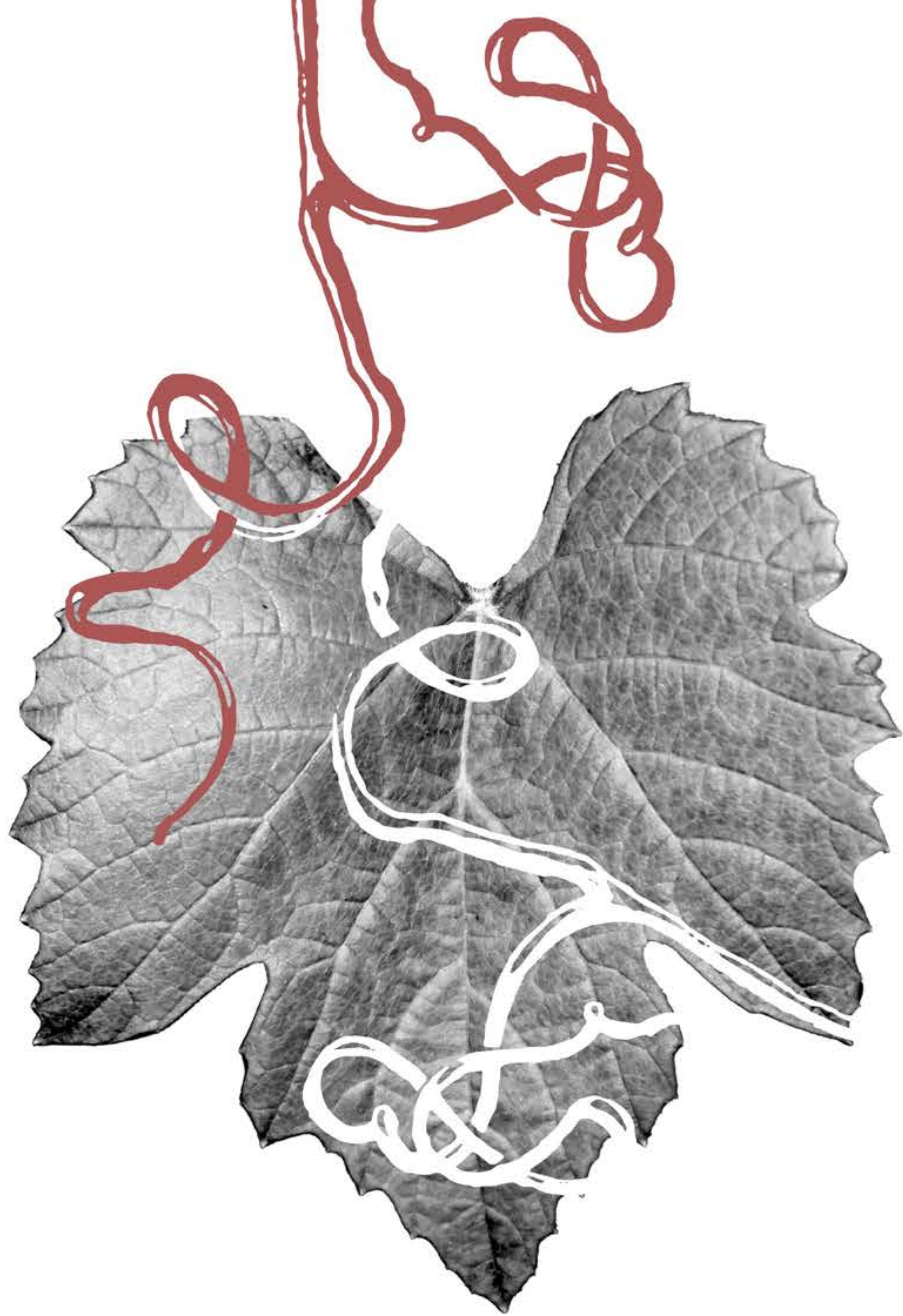


# memoria anual 2022



Vinos de Chile

A stylized graphic element consisting of a series of horizontal lines of varying lengths, resembling a horizon or a stylized wave, positioned below the text "Vinos de Chile".

“

El año 2022 fue un año de grandes desafíos en dónde la **creatividad** de los equipos y la **colaboración** de la industria fueron **claves** para terminar el año de forma **positiva**

---



# índice

04

Carta del presidente

08

Hitos 2021

10

Directorio

13

Equipo

16

Nuestras viñas

19

Wines of Chile

43

Mercado nacional

47

Capital humano

57

Área de investigación, desarrollo e innovación

65

Departamento de estudios

67

Legal

Vinos de Chile




Siento orgullo  
y satisfacción  
del equipo de  
trabajo que  
logró afiatarse  
de manera  
espontánea para  
sacar adelante  
una agenda  
ambiciosa

---



Después de la vendimia, al sentarme a escribir estas líneas con el propósito de esbozar un balance o resumen de los que considero son los hitos relevantes desde que asumí la presidencia de Vinos de Chile, inevitablemente asocié este fin de ciclo con la enología, porque cada vez que termina una vendimia finaliza un ciclo y comienza una nueva etapa del proceso vitivinícola.

En la actividad gremial ocurre algo muy similar a las sensaciones que provoca una vendimia, porque desde el momento en que finaliza un ciclo presidencial se inicia una nueva etapa que estará determinada por un contexto país y sectorial diferente, lo que obviamente exige no solo de nuevos liderazgos, sino también ideas, propósitos y, sobre todo, de nuevos sueños y objetivos. Hoy finaliza mi propia vendimia gremial y mi sucesor tendrá la responsabilidad de liderar un



proceso de fermentación para que todo lo realizado en estos largos años logre embotellarse como un vino premium que deje huella en el paladar de los socios que me eligieron para este desafío.

Siento satisfacción, orgullo y tranquilidad por lo realizado. Satisfacción porque se estructuró un equipo de trabajo que logró afiarse de manera espontánea para sacar adelante una agenda de trabajo ambiciosa; siento orgullo porque ese mismo equipo de trabajo fue profesional, diligente, entusiasta y desplegó un compañerismo simplemente conmovedor. Hago énfasis en este punto porque los resultados con los cuales los socios deben evaluar una gestión tienen innumerables variables y dimensiones que bajo ciertos contextos políticos, sociales y económicos no podemos controlar ni anticipar, pero que, gracias al equipo correcto, esas dificultades se logran enfrentar con estrategias adecuadas, tácticas efectivas y espíritu de superación.

Sabemos perfectamente que desde 2019 en adelante enfrentamos uno de los períodos más complejos y extraños de nuestras vidas, porque fuimos testigos forzados de un estallido social en Chile que cambió por completo agenda social, económica, política y constitucional, una pandemia que cambió para siempre los hábitos y rutina de toda la población mundial, para luego informarnos de la devastadora invasión rusa a Ucrania.

Estas situaciones marcan a fuego lo realizado en este periodo que me tocó liderar, por lo mismo es que este balance lo hago desde una aproximación cualitativa más que cuantitativa, y desde la satisfacción personal y el agradecimiento colectivo a quienes contribuyeron con su compromiso, profesionalismo y dedicación a enfrentar situaciones límites.

Con el respaldo del directorio nunca perdimos la brújula y logramos llevar adelante una agenda de trabajo que debió modificarse, adaptarse y reinventarse cada vez que fue necesario. Y esa flexibilidad se logró gracias al apoyo de cada socio y del equipo que me acompañó en esta cruzada gremial. Por supuesto que hubo momentos difíciles, cansancio y frustración, porque un gremio debe necesariamente representar de la mejor manera posible el interés general de un sector, pero también sabemos que las viñas tienen pesos específicos y realidades diferentes, por lo tanto, no siempre se logra alinear el interés colectivo de la manera o la efectividad virtuosa que uno quisiera.

“

**Con el respaldo del directorio nunca perdimos la brújula y logramos llevar adelante la agenda de trabajo**



**Comparo  
el ciclo de  
vida de un  
período  
gremial con  
la vendimia**

**Sabemos que  
el ciclo del  
crecimiento  
nunca  
termina**

**Espero que  
la cadena se  
mantenga  
firme**

Antes de detallar algunos hitos que me parecen relevantes y destacables, quiero finalizar esta parte compartiendo una reflexión sobre los aspectos gravitantes del rol gremial. Lo primero es que el desafío que tenemos los empresarios es estar siempre movilizándolo al talento profesional, sean emprendedores, dueños de compañías o ejecutivos para que tengan presencia activa en el debate público y de esa forma poder defender las ideas en las cuales creemos. Y las buenas ideas no son necesariamente contrapropuestas al gobierno de turno para reducir la base tributaria, sino también comunicar las buenas prácticas empresariales que permitan mejorar la calidad de vida de los trabajadores, como también la inversión en Investigación y desarrollo para mejorar la calidad de los productos que elaboramos.

Hago explícita la invitación a que sepamos identificar y ocupar todos los espacios posibles para evangelizar lo que hacemos, si no también el cómo lo hacemos. Percibo un cambio importante en esta generación de empresarios, quienes probablemente por la influencia anglosajona de su preparación académica y la irreversible globalización de los mercados, son profesionales activos en la defensa de sus convicciones. Así y todo, este esfuerzo no es suficiente ya que la defensa gremial jamás puede descansar en el dirigente de turno, sino que debe profundizarse desde el encadenamiento de visiones y voluntades para que sus eslabones sean fuertes y la cadena nunca de rompa.

En otras palabras, debemos tener plena conciencia que siempre enfrentaremos las adversidades propias de la actividad empresarial, lo que debe obligarnos a ser consecuentes en la defensa del libre mercado como en la adopción de aquellas prácticas empresariales que nos permitan adaptarnos con versatilidad a los cambios sociales, políticos, económicos y tecnológicos.

Para finalizar, quisiera mencionar algunos logros alcanzados en este período que considero son relevantes para la consolidación de este gremio que cada día va adquiriendo un mayor peso específico. En esa línea, el aumento de 76 a 102 viñas asociadas nos convierte en un gremio más que en una asociación. De hecho, son pocas las asociaciones que pueden acreditar una representación tan transversal en cuanto a número de participantes, lo que nos ha llevado incluso a que hayamos presidido otros gremios de importancia estratégica para el país, como lo son el Consejo Exportador de Alimentos y Enoturismo Chile, dos plataformas que sin duda han contribuido al posicionamiento internacional de Chile.

Nuestro Código Nacional de Sustentabilidad es otro hito mayor, pues a la fecha ya son 84 las viñas certificadas, las cuales están comprometidas con el proyecto de Cambio Climático y Agricultura regenerativa. También en esa línea, logramos completar a las 83 mil personas capacitadas y 8 mil certificadas en aspectos formativos de capital humano.

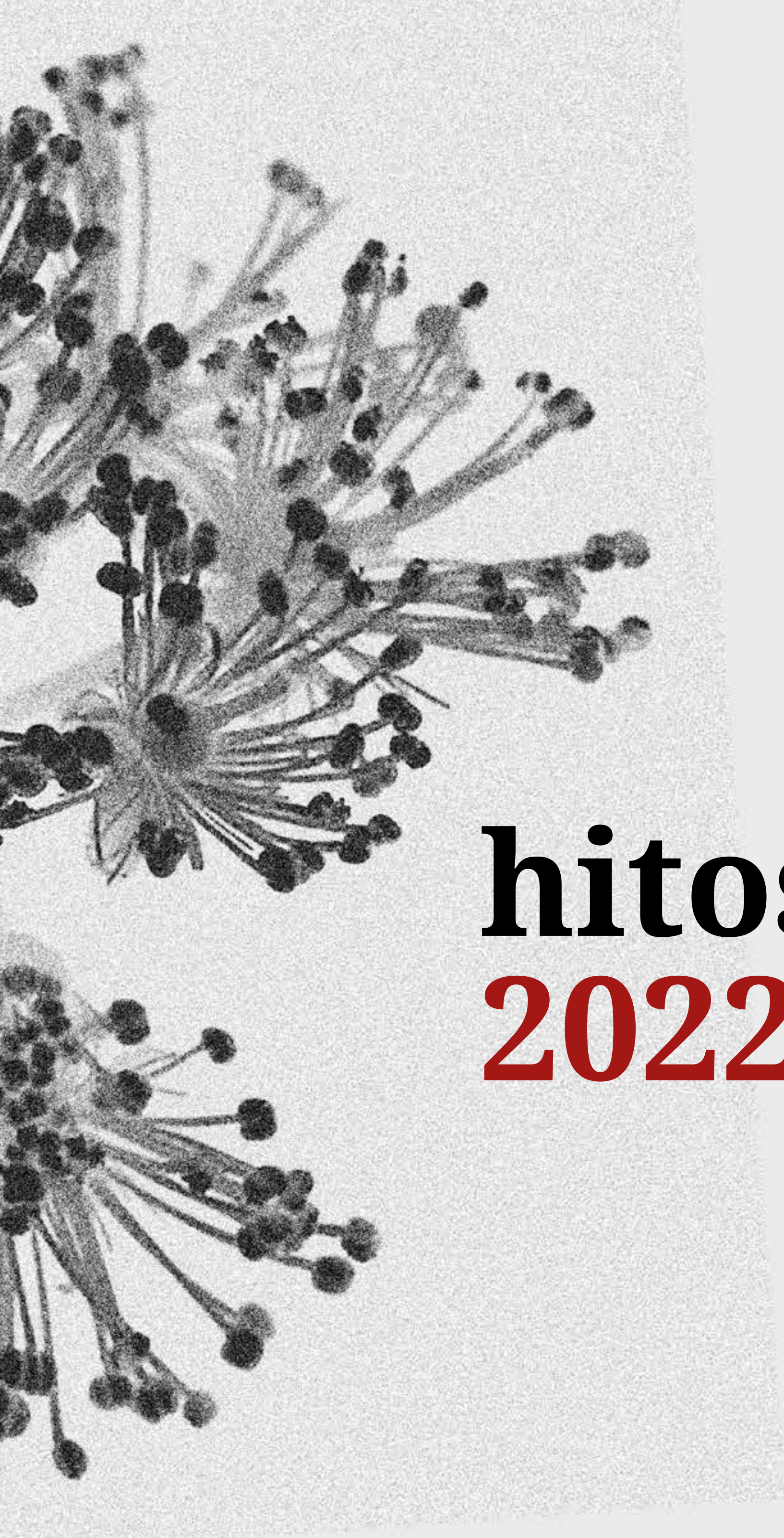
En otro ámbito del quehacer gremial logramos influir de manera razonable en la Ley de Etiquetado, evitando que una leyenda alusiva al cáncer vaya en la etiqueta central y se estableciera en la contraetiqueta. Por último, en este período consolidamos nuestra presencia comercial con oficinas en Brasil, China y Estados Unidos, mercados en los cuales participamos desarrollando ferias, roadshows y una serie de actividades para promover el vino chileno, estimulando su demanda y reconocimiento de marca y origen, sobre todo en el periodo post pandemia. A este esfuerzo se suma que estamos en pleno desarrollo de la estrategia comercial y de posicionamiento en India, hoy el mayor mercado mundial por población.

Finalizo estas palabras con un agradecimiento infinito a todos quienes confiaron en mí y el equipo que me acompañó durante este tiempo, porque gracias a esa colaboración que pudimos llevar adelante una agenda de trabajo que deberá mantenerse en el tiempo, consolidarse y proyectarse con el sello que la nueva presidencia busque imprimirle.

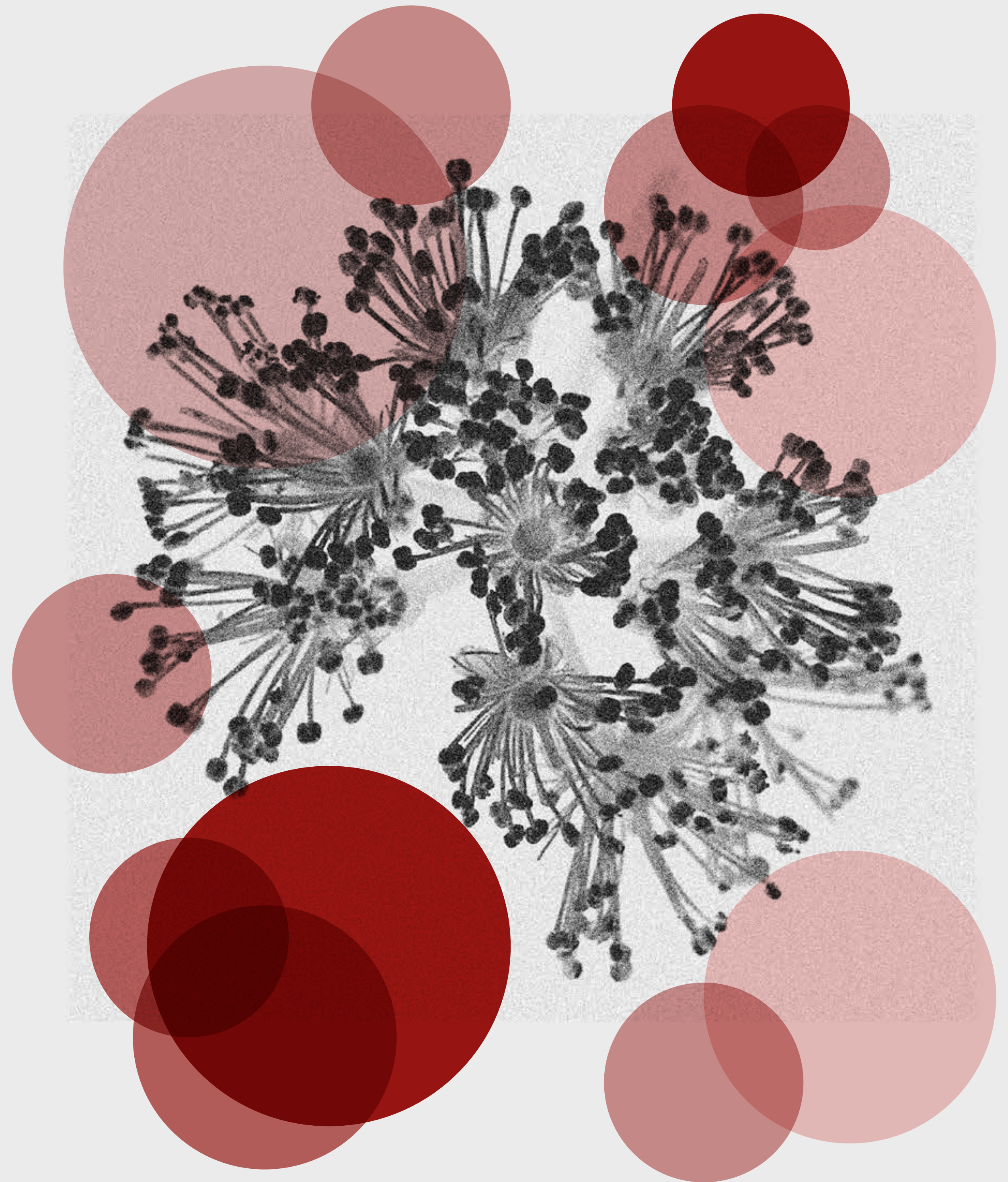


**Aurelio Montes**  
Presidente





**hitos**  
**2022**





## Inclusividad del Gremio en el Sector

Un aspecto muy relevante, es el éxito que ha tenido la campaña de nuevos Asociados. Comenzamos el 2019 con 76 viñas, terminamos con 100 viñas, es decir un 32% de más asociados, y a nivel territorial esta cobertura ha sido mucho más abierta. Claramente, la disminución de barreras financieras para ciertos asociados y una positiva evaluación que como Gremio estamos concretando.

