

FOTOGRAFÍA: MARIOLA GUERRERO



Rafael Urrejola:

"Chile no está tan taquilla en el tema vinos como hace algunos años"

Por Carolina Méndez

A las 11:00 horas de una mañana de principios de septiembre, Rafael Urrejola está en Talagante. Se encuentra en una de las bodegas centenarias de la Viña Undurraga. Desde ahí dice: "Antes de conversar contigo, acabo de probar unas sesenta muestras entre blanco y tinto que tenemos acá".

Pide unos breves minutos, pues está a la espera de una llamada importante. Luego, entusiasmado, cuenta que le acaban de dar una "excelente noticia": la reconocida «Guía de Vinos» liderada por el experto británico Alistair Cooper, lo distinguió como el mejor enólogo chileno de 2023, elección que el experto inglés hizo tras catar 568 vinos de 65 viñas chilenas.

—Ha sido un gran año para usted, este es el segundo premio que recibe por su labor como enólogo.

—La verdad es que ha sido muy emo-

El jefe de la Viña Undurraga fue elegido recientemente como el mejor enólogo de vinos tintos en el International Wine Challenge 2023, uno de los concursos más prestigiosos del mundo. "Debiésemos ser más unidos como gremio, pero no lo somos"

cionante y motivante recibirlos. Aunque más allá de la satisfacción personal, a mí no me cambia mucho la vida estos premios internacionales. Pero sí, ojalá, espero que sirvan para abrirle los ojos al mundo; para mostrar que en Chile tenemos muy buenos vinos.

Enólogo de la UC, Urrejola es desde 2013 el líder de toda la operación vitivinícola de la Viña Undurraga. De hecho, es conocido en la industria como un cazador de *terroirs* (terruños); etiqueta que no le agrada mucho, porque la considera un "poco cursi". "Más que cazar lo que hago es una exploración de los distintos lugares de Chile. Esa suerte de cacería la hacemos en equipo". Su buen ojo lo llevó a que Undurraga le confiara hace quince años desarrollar su línea "T.H" (Terroir Hunter). "Querían renovarse con vinos que recogieran el sentido del terruño, del lugar", explica.

Fue con estos vinos premium que se presentó en la 39 versión del concurso «In-

ternacional Wine Challenge», donde obtuvo la distinción al "Winemaker of the Year" 2023 (antes había sido nominado para este concurso en 2014 y 2022). En la competencia, donde se cataron a ciegas más de siete mil de vinos de 52 países, fue el único chileno y americano incluido en la categoría "Red Winemaker".

—La experiencia de un enólogo es crucial para crear buenos vinos, pero también puede haber malos resultados.

—No sé si el éxito o el fracaso de una viña depende del enólogo. Aunque sí es una parte importante, porque es quien se responsabiliza de llegar con un producto competitivo. Esto para que la posta la tome el encargado comercial. Esa persona sí que se juega el pellejo, porque debe salir a vender el vino. Pero salir con algo bueno al mercado es bien distinto.

—Su trabajo no debe ser fácil, la industria vitivinícola vive entre premios y puntajes.

—Sí, quizás es demasiado. Amigos

míos me dicen: "A mí después de la universidad ya no me pusieron más notas y a tí te califican todos los años". Pero eso es parte de la industria con lo bueno y lo malo que trae. Y ayuda, porque por ejemplo de repente hay gente que afuera no conoce una viña, pero cuando ve que tiene altos puntajes, piensa: "Debe ser buena".

—**Siendo uno de los mejores enólogos del mundo, ¿cómo describiría un vino premium?**

—Como un vino competitivo y que más allá de su cepa tiene que hablar mucho de sus orígenes. Que sea reconocible por ser de una zona determinada de Chile. No tiene por qué ser caro. Para mí puede haber un vino *premium* interesante desde las siete u ocho lucas en adelante. Y que ojalá tenga poco o nada de maquillaje, eso en cuanto a lo que llamamos las maderas y los azúcares que se usan en los vinos más comunes.

