

Tres bodegas sanrafaelinas buscarán exportar a Brasil, Colombia, México, Paraguay, Perú y Uruguay

12/11/2025



San Rafael dirá “presente” con tres bodegas que integran la comitiva mendocina que viajará a Buenos Aires para mostrar su oferta a compradores de Brasil, Colombia, México, Paraguay, Perú y Uruguay.

En la previa, y bajo la coordinación de ProMendoza, las empresas participan de simulacros de venta para ajustar su speech comercial y afinar recursos de negociación, pricing y posicionamiento.

En total, once bodegas mendocinas formarán parte de la misión: por nuestro departamento dirán presente Bodega Grand Estate, Familia Morgan y Gloria Galvagno Estate.

La ronda –organizada por el CFI junto a agencias provinciales

de promoción comercial– propone un esquema que combina reuniones cara a cara con importadores y capacitaciones técnicas para robustecer la competitividad internacional, con especial foco en pymes regionales.

A lo largo de dos jornadas, bodegas de todo el país tendrán agendas de encuentros segmentadas por regiones vitivinícolas (Norte, Cuyo, Litoral y Patagonia) para visibilizar la diversidad de suelos, climas y estilos enológicos de la Argentina.

El programa incluye sesiones presenciales y virtuales sobre tendencias de consumo en LATAM, acceso a mercados, requisitos regulatorios y certificaciones, estrategias de relacionamiento con importadores y distribuidores, y el uso de ratings y concursos internacionales como herramientas de posicionamiento.

Como valor agregado, se brindará un masterclass para importadores dedicada a las regiones argentinas –con degustaciones guiadas– que abordará características de suelo, variedades y técnicas de producción.

Con el apoyo institucional del CFI y de los ministerios de Producción provinciales, la actividad se enmarca en las políticas de promoción de exportaciones y fortalecimiento de pymes, contribuyendo a la federalización de la oferta vitivinícola.

Para San Rafael, la participación de sus tres bodegas representa una oportunidad para abrir y consolidar vínculos comerciales en mercados estratégicos de la región, y para posicionar la identidad enológica local en la góndola latinoamericana.