## Relevancia e Influencia en el Sector Exportador y Nacional ( Público y Privado )

Vinos de Chile hoy es reconocido como uno de los gremios sectoriales más influyentes de Chile. El gremio preside dos otras asociaciones gremiales de alto impacto, por un lado somos titulares en el Consejo Exportador de Alimentos, Asociación que tiene 11 gremios que en conjunto exportamos un cuarto de toda la exportación de Chile, y Vinos de Chile solo representa un 10% de ese valor, pero dada nuestra condición de líderes en la imagen de Chile, podemos liderar esta importante organización. Además Vinos de Chile preside Enoturismo Chile, esta organización con Corfo que además incluye a 18 actores del gobierno, la academia, gremios de turismo y gastronomía, las rutas del vino y varios actores que le dan más territorialidad al sector. Nos ha permitido potenciar el triángulo virtuoso Vino, Turismo y Gastronomía

Este liderazgo como sector también se vive desde distintos ámbitos, donde como Asociación se ha logrado anclar importantes capacidades e interrelación de las distintas gerencias de la Asociación, si lo vemos por áreas tenemos:

En I+D+i, hemos logrado ir trabajando desde el 2012 con una mirada desde la Sustentabilidad como un modelo de trabajo que ha permeado a las más de 84 viñas que cuentan con el Código Nacional de Sustentabilidad, algo que ha sido reconocido local e internacionalmente; sin embargo, aún falta camino que recorrer. Además, le estamos dando un importante foco al proyecto de Cambio Climático y Agricultura Regenerativa, el cual durará 5 años y contamos con S&C, para poder potenciar nuevos modelos de negocio.

Desde el KH el Gremio es reconocido como uno de los principales impulsores de desarrollo para nuestros colaboradores, pero hoy ha ampliado su quehacer a los trabajadores del agro en general, estudiantes de EMTP y trabajadores vulnerables a lo largo del país. Hoy cuenta con más de 83.000 gestiones de capacitación, 12.330 cursos y más de 9.000 personas certificadas a la fecha, además de trabajar activa y conjuntamente con las viñas y entidades privadas y gubernamentales en temas tan relevantes como el desarrollo de proyectos, estudios de competitividad laboral y radiografías del sector.

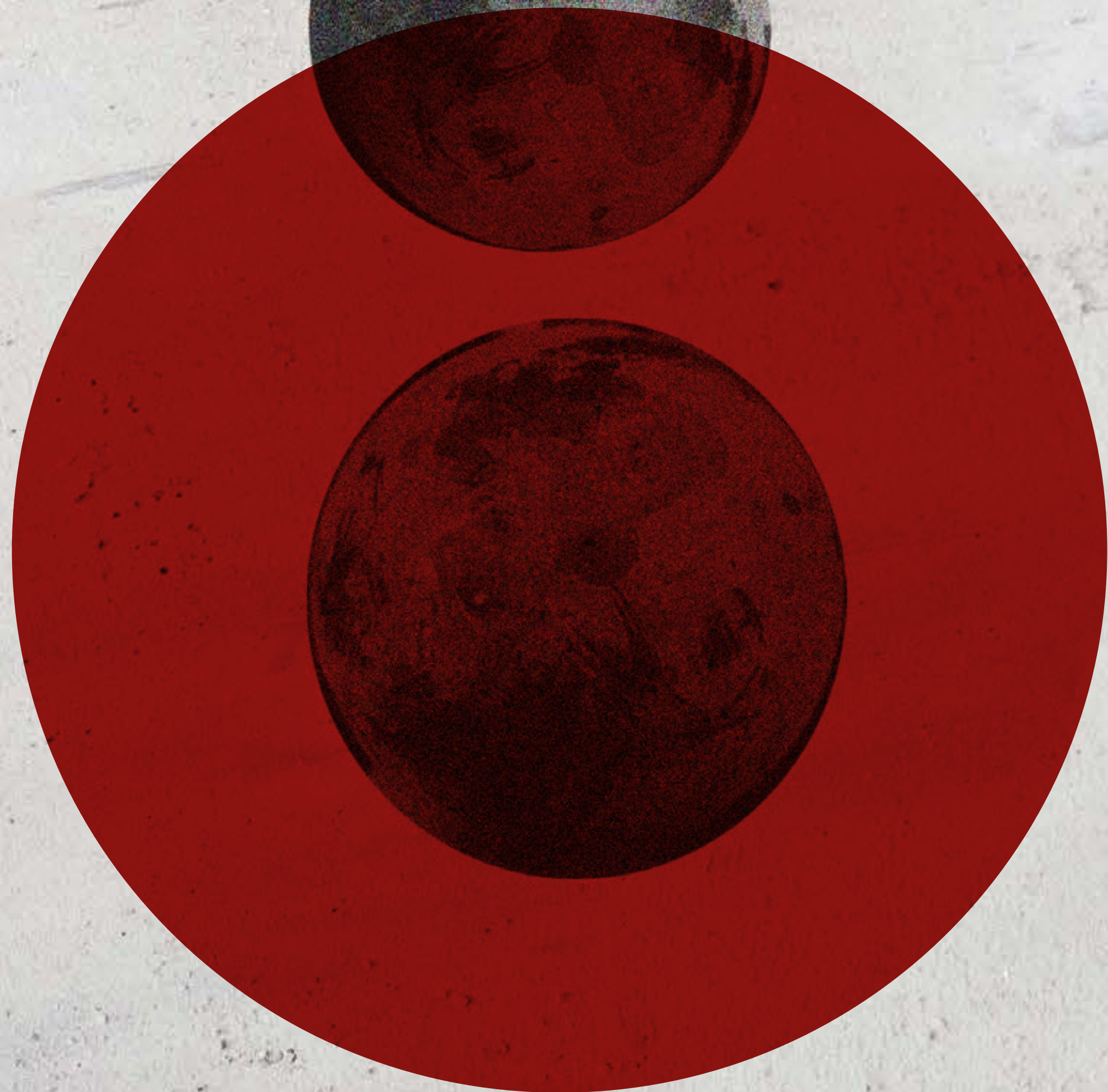
En el área regulatoria y de estudios, en la actualidad, el gremio es un interlocutor relevante frente al gobierno, entidades internacionales para poder trabajar temas claves como ley de etiquetado, impuestos, regulaciones internacionales y acuerdos de libre comercio con los países claves. Logramos amortiguar importantes amenazas del mundo de la salud y poner a nuestro sector como un aporte más que un riesgo.

Comercialmente, ha sido años complejos, donde Chile ha ido avanzando con un mejor share de mercado; sin embargo, no debemos ignorar que la categoría de vinos en el mundo no crece y por ende la atomización de oferta, una imagen país en construcción y un consumo estable con competidores de clase mundial que invierten mayores recursos en sus campañas, nos ha puesto un escenario muy desafiante. Sin embargo, Chile ha logrado estar entre los líderes en varios mercados como Brasil, Irlanda, Corea del Sur, China, esperando mejorar posiciones en otros como Estados Unidos, Reino Unido, por mencionar algunos.

El aporte objetivo y concreto de nuestras 3 oficinas en el exterior refuerzan estos objetivos.



**directorio**  
vinos de  
chile



PRESIENTE  
Aurelio Montes B.



VICE PRESIDENTE  
Mario Pablo Silva S.



TESORERO  
Juan José Bouchon L.



DIRECTOR  
Thomas Domeyko C.



DIRECTOR  
Pedro Herane A.



DIRECTOR  
Andrés Lavados G.



DIRECTOR  
Alfonso Undurraga M.



DIRECTORA  
Mariluz Marin S.

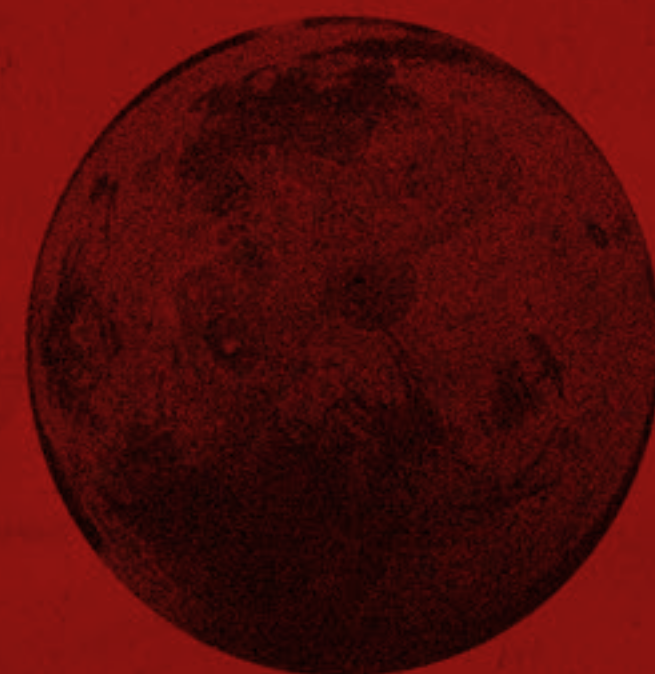
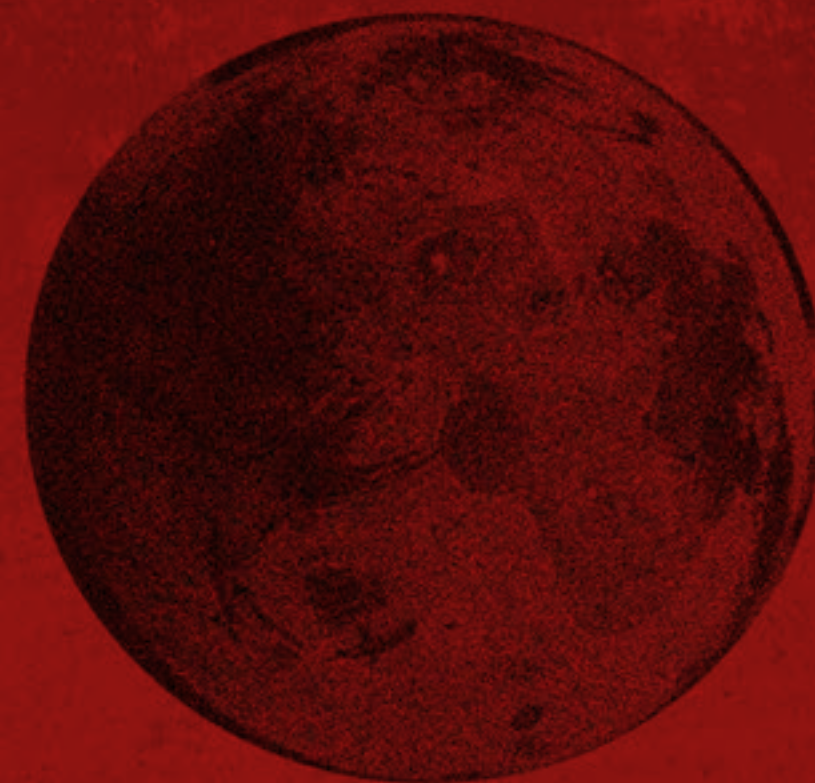


DIRECTOR  
Eduardo Carvallo I.



DIRECTOR  
Wilfred Leigh

# comité internacional wines of chile



• **ALEJANDRO ABARCA**  
VIÑA TERRANOBLE

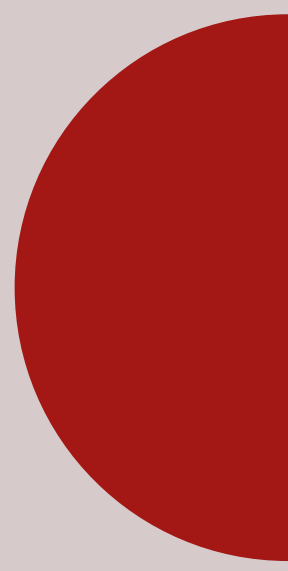
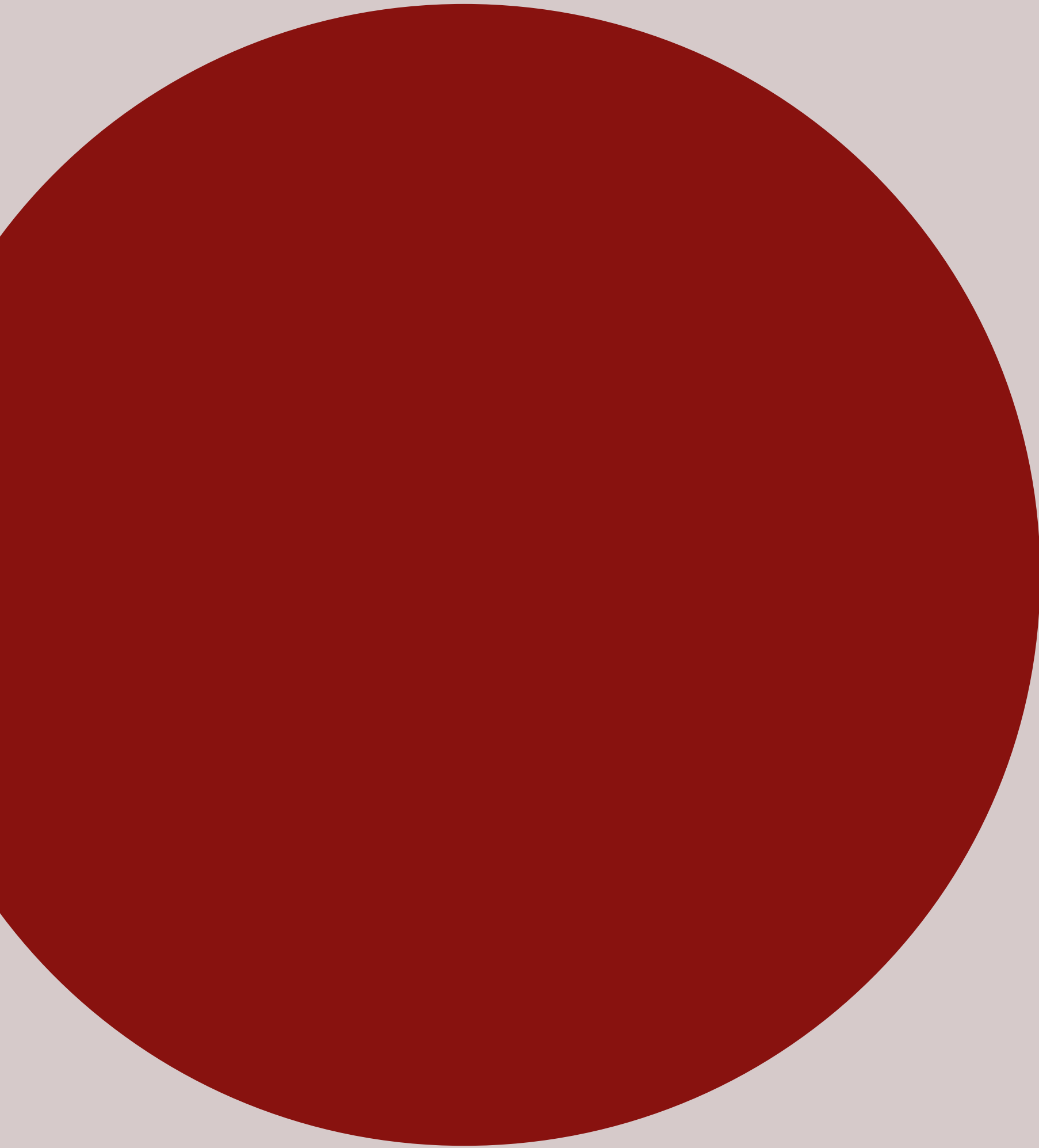
• **MATÍAS GARCÉS**  
VIÑA GARCÉS SILVA

• **SANTIAGO ACHURRA**  
VIÑA REQUINGUA

• **MATÍAS RIVERA**  
VIÑA ARESTI

• **ISABEL GUILISASTI**  
VIÑA CONCHA Y TORO

• **SILVIO ROSTAGNO**  
VIÑA ODFJELL



equipo  
gerencial

El fuerte compromiso del equipo, su flexibilidad y conocimiento de la industria, permitieron enfrentar los grandes desafíos 2022 con éxito