"Ahora está bien frenado, hay poca viña y proyecto nuevo"

"Es divertido porque en mi anuario del Saint George's salía: 'Que te vaya bien en el tema de las viñas'. Pero en esa época no sabía qué iba a estudiar; quizás fue porque a alguien le comenté lo de la enología", apunta Urrejola.

Su padre, ingeniero agrónomo, en los noventa estaba a cargo de los frutales que tenía la Viña Santa Rita. Y como trabajaba los sábados, Urrejola aprovechaba su tiempo con él acompañándolo en sus labores. Eso fue entre sus 10 y 14 años. "Como mi papá iba a ver la fruta yo iba a sapear. Me acuerdo del olor a bodega antigua, de esas piezas en la oscuridad, de esa suerte de misterio del subterráneo de las cavas. No sé si nació ahí la cosa mía por el vino".

Igualmente, en su casa de Vitacura, su papá lo hacía empaparse (literalmente) del tema. "Me decía que probara unos sorbos para desarrollar buena cabeza. Eso se usaba en esos tiempos, hoy sería impensado", ríe.

Para su práctica profesional, Urrejola se fue a Santa Inés (cerca de Santa Bárbara, en Estados Unidos). "Era una zona nueva de Chardonnay. Allí aprendí de cepas que en Chile no se conocían. Después, cuando llegué de vuelta partí haciendo vinos de climas fríos y desarrollé los primeros blancos de la Viña Leyda", relata.

Con tres hijos (entre 15 y 9 años), a su señora, Macarena, también enóloga, la conoció en una degustación de vinos en Casa Blanca. En esos años Urrejola era jefe de la Viña Leyda donde hizo aplaudidas variedades de Pinot Noir, Sauvignon Blanc y Chardonnay.

Cuenta que hace dos años junto a su mujer hacen "Fuga", un vino mezcla de Cabernet Franc con Merlot (\$22.000). "Elaboramos mil botellas al año. Es un vino de garage. Se lo vendemos a los amigos y a algunos restaurantes. Es como para entretenerse. Es hecho de forma artesanal, a una escala enana. Hasta las etiquetas las hacemos a mano y son todas distintas. Es un vino sin madera. Donde

se siente mucho el lugar, es un vino de Pirque muy frutal y fresco", describe.

—**Como matrimonio de enólogos, ¿degustan vinos más bien desde la parte técnica?**

—No, es totalmente desde el placer. Cuando abrimos vinos no andamos analizando, tratamos de disfrutar. Solo cuando me llevo, de repente, alguno a la casa para tomar decisiones le pregunto a la Maca su opinión como enóloga.

El enólogo indica que en la década del 2000 hubo mucho desarrollo de viñas nuevas, más chicas, de estilo boutique. Pero que eso duró unos doce años y después se detuvo. "Hace unos ocho años empezó a bajar la expansión. Ahora está bien frenado, hay poca viña y proyecto nuevo. Hoy existe más una consolidación de viñas de marca". Y añade: "Chile no está tan taquilla en el tema vinos como hace algunos años. Ahora han aparecido vinos de Grecia, de Hungría. De orígenes exóticos. Son súper distintos, pero son buenos y baratos. Y te van quitando espacios. Además, hay países que se han renovado más como Italia y España. Lo que hace más dura la competencia".

"Chile tiene el estigma de ser fabricante de vinos básicos"

Urrejola plantea que "los vinos más comunes son de distintas cepas y da un poco lo mismo el lugar de dónde provienen. En Chile se lo van a tomar igual, pero cuando sales a venderlo afuera te preguntan: "¿Pero qué diferencia tiene este vino con el que yo compro a diez dólares? La respuesta es que no es vino de un lugar determinado. Por ejemplo, los del viejo mundo tienen un sentido de territorialidad. No hay un vino francés, hay de Burdeos, de Borgoña, del sur de Francia. En este país para poder competir y llegar a esos mercados hemos tenido que ir especializándonos en cómo hacer vinos de zonas".

