vinetur

Los turistas brasileños reaniman el vino chileno desde las pistas de esquí

Chile impulsa catas urbanas y rutas con pisco para captar gasto invernal en Santiago y destinos de nieve

lunes 8 de junio de 2026



La llegada de turistas brasileños a Chile durante el invierno está dando aire al negocio del vino en un momento de menor consumo internacional. Un estudio del agrónomo y especialista en vino Maximiliano Morales vincula ese flujo de viajeros con una nueva oferta de enoturismo urbano asociada a las estaciones de esquí, pensada para captar gasto turístico en Santiago y en otros destinos de nieve.

La investigación, difundida a partir de un proyecto impulsado por la plataforma AndesWines.com, sostiene que el mercado brasileño se ha consolidado como el principal motor de la actividad turística ligada al vino en la temporada invernal chilena. La razón es práctica: cada invierno, miles de visitantes llegan a más de una decena de centros de esquí repartidos entre Portillo y el extremo sur del país, pero muchos no disponen de tiempo suficiente para desplazarse a las zonas vitícolas tradicionales situadas más al sur.

Para responder a esa limitación, AndesWines ha puesto en marcha “Ski and Wines”, una propuesta de catas urbanas que acerca el patrimonio vitivinícola chileno a los viajeros alojados en la capital o en enclaves próximos a la nieve. El programa incluye degustaciones privadas de vinos de alta gama procedentes de Metropolitana, con Maipo como referencia, además de Ñuble, Maule y O’Higgins. En esas áreas se concentran algunas de las viñas históricas más antiguas del país.

Morales dirige la experiencia y lleva más de dos décadas dedicado a la promoción internacional del vino chileno. Su trabajo también se ha centrado en la conservación de viñas centenarias y en la difusión de lo que denomina enoturismo ancestral. Según la información del proyecto, el aumento del visitante brasileño durante la campaña de esquí está abriendo nuevas opciones comerciales para bodegas pequeñas, productores de pisco y restaurantes.

La propuesta no se limita al vino. El pisco ocupa un lugar central dentro del recorrido, con catas que combinan este destilado con visitas a bares especializados y locales gastronómicos. La idea es prolongar la estancia del turista más allá de las pistas y llevar parte del gasto hacia la ciudad mediante experiencias ligadas a la bebida y la cocina local.

El proyecto toma como base acciones anteriores organizadas por AndesWines antes de la pandemia. Entre ellas figuraron viajes profesionales a los valles de Puelo e Itata con prescriptores internacionales del sector del vino y la gastronomía. También se organizó una visita al restaurante Boragó junto al genetista y ampelógrafo suizo José Vouillamoz para poner en valor la relación entre cocina y patrimonio vitivinícola chileno.

La iniciativa ya se está ampliando fuera de Santiago. Uno de los puntos señalados por sus promotores es Chillán, donde los visitantes pueden participar en cenas con maridaje y conocer a productores durante su estancia invernal. El objetivo declarado por AndesWines es elevar el gasto medio por turista y abrir nuevas vías comerciales para viñedos patrimoniales de pequeña escala.

La expansión también alcanza el norte del país. Morales trabaja en el desarrollo del programa en los valles de Elqui, Limarí y Choapa, además de Atacama. En estas zonas, el foco está puesto en marcas familiares elaboradas con uvas procedentes de viñas antiguas que siguen activas pese a la escasez de agua y al cambio climático.

Dentro de esa estrategia, el pisco chileno mantiene un papel básico. AndesWines recuerda que esta bebida cuenta con la denominación de origen más antigua de América, establecida el 15 de mayo de 1931, y que su producción está limitada a los valles transversales de Atacama y Coquimbo. Para la temporada de 2026, el Urban Wine and Pisco Tour ha formalizado sus operaciones en el norte chileno con conexiones entre productores regionales y la oferta gastronómica del litoral semiárido en torno a La Serena, considerada la segunda ciudad más antigua del país tras Santiago.

El estudio también relaciona esta nueva línea de enoturismo con la experiencia previa de Morales en cruceros de expedición de lujo como National Geographic Explorer, National Geographic Endeavour y Silver Cloud. En esos barcos organizó catas comparadas de vinos chilenos y argentinos para pasajeros internacionales. Según el análisis, ese trabajo ayudó a sentar las bases de una categoría urbana orientada al viajero internacional premium, un perfil que en algunos casos vuelve después a Chile por su cuenta tras una primera toma de contacto durante el crucero.

La lectura económica del informe es clara: ante una caída del consumo internacional de vino, Chile busca apoyarse en segmentos turísticos capaces de mantener actividad durante el invierno y repartir ingresos entre bodegas pequeñas, destilerías y restauración. El visitante brasileño aparece así como una pieza central para esa estrategia, sobre todo en productos ligados al ocio estacional y a experiencias breves cerca de los grandes núcleos urbanos.