

# EL VINO ES COMPARTIR

CLAVES PARA CONECTAR CON  
LA NUEVA GENERACIÓN

7 de mayo de 2025



# CONTEXTO

- El vino chileno se ha consolidado como un **producto de calidad** a nivel internacional.
- Sin embargo, el consumo interno ha disminuido, especialmente **entre los jóvenes**.
- Nuevas **alternativas alcohólicas** están ganando terreno (cervezas artesanales, gin, cocteles).



# Metodología de investigación

## **Analytics**

Análisis de los datos de encuesta de presupuestos familiares 2017-2022

## **Desk Research**

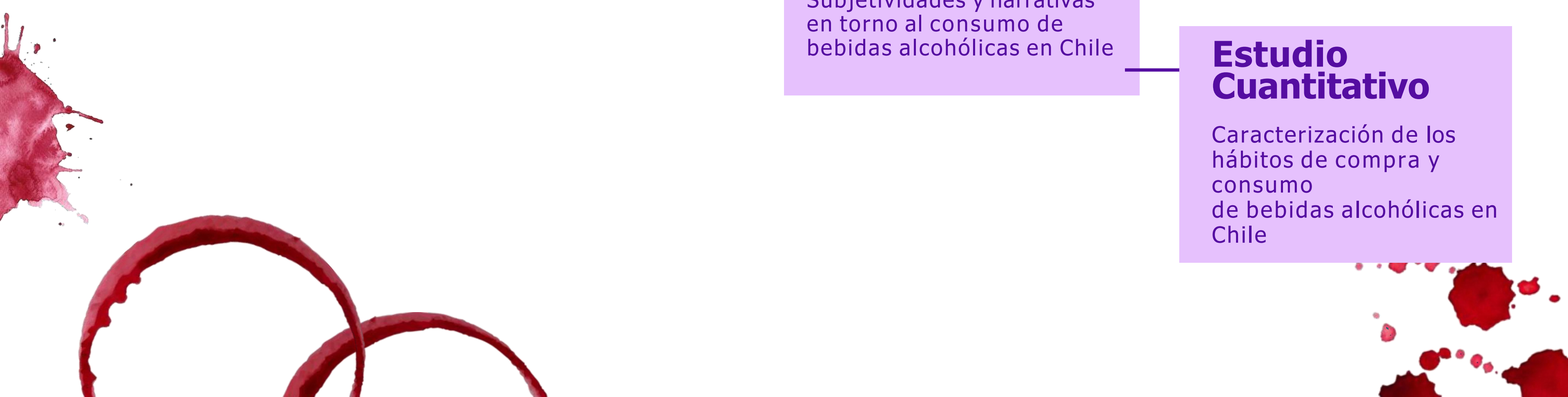
Análisis de campañas de promoción del consumo de bebidas alcohólicas a nivel global y nacional.

