

Laura Catena: “No nos podemos tentar con producir vinos baratos y a granel”

La Directora de Bodega Catena Zapata asegura que Argentina tiene que seguir buscando colocar vinos de alta gama en el exterior. Cree que es necesario investigar viñedos y apuesta a un plazo de 100 años. Cuenta la experiencia del Catena Institute.

Por María Soledad Gonzalez sgonzalez@losandes.com.ar

Si la vitivinicultura argentina se constituyera en una monarquía, sin dudas ella sería parte de los “nobles” del vino de nuestro país. Laura Catena, hija del bodeguero Nicolás Catena, lleva uno de los apellidos más importantes de la geografía vitivinícola local.

En la actualidad, dirige los destinos de Catena Zapata y tiene una obsesión por lograr posicionar a Argentina como productora de vinos de alta gama. Afirma que hay que trabajar pensando en el largo plazo, es decir, en los próximos cien años.

-¿Qué análisis hace del ambiente de negocios que tiene que enfrentar hoy la vitivinicultura?

-La verdad es que en las exportaciones no estamos viendo el crecimiento de dos dígitos que tuvimos en los últimos años. Ahora sí estamos viendo ventas muy fuertes en los vinos caros, que van desde los U\$S 40 hasta U\$S 200 la botella en góndola.

-¿Esto genera un volumen interesante para el negocio?

-El volumen que podemos producir está limitado por el viñedo. De muchos vinos producimos 200 o 300 cajas porque vienen de un viñedo específico, de un lote particular.

Un château en Francia produce entre 20 mil y 30 mil cajas al año, y eso es un negocio interesante. Hay que tener en cuenta que se gana más con los vinos caros.

-La apuesta comercial es ir sólo por la alta gama...

-Esa ha sido nuestra propuesta desde el principio, ir a la alta gama. Si comparás lo que hacíamos en los '90 con lo que hacemos ahora, la estrategia no ha cambiado.

Básicamente siempre buscamos demostrar que Argentina puede producir vinos de la calidad que tienen los vinos del mundo. Esa ha sido siempre la propuesta de mi padre.

Argentina puede competir con el mejor vino del mundo. Y eso es lo que nos permitirá vender vinos de alta gama a alto precio en todo el mundo.



Si nosotros conseguimos convencer al mundo de que nuestros vinos tienen ese tipo de calidad podremos vender, no solo volumen sino al más alto precio, que es un buen negocio.

Si no podemos convencer al mundo de que nuestros vinos son tan buenos como los mejores del mundo, vamos a fracasar porque el vino argentino se convertirá en uno más, en un commodity.

Uno puede analizar lo que le ha pasado a Australia y lo sucedido en otras partes del mundo donde el vino se ha comoditizado y no pueden subir los precios. No tenemos que dejar que eso pase en Argentina.

-¿Ve una desaceleración de las ventas de malbec en el exterior?

-Para mí el malbec sigue súper fuerte en Estados Unidos. De hecho, datos de Nielsen sobre el crecimiento de malbec en diferentes segmentos de precios en Estados Unidos muestran que el malbec argentino en las últimas 52 semanas creció en la categoría de

U\$S 15 a U\$S 20 9,7%.

En tanto la categoría total malbec ha crecido 6,8% en dólares y 7% en volumen durante el mismo período.

-¿Cómo hay que hacer para retomar el crecimiento en los mercados externos?

-Para seguir creciendo, hay que seguir abriendo botellas de nuestros mejores vinos para darlos a conocer. Hay que viajar a los mercados y hacer degustaciones.

No hay que parar de hacerlo. Esto debe continuar, porque el trabajo recién empieza. Nosotros quizás nos autoengañamos con este gran suceso que ha tenido Argentina en los últimos tiempos, pero hoy tenemos que seguir con el mensaje de la calidad, porque la tenemos.

Yo siempre digo en la bodega que los planes no son a largo plazo, son para los próximos cien años. El futuro es que nosotros lleguemos a estar entre las mejores regiones del mundo, y eso no podemos dejar de hacerlo.

-Catena está experimentando con viñedos que podríamos llamar “zonas no tradicionales” como La Pampa y La Rioja, ¿qué futuro ven allí?

-Estamos plantando en muchas zonas del país. Pero el trabajo más importante lo estamos llevando adelante en el Catena Institute. Allí estamos investigando nuestro viñedo Adrianna, para convertirlo en el más importante del mundo.

Queremos conocer cada planta y el vino que puede dar cada planta a la perfección. Creemos que hoy vamos a encontrar respuestas si analizamos hacia adentro del viñedo.

