



## APUESTA AL MERCADO EXTERNO

Mendoza planea replicar el modelo de *hubs* logísticos en Chile y Panamá después de las experiencias de Brasil y Estados Unidos. La estrategia consiste en desembarcar anticipadamente en mercados del exterior para reducir el tiempo de entrega de 60 días a 24 horas. **PÁG. 3**

osde



# Soluciones IoT Inteligencia para conectarte a tu flota

Con Soluciones IoT obtené información en tiempo real sobre tu flota, con seguridad para tomar mejores decisiones más rápido.

Tu partner tecnológico

**TELECOM** | *FiberCorp*

SERVICIOS SUJETOS A DISPONIBILIDAD TÉCNICA Y GEOGRÁFICA. PARA MÁS INFORMACIÓN CONSULTE EN [TELECOMFIBERCORP.COM.AR](http://TELECOMFIBERCORP.COM.AR). TELECOM ARGENTINA S.A. CUIT 30-63945373-8 ALICIA MOREAU DE JUSTO 50, CABA.



# Cómo incrementar las exportaciones: Mendoza planea replicar el modelo de *hubs* logísticos en Chile y Panamá

La estrategia consiste en desembarcar anticipadamente en mercados del exterior, para reducir el tiempo de entrega de 60 días a 24 horas.

En pandemia, Brasil y Estados Unidos fueron los dos mercados en los que hubo más movimiento. Con los hubs logísticos y nuevos aliados estratégicos, hoy Mendoza desarrolla una nueva estrategia para multiplicar oportunidades con potenciales compradores. Durante el 2021 se planea replicar el mismo modelo en Chile y Panamá.

Esta dinámica con tendencia positiva cobra importancia en el mercado externo para sostener la escala productiva de las empresas locales. Mendoza es la única provincia de Argentina que dio forma a esta modalidad comercial. Consiste en desembarcar anticipadamente en mercados del exterior, para reducir el tiempo de entrega de 60 días a 24 horas.

Una vez abierto un mercado, es más probable fidelizarlo si el producto está disponible en un plazo breve, indican desde ProMendoza. Recordemos que por la ubicación geográfica de Argentina y de nuestra provincia en especial, una mercadería puede demorar desde 60 días en adelante para llegar a destino. Por eso, acercar la oferta a la demanda y resolver la desventaja competitiva que tenemos por la ubicación geográfica en el mundo es una de las metas que ProMendoza persigue en forma constante.

## Hubs logísticos

En los últimos años, el foco de su estrategia comercial está puesto en el desarrollo de hubs logísticos, acciones integradas con herramientas innovadoras para el crecimiento sostenido de las exportaciones.

A través de los hubs logísticos o plataformas logístico-comerciales, comenzó un proceso por el cual nuestros pro-



ductos ya están desde 2019 cerca de importantes centros de consumo en el mundo. El gerente de ProMendoza, Mario Lázzaro, explicó: "Estamos trabajando para generar una red lo más global posible y comenzamos por grandes mercados en distintos continentes".

Bajo este nuevo modelo, que integra distribuidores y almacenes (*hubs* logísticos), es posible aumentar las ventas. En síntesis, sumar la potencia comercializadora a la logística.

## Chile, un importante vecino

También se trabaja para constituir una plataforma en Los Andes, Chile, de modo que las empresas de Mendoza puedan vender con agilidad, con bajo riesgo e incluso utilizando el *e-commerce* con el país vecino. Además, contando con productos locales ya en territorio chileno, trabajar asociados con las empresas del otro lado de la cordillera para complementarse y encadenar procesos productivos y de servicios que permitan ingresar a los países con los que el vecino trasandino tiene tratados de libre comercio. Otra ventaja es la posibilidad de que la mercadería ya esté disponible en el país vecino, lo que representa una gran ventaja en los meses que se interrumpe el Paso Internacional Cristo Redentor.

## La estrategia de los minihubs

En el futuro se planean pequeñas plataformas en Centroamérica, específicamente en Panamá, para abastecer a los países de la región incluyendo a México. Otro minihub se ubicará en España, Barcelona o Valencia, que son puntos estratégicos para llegar a los mercados de

Europa. También el plan contempla dos más en Estados Unidos: uno en el Sur, en La Florida, y otro en California.