## **Estudio Cualitativo**

Subjetividades y narrativas en torno al consumo de bebidas alcohólicas en Chile

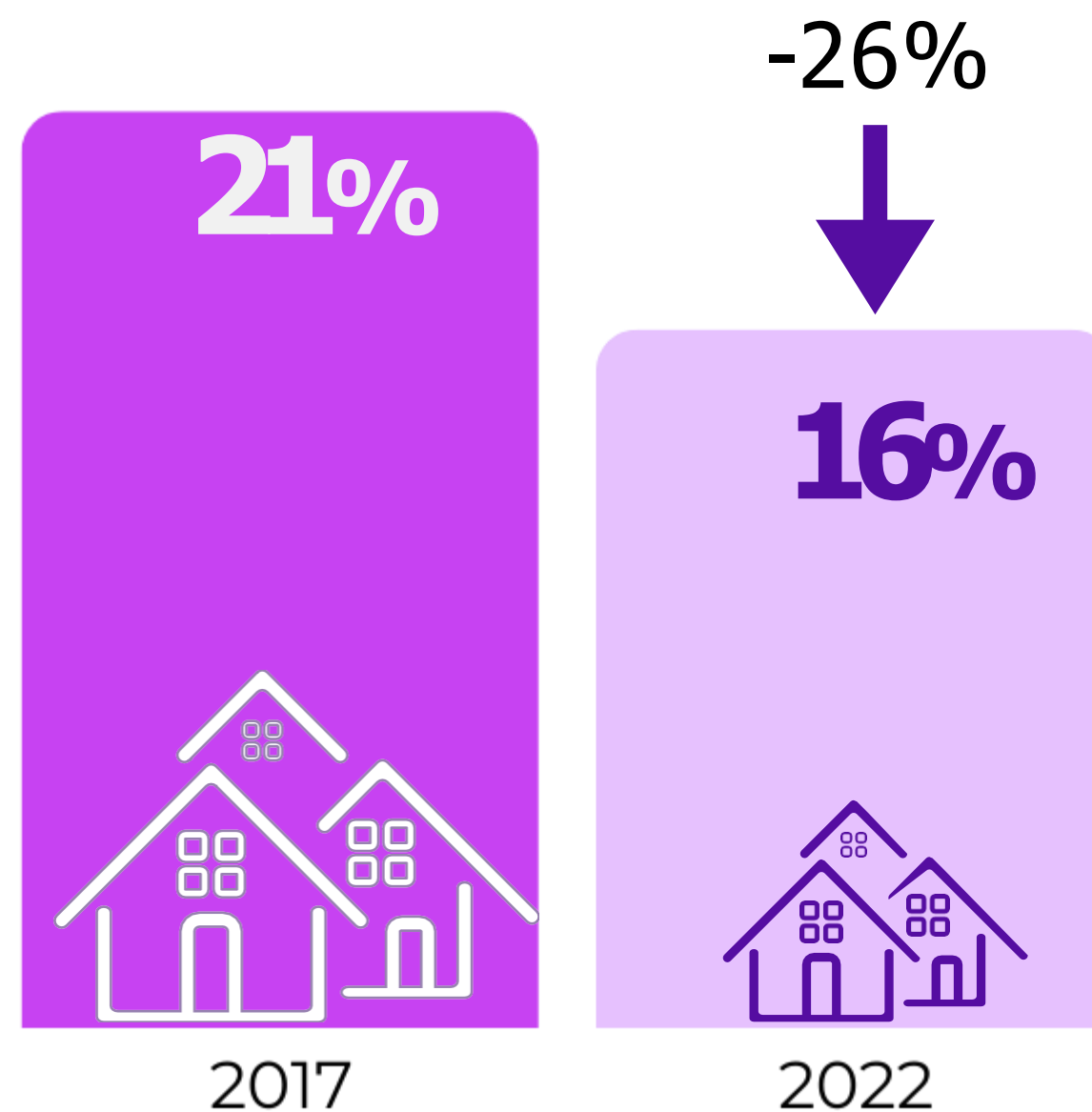
## **Estudio Cuantitativo**

Caracterización de los hábitos de compra y consumo de bebidas alcohólicas en Chile



