores del territorio y no de una mirada externa.

Se propone realizar al menos una jornada en cada una de las cuatro microregiones prioritarias de implementación inmediata — MR 7 Tierra de Palmares, MR 3 Lomadas y Humedales, MR 6 Pueblos y Aldeas del Sur y MR 8 Salto Grande — durante los primeros seis meses del programa, con coordinación conjunta de la Secretaría de Turismo, el Ministerio de Desarrollo Económico y la Secretaría de Cultura e Industrias Creativas de la provincia.

2. Ciclo de formación y diálogo sectorial

En paralelo a las jornadas territoriales, se propone el desarrollo de un ciclo de charlas, capacitaciones y masterclasses que convoque a referentes de distintos sectores vinculados al enoturismo creativo, tanto de la provincia como de alcance nacional. El ciclo se concibe como un espacio de formación pero también de inspiración y conexión: un lugar donde los productores vitivinícolas entrerrianos dialoguen con sommeliers, comunicadores gastronómicos, bodegueros de otras provincias con recorrido en enoturismo, referentes de la

escena cultural y artística, emprendedores de turismo experiencial y especialistas en industrias creativas.

Los formatos pueden variar según el perfil del referente y los objetivos de cada encuentro: desde charlas abiertas al público general hasta masterclasses de cupo reducido con productores y actores del sector, pasando por conversatorios entre pares o paneles de debate sobre tendencias del enoturismo en Argentina. La propuesta es que el ciclo se realice en distintas microregiones y en distintos espacios - un viñedo, una bodega, un centro cultural, un espacio público - reforzando la presencia territorial del programa y generando contenido comunicable para las redes de Viñedos Creativos.

La coordinación del ciclo puede articularse con la Universidad Nacional de Entre Ríos, el INTI, la Secretaría de Cultura e Industrias Creativas y organismos nacionales como el INPROTUR o el Instituto Nacional del Vino, ampliando el alcance institucional del programa desde sus primeras acciones.

3. Actividades de creación vinculadas a las industrias creativas

La tercera línea de acción de esta fase propone el desarrollo de actividades de creación que pongan en diálogo directo al sector vitivinícola con los actores de las industrias creativas de la provincia. No se trata de talleres de capacitación tradicional sino de espacios de producción compartida donde el vino y sus materiales - la uva, el hollejo, las tintas naturales, las barricas, las etiquetas - se convierten en materia prima para la creación cultural.

A modo ilustrativo, algunas propuestas que podrían desarrollarse en esta fase, de acuerdo con los recursos y capacidades identificados durante el relevamiento territorial, son talleres de diseño de etiquetas con artistas visuales locales, experiencias de creación con materiales vinculados a la actividad vitivinícola, intervenciones artísticas en viñedos y bodegas, talleres de escritura, fotografía o producción audiovisual, y otras iniciativas que permitan fortalecer el vínculo entre el sector vitivinícola y la comunidad creativa de cada territorio.

Estas actividades tienen un doble propósito: por un lado, fortalecer los vínculos entre el sector vitivinícola y la comunidad creativa local, generando relaciones de trabajo que trasciendan el programa y se consoliden como parte del ecosistema cultural-productivo de

cada microregión. Por otro lado, producir contenido, objetos y experiencias tangibles que alimenten la comunicación de Viñedos Creativos y evidencien de manera concreta la integración entre cultura y vino que el programa propone.

9.3 Fase II - Consolidación (12 a 36 meses)

La fase de consolidación se orienta a fortalecer las experiencias que hayan demostrado viabilidad en la fase inicial, incorporar nuevas microregiones al programa y ampliar la base de actores participantes.

A. Ampliación territorial

Una vez consolidadas las experiencias en las microregiones prioritarias, el programa se expande hacia MR 1 - Río Nativo, MR 2 - El Paraná y sus Aldeas, MR 5 - Caminos del Palacio y MR 10 - Rincones del Centro, adaptando las líneas de experiencias a las particularidades y recursos de cada territorio.

La MR 2 merece atención especial en esta fase por su potencial como territorio piloto de las líneas Arte y Escena: la densidad cultural e institucional de Paraná - con el Museo Provincial de Bellas Artes, el Festival Internacional de Cine, la Fiesta Provincial de Teatro y una amplia red de espacios culturales independientes - la convierte en el territorio más adecuado para desarrollar experiencias de mayor complejidad y visibilidad.

B. Desarrollo del producto

Esta fase contempla la incorporación de nuevos formatos de experiencia: paquetes con pernocte en establecimientos vitivinícolas con alojamiento propio o en alojamientos turísticos del entorno, propuestas para grupos y empresas, team building en viñedo, experiencias de vendimia participativa, eventos corporativos, y experiencias estacionales vinculadas a los momentos del ciclo vitivinícola - cosecha, poda, vendimia - que constituyen un atractivo singular para visitantes con interés en el proceso productivo.