**gran flexibilidad**  
profundo conocimiento



DEPTO DE ESTUDIOS  
Claudia Carbonell

GERENTE I+ D  
Patricio Parra

GERENTE CAPITAL HUMANO  
Elíizabeth Díaz

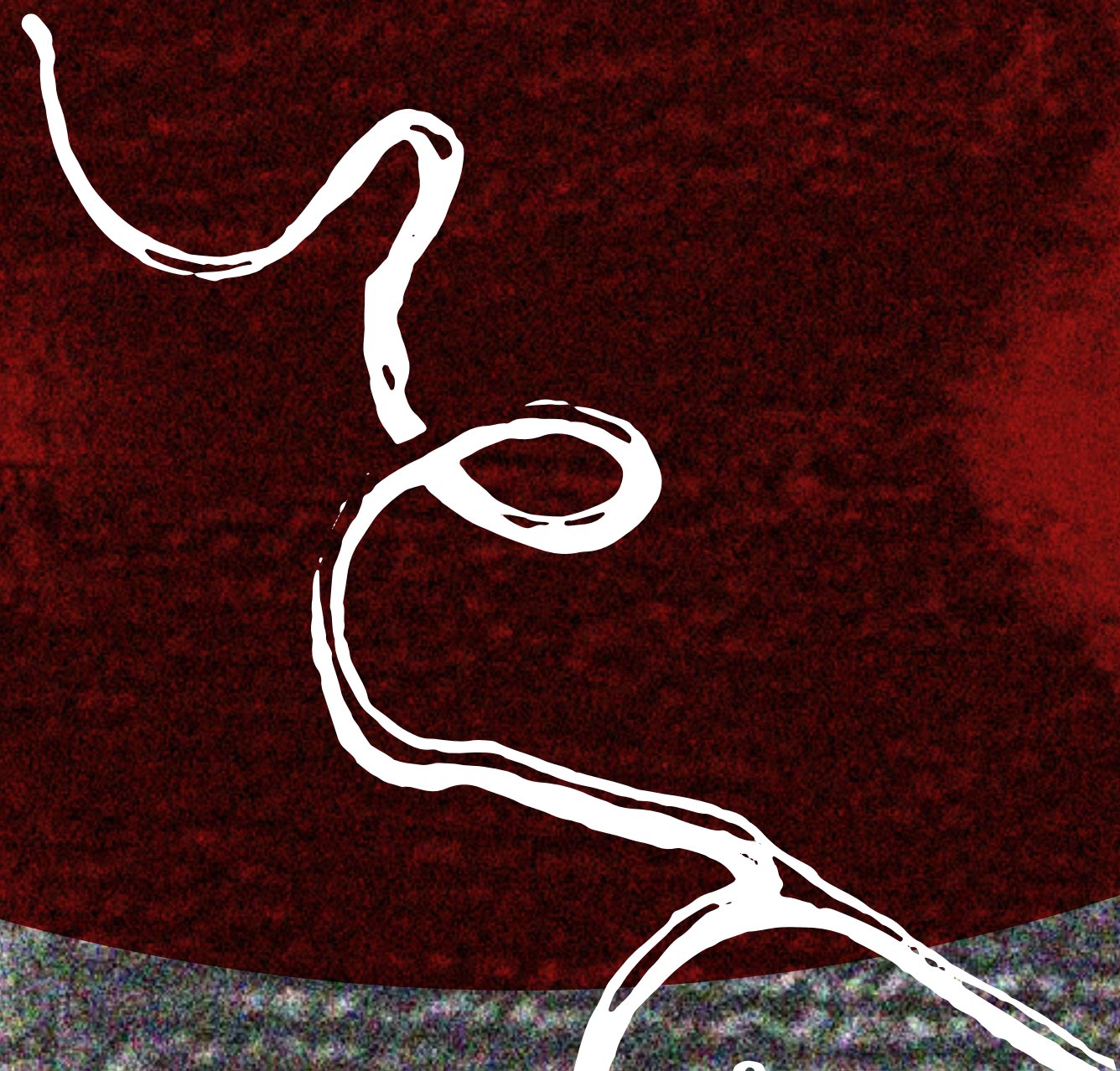
GERENTE GENERAL  
Claudio Cilveti

DIRECTORA COMERCIAL  
Angélica Valenzuela

ÁREA LEGAL  
Federico Mekis

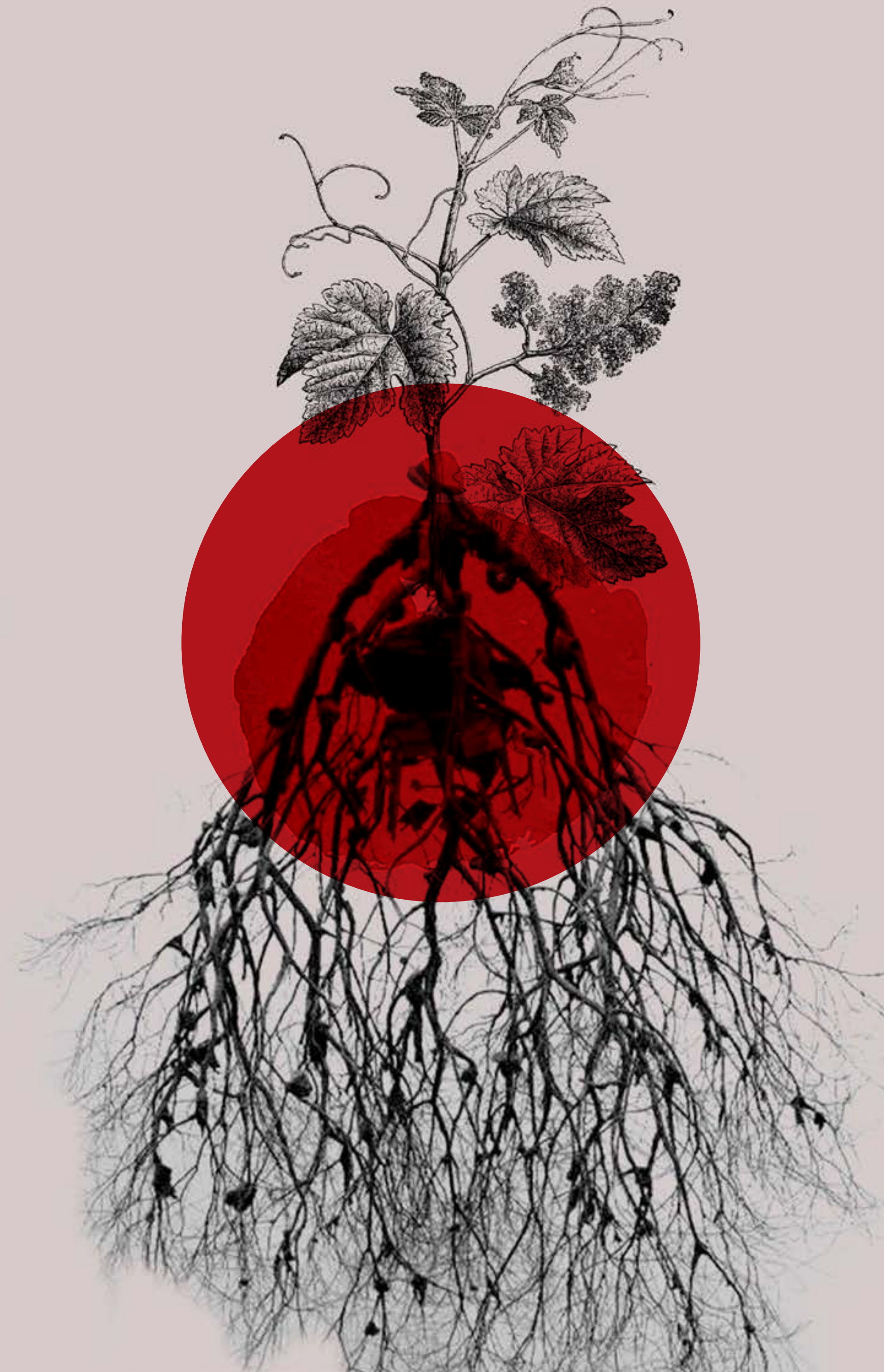


# nuestras viñas





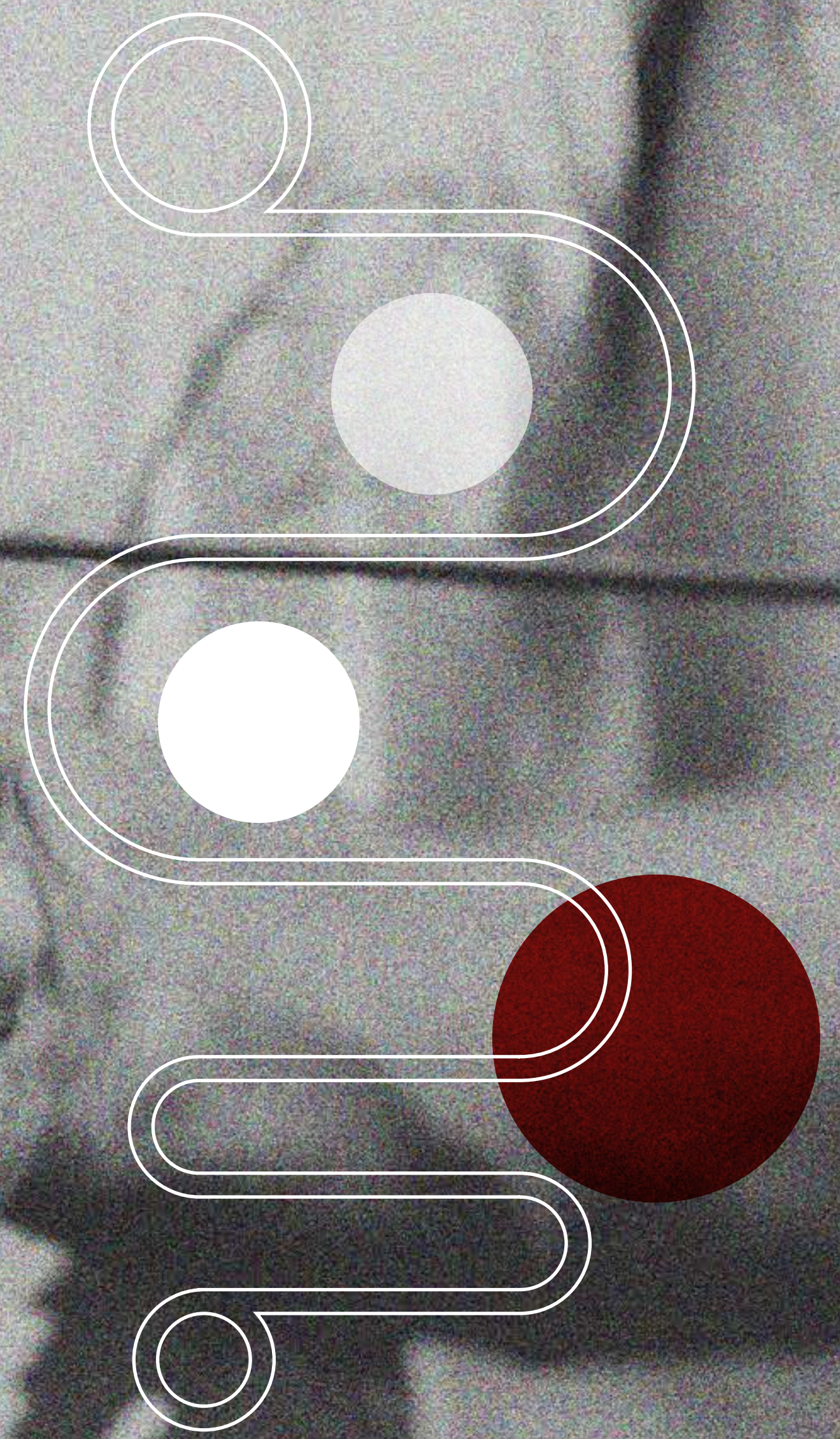
Agradecemos a nuestros asociados su gran compromiso y constante colaboración para desarrollar la imagen de nuestros vinos en el mundo



CONCHA Y TORO · SAN PEDRO TARAPACÁ · SANTA RITA · CONOSUR · LUIS FELIPE EDWARDS · MONTES · SANTA CAROLINA · ARESTI · BETHWINES · CASA SILVA · EMILIANA · LA ROSA · LOS VASCOS · MIGUEL TORRES · MAIPO · REQUINGUA · SANTA HELENA · VALDIVIESO · VENTISQUERO · BARON PHILIPPE DE ROTSCCHILD · CARMEN · COUSIÑO MACUL · EL AROMO · ERRÁZURIZ OVALLE · MONTGRAS · MORANDÉ · SUR ANDINO · VIA WINES · VIU MANENT · BISQUERTT · ECHEVERRÍA MATETIC · PÉREZ CRUZ · SAN ESTEBAN · TABALÍ · TERRANOBLE · VERAMONTE · CASAS DEL BOSQUE · DE MARTINO · J. BOUCHON · LOS BOLDOS · SAN JOSÉ DE APALTA · TOP WINE · LEYDA · BALDUZZI · EL PRINCIPAL · GARCÉS SILVA · HARAS DE PIRQUE · KOYLE · LA RONCIERE · ODFJELL · VALLE SECRETO · VIK-MILLAHUE CASA MARÍN · MAQUIS · RAVANAL · LAS NIÑAS · KINAST · GILLMORE · VIÑEDOS DE ALCOHUAZ · VINOS BAETTIG · DOMUS AUREA · DOS ALMAS · ENCIERRA · A & A · ALTO DE QUILIPIN · GANDOLINI · KORTA · LAS VELETAS · MARTY · NOBEL · CLOS DE LUZ · MATURANA WINES · INVINA · BODEGAS TAGUA TAGUA · VON SIEBENTHAL · ALTAMANA · ARISTOS · PIEDRA SAGRADA · DECRUZ · CASTELLÓN · AYLLU · KUNZA · TORREALBA · TEILLERY · ANAKENA · DAGAZ · BESOAIN · ATOMO · TRES PALACIOS · FORAJIDOS · CHADA · KOD KOD · LAGAR DE CODEGUA · I WINE · LOMA LARGA · LOS QUISCOS



# wines of chile





**Brasil, Canadá,  
México y Japón  
destacan  
dentro de los  
mercados con  
buen desempeño**



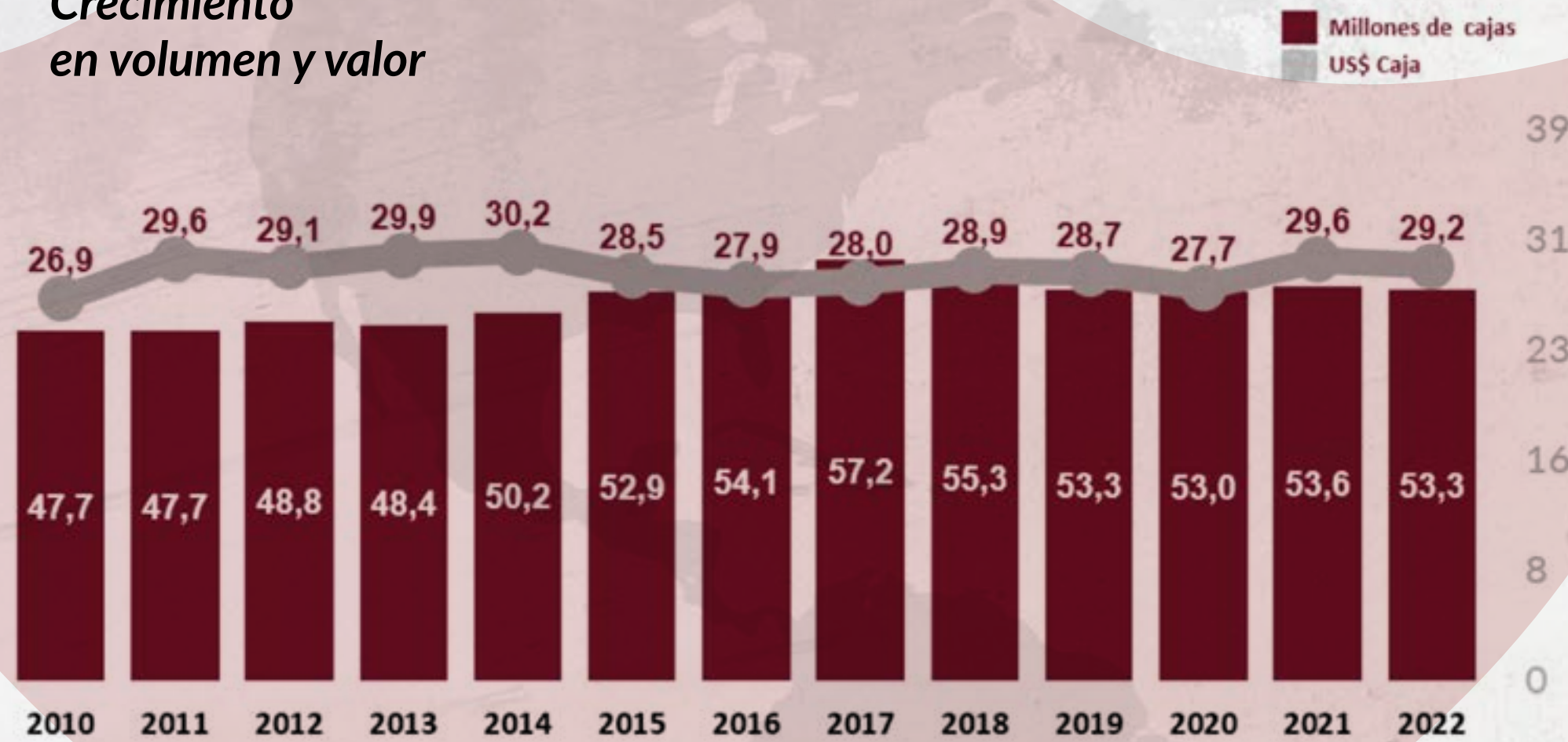
# una mirada general

El año 2022 fue un año de transición post pandemia en la mayoría de los mercados exceptuando China, nuestro principal mercado en valor. Los problemas logísticos, duras medidas de cuarentena y sobre stock, generaron una caída importante en las exportaciones de ese mercado.

China mantuvo el primer lugar en valor a pesar de tener una baja de -9% en volumen y de -9,6% en valor respecto de 2021, con 6,6 millones de cajas por US\$231,7 millones FOB. Le sigue Brasil en valor, manteniéndose como nuestro 1er destino en volumen, con 7,6 millones de cajas y US\$185 millones FOB, cifras similares al año anterior. Entre los demás destinos Top 10, caen los envíos a Estados Unidos, Reino Unido y Corea del Sur. Holanda cae sólo en valor, pero aumenta moderadamente su volumen. Por el contrario, este año destacó el aumento de las exportaciones a México, las que presentaron un crecimiento de casi 30% en volumen y 34% en valor. Los demás aumentos fueron para: Japón, Canadá e Irlanda, este último, con un alza de 22,5% en volumen, pero sólo de 4,3% en valor respecto de 2021.

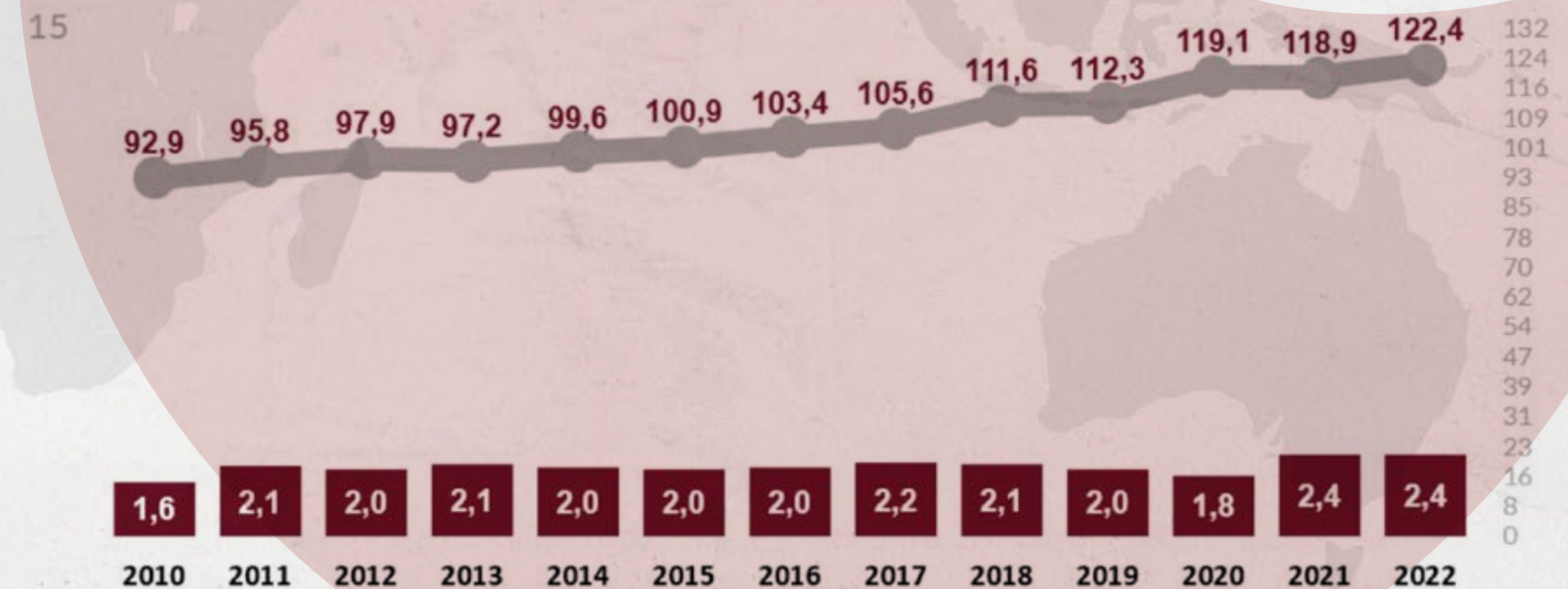
Entre nuestros destinos Top 10, los precios fueron liderados por Corea del Sur, con US\$43,8 FOB/caja, seguida de China y Canadá, con US\$35,1 FOB/caja, y Estados Unidos, con US\$30,4 FOB/caja. El comportamiento de precios fue mixto este año, con varios países con bajas respecto de 2021, como: Reino Unido (-5,1%), Holanda (-9,8%); Canadá (-2,8%) e Irlanda, con una disminución de -14,9% en su precio promedio. Por el contrario, destacó el aumento en el precio de Corea del Sur, con un alza de 13,3%, en tanto que, China prácticamente no presentó variaciones respecto del año anterior; Brasil creció levemente un 1,9%; Japón lo hizo en 2,1% y México registró un alza de 3% respecto de 2021.

Crecimiento en volumen y valor



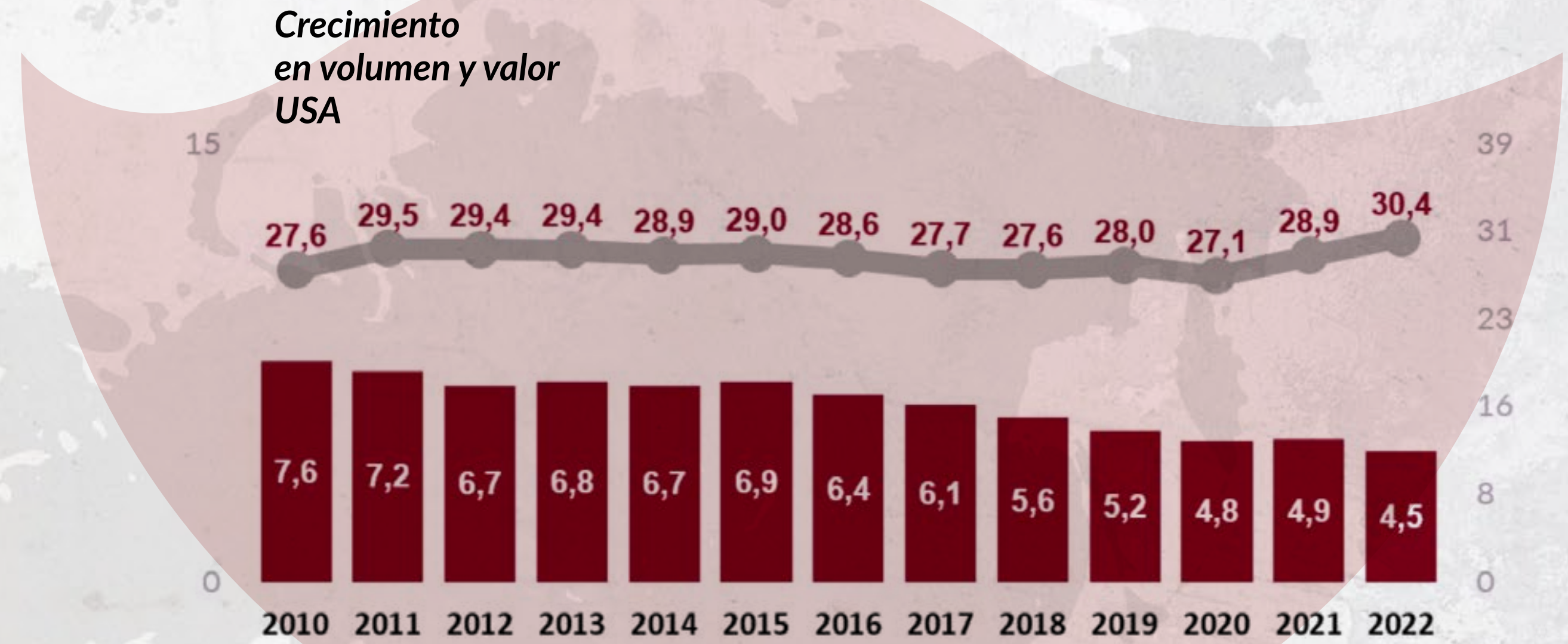
Las exportaciones totales en volumen fueron 53,3 millones de cajas de vino embotellado por un valor de 1.556 millones de dólares FOB, lo que representa un volumen similar al año anterior (-0,6%) y una baja en valor de -2%. Varios de nuestros principales destinos presentaron disminuciones, con distinta profundidad, no obstante, algunos mercados como Brasil, Canadá, México y Japón lograron un buen desempeño, a pesar de las dificultades globales. Por su parte, el precio promedio se situó en US\$29,2/caja FOB, lo que significó una leve baja de -1,5% respecto de 2021.

