



El Club del Vino

Un negocio entre copas

Eduardo y Pedro son dos amigos empresarios que deciden empezar un negocio en el año 2014. Están en Olmué, región de Valparaíso, mientras disfrutan de unas copas de vino durante un asado dominical, cuando surge una idea bastante original: crear un club de amigos del vino para generar una comunidad en donde los amantes de esta bebida pudieran compartir gustos y experiencias, y donde cada socio pague una cuota para recibir una botella mensual. Gracias a la alegría del momento, acuerdan ponerla en práctica con bastante entusiasmo y con ganas de que se llegue a concretar. Sin embargo, estos amigos no saben cómo captar socios ni cómo tener suficiente poder de negociación con las viñas.

“Pensaron en formar un club en donde la comunidad de socios, pagando una cuota mensual, pudieran recibir todos los meses una botella de vino premium, acompañado de un documento explicativo sobre el origen, cualidades y usos adecuados.”

El club

Eduardo Jaramillo tiene 43 años y es un contador auditor muy disciplinado y ordenado. Por su parte, Pedro Rojas tiene 45, no tiene estudios profesionales y es menos estructurado, pero desde pequeño le han gustado los negocios y ha probado tener gran olfato para ello. Un domingo estos amigos compartían un asado y unas copas de vino, cuando surgió la idea de concretar un negocio que venían pensando desde hace meses: la creación de un Club del Vino.

Pensaron en formar un club en donde los socios, pagando una cuota mensual, recibieran todos los meses una botella de vino premium, acompañado de un documento explicativo sobre el origen, cualidades y usos adecuados. Además, para otorgar un sello diferenciador al club, cada cierto tiempo organizarían giras a las cavas de las viñas más importantes del país.

Se definió la misión del Club del Vino como “crear amistad conociendo el buen vino”, y el lema del club sería “el vino forma parte de nuestra cultura”.

La idea les pareció muy tentadora. No parecía requerir de mucho capital y el riesgo era poco, sólo habría que captar un buen número de socios. Junto con esto, requería de una buena negociación en las compras y montar un sistema de distribución adecuado, lo demás funcionaría por su cuenta.

El vino a nivel mundial

“Chile es el quinto mayor exportador mundial después de Italia, España, Francia y Australia con una participación del 8% del mercado. El año pasado las exportaciones totales de vino crecieron un 8,9% a \$1.690 millones de dólares, o cerca de 700 millones de litros, lo que constituye un récord para el vino chileno, según cifras de la asociación industrial Wines of Chile (vinos de Chile), la que representa a 96 viñas, incluidos los mayores exportadores del país.”¹

Si bien la exportación de vino aumentó, no lo hizo el consumo en el mercado interno. Según datos de ProChile², en el país se está bebiendo menos vino, cayendo el consumo per cápita de 15 a 13 litros en menos de cinco años. El mismo estudio indica que la razón principal de lo anterior se debe al aumento del consumo de cerveza. No obstante, una buena noticia para Eduardo y Pedro, es que las ventas de vinos premium en los últimos dos años van en aumento.

Según Wines of Chile (sitio web informativo donde se pueden encontrar las noticias más relevantes del mundo del vino), el plan estratégico de la industria vitivinícola para el 2020 apunta a incrementar las ventas locales a

\$840 millones de dólares y casi duplicar las exportaciones a 3 mil millones de dólares para fines de esta década, convirtiendo a Chile en el principal exportador de vino del planeta, por encima de su principal rival, Australia. Esta noticia fue celebrada por los socios, pensando en su proyecto de emprendimiento.

Es importante para el club del vino tejer una red de asociaciones. Parte fundamental de esas asociaciones deben ser los grandes productores de la industria del vino, donde podemos mencionar a Viña Concha y Toro, Santa Rita y San Pedro. Es conveniente precisar que, además de las grandes empresas, existen alrededor de 300 exportadores de vino en Chile, según estadísticas del año 2013, publicadas en la página web de Wines of Chile.

El panorama de la industria del vino es bastante alentador para los socios, pero se presenta una importante dificultad: ninguno de los dos emprendedores sabe cómo hacer una buena captación de socios ni cómo fortalecer su poder de negociación con las viñas, es por eso que se preguntan cómo solucionar estas cuestiones para hacer realidad el Club del Vino.

¹“La Industria Vitivinícola de Chile: Calidad Premium”, Revista BUSsiness Chile, <http://www.businesschile.cl/es/noticia/special-report/la-industria-vitivinicola-de-chile-calidad-premium>. Visto el 1 de abril de 2014.

²La Dirección de promoción de Exportaciones (ProChile) es un organismo dependiente de la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales del Ministerio de Relaciones Exteriores. Su misión consiste en contribuir al desarrollo económico de Chile a través de su promoción en el exterior, y de la internacionalización sostenible de sus empresas.