

Tendencia de consumo partió el 2016

Vinos semi dulces van por el público joven

CIRO COLOMBARA C

En mercados como el estadounidense, aproximadamente desde el año 2016 se comenzó a observar una tendencia de un cierto grupo de consumidores hacia los vinos semi dulces. Esa

La oferta es un producto rico y fácil de beber y de buena venta en botillerías.

tendencia se fue expandiendo y ya en 2018 la industria chilena empezó a incorporar este tipo de propuestas. Así lo señala Rosario Fernández, gerenta de marketing Chile e Innovación en VSPT Wine Group. "Nosotros respondimos rápidamente a la creciente demanda, lanzando nuevas marcas y líneas que lograran atraer a diferentes públicos".

La ejecutiva agrega que la incorpora-

ción de los vinos semi dulces responde a los esfuerzos de la industria vitivinícola por atraer a consumidores más jóvenes, de entre 25 y 45 años, tanto hombres como mujeres, que están comenzando a explorar la categoría.

¿Y qué busca este público?

"No busca tanta complejidad. Prefiere más bien productos que sean ricos, fáciles de beber y con una propuesta de diseño atractiva, pero de todas maneras valora la calidad como eje clave. Los jóvenes están ampliando los límites de la innovación enológica con un enfoque en el sabor".

En junio del año pasado, Misiones de Rengo lanzó la línea Medium Sweet, con tres variedades: Red Blend, Cabernet Sauvignon y Sauvignon Blanc. "Fue la primera marca a nivel nacional en ofrecer variedades semi dulces. Desde su lanzamiento, hemos tenido resultados excelentes, superando nuestras metas tanto en ventas como en cobertura. Lo anterior nos impulsó a dar un paso más allá, lanzando el pasado mes de abril la cepa Carmenerre. ¿Y qué precios tienen? Se pueden



ELISA VERDEJO

Rosario Fernández destacó la rápida respuesta a la creciente demanda.

encontrar entre \$5.000 y \$6.000".

Rosario Fernández comenta que una de las principales motivaciones para incorporar otra variedad a esta línea de Misiones de Rengo fue la creciente demanda de las personas en ese segmento de precios y superiores. "Hoy están buscando mayor variedad y nuevas propuestas. En ese sentido, vimos una gran oportunidad de crecimiento y de atraer a nuevos consumidores".

¿Las botillerías son un canal muy importante para acercar estos productos a los consumidores y darlos a conocer?

"Totalmente. Es un canal de venta fundamental para nosotros y por eso que tenemos la responsabilidad de entregar productos que sean relevantes. Hemos recibido muy buenos comentarios gracias a la excelente llegada de nuestra línea Medium Sweet, de cara a nuestros consumidores, en botillerías a lo largo de todo Chile".