Crecimiento en volumen y valor >60 US\$ FOB





2022 fue un año complejo en el mercado de EEUU. Desde el punto de vista de la estrategia, mantenemos el foco en **premiumización y sustentabilidad**



Estados Unidos recibió 4,5 millones de cajas de Chile por un valor de US \$136 millones FOB, lo que representó un volumen y valor inferior con respecto al 2021. Sin embargo, se está observando un cambio hacia la premiumización en este mercado observando un crecimiento de los vinos de mayor valor (>US\$60 FOB/caja), segmento foco de la estrategia de Wines of Chile, donde Chile crece un 15% volumen y 24%.

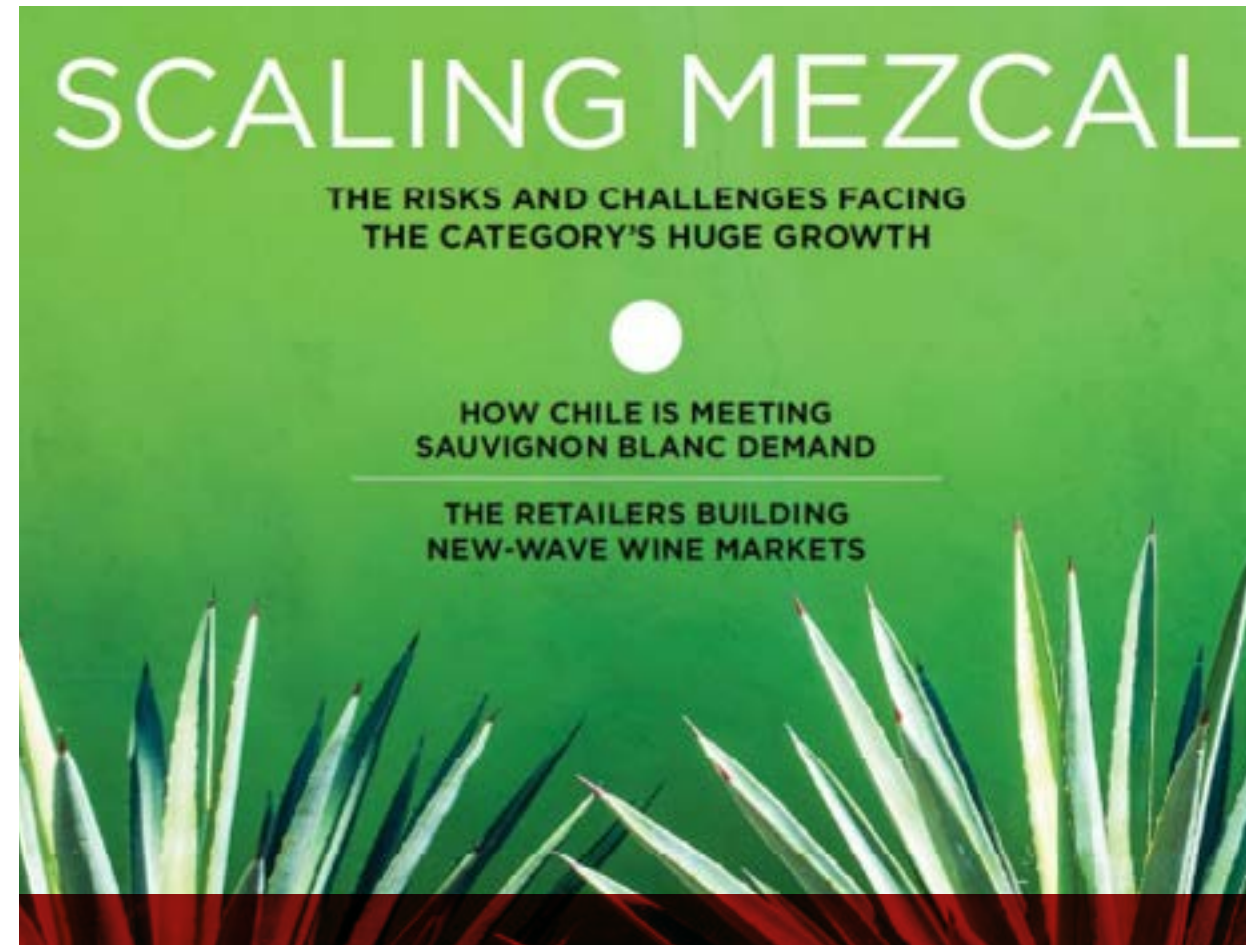


A pesar de observar un consumo de vino estancado, presiones inflacionarias y un canal on- premise que aún no despega producto de la pandemia, el año 2022 fue un año exitoso para el vino chileno en EE.UU. desde el punto de vista de la estrategia de “premiumización”. El precio promedio creció un 5% con respecto al año 2021, el mejor resultado de los últimos 10 años. En volumen se exportaron 4,5 millones de cajas a un valor de US \$136 millones FOB.

Chile destaca en el rango de precio >USD\$40 FOB /caja, el cual tuvo un crecimiento de 1% volumen y 10% en valor en comparación al mismo periodo del año 2021. Donde se percibe un mayor crecimiento es el rango de precios >USD\$60 FOB/caja con un aumento del 15% volumen, 24% en valor y 8% en precio promedio.

Los vinos locales siguen dominando el mercado estadounidense y Chile representa un 10% de los vinos importados que se consumen en Estados Unidos. En los vinos Domésticos e Importados, Chile tiene una fuerte posición en Cabernet Sauvignon y Sauvignon Blanc con una cuota de mercado de 11% en ambas variedades. Para Cabernet Sauvignon en el rango de precios de >USD 25 Chile mostró un crecimiento del 155% y en el rango de precios >USD \$50 un aumento del 75% comparado al mismo periodo del año 2021. Para el caso del Sauvignon Blanc en el rango de precios entre 11-15 USD retail, se observó un crecimiento para Chile de un 21%, y para el rango de 15-25 USD, un aumento del 10%. ( Sip Source Total U.S. - 12 meses terminando Feb 2023)

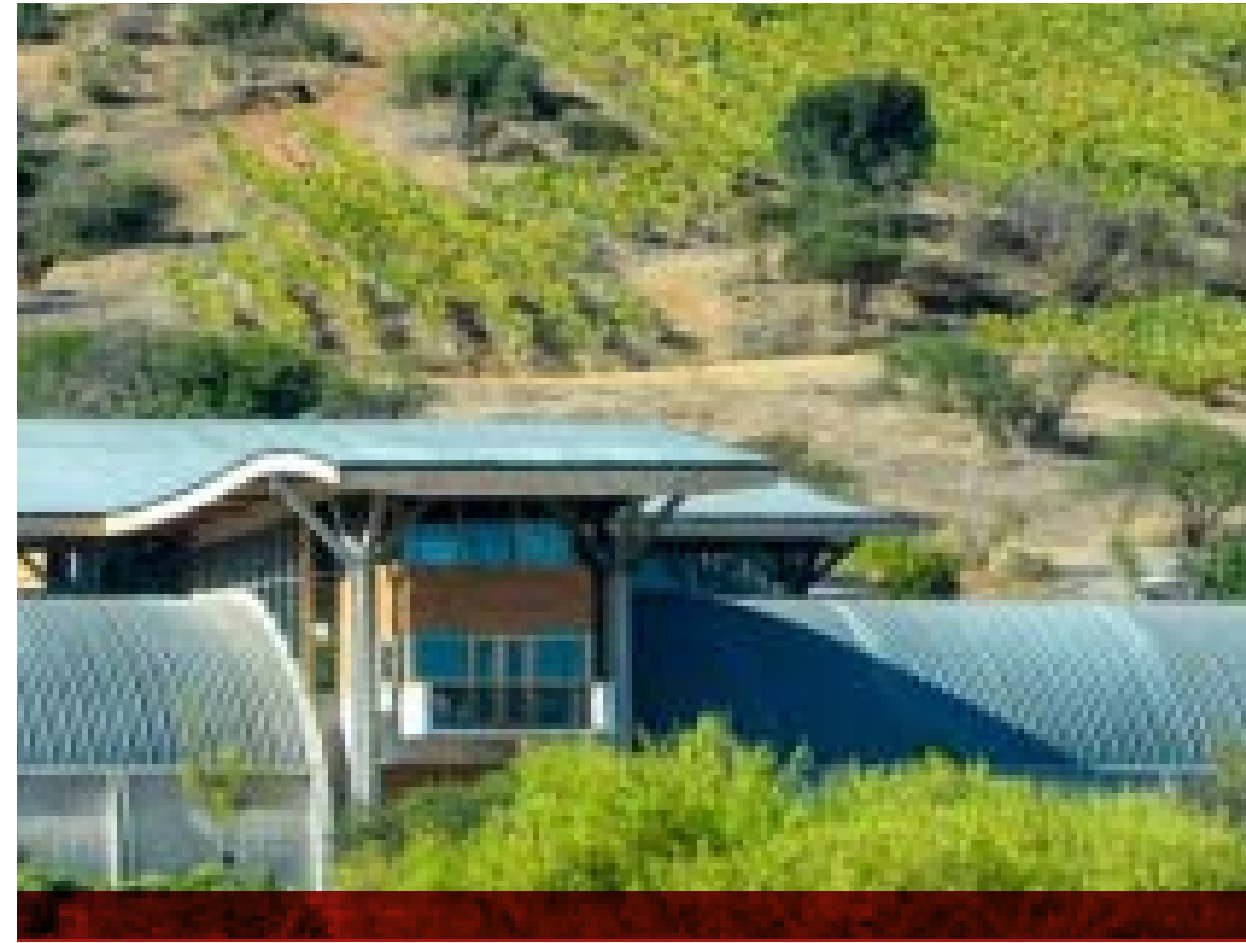
# actividades USA



## Relaciones Públicas

Dimos un apoyo transversal y general a la estrategia de mercado “educando al trade” sobre nuestras ventajas competitivas, relevando la idea de Chile como país productor de vinos sustentables.

Logramos:  
168 publicaciones tanto en prensa como en medios digitales.  
Número de visitantes: 62.909.632  
Reach: 163 millones impresiones



## Sustainability 365

Participaron 20 viñas en un programa integrado de marketing que tuvo como objetivo dar a conocer el compromiso de Chile con el medio ambiente, mostrando sus credenciales de sostenibilidad en la cadena completa de la producción y comercialización de vino, tanto para el trade como para consumidores. El programa incluyó embajadores de marca, asociación con medios de comunicación, comunicados de prensa y dos eventos en Miami. Con esta actividad logramos 68 apariciones en medios on y offline, 898.594 impresiones totales, Aumento de 200% en volumen de ventas con respecto al año pasado y 250 nuevas cuentas comprando vino chileno.



## Wine to Win Meetings

La actividad se realizó a través de reuniones virtuales con 6 viñas PYME chilenas que no tienen acceso al mercado USA o lo han perdido, conectándolas con importadores estadounidenses. El programa contempló el análisis y búsqueda de datos de importadores, segmentación de empresas, elaboración de catálogo y concreción de las reuniones.

Se realizará una revisión semestral para analizar los avances y estrategia.



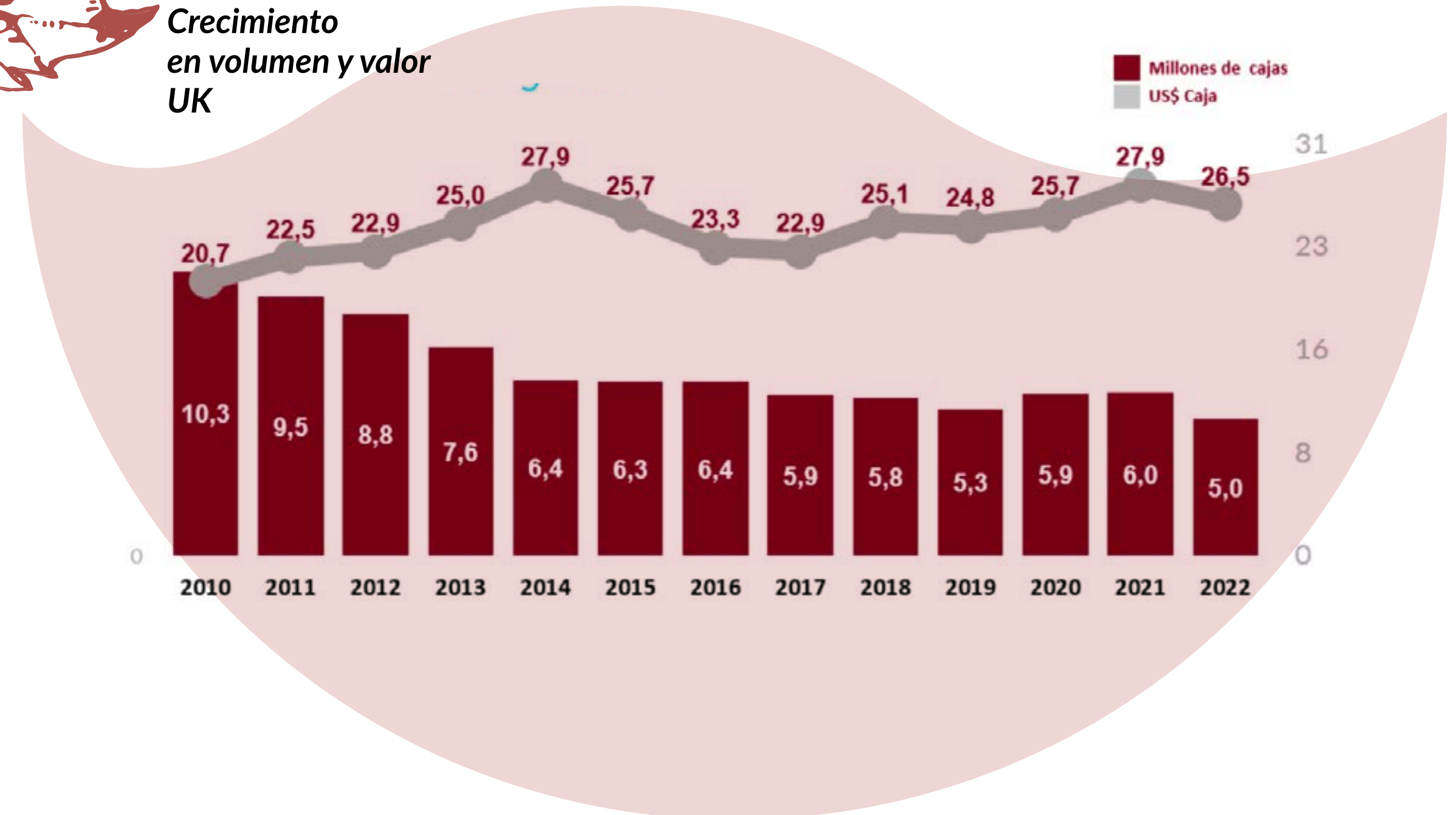


# El 2022 UK enfrenta un escenario complejo y queda **en 4to lugar** de ventas para Chile

UK es un mercado importante para el vino a nivel mundial por su profundidad, presencia de críticos, periodistas y wine experts. Además, cumple un rol de amplificador de mensajes, y es un importante centro de comercio y distribución. Sin embargo, ha estado afectado en el ámbito político y económico por sucesivos eventos, como el Brexit, la pandemia, inflación, recesión, entre otros, que han debilitado el consumo en general y también el de vinos. En este contexto, Reino Unido baja al 4to lugar como mercado de importancia, con una disminución de los envíos de -16,7% en volumen y de -21% en valor respecto del año anterior, con 4,9 millones de cajas por un valor de US\$131 millones FOB. El precio promedio también disminuyó y se ubicó en US\$26,5 FOB/caja (-5,1%).



Crecimiento en volumen y valor UK



De acuerdo a información de mercado, las ventas en el on-trade se mantuvieron bajo los niveles anteriores al Covid, con una caída del -31% en volumen de ventas en comparación con 2019. Para el off-trade, las ventas de vinos disminuyeron un -9% en volumen y un -6% en valor año con año, pero se mantuvieron por sobre los tiempos anteriores a la Pandemia, con un aumento del 6% en volumen y 12% en valor. Los vinos de Australia, Italia y Chile fueron los tres más vendidos por país de origen en el comercio off-trade, a la vez los de menor precio por botella.