# El consumo de vino ha disminuido desde 2017

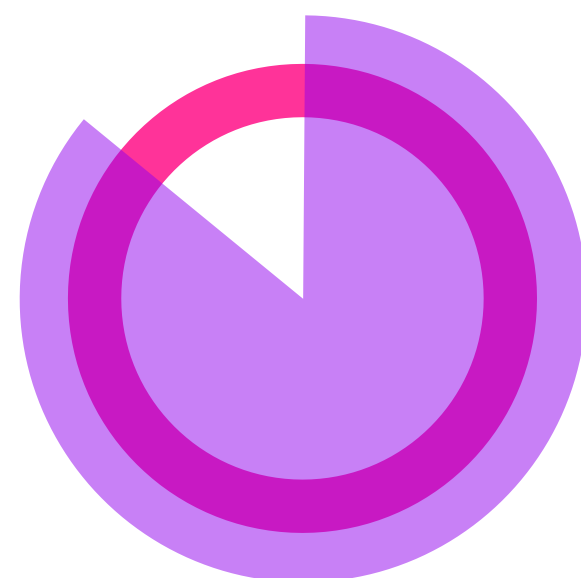
Hogares que  
gastan en vino



# 4 de cada 5 chilenos mayores de 18 años bebe alcohol, pero no todos beben vino

**POBLACIÓN:**

**Segmentos ABCD de entre 18 y 65 años de zonas urbanas**



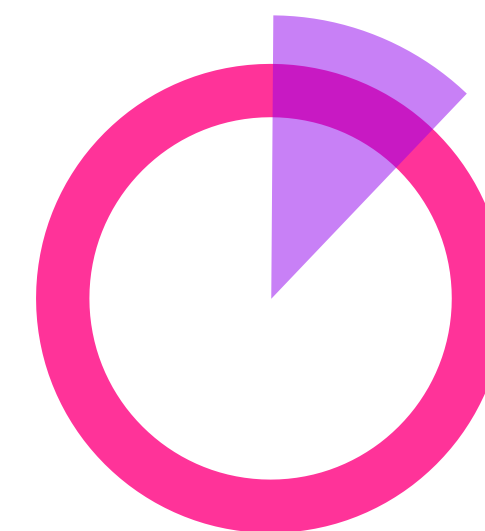
**81%**

Bebe alcohol



**61%**

Bebe vino y/o  
espumante



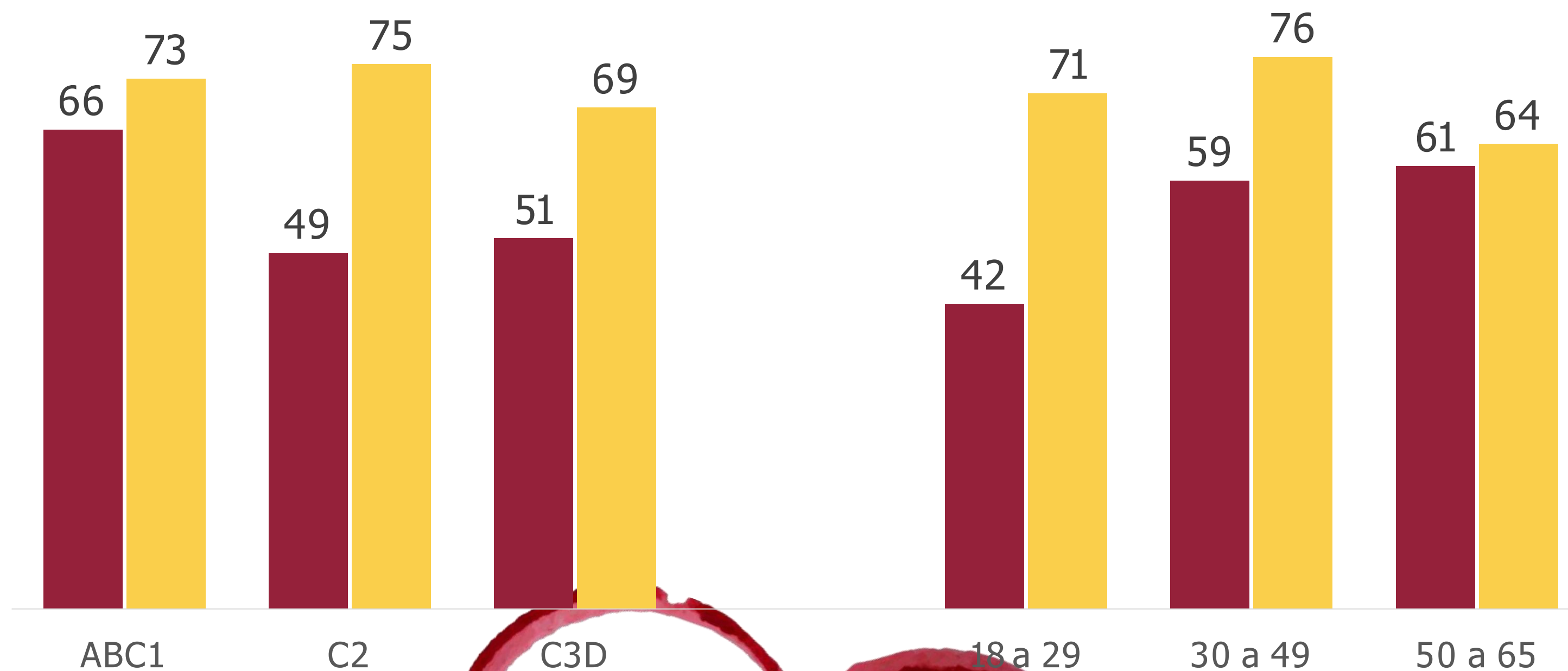
**13%**

Consume vino  
semanalmente

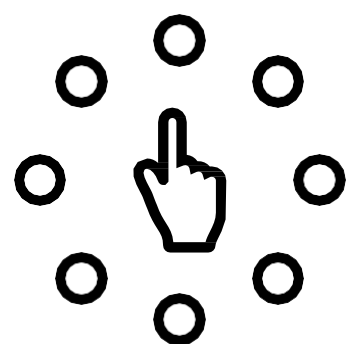
# Vino es la segunda bebida alcohólica que más personas consumen después de la cerveza