## Desafíos, claves y funcionamiento

Actualmente Mendoza tiene *hubs* logísticos en Itajaí (Brasil), Amberes (Bélgica), Shanghai y Guangzhou (China) y el caso de la estadounidense Lovemark, cuyos almacenes se encuentran en Nueva Jersey, y la oficina de ventas en Manhattan, Nueva York, desde donde llegan a 30 estados del país del Norte. Cada almacén tiene su particularidad. El de Amberes es la puerta de entrada a los Países Bajos del Norte de Europa, donde los recursos logísticos viales y ferroviarios están sumamente desarrollados, por lo que cualquier comprador del continente se encuentra como máximo a 48 horas para la recepción de su pedido.

La mercadería enviada a los hubs logísticos por lo general no hace el proceso de nacionalización al otro país, es decir que no tributan los impuestos y aranceles hasta el momento en que es vendido el producto. Las mercancías se ubican en almacenes fiscales, como en una zona franca, y resultan un buen lugar para acopiar mercaderías y despacharlas de inmediato hacia cualquier lugar del mundo que las demande.

## Distribuidores

### Aliado en Brasil:

<http://www.satori.com.br/es/>

### Aliado en Estados Unidos:

<https://www.lovemarktrading.com>

### Aliado en Bélgica:

<http://www.antwerpcoldstores.com/>

### Aliado en Shanghai:

<http://www.jueruiindustry.com/sp/>

# La Celia se lanza al e-commerce con todo su portfolio de productos

La Celia lanzó el 10 de mayo su tienda *online* para ampliar los puntos de encuentro con sus consumidores y presentarles todo su abanico de vinos, además de accesorios que se enviarán a todo el país.

En línea con el crecimiento exponencial del *e-commerce* en los últimos años, La Celia presentará todo su portfolio de vinos junto con otros productos de CCU Argentina, como sidras 1888 y cervezas premium como Kunstmann y Blue Moon, que estarán presentes en Estación del Vino a disposición de todos los usuarios con envíos a todo el país.

Este nuevo canal de comercialización, que se suma a la presencia de la marca en vinotecas y supermercados, busca acercarse a sus consumidores y seguir mejorando su experiencia de compra. "Estación del Vino es una invitación, un nuevo punto de encuentro para que los consumidores puedan tomarse el tiempo de conocer y elegir nuestros productos y, a su vez, recibirlos en la comodidad de sus hogares, sin necesidad de recurrir físicamente al punto de venta, y encontrar *online* todas nuestras líneas de producto y elegir cuál quieren degustar en ese momento" asegura Vanina de Martino, gerente de Marketing de Sidras, Vinos y Spirits en CCU Argentina.

En esta primera instancia, el *e-commerce* tendrá alcance en todo el país; en la zona del AMBA con entrega en el mismo día de la compra y en el interior del país funcionará según tiempos y logística del correo encargado del envío.

## Nuevo escenario

En el último año el consumo de vino registró un crecimiento expo-



nencial en la Argentina y en este sentido, La Celia logró posicionarse en el mercado doméstico respecto del año anterior y continúa creciendo en distribución, donde destina el 75% de su producción al mercado local, y un 25% al internacional, con Estados Unidos, Colombia, México, Brasil e Irlanda como principales destinos.

Este nuevo escenario mundial obliga a repensar la estrategia de venta y de acercamiento con los consumidores. Nicolás López Vera, subgerente de Mercado Doméstico de La Celia, asegura: "Este nuevo canal de venta queda alineado al trabajo que venimos haciendo con la bo-

dega, para tratar de adaptar los nuevos hábitos a formas de comercialización. Creo que como industria tenemos que desconstruir el consumo, quizás hacerlo menos solemne, el vino debe ser algo fácil desde la comunicación hasta el envase".

"Existen distintos tipos de consumidores, desde los que son amantes del vino de su cultura y les encanta saber, hasta los que lo toman con soda y hielo. Tenemos que abrazar todo tipo de consumidor, entenderlos y acompañarlos con propuestas que los sorprendan y los afiance", finaliza. Para más información visite <https://lacelia.com.ar> / IG:@lacelia.arg.



# La mejor solución para tu empresa



Generará un ahorro real en los gastos de combustible en tu flota vehicular



Única plataforma online **100% autogestionable.**

**Tecnología Calco Contactless NFC, no necesita tarjeta.**

Se pega al parabrisas del auto, asegurando la presencia del vehículo al momento del consumo.



Más de **1.300 Estaciones de Servicio Multibandera** en todo el país.



Más de **2.000 empresas** ya consiguieron ahorros en combustible de hasta el 30% en Argentina.

