vinetur

“Una de las grandes fortalezas de la mujer en el mundo del vino es su capacidad de combinar visión con sensibilidad”

Alejandra Bidaseca, creadora del programa de liderazgo de mujeres en el mundo del vino

miércoles 4 de marzo de 2026

ESCRITO POR MARIANA GIL JUNCAL



Alejandra Bidaseca, CEO de Winexperts, lanzó por segundo año consecutivo el Programa de Liderazgo de Mujeres en el Mundo del Vino, una iniciativa que busca empoderar a mujeres interesadas en insertarse y desarrollarse en la industria vitivinícola, con el madrinazgo de Susana Balbo, pionera y referente de la industria.

A lo largo de su carrera Bidaseca se destacó por su capacidad de innovación, fusionando la tradición de la industria del vino con tecnologías de vanguardia, como la IA. A través de su plataforma Winexperts de Argentina, cró un concepto único que no solo enseña sobre la sommellerie, el enoturismo y la elaboración del vino, sino que su enfoque de negocio permite a las estudiantes aprender a emprender en el sector o insertarse en él con nuevas habilidades, preparándolas para el futuro del vino.

¿Cómo surgió la idea del Programa de Liderazgo de Mujeres en el Mundo del Vino?

El Programa de Liderazgo de Mujeres en el Mundo del Vino surge porque hay muchas alumnas que se postulan a las pasantías en bodegas que ofrecemos en la escuela y ellas nos comentaron acerca de las dificultades que encontraban para insertarse laboralmente en la industria vitivinícola. Es por eso que decidimos investigar y en base a la información recolectada, armamos un programa integral que abarca varias temáticas importantes en el mundo del vino. Por eso diseñamos un programa de 4 meses que integra viticultura, cata sensorial, comercio exterior, marketing estratégico, marca personal y liderazgo con base técnica y visión de negocio.

¿Cuáles son los objetivos principales del programa?

Formar mujeres capaces de liderar en la industria vitivinícola con una mirada completa del sector. Ya que el programa trabaja el conocimiento técnico del vino (elaboración, terroir, geografía argentina y análisis sensorial), liderazgo y gestión de equipos; internacionalización y exportación; y posicionamiento de marca personal y marketing digital. La idea es que las participantes puedan gestionar su carrera o empresa con herramientas estratégicas y visión global.

¿Cómo fueron los resultados del primer programa?

Muy positivos. Las participantes fortalecieron su seguridad profesional, algunas alumnas consolidaron su rol en la industria y otras lanzaron proyectos propios vinculados al mundo del vino. El impacto más fuerte fue el cambio en el posicionamiento profesional de cada una de ellas: con más criterio, más claridad y más liderazgo. También el rol de Susana es fundamental en esta dinámica porque ella les brinda a las alumnas un aporte muy valioso desde su expertise y trayectoria.

¿Qué perfiles se sumaron?

Mujeres que trabajan en bodegas, sommeliers, emprendedoras y también mujeres que buscaban reconvertirse e ingresar al sector.

¿Por qué un programa exclusivo para mujeres?

Porque aún existen desafíos para que más mujeres accedan y se desarrollen profesionalmente en distintos espacios de la industria. Generar un espacio exclusivo permite trabajar liderazgo, toma de decisiones y construcción de marca personal en un entorno de confianza.

¿Cuál es la mayor fortaleza de ser mujer en la industria del vino?

Desde mi mirada, una de las grandes fortalezas de la mujer en el mundo del vino es su capacidad de combinar visión con sensibilidad. Hoy el vino no es solo producto: es historia, experiencia, identidad y conexión con quien lo consume. Poder mirar todo eso al mismo tiempo —marca, mercado y emoción— es una forma de liderazgo muy valiosa. Y en una industria cada vez más competitiva, esa mirada integral marca la diferencia.



¿Cuáles son los mayores desafíos?

Yo veo que, de a poco, el rol de la mujer está ganando cada vez más presencia y exposición en el mundo del vino. Hoy vemos mujeres liderando bodegas, áreas comerciales, hospitalidad, exportaciones y proyectos propios con una visibilidad que hace algunos años era mucho menor.

El desafío ahora es sostener ese avance. Mantener lo que se ha logrado, seguir abriendo espacios y consolidar un camino de inclusión real y duradera. No se trata solo de crecimiento momentáneo, sino de construir una industria donde la participación femenina sea algo natural en todos los niveles.

¿Cómo observa el rol de la mujer en el vino actual?

Hoy veo a la mujer en un rol muy activo dentro del mundo del vino. Su participación es cada vez más visible y sólida en distintos niveles de la industria. Ya no hablamos solo de presencia, sino de protagonismo: mujeres liderando bodegas, haciendo vinos, dirigiendo áreas comerciales, desarrollando proyectos, gestionando exportaciones y creando sus propios emprendimientos. Hace algunos años esa exposición era menor; hoy es una realidad que se consolida paso a paso.

Si hablamos de mujeres que dejan huella, ¿a quienes considera mujeres inspiradoras de la industria? ¿Por qué?

Tendría muchísimas mujeres para nombrar, pero voy a destacar especialmente a aquellas con las que interactúo y conozco de cerca su aporte y compromiso con la industria. Referentes como Susana Balbo han marcado un antes y un después en la industria del vino, abriendo camino para que hoy más mujeres puedan liderar y ocupar espacios de decisión.

Este programa es, en parte, un reconocimiento a ese recorrido y a todas las mujeres que, con su trabajo y compromiso, siguen dejando huella en el sector. Admiro el trabajo de Carolina Fuller, quien tiene un gran recorrido en la industria del vino, experta en enoturismo y Hospitality Manager en Catena Zapata, por su mirada en la experiencia y hospitalidad.

También valoro el aporte de Hélène Parent, Dany Rolland y Véronique Laplane, mujeres que lideran bodegas en Francia y que aportan su experiencia en Argentina. Me parece maravilloso que mujeres de otros países traigan su visión y enriquezcan nuestro sector con una mirada internacional.

Y, por supuesto, referentes como Laura Catena, que marcó un antes y un después en la visibilidad a nivel mundial del liderazgo femenino.

Por otro lado, también me gustaría confirmar que en muchos casos "detrás de un hombre exitoso, es verdad que hay una gran mujer" (cambio un poco la típica frase) y en el mundo del vino eso también es cierto: hay muchísimas mujeres que aportan desde lugares que no siempre son tan visibles, pero que son fundamentales para que la industria siga creciendo.

Ahora si hablamos de tendencias ¿observa que las nuevas consumidoras prefieran algún estilo de vino?

Según estudios de Wine Intelligence y OIV, las mujeres representan cerca del 50% o más de los consumidores habituales de vino en mercados clave e influyen en más del 60-70% de las decisiones de compra en el hogar.

Las tendencias muestran un consumo más consciente y premium, donde se bebe menos pero se eligen vinos de mayor calidad. Al mismo tiempo, crece con fuerza el segmento de vinos low alcohol y sin alcohol, impulsado por hábitos de bienestar y moderación.