vinetur

Aurelio Montes: “El que no sea sustentable en el futuro no va a tener mercado”

miércoles 16 de noviembre de 2022

ESCRITO POR MARIANA GIL JUNCAL



Conversamos con Aurelio Montes, fundador Montes Wines y de Kaiken Wines para que nos cuente los secretos del éxito de una de las viñas más emblemáticas de Chile y todas las vicisitudes que tiene que hacer para celebrar los primeros 20 años del proyecto argentino.

¿Cómo observa actualmente el mercado de vino a ambos lados de la Cordillera de los Andes?

El mercado del vino no es fácil en ningún lado, porque está un poquito saturado. Entonces es difícil crecer pero hay que encantar al consumidor con cosas nuevas, como estilos, novedades o terroirs. Porque para eso sí hay un espacio, porque la gente joven es más atrevida que los consumidores más tradicionales. Por eso hay un segmento que tenemos que conquistar y es la gente joven. Pero conquistarlos con cosas diversas, como las cosas que no tomaron sus padres o abuelos. Así que hay una posibilidad de crecer, aunque los números no sean gigantes. Y sobre todo hay que asegurar la calidad para que la gente joven premiumice su preferencia y se atreva a elegir vinos de mayor valor. Ese es el objetivo que tenemos que seguir, buscar la calidad y un precio justo.

En Argentina la edad promedio de los consumidores empezó a bajar ¿eso cómo se observa en Chile actualmente?

En Chile tenemos un dicho dice que la gente joven cuando sale de la universidad recién empieza a consumir vino cuando tiene que convidar a su jefe a comer a su casa (risas), porque antes prefiere el pisco en Chile o el fernet en Argentina. Y el vino aparece cuando los jóvenes entran a un mundo más serio y profesional. Ahí se dan cuenta que el vino está en otro nivel y no pueden estar fuera de ese mundo.

¿Cómo se comportan ambas bodegas en los mercados, tanto interno como externo?

Tanto Montes en Chile como Kaikén en Argentina son bodegas netamente exportadoras, porque de alguna forma el hemisferio sur provee y el hemisferio norte compra, que es donde está la riqueza. Entonces pretender hacer un negocio brillante con tu propio mercado local creo que no tiene mucho destino. En el caso de Montes hoy día exportamos el 95% de nuestra producción y el 5% queda en los lugares que nos gusta estar en Chile. En Argentina el mercado local es un poquito más fuerte, es un 90%/10% la proporción. Yo no veo un futuro muy exitoso para una empresa que se dedique solo al mercado local porque es afuera donde está todo. De hecho tengo una

anécdota de Montes de cuando empezamos y éramos cuatro soñadores que no teníamos idea de nada (risas). Y la gente nos decía "tu vino es de una viñita chica así que vamos a probarlo más adelante". Y salimos al exterior, empezamos a ser exitosos y premiados y ahí nos empezaron a decir: "sabes que me gustaría probar tu vino". Porque fuimos exitosos en el exterior terminamos siendo aceptados dentro de Chile.

¿Cuáles son los desafíos más grandes de liderar dos bodegas tan cercanas geográficamente hablando pero inmersas en mercados y situaciones coyunturales totalmente distintas?

Chile es bastante predecible. Ahora hemos tenido algunos movimientos políticos, con la llegada de un presidente muy joven y más radical, pero nuestro sistema financiero es estable. Estando en plena crisis vamos a llegar a una inflación del 12% anual y en Argentina está cerca del 90%. En Argentina tienes que ser un mago (risas) porque hay muchas trabas para trabajar. Por eso hemos tenido que pagar muy caro el expertise, el aprender y hemos tenido que adaptarnos. El sistema funciona pero requiere un aprendizaje mucho más profundo que en un país que tiene un andar estable y ordenado. Pero lo que tiene Argentina es que igualmente es una maravilla porque tiene su gente que es maravillosa, paisajes que son fantásticos y la ciudad de Buenos Aires está al nivel de Madrid o de París. Argentina tiene muchos aspectos tremendamente positivos, pero le falta un poco de ordenamiento y formalidad.

Ustedes hablaban de sustentabilidad antes de que la sustentabilidad se imponga en las agendas, ¿actualmente como trabajan día a día en ambas bodegas para que sus vinos sean cada vez más sostenibles?

La sustentabilidad es un pilar estratégico tanto de Viña Montes como de Kaikén, pero lo malo de la sustentabilidad es que cuesta mucho explicarla. Porque ser sustentable implica tener un pilar social, otro comprometido con el medio ambiente y por último existe un pilar de rentabilidad. Porque tu puedes ser orgánico y pagarle pésimo a tu gente y con atraso. O tu puedes ser biodinámico y echar el aceite del tractor al canal. Pero ser sustentable involucra todo. Es algo muy potente pero el discurso debe ser

simple. El que no sea sustentable en el futuro no va a tener mercado porque yo creo que todos los compradores nos van a exigir que seamos cada vez más sustentables, de hecho muchos países ya lo hacen hoy día.

También son impulsores de la agricultura regenerativa...

Porque eso es lo que se viene. Y es mucho más potente que lo orgánico y que lo sustentable. Porque la agricultura regenerativa ayuda al calentamiento global porque se centra básicamente en bajar los niveles de carbónico en el medio ambiente con una agricultura que vuelve al pasado porque la tecnología nos llevó un poco a matar los suelos, con tanto desarrollo en pesticidas, insecticidas y herbicidas. Entonces estábamos trabajando la agricultura de una forma super limpia en donde la viña se veía bien bonita pero nos dimos cuenta que el suelo ya no tenía vida, porque no había microorganismos, ni porosidad en el suelo. Con la agricultura regenerativa la idea es generar vida en las primeras capas de suelo y no destruir lo que nos rodea, sino conservarlo con inteligencia.