Escaneá el **QR** para más información



# El arbolado urbano en el paisaje de zonas áridas

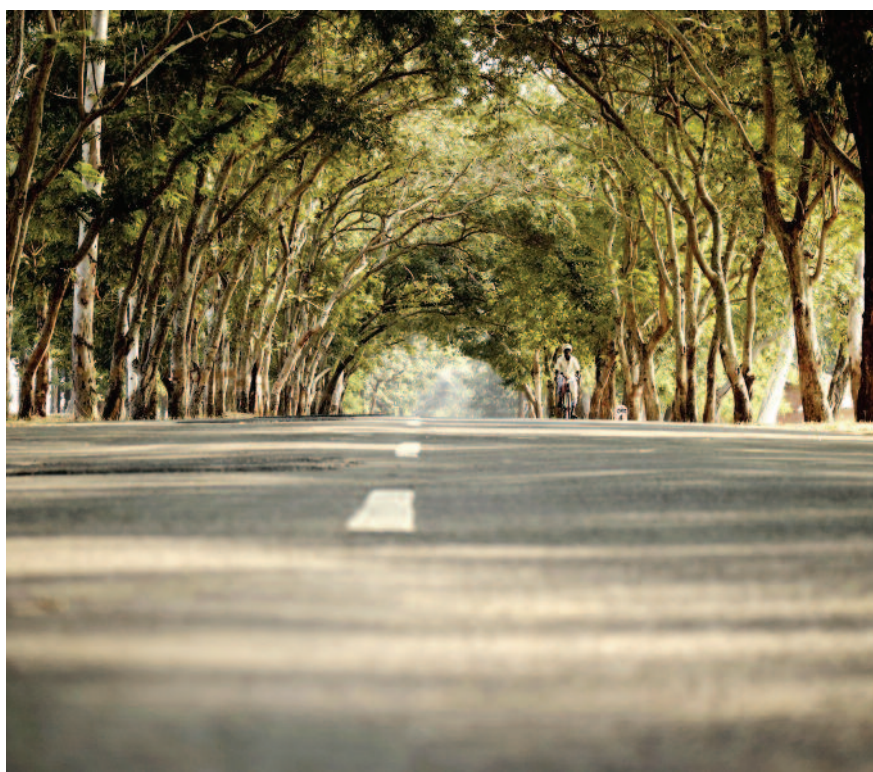
Comienza en mayo una importante capacitación online a cargo del reconocido Paisajista Ing. Agrónomo Martín Balasch, Director de CEPA, Centro de Estudios del Paisaje, junto al Colegio de Arquitectos de Mendoza.

¿Querés saber por qué más está bueno estudiar los paisajes en zonas áridas? Te contamos a continuación. Uno de los principales beneficios por el cual deberíamos interiorizarnos en el arbolado urbano, es poder humidificar el ambiente en zonas con las características climáticas como las que tiene la provincia de Mendoza. Otros grandes beneficios que recibimos de parte del arbolado urbano en estos paisajes son:

- Controlar la intensa radiación solar a través de la sombra que proporciona el follaje.
- Disminuir el efecto «isla de calor» de la ciudad.
- Reducir los niveles de contaminación generados por el intenso tránsito vehicular y las actividades humanas.
- Contribuir a la estética urbana y al uso social de los espacios públicos.
- Contribuir al bienestar psico-físico de los habitantes.
- Significa también un aporte económico indirecto a través del turismo.
- Aumenta el valor económico de las propiedades.

## Capacitación online

Comienza en mayo una importante capacitación *online* a la que te invita el reconocido Paisajista Ing. Agrónomo



nomo Martín Balasch, Director de CEPA, Centro de estudios del Paisaje, junto al Colegio de Arquitectos de Mendoza. La capacitación tendrá lugar los días viernes 21 de mayo y sábado 22 de mayo vía Zoom.

## ¿Quiénes facilitan?

Profesionales de primer nivel: Claudia D. Martínez (Investigadora del CONICET - Ingeniera Agrónoma - Directora en Ciencias Biológicas / ecología) y Lorena V. Manzini Marchesi (Doctora en Arquitectura, Diplomada en Historia de Mendoza, Investigadora del CONICET).

Se entregará certificado, material de estudio y la oportunidad de realizar un trabajo práctico recibiendo *feedback* y devoluciones con gran valor y aporte para tu carrera.

Grandes socios estratégicos como Rain Bird Latinoamérica, RE/MAX Chacras, JardinYa.com y Gran Hotel Potrerillos acompañan esta gran propuesta.

