



GRUPO TRAFEN

“Coincidir y juntarse” fueron las claves de estos productores del Valle Medio de Río Negro para lograr un objetivo común: producir vinos de calidad



ESTE VINO TIENE SU
ORIGEN EN EL VALLE
MEDIO DEL RÍO NEGRO,
EL CUAL CONFORMA UN
ENCLAVE DENTRO DE LA
PATAGONIA ARGENTINA,
TIERRA DE INMENSIDAD
DESBORDANTE, BELLEZA
INDESCRIPCIÓN Y NATU-
RALEZA INDÓMITA.

ENCLAVE SUR

VALLE MEDIO
RÍO NEGRO
ARGENTINA

sigue»



Hace poco más de tres años, un grupo de productores de Choele Choel, Luis Beltrán y Darwin se unió con el objetivo de obtener vinos de calidad a partir de la uva de sus viñedos. Decidieron llamarse “Trafen”, que en lengua mapuche significa coincidir, juntarse.

Con el asesoramiento del enólogo Mario Lascano comenzaron a elaborar vinos de características artesanales, con un estricto control y una producción reducida, bajo la marca “Enclave Sur”.

No por casualidad eligieron ese nombre para su marca. *“Es que ‘enclave’ significa ‘territorio destacado dentro de otro mayor’, y fue una manera de homenajear al terruño que es el Valle Medio del Río Negro, lugar caracterizado por el cultivo de uvas dentro de la Patagonia Argentina”,* explican.

Trafen está integrado por siete miembros: Carlos Murray, Gerardo Costaguta, Santiago Fernández, Mario y Luis Filippi, Guillermo Maseberg y Antonio Toma, y cuenta con el apoyo técnico del enólogo Mario Lascano (Programa Cambio Rural del INTA) y del ingeniero agrónomo Mario Gallina (INTA Alto Valle) en aspectos de manejo del viñedo.

LOS INICIOS

Carlos Murray es algo así como el vocero natural del grupo. Hace dieciocho años se mudó del Gran Buenos Aires a Luis Beltrán junto a su esposa, para dedicarse a explotar una chacra. Locuaz y con mucha claridad al hablar, cuenta cómo empezó todo:

“Un día nos llamamos, nos reunimos y pensamos en hacer algo. Lo que nos juntó sin ser amigos, sólo conocidos, fue que casi todos producíamos uva y cada uno hacía vinos caseros por tradición familiar o por hobby. Por cuestiones técnicas, teníamos el problema de mucha variabilidad en la elaboración de un año a otro. Es que así tengas una excelente uva, podés hacer un mal vino”- explica. *“Entonces la idea fue: ¿y si en lugar de solo vender nuestra uva a bodegas grandes hacemos un producto en común y mejoramos nuestros vinos caseros?”*

Ya el experto en vitivinicultura Alcides Llorente les había insistido en que controlaran mejor la elaboración, y ellos se encargaron luego de viajar a Mendoza, para conocer y aprender de algunas experiencias. Ahora les faltaba dar el siguiente paso.

“Entonces le planteamos al INTA, a través del ingeniero Mario Gallina, nuestro interés y la necesidad de contar con el apoyo de un enólogo. Presentamos un proyecto en diciembre de 2007, y en marzo de 2008 ya estaba trabajando con nosotros el profesional que habíamos solicitado”.



sigue»