# El consumo de vino es cercano al de cerveza sólo en 50+ y en quienes tienen mayor poder adquisitivo



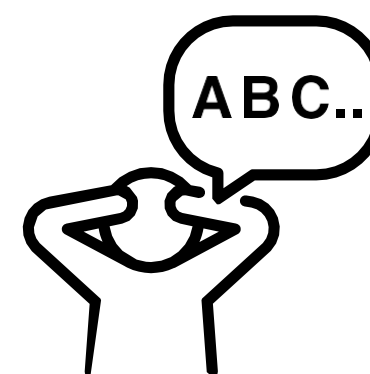
# Frenos a la compra y consumo de vino



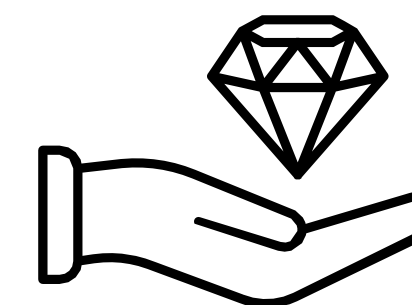
**Demasiadas  
opciones**



**Miedo a  
equivocarse**



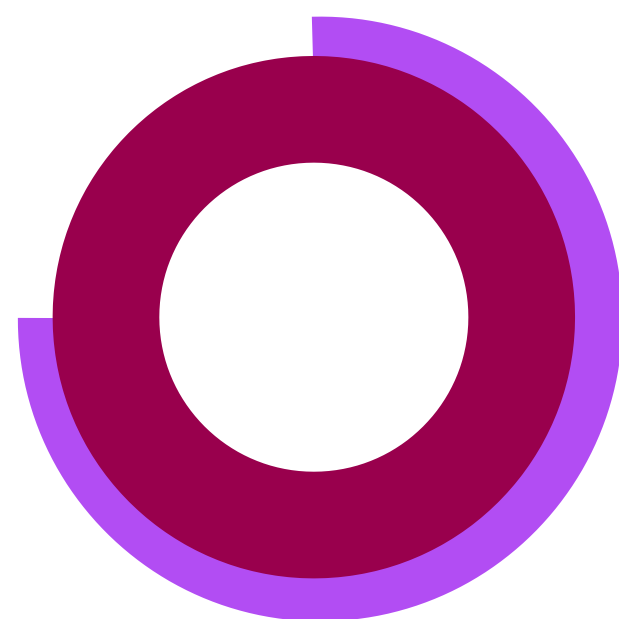
**Poca recordación y  
acompañamiento**



**Se percibe como de  
élite**

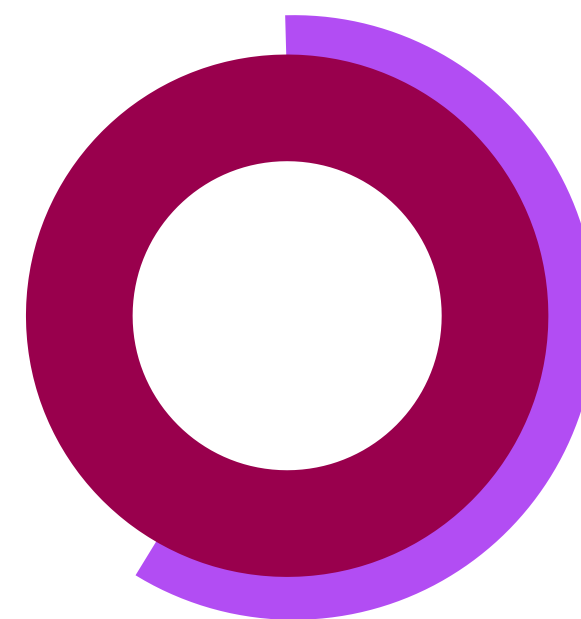


