



Descenso a los casilleros del diablo

Description

Por Carmen Esquivel.

Aumentar el posicionamiento de Chile como destino para el turismo enológico, es hoy el objetivo del nuevo Centro del Vino inaugurado en la Viña Concha y Toro de la comuna de Pirque, a unos 20 kilómetros de Santiago.

Los orígenes de ese viñedo se remontan a 1883, cuando Melchor Concha y Toro, político y exministro de Hacienda, y su esposa, Emiliana Subercaseaux, decidieron fundarlo en ese lugar del valle del Maipo y trajeron variedades de uva de la región de Burdeos, Francia.

En la actualidad esta es una empresa líder en la industria vitivinícola, exporta sus productos a más de 130 países y sus ventas anuales ascienden a unos mil millones de dólares.

Con el nuevo Centro del Vino se busca dar una mayor dimensión a un sitio que el pasado año atrajo a más de 230 mil visitantes de diferentes regiones del mundo.

Historia, arte, naturaleza, cultura, vinos de excelencia y gastronomía confluyen en este espacio, según pudimos constatar en una visita realizada por la prensa extranjera y convocada por Imagen de Chile, la fundación que promueve la marca país en el exterior.

Allí están la casa de sus fundadores y el parque con fuentes y senderos con influencia francesa e inglesa que hoy forman parte del patrimonio nacional.

En el museo, y a través de tecnología de última generación, es posible conocer todo el proceso de producción, desde los valles donde se siembra la uva, las características del terreno para cada variedad, los tipos de vinos y hasta la posibilidad de catarlos.

También es posible hacer un recorrido guiado por las bodegas subterráneas a bajas temperaturas donde se guarda la bebida en grandes barriles de madera, e incluso, descender hasta las cavas del Casillero del Diablo.



En las bodegas del Diablo

Viña Concha y Toro produce varias marcas, como Casillero del Diablo, Don Melchor, Trivento y Bonterra, pero es la primera la más conocida y en torno a ella hay toda una leyenda que le dio origen al nombre.

A través de un atractivo relato audiovisual, los visitantes pueden conocer cómo nace el rumor sobre esta bebida.

Dicen que hace más de 100 años Don Melchor escondió una preciada colección de vinos en su cava privada que estaba rodeada por una reja de hierro, sin embargo, con el tiempo comenzó a notar que las botellas desaparecían.

Para proteger su tesoro de los robos, recurrió al folclore y al temor de la gente por los fenómenos de otro mundo e ideó la historia de que existían extraños eventos nocturnos que solo podían explicarse porque “el diablo habitaba en sus bodegas”.

Cada ruido y sombra en el lugar contribuyó a difundir y aumentar el rumor y con el tiempo las botellas dejaron de desaparecer. Así surgió el nombre del Casillero del Diablo.



Hoy esta es una de las marcas más reconocidas a nivel mundial y está también entre las auspiciadoras oficiales del club de fútbol inglés Manchester United FC.

En declaraciones a Prensa Latina la vicepresidenta de vinos finos e imagen corporativa de Viña Concha y Toro, Isabel Guilisasti, informó que la compañía vende alrededor de 33 millones de cajas anuales.

“Yo te diría que el gran auge de la empresa en términos de exportaciones comenzó a partir de los años de 1980”, expresó. En esa década la firma se expandió a Brasil, Ecuador, Perú y Colombia.

La primera conquista fue Sudamérica, por razones obvias, y después con los años México, Estados Unidos, y de ahí a otros continentes como Europa, África y Asia, dijo.

Consultada sobre cuánto ha contribuido Concha y Toro a difundir la imagen de Chile en el mundo, expresó que el aporte es grande porque es una empresa con una larga historia y está presente en muchas partes del orbe.

En todo lo que hacemos tratamos de honrar el pasado porque somos custodios de nuestra historia y, a la vez, buscamos percibirnos como altamente contemporáneos, declaró.

Sobre la visión de la compañía dijo que hoy día está orientada a acercarse más al consumidor final a través de este tipo de iniciativas, como el Centro del Vino.



El enoturismo en Chile

Claudia Moreno, jefa del departamento de servicios, innovación y turismo de ProChile, declaró a Prensa Latina que el enoturismo está mostrando un crecimiento y dinamismo en el país, sobre todo en los últimos años.

En todos los valles principales hay rutas del vino y la oferta es variada, dijo la representante de ProChile, institución del Ministerio de Relaciones Exteriores que promueve la oferta de bienes y servicios del país en el mundo.

Según datos oficiales, hay 219 viñas abiertas a esta modalidad, frente a 94 que existían hace una década, y allí se incluyen desde la degustación de productos, recorridos por las plantaciones y bodegas, hasta ofertas gastronómicas y promociones artísticas.

Si bien la zona central (Casablanca, el Maipo, Colchagua, Maule, Cachapoal, entre otras), es la más visitada, hay otras regiones que comienzan a destacarse con propuestas diferenciadas.

Entre ellas figuran Elqui y Huasco, donde combinan vinos y pisco con astroturismo; Limarí y Choapa, que integra desierto, mar y montaña; Itata y Biobío, con vinos de autor y fuerte identidad local.

Un gran impacto en el enoturismo en los territorios tienen también las Fiestas de la Vendimia que cada vez atraen a más personas, tanto nacionales como foráneas

En 2024, Chile recibió más de cinco millones 200 mil visitantes extranjeros, cifra que representa un incremento de 40,4 por ciento con respecto al 2023.

Según la subsecretaria de Turismo, Verónica Pardo, estos datos confirman al 2024 como el año de la recuperación del

sector tras la pandemia de la Covid-19.

De la cifra total de visitantes, alrededor de un millón 200 mil participaron en excursiones a los viñedos.

En opinión de Pardo, el enoturismo es un motor clave para diversificar y enriquecer la oferta del país, destacando la riqueza del patrimonio vitivinícola y su impacto en el desarrollo de las economías locales.

El Maipo/PL

Date Created

Agosto 2025

www.elmaipo.cl