DESARROLLO

DE INMENSIDAD

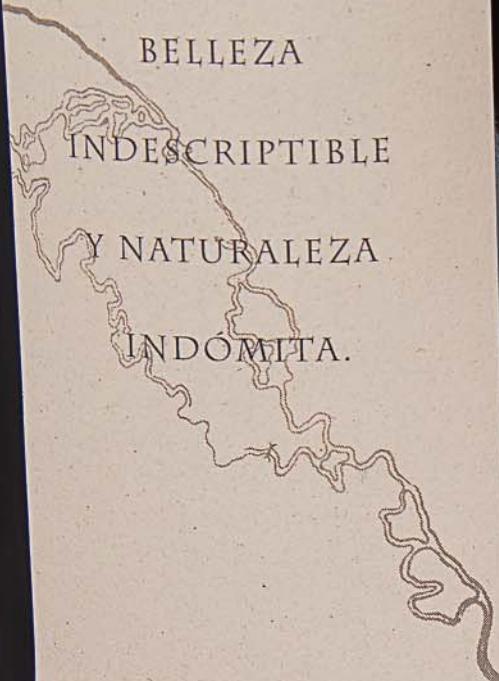
DESBORDANTE,

BELLEZA

INDESCRIPTIBLE

Y NATURALEZA

INDÓMITA.

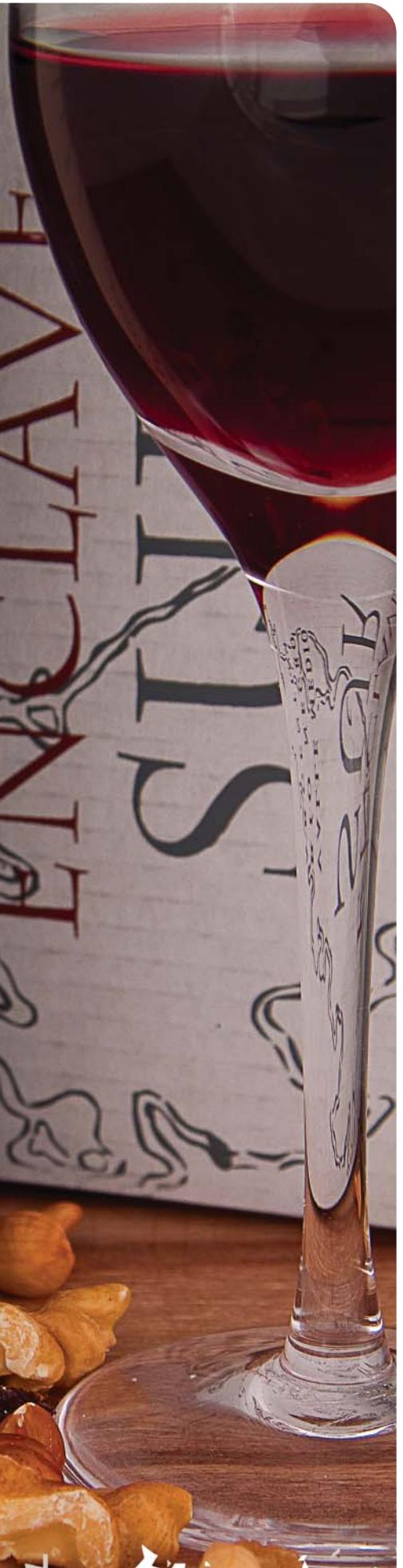


ENCLAVE SUR

*Elaborado con uvas
Cabernet Sauvignon*

2009

VALLE MEDIO
RÍO NEGRO
ARGENTINA





LA LLEGADA DEL ENÓLOGO

“En marzo de 2008 estaba yo viajando hacia Darwin, punto de reunión establecido. Para mí era todo nuevo, porque venía de Mendoza. Llegando al lugar divisé los vehículos del INTA, y mucha gente en la ruta esperándome... ¡todo un suceso!”, cuenta con hablar pausado y tranquilo Mario Lascano.

“Recorrimos los viñedos de los hermanos Filippi en esa localidad, luego fuimos a los de Luis Beltrán y al lugar donde sería la bodega... ahí apareció mi primera sorpresa cuando ví que había mucho para hacer. Tuve la duda de si tomar el grupo o no, y lo que me convenció a seguir fue la clase de personas con las que traté... por demás excelentes. El tiempo me dio la razón, ya que no solo gané una experiencia laboral más, sino grandes amigos”.

