



Caso de Estudio: Chañarmuyo - Transformación Digital en la Industria Vitivinícola y Turística

1. Descripción general del negocio

Chañarmuyo es una bodega ubicada en La Rioja, Argentina, que combina la producción de vinos de alta calidad con una experiencia turística integrada. Fundada en 1920, la empresa ha evolucionado de ser una bodega tradicional a un destino enoturístico completo.

2. Historia y contexto actual

Chañarmuyo comenzó como una pequeña bodega familiar en La Rioja. A lo largo de un siglo, la empresa se ha expandido, diversificando su producción de vinos y, en las últimas décadas, incorporando servicios turísticos para crear una experiencia completa alrededor del vino.

Actualmente, Chañarmuyo enfrenta varios desafíos:

- Competencia creciente en el mercado vitivinícola global.
- Cambios en las preferencias de consumo, con una tendencia hacia vinos orgánicos y experiencias únicas.
- Necesidad de atraer a un público más joven y tecnológicamente conectado.
- Gestión ineficiente de los recursos y procesos de producción.
- Subutilización del potencial turístico y digital de la marca.

3. Desafíos específicos relacionados con la transformación digital

- Experiencia del cliente fragmentada: A pesar de tener venta directa, e-commerce y un operador turístico, la experiencia del cliente no está integrada entre los canales digitales y físicos.
- Sistemas de producción y gestión obsoletos: Los procesos de producción de vino, gestión de inventario y reservas hoteleras no están optimizados ni digitalizados.
- Falta de estrategia de datos: Chañarmuyo recopila datos de clientes, producción y ventas, pero no los utiliza eficazmente para mejorar sus productos o la experiencia del cliente.
- Presencia digital limitada: Aunque cuenta con una página web y e-commerce, la bodega no aprovecha plenamente las redes sociales y el marketing digital para promocionar sus productos y experiencias.
- Sostenibilidad y trazabilidad: Creciente demanda de información sobre prácticas sostenibles y trazabilidad del producto que la empresa no puede satisfacer adecuadamente.

4. Información relevante para los temas del curso

Definición de proyectos y roadmap de la Transformación Digital

- Chañarmuyo necesita desarrollar un plan integral que digitalice tanto la producción de vinos como la experiencia turística.
- Priorizar proyectos como la implementación de un sistema ERP integrado, la mejora del e-commerce y la creación de una plataforma de experiencias enoturísticas digitales.

Principales tendencias en la innovación digital de los negocios

- Explorar modelos de negocio como suscripciones de vino personalizadas o experiencias de realidad virtual/aumentada en la bodega.
- Evaluar la madurez digital de Chañarmuyo en comparación con competidores globales y líderes en turismo experiencial.

Innovación Digital Sostenible

- Desarrollar una estrategia de producción sostenible apoyada en tecnologías IoT y blockchain para garantizar la trazabilidad.
- Adaptar el modelo de negocio para atender la creciente demanda de productos orgánicos y experiencias ecoturísticas.

Diseño, Innovación y Digitalización

- Rediseñar la “ruta del vino” para integrar elementos digitales que enriquezcan la experiencia física.
- Implementar un enfoque de “Customer Centricity” que unifique la experiencia del cliente a través de todos los puntos de contacto, desde la compra de vino hasta la estancia en el hotel.

Plataformización

- Crear una plataforma digital que conecte a los amantes del vino con productores locales, experiencias gastronómicas y servicios turísticos en la región.
- Analizar cómo las externalidades de red podrían beneficiar a Chañarmuyo en un modelo de plataforma enoturística.

Data Driven Strategy y rol de la IA

- Implementar una estrategia de datos que permita a Chañarmuyo optimizar la producción de vino, personalizar experiencias turísticas y predecir tendencias de mercado.
- Abordar cuestiones de ciberseguridad y privacidad en el manejo de datos de clientes y procesos de producción.

Estrategias de Escalabilidad de negocios digitales

- Desarrollar un plan para escalar el e-commerce de Chañarmuyo a nivel global y potenciar la venta de experiencias enoturísticas en línea.
- Implementar métricas clave para medir el éxito de las iniciativas digitales tanto en la producción de vino como en el turismo.

Ecosistemas de Negocios

- Explorar asociaciones con plataformas de viajes, apps de gastronomía y servicios de entrega para crear un ecosistema alrededor de la experiencia del vino.
- Definir el rol de Chañarmuyo en el ecosistema vitivinícola y turístico de Mendoza y desarrollar una estrategia para su liderazgo digital.

5. Problema específico para la aplicación de IA generativa

Chañarmuyo enfrenta el desafío de mejorar y personalizar la experiencia de sus clientes tanto en la compra de vinos como en las visitas turísticas, al tiempo que busca optimizar sus procesos de producción. La empresa posee una gran cantidad de datos sobre preferencias de vino, patrones de visita y feedback de clientes, pero no los está aprovechando eficazmente.

Se solicita diseñar y justificar la implementación de un sistema de IA generativa que pueda:

1. Crear un sommelier virtual que ofrece recomendaciones personalizadas de vinos y maridajes, tanto para clientes en línea como para visitantes de la bodega.
2. Generar itinerarios personalizados para la “ruta del vino” basados en las preferencias del cliente, el clima, la temporada y la disponibilidad.
3. Analizar el feedback de los clientes y generar informes accionables para mejorar continuamente los productos y servicios de Chañarmuyo.