

Fecha: 31-05-2026
 Medio: El Mercurio
 Supl.: El Mercurio - Cuerpo B
 Tipo: Noticia general
 Título: Fiestas sunset, tren y destilados, la apuesta juvenil de nuevas generaciones de viñateros de San Fernando

Pág.: 15
 Cm2: 572,5

Tiraje: 126.654
 Lectoría: 320.543
 Favorabilidad: ☐ No Definida

Entretelones

• MARÍA JESÚS COLOMA

“El contexto actual de la industria del vino obliga a reinventarse porque ya no vivimos el momento de bonanza de hace diez años”, dice el director estratégico y comercial de Viña Selenia, Felipe Mayol. Según la Organización Internacional de la Viña y el vino, el consumo de vino ha caído cerca de 10% en la última década y Chile es de los países más afectados. “Eso nos obligó a pensar en nuevas formas de agregar valor para integrar más a las familias en el relato y, sobre todo, apostar por la colaboración”, explica el hijo del exministro de Agricultura Luis Mayol.

Así nació Andes Colchagua, que reúne a las viñas Koyle, Casa Silva, Selenia, Tumuyan y Maturana, además de empresas turísticas como Hacienda Los Lingues, Hotel Santa Teresita, Shangrila Lodge, Gin Provincia, Glaciares de Colchagua y Alto Huemul, parque de roblerías nativas cercano a la Sierra de Bellavista. Hoy trabajan en levantar un nuevo polo turístico en el valle de Colchagua, rescatando el patrimonio vitivinícola de San Fernando y Angostura.

“Actualmente las personas que visitan el lugar llegan a hacer un tour, una degustación o pasar una noche y luego continúan viaje hacia otros destinos, queremos que permanezcan dos o tres noches en San Fernando y Angostura, y para eso necesitamos ofrecer una experiencia mucho más integrada y diversa”, explica Dominga Silva, gerente de *hospitality* de viña Casa Silva.

Y agrega que su foco más importante hoy es el turismo brasileño.

Entre los proyectos en desarrollo también está el tren “Sabores Alto Colchagua”. En colaboración con Ferrocarriles del Estado (EFE), conecta distintos puntos del valle y el recorrido incluye pícnic entre viñedos, degustaciones, coctelería en la destilería y visitas a productores de la zona.

Maturana Sunset Festival espera más de 4 mil personas

Los hermanos José Ignacio y Sebastián Maturana fundaron la viña Maturana en el mismo sector. Enólogo de



Los miembros de la nueva asociación Andes Colchagua trabajan en levantar un nuevo polo turístico en la zona.

Fiestas sunset, tren y destilados, la apuesta juvenil de nuevas generaciones de viñateros de San Fernando



Fiesta Maturana Sunset Festival en la viña boutique del mismo nombre.

Casa Silva durante 15 años, José Ignacio, y Sebastián como chef, este último sostiene que la industria del vino enfrenta un problema de desconexión con las nuevas generaciones. “Siempre sentimos que el mundo del vino había sido demasiado solemne y, mu-

chas veces, bastante latero para los consumidores jóvenes”, dice el encargado comercial, de marketing y desarrollo de marca de Maturana.

“Entendimos algo importante: el vino no puede seguir siendo el centro de la mesa, sino una pata de la mesa.

Tiene que volver a ser parte de la experiencia y no la experiencia completa”, plantea.

Una de sus más visibles es el Maturana Sunset Festival, evento que mezcla música en vivo, gastronomía, coctelería y vino. Lo que comenzó hace tres años como una fiesta para unas 500 personas —la entrada ronda los \$50.000—, hoy convoca a más de 3.200 y proyectan superar las 4 mil en su próxima edición de noviembre, siguiendo los pasos de Mendoza, donde nacieron estos eventos.

“Chile probablemente tiene una diversidad de vinos mucho mayor, pero todavía nos falta muchísimo en hospitalidad, servicio y conexión emocional con el visitante”, explican, “el argentino tiene una capacidad enorme para encantar al turista. Y la problemática que vemos no es solo chilena, es global. En Londres, en Europa y en muchos mercados desa-

rollados también se está consumiendo menos vino”.

Gin Provincia suma a los destilados

En ese mismo espíritu, hace poco se sumó Gin Provincia. Aunque el proyecto nació en la precordillera de San Fernando, un incendio destruyó su

planta hace dos años y terminaron integrándose a Andes Colchagua.

Mientras el consumo de vino ha caído, Carvallo explica que el de gin ha crecido en la última década. Solo en supermercados y canal comercial, afirma, la marca ha crecido entre 30% y 35%.

“La visión era integrarnos a la ruta del vino, pero aportando algo distinto. No queríamos más de lo mismo, sino abrir una puerta al mundo de los destilados y la coctelería”, explica. Contemplan una inversión cercana a \$100 millones y una propuesta orientada a hospitalidad y experiencias.

La nueva asociación Andes Colchagua reúne a viñas, empresas turísticas y gastronómicas y también al Gin Provincia.