Una vez que las decisiones estuvieron tomadas y se cerraron todos los acuerdos, se habló del objetivo inmediato: lograr un vino de calidad. *“Las variedades a vinificar el primer año fueron Malbec y Merlot, para lo cual se realizó una selección de lo mejor de cada viñedo”.*

El grupo acondicionó una antigua cámara de frío como bodega y se fue capacitando con Mario en temas como control de temperatura, fermentación y mejoramiento de índices de cosecha, entre otros. En cuanto a cantidades, se eligieron las establecidas por el Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV) para productores de vinos caseros (4000 litros).



POCO, PERO BUENO

Mientras exhibe con orgullo los vinos de Enclave Sur, Carlos Murray asegura: *“Para nosotros hacer un buen producto es lo más importante. Por eso, desde el principio se discutió el volumen de producción y se acordó elaborar poco, pero bueno. Actualmente, tres de nosotros estamos inscriptos en el INV en la categoría vinos caseros”.*

Además, aclara que si bien el proyecto inicial tenía dos aristas, que eran mejorar los vinos de cada uno y elaborar uno en común, pasado el primer año se dedicaron de lleno a obtener un producto colectivo.

Respecto a sus expectativas en cuanto a volúmenes, *“en un futuro la posibilidad sería pasar a la categoría de bodega y elaborar hasta 100 mil litros, no más que eso. Ir creciendo despacito y tecnificarnos primero”*, explica. Es que hasta el momento, Trafen no ha obtenido ningún crédito, y todo lo recaudado ha sido reinvertido en nuevas elaboraciones. *“Cero créditos, sólo la ayuda del INTA, que de lo contrario no hubiéramos podido arrancar”.*

UN VINO, UN NOMBRE Y UNA ETIQUETA

“Después de varias capacitaciones, encaramos la primera cosecha, que fue mejor de lo que esperábamos”, relata Mario Lascano. *“Los vinos resultantes entusiasmaron al grupo, pero había que ponerle un nombre al producto. Esa fue otra parte muy divertida en el proceso”.*

La marca se eligió por votación y registrarla demoró seis meses.

sigue»



“Nosotros votamos para todo –cuenta Carlos Murray- para la etiqueta, la botella, etc. Al principio nuestras reuniones eran interminables, pero ahora son operativas. Cuando acordamos el nombre, pensamos que era algo sencillo y nos lo rechazaron; luego de vuelta lo mismo... hasta que, dentro de una lista de posibilidades ganó por unanimidad ‘Enclave Sur’”.

Una vez que el producto tuvo nombre, fue más fácil “vestirlo”. Para el arte de las etiquetas contrataron a una diseñadora oriunda de Valle Medio. La frase que puede leerse en éstas corresponde a Gerardo Costaguta, “el poeta del Grupo”, y dice, en mayúsculas: “Patagonia argentina: tierra de inmensidad desbordante, belleza indescriptible y naturaleza indómita”. También desarrollaron un *packaging* especial de presentación para las botellas.

“Lo bueno de todo esto –puntualiza Murray- es que si uno lo piensa ahora, ninguno de nosotros fue el padre de lo que terminamos, porque todo respondió a la votación del conjunto y pertenece al pensamiento del grupo”.

LA PRESENTACIÓN EN SOCIEDAD

Así describe Mario Lascano esa instancia: *“Ya teníamos todo: el vino, el nombre, la etiqueta, faltaba la presentación al público, el momento más importante de todo. Fue a fines de noviembre de 2008. Recuerdo que hacía un calor impresionante, había muchísima gente invitada y los nervios se sentían en el ambiente. Luego de mostrar fotos y videos del paso a paso del proceso, encabezé la degustación del vino, donde traté de cerrar con un trago todo el trabajo del año. Fue un éxito, la gente se retiró encantada, no solo del vino, sino del esfuerzo conjunto del grupo”.*

ENCLAVE SUR, HOY

En estos tres años de trabajo, el grupo logró crecer de distintas maneras:

“A nivel productivo” –manifiesta Mario Lascano- “la cosecha 2010 fue de 14 mil botellas (se triplicó la inicial) y con perspectivas de aumentar a futuro”. “La bodeguita adquirió tecnología como bombas, fraccionadora y filtros en acero inoxidable, laboratorio de análisis químicos y encapsuladoras”.

