

# COVIAR implementó diversos talleres para abordar el contexto del sector

29/10/2024



La Corporación Vitivinícola Argentina (COVIAR), con el apoyo metodológico del Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA), se propuso revisar el contexto sectorial y entender los cambios ante el surgimiento de nuevos desafíos y oportunidades. Para eso, la entidad abrió un proceso de discusión interno de toda la cadena vitivinícola nacional. Mediante el mismo, se busca validar y priorizar las acciones del Plan Estratégico Vitivinícola (PEVI) en su actualización al 2030, con la puesta en marcha de Jornadas Estratégicas.

«El objetivo de todo este plan de trabajo es analizar y entender los nuevos contextos para poder priorizar acciones tendientes a cumplir los objetivos estratégicos trazados en el PEVI 2030. Ante estos cambios que surgen, consideramos que es coherente que COVIAR se actualice. La participación está abierta a todos los actores productivos. El proceso es

fundamental para recalibrar la estrategia sectorial definida con horizonte al 2030», dijo a FM Vos 94.5 Mario González, presidente de COVIAR.

Luego, definió cuáles son las principales aristas que apuntalan al Plan Estratégico Vitivinícola 2030. «Nosotros trabajamos sobre un eje estratégico que es el mercado externo. La idea es poder posicionar a la vitivinicultura argentina en el mundo. Por supuesto que toda esta cuestión la abordamos sin dejar del lado al mercado interno. Más del 70 % de lo que se produce se comercializa en el país. Por eso creemos que debemos sostener el mercado interno y ampliar las ventas al exterior», señaló.

«La actividad contempla también a productores primarios, pequeños y medianos. A esto se le suma el enoturismo, sector que amplió su visión de negocio. El enoturismo puede empujar al sector primario y bodeguero. Otras de las aristas que se plantean son la sostenibilidad ambiental y social», agregó González.

Más adelante, analizó cuál es la realidad del sector en cuanto al consumo del producto. «En Argentina y en el mundo cada vez se consume menos vino. Esa es una preocupación que atraviesa a toda la industria vitivinícola. Dentro de este ámbito es que se dictan estos talleres o jornadas para ver cuáles son las estrategias a tomar.

El mundo va cambiando sus hábitos de consumo. El vino que antes formaba parte de la mesa cotidiana ha comenzado a ser reemplazado por otras alternativas», advirtió.

«Hoy los consumidores prefieren bebidas más refrescantes, con menor graduación alcohólica. Antes mezclar el vino con otra bebida era una mala palabra, en el presente muchos jóvenes adultos lo hacen. No nos tenemos que quedar con una mirada a corto plazo para tratar de revertir las circunstancias con nuevas variables. Las rondas de reuniones y talleres siguen durante todo noviembre. Queremos escuchar las voces de todos los actores. Si todo va bien, se está pensando darle un cierre los primeros días de diciembre. La idea es revisar cada uno de los esquemas y recalibrar la estrategia definida hacia el

2030", completó el presidente de la entidad.