El trabajo más importante que tenemos que hacer en Argentina es entender cada uno de nuestros viñedos, con una profundidad extrema, como el conocimiento que tienen algunos franceses en Borgoña o en Burdeos, después de haber trabajado el viñedo por 400 años.

Creo que todavía hay mucho por hacer en Mendoza, y por profundizar en el viñedo mendocino. Ahora estamos buscando otras zonas, porque queremos experimentar con otras variedades, otros sabores, y creemos que Argentina tiene muchas zonas interesantes.

En La Rioja nos interesó un lugar muy alto, en el que pensamos que se puede dar una calidad similar a la calidad alta de Mendoza, pero probablemente eso recién lo vamos a ver en 20 años. Hay que explorar otras zonas.

-¿Por qué deciden comprar más de mil hectáreas para producir vinos en la zona Este?

-Cuando mi bisabuelo, Nicola, se estableció en Mendoza, el lugar que eligió fue el Este. Somos una empresa familiar con varias bodegas, aunque el foco mío, y el de mi padre particularmente, es dedicarnos a la alta gama, también tenemos vinos de otras calidades.

El Este es una zona con un clima muy cálido pero muy constante, salvo por la piedra; creo que es una zona en donde se puede producir calidad con buen volumen.

Y nosotros lo podemos hacer; esto es algo que ayuda al desarrollo de la región. Creo que si logramos este objetivo, realmente se puede beneficiar a la zona.

Tenemos un gran amor por la zona Este, porque fue nuestro primer lugar; hay varios trabajos que estamos realizando allí. Creo que el

Este puede producir muy buena calidad de vinos, y lo vamos intentar.

-¿Cómo analiza las ventas en el mercado interno?

-Vemos que en el mercado interno el vino de precio medio no está fuerte y que hay caída en lo que es volumen. Pero el de alta gama anda muy bien.

Podríamos decir que el mercado doméstico está más o menos, yo veo más interesante el mercado de exportación. Pero la mitad de nuestro negocio es Argentina, por lo que es importante también para nosotros.

-¿La vitivinicultura argentina está en un punto de inflexión?

-La inflación y el cambio de costos constantes hace que los negocios sean más difíciles. Yo preferiría hoy estar enfocándome en cómo producir grandes vinos antes que pensar en negociar precios.

Además esto genera inestabilidad en la gente, no sabe si le va alcanzar el dinero. Realmente no es lo ideal. Si bien soy positiva sobre nuestra vitivinicultura, hoy entiendo que estamos en una encrucijada, porque podemos seguir adelante o estancarnos.

Los números generales de Argentina no van tan hacia arriba, y estamos en un momento crucial, al que ha llegado todo país que está de moda, en donde tenemos que salir a mostrar los vinos de alta gama, hay que hacer ese trabajo para poder venderlos, pero para eso hay que invertir.

-¿Considera que la industria está en condiciones de invertir?

-Creo que las tiene que encontrar. Las bodegas tienen que seguir reinvertiendo en proyectos de calidad. Los chilenos hacen un trabajo extraordinario, tienen gente en todo el mundo trabajando.

Argentina tiene una inversión menor, pero estamos compitiendo con gente muy buena en el exterior, por lo que tenemos que reinvertir en calidad, en el viñedo. No nos podemos tentar con producir vinos baratos y a granel.

Hay que seguir con el trabajo que se viene haciendo. Wines of Argentina es una organización que, bajo el mando de Alberto Arizu y ahora de Susana Balbo, se ha focalizado en la alta gama. Sería muy bueno que tuvieran más dinero para poder invertir en promoción en el mundo.

Perfil

Laura Catena combina dos pasiones en su vida: la medicina y el vino. Tiene 46 años y actualmente es directora de Catena Zapata. Con una gran herencia vitivinícola en sus espaldas, entró formalmente en el mundo del vino en 1999 cuando fundó la Bodega Luca, aunque un año antes ya había comenzado a trabajar como directora de investigación y desarrollo en Catena, compañía donde ocupó diferentes puestos comerciales, hasta convertirse en directora.

En tanto, en el ámbito de la medicina, en 1988 se diplomó en Biología en la Universidad de Harvard. Continuó sus estudios en la Universidad de Standford, donde se recibió de médica.

Se especializó en Emergentología y forma parte del staff permanente del California Pacific Medical Central de San Francisco en California, donde se especializa en emergencias pediátricas. Además es autora del libro: “Vino Argentino, An Insider’s Guide to the Wines and Wine Country of Argentina”, editado por Chronicle Books en 2010.