CROWDFARMING.WINE
COLECCIÓN E-BOOKS

2026 · E-BOOK N.º 01

LAS 7 CLAVES

y características que comparten
todos los emprendedores que llevaron
su marca de vino de autor al éxito
y la hicieron perdurar en el tiempo

Todo lo que tenés que saber antes de crear tu propia marca de vino

FRANCISCO EVANGELISTA
CROWDFARMING.WINE

Edición completa · CrowdFarming.Wine

Las 7 claves

y características que comparten todos los emprendedores que llevaron su marca de vino de autor al éxito y la hicieron perdurar en el tiempo

Todo lo que tenés que saber antes de crear tu propia marca de vino.

Francisco Evangelista • CrowdFarming.Wine • Edición completa

El camino, clave por clave

Índice

Introducción | *Antes de empezar*.....**2**

Capítulo 1 | *Reconocer el privilegio de crear*.....**8**

Capítulo 2 | *Aceptar que el vino tiene alma propia*.....**19**

Capítulo 3 | Construir tu identidad, el cimiento de tu proyecto **28**

Capítulo 4 | *Sostener la constancia, el ritmo que te hace conocido* **40**

Capítulo 5 | *Cultivar tu comunidad*.....**50**

Capítulo 6 | *Defender la calidad, el sostén de todo*.....**61**

Capítulo 7 | *Rodearte de un equipo que comparta tu visión*.....**70**

Sobre Cowdfarming.wine | **84**

INTRODUCCIÓN /

Antes de empezar.

Este libro reúne una serie de conclusiones muy poderosas, estructuradas en **7 claves** para facilitar la lectura y la comprensión. Nacen como consecuencia de combinar, por un lado, la experiencia empírica de ser creadores, de haber enfrentado desafíos y cometido errores con diferentes grados de dolor, pero todos capitalizados en aprendizaje concreto, y por otro lado, una base teórica fuerte, que construimos a partir de las enseñanzas de grandes maestros de la historia de los negocios y de disciplinas variadas.

Son muchos años de haber sido espectador y ver marcas que crecen, marcas que desaparecen, marcas que aparecen violentamente, crecen vertiginosamente y, al poco tiempo, ya no existen más, y marcas que nacieron siglos atrás y aún siguen creciendo de manera sólida. Son reflexiones empíricas de ese conjunto de experiencias, sumado a lo que vivimos día a día acompañando a emprendedores con sus marcas.

Juntas, la experiencia y la teoría arman un compendio valiosísimo que conviene tener muy claro antes de encarar esta experiencia de crear tu propia marca de vino de autor, para que puedas definir el proceso o la experiencia como "exitosa", según lo que el éxito signifique para vos.

La experiencia empírica nació y se fogueó en la observación y el acompañamiento en primera persona. Durante años, acompañando a más de 120 marcas, con el equipo fuimos registrando qué tenían en común las

personas detrás de las marcas que sobresalían, funcionaban y perduraban en el tiempo, y qué características tenían esos proyectos cuyo recorrido fue un poco más lento.

El perfil es muy variado. Recorrimos el camino con apasionados por un legado familiar, personas que homenajeaban a algún familiar o a su mascota, que honraban su pasado, su apellido y su historia, o que simplemente celebraban la vida. Otros tocaban aspectos espirituales, científicos, etc. Hay literalmente de todos los perfiles. Hablo de gente apasionada por el mundo del vino, y entre ellos encontramos emprendedores, artistas, empresas, dueños de restaurantes, médicos, académicos, abuelos, nietos, padres, madres, hijos, todos muy distintos entre sí, con una necesidad de expresar "algo" o de contarle algo al mundo, que encontraron en el vino el vehículo para hacerlo.

Los vinos fueron creados para que cada uno tenga su propia identidad y refleje de alguna manera el mensaje o la visión detrás del proyecto. Son proyectos que encuentran en los diferentes terroirs, variedades, estilos de vinificación y en el arte visual la característica que los diferencia. Con toda esta variabilidad en juego, aun así, una y otra vez aparecían patrones o factores comunes en su forma de pensar, de encarar la experiencia, de decidir y de actuar, que fueron determinantes para que consideren un "éxito" su paso por esta experiencia.

Al principio, todos esos patrones los agrupamos en 11 o 12 características. Vimos que eran muchas y que algunas se pisaban en algún punto con otras. No fue tan sencillo. Fuimos y volvimos una y otra vez sobre cada proyecto, y cruzábamos lo que veíamos en cada uno con nuestros propios puntos de vista.

En el análisis estábamos cinco personas en una mesa, cada una desde la visión de su área. Esto hizo que estas claves tengan también el sustento de la experiencia del líder de cada eslabón de la cadena productiva, desde su propio oficio. En ese proceso descubrimos que varias características que proponíamos se repetían conceptualmente, que algunas eran distintas caras de una misma idea y que otras se apoyaban unas en otras.

