

Javier Soto Miranda, abogado, terminó trabajando en la prestigiosa revista "Decanter"

Chileno dirige catas de vino en Londres: "El más consumido acá es el Casillero del Diablo"

Instalado en el Reino Unido, destaca la aceptación de las etiquetas nacionales: "No tiene precio a nivel país".

ÓSCAR VALENZUELA

¿Cuál es el mejor vino que ha tomado últimamente?

"Es una pregunta súper difícil. Justo ayer tomé una muy buena copa de un Chateau Canon 2020. Tiene elegancia, una cierta armonía, tiene barrica, que cuando está bien incorporada suaviza los taninos y hace que sea como una seda. Es como si tuviera un poco de pimienta, pero no es invasiva. Además, están los frutos, moras, berries, y eso me gusta mucho".

Javier Soto Miranda se apasiona al describir las sensaciones que le produce un buen vino. Después de todo, su trabajo gira las 24 horas en torno a cepas y expertos sommeliers: es *tasting manager* en "Decanter", prestigiosa revista inglesa dedicada al mundo del vino. Las críticas de la publicación son leídas en 90 países y anualmente organiza el concurso Decanter World Wine Awards, donde se descorchan más de 18.000 botellas para dictar quién es quién en el universo de viñas y bodegas.

"En la revista tenemos una sección que se llama 'panel testings', muy conocida porque se usa como guía de compras. Lo que yo hago es elegir los criterios para cada cata, envío las convocatorias y nos empiezan a enviar los vinos. Recibo las botellas, me cerciuro de que sean de la denominación de origen, que se sirvan a la temperatura correcta, decido cuántas botellas se van a catar cada día, me encargo de la logística", describe el chileno desde su oficina en Londres ([decanter.com, https://bit.ly/3PqgQXw](https://bit.ly/3PqgQXw)).

"Después, con mis compañeros, reunimos a tres jueces y moderamos la discusión: ¿por qué este no te gusta? ¿qué pasa con este otro? También participo de la cata y si hay alguno defectuoso tengo que avisar. Es



"Nunca pensé que iba a terminar en una revista", confiesa el abogado Soto Miranda desde Londres.

Mercado principal

"Reino Unido es el mercado más relevante para Casillero del Diablo, donde comercializamos más de un tercio de nuestro volumen global", afirma Lynn Balaresque, subgerente de marketing de Casillero del Diablo. "Gracias a una estrategia de largo plazo, basada en una inversión sostenida en marketing, sumada a la calidad y consistencia de nuestros vinos, hemos logrado posicionar la marca en la mente y el corazón de los consumidores ingleses, convirtiéndonos en una de las marcas de vino con mayor reconocimiento en ese mercado", destaca.

fascinante, trabajo con gente que lleva más de 50 años dedicada a esto y me toca ser un poco el patrón", destaca.

El salto

"Nunca pensé que iba a terminar en una revista", confiesa Soto Miranda. Aunque siempre le gustó la enología, primero estudió Derecho en la Universidad Finis Terrae. Luego ejerció en un estudio jurídico como especialista en negocios y llegó a ser subgerente de la tienda Burberry Chile; renunció a ese cargo para irse a estudiar Derecho y Comercio Internacional del Vino a la Universidad de Poitiers, en Francia.

"Era muy de película, estudié

en un castillo, en el patio jugábamos a la petanca -parecido a la rayuela- en medio de las viñas. Fue bonito pero también desafiante, todo en francés y yo era el único extranjero", recuerda. Desde ahí saltó a Inglaterra y postuló a la revista.

Las críticas de "Decanter" abarcan marcas exclusivas y también productos más accesibles, que cualquier británico puede encontrar en un supermercado. En ese grupo sobresalen los mostos nacionales. "El vino más consumido acá en el Reino Unido es chileno, el Casillero del Diablo, gracias a la consistencia, la calidad y también al branding, al marketing que tienen, ser auspiciadores

del Manchester United. Han hecho un buen trabajo, llevan como 15 años auspiciándolos", comenta.

"O sea, si la gente acá ve un vino chileno no lo va a pensar dos veces porque sabe que es bueno. Eso es algo que no tiene precio a nivel país", valora.

¿En Inglaterra hay mucho vino chileno?

"Sí, y de todo tipo. Se está inundando de vinos más de nicho también, no tan solo grandes viñas; eso hace que exista una diversidad y que sea mucho más atractivo. En el Reino Unido tú dices 'vengo de Chile' y te responden 'me encanta el vino chileno'. Acá no producen tanto, por eso el negocio es tan

excitante, es muy internacional. En Europa eso no pasa tan seguido, porque ellos producen su vino".

¿Cuáles son las ventajas chilenas en este mercado?

"Chile tiene una posición muy sólida, es muy competitivo, porque los precios a nivel internacional son muy difíciles de alcanzar por otros países. Además, tiene el terruño (NR: combinación de suelo y clima) y la uva, que es de muy buena calidad. Se ha sofisticado mucho la producción de vino, y eso hace que sea incomparable el precio-calidad, hay muy pocos países que pueden competir de esa manera".

CEDIDA