

Vendimia: masividad vs. autenticidad

Con la llegada del otoño, Chile vuelve a desplegar una de sus imágenes más reconocibles: la vendimia. Más que una tradición, este período se ha consolidado como un momento clave para el turismo y las economías locales, proyectando a la industria vitivinícola mucho más allá de la cosecha de la uva.

En los últimos años, el vino ha dejado de ser solo un producto para convertirse en una experiencia. Los valles vitivinícolas del país han evolucionado hacia destinos enoturísticos que integran paisaje, gastronomía y cultura, respondiendo a un visitante que busca propuestas auténticas y con sentido. Esta transformación ha permitido diversificar la oferta turística y posicionar a Chile en circuitos internacionales especializados.

Sin embargo, este crecimiento también abre preguntas relevantes. ¿Hasta qué punto el crecimiento del enoturismo está considerando la capacidad de carga de los territorios? ¿Y cómo se resguarda la autenticidad local frente a la estandarización de experiencias turísticas?

La temporada de vendimias, que concentra gran parte de la actividad turística entre marzo y abril, refleja con claridad esta tensión. Por una parte, se trata de una oportunidad concreta para dinamizar economías locales, generar empleo y visibilizar a pequeños productores y emprendedores. Por otra, existe el riesgo de que estas celebraciones se transformen en eventos masivos que prioricen el volumen de visitantes por sobre la calidad de la experiencia y la sostenibilidad del destino.

El caso del Valle de Casablanca ilustra bien este escenario. Su cercanía a Santiago y Valparaíso, junto con su posicionamiento internacional, lo han convertido en un polo estratégico del turismo del vino. No obstante, este mismo éxito plantea desafíos en términos de gestión de flujos, presión sobre los servicios locales y resguardo de la identidad territorial frente a una oferta que, en algunos casos, tiende a homogenizarse.

Desde la perspectiva del turismo, el valor del enoturismo radica precisamente en su capacidad de ofrecer experiencias situadas, vinculadas al territorio y a quienes lo habitan. Cuando estas experiencias se estandarizan o se



Gabriela Riveros – Académica Escuela de Turismo y Hotelería UNAB

desconectan de su contexto local, se pierde parte importante de su autenticidad, que es justamente lo que el visitante contemporáneo busca.

A ello se suma un desafío estructural: la sostenibilidad. Si bien la industria ha avanzado en la incorporación de prácticas más responsables, aún persisten brechas en la gestión integrada del turismo, especialmente en lo que respecta a la articulación entre actores y a la distribución de beneficios en el territorio. El riesgo no es menor: un crecimiento desregulado puede comprometer tanto la experiencia turística como la calidad de vida de las comunidades locales.

En este contexto, la vendimia deja de ser solo una celebración para convertirse en un termómetro del desarrollo turístico. Más que medir su éxito por la cantidad de asistentes, el desafío está en evaluar su capacidad de generar valor sostenible, fortalecer identidades locales y construir experiencias que mantengan su sentido de lugar.

En un escenario donde los destinos compiten por diferenciarse, el enoturismo chileno enfrenta una decisión clave: crecer en volumen o consolidarse en calidad. La respuesta no es trivial. De ella dependerá si el vino sigue siendo una puerta de entrada a los territorios, o si termina diluyéndose en experiencias que, aunque atractivas, pierden aquello que las hacía únicas.