

Fecha: 14-02-2026

Medio: Diario Financiero

Supl.: Diario Financiero - Señal DF Sabado

Tipo: Noticia general

Título: Vinos rosé: un refugio para las viñas ante la desaceleración general del consumo

Pág.: 7

Cm2: 629,9

Tiraje:

Lectoria:

Favorabilidad:

16.150

48.450

■ No Definida

# Vinos rosé: un refugio para las viñas ante la desaceleración general del consumo

**Mientras el consumo mundial de vino toca mínimos históricos, la categoría destaca entre las más resilientes con un crecimiento moderado, pero constante. Y a futuro, las proyecciones globales son más auspiciosas, apuntando a incrementos de 37% en valor a 2035, tendencia que siguen atentamente las viñas chilenas.**

POR VICTORIA SILVA

La industria mundial del vino atraviesa uno de sus ajustes más profundos en décadas. Evidencia de ello es la baja sostenida en el consumo global, que llegó a 214 millones de hectolitros en 2024 —las últimas cifras consolidadas— situándose en su nivel más bajo desde 1961, mientras que la producción se habría ubicado en torno a los 226 millones de hectolitros, de acuerdo a los registros de la Organización Internacional de la Viña y el Vino (OIV). Y si bien el balance preliminar de esta institución para el cierre de 2025 estima volúmenes producidos en un rango entre 228 y 235 millones de hectolitros, con un crecimiento de 3% respecto al ejercicio precedente, la gran tendencia sigue siendo decreciente en el consumo internacional.

En este escenario complejo, la categoría de vinos rosé se ha convertido en uno de los segmentos que ha logrado resistir mejor el ajuste que vive la industria, al tiempo que destaca por sus proyecciones a futuro.

Con volúmenes comercializados por 18,5 millones de hectolitros, la categoría representaba cerca del 10% del consumo mundial de vino en 2023, con Francia, Alemania y EEUU como principales mercados. Y si bien el segmento de vinos rosé anotó una baja de 1,7% en los cuatro años anteriores, mostró un desempeño más favorable que el retroceso general de la demanda, que promedió un 3,8% en el mismo lapso.

Un informe global de Rosé Wines World Tracking complementa los datos sobre la trayectoria que ha mantenido esta categoría, puntualizando que la producción de vino rosado creció a un ritmo promedio anual de 1,8% entre 2011 y 2022, mientras que la producción total de vinos cayó 0,5% en el mismo lapso.

"El vino rosado viene creciendo fuerte y para quedarse; no creo que sea una moda pasajera", indicó a Señal DF el presidente de Vinos de

Chile, Alfonso Undurraga.

Y las proyecciones futuras son todavía más auspiciosas, especialmente en términos de valor. Según estimaciones de la consultora Fact. MR, el mercado mundial del vino rosé bordeó en 2025 los US\$ 15.000 millones, y las perspectivas son auspiciosas para los años que vienen, estimando un horizonte a niveles de US\$ 20.600 millones en 2035, lo que implicaría un crecimiento acumulado de 37,3% en diez años, a una tasa de crecimiento promedio anual de 3,2% en el período en ese lapso.

Las viñas chilenas han tomado nota de este escenario y muchas de ellas han incorporado al rosé a sus portafolios de manera creciente. Y esta tendencia también está detrás de importantes decisiones de inversión como la anunciada recientemente por Concha y Toro, que concretó a inicios de este mes la compra de la reconocida viña francesa Maison Mirabeau, especializada en la producción de vinos rosé a partir de sus viñedos ubicados en la región de la Provenza.

"No todos los segmentos de la industria están en declive. La demanda global de vinos blancos y rosados continúa mostrando resiliencia, especialmente en las categorías premium", indicó en la oportunidad Simon Doyle, gerente general de VCT Europe, filial que dirige las operaciones de la compañía ligada a las familias Guislati y Larraín en el Viejo Continente.

## Los atributos de la categoría

Elaborados con distintos métodos de prensado —directo y

sangrado— a partir de uvas tintas, los vinos rosé se han abierto paso en el mercado por atributos como su frescura, ligereza, aromas y versatilidad. "Ya no es una moda. Creemos que el rosé llegó para quedarse, pero en su versión más auténtica y bien elaborada", afirma Andrea García, gerente de marketing de la Viña VIK, quien enfatiza que esta línea de vinos dejó de ser una categoría estacional para comenzar a consolidarse como un segmento con identidad propia.

Una mirada distinta tiene el cofundador de Viña Montes, Aurelio Montes. "He visto procesos parecidos en más de 50 años. Creo que es una moda pasajera", señala. En su análisis a la expansión de esa categoría, constata factores a nivel de los consumidores como "la fuerza femenina, que está en este minuto llevando un poco la delantera en la industria del vino", ya que los vinos rosé calzan con la tendencia de las mujeres a preferir vinos frescos, livianos y fáciles de beber. En paralelo, añade, los consumidores jóvenes, históricamente más alejados del vino, muestran una mayor inclinación por productos de menor graduación alcohólica como cócteles, aperitivos y formatos ready to drink, contexto donde los vinos rosé funcionan como puerta de entrada más accesible que los tintos tradicionales.

Desde la viña VIK, Andrea García complementa que "el marketing ha sido determinante" en el éxito de esta categoría por comunicar el vino desde una mirada distinta, acercándose a nuevas audiencias sin perder su sofisticación. "Gracias al rosé, la industria aprendió a comunicar color, ocasión, frescura y disfrute con mayor naturalidad", añade.

## Apuesta estratégica

Aurelio Montes sostiene que el dinamismo de los vinos rosé se enmarca en una tendencia general de los consumidores a impulsar el crecimiento de esa categoría "como también de los blancos y los espumosos, que llevan la delantera frente a los tintos, que se perciben como vinos más pesados", explica. Un marco en el cual el rosé se ha posicionado como un vino más cercano al aperitivo que a la mesa.

Asu vez, Alfonso Undurraga anticipa que las viñas seguirán invirtiendo y promoviendo esta categoría, como parte de una estrategia de diversificación frente al ajuste que atraviesa el sector. "Una fortaleza de todas las industrias es contar con más de un producto que permita amortiguar los vaivenes de los diferentes altos y bajos del negocio", subraya.

Así lo han entendido los actores del mundo vitivinícola, desde grandes compañías tradicionales como el

grupo Concha y Toro, Santa Rita, Carmen, Casa Silva, Misiones de Rengo, Santa Carolina, VSPT Wine Group, Undurragay Morandé, a viñas boutique como VIK, Casa Marín y Leyda, entre muchas otras.

## Tiempos de ajuste

El posicionamiento del rosé coincide con un proceso de ajuste productivo a nivel general de las viñas, que ha golpeado con mayor fuerza a las cepas tintas tradicionales. La sobreoferta acumulada, el menor consumo y los cambios en los hábitos de los consumidores han llevado a la desplantación de variedades históricamente dominantes como cabernet sauvignon y, en menor medida, el carmenere. En contraste, cepas asociadas a vinos más frescos y livianos, como es el caso de Pinot Noir, han sido menos afectadas.

En Chile, ese ajuste ya se refleja en los viñedos. Según el Catastro 2024 del SAG, la superficie de uva destinada a vinificación continuó retrocediendo y se ubicó en 116.962 hectáreas, con una caída de 6% en comparación con 2023 y un descenso acumulado de 18% respecto de 2015, cuando el país bordeaba las 142 mil hectáreas plantadas.

Undurraga puntualiza que el rosé se elabora, en general, a partir de uvas tintas, por lo que "poder ocupar parte de esa uva para hacer rosado es una buena noticia para el sector".

