

El sector el vino fue incluido en el Programa de Asistencia de Emergencia al Trabajo



Tras gestiones conjuntas llevadas a cabo por la Corporación Vitivinícola Argentina (COVIAR), el Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV), Bodegas de Argentina y los gobiernos de las provincias vitivinícolas, los principales productos de la cadena vitivinícola de la Argentina fueron incluidos en el listado de actividades y rubros que son beneficiados y pueden acceder al programa de asistencia que el Estado Nacional puso en vigencia para sostener a la producción y el empleo durante la crisis desatada por la pandemia del COVID-19.

Patricia Ortíz, presidente de Bodegas Argentinas, dijo en Fm Vos (94.5) que “fue una buena noticia para el sector, ahora veremos cuando se materializa, por lo menos es un primer paso. Es una ayuda en el pago de los salarios”. Habló de una caída de ventas del 40 por ciento en los vinos de entrada.

La Jefatura de Gabinete nacional dio a conocer el nuevo listado de actividades, rubros y productos que pueden acceder. En el caso puntual de la cadena vitivinícola, todas las firmas vinculadas a la elaboración de vinos, fabricación de mosto, la elaboración de jugos naturales y sus concentrados a base de frutas, en este caso la uva, y la producción de pasas, pueden desde ahora solicitar asistencia y ser beneficiados con los programas vigentes a nivel nacional para el sostenimiento del empleo y la producción.

Ortiz habló de una lenta recuperación por la reapertura de restaurantes y una mejora en el canal de venta online. “Creo que va llevarnos un año volver como estábamos a lo mejor como en el 2019”.

Remarcó que la venta online es un canal muy importante y “ahora vamos a hacer un foro

online para que se conozca cómo se arma este canal, la venta online no es sólo hacer una página, requiere logística y promoción”.

La cadena del vino había planteado también las consecuencias de la actual crisis sanitaria sobre la producción y comercialización de todo el sector vitivinícola, apoyando la inclusión del sector en los planes nacionales de sostenimiento del empleo y la producción vigentes. Las nuevas tecnologías digitales están cambiando el comercio minorista, y por otro lado empresas de todos los tamaños buscan incorporar valor agregado a la experiencia de las compras estándar y así destacarse de la multitud.

Antes del COVID-19 los consumidores ya exigían cambios en el comercio minorista para personalizar a su medida las opciones de productos e incrementar su conveniencia de compra.