

DILBERT por SCOTT ADAMS

G LA ÚLTIMA

GESTIÓN
gestion@diariogestion.com.pe

SABORES

“Debe evitarse que el consumidor de vinos se quede en una cepa”

Patricia Guzmán, de Concha y Toro, siente que su misión es darle las mayores posibilidades al buen bebedor en el largo camino que un aficionado del vino debe recorrer.

PAULO RIVAS PEÑA
privas@diariogestion.com.pe

Según Carlos de Piérola, director de Barricas.com, página especializada en vinos, el cabernet sauvignon, la cepa (uva origen del vino) más tradicional de Chile, hace poco era la preferida del consumidor de vinos peruano, pero esta fue desplazada por el malbec.

Frente a este escenario, Patricia Guzmán, enóloga de la bodega Concha y Toro, explica que su firma no desea protagonizar una pelea entre cepas, sino que su misión es enseñar la gran variedad de vinos que Chile puede ofrecer al mundo.

Además su viña apunta a que el consumidor se anime a probar cada vez un vino de mayor calidad y precio.

“Lo que hemos ido haciendo es abrir nuestro abanico de vinos en distintas cepas, en distintas tipicidades y en diferentes presentaciones, e invitamos al cliente a experimentar, porque el mundo

del vino es un camino muy largo de aprendizaje”, comenta Guzmán.

¿Pero cómo lograr que los consumidores apunten a la diversificación y no se estancan en una sola cepa?

“Esa es mi misión”, apunta Guzmán, “voy a los mercados y trabajo directamente con los distribuidores, las tiendas especializadas y hasta el consumidor final, hago que la gente experimente con los vinos y descubra por sí sola cuál es su indicado, porque al final el tema del vino es como todo en la vida: tienes que probarlo para ver si te gusta o no”, agrega.

Para Guzmán, en el proceso de aprendizaje primero se deben probar distintos tipos de vino (tintos, rosados, blancos), luego pasar por los diferentes países y sus orígenes, y terminar con el maridaje, degustar las diversas cepas con varias comidas.

Complemento

Guzmán está a cargo de la línea de alta gama de Concha

LAS CLAVES

♦♦ **Las mujeres.** Ahora las mujeres compran más vinos, según la experta. Además ellas deciden la compra de vinos para sus novios, esposos y familia, siendo las que promueven el consumo.

♦♦ **Ultrapremium.** Don Melchor es el vino ultrapremium de Concha y Toro, ya tiene 22 cosechas en su haber, es

de la cepa cabernet sauvignon y es el más antiguo de Latinoamérica que compite con las grandes chateaux del mundo.

♦♦ **Popular.** Casillero del Diablo es el vino más conocido de Concha y Toro. Es exportado a 135 países con una producción de tres millones de litros anuales.

y Toro en siete países de Sudamérica, y cree que los vinos que lleva y presenta, en cada uno de estos destinos, son un complemento de la cultura local. En el caso del Perú, de la gastronomía.

“Nosotros portamos los vinos y ustedes portan su gastronomía, esto hace que se destaque más la cocina peruana (...). Ha sido muy entretenido hacer maridajes con chefs peruanos, ya que

con los vinos se resaltan los ingredientes y la creatividad del cocinero”.

Los tiempos cambian

Patricia Guzmán comenta que antes el vino estaba muy enfocado al consumo familiar y el consumidor principal era el hombre. Pero con el pasar del tiempo han aparecido dos nuevos grandes clientes que son las mujeres y los jóvenes.



Patricia Guzmán y su ruta del vino.

LA FICHA

Nombre: Patricia Guzmán.
Cargo: Ejecutiva de Vinos Finos y Enóloga de Concha y Toro.
Estudios: Ingeniera Agrónoma de la Pontificia Universidad Católica de Chile.
Maridaje perfecto: Un vino carmenere con charquicán o un pastel de choclo.
Hobby: Montar bicicleta, viajar.

Mientras que el caso de los jóvenes va de la mano con el desarrollo económico de los países emergentes, “las personas buscan consumir productos de mayor calidad, y ahí se abre el espacio del vino, que acompaña a la comida no solo en casa, sino que va a los restaurantes, va a los hoteles y hay más acceso a tiendas especializadas”, agrega Guzmán.