Con respecto a la comercialización, hasta el momento la demanda cubre o supera el volumen de la oferta de productos. Estos se venden principalmente en el Valle Medio, pero también pueden conseguirse en restaurantes y vinerías de la Costa y la Cordillera. En los últimos tiempos, a raíz de los premios obtenidos en concursos de vinos caseros (ver recuadro) se han acercado clientes del Alto Valle y de Viedma.

Vinos galardonados

El año pasado, el Sauvignon Blanc de Enclave Sur ganó una medalla dorada en el Concurso “Racimo de Oro Lavalle 2010”, en Mendoza. Asimismo, en la 11 Cata Nacional de Vino Artesanal 2010 de San Juan, en la que se presentaron en total 121 vinos, el Grupo se llevó dos medallas de oro: una por su Malbec 2009 y otra por su Cosecha Tardía del mismo año (elaborado con uvas Sauvignon Blanc).





Unos vinos muy hablados

La estrategia de marketing más fuerte de Enclave Sur es la difusión 'de boca en boca'. *“Se charla mucho antes con la comunidad; por eso siempre decimos que los nuestros son ‘vinos muy hablados’. Y, por supuesto, lo central es el cuidado de la calidad del producto, porque por mayor difusión que hagas, si no ofrezcas calidad, no funciona”* (Carlos Murray).

Club de amigos de Enclave Sur

Así se llama una especie de “Club del Vino” creado por el Grupo, que actualmente cuenta con más de setenta socios. Estos amantes del buen beber se reúnen periódicamente para degustar los productos de la marca, además de acompañar la ocasión con una cena, una charla técnica, un concierto o un taller literario. Dichos eventos son muy exitosos en la zona.

“Nosotros no tuvimos que salir a vender por ahora, ya que, por suerte, nos vienen a comprar”, sostiene Carlos Murray. *“La gente prueba nuestro vino, le gusta, aprueba también su filosofía, lo compra... y muchos se alegran de que haya un producto elaborado en la zona que puedan regalar. Eso es justamente lo que buscamos, que se lo asocie con el lugar de origen”*.

Otro de los objetivos del Grupo, aunque ya más a largo plazo, es *“lograr la identificación de una variedad que se convierta en emblemática para la zona. Por ejemplo, ‘el Malbec de Valle Medio’. Encontrarla va a llevar por lo menos diez años”*- asegura Murray.

Como síntesis de los avances y desafíos de esta experiencia, Mario Lascano afirma: *“Enclave Sur se ha convertido en el vino más reconocido del Valle Medio, y el pequeño proyecto que empezó lleno de miedos y dudas está siendo analizado para saltar a bodega. Ese será otro reto aún más importante. También hay que destacar el gran impacto cultural que se ha logrado en la zona, con la creación de un Club propio de Amigos”* (ver recuadro). *“Por mi parte, me siento muy contento con el éxito del grupo, no solo por orgullo personal, sino porque ellos se lo merecen”*.

Muchos planes quedan aún por delante, y de sólo pensar en ellos surge el análisis de los puntos a favor y en contra para concretarlos.

“Para nosotros, éste es un desafío interesante porque tiene futuro, tiene mercado, pero a la vez se necesita financiamiento para ir mejorando... Todos se admiran de lo que hicimos porque a muchos les cuesta llegar”, dice Carlos Murray, a la vez que concluye: *“Nosotros pudimos porque estamos unidos y, como ésta no es nuestra actividad principal, reinvertimos todo. Aquí la consolidación del grupo fue central, y no se hubiera llegado a este logro si no hubiera sido juntos”*. ✨