# El interés por el vino está presente



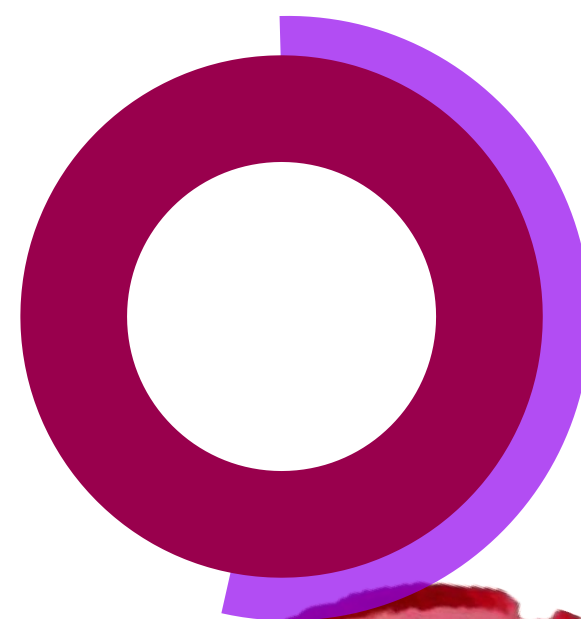
**75%**

Está de acuerdo con que hay un vino para cada ocasión



**64%**

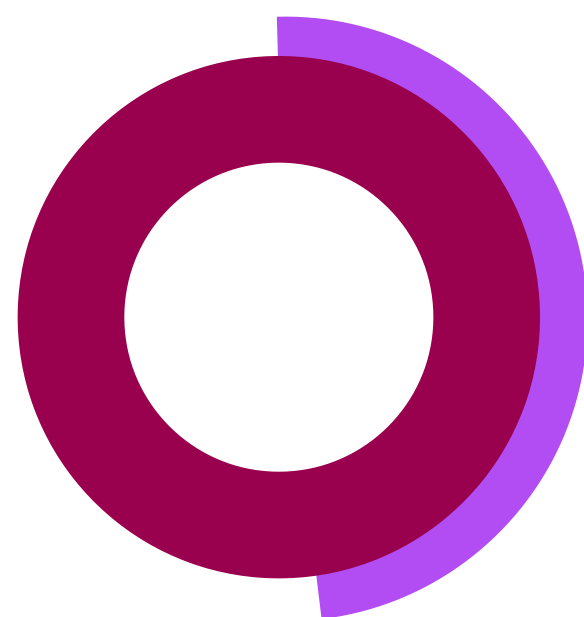
Está de acuerdo con que le interesaría saber más sobre vinos



**55%**

Está de acuerdo con que le gusta buscar las diferentes notas y sabores de cada vino

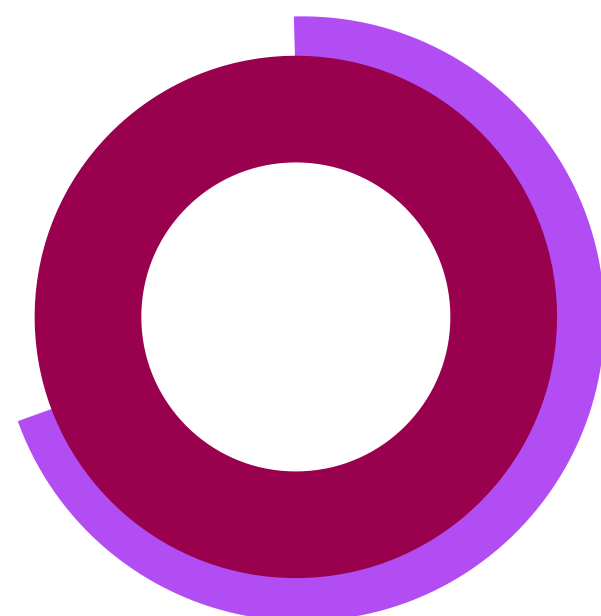
# Los restaurantes: ¿juegan a favor o en contra?



