

Fecha: 21-02-2026
 Medio: La Tercera
 Supl.: La Tercera
 Tipo: Noticia general
 Título: El vino como puerta de entrada al desarrollo territorial

Pág.: 28
 Cm2: 723,7
 VPE: \$ 7.199.830

Tiraje: 78.224
 Lectoría: 253.149
 Favorabilidad: ☐ No Definida

ENOTURISMO

El vino como puerta de entrada al desarrollo territorial



Foto: Ruli da Cruz



Por: Alicia Ortiz, gerente Enoturismo Chile

Chile ha construido por décadas un prestigio enológico reconocido en el mundo. Sin embargo, en los últimos años hemos comprendido algo aún más profundo: el vino no es solo un producto de exportación, es una experiencia cultural capaz de movilizar territorios completos. El enoturismo, cuando se gestiona con visión, se transforma en una herramienta concreta de desarrollo local: activa economías, diversifica la oferta turística, genera empleo y fortalece el orgullo de comunidades que encuentran en su historia vitivinícola una identidad compartida.

En ese camino, el Programa Enoturismo Chile de Corfo ha cumplido un rol articulador durante casi diez años. Su

impacto se refleja en la consolidación de una red nacional que hoy conecta valles, rutas del vino, municipios, emprendedores y viñas de distintos tamaños bajo una mirada común. También se expresa en la profesionalización de experiencias, en la incorporación de estándares y en la mejora sostenida de la gestión territorial.

Cuando iniciamos este trabajo, lo hicimos sobre una base de aproximadamente de 85 viñas abiertas al turismo en el año 2016. En el último Catastro Nacional de Enoturismo de 2024 registramos 219, un crecimiento que habla no solo de expansión, sino de confianza en un modelo que ha demostrado resultados. Cada nueva viña que abre sus puertas es una señal de que el turismo del vino dejó de ser complementario y se convirtió en estratégico para las empresas y los territorios.

Este desarrollo no ocurre por casualidad. Requiere planificación, trabajo asociativo y una gobernanza cohesionada. La experiencia demuestra que cuando un territorio se organiza con objetivos claros y una propuesta coherente, los beneficios se distribuyen: impactan a la gastronomía local, al alojamiento, a los productores rurales y a la cultura viva que se expresa en cada fiesta o vendimia. **El enoturismo bien gestionado fortalece ecosistemas completos.**

Chile compite además con una ventaja significativa: el reconocimiento internacional de sus vinos y viñas. Premios globales y posicionamientos destacados han

instalado al país como referente enológico. **El desafío es que ese prestigio se traduzca en posicionamiento turístico, consolidándonos como destino enoturístico de excelencia,** no solo por la calidad del vino, sino por la autenticidad del relato, la hospitalidad y la diversidad de nuestros paisajes.

Mirar hacia los próximos diez años exige identificar espacios de crecimiento y responsabilidad. **No se trata solo de crecer, sino de generar beneficios reales para el territorio, con compromiso con la cultura y la sustentabilidad.** Implica elevar estándares, profesionalizar la gestión, innovar con sentido y **evitar la homogeneización de la oferta.** Debemos comprender qué busca el visitante, analizar datos, fortalecer modelos de negocio y diseñar experiencias memorables que expresen identidad.

El optimismo no es ingenuidad; es convicción basada en resultados. Chile tiene todo para consolidarse como un destino enoturístico de clase mundial. El vino abre la puerta; lo que hagamos colaborativamente con esa oportunidad definirá el futuro del sector y nuestros territorios.

El enoturismo, cuando se gestiona con visión, se transforma en una herramienta concreta de desarrollo local.