Los tickets se venden a través de Eventbrite. Por ser lector de **Punto a Punto** podrás inscribirte con un 50% de descuento haciendo clic en <https://www.eventbrite.com.ar/e/cap-arbolado-urbano-en-el-paisaje-de-zonas-aridas-tickets-147138514257?aff=ebdsoporgprofile>.

Además, los matriculados del Colegio de Arquitectos de Mendoza tendrán un descuento adicional exclusivo.

Más información al mail [centro-deestudiosdelpaisaje@gmail.com](mailto:centro-deestudiosdelpaisaje@gmail.com) y en las redes sociales de CEPA: [@cepaisajismo](https://www.instagram.com/cepaisajismo).

## STAFF

### Punto a Punto

Montevideo 251, 2° piso  
(5500) Mendoza

### Suscripciones

[abiondo@pap.com.ar](mailto:abiondo@pap.com.ar)  
Tel.: 156056137

### Recepción de avisos

[nnardella@pap.com.ar](mailto:nnardella@pap.com.ar)

### Presidente

Agustín de la Reta

### Director General

Adolfo de la Reta  
[adolfo@pap.com.ar](mailto:adolfo@pap.com.ar)

### Director Periodístico

Mauricio Llaver  
[mllaver@pap.com.ar](mailto:mllaver@pap.com.ar)

### Directora de Eventos

Rosana Moretta

### Redacción

Carlos Lagos  
[clagos@pap.com.ar](mailto:clagos@pap.com.ar)  
Ludmila Llaver  
[ludmilallaver@pap.com.ar](mailto:ludmilallaver@pap.com.ar)

### Jefe Comercial

Néstor Nardella  
[nnardella@pap.com.ar](mailto:nnardella@pap.com.ar)

### Área Comercial

Valentina Mussuto  
[vmussuto@pap.com.ar](mailto:vmussuto@pap.com.ar)

Laura Puy  
[lpuy@pap.com.ar](mailto:lpuy@pap.com.ar)

### Arte y Maquetación

Fabián Molino

### Administración

Analia Biondo  
[abiondo@pap.com.ar](mailto:abiondo@pap.com.ar)

Se prohíbe la reproducción total o parcial del material de **Punto a Punto** sin citar fuente. Registro de la Propiedad Intelectual N° 186705.





Mirá qué linda.  
**Es Córdoba.**

[www.cordobaturismo.gov.ar](http://www.cordobaturismo.gov.ar)

Ph: Gonzalo Viramonte



YO  CORDOBA



GOBIERNO DE LA  
PROVINCIA DE  
CÓRDOBA



ENTRE  
TODOS



# Vacunarse afuera: ¿Qué parte no se entiende?

Por **Mauricio Llaver** / Director periodístico de **Punto a Punto**



*En Argentina faltan 50 millones de vacunas: cualquiera que se la coloque en el exterior, alivia a un argentino de acá / Pandemia y economía: tomar medidas con el bisturí y no con el hacha / La bomba de agua de Londres / Éramos pocos y The Lancet ahora duda sobre la Sputnik / Inflación con vida propia / Capitalismo: un poco de autobombo / Celebrar el éxito de los demás / Y un vino, por supuesto.*

**LA MATEMÁTICA DE LAS VACUNAS.** Según la funcionaria nacional encargada de conseguir las vacunas, Cecilia Nicolini, necesitamos 60 millones de dosis para vacunar a la “población objetivo”. Supongo que eso es sólo para empezar, porque ignoramos cuánto durará la inmunidad y cada cuánto habrá que reforzarlas (¿todos los años, cada nueve meses, cada dos años?). Hasta hoy estamos en casi 10 millones de dosis aplicadas (8 millones con una sola y 1,8 millones con dos), lo cual significa que, según el propio gobierno, faltan 50 millones de dosis. En un contexto de semejante escasez, y con el invierno por delante, cualquier ciudadano argentino que se pueda vacunar en el extranjero libera una vacuna para otro que no puede viajar, y además le ahorra el costo al Estado nacional. ¿Qué parte no se entiende? Sólo una colosal sobredosis de ideología o de demagogia cortita puede considerar que está mal que alguien se vacune en otro lugar. Es matemático. ¿O preferirían que algunos ciudadanos, pudiendo vacunarse afuera, le quitaran la dosis “argentina” a alguna persona cercana que tenemos acá?