—**El vino "Frontera" de Concha y Toro, de bajo precio, es uno de los más vendidos en Estados Unidos.**

—Así es. Como país vendemos por precio, distribución, volúmenes y por capacidad de llegar a muchos puntos como tiene Concha y Toro. Es ahí donde Chile ha sido bastante fuerte. Esto por nuestras condiciones naturales de producción con más bajos costos que otros países. Dicho eso, nos ganamos un lugar importante en los 80 y los 90 como abastecedores de vino básico. Pero nos ha costado mucho salir de ahí.

—**¿Y por qué cuesta tanto llegar al extranjero con vinos más caros?**

—Uno, porque la competencia es mucho mayor. Mientras van subiendo el precio, salen vinos de Francia, Italia, Nueva Zelanda, Hungría o de Estados Unidos, que son muy buenos y apetecidos por el mercado. Esa imagen de que el vino chileno es barato y siempre está en oferta, hace que nos cueste convencer a alguien que está afuera de que se luzca en una comida con un vino chileno *premium*. Pre-

fieren otros países. En los mismos restaurantes del exterior sus cartas son principalmente de vinos no chilenos. Cuesta que nos reconozcan como productores de vino fino. Chile tiene el estigma de ser fabricante de vinos básicos.

—**¿Cuánto tenemos para crecer en vinos premium afuera?**

—Es un tema bien difícil, porque la competencia está bien dura. El vino chileno en los mercados más importantes no está muy bombeante. Hoy no hay mucho espacio y el desafío es volver a creárselo. Volver a llamar la atención de los críticos, y de los tomadores de decisiones. Eso lleva esfuerzo y mucho tiempo.

—**El gerente general de la Viña Undurraga, Andrés Izquierdo, dijo que la industria chilena del vino está pasando por un momento de bajas ventas.**

—Sí, ahora hay una baja en las ventas que es súper considerable. No es que la gente esté tomando menos vino, sino que ha subido la tasa de interés en todo el mundo. Todos están cuidando la plata. Antes, cuando las tasas estaban bajas, era prácticamente gratis tener el vino guardado, pero ahora no. Hay mucha junta de *stock* y los gallos te piden menos. Eso ha pegado un frenazo más o menos.

—**¿Entonces no será bueno frenar un poco el proceso creativo para mantener el stock?**

—Es una pregunta complicada. Yo creo que hay que seguir siendo dinámicos y hay que ir viendo cómo se mueve el mercado. Hay espacio para nuevas variedades. Chile tiene la suerte de que es súper libre para hacer vinos. Podemos mezclar cepas y orígenes. Tenemos muchas menos restricciones que otros países. Entonces debiésemos ser más unidos como gremio, pero no lo somos como las industrias vitivinícolas de otros países.

—**¿Por qué?**

—A Chile le cuesta mucho ponerse de acuerdo, porque cada viña vela por lo suyo. El vino chileno como imagen país siempre ha faltado y sigue faltando. Dar a conocer la calidad de vinos que tenemos y su diversidad es el desafío que tienen todas las entidades como ProChile y Wines of Chile, pero no trasciende, no logra dar efecto. No tengo la respuesta, porque es medio frustrante. Esto lo hablamos incluso con clientes europeos. Ellos te dicen: "El vino chileno es súper bueno, pero la gente sigue teniendo la imagen de que es bueno, bonito y barato".

—**En Chile el Carmenera también es considerada una cepa insignie. Incluso nuestro país se destaca como uno de los productores más importantes de vinos premium Carmenera.**

—En algún minuto se pensó que el Carmenera podía ser la bandera diferenciadora de Chile, pero la verdad es que es una cepa que no ha trascendido mucho. Creo que la imagen de nuestro país sigue siendo el Cabernet Sauvignon, por mucho que muchos quieran que sea el Carmenera. Si uno hace una encuesta afuera, la mayoría de la gente lo identifica así.



Para mí puede haber un vino premium interesante desde las siete u ocho lucas en adelante".



En algún minuto se pensó que el Carmenera podía ser la bandera diferenciadora de Chile, pero la verdad es que no ha trascendido mucho".