vinetur

Argentina innova en la digitalización del vino

Wines of Argentina pondrá en marcha las estrategias digitales ganadoras en el WOFA INNOVA, el primer programa de innovación abierto destinado a más de 200 bodegas argentinas.

lunes 31 de mayo de 2021

ESCRITO POR MARIANA GIL JUNCAL



Magdalena Pesce, CEO de Wines of Argentina

"La innovación es un camino tan largo que nos queda mucho por aprender y, al mismo tiempo, es pensar distinto para resolver un problema concreto y gestionar el resultado a través de metodologías que permitan efectividad y escalabilidad" sintetiza Magdalena Pesce, gerenta general de Wines of Argentina, la institución encargada de la promoción del vino argentino a nivel internacional, que recientemente dio a conocer a los ganadores de WOFA INNOVA, el primer programa de innovación abierta destinado a las más de 200 bodegas socias de la entidad. Esta acción propuso responder y resolver, a través de distintas categorías, la pregunta "¿cómo podemos reencantar al consumidor mundial de vinos de Argentina a través de la digitalización?".

En la categoría Digital Networking la idea ganadora fue Meet Malbec, de Pablo Tasso, export manager de Vinos de La Luz basado en Europa, que propone la generación de un lugar de encuentro para el Malbec, la variedad insignia de la Argentina. La idea de Tasso busca abordar una gran cuenta pendiente: canalizar las ganas de comunicar de los argentinos alrededor del mundo: desde ambassadors, pasando por expatriados hasta sommeliers y vendedores. A eso, su idea busca sumarle contenido generado por todos los consumidores. Así la plataforma creará una comunidad o tribu entre quienes disfrutan del vino y los embajadores, promoviendo los puntos de venta y el consumo. El objetivo es que sea una herramienta bien planteada desde su inicio y que luego sea principalmente mantenida y alimentada por los usuarios.

En la categoría Branding No Tradicional la idea ganadora fue Women of Argentina, de Martín Pérez Cambet, Commercial Director de Dartley Family Wines que se centra en la creación de una campaña de concientización sobre la importancia y el liderazgo de la mujer en el sector vitivinícola, apropiándose de este concepto para visibilizar su rol diferencial y contribución destacada en cada ámbito del #VinoArgentino.



Martín Pérez Cambet

Porque literalmente en todos los aspectos del vino argentino hay una mujer importante y de absoluto liderazgo. Por eso, el proyecto de Pérez Cambet busca generar insights, comentarios y recomendaciones de las distintas mujeres que forman parte del día a día del vino.

"Mi idea busca demostrarle al mundo que en Argentina, más allá de todos nuestros problemas como país (desde los problemas económicos a los tremendos femicidios) la mujer es parte importante (o importantísima) en el mundo del vino" resume el director de Dartley Family Wines.

¿Por qué poner el foco en las mujeres? "Porque nunca toleré ni permití que los días de la madre o de la mujer fueran comunicados con vinos rosados o dulces. Prefiero que sean Malbecs con mucho cuerpo o algún Cabernet Franc o Sauvignon. Además, admiro profundamente a las mujeres y su capacidad de ser multitasking y, al mismo tiempo, poder diferenciar entre lo urgente y lo importante. Y por otro lado, los informes de consumo demuestran que las mujeres cada vez compran más vinos. ¡Y cada vez compran más vinos hechos por mujeres! Con todo esto ¡cómo no hacer hincapié en el mundo sobre la importancia de las mujeres argentinas en el vino argentino" explica el ganador.

¿Qué mujeres hoy son vitales para la industria? "WofA tiene UNA gerente general. Bodegas de Argentina tiene UNA presidente. Susana Balbo fue durante años la presidente de WofA. Paz Levinson es la mejor Sommelier de Argentina. Laura Catena es la principal "celebridad" del vino argentino en el mundo. Marina Gayan es la ÚNICA Master of Wine que tiene Argentina... Y así la lista podría seguir porque hay decenas de enólogas, sommeliers y periodistas que influyen día a día en el mundo del vino" enumera Pérez Cambet, quien agrega: "No creo que exista otro país con tanta preponderancia de la mujer. Es algo absolutamente positivo de Argentina. Por eso debemos destacarlo".