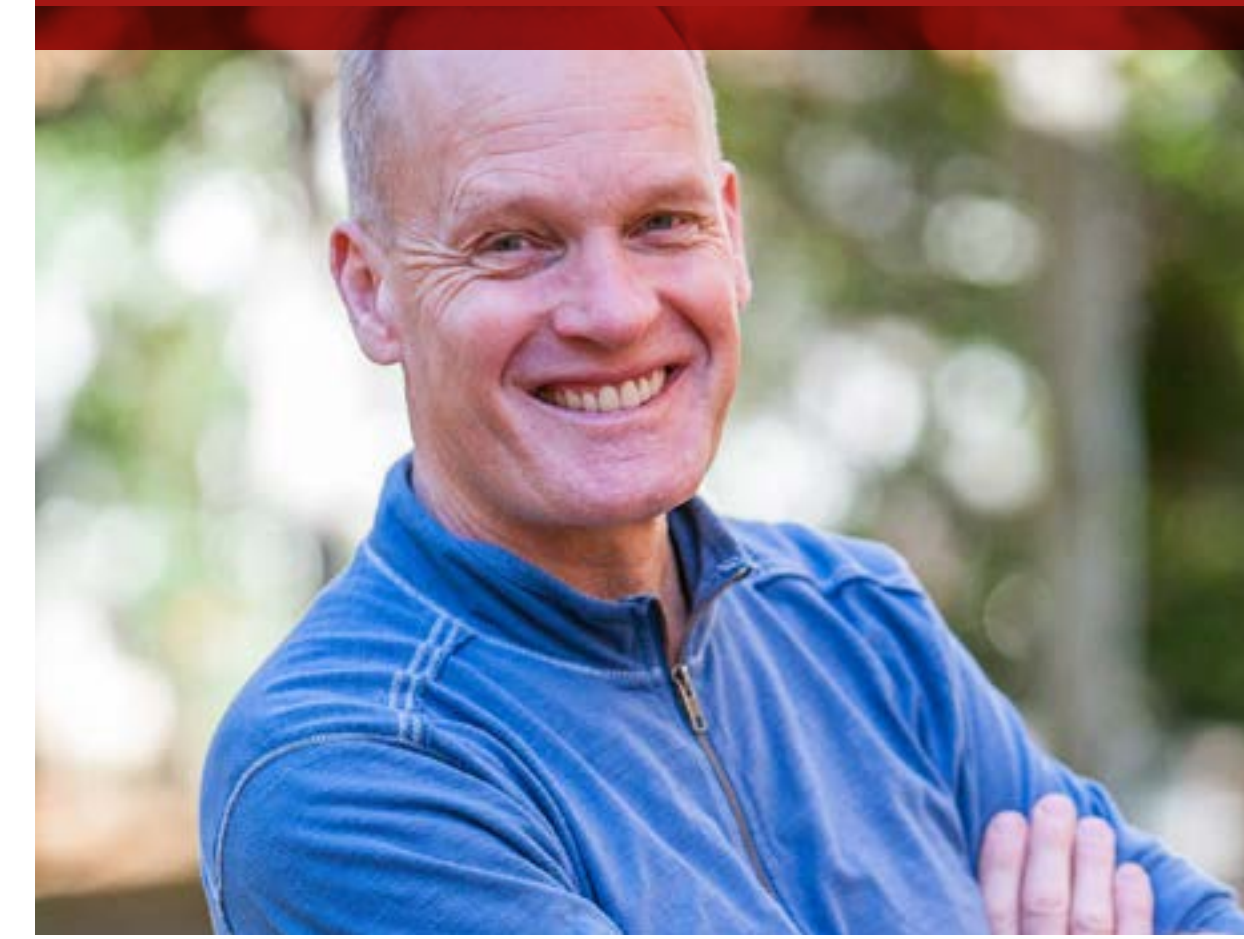
# actividades UK



## Annual Trade Tasting

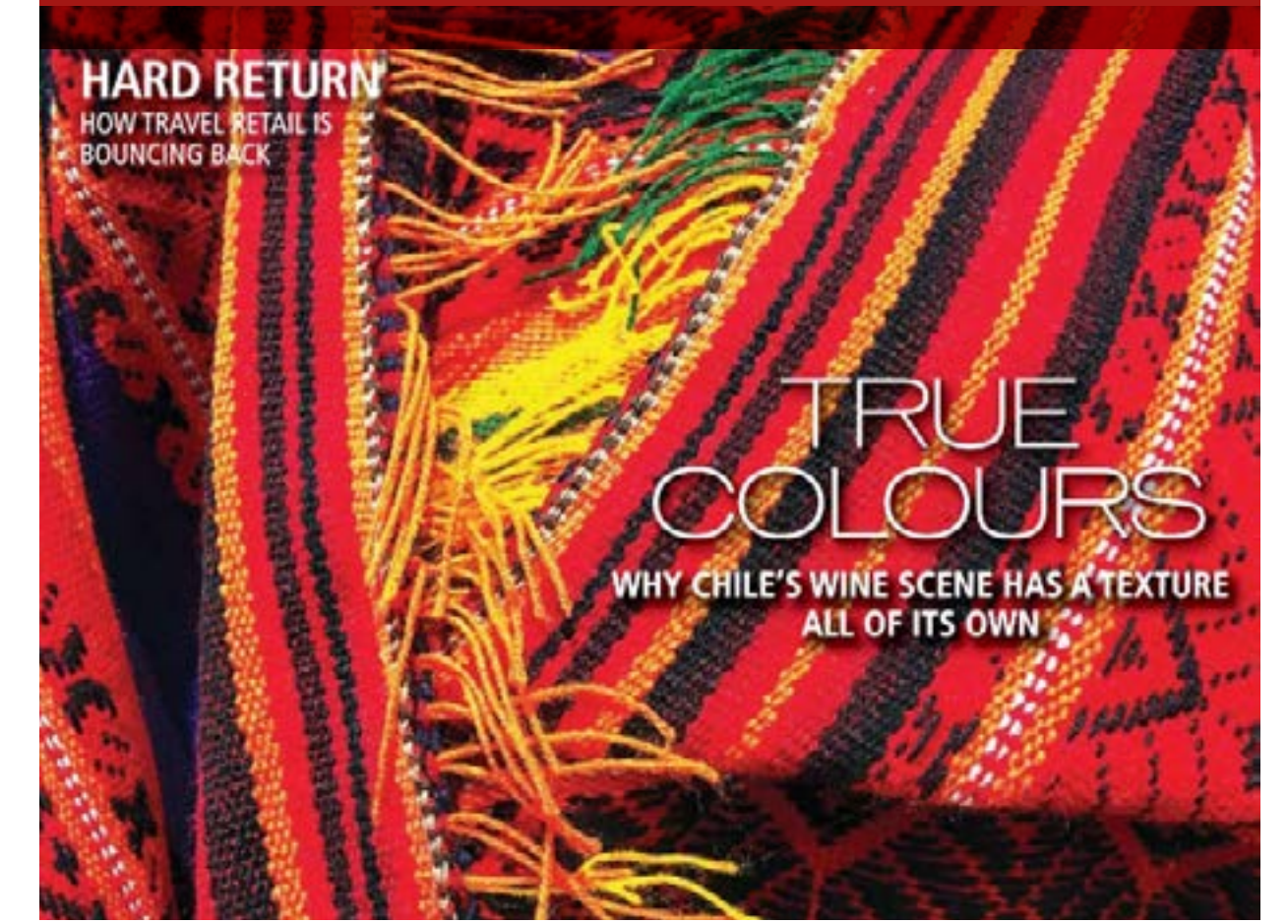
El 31 de marzo en RHS Lindley Hall, Victoria, Londres realizamos junto a 36 viñas, el Annual Trade Tasting, una de las actividades clave en el plan comercial de UK. Es una oportunidad para que el trade pueda relacionarse directamente con enólogos, gerentes de exportaciones e importadores, teniendo foco en oportunidades de desarrollo e innovaciones. El evento tuvo 3 masterclasses organizadas por Patrick Schmitt y Alistair Cooper, 5 mesas de degustación temáticas.

Contamos con la asistencia de 229 personas relevantes del sector junto a una importante cobertura del evento de Drinks Business, Harpers Wine & Spirit, The Buyer & The Drinking.



## Tim Atkin MW 2022 The Drinks Chile Special Report Business / Chile /Masterclass & Tasting Focus

En Asia House, Londres, se realizó una Masterclass con un importante grupo de profesionales del vino y el trade, a partir de los vinos premiados en el Chile 2022 Special Report. Además, se realizó un tasting con 78 vinos que obtuvieron 90+ puntos.



Con la participación de 43 viñas, realizamos este importante evento logrando difundir el contenido de Chile a los lectores y suscriptores de Drinks Business a través de un artículo principal publicado en la edición de septiembre de la revista, además de diversos artículos y publicaciones durante el año. Logramos que la publicación impresa fuera enviada a más de 12.000 profesionales del vino, la versión Online impactara a 30.000 usuarios y el Daily Newsletter fuera leído por más de 50.000 personas en UK, Europa y USA.

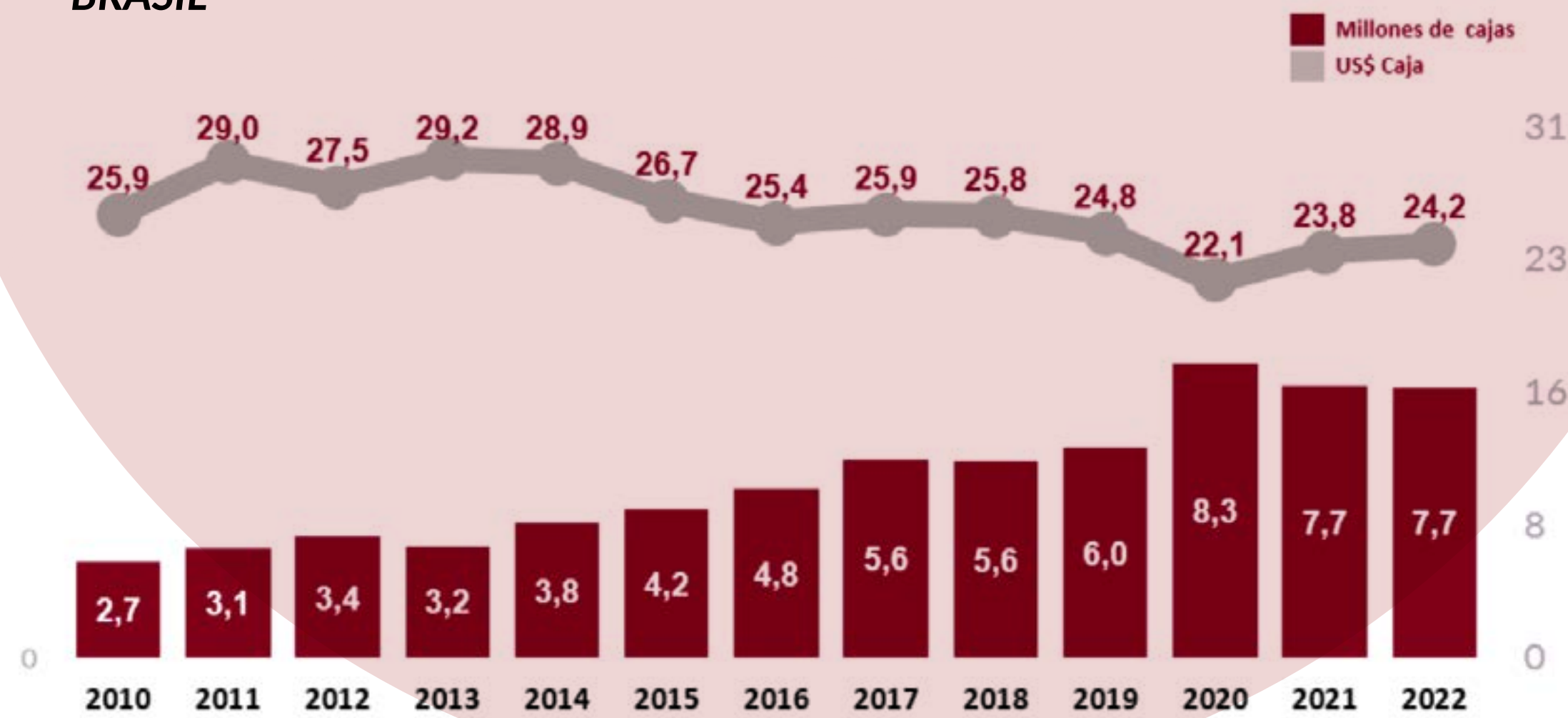
Chile es el líder de mercado con un **market share** de 47,1% en volumen.



Al cierre del 2022, Brasil mantiene su posicionamiento como principal destino de exportaciones de vino embotellado en volumen con 7.652.684 cajas de 9 Lts por un valor total de US\$ 185 millones (segundo destino más relevante en valor).

Además, presentó un aumento del precio promedio de exportación en un 1,7%.

**Crecimiento en volumen y valor BRASIL**



El año 2022 estuvo marcado por las expectativas políticas y por las medidas económicas implementadas post pandemia, como alza de las tasas de interés para contener la inflación que generó un sobrestock de vinos en un mercado ya impactado por la reducción de la demanda. Los canales que presentaron mayor contracción fueron supermercados y ventas online. De este modo, se enviaron 7,6 millones de cajas a Brasil por un valor de US\$185 millones FOB, cifras similares a las del año pasado (-0,7% en volumen y +1,1% en valor). No obstante, este mercado destaca entre nuestros destinos por la elevada tasa de crecimiento promedio anual, que en los últimos 5 años ha sido de 8,3% en volumen y de 6,6% en valor.



# actividades BRASIL



## Luxury Tastings

Desde junio a octubre, en São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte y Brasilia se llevó a cabo una campaña presencial y virtual de degustaciones de vinos premium y super premium con foco en compradores, periodistas especializados, KOLs, sommeliers, entre otros, realizando 8 eventos, cada uno con una temática distinta. Los temas elegidos para este año fueron: "Cabernet Sauvignon Premiado", "Las Maravillas del Carménère", "Reds que Apasionan", "Lo Desconocido de Chile", "Vinos que Asombran", "Explora la diversidad de Chile" y "Elegancia y expresión de un ensamblaje". Contamos con la participación de 23 viñas y logramos la asistencia de 350 personas a los eventos y un alcance en RRSS de 2,3 millones de personas.



## 11th Wines of Chile Grand Tasting Sao Paulo

Con la participación de 20 viñas, este evento presencial hizo con foco en vinos premium. Realizamos una masterclass temática "Blends e variedades premiadas, que están sorprendiendo al mundo" presentado por Suzana Barelli a un público de 70 profesionales del trade, periodistas, sommeliers e influenciadores, quienes degustaron 12 vinos. También hicimos un "Walk Around Tasting" en donde participaron 20 viñas, cada una pudo presentar hasta 5 etiquetas. Todo el evento fue transmitido vía YouTube. Logramos 400 asistentes al evento, un alcance de 480.348 y 37.399 impresiones.

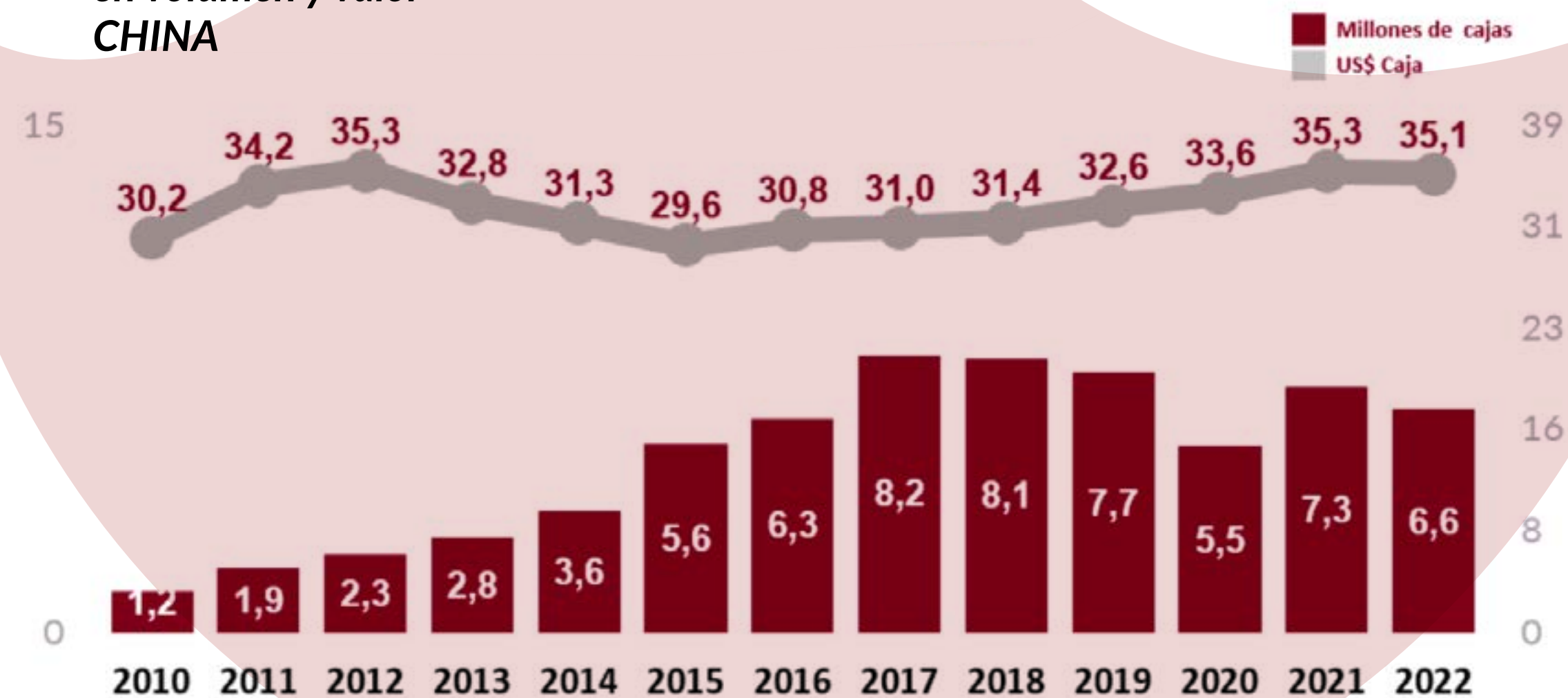


A pesar de las condiciones adversas post pandemia, Chile se consolidó como **número 2 del mercado.**



China continúa siendo nuestro principal destino en valor; en 2022 se enviaron 6,6 millones de cajas de vino embotellado, por un valor de US\$232 millones FOB, lo que representó una baja de -9% en volumen y de -9,5% en valor respecto del año anterior. Si bien la cifra no representa un buen resultado, fue comparativamente mejor que el mercado que se contrajo un 24% en volumen y 16% en valor. En tanto, el precio promedio se mantuvo similar al año anterior, con US\$35,1 FOB/caja.

### Crecimiento en volumen y valor CHINA



2022 fue un año muy complejo para comercializar vinos en China. Además de los problemas logísticos y de costos arrastrados por la pandemia, se sumó la política de Cero Covid que China implementó hasta el final del año, y que implicó severos cierres en las ciudades más importantes.

Por esta razón, la mayoría de los consumidores estaban impedidos de asistir a eventos masivos, bares y restaurantes, reduciendo así significativamente las ocasiones de consumo. Dadas las circunstancias anteriores, China disminuyó sus importaciones totales de vino embotellado de manera importante. Sin embargo, y en parte gracias a la salida del vino australiano, Chile se consolidó como número 2 del mercado con una participación del 27.7% en volumen y 20,4% en valor aumentando su participación respecto a años anteriores (23.1% volumen y 18.4% valor en 2021).





# actividades ASIA



## Roadshow China

En las ciudades de Hangzhou, Changsha y Xi'an, de rango tier 2, 38 viñas participaron en el roadshow, cada una con una masterclass y walkaround tasting. El foco fue aumentar la exposición en distintos mercados chinos y apoyar a las viñas a buscar distribuidores y retailers. Logramos la siguiente asistencia: Hangzhou 103 masterclass y 332 tradeshow, Chang Sha 106 masterclass y 303 trade show, Wu Han 103 masterclass y 356 trade show. En relación a la presencia en medios, logramos 45+ artículos en diferentes plataformas, cobertura en 9 medios enfocados en vino (Vinehoo, Lookvine, Prowine, Cowine, Food industry news entre otros) y 16 cuentas de importadoras y viñas.

## Chile Week China

Con la participación de 12 viñas en una serie de actividades de imagen País y oportunidades de negocios organizado por ProChile en distintas ciudades de China, participamos como Wines of Chile en una "Masterclass y Cooking Show" de 12 vinos en Beijing, un seminario sobre la sustentabilidad en Chengdu y un livestreaming de "Chilean Food Festival in the Sky" en Shanghai. Logramos la participación de 40 asistentes en la Masterclass, 23 asistentes para el cooking show, 100 asistentes para el seminario y cena.



## Dinning with Sommeliers

Esta actividad que tiene como foco mostrar la diversidad de los vinos premium chilenos a los Sommeliers de cadenas de restaurantes de los Canales Horeca de China y construir una imagen premium para los vinos chilenos, 12 viñas participaron fortaleciendo la exposición de los vinos chilenos en este canal. Contamos con 16 asistentes, 16,670 views en Weibo y 719 views en Wechat.

## Campaña Digital

Durante todo el año 2022, realizamos una campaña digital que buscó llegar con un mensaje único, atractivo y diferenciador, con el objetivo de cambiar la percepción actual de valor de la categoría y que permita estimular la demanda (estrategia pull). Se continuó trabajando con Pltfrm con una estrategia que buscó diferenciarse de otros orígenes y mostrar una experiencia Premium. La campaña desarrolló contenidos en redes sociales, activaciones con KOL, realizó apoyo a actividades presenciales, diseños de gráficos y PR.