**AFINAR EL LÁPIZ PARA EL INVIERNO (Y LA PRE-GUNTA).** Ya sé que es difícil pedirle sofisticación a un gobierno que no distingue entre un Estado nacional y un grupo terrorista. Ya lo sé. Pero lo que viene con la pandemia es muy difícil, y el Frente de Tod@s tendrá que ponerse de acuerdo en cómo afinar el lápiz en los próximos meses para no terminar de destruir a una economía asfixiada, a pesar de la nueva soja a 600 dólares. Muchas voces serias advierten que habría que segmentar o zonificar al detalle las medidas preventivas, porque los contagios no se dan igual en todas partes. Lo que puede servir para algunas personas -de ciertas edades, ya vacunadas o no- puede que no sirva para otras, y el impacto del virus en ciertas geografías -barrios más o menos populosos, con acceso o no a cloacas, ciudades con mayores o menores aglomeraciones- puede ser totalmente diferente. Los casos están altísimos, ya hay 70.000 muertos por Covid, y el sistema sanitario está al borde. En vez de un hacha, habría que usar un bisturí. La pregunta es si... si...

**LA BOMBA DE AGUA DE LONDRES.** En su originalísimo libro “En el Mapa - De cómo el mundo adquirió su aspecto”, el inglés Simon Garfield cuenta cómo un buen rastreo geográfico logró salvar miles de vidas en Londres en el Siglo 19 (hay un capítulo sobre aquella experiencia en la serie “Victoria”, de HBO). Una epidemia de cólera asolaba a la capital inglesa y un médico llamado John Snow encontró la raíz del problema y, por ende, la solución. Descubrió que la mayoría de las muertes se daba en viviendas cercanas a una bomba de agua de una esquina del Soho (algunos fallecidos frecuentaban un bar de la zona donde rebajaban con esa agua al gin y al whisky). Snow fue dibujando mapas de cada bomba de agua y los relacionaba con los muertos en las cercanías, hasta que concluyó que el foco central estaba en aquella esquina precisa (Cambridge Street y Broad Street). Clausuraron la canilla y el problema se acabó. Por supuesto que la República Argentina es más extensa que el Londres del Siglo 19, pero un buen trabajo de campo, metódico, con los medios tecnológicos actuales, sería un excelente instrumento para la toma de decisiones. Un autodenominado “gobierno de científicos” debería ser capaz de hacerlo.

**ÉRAMOS POCOS Y THE LANCET CUESTIONA A LA SPUTNIK.** Un punto de quiebre en la falta de confianza sobre la Sputnik V en la Argentina fue la publicación en The Lancet, en febrero, que afirmaba que presentaba una eficacia superior al 90%. Sin embargo, había algo que no cuadraba (y no cuadra todavía): la falta de aprobación de las autoridades sanitarias de Europa y de Estados Unidos. Esta semana el mismo The Lancet ha vuelto a hablar de la Sputnik, pero en términos opuestos a la primera publicación: “El acceso restringido a los datos dificulta la confianza en la investigación. El acceso a los datos que sustentan los hallazgos del estudio es imperativo para verificar y confirmar los hallazgos declarados. Es aún más grave si hay aparentes errores e inconsistencias numéricas en las estadísticas y los resultados presentados. Lamentablemente, esto parece ser lo que pasa en el caso del ensayo de fase 3 (Cont. en pág 10)



# VACUNACIÓN ANTIGRIPAL

Es gratis para los grupos  
de riesgo



Embarazadas



Niños, de 6  
a 24 meses



Madres  
hasta 10 días  
después del parto



Personal  
de la salud

## IMPORTANTE

La vacuna antigripal debe estar separada al menos 14 días de la vacuna contra el Covid-19.

Si estás aislado por tener Covid-19 o ser contacto estrecho de un caso confirmado, podés vacunarte cuando termines el aislamiento.

Acudí a tu  
**Tu centro  
de salud**

ESTA VACUNA **NO** PREVIENE EL CORONAVIRUS



MENDOZA  
GOBIERNO

(Viene de pág 8) de la Sputnik V". Si se me permite una predicción económica sobre el asunto, estimo que la demanda de viajes a Miami va a crecer y crecer.

**DATA DURA: INFLACIÓN.** Índice de Precios al Consumidor de los últimos 12 meses, según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (Indec). El período registra recesión económica, tarifas de servicios con autorizaciones de aumentos heterogéneos (e insuficientes, según la mayoría), programa oficial de Precios Cuidados, control de precios en comercios con militantes políticos, y dólar oficial "administrado".

