

## **ProMendoza impulsa una herramienta que ayuda a bodegas a vender más vinos en EEUU**

Con el objeto de facilitar a las pymes de Mendoza la exportación de vinos a Estados Unidos, se promueve el concepto de plataforma logístico-comercial. “Es un mercado maduro, por lo que es muy importante trabajar sobre la demanda en el punto de venta”, explicó el gerente Mario Lázzaro en el inicio del encuentro virtual, organizado por ProMendoza, para bodegas que buscan importadores, distribuidores o quieren incrementar sus ventas en el país del Norte.

“Estados Unidos es uno de los pocos mercados donde los aranceles para nuestros vinos son bajos y podemos competir bien desde ese punto de vista. Además, hoy se nos da una gran oportunidad comercial debido al nuevo arancel del 25% de impuesto a los vinos europeos, por lo que las miradas de muchos actores del negocio del vino apuntarán para acá. Por ello, buscamos herramientas para minimizar las desventajas competitivas que tiene nuestra provincia en cuanto a distancia y costos logísticos”, aseguró Lázzaro.

“Las herramientas deben además ser accesibles para nuestras bodegas que quieran exportar a un mercado en el cual no es barato operar”, concluyó el gerente.

Debido a la gran oferta de vinos en ese mercado y el alto costo de mantener stocks por lo caro que resultan los espacios de almacenamiento, los distribuidores en general prefieren hacer compras más pequeñas, por lo que disminuyen las posibilidades comerciales de las bodegas que no poseen el producto disponible allá. En este punto hay que ser realista y saber que es muy difícil que se logren compradores que importen de a contenedores completos, aseguraron.

Es importante destacar que aquellas empresas que no posean importadores en Estados Unidos, pueden verse beneficiadas con esta herramienta, ya que debido a la pandemia, se imponen 14 días de cuarentena en hoteles para extranjeros, lo que encarece a las bodegas la promoción personal.

Hecha la presentación de la herramienta, ProMendoza realizará en los próximos días una convocatoria para relevar las empresas interesadas con el fin de seleccionar mediante una grilla con criterios objetivos las bodegas que enviarán sus muestras a Lovemark para que, luego de cumplir con los procesos de exportación, se esté en condiciones de comenzar la promoción de sus vinos al comienzo de septiembre, mes en que se reanuda la actividad fuerte luego de las vacaciones del hemisferio norte.