Resultados campaña digital:  
Impresiones: 3.153.454  
Engagement : 625,173  
332.716 seguidores en Weibo.  
2.523.591 impresiones en Weibo.  
11.038 seguidores en Wechat.  
74.201 impresiones en Wechat.  
36.512 seguidores en Tiktok  
555.662 impresiones en Tiktok



## 94+ China

Realizado en las ciudades de Shanghai y Guangzhou, es el evento Flagship de Wines of Chile en China que lleva más de 5 versiones. En esta edición y con la participación de 43 viñas, buscamos mostrar lo más selecto de nuestros vinos haciendo más exigente el puntaje de entrada (más de 94 puntos). Este evento tiene como objetivo mostrar la excelencia de los vinos chilenos a los retailers clave y construir una imagen premium para los vinos chilenos ampliando la participación de mercado y la influencia del vino chileno premium en ciudades tier 1 en China.

Asistentes: 415 Masterclass, 1839 Trade Tasting y 155 Consumer Tasting.



## Celebración 60 años de relaciones diplomáticas Chile-Corea

Wines of Chile, en colaboración con ChilePork realizaron este evento destinado a los perfiles trade del sector vino y cerdos, con el objetivo de promover el consumo de ambos productos chilenos. Este evento congregó a profesionales de ambos sectores para conmemorar los 60 años de relaciones entre Corea del Sur y Chile y posicionar a ambos sectores en el mercado. El evento consistió en una actividad liderada por un chef reconocido y Moonsong Bang, una "Wine Educator" local para luego pasar a un networking junto con un tasting donde las 10 viñas participantes tuvieron stands para degustación.

Contamos con 120 asistentes, provenientes de medios de prensa especializados, importadores y distribuidores de vino actuales y potenciales, y decisores del canal HORECA.



## Roadshow Asean

Con la participación de 12 viñas en Tailandia y 13 viñas en Vietnam, la actividad consistió en una master class liderada por un “Wine Expert” local y en un “Walk Around Tasting” donde cada viña pudo presentar su portafolio premium a diferentes importadores, distribuidores y retailers locale  
 Logramos congregar a 44 profesionales Masterclass, 126 profesionales “Walk around Tasting” en Tailandia y a 55 profesionales Masterclass, 162 profesionales “Walk around Tasting” en la ciudad de Vietnam.



## Celebración 125 años de relaciones entre Chile-Japón

Con motivo de la celebración de los 125 años de relaciones entre Chile y Japón organizamos este evento junto a ChilePork en Andaz, Tokyo. 8 viñas participaron en el evento estructurado en 5 módulos: Masterclass de ChilePork, Rueda de Prensa conjunta, Masterclass de Wines of Chile, Seminario técnico de ChilePork y finalmente, una cena de networking que contó con un walkaround tasting de vinos. El objetivo de la Masterclass de WOC realizada por el Señor Kunio Bansho y Daichi Hasegawa fue mostrar vinos chilenos de alta gama.

Contamos con 8 periodistas en la Rueda de Prensa, 53 asistentes en Wines of Chile Masterclass, 160 invitados a “Walk Around Tasting” y la participación de 8 periodistas en la Rueda de Prensa.

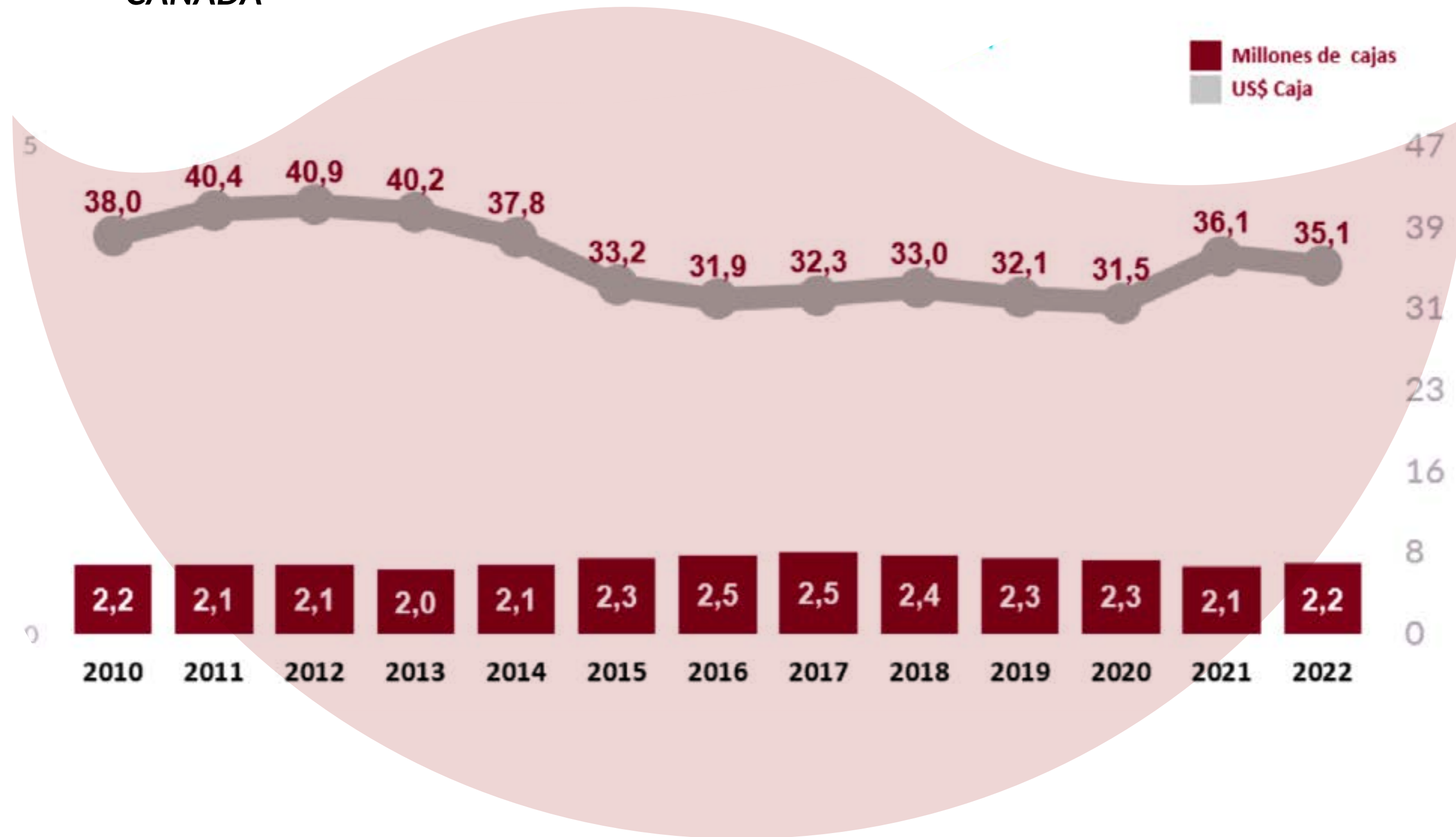
# CANADÁ



La sustentabilidad y el reconocimiento del **terroir** y **regionalidad de Chile**, son una oportunidad en este mercado

Canadá presentó un desempeño positivo en 2022, con un aumento en los envíos de vino embotellado chileno de 3,7% en volumen y de 0,8% en valor, con 2,2 millones de cajas por un valor de 77 millones de dólares FOB. Si bien el precio promedio disminuyó un -2,8%, con US\$35,1 FOB/caja, sigue siendo uno de los mercados con mejor precio promedio para nuestros vinos.

**Crecimiento  
en volumen y valor  
CANADÁ**



Las ventas en Ontario y Quebec, los mercados más grandes de Chile en Canadá, 44% y 25% de las ventas respectivamente, continuaron mejorando en línea con el mercado general, alcanzando US\$ 81,9 millones en Ontario y US\$ 50.9 millones en Quebec. La sustentabilidad y el reconocimiento del terroir y regionalidad de Chile, son una oportunidad para nuestra categoría en este mercado.



# actividades CANADÁ



## LCBO Brand Spotlight Omni-Channel Retail Wines of Chile Thematic

Diseñamos una promoción integrada de Wines of Chile en el LCBO en donde realizamos 146 displays en tiendas del LCBO, una promoción online de “Chile Discovery Box” que incluyó 6 vinos chilenos y un mapa de las regiones vitivinícolas, presencia de Chile en la página web del LCBO que incluyó a los vinos participantes y donde se promocionó la “Chile Discovery Box”, además de una innovadora campaña en medios y redes sociales en la que Wines of Chile se asoció con la influencer Chanile Vines y su club Vinesplay y con Angela Aiello “SuperWineGirl”, reconocida experta en vinos.

Como resultado de esta actividad logramos un aumento de ventas del 108% en tiendas participantes “Chile Discovery Box” “sold out” durante la promoción e impresiones: 2,5 millones.



## Wines of Chile Grand Tasting Canada

Este fue el evento más importante del año y contó con la participación de 16 viñas. Se presentaron y degustaron los vinos por los principales actores del mercado junto a gastronomía y música chilena para generar una experiencia país atractiva y memorable. Además, se realizó una Master Class dirigida al trade y presentada por Amanda Barnes, autora de “South American Wine Guide” y John Szabo, MS. Participaron 303 asistentes comerciales junto a 150 consumidores.



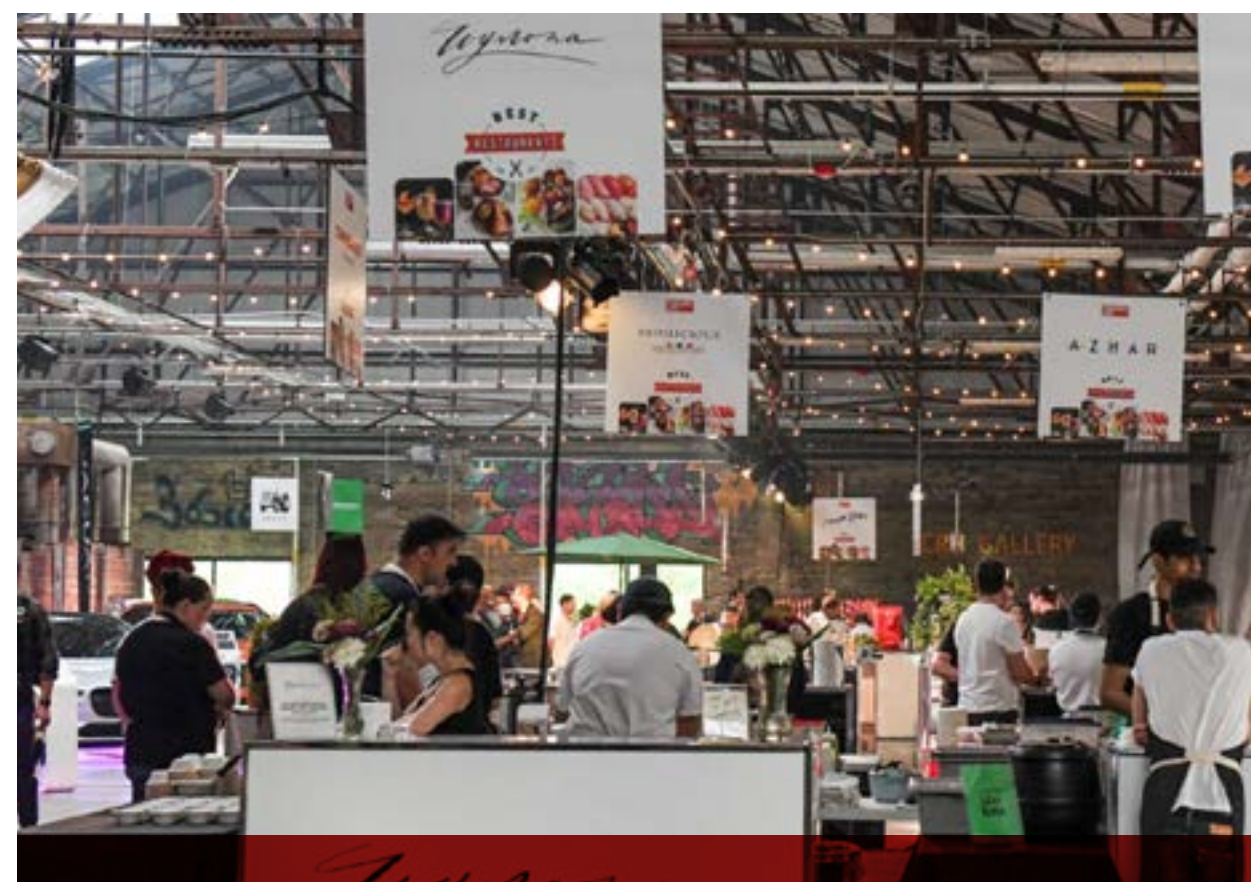
## LCBO Training

Junto a 6 viñas realizamos series online de videos de entrenamiento realizados por Amanda Barnes, logrando un alcance de 2.947 participantes de primera línea: consultores de productos y representantes de servicio al cliente en toda la red de tiendas.



## Private LCBO Buyers Tasting « Taste & Buy »

En la ciudad de Toronto realizamos un “Walk Around Tasting / Lunch” para los compradores del LCBO. Fue una gran oportunidad de prospección para viñas interesadas en entrar el mercado y presentar nuevos vinos. De las 17 viñas participantes, se seleccionaron 12 vinos de un total de 55.



## Toronto Life Best Restaurants Event 2022

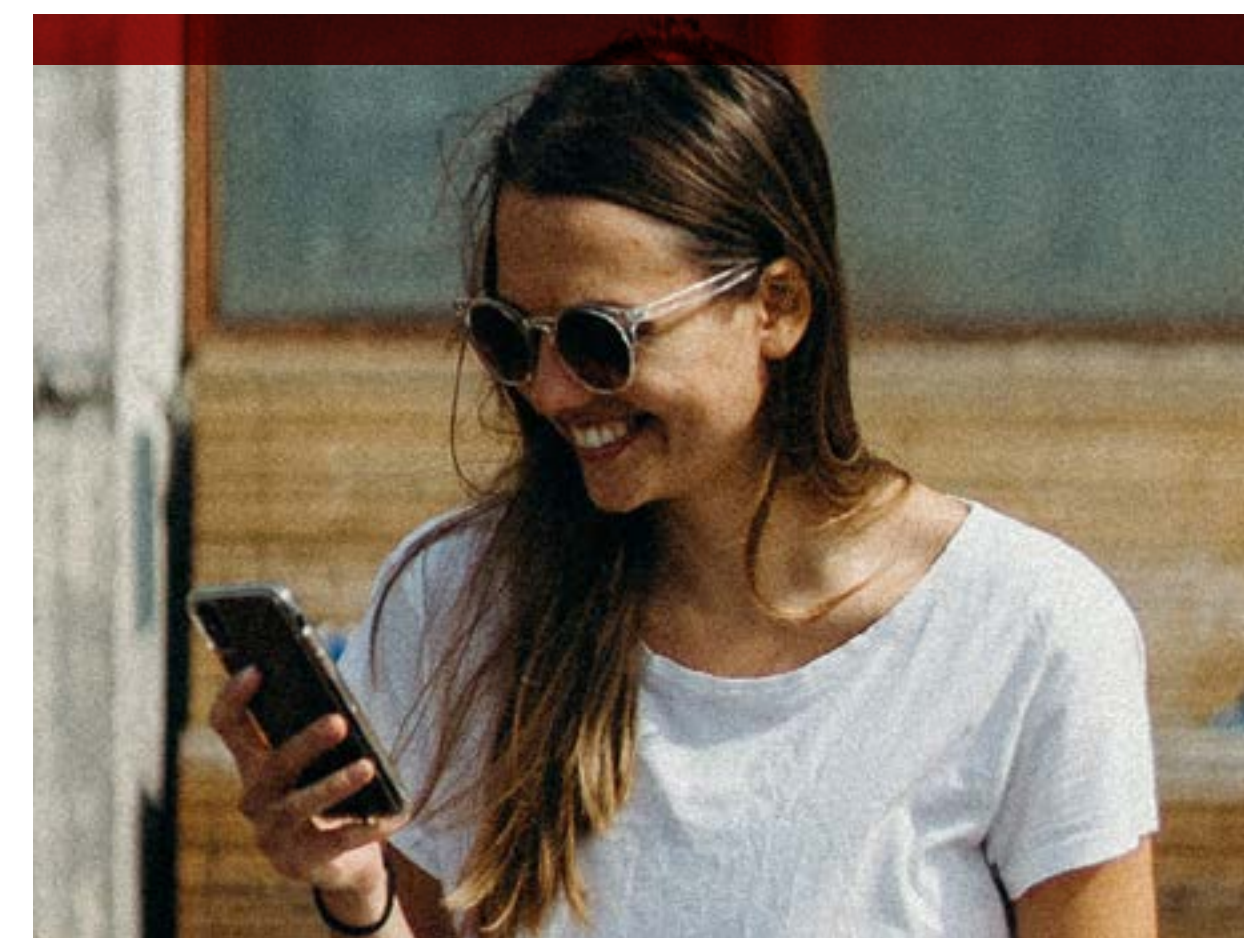
5 viñas participaron en este exclusivo evento de degustación de vinos y gastronomía orientado a consumidores, realizado en los nuevos y mejores restaurantes de Toronto 2021-2022. Logramos la participación de 750 consumidores que degustaron diversas marcas de vino chileno presentes en el evento. Obtuvimos un alcance de 1,5 millones de personas en los canales de redes sociales de Toronto Life.



## WineFest Toronto 2022

El WineFest de Toronto es un festival al aire libre llevado a cabo en el centro de esta ciudad, desarrollado conjuntamente con la influencer @superwinegirl Angela Alielo. Wines of Chile con 6 viñas en asociación con el LCBO, tenía un pabellón con transmisión en vivo en pantalla grande.

Los resultados fueron muy positivos estableciendo contacto directo con 3.600 consumidores millennials y generación Z que probaron vinos chilenos en el lugar y 20 millones de impresiones en RRSS y TV.



## Influencer Press Programme

6 viñas, en la ciudad de Ontario, participaron en una campaña de awareness sobre el vino chileno para influencers y bloggers del área de lifestyle, gastronomía, vino y viajes en el día de acción de gracias en Canadá, logrando 2 millones de impresiones.

ferias



chile



Tim Atkin  
MARQUEE - BEST VALUE  
2022 SPARKLING WINE  
OF THE YEAR

Tim Atkin  
MARQUEE - BEST VALUE  
2022 BEST VALUE  
SPARKLING WINE OF THE YEAR

Tim Atkin  
MARQUEE - BEST VALUE  
2022 SPARKLING WINE  
DIAPHRAGM OF THE YEAR

Tim Atkin  
MARQUEE - BEST VALUE  
2022 ROSÉ  
OF THE YEAR

Tim Atkin  
MARQUEE - BEST VALUE  
2022 BEST CELLAR BOSS  
EXPERIENCE

Tim Atkin  
MARQUEE - BEST VALUE  
2022 OVERALL  
RED WINE OF THE YEAR

Tim Atkin  
MARQUEE - BEST VALUE  
2022 OVERALL  
RED WINE OF THE YEAR

Tim Atkin  
MARQUEE - BEST VALUE  
2022 WINEMAKER  
OF THE YEAR



# ferias



## Prowein Dusseldorf

Después de dos años, Prowein Dusseldorf retornó el 2022. El pabellón de Chile contó con un espacio de 702 m2, 49 booths individuales y 13 en espacio compartido. En esta oportunidad también se hizo la entrega de diplomas con los puntajes de Tim Atkin.

La feria contó con la participación de más de 38.000 visitantes de 145 países, congregando a 5700 expositores.



## Prowein Mumbai

Es la primera vez que WoC participa de esta feria realizada en octubre, en la cual participamos con un pabellón de 62 m2, y participaron 8 viñas chilenas: Montes Wines, Survalles Wine Group, Casas del Bosque, La Rosa, Ventisquero Wine Estate, Oveja Negra, VSPT Wine Group y Top Wine Group.

La feria contó con la participación de más de 150 empresas, más de 1000 marcas de 19 países. La asistencia total fue de 4.140 de la industria. El resultado fue un récord en cuanto a exhibidores y asistentes.



## Prowine Sao Paulo

El pabellón de Chile contó con la participación de 20 viñas chilenas en un espacio de 162 metros cuadrados. Adicional al pabellón de Chile, 7 viñas fueron en formato individual y 36 viñas en pabellón de importadores. La feria contó con la participación de 8.000 asistentes, más de 900 marcas de vinos y espumantes y 450 expositores.



