

Chile potenciará exportación de vinos al continente asiático

El Ciudadano · 21 de julio de 2023

Viña Concha y Toro es el mayor productor de vinos en América Latina y sus ventas en China aumentaron 14.8% en 2022



Santiago. Chile, cuarto exportador mundial de vinos, superado sólo por Francia, España e Italia, busca **potenciar sus brebajes de lujo en Asia**, con los ojos puestos en China.

También lee: [Inicia operación comercial planta solar más grande de Chile](#)

El **grupo chileno Viña Concha y Toro**, que exporta sus productos a 130 países, lanzó la campaña «*Jewels of the new world by Viña Concha y Toro*», un programa que busca acercar sus productos más finos a los distribuidores y consumidores de Asia.

«Cuando uno quiere desarrollar los vinos finos en cualquier empresa vitivinícola, no es de la noche a la mañana. No es apretar una llave y decir aquí vamos a dedicarnos a los vinos finos. Esto es un trabajo de décadas»

Cristián López

Explicó a Xinhua el director corporativo de Exportación de Viña Concha y Toro

El representante de la compañía subrayó que **en Asia ven una oportunidad de desarrollo** que han ido capitalizando.

«Vemos tierra fértil en el continente asiático para poder desarrollar esta plataforma muy orientada a un trabajo con nuestros distribuidores y, en el centro de atención, los consumidores de estos vinos»

De Chile, el mayor productor de vinos en América Latina

Con 140 años de vida, **Viña Concha y Toro es el mayor productor de vinos en América Latina** y sus ventas, solamente en China, aumentaron un 14.8 por ciento en 2022.

El gerente de «**Luxury Brands Division**» de **Concha y Toro, Rodrigo Jackson**, detalló a *Xinhua* que tuvieron que encontrar un mensaje que les hiciera sentido para explicar los vinos de lujo.

«Lo que queremos hacer es capitalizar de la mejor y mayor forma posible este espacio que existe y donde hay un aprecio real por el vino chileno, el vino de lujo chileno. Las grandes marcas hoy día están muy bien posicionadas en Asia en general y en China en particular»

Rodrigo Jackson

Gerente de «Luxury Brands Division» de Concha y Toro

Tras hacer un estudio en el mercado asiático (China, República de Corea, Japón, Tailandia, Singapur y los Emiratos Árabes Unidos) para entender lo que el consumidor apreciaba, **seleccionaron nueve marcas de vinos de Concha y Toro**, identificaron qué representa cada brebaje, en función a su terruño, sus elementos y la caracterización realizada por un enólogo y lo asociaron a una piedra preciosa.

Por ejemplo, **en el caso de la marca «Amelia», que se produce en el fecundo Valle del Limarí**, en el norte del país, lo unieron al lapislázuli, una piedra color azul mar presente en el mismo valle del país sudamericano donde se produce este vino.

«Representa creatividad, expresión personal, balance. Entonces, sentíamos que esa piedra y ese vino se unía perfecto»

Las ventas de **vinos súper y ultra premium de Concha y Toro representaron el 14 por ciento de las ventas totales en 2022** y son las que mostraron mayor crecimiento en este periodo.

Según cifras del gremio **Vinos de Chile, China fue el segundo destino de los vinos chilenos**, sólo superado por Brasil, con 6.6 millones de cajas de vino embotellado exportadas al país asiático en 2022.

Concha y Toro abrió una oficina comercial y de distribución en Shanghai, China, en 2021, donde trabajan unas 50 personas hasta la fecha, muchas de ellas nativas del país asiático. Esta oficina se suma a las 12 que tiene el grupo vitivinícola repartidas por todo el mundo.

«Es un equipo local, expertos locales en el mercado con mucho enfoque. Hay un trabajo de educación y de mostrar los vinos que es muy fuerte (...) Hoy en día tenemos una posición de liderazgo y de tomarnos muy en serio el mercado. Incluso en los momentos difíciles de la pandemia, nunca hemos sacado el pie del acelerador en China, con un equipo local muy fuerte, muy profesional y con una visión de largo plazo»

Por Agencia Xinhua

Foto: Internet

Recuerda suscribirte a nuestro boletín

➔  <https://t.me/ciudadanomx>
 elciudadano.com

Fuente: El Ciudadano