vinetur

El vino y el pisco chilenos refuerzan su apuesta internacional en la feria Prowein de Düsseldorf

Chile busca ampliar mercados y consolidar sus exportaciones en uno de los mayores eventos mundiales del sector bebidas

miércoles 18 de marzo de 2026



El vino chileno y el pisco participan este año en Prowein Düsseldorf, una de las ferias internacionales más importantes para la industria de bebidas. El evento comenzó el 15 de marzo en Alemania y espera recibir a más de 42.000 visitantes de diferentes países.

La presencia chilena en esta feria busca fortalecer la imagen del país, ampliar mercados y consolidar el crecimiento exportador tanto del vino como del pisco.

Por segundo año consecutivo, Chile cuenta con un espacio dedicado al pisco, donde cinco empresas de las regiones de Coquimbo y Atacama presentan su oferta. Esta acción es resultado del trabajo conjunto entre ProChile y Pisco Chile. Además, el gremio Wines of Chile coordina la participación de 15 viñas en un pabellón de 152 metros cuadrados. También se ha organizado una clase magistral sobre los valles de Maule, Colchagua y Cachapoal para dar a conocer la diversidad de los vinos chilenos.

Lorena Sepúlveda, directora nacional de ProChile, explicó que la presencia en Prowein Alemania es importante porque permite mostrar la oferta vitivinícola chilena en un espacio clave para los negocios y el posicionamiento internacional. Según datos oficiales, el año pasado Chile exportó vinos por un valor de 1.500 millones de dólares a 141 mercados. En cuanto al pisco, las exportaciones alcanzaron los 3,9 millones de dólares y llegaron a 40 destinos distintos. Sepúlveda señaló que se está trabajando junto a gremios y empresas para aumentar estos valores y llegar a más mercados.

Europa figura entre los principales destinos para el pisco chileno. Alemania lidera las importaciones dentro del continente europeo: el año pasado recibió envíos por más de 458.000 dólares, lo que representa un aumento del 73%. España importó pisco chileno por valor de 310.000 dólares, casi el triple que en 2024, mientras que Francia alcanzó los 143.000 dólares, con un incremento del 24%.

Francisco Munizaga, presidente de Pisco Chile, indicó que Alemania fue el tercer destino mundial para el pisco chileno durante el año pasado. La estrategia actual busca seguir posicionando esta bebida junto a las marcas presentes en ese mercado. Munizaga añadió que Prowein es una oportunidad para conocer tendencias, conectar nuevas marcas con importadores y promover las cualidades del pisco en una feria reconocida dentro de Europa.

En lo referente al vino, Europa concentra cerca del 36% del valor exportado por Chile durante el último año, con un total de 550 millones de dólares. Sin embargo, la participación chilena en Prowein Düsseldorf tiene como objetivo impulsar las exportaciones no solo hacia Europa sino también hacia Norteamérica y Asia, con la

intención de aumentar los envíos internacionales del sector.

Julio Alonso, director comercial de Wines of Chile, afirmó que Chile participa con un pabellón nacional que refleja la diversidad y calidad de su industria vitivinícola. Según Alonso, este tipo de ferias internacionales son fundamentales para ayudar a las viñas a conectar con importadores, distribuidores y compradores de diferentes partes del mundo y así abrir nuevas oportunidades comerciales en mercados estratégicos.

Durante Prowein Düsseldorf 2026 se han realizado inauguraciones oficiales, cócteles y degustaciones en ambos pabellones chilenos. Estas actividades cuentan con el apoyo de la Oficina de ProChile en Alemania y la presencia de representantes institucionales como Germán Vergara, director comercial de ProChile en Alemania; Francisco Munizaga y Manuel Schneider por parte de Pisco Chile; así como Julio Alonso y Carmen Orellana por Wines of Chile.

La participación chilena en esta feria busca reforzar la presencia internacional tanto del vino como del pisco mediante acciones coordinadas entre organismos públicos y privados. El objetivo es aprovechar el alcance internacional del evento para generar nuevos contactos comerciales y fortalecer la imagen país ante compradores e importadores internacionales.