

# Se creó la Unidad Ejecutora de Pymes Exportadoras

11/05/2021

Pablo Asens, vicepresidente de la Coviari, se refirió a la creación de la Unidad Ejecutora de Pymes Exportadoras, que apunta a darle apoyo a las bodegas pequeñas y medianas que elaboran vinos competitivos para el mercado internacional y que tienen dificultades para salir a vender su producto. De esta forma, aumentaría el universo de bodegas que venden vinos en el exterior.

«Esta necesidad de las bodegas pequeñas y medianas surgió durante la formulación del plan estratégico 2030 y ahí se pudo ver que son unas 40 bodegas las que exportan el 90 por ciento del vino argentino, esto es bien visto por la industria, porque necesitamos de las bodegas grandes para abrir mercados, ellas generan una imagen vino-país muy importante. Esta oportunidad puede ser aprovechada por bodegas pequeñas y medianas, por ello se decidió crear esta Unidad Ejecutora para generar acciones directas que les permitan exportar más», contó a FM Vos (94.5) y Diario San Rafael.

«Actualmente está en ejercicio la unidad ejecutora Wine of Argentina, que se encarga de la promoción de vinos en el mundo, pero solo para genéricos. Ahora lo que buscamos es un negocio de nicho, poder ampliar esta promoción para tener una mayor oferta de vinos en el mundo, las bodegas grandes tienen un mercado que es imposible para bodegas más chicas, queremos que estas sumen experiencia en la exportación y que inicien su camino», añadió.

Por otro lado, Asens dijo que el consumo de esta bebida está amesetado en el departamento. «Seguimos vendiendo un promedio de 75 millones de litros por año y, en cuanto a la exportación, estamos bien porque tenemos tres o cuatro bodegas sanrafaelinas que tienen presencia en mercados importantes, queremos aunar esfuerzos con los diferentes entes de promoción

de vinos», apuntó.

El vicepresidente de la Coviav señaló que «los países adonde Argentina más exporta son Estados Unidos, Canadá, Brasil e Inglaterra, luego las bodegas argentinas llegan a casi 150 países en todo el mundo, entre ellos algunos que no son tradicionalmente consumidores de vino, como por ejemplo Argelia; lo bueno es que siempre la oportunidad de exportar está latente».

### **La disputa con las cervezas**

«La desventaja que tenemos es la publicidad, porque son tres grupos que manejan el 96 por ciento de las cervezas en el país y concentran muchos recursos en publicidad, cosa que no pasa en la industria vitivinícola. Después existen otras variables, como la refrescancia, que tiempo atrás te la daba el vino con soda o hielo y ahí perdimos terreno con la cerveza, eso sí puede ser un error de la industria, por considerarnos más amantes del tinto», explicó Asens.

<http://diariosanrafael.com.ar/diariosanrafael/wp-content/uploads/2021/05/Pablo-Asens.mp3>