



WHAT'S GOING ON?/ENTREVISTAS

Juan Ignacio Mena, gerente Viña Tinajas

Excelencia y calidad con aroma a vanguardia

En 1997 decidió adquirir una viña antigua ubicada en el Fundo Villa Alegre, Región del Maule. Seis años después, trabajando con perfección y constancia, comenzaron sus primeras exportaciones las que hoy están presentes en 15 países.

TEXTO: CARLA FIGUEROA Q.

FOTOGRAFÍAS: ARCHIVO VIÑA TINAJAS.

Juan Ignacio Mena estudió Agronomía en la Pontificia Universidad Católica de Chile. Amante del turismo aventura, en 1995 se trasladó hasta la Patagonia para probar con su primer emprendimiento. Con el tiempo surgieron algunos inconvenientes familiares, por lo que decidió regresar a Santiago para aventurarse en un nuevo negocio, pero esta vez en un rubro que conocía bien. “Mi segundo apellido es Undurraga, así que por el lado de mi mamá siempre habíamos estado relacionados con el tema vino y decidimos jugárnosla en el área vitícola”. Luego de 20 años su proyecto se ha consolidado y hoy sus vinos están presentes en 15 países.

La historia comienza en el año 1997 cuando adquirieron una viña antigua en un fundo de Villa Alegre, en el corazón del Valle del Maule. En la actualidad el Valle ostenta la mitad de la producción del vino chileno. “Esta zona es muy interesante para la producción vitivinícola. Los vinos del Maule son suaves y amables, intensos en color y muy expresivos en fruta fresca, más que en mermelada y frutas maduras, características típicas de los vinos del norte”.

¿Cómo fue el inicio que dio vida a Viña Tinajas?

“La idea era poder hacer vinos de calidad, así que para este proyecto invitamos a nuestro querido profesor Edmundo Bordeu, Ph.D. de la Pontificia Universidad Católica, quien nos ha acompañado en este desafiante proyecto hasta hoy. Nuestra intención siempre fue hacer una empresa con las personas del lugar; la mayoría de ellos con mucha experiencia vitícola desde siempre”. “Los orígenes de esta viña son muy antiguos. Aun tenemos parras de más de 100 años de edad, había vasijas y pipas que cambiamos por acero inoxidable e incorporamos tecnología de punta. Esta zona tradicionalmente ha sido una zona vitícola, lo que nosotros hicimos fue modernizar lo que había, pero conservando la base”.



¿Cómo nace Qiwila?

“Con este vino quisimos hacer un homenaje a las culturas originarias. La cultura Quechua habitaba la costa americana del Pacífico desde Colombia hasta el Valle del Maule, fueron colonizados dos veces; primero por los Incas y luego por los españoles. Qiwila –que en lengua quechua significa hombre-serpiente- simboliza al hombre sabio que transmite su sabiduría a las nuevas generaciones. En la actualidad, la mayoría de los quechuas viven en Perú con centro en el Cuzco pero ellos llegaban hasta el Maule”.



¿Cómo se gestó la necesidad de comenzar a exportar?

“En realidad todo partió al revés. Se supone que hay que vender primero y producir después, pero no lo pensamos así, y los acontecimientos nos fueron cambiando los planes. Inicialmente la idea era vender la uva y no meternos en el proceso completo. Como el campo era bastante grande y además empezó una crisis de sobre-stock en Chile (entre el año 2000 y el 2001) decidimos empezar a producir vino a granel. Ahí nos dimos cuenta que no teníamos compradores. Fue entonces cuando pensamos que era mejor salir a ofrecer nuestros vinos en botella directamente. El 2003 comenzamos a exportar, primero a Inglaterra luego a Alemania y hoy estamos presentes en 15 países”.

¿Qué tipo de certificaciones demandaba el mercado internacional para poder exportar?

“Inicialmente quisimos exportar a Alemania, país que es sumamente exigente. Nos pedían contar con la norma International Food Standard (IFS), que guarda relación con la inocuidad, legalidad y calidad alimentaria. Inicialmente, para nuestra empresa, fue muy difícil ajustarnos porque uno de los principios básicos era que teníamos que trabajar con gente local y la realidad es que en ese momento nuestros trabajadores contaban con pocas competencias. Tuvimos que realizar un programa muy intenso de capacitación y profesionalización del personal, lo que nos ha permitido hasta la fecha cumplir con exigentes estándares internacionales”.

La Viña Tinajas lleva casi dos años como proveedor para la cadena de supermercados minorista Aldi Australia. En Junio de 2015, en una entrevista con la página web Food&Beverage (<https://foodmag.com.au>), el director de compras Jason Bowyer anunciaba la llegada desde Chile de “Qiwila Maule Valley Merlot 2013”. Bowyer en esa oportunidad explicó enfatizando que aceptan en sus pasillos solamente vinos de alta calidad, los que son previamente testeados por sus consumidores. “Así es como descubrimos gemas escondidas” aseguró para el medio digital.

¿Cómo llegaron a venderle sus productos a Aldi?

“Este vino lo probaron los consumidores y salió premiado -el merlot específicamente- con 4 de cinco estrellas, lo que es muy bueno para el precio que tiene. La idea era presentar un vino del Valle del Maule, muy amable, suave, muy fresco en fruta, con un color interesante, intenso, que es el distintivo de esta zona”. “El procedimiento de Aldi consiste en que luego de probar la calidad reciben un lote de tus productos, los que están en vitrina por un tiempo, si la venta es un éxito, ellos nuevamente piden otro lote. Eso quiere decir que para ser proveedor de Aldi lo que vendes tiene que ser de calidad y tener aceptación constante por parte de los consumidores”.

Para concluir ¿Cómo definirías a Viña Tinajas en el ámbito organizacional?

“Estamos orgullosos de ser una empresa chilena que da trabajo a más de 60 familias. Las personas que trabajan aquí son exclusivamente de la zona y son el motor de la Viña. Tenemos una estructura muy liviana, hay pocos gerentes. Producimos vinos de calidad –con uva propia- competitivos, reconocidos afuera, novedosos e interesantes y técnicamente vamos a la vanguardia. Próximamente lanzaremos nuestro primer espumante y nuestros primeros vinos orgánicos. Hemos crecido y seguiremos creciendo. A la gente le está gustando lo que estamos haciendo y eso nos mueve”. [CASA](#)

