

FRANCISCA ORELLANA

Las mayores opciones de bebidas alcohólicas han llevado a que el consumo de vino esté disminuyendo en Chile. Sin embargo, aún no pierde su protagonismo ya que se posiciona como la segunda bebida alcohólica de mayor consumo, donde el 50% de las personas encuestadas declaró que lo toma dos veces o más al mes, siendo superado únicamente por la cerveza (71%). En tercer lugar se ubica el pisco, seguido del whisky, espumante y el aperol, entre otros, según el estudio "El vino es compartir: claves para conectar con la nueva generación" desarrollado por Critería para Vinos de Chile. El análisis se enfocó en personas consumidoras de alcohol con regularidad, de entre 18 y 65

Como una forma de entender los nuevos hábitos de consumo, Vinos de Chile le encargó a Critería desarrollar un estudio sobre esta categoría.

años, para comprender en profundidad el estado actual en Chile.

La tendencia a la baja se ha venido sintiendo desde hace varios años. En 2017, el 21% de los hogares declaraban gastar en vino, pero en 2022 la cifra llegó al 16%. Dentro de las razones que explican la menor predilección por él, es que hay demasiadas opciones para elegir en el mercado, mucho miedo a equivocarse, se considera que hay poca recordación y acompañamiento para elegir uno. A la vez, muchos lo perciben como un producto de elite más que transversal.

"El consumo en Chile está hoy día en los 13 litros per cápita. Si nos comparamos con otros países productores de vino, es bastante bajo. En Argentina es el doble nuestro y, si nos comparamos con el más alto del mundo -Portugal, que registra 58 litros per capita- esta-

También están dentro de sus preferencias el clásico "melvin" y la sangría

Jóvenes prefieren tomar vino en un terremoto



"Al terremoto y la sangría, entre otros, los vemos como una puerta de entrada a la categoría", explica Valenzuela.

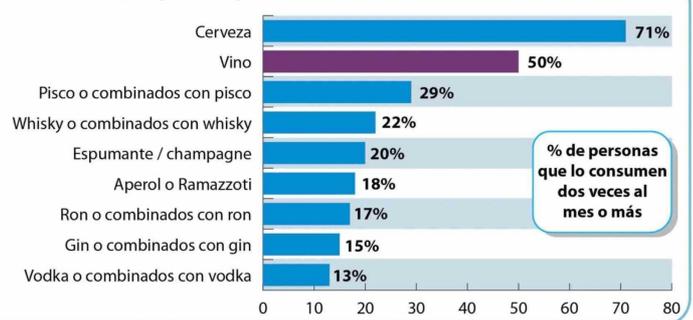
mos bien lejos. Ahora, más que ir directamente a buscar ese aumento, lo que nosotros queremos es que el vino sea un producto que acompañe las comidas y que sea tomado de manera responsable", dice Angélica Valenzuela, directora comercial de Vinos de Chile.

Nuevas generaciones

Cuando se le consulta el nivel de consumo a las generaciones jóvenes (entre 18 y 29 años) donde sólo el 40% declaró que le gustaba esta bebida alcohólica. Esto aparece acompañado de otro dato: que la buscan con mayor frecuencia y

Bebidas alcohólicas más consumidas en Chile

(% de personas que las consumen dos veces al mes o más)



Fuente: Radiografía del consumo del vino: cómo se relaciona el chileno con esta bebida. Vinos de Chile / Critería.

gusto si el vino es parte de alguna preparación. Por ejemplo, el 71% comentó que le gusta tomarlo en un terremoto, el 68% lo prefiere en melón con vino, mientras que el vino con frutas es de gusto del 65%, seguido de la sangría (58%) y espumante con helado de piña (58%). "Lo vemos como una puerta de entrada, como una forma de acercarse a la categoría, para luego irse desarrollando y sofisticando un poquito. El café también es un producto que se empieza a consumir a mayor edad y, cuando partes con él, se hace mezclado con leche, crema o con algún saborizante que lo haga más suave. En el caso del vino se da algo similar, al principio la gente busca una variedad que sea más fácil de tomar porque, generalmente, los chilenos tenemos un paladar bien dulce".

¿Cómo lograr acercarse más a los jóvenes?

"Hay que hacer, obviamente, un traba-

jo donde ellos tengan más experiencia con el vino. Por eso se han desarrollado una serie de festivales, fiestas de la vendimia, catas especiales y hay clubes de vino. Creo que todo eso va aportando a que todos los chilenos vayamos teniendo cada vez más experiencia o cercanía con este producto".

¿Se podrá revertir el escenario de la baja en el consumo?

"Creo que es un proceso de largo plazo. Para nosotros, lo primero es educar en el consumo el vino y lograr que la gente tenga un sentimiento de orgullo por este producto. Que vean que tenemos una posición de liderazgo en el mundo y vinos de muy alta calidad. Lo que buscamos es que el vino sea para los chilenos lo que el café es para los colombianos, donde todos tienen alguna historia que contar. Estamos estimulando mucho el enoturismo, que por ejemplo la gente conozca las viñas".