Así, de a poco, fuimos madurando cada clave y dándole forma hasta llegar a 7 claves definitivas, todas importantes para la estabilidad del conjunto. Seis claves no eran suficientes, porque cada una le da sostén a las demás. Juntas describen una forma de pensar, de decidir y de actuar que esos emprendedores fueron construyendo en el camino.

Por eso te propongo una pregunta que va a acompañar todo el libro, en quién te tenés que transformar para que tu experiencia, cualquiera sea, la vivas como un "éxito". Veo gente muy molesta porque solo vende 50.000 botellas por año, y gente que se emociona hasta las lágrimas al ver que el diseño de su etiqueta quedó tal

como lo soñó, o mejor, o que festeja cada vez que se vende una botella de su proyecto, aunque se venda una por mes.

Entonces, la definición de éxito es solo tuya. En las páginas que siguen vas a poder descubrir cuál es ese concepto para los emprendedores que crearon marcas que perduran en el tiempo, y a partir de ahí encontrar el tuyo.

Vas a ver que algunas claves suceden adentro tuyo, en el significado que este proyecto tiene para vos, en tu forma de mirarlo, de vivirlo y de creer en él. Reconocer el privilegio de crear, aceptar que el vino tiene alma propia y construir tu identidad son parte de ese trabajo interno. Si decidiste hacerlo, hay que animarse y brindarse de lleno a esta experiencia.

Otras suceden afuera, en el mercado y en la relación con tu gente, como la constancia, la comunidad, la calidad y el equipo que te acompaña. Me animaría a decir que una es la causa de la siguiente. Están unidas, y se van dando de forma natural.

Todas estas claves se pueden aprender, y todas se pueden incorporar. Solo hay que entender que se refuerzan entre sí. Cuando una clave se afirma, las demás empiezan a acomodarse a su alrededor.

Estas siete claves, bien aplicadas, te van a ayudar a construir tu propuesta única de valor (UVP, Unique Value Proposition). Ya todos sabemos que el mundo del vino es complejo y el mercado es muy competitivo, con marcas consolidadas desde hace generaciones y miles de etiquetas de grandes bodegas que pelean ferozmente, con rebajas, por un lugar en las góndolas. Una marca de autor encuentra su lugar cuando las personas reconocen que juega su propio juego. Eso es súper atractivo, casi magnético.

Y para que lo reconozcan, primero tenés que creértelo vos y tratar de usar estas claves de guía. En todo momento. Cuando el creador está convencido de lo que hace, esa seguridad se siente en cada botella, en cada palabra que dice, en su expresión cuando habla sobre su proyecto. Sale natural. Y eso atrae y vende.

Te las cuento una por una, y cada capítulo te deja, al final, algunas preguntas y un ejercicio que te permite empezar la construcción de tu propio proyecto. Recomiendo siempre leerlo con una libreta al lado e ir anotando lo que te despierte cada clave. ¡Esas notas van a ser el primer borrador de tu marca exitosa!

¡Vamos con todo!

CAPÍTULO 01 /

Reconocer el privilegio de crear.

Un gesto tan antiguo como la humanidad

Hace miles de años, alguien dejó uvas aplastadas en un recipiente y, días después, descubrió algo nuevo. Desde ese instante, el vino acompañó a la humanidad en sus rituales, sus celebraciones y sus encuentros. Fue ofrenda en los templos, compañía en las mesas de los reyes y tesoro en los monasterios.

Durante siglos, crear vino fue un arte reservado. Lo practicaban alquimistas, monjes y familias privilegiadas que tenían acceso a la tierra, al conocimiento y al tiempo que el vino exige. El vino era un bien de lujo, y quien lo elaboraba ocupaba un lugar especial en su comunidad.

Hoy esa puerta está abierta. Las nuevas dinámicas del mercado permiten que una persona con una idea pueda crear su propio vino, con su nombre y su historia, con viñedos, bodega y un equipo experto a su disposición. Y quien cruza esa puerta entra en un grupo pequeñísimo de personas que, a lo largo de toda la historia, pudieron decir "este vino lo creé yo".

La primera clave sucede adentro tuyo

Por eso la primera clave es entrar en conciencia del privilegio de poder vivir la experiencia del creador, sabiendo que es un porcentaje mínimo de la población el que llega a vivirla.

Esa conciencia transforma el camino en un disfrute pleno. La visita al viñedo se vuelve un descubrimiento. La primera cata, un aprendizaje. La elección del nombre, un juego creativo. Y pase lo que pase, la experiencia queda grabada para siempre en tu recorrido por esta vida.

Y ese disfrute tiene muchas capas:

- **Disfrutar aprender.** Entender cómo un suelo, un clima y una uva se combinan para dar un vino único. Aprender a catar, a reconocer aromas y a poner en palabras lo que sentís al probar un vino.
- **Disfrutar los vínculos.** Cada conocimiento nuevo te acerca a personas: enólogos, productores, diseñadores, sommeliers, otros creadores. El vino es un gran conector de personas.
- **Disfrutar la expansión.** Tu vino te abre mesas, eventos y conversaciones. Te presenta gente nueva, te lleva a lugares nuevos y amplía tu mundo.