Se propone también el desarrollo de un sistema de certificación o distinción para los establecimientos y experiencias integrados al programa, que opere como garantía de calidad para el visitante y como incentivo para los productores que deseen incorporarse.

C. Articulación con el sector privado

La consolidación del programa requiere la incorporación activa del sector privado: operadores turísticos, agencias de viaje, plataformas de reservas y medios de comunicación especializados. Esta fase contempla el desarrollo de acuerdos de comercialización con operadores nacionales e internacionales, la incorporación de las experiencias de Viñedos Creativos en plataformas digitales de turismo y la generación de alianzas con medios gastronómicos y culturales de alcance nacional.

La articulación con las rutas del vino de otras provincias - en particular con la Ruta del Vino de Mendoza y los circuitos emergentes de Córdoba y Buenos Aires - puede generar sinergias de posicionamiento que beneficien a Viñedos Creativos en su proceso de construcción de reputación nacional.

9.4 Fase III - Desarrollo (36 meses en adelante)

La fase de desarrollo tiene como horizonte el posicionamiento de Viñedos Creativos como referente del enoturismo creativo en Argentina y su proyección hacia mercados internacionales.

A. Escalabilidad y replicabilidad

En esta fase el programa sistematiza los aprendizajes de las fases anteriores y desarrolla instrumentos que permitan su replicabilidad: manuales de experiencias, protocolos de incorporación de nuevos establecimientos, modelos de gestión para las distintas microregiones y herramientas de evaluación de impacto. El objetivo es que Viñedos Creativos pueda crecer sin perder coherencia ni calidad.

B. Proyección internacional

Entre Ríos tiene condiciones para atraer turismo internacional con interés en la Argentina profunda, la inmigración europea, la naturaleza del litoral y el vino artesanal. En esta fase el programa desarrolla materiales y estrategias de comunicación orientados a mercados prioritarios —Brasil, Uruguay, Europa del Norte y Estados Unidos— y fortalece su presencia en ferias y plataformas internacionales de turismo.

C. Investigación y desarrollo

El crecimiento y consolidación de Viñedos Creativos requiere generar conocimiento que permita mejorar continuamente las experiencias desarrolladas, fortalecer la articulación territorial y comprender la evolución de la demanda vinculada al turismo del vino y las experiencias creativas. En esta fase se propone promover estudios orientados al análisis de perfiles de visitantes, evaluación de impactos económicos y territoriales, medición de satisfacción de usuarios y sistematización de buenas prácticas de gestión.

Asimismo, se propone fomentar la articulación con universidades, organismos técnicos y centros de investigación para desarrollar iniciativas vinculadas al patrimonio vitivinícola entrerriano, la valorización cultural de los territorios, la construcción de narrativas identitarias y el diseño de nuevas experiencias turísticas. La generación de conocimiento permitirá fortalecer la toma de decisiones y contribuir a la mejora continua del programa.

El cronograma operativo sintetiza la Fase I mes a mes, con responsables, productos, hitos, fuentes de financiamiento e indicadores con meta. La matriz de seguimiento completa, que suma dependencias, requerimientos y el estado de avance para el control de la Mesa de Trabajo, se acompaña como anexo IX. Matriz de Seguimiento Fase I.

9.5 Actores involucrados

La implementación de Viñedos Creativos requiere la participación articulada de actores de distintos sectores y niveles institucionales.

En el ámbito público provincial, los organismos centrales son la Secretaría de Turismo de Entre Ríos , como coordinador del programa, el Ministerio de Desarrollo Económico y la Secretaría de Cultura, que aportan respectivamente las dimensiones productiva y cultural del proyecto. Los municipios de las microregiones prioritarias son actores clave para la implementación territorial, la articulación con actores locales y la gestión de los recursos patrimoniales y culturales de cada territorio.

En el ámbito de la producción vitivinícola, la Asociación Vitivinícola de Entre Ríos (AVER) es el interlocutor natural del sector productivo y un actor fundamental para la convocatoria,

formación y articulación de los establecimientos participantes. El Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV) aporta el marco técnico y normativo de la actividad.

En el ámbito académico y tecnológico, la Universidad Nacional de Entre Ríos — a través de sus facultades de Ciencias Agropecuarias y Bromatología —, el INTA y el INTI tienen capacidades técnicas relevantes para el fortalecimiento del sector y pueden articularse con el programa en acciones de capacitación, investigación y asistencia técnica.

En el sector privado, los establecimientos vitivinícolas son los protagonistas centrales del programa. Los operadores turísticos, agencias de viaje, prestadores gastronómicos y alojamientos son actores complementarios cuya participación es necesaria para la estructuración de productos comercializables. Los artistas, músicos, grupos escénicos y artesanos son los actores culturales que dan contenido a las experiencias creativas del programa.

9.6 Indicadores de seguimiento

Para evaluar el avance de la implementación y el impacto del programa se proponen los siguientes indicadores de referencia, a ser monitoreados de manera periódica por la estructura de gestión del programa.

