

Enoturismo experiencial: el modelo al que apuesta Biobío para dinamizar su desarrollo local

Expertos y autoridades coinciden en que la clave está en ofrecer vivencias integrales que conecten al visitante con la identidad del territorio, generando además un efecto multiplicador en la actividad turística a través del impulso a distintos servicios complementarios.

Nicolás Maurcira Royo
 prensa@latribuna.cl

con financiamiento del Comité de Desarrollo Productivo Regional de la Corporación de Fomento de la Producción (Corfo).

Enoturismo experiencial es el modelo que busca potenciar la región del Biobío para fortalecer la actividad turística y dinamizar las economías locales. Así lo plantearon expertos, dirigentes gremiales y autoridades vinculadas al desarrollo productivo, quienes coinciden en que ofrecer vivencias significativas en torno al vino y su cultura representa una oportunidad concreta para posicionar al territorio como un destino atractivo y con identidad.

Lo anterior fue uno de los temas centrales del reciente "Seminario de Enoturismo de Exportación de la Región del Biobío", desarrollado el pasado jueves en el Centro Cultural Municipal de Los Ángeles (CCMLA), donde se abordó la necesidad de orientar la oferta enoturística hacia una experiencia más profunda y significativa para quienes visitan viñedos y bodegas en el territorio.

La actividad fue organizada conjuntamente por la Asociación Gremial de Turismo de la Provincia del Biobío (Contur Biobío A.G.) y la Universidad Católica de la Santísima Concepción (UCSC),

ENOTURISMO EXPERIENCIAL

El concepto de enoturismo experiencial se aleja del tradicional modelo de cata y compra de vinos, y pone el foco en un relato más amplio: la vivencia integral del proceso, el territorio y sus actores. Así lo explicó el economista argentino Pablo Singerman, vicepresidente para las Américas de la Organización Mundial de Enoturismo, quien participó como expositor en el encuentro.

"El turismo del vino es uno de los segmentos con mayor crecimiento dentro del turismo de experiencia. Ofrece acceso a viñedos, catas, visitas a bodegas y, sobre todo, la posibilidad de conocer. Y esto es clave para el desarrollo de las economías regionales", señaló.

Desde esta mirada, el turista deja de ser un mero espectador, para transformarse en parte activa del recorrido, algo que, según Singerman, marca una diferencia fundamental.

"Es cuando el turista puede ver cómo se hace un vino, recorrer la bodega, ser guiado por un



LOS VIÑEDOS PATRIMONIALES y el arraigo campesino ofrecen una base única para ese desarrollo.

sommelier y degustar los vinos que acaba de conocer. Esa experiencia genera ventas, recuerdos y, sobre todo, un fuerte vínculo emocional con el producto y el lugar", sostuvo.

MÁS QUE VINO: ACTIVAR ECONOMÍAS LOCALES

El enoturismo experiencial no se limita a la producción vitivinícola. Su desarrollo implica la articulación de múltiples actores y servicios del entorno, lo que lo convierte en una herramienta efectiva de dinamización económica local. En ese sentido, Teresa Alarcón, presidenta de Contur Biobío, recalzó que este enfoque exige una mirada integral del territorio.

"El turismo va mucho más allá del ocio. Todo el ecosistema tiene que entregar una expe-

riencia inolvidable. Las viñas ya no pueden pensar solo en vender vino. Aquí entran en juego la gastronomía, el transporte, el alojamiento y también los emprendedores locales con su artesanía", expresó.

Esa visión multisectorial es la que, según los especialistas, permite fortalecer la economía regional a partir de las particula-

ridades del territorio. El objetivo no es replicar modelos externos, sino poner en valor lo propio y auténtico.

"Cuando generamos una experiencia real, el visitante no solo compra vino, sino adquiere recuerdos, recomienda el destino y eso atrae a más personas. Todo el territorio se beneficia", concluyó Alarcón.

LA ESTRATEGIA DE CORFO

Desde el sector público, Corfo se ha involucrado en la promoción del enoturismo a través de una estrategia a largo plazo. Alicia Ortiz, gerente del programa Enoturismo Chile de la entidad, destacó que tras siete años de implementación ya se observan resultados tangibles.

"Tenemos un plan estratégico a diez años, y estamos viendo un impacto transformador. En el Biobío ya hay brotes verdes: una masa crítica que comprende que hay elementos diferenciadores en la región que pueden seguir desarrollándose", indicó.

Ortiz explicó que esta transformación no ocurre de forma espontánea, sino que requiere acompañamiento técnico, capacitación y financiamiento.

En tanto, la directora ejecutiva del Comité Corfo Biobío, Roberta Lama, fue clara en señalar que el fortalecimiento del enoturismo no puede desligarse de la calidad del vino ni de su entorno.

"Estamos apostando por ambos sectores. No se puede hacer buen enoturismo sin buen vino. Pero también hay que agregarle una experiencia en 360°: relato, atención, alojamiento con identidad local", indicó.

Lama, además, subrayó que este enfoque busca generar impactos concretos en zonas que históricamente han contado con menor capital productivo.

"El vino se produce muchas veces en zonas rezagadas. Pero con una buena experiencia, el visitante quiere llevarse productos y compartir lo vivido. Y eso es lo que estamos promoviendo: no solo turismo, sino vivencias que dejen huella y que fortalezcan el tejido económico local", fue su reflexión.