## Vinexpo América

Por primera vez, Wines of Chile participó en un pabellón de 47 m2 y 9 viñas los días 9 y 10 de marzo en la ciudad de Nueva York con la participación de 2500 asistentes. El día 10 se realizó una Masterclass con salón lleno, 75 asistentes. Presentamos 7 vinos bajo el tema: Chile's Flagship, Signature, and Discovery Varieties: "A journey through the unfathomable diversity of the longest and narrowest country in the world".

## Vinexpo París

En el mes de febrero participamos de manera colaborativa junto a ProChile presentando algunos vinos que se iban a exhibir en el Tasting de Londres. Se organizó además, una Masterclass con vinos presentes en el mercado. Esta feria contó con la participación de 30.000 asistentes y más de 2.800 productores.

## Tim Atkin Review

En diciembre tuvimos la visita a Chile y tasting de vino de Tim Atkin MW para su reporte anual 2022 de Chile. Participaron 1255 vinos de 210 viñas.

### Resultados:

VINOS	#	%
Vinos con $\geq 90$	881	70,2 %
Vinos con $\geq 95$	117	9,3 %
Promedio puntajes	91,1	
N° Total	1255	

## Vinous Review por Joaquín Hidalgo

En los meses de enero y febrero tuvimos la visita y tasting de vino de Joaquín Hidalgo para Vinous Review en donde participaron 810 vinos de 122 viñas

### Resultados:

VINOS	#	%
Vinos con $\geq 90$	602	74 %
Vinos con $\geq 95$	20	2,5 %
Promedio puntajes	90,8	
N° Total	810	

scores

**mercado  
nacional**



# Se consolidan los supermercados como el canal más utilizado para el consumo local

El mercado nacional el año 2022 se vio marcado por un retorno y apertura de las actividades post pandemia. Las personas buscaron hacer más actividades fuera del hogar, asistir a lugares públicos y otras actividades que marcaron una tendencia a la baja del consumo en el hogar (-7% entre 2021 y 2022). Sin perjuicio de esto, se consolidan los supermercados como el canal más utilizado para el consumo local. La variación en valor de los vinos embotellados fue de un 4% entre el 2021 y 2022 mientras que la variación en volumen fue hacia la baja (-6.9%).

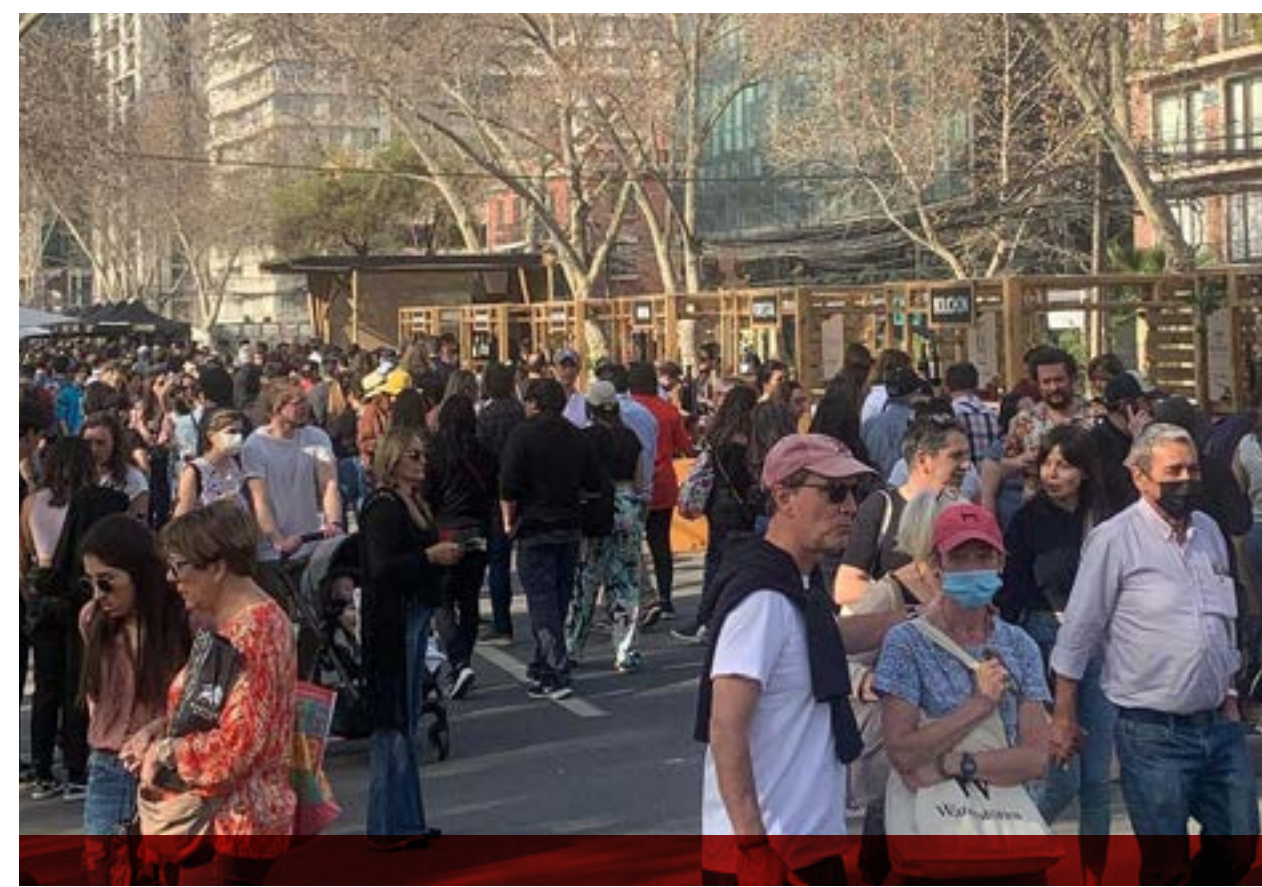
Además, realizamos por primera vez el evento Día del Vino en Avenida Andrés Bello y exploramos el evento Wine and Music en Valle Nevado que, además se apalanca con actividades promocionales de WoC en mercados internacionales.

# actividades



## Vendimia Fest Santiago

Entre los días 23 y 24 de abril, 28 viñas participaron en la Feria de la Vendimia Urbana que se realizó en Barrio Italia, en donde trajimos “el campo a la ciudad” para festejar una nueva vendimia, nuestras raíces y costumbres campesinas. La actividad contó con stands de degustación, emprendedores, música en vivo, arte, degustaciones de todos los valles del país y diferentes actividades educativas. Obtuvimos excelentes resultados con la participación de 45 mil asistentes y 41 mil degustaciones entregadas.



## Día Nacional del Vino

En la Av. Andrés Bello, 46 viñas participaron en la Fiesta y Feria de Degustación para celebrar el Día Nacional del Vino. Además de los stands de degustación, el evento contó con la participación de emprendedores, artesanos, foodtrucks, música en vivo, show folclórico y de Jazz. Se realizaron en diferentes horarios talleres de maridaje y sobre la cepa carmenere. Con más de 50 mil asistentes, un alcance de 3.7 millones y 9.5 millones de impresiones, este evento llevó con gran éxito, la cultura de nuestros vinos a muchas personas.





## Chile Wine Fest

Realizamos el Festival de fin de año en el Parque Bicentenario, con el objetivo de acercar el vino a un público más joven. Participaron 47 viñas, en este evento que contó con alta gastronomía, finger food, picoteos, expositores de productos gourmet y decoración, y la mejor música contemporánea a cargo de DJ's y artistas en vivo. Además, realizamos un espacio VIP, en donde se ofrecieron vinos premium de diferentes valles. Se realizaron clases de cata y la actividad "Haz tu propio vino". Logramos la participación de 4.500 asistentes, 718.512 views y 10.2 millones de impresiones.

## Estrategia Digital

El objetivo para el 2022 consistió en una reactivación de redes sociales y comunicaciones digitales con el objetivo de masificar el mensaje del vino chileno como un producto de consumo cotidiano, destacando su versatilidad y atributos, generando conciencia sobre cómo el vino forma parte de nuestra cultura y el impacto positivo que tiene en el desarrollo económico y social del país.

La estrategia consistió en amplificar el apoyo y transmisión de la experiencia de los eventos que se realizaron a nivel nacional, generando tracción y convocatoria tanto en la preparación como en los resultados de cada uno de éstos.

## Wine & Music Valle Nevado

En el mes de agosto, realizamos un Sunset en la nieve con talleres y música en vivo en Valle Nevado. Contamos con la participación de 9 viñas quienes realizaron degustaciones durante todo el evento. Los asistentes pudieron disfrutar de un "after ski" con exquisitos vinos y un cocktail en donde 140 personas, disfrutaron de un espacio con una impresionante vista a la cordillera nevada.



# capital humano



---

**Entregamos a  
421 personas  
vulnerables,  
herramientas  
efectivas para  
mejorar su  
empleabilidad**







# 1. encuesta sectorial

En 2022 elaboramos una nueva encuesta y levantamiento de demanda especializada para el sector vitivinícola, incluyendo las necesidades según perfil, comuna y temporada, permitiéndonos conocer con mayor precisión las necesidades de las viñas logrando focalizar e incrementar el nivel de eficiencia de nuestro trabajo.



# 2. estudio de compensaciones totales para el sector vitivinícola

Trabajamos intensamente para finalizar la presentación y aprobación del “Estudio de Compensaciones Totales para el Sector Vitivinícola” a ejecutarse durante el año 2023. Este estudio permitirá a las viñas asociadas participantes, contar con una valiosa información largamente demandada y que hoy se traducirá en un producto concreto.

# 3. cursos de capacitación



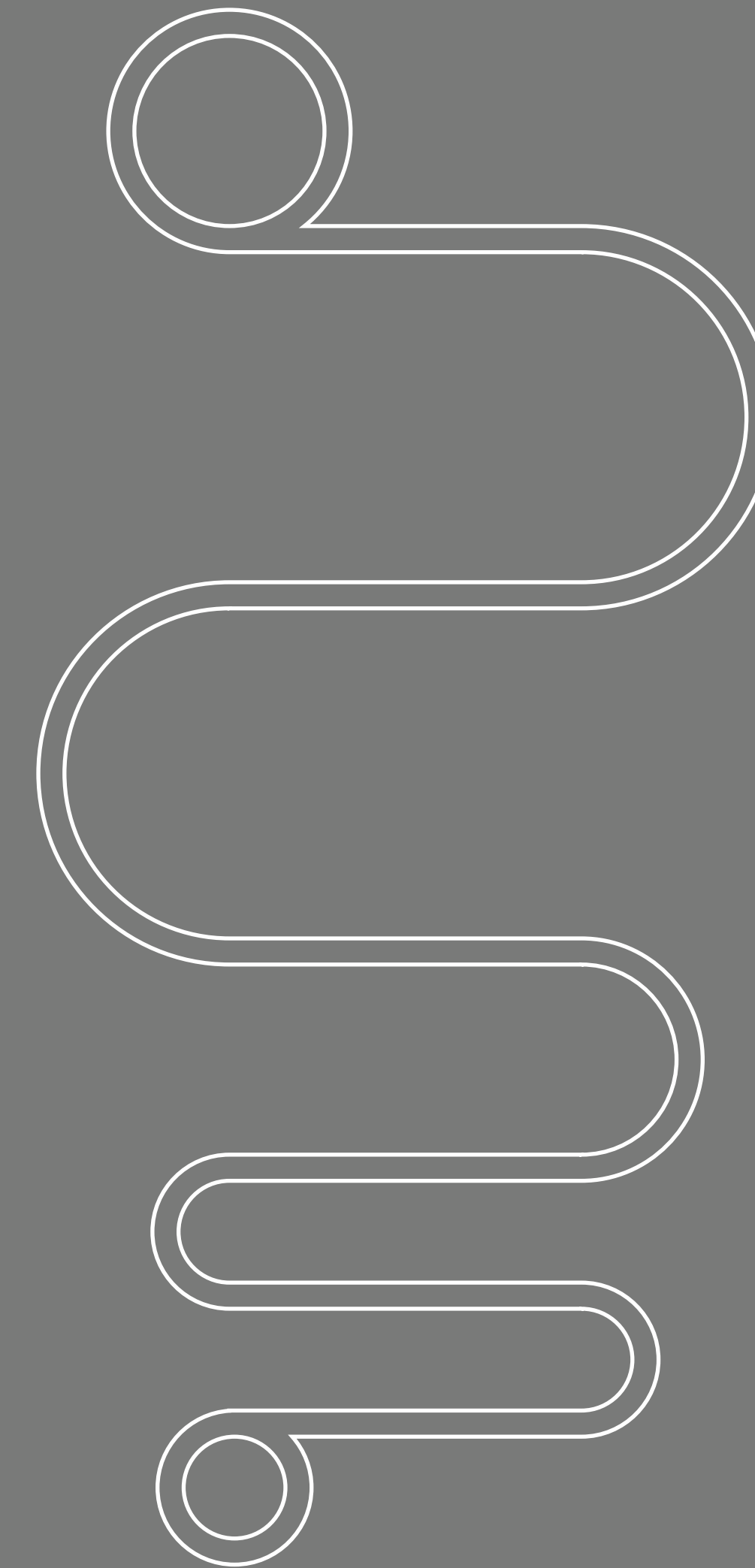
En 2022 se ejecutaron los siguientes cursos: Código de Sustentabilidad, Etiquetado, Riles y Manejo de Grúa Horquilla, entre otros, algunos de los cuales fueron repetidos en varias fechas.

# 4. mesas de trabajo



El Área de Capital Humano continúa participando activamente en las diferentes Mesas de Trabajo que se desarrollan en Odepa, Mintrab, Minagri, Foro Técnico del Maule y O'Higgins, entre otras, logrando mayor coordinación público-privado y visibilidad de nuestro quehacer

# 5.coordinaación



Para el logro de las metas y el desarrollo de los proyectos, el Área de Capital Humano se relaciona con diversas autoridades e instituciones públicas y privadas como Ministerios del Trabajo, Educación y Medio Ambiente, diferentes municipalidades a lo largo del país, instituciones de formación y educación, empresas vitivinícolas y del agro, proveedores y especialmente, Sence y Chilevalora, quienes nos ayudan a una mejor gestión y coordinación.

# certifica vino

Durante el año 2022 se ha evaluado a un total de 1.293 trabajadores vitivinícolas, agrícolas, estudiantes de Educación Media Técnico Profesional y trabajadores vulnerables como jardineros y recicladores de base.

Para lograr estos objetivos, Certifica-Vino Ltda. se presentó a diferentes licitaciones, adjudicándose proyectos para un total de 1302 trabajadores a lo largo del país. A continuación, algunos ejemplos:

- Ejecución de licitación 45-35-LR21 en las regiones de Valparaíso, Metropolitana, O'Higgins y Los Lagos por un monto de \$37.130.090.- Consideró 205 cupos y 565 UCL.
- Ejecución de licitación 45-18-LR21 en las regiones de Arica, Metropolitana y Biobío por un monto de \$38.265.040.- Consideró 180 cupos y 590 UCL.
- Ejecución de Becas Otic Chile Vinos en las regiones de Tarapacá, Atacama, Valparaíso, Metropolitana, Maule, Araucanía y Los Lagos por un monto de \$57.267.848.- Consideró 361 cupos y 883 UCL.



Hoy contamos con un total de 34 empresas participando activamente de las evaluaciones y certificaciones laborales, ya que además de los trabajadores del sector agrícola, hemos incorporado a nuestro quehacer a las empresas frutícolas de diferentes regiones, permitiendo certificar en especialidad transversales del mundo agrícola, lo que permite disponer de un mayor número de trabajadores certificados.

Importante destacar la capacitación, evaluación y certificación laboral de 100 alumnos de SNA Educa de Molina, en el perfil laboral de “Operario y Manejo de Viñedos”.

Esta acción responde a la necesidad de contar con trabajadores certificados y, por lo tanto, trabajamos en la inclusión de los estudiantes de EMTP, quienes son previamente capacitados por las instituciones de formación y luego certificados en perfiles laborales definidos por el sector; permitiéndonos, de esta forma, entregar mejores herramientas y oportunidades de desarrollo a los futuros trabajadores del sector.

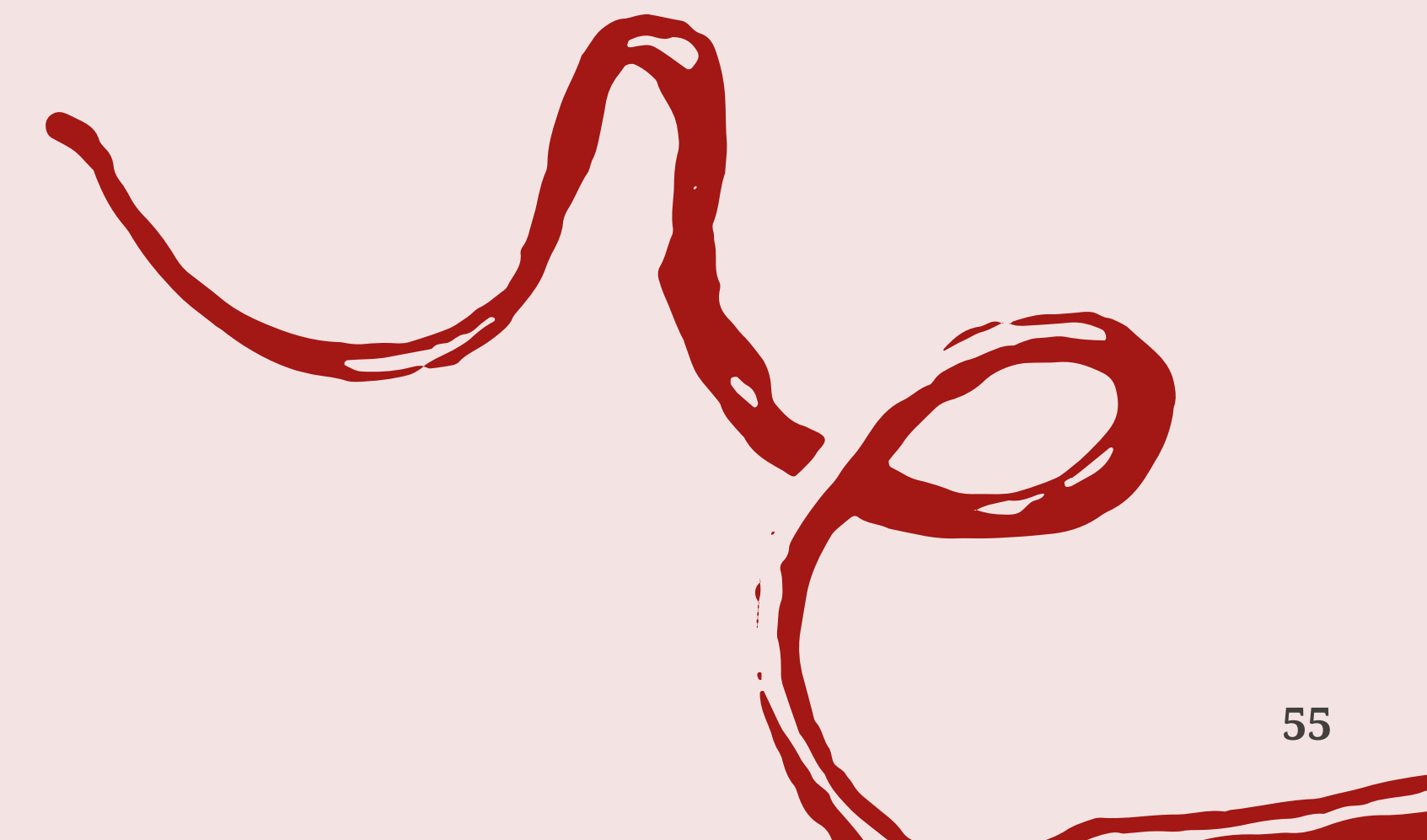
En nuestra área de Capital Humano, hemos trabajado fuertemente en apoyar la instalación de la Ley REP, a través de proyectos que permitan evaluar y certificar a recicladores de base a lo largo del país.