Mayo: 1,5%  
Junio: 2,2%  
Julio: 1,9%  
Agosto: 2,7%  
Septiembre: 2,8%  
Octubre: 3,8%  
Noviembre: 3,2%  
Diciembre: 4,0%  
Enero: 4,0%  
Febrero: 3,6%  
Marzo: 4,8%  
Abril: 4,1%

**UN POCO DE AUTOBOMBO.** Mientras veo con envidia cómo en Estados Unidos están ofreciendo vacunas hasta en las playas, voy a citar una columna que yo mismo escribí el año pasado, el 23 de abril, cuando la pandemia todavía era una gran incógnita. La titulé "La solución a la pandemia estará en el capitalismo, guste o no guste", y ya que estoy en plan autobombo voy a recordar algunos conceptos: "Esta es una de las crisis más paradójicas de la historia, porque la solución está en el perfeccionamiento de lo que muchos critican: el propio capitalismo, es decir un sistema económico que permite la inversión de empresas e individuos que -oh descubrimiento- buscan ganar dinero (...) La otra paradoja es que las mayores críticas al capitalismo y al mayor de sus símbolos -los Estados Unidos de América- circulan a través de sus propias creaciones. Léase Google, Facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp... y sigue la lista. Y que la mayor empresa de ventas online (el recurso del momento) fue creada por el hijo de un cubano exiliado en los Estados Unidos (Jeff Bezos, Amazon). Hacerse el anticapitalista y antiyanqui por redes sociales es el mayor reconocimiento implícito de las bondades de ese sistema y de la vitalidad de su país más icónico (...) La solución a esta crisis llegará cuando alguno de los laboratorios farmacéuticos, que hoy está invirtiendo millones y millones de dólares, logre encontrar una vacuna contra el coronavirus. Detrás de ella iremos corriendo todos, incluyendo todos los anticapitalistas de este mundo". El [link](https://mendoza.puntoapunto.com.ar/la-solucion-a-la-pandemia-estara-en-el-capitalismo-guste-o-no-guste/) es el siguiente: <https://mendoza.puntoapunto.com.ar/la-solucion-a-la-pandemia-estara-en-el-capitalismo-guste-o-no-guste/>.

**FESTEJAR EL ÉXITO DE LOS DEMÁS.** (Reflexión de Mauro Colagreco, top chef argentino en el mundo, con aplicación múltiple en nuestro país). "En la Argentina hay

mucho recelo. Quizás estaría bueno que algunos chefs se dejen de mirar el oblijo y que cuando un restaurante, un chef o un proyecto resaltan sobre los demás, los apoyemos y no tratemos de tirarlos abajo. Es hora de festejar el trabajo de los demás. Si hay alguien que nos representa bien en el mundo, deberíamos festejarlo. En ese sentido, tenemos mucho que aprender. La cocina no es una competencia; es un oficio de amor y pasión. En mi caso, las cosas llegaron por eso. Se tiene que festejar el éxito de los otros".



**Y UN VINO, POR SUPUESTO.** Desde hace algunas cosechas, Terrazas de los Andes empezó a afinar su estilo. Los vinos se pusieron más filosos, con más tensión en el paladar, con buena fruta en la boca y menos golosos. Para ese cambio de estilo no sólo hubo razones de mercado, sino también la posibilidad de experimentar con la envidiable cantidad de terroirs que posee la bodega. El año pasado lanzaron la línea Grand, de donde salió el Grand Cabernet Sauvignon High Altitude Vineyards 2018, que es simplemente una delicia. Es sólo cuestión de probarlo para darse cuenta de que combina con muchas buenas comidas y de que valdrá la pena guardarse unas botellitas para los próximos años. Detrás de él está todo un equipo, que incluye a los winemakers Gonzalo Carrasco y Marcos Fernández, capaz de producir este pedazo de Cabernet Sauvignon, que ratifica que los vinos argentinos no tienen techo. El CS es el rey de los varietales, y con ejemplares como éste seguiremos desafiando al mundo con vinos de alta competitividad.



# PASÁ POR AutoMac

de cualquier manera

AutoMac



#MoveteComoQuieras



# PULENTA E S T A T E

[ WINEMAKERS SINCE 1912 ]

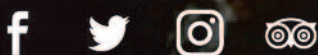
## PALMA CAROLA PULENTA ESTATE



METODO ROLL FERMENTOR



DISPONIBLE  
TIENDA  
ONLINE



WWW.PULENTAESTATE.COM