En términos de desarrollo del producto: número de experiencias activas por línea y por microregión, número de establecimientos incorporados al programa, número de circuitos enoturísticos diseñados e implementados, y número de actores culturales articulados con el sector vitivinícola.

En términos de demanda turística: número de visitantes registrados en experiencias del programa, nivel de satisfacción de los visitantes medido mediante encuestas de salida, y porcentaje de visitantes que pernoctan en el destino.

En términos de impacto económico: variación en los ingresos de los establecimientos participantes, número de empleos generados o fortalecidos en el sector, y volumen de comercialización de vinos entrerrianos en el marco de las experiencias.

En términos de posicionamiento: presencia del programa en medios especializados nacionales e internacionales, número de operadores turísticos que comercializan experiencias de Viñedos Creativos, y visibilidad digital medida a través de métricas de redes sociales y plataformas de reservas.

9.7 Síntesis

La hoja de ruta de Viñedos Creativos propone una implementación progresiva que parte de los recursos y experiencias existentes, construye capacidades institucionales y sectoriales de manera paralela, y avanza hacia la escalabilidad y el posicionamiento en la medida en que el programa demuestre resultados concretos. La secuencia de tres fases - activación, consolidación y desarrollo - establece un horizonte de mediano y largo plazo que reconoce la complejidad del proceso sin perder de vista la urgencia de comenzar a construir desde lo que ya está disponible.

X. CONSIDERACIONES FINALES

El desarrollo del Proyecto Ejecutivo Viñedos Creativos permitió recorrer un camino que va desde el relevamiento territorial hasta la formulación de una propuesta concreta para el fortalecimiento del enoturismo en Entre Ríos. Ese recorrido confirmó algo que el diagnóstico insinuaba desde el principio: la provincia no necesita inventar recursos, necesita articularlos.

Entre Ríos tiene vino. Tiene historia. Tiene ríos, termas, monte nativo, colonias de inmigrantes, festivales, artistas, músicos, gastronomía de terroir y productores con convicción. Lo que falta, y lo que Viñedos Creativos se propone construir, es el relato que los una y la estructura que los haga accesibles para el visitante que todavía no sabe que todo esto existe.

El vino entrerriano es una de las historias más singulares de la vitivinicultura argentina. Un sector que nació, desapareció por decreto y volvió a crecer desde cero con más de treinta años de trabajo silencioso. Productores que plantaron en suelos que nadie asociaba con la vid, que eligieron variedades que otros descartaban, que construyeron bodegas con sus propias manos y que hoy reciben visitantes con una hospitalidad que los destinos

consolidados ya no pueden ofrecer. Esa historia es el activo más valioso de Viñedos Creativos y el fundamento de su diferenciación dentro del mapa enoturístico nacional.

El proyecto que aquí se presenta no es el punto de llegada sino el punto de partida. El Proyecto Ejecutivo Viñedos Creativos es una herramienta de planificación: define qué se quiere construir, sobre qué base territorial se apoya, qué experiencias se proponen, a quién se dirige y cómo se implementa de manera progresiva. Su valor real se medirá en la capacidad de los actores públicos y privados de la provincia de apropiarse de él, adaptarlo a las condiciones de cada territorio y llevarlo adelante con continuidad y convicción.

En ese sentido, el principal desafío no es técnico sino institucional y cultural. Requiere que la Secretaría de Turismo, los municipios, los productores vitivinícolas, los artistas, los gastronómicos y los referentes culturales de cada microregión se reconozcan como parte de un mismo proyecto, con roles complementarios y con la capacidad de construir juntos algo que ninguno podría construir por separado. La Mesa de Enoturismo Creativo propuesta en la hoja de ruta es el primer espacio concreto para que esa construcción colectiva comience.

Entre Ríos tiene una oportunidad real de posicionarse como un destino enoturístico diferencial en la Argentina. No porque vaya a superar a Mendoza en escala ni en reconocimiento internacional, ese no es el objetivo ni la comparación pertinente, sino porque puede ofrecer algo que Mendoza no tiene: la experiencia de un vino que todavía está escribiendo su historia, en un territorio que lo rodea de autenticidad, escala humana y una cultura viva que no necesita escenografía para ser atractiva.

Viñedos Creativos es la apuesta de Entre Ríos por ese lugar en el mapa. Una apuesta que el presente informe fundamenta, diseña y entrega como herramienta lista para ser implementada.

El presente Proyecto Ejecutivo constituye una hoja de ruta para el fortalecimiento del enoturismo entrerriano mediante la articulación entre producción, cultura y territorio. La propuesta se apoya en recursos existentes, reconoce las particularidades de cada microregión y promueve un modelo flexible y progresivo de implementación, orientado a contribuir al posicionamiento de Entre Ríos como destino enoturístico con identidad propia.