**49%**

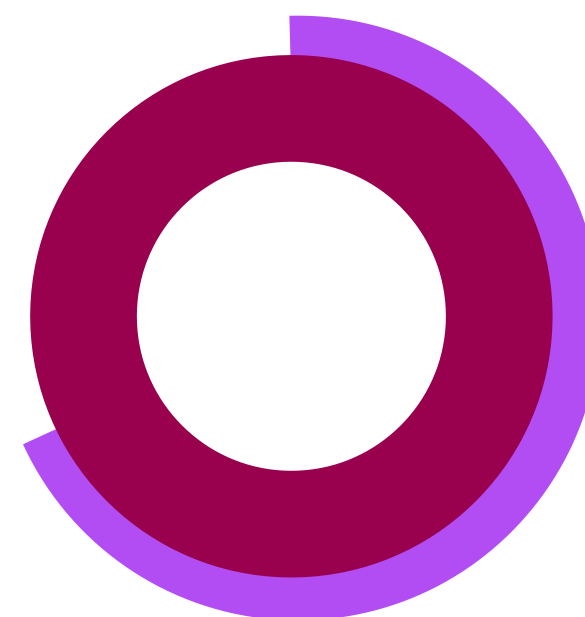
Declara que el vino es lo que preferiría tomar en un restaurante

...pero...