Por esta razón, hemos firmado convenios de apoyo con: Anarch, Triciclos, Sodimac, Parque Metropolitano, Municipalidades de Viña del Mar, La Florida, Cerro Navia, La Pintana y Ancud. Particularmente en Castro, realizamos un convenio con el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y el Ducado de Luxemburgo.

Lo anterior, nos ha permitido gestionar y ejecutar proyectos de certificación laboral para aproximadamente 400 recicladores de base desde Arica a Castro.



A la fecha se han evaluado y certificado laboralmente un total de **10.624** trabajadores del subsector vitivinícola, transversal, frutícola, estudiantes de EMTP, jardinería y de servicios de reciclaje y eliminación de residuos.



# Otic chile vinos

Durante 2022 el Otic Chile Vinos ha desarrollado diversos programas de capacitación a lo largo del país y a través de la franquicia tributaria Sence, gestionando 496 Cursos de capacitación, para un total de 3.663 trabajadores, con una inversión total de **\$405 millones** y un valor promedio por curso de **\$ 817.165**.

De esta forma, vamos dando respuesta a las necesidades de capacitación de cada asociado en particular, disponiendo de una plataforma que nos permite mayor eficiencia y oportunidad en la gestión.

Independiente de las capacitaciones del sector y a través del Programa de Becas Sociales, las que buscan entregar herramientas de empleabilidad a personas que no pueden acceder a la capacitación normal, el Otic Chile Vinos ha financiado un programa de Evaluación y Certificación de Competencias Laborales para un total de 197 personas (113 Jardineros y 84 Recicladores de base), con una inversión de **\$56,2 millones**. Por lo tanto, estas acciones irán en directo beneficio de personas cesantes y de extrema vulnerabilidad, entregando herramientas efectivas que les permitan mejorar su empleabilidad.



Durante 2022 se incorporaron seis nuevos asociados al Otic Chile Vinos: Agrícola Campanario, Agrícola El Estribo, Antawara Spa, Bourrasse Chile S.A., Transportes Viconto Ltda. y Viña del Nuevo Mundo Spa.

Importante destacar que a la fecha, se han realizado un total de **83.137 trabajadores capacitados**, con 12.330 cursos y una inversión de \$5.840 millones, destinados a la formación y perfeccionamiento de los trabajadores del sector vitivinícola y otros.

**inversión total \$405 millones**  
**becas sociales \$56,2 millones**  
**83.13 trabajadores capacitados**





**área i+d**  
**investigación,**  
**desarrollo**  
**innovación**

Aumentamos los recursos de la Ley I+D y logramos financiamiento **CORFO de \$1.160.000.000** para el nuevo proyecto de **“Cambio Climático y Agricultura Regenerativa”**



# 1. gestión y gobernanza

MARIO PABLO SILVA (PRESIDENTE – VIÑA CASA SILVA) · ELENA CARRETERO (VICEPRESIDENTA – VIÑA SANTA RITA) · JUAN JOSÉ BOUCHON (TESORERO – VIÑA J. BOUCHON) · JUAN CURY (VSPT) · ÁLVARO GONZÁLEZ (VIÑA CONCHAY TORO) · WILFRED LEIGH (IWCC) · MARI LUZ MARÍN (VIÑA CASA MARÍN) · JUAN IGNACIO ZÚÑIGA (VIÑA VENTISQUERO) · SANTIAGO ACHURRA (VIÑA REQUINGUA) · EDUARDO CARVALLO (CRISTALCHILE) · YERKO MORENO (UNIVERSIDAD DE TALCA) · IGNACIO SERRA (UNIVERSIDAD DE CONCEPCIÓN) · PATRICIO NÚÑEZ (UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA) · RODRIGO FIGUEROA (PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE) · GABINO REGINATO M. (UNIVERSIDAD DE CHILE) · MANUELA ASTABURUAGA (ASOCIACIÓN DE INGENIEROS AGRÓNOMOS ENÓLOGOS DE CHILE) · FEDERICO MEKIS (COFRADÍA DEL VINO) · ANDRÉS VIAL (PROVID).

**directorio i+d  
vinos de Chile**

La gobernanza sigue siendo un pilar fundamental del Consorcio. A la estructura ya existente de Directorio y diferentes comités técnicos, de sustentabilidad y de proyectos específicos, se sumó la necesidad de constituir un Consejo Estratégico y un Consejo Técnico del nuevo proyecto CORFO adjudicado al Consorcio: “Herramientas Agroclimáticas y de Agricultura Regenerativa para Enfrentar el Cambio Climático, Disminuyendo Brechas Técnicas y de Información para Vides y Frutales”.

Por su parte, en el rol de Entidad Gestora del PROGRAMA ESTRATÉGICO MESOREGIONAL DE ENOTURISMO SUSTENTABLE, mantenemos una activa participación en el Comité Ejecutivo y Directorios.

Finalmente, a nivel internacional, seguimos liderando el grupo de trabajo de sustentabilidad ambiental de la Federación Internacional de Vinos y Espirituosos (FIVS), participamos del grupo de sustentabilidad del Grupo Mundial de Comercio del Vino (WWTG) y nos integramos recientemente a los siguientes grupos de trabajo de la Organización Internacional de la Viña y el Vino (OIV): Desarrollo Sostenible y Cambio Climático; Recursos Genéticos y Selección de la Vid; y Salud y Consumo.

Desde el punto de vista de los proyectos y recursos, seguimos desarrollando el Programa “I+D Vinos de Chile, aumento de la competitividad mediante el mejoramiento de la calidad del viñedo y la sustentabilidad”, en el cual obtuvimos una extensión formal de CORFO de dos años adicionales.



## 2. código de sustentabilidad

El número de viñas certificadas llegó a las 84. Por su parte, en el área de Enoturismo del Código y luego de un comienzo lento en la consolidación de estos nuevos requisitos, se logró revertir la tendencia estable en el número de viñas certificadas, aumentando a 10 en esta área. Este es un excelente indicador y una señal de interés.

Se inició el proceso de revisión y mejora para una nueva versión del Código y el funcionamiento y establecimiento del sistema de certificación de tercera parte ha sido exitoso. Los cambios en la nueva versión apuntan a la inclusión de un número mayor de pequeños productores y la incorporación de áreas que se deben reforzar dentro de un proceso de mejora continua, junto con el desarrollo de indicadores sectoriales.

Buen resultado en el ejercicio internacional de comparación de estándares de sustentabilidad, encargado por el monopolio sueco de alcoholes, Systembolaget y realizado por la consultora internacional Intertek. A través de la participación en esta comparación internacional con 38 estándares, pudimos ratificar la solidez de nuestro Código de Sustentabilidad y visualizar las oportunidades de mejora para seguir manteniendo una posición de liderazgo. Estas herramientas son dinámicas y es necesario monitorear permanentemente lo que pasa a nivel internacional.



# 3.mejoramamiento del viñedo

Se concretó la construcción y traslado del Banco de Germoplasma desde Panguilemo en la región del Maule, al Centro Experimental de INIA Hidango, ubicado en la comuna de Litueche, región de O'Higgins. Con este hito, se cumple una etapa muy importante del programa de mejoramiento del viñedo y es un objetivo buscado por el proyecto desde hace algunos años. Con el traslado del Banco de Germoplasma hasta INIA Hidango, se facilita la logística y podremos trabajar de mejor manera, al tener las dos etapas (Banco y Bloque) que dependen directamente de nosotros como Consorcio, en un solo lugar. Además, nos permite alejarnos de vectores de virus que potencialmente podrían dañar el material del Banco que debe mantenerse totalmente aislado.

Se aplicaron exitosamente los protocolos de cultivo in vitro para todos los genotipos. Esto ha permitido aumentar la eficiencia de las distintas etapas del proceso de saneamiento de virus: establecimiento del material vegetal, propagación del material de interés, enraizamiento y aclimatación, además del cultivo de meristemas. En la práctica, la optimización de los protocolos de propagación, enraizamiento y aclimatación, lograron disminuir la tasa de mortalidad en etapa de aclimatación hasta alcanzar un 10% en todos los genotipos en estudio, lo que permite optimizar los tiempos de trabajo y el material vegetal según los requerimientos de las otras licitaciones del proyecto.

Importantes hallazgos en la evaluación enológica del material vegetal. Se evaluó durante cinco años, el comportamiento de las características de la uva, del mosto, el potencial enológico, sensorial de los vinos y finalmente en la última temporada (2022) el potencial aromático de las bayas de 14 selecciones importadas y 14 plantas madre. Las conclusiones del estudio presentan información relevante, única e inédita en nuestro país, para las selecciones importadas y plantas madre estudiadas.



# 4. transferencia tecnológica



Este año se mantuvo una activa participación en actividades de transferencia, con 11 talleres y actividades de terreno y más de 340 participantes. Se mantuvo una nutrida agenda de actividades de transferencia tecnológica en modalidad híbrida de actividades presenciales y videoconferencia. Es clave mantener este canal de información y comunicación con las viñas, para ir instalando temas técnicos de los proyectos o relacionados con ellos, y que permitan mejorar el desempeño sustentable y la competitividad de las viñas.

Ejecución de la Segunda Etapa del Proyecto de Tecnologías Verdes con INAPI, IALE WIPO GREEN de Naciones Unidas y Consorcio I+D Vinos de Chile. Luego del levantamiento de información para identificar nuevas tecnologías innovadoras para hacer frente a los desafíos ambientales y del cambio climático, se realizó la búsqueda de tecnologías y se transfirieron sus resultados en una actividad espacial. El Consorcio I+D Vinos de Chile es parte de este proyecto internacional desde el año 2019 y es una oportunidad para estrechar los lazos con INAPI y la organización mundial de propiedad intelectual (WIPO).



# 5. sustentabilidad y calidad (S&C)

(S&C), spin-off del Consorcio I+D, concluyó sus primeros servicios de asesorías y consultorías. Durante este año, se ejecutan los dos primeros servicios de consultoría, para el Ministerio de Medio Ambiente y para una viña en la construcción de su plan estratégico de sustentabilidad. Esto es relevante, en términos de inicio de actividades, debido al futuro rol de esta sociedad en el modelo de negocio de comercialización de plantas. Aunque la naturaleza de los servicios es distinta, ayuda a darle movimiento a esta pieza clave en el escalamiento del programa de Mejoramiento del Viñedo. Actualmente S&C cuenta con registro como vivero para la producción y comercialización de plantas.

Sumado a lo anterior, S&C se adjudicó un FOCAL para trabajar con cuatro productores de Itata en la implementación y certificación del Código de Sustentabilidad.

# 6. otras iniciativas

Sin lugar a duda, una de las grandes noticias del 2022, fue la adjudicación del proyecto “Herramientas Agroclimáticas y de Agricultura Regenerativa para Enfrentar el Cambio Climático, Disminuyendo Brechas Técnicas y de Información para Vides y Frutales” con una duración de 5 años. Un proyecto con un presupuesto cercano a los dos mil millones y cuyo objetivo principal es contribuir a la mitigación y adaptación al cambio climático en el sector agrícola, a través del cierre de brechas relacionadas a la descarbonización, baja eficiencia en el uso de los recursos y falta de adicionalidad tecnológica, a través del desarrollo de herramientas agroclimáticas y de agricultura regenerativa, que fortalezcan la gestión de las empresas.

Junto con el desarrollo de una nueva plataforma de información agroclimática y cambio climático, integrando plataformas ya existentes, se trabajará con modelos predictivos de eventos climáticos adversos y de enfermedades (oídio). A su vez, se va a implementar y validar prácticas de agricultura regenerativa para mejorar la gestión sustentable de los sistemas agrícolas; se mejorará de manera significativa la calidad, oportunidad y disponibilidad de la información agroclimática, para el manejo del recurso hídrico y la gestión agrícola y podremos ampliar la cobertura de la red meteorológica para la caracterización climática de las principales zonas agrícolas productivas, junto con la exploración de zonas de interés para la producción vitícola.





**departamento  
de estudios**

# hitos

**Realizamos intensas gestiones y recopilación de información a nivel nacional e internacional para contrarrestar la ofensiva de Minsal de vincular todo consumo de alcohol con el cáncer**

**Dimos inicio al estudio de mercado de la India para generar estrategia de apertura comercial para el vino**

**Lanzamos el código de autorregulación publicitaria para respaldar el compromiso y la imagen de sustentabilidad de la industria vitivinícola chilena**

Desempeño de las exportaciones: Reporte mensual de la evolución de las exportaciones.

Indicadores de la industria vitivinícola: Informe semestral de los principales indicadores productivos y económicos de la actividad a nivel nacional e internacional.

Advertencias de Salud en las etiquetas: Intensas gestiones y recopilación de información a nivel nacional e internacional para contrarrestar la ofensiva de Minsal de vincular todo consumo de alcohol con el cáncer.

Acuerdos comerciales: Inicio del Estudio “India: Mercado con gran potencial para los vinos chilenos” con el Instituto de Estudios Internacionales de la Universidad de Chile, con el objetivo de generar una estrategia para la apertura comercial de los vinos chilenos en India.

Código de Autorregulación publicitaria de Vinos de Chile: Lanzamiento del nuevo Código de autorregulación que refrenda el compromiso de la industria vitivinícola chilena con la sustentabilidad y el consumo y publicidad responsables.

Biblioteca digital: Incorporación de cerca de 60 documentos y estudios de interés en el ámbito nacional e internacional en nuestra página web.

Posicionamiento del sector: Participación en diversas instancias ministeriales para dar a conocer la importancia del sector y generar instancias de colaboración.

Obstáculos Técnicos al Comercio: Seguimiento y gestiones a nivel nacional e internacional para evitar la imposición de OTC al vino.

Apoyos transversales: Entrega de información a socios y a las distintas áreas de Vinos de Chile.



**legal**

El área legal se desempeña, por una parte, en el ámbito internacional, participando de distintos foros de discusión con nuestros pares como FIVS, CEEV, WWTG, con el fin de discutir y aunar criterios en torno a materias relevantes. También acompaña al gobierno como representante de la industria, en otras instancias de carácter institucional y participa activamente en la elaboración de comentarios a los proyectos de regulaciones de otros países informadas a la OMC y que puedan significar barreras técnicas al comercio.

En el ámbito nacional se realiza una importante y activa labor de seguimiento normativo en aspectos como comercialización, aranceles, etiquetado y publicidad, y se mantiene permanente contacto con las autoridades de gobierno a fin de informar y mantener siempre presente la mirada de la industria en los aspectos que le competen.

Podemos resumir los temas más relevantes durante el 2022, fueron los siguientes:

1

Defensa de los intereses de la industria frente al Reglamento de la Ley de Etiquetado de bebidas alcohólicas.

2

Comentarios a consultas públicas formuladas por distintos países en el marco del Comité de Obstáculos Técnicos al Comercio de la Organización Mundial del Comercio.

3

Seguimiento discusión convención constitucional y propuesta de participantes en comisión de Medio Ambiente.

4

Asesoría y respuesta permanente de consultas de los socios sobre temas de toda índole en Chile y principales destinos de exportación.

5

Elaboración de circulares sobre variados temas de interés para los socios.

6

Actualización constante de nuevas normativas, tanto nacionales como internacionales, en materias de etiquetado, intercambio comercial, aranceles, parámetros analíticos, etc.

7

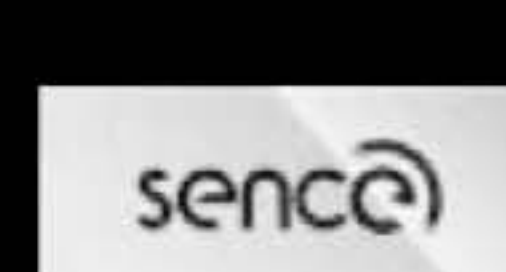
Negociaciones con variadas autoridades de gobierno para obtener modificación y corrección del Reglamento de la Ley de etiquetado. Presentación de observaciones en la OMC

8

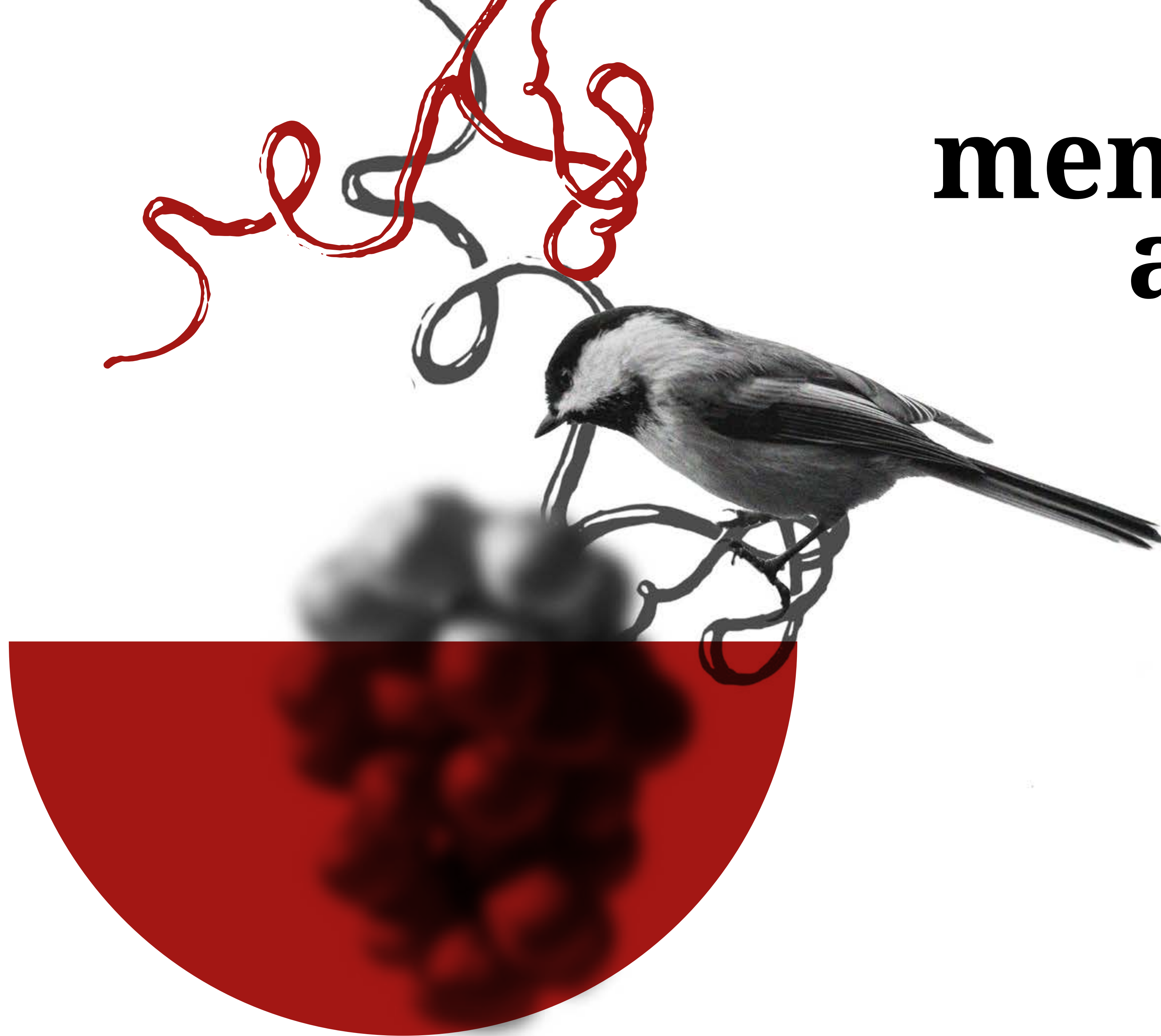
Impulso de las negociaciones de un Tratado de Libre Comercio con la India.

# colaboradores

Agradecemos a nuestras viñas asociadas y sus equipos, ProChile, SAG, ODEPA, Fundación Imagen Chile, Corfo, SENCE, INDAP, empresas socias y a todas las instituciones que día a día confían en nuestro trabajo y en las iniciativas que impulsamos en beneficio de que nuestros vinos sean más conocidos y valorados en el mundo.



# memoria anual 2022



Vinos de Chile