Y si nos metemos de lleno en el cambio climático ¿qué medidas están tomando en Mendoza y Chile para hacerle frente?

En Chile estamos investigando mucho, de hecho tenemos un proyecto en Chiloé que es un poco una locura. Probablemente me fui a un extremo al ir tan al sur pero ahí la lluvia es más generosa. Y yo creo que si el mundo cambia, yo quiero haberme asomado al infierno antes de irme por siempre (risas). En Argentina yo veo que el cambio climático es menos grave que en Chile, donde la sequía nos tiene muertos porque se está desertificando muy fuerte. En síntesis, estamos relativamente tranquilos pero muy atentos porque nunca podemos bajar la guardia. Yo no diría que es un momento de apocalipsis pero hay que estar muy atento.

¿De qué se trata el proyecto experimental en Chiloé?

Este proyecto nació siguiendo el afán loco que tenemos como parte de nuestro ADN de explorar donde históricamente y técnicamente nunca ha sido apto para plantar uva. Pero hoy día con el cambio climático, en el sur de Chile no llueve lo que llovía antes, por lo tanto ir hacia allá es adelantarse un poco a lo que va a venir. Y nuevamente nosotros queremos ser distintos y los primeros. Eso a nosotros nos ha dado mucho éxito y Chiloé es un lugar maravilloso porque es como estar en los fiordos europeos. Es un bosque de lluvia, donde todo es verde, lleno de flora y fauna. Lo que hicimos es casi una tesis universitaria porque tenemos dos hectáreas con siete variedades bastante tradicionales en Chile como Chardonnay, Sauvignon Blanc y Pinot Noir más un Albariño de la zona de Galicia, un Gewurztraminer de Alsacia, un Pinot Grigio de Italia y un Riesling de Alemania. Todas las variedades están separadas en lotes y vamos monitoreando las fechas de floración, de brote y producción. Así que estamos en una fase de aprendizaje. El clima tan extremo no nos hace la vida fácil, hay que trabajar mucho, pero eso está en nuestro ADN y nosotros realmente la pasamos muy bien.

¿Cómo vive los primeros 20 años de Kaikén en Argentina? ¿Cumplió sus expectativas iniciales?

Estamos muy contentos de todavía estar después de 20 años, porque realmente es todo un mérito. Yo diría que se cumplieron las expectativas de los inicios como fue formar un viñedo y una marca, y distribuirla por el mundo. Obviamente que Montes fue un buen pilar de ayuda con toda su red de distribución. Así que en el año 20 la primera etapa está cumplida con satisfacción y ahora viene la etapa de la diversidad, de pasar un peldaño o dos en términos de calidad y de la apreciación del consumidor. Queremos que el consumidor nos considere como una viña más de elite, por eso estamos generando una pequeña revolución de marketing y tecnología que se inicia en esta segunda etapa. Esperamos que al cabo de otros 20 años ya estemos jugando en las grandes viñas y seamos una viña muy respetada como lo es Montes en Chile.

Su vino ícono el Mai está elaborado con Malbec ¿cómo considera que está hoy posicionada la Argentina en elaboración de vinos de guarda?

Chile por sus condiciones climáticas tiene un gran potencial para elaborar vinos de guarda, porque es más frío y tenemos la influencia marítima. Entonces los vinos son un poquito más ácidos y tienen todas condiciones para resistir mejor una guarda. Argentina tiene probablemente un poco menos de todo eso pero con tecnología y con la forma de hacer los vinos hoy cuando destapamos un Mai de trece años quedó claro que el vino todavía está vivo y puede esperar uno o dos años más. Estamos descubriendo un potencial muy atractivo en los vinos argentinos. Por eso nosotros tambíen estamos trabajando mucho en la altura y al irnos a unos 1300 msnm estamos descubriendo vinos de mayor capacidad de guarda porque tienen mejor acidez y condiciones fenólicas que en las zonas más bajas. Por eso estoy pensando seriamente en agregar al Mai un 5/10% de algún vino de la zona alta para darle diversidad a la mezcla y que eventualmente sea un soporte para una guarda un poquito mayor.

¿Qué desafíos se vienen para el 2023?

Todos los pronósticos parecen indicar que el mundo económico mundial va a enfrentar una recesión porque los países más desarrollados están teniendo inflaciones del orden del 10%. Creo que se nos viene un año de reacomodo después de la pandemia. Todo fue un desastre porque las arcas fiscales se vaciaron para ayudar a la gente que no podía vivir entonces ahora hay que rearmar lo que éramos antes y creo que el 2023 será una etapa importante para rearmarnos. Por lo tanto no va a ser fácil producir ni vender, ya que la logística también está complicada. El viento nos sopla en contra pero yo espero que esto no sea más allá que el 2023. Es la gran esperanza que tengo, pero creo que con un manejo austero de todos los gobiernos del mundo en un año podríamos recuperar los niveles aproximados de lo que éramos antes de la pandemia.

Y para terminar ¿Qué significa el vino para usted?

Es mi vida. Y mirá que lo descubrí tarde cuando estaba en la universidad estudiando agronomía, porque en mi casa no había gran tradición. Y ahí descubrí un mundo fascinante, misterioso, elegante, apetecido y diverso. Un mundo en el que todavía que se puede explorar. Y te confieso que si me quitas el vino, me siento en una plaza a alimentar las palomas y en dos semanas me muero.

Aprovechando que no le vamos a quitar el vino y que tenemos una copa llena de vino, ¿por qué motivo brindamos?

Por las mujeres de mi vida: mi madre, mi mujer, mis hijas y mis nietas. De hecho, hace un mes acabo de hacer el lanzamiento de un vino que se llama Muse, en un homenaje a todas ellas.