vinetur

Chile Wine Fest deja solo 10 plazas para bodegas en una edición volcada al vino de alta gama

El área VIP y la venta directa centran la propuesta ante un público con mayor poder de compra

lunes 5 de octubre de 2026

Wines of Chile mantiene abiertas las últimas 10 plazas para bodegas en Chile Wine Fest 2026, el festival que se celebrará los próximos 27 y 28 de noviembre en los Jardines del Metropolitan de Santiago. La organización plantea esta edición como el cierre del año para el vino chileno y ha reforzado su orientación hacia el público de alta gama, con un programa que combinará degustación, venta directa, gastronomía, música en vivo y actividades formativas.

La cita regresará a la capital chilena después de la edición de 2025, que, según los datos de la entidad organizadora, confirmó la capacidad del formato para conectar de forma directa con el consumidor final. Wines of Chile cifra en 39 años la edad media del asistente del pasado ejercicio y sitúa entre el 45% y el 48% la compra de entradas VIP en el tramo de 45 a 64 años. Con esa base, la organización quiere ampliar su llegada a un público con mayor afinidad por los vinos de alta gama y por propuestas con un mayor nivel de servicio.

El festival se celebrará además al final de una semana marcada por Vinexpo Explorer en Chile. Para Wines of Chile, esa coincidencia abre una ventana de encuentro entre consumidores, prensa, invitados internacionales y representantes del sector, en un

momento en el que la industria chilena busca reforzar su presencia tanto en el mercado local como en circuitos exteriores.

La oferta para las bodegas se apoya en dos ejes: visibilidad de marca y venta directa. Cada expositor dispondrá de un stand de 3 por 3 metros con espacio para su identidad visual. La participación incluye nevera, copas para degustación, pulseras para el personal y acceso al área VIP con una selección de hasta dos vinos de alta gama o vinos icono. Cada bodega podrá presentar hasta ocho referencias por stand, aunque la organización recomienda trabajar con una gama de cuatro a seis vinos para facilitar una experiencia más ordenada y representativa.

Uno de los puntos que más subraya Wines of Chile es la posibilidad de vender durante todo el evento. Las bodegas podrán realizar ventas directas los dos días con su propio sistema de cobro. La organización considera que ese formato permite convertir la degustación en compra inmediata y, al mismo tiempo, reforzar la relación posterior con el cliente.

A esa parte comercial se suma una campaña de comunicación en la que participarán los canales de Wines of Chile, medios digitales, contenidos compartidos, prescriptores en redes, prensa y alianzas con otras marcas. El objetivo es dar presencia a las bodegas antes, durante y después del festival, con una exposición que no se limita al espacio físico del recinto.

La programación general girará alrededor del vino, pero no se limitará a la cata. Los Jardines del Metropolitan acogerán espacios gastronómicos, actuaciones musicales, talleres, catas y otras activaciones al aire libre. La organización busca que el público pueda conocer distintas zonas vitivinícolas, estilos y proyectos de bodega en un formato más amplio que el de una feria profesional clásica.

El área VIP será uno de los focos de esta edición. Wines of Chile prepara una selección diferenciada de vinos de alta gama y vinos icono, con apoyo de sumilleres, catas guiadas, una propuesta gastronómica exclusiva y una programación musical propia para ese espacio. La entidad ha avanzado que incorporará nuevas actividades en las próximas semanas para reforzar ese perfil.

Las tarifas netas para las bodegas oscilan entre 650.000 y 1.105.000 pesos chilenos, en función de si la empresa es pyme o no y de su condición de socia de Wines of Chile. La cuota más baja, de 650.000 pesos chilenos, corresponde a las pymes asociadas. Para las pymes no asociadas, la cantidad sube a 845.000 pesos chilenos. Las empresas asociadas que no están en la categoría pyme abonarán 850.000 pesos chilenos, mientras que las no asociadas pagarán 1.105.000 pesos chilenos.

En la parte dirigida al público, la entrada general tendrá un precio de 30.000 pesos chilenos más gastos de gestión e incluirá copa y degustación de los vinos disponibles en los stands, además del acceso al programa general del festival. La entrada VIP costará 65.000 pesos chilenos más gastos de gestión e incorporará, además de la experiencia general, el acceso al sector reservado, copa premium, selección de vinos de alta gama y vinos icono, catas guiadas, propuesta gastronómica exclusiva y otros beneficios con marcas participantes.

Wines of Chile había fijado el cierre de registro para las bodegas en el 30 de septiembre, aunque mantiene la admisión sujeta a disponibilidad y a confirmación de la inscripción. Con las últimas 10 plazas aún sin asignar, la selección final de expositores quedará condicionada por el aforo previsto y por el perfil que la organización busca para esta edición.