LITORALPRESS

Fecha: 16-06-2025
Medio: El Mercurio
Supl. : El Mercurio - Cuerpo B
Tipo: Noticia general
Título: La tendencia internacional de "Enero Seco" y sus coletazos en el vino chileno

Pág. : 4
Cm2: 594,6
VPE: $ 7.810.412

Tiraje: 126.654
Lectoría: 320.543
Favorabilidad: No Definida

La industria del vino a nivel mundial se enfrenta a un problema estructural que es la baja de consumo de vino, de la cual los productores chilenos no se escapan.

EDUARDO MORAGA

La tendencia internacional de **"Enero Seco" y sus coletazos** en el vino chileno

El movimiento de no beber alcohol en el primer mes del año nació en Reino Unido en 2013, y cada día gana más adeptos en el mundo.

Aunque el comentario espontáneo sobre que "en el campo esa moda no va a llegar" sacó risas entre los asistentes al seminario "Cómo viene la temporada 2025-2026", lo cierto es que el fenómeno internacional conocido como "Enero Seco" o "Dry January" en inglés, está generando un impacto en las ventas en la industria general de bebidas alcohólicas. Y en Chile el sector vitivinícola no se escapa de las repercusiones.

Así lo comentó el director técnico de Viña Montes, Aurelio Montes, durante el panel del encuentro organizado por la SNA en conjunto con Economía y Negocios de "El Mercurio", donde también participaron representantes de Corma, Sago y Fedefruta.

En la ocasión, Montes advirtió que la industria mundial del vino se enfrenta a un problema estructural, que es la baja de consumo de vino, por lo tanto, las empresas y productores han tenido que adaptarse a este escenario.

En Chile, este acomodo se ha visto reflejado en los viñedos, ya que en 2015 había 142 mil hectáreas de viñedos en el país y para 2025 se proyecta que ese volumen va a estar cercano a las 100 mil hectáreas, "lo cual da cuenta de que ha habido una fuerte migración desde el viñedo hacia la fruta", dice Montes.

Lo anterior, explica, se debe en parte por el envejecimiento de la población en los países consumidores, por lo tanto, hay menos gente joven. Y estos, a su vez, vienen cargados con una fuerte tendencia a la salud y siguen modas como el "Dry January".

"Esto significa que, después de todas las fiestas de fin de año, en enero dejo de consumir no solamente vino, sino que cualquier bebida alcohólica. Partió en Inglaterra y se ha expandido por el mundo con mucha fuerza. No sé cuánto va a durar, pero nos ha pegado mucho", dijo.

Ante esta situación, aseguró que cada vez tenemos que ser más precisos y profesionales en lo que hacemos: "Hoy no hay espacio para viñedos plantados en lugares que no corresponden y con bajas producciones. Eso tiene que desaparecer por la misma naturaleza del negocio, y hoy está pasando: han disminuido las hectáreas, el consumo y también lo ha hecho fuertemente la producción". Agregó que si bien esto último no es bueno para los productores, ya que significa menos kilos, es muy bueno para la sanidad del negocio de los vinos.

Por ejemplo, destacó que a fines de 2023 había un *stock* de 1.500 millones de litros, el cual bajó a 1.300 millones en 2024.

"Los números se han ido acomodando y veo positivo lo que viene para adelante", agrega.

Cuna británica

El movimiento de "Enero Seco" nació hace más de una década en Reino Unido como una campaña impulsada por la organización benéfica Alcohol Change UK. Esta busca que las personas se abstengan de consumir alcohol durante todo el mes de enero como un reto para reflexionar sobre sus hábitos de consumo y promover hábitos más saludables.

A lo largo de los años, este desafío ha ido captando más adeptos en el mundo. Se estima que, en su primer año, cerca de 4.000 personas se inscribieron en la campaña, cifra que aumentó a unas 215.000 personas en 2024 a nivel global, según datos de Alcohol Change UK. Esta cantidad supuso un aumento de 22% con respecto a 2023 y de 60% comparado con la cifra de 2022.

Asimismo, la organización asegura que investigaciones académicas independientes sobre el programa "Dry January" muestran que el 70% de quienes participan siguen consumiendo menos alcohol seis meses después. Y alrededor del 13% planea dejar de beber alcohol.