



Cazadores del vino chileno

La industria del vino en Chile tiene una larga tradición que nos enorgullece y que forma parte de nuestra cultura, contribuyendo con más del 0,5% al Producto Interno Bruto y generando empleos directamente para más de 100 mil personas. Pese a la indiscutible excelencia de este producto, la industria vitivinícola en nuestro país enfrenta diversos desafíos de la geografía física, entre los cuales destacan los riesgos relacionados con los cambios climáticos abruptos y a las invasiones biológicas. También existen amenazas externas debido a que otras naciones han emprendido agresivas y eficientes campañas para posicionar sus vinos, haciendo que el mercado mundial sea cada vez más competitivo. Ante estos escenarios, una pareja de emprendedores se ha propuesto posicionar al vino chileno de autor entre los mejores del planeta y que también aquí, al interior de nuestras fronteras; se optimice toda su cadena productiva, haciendo que éste sea valorado como uno de los más apreciados productos de nuestra cultura.

Estas iniciativas parecieron de alto interés para el Grupo de Posibilismo de la Facultad Tecnológica de la USACH que propiciaron la presente entrevista a Valeria y Nicolás.

Si me permiten un poco de impertinencia ¿Me pueden contar cómo se conocieron?

- Valeria: Nos conocimos en el trabajo cuando éramos docentes en la universidad. Apenas conocí a Nicolás me enamoré de él.
- Nicolás: Desde el primer día supe que estaba con una mujer muy talentosa y trabajadora, con quien podía luchar por nuestros sueños.



Yo me enteré por ahí que ustedes son tres, donde el tercer participante es el vino.

-Valeria: Mi primer amor no fue Nicolás, fue el vino. Comencé a interesarme por este desde mi adolescencia, en un ambiente familiar. Aunque mis primeros estudios son de traducción, luego cursé formalmente estudios sobre vinos.

-Nicolás: Yo me empecé a vincular con el vino a trastabillones y con el tiempo. Una vez que ya fuimos pareja, aprendí a beber el vino, contagiándome con el espíritu de Valeria y desarrollando mi olfato, percepción y gusto adquirido.

¿Recuerdan que gatilló formar una sociedad comercial?

-Valeria: Fue motivado por los más cercanos, pues a mí siempre me ha gustado recibir a los comensales con una buena botella de vino de autor, mientras que Nicolás tiene talento para cocinar. Fue una indicación de quienes disfrutaban de nuestras cenas clandestinas, con las cuales comenzamos el año 2019 para amigos y cercanos. Con el tiempo, la relación con las pequeñas viñas fue fortaleciéndose, hasta conformar un interesante portafolio. Desde ahí, vimos que formar una empresa era el paso que nos faltaba.

¿Cuáles son los principales desafíos para su negocio?

-Nicolás: Consolidarse en el Cono Sur como una empresa que acerca los vinos de autor a importantes mercados, aquellos que son exigentes, con cualidades distintivas. Nos mueve la idea de llevar a los clientes hasta donde el *retail* no puede hacerse llegar. Se trata, sobre todo, de dar atención a un público que hoy es mucho más exigente con el vino que lleva a sus copas.



¿Tienen algún proyecto estrella cuyo perfil lo puedan contar ahora?

-Nicolás: Hace poco recibimos el certificado de propiedad intelectual de un taller de activación organoléptica, orientado las personas que necesitan recuperar o potenciar los sentidos que se han perdido producto de su edad avanzada o de algún accidente. Estos cursos son una forma concreta de ayudar a abuelitos y/o personas con alguna necesidad especial. A través del vino, como elemento activador, vamos a generar estas instancias con un modelo educacional, ayudando a que la gente comience a rememorar, a despertar sus sentidos.

Vuestro emprendimiento, ¿cómo puede contribuir a la sociedad chilena y a su industria?

-Valeria: Lo que más nos mueve es el sello educativo. Queremos que el vino sea un propósito de unión, pasión y orgullo desde un enfoque personal, hasta un enfoque cultural, que nos represente como marca Chile.

-Nicolás: Queremos empujar el carro hacia un consumo responsable gracias a que cada persona sea un mayor conocedor del vino.

-Valeria: Estamos haciendo justicia al llevar el mejor vino del mundo, que es chileno, al lugar que se merece.

-Nicolás: Fomentamos, además, un consumo informado porque mientras más se conoce el vino, se disfruta de una forma mucho más saludable.

¿Y de qué manera puede aportar la USACH como universidad estatal en vuestras iniciativas de alcances nacionales?

-Nicolás: A través de la investigación, a través de colaboración en procesos experimentales que es uno de nuestros sellos. También es posible recibir colaboraciones a través de la docencia, enviando alumnos en práctica para desarrollar sus investigaciones afines. Incluso a través de la extensión, brindando, por ejemplo, talleres abiertos para la comunidad.

-Valeria: Con instrumentos para evaluar, medir, comparar y concluir el ph, las reacciones y variables del vino en sus distintos procesos. También con la difusión de nuestro quehacer, puesto que nuestra intención es



fortalecer el sello educativo en torno al vino y su relación con los consumidores. Hay mucho en qué trabajar.

Considerando que el mercado chileno es, en múltiples aspectos, altamente competitivo, ¿qué los hace diferentes?, ¿cuál es vuestro valor agregado?

-Valeria: Queremos llevar el vino con toda su sana riqueza cultural a aquellas personas que por una u otra razón no han podido acceder a él. Nos mueve amplificar el alcance de estas viñas, que por ahora son pequeñas, y que reflejan lo mejor de nuestra tierra.

-Nicolás: Desde el primer momento, pensamos en "descentralizar" y "democratizar" nuestro vino, pues muchas veces las experiencias vinculadas a conocer en profundidad este producto de se generan en escenarios donde no todos pueden llegar. De alguna forma, podemos mediar entre los consumidores y los vinos de autoría.

Por último, ¿qué consejo les gustaría entregarles a los consumidores de vino en la toma de decisiones ?

-Nicolás: Es una muy buena pregunta, porque me permite mostrarte nuestro propósito con la empresa: les aconsejaría que pongan atención a las nuevas tendencias en el consumo de vino en el mundo. Esto apunta hacia lo natural y hacia el hecho de estar en sintonía con el medio ambiente. Hay una inmensa realidad por explorar que va mucho más allá de lo que pueda ofrecer cualquier supermercado. No lo digo por estar en contra de estas tiendas, sino por la sencilla razón de que a veces no nos detenemos a ver que hay mucho talento en las producciones que buscan caminos alternativos para su modelo de negocio.

-Valeria: Simplemente que nos acerquemos con confianza y educación a esta maravilla llamada vino chileno. No puede ser que tengamos el mejor vino del mundo y que nuestros consumidores desconozcan los valles, las cepas, las técnicas y los maridajes con que podemos armonizar. Nunca es tarde para comenzar, imaginando que estamos en el mejor lugar del mundo



para poder probar los más diversos vinos que te puedas imaginar. Recomendaría perder el miedo a experimentar y a creerse capaces de pararse de igual a igual con los vinos de otras latitudes. Es una tarea de largo aliento, con alcance para toda nuestra cultura, pero las nuevas generaciones están muy en sintonía con estas nuevas tendencias y sin los prejuicios de otras épocas.