Más allá de las nuevas ideas ganadoras, la innovación para Pérez Cambet es un continuo arriesgar, apostar y desafiar. Tanto que Dartley Family Wines fue pionera en USA en vender Malbec en lata y en KEGS para ser "tirado" en barras. "Hace 10 años casi todas nuestras botellas pesaban casi un kilo y en algunas líneas usábamos corchos sintéticos. Hoy la mayoría de nuestras botellas pesan menos de 500 gramos y todos nuestros corchos son Diam. Además, en los últimos meses conseguimos importantes certificaciones como BPM, sustentable, veganos y ya estamos trabajando para ser certificados orgánicos para 2024. El tema ya no es hacer vinos, sino cómo hacerlos y para quién" sintetiza el ganador de la categoría Branding No Tradicional.

Por último, en la categoría activación de canales la idea ganadora fue "Plataforma de venta de futuros de vino mediante tokenización de cosechas" de José Lovaglio, de Susana Balbo Wines que procura utilizar tecnología blockchain para generar una plataforma donde todos los productores se registren para emitir sus monedas virtuales

y venderlas en un mercado online.



José Lovaglio

"La emisión de moneda se realizará el día de la cosecha, cuando se saben los kilos obtenidos de cada viñedo en particular (y las botellas a producir según el rendimiento histórico de la bodega donde se produce). Y cada moneda equivaldrá a una botella de vino redimible en el futuro a decidir según los tiempos de proceso de ese vino en particular. Además, las monedas se podrán intercambiar en un crypto exchange global (Binance, Ripio u otro), un exchange local (SatoshiTango, Crypto Mkt) o se podrá desarrollar un exchange propio (The WofA exchange)" cuenta la descripción del proyecto ganador.

Algunos de los beneficios de la puesta en marcha de esta innovadora idea es, según su autor, que si se logra popularidad en el sistema, todos los productores tendrán acceso a financiar la producción de sus vinos más exclusivos vendiendo a futuro y algunos evitarán quedar excluidos al acceso a financiación por su tamaño como sucede con los bancos tradicionales. Además, subraya que se generaría una forma mucho más dinámica de comprar y vender vinos digitalmente sin tener que mover botellas, sacándolas de la bodega sólo para ser consumidas, centralizando y optimizando los costos de guardado. Y en el caso de tokenizar vinos preparados para la guarda, la

posesión del activo digital podría actuar como reserva de valor a futuro para pequeños inversores; o, también, se podría desarrollar una 'cava digital' que muestre los tokens de vinos que el usuario posee.

"Es una idea que puede generar oportunidades para la industria, que me motivó el tratar de hacer algo diferente para lograr salir más fortalecidos de esta pandemia" cuenta Lovaglio quien subraya también que la innovación en Susana Balbo Wines (bodega fundada por su madre) la entienden como toda acción en producto o procesos dentro de lo que hacen que añada más valor comparado a lo ya establecido.

A partir de ahora, comienza la última etapa en la cual se crearán equipos de trabajo integrados por los ganadores y otros profesionales expertos en cada categoría con el objetivo de perfilar las ideas y definir los lineamientos de su implementación.

"Las propuestas ganadoras se encuentran en una instancia de perfilamiento y escalada. Y posteriormente trabajaremos en darles forma, dotarlas de contenido, asignarles un presupuesto y generar el MPV (mínimo producto viable) con el objetivo de testearlas e implementarlas rápidamente. Si funcionan, continuaremos escalando para dotarlas de más recursos, corregir lo que pueda haber fallado inicialmente y aplicarlas en más mercados y canales" detalla la gerenta general de WofA, quien agrega que "este desafío se enmarca dentro del nuevo Plan de Negocios de WofA cuyo objetivo es potenciar la marca #vinoargentino en los ecosistemas digitales. Así en las próximas 3 semanas queremos tener las ideas perfiladas para comenzar con la aplicación de los prototipos en el segundo semestre. Como diría nuestra mentora, Nata Solar: Innovar es ahora".