**70%**

Está de acuerdo con el que vino potencia el sabor de las comidas

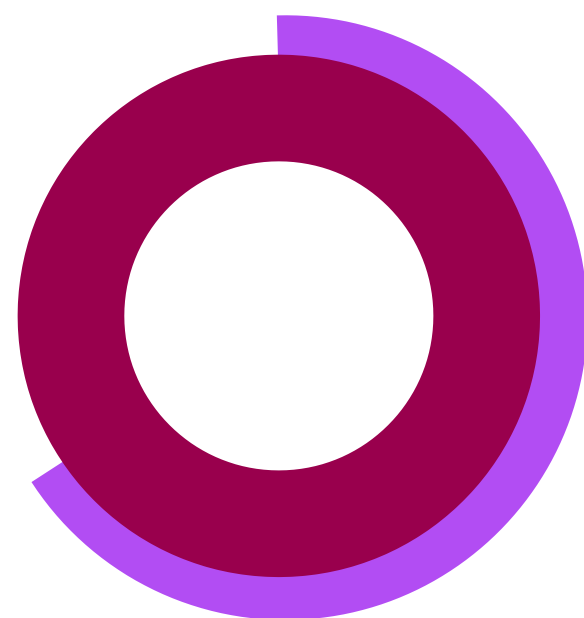


**69%**

Está de acuerdo con que el vino es demasiado caro en restaurantes

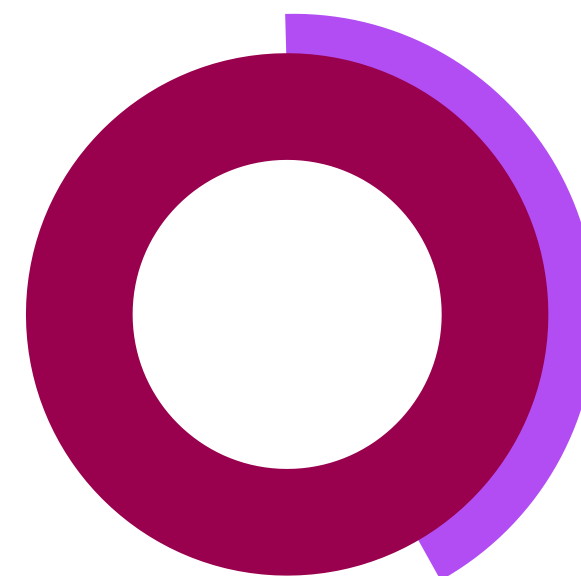


# Se han perdido las instancias para adquirir el gusto por el vino



**65%**

Está de acuerdo con que el vino es un gusto adquirido

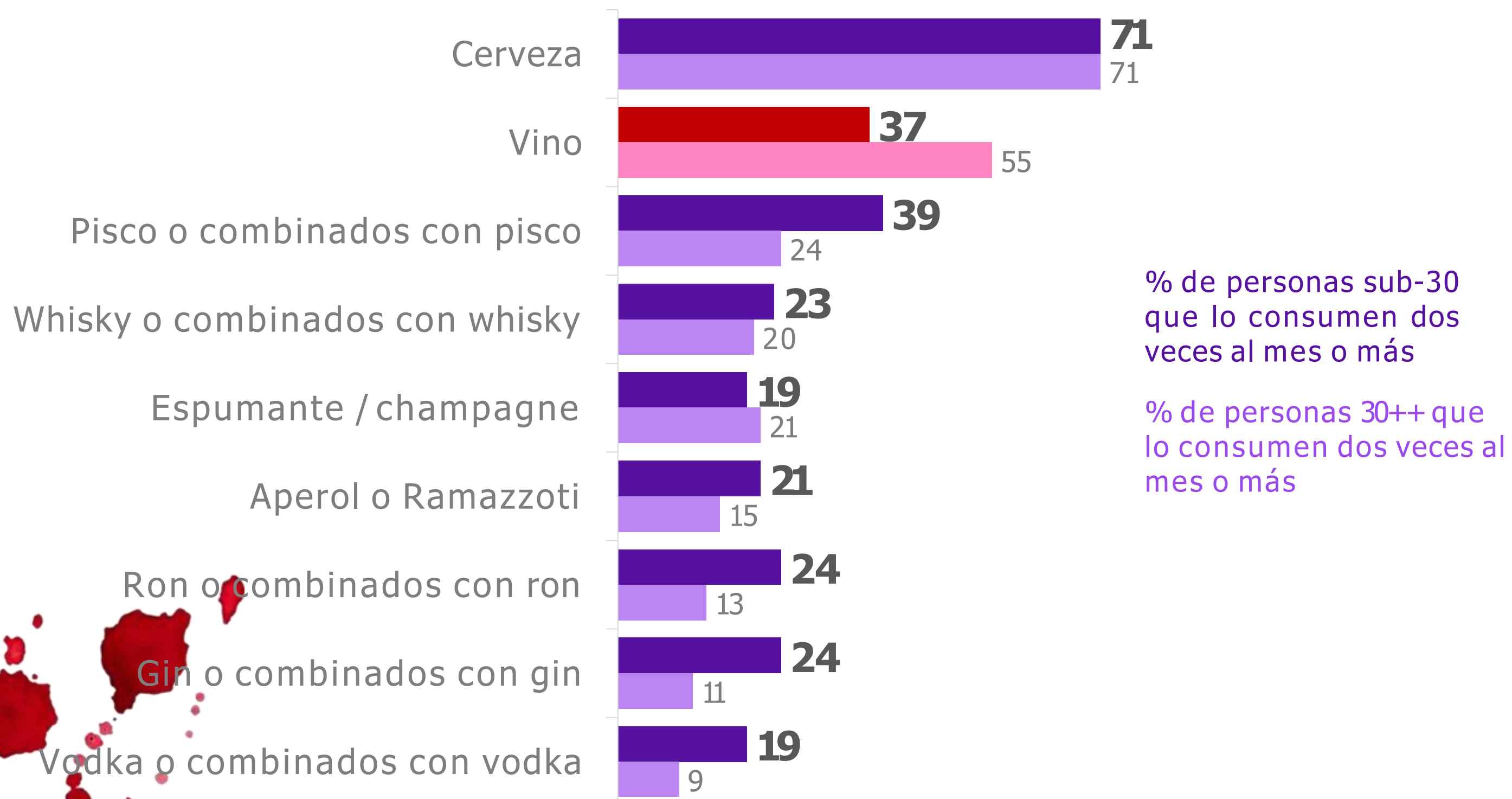


**40%**

Está de acuerdo con que aprendió a tomar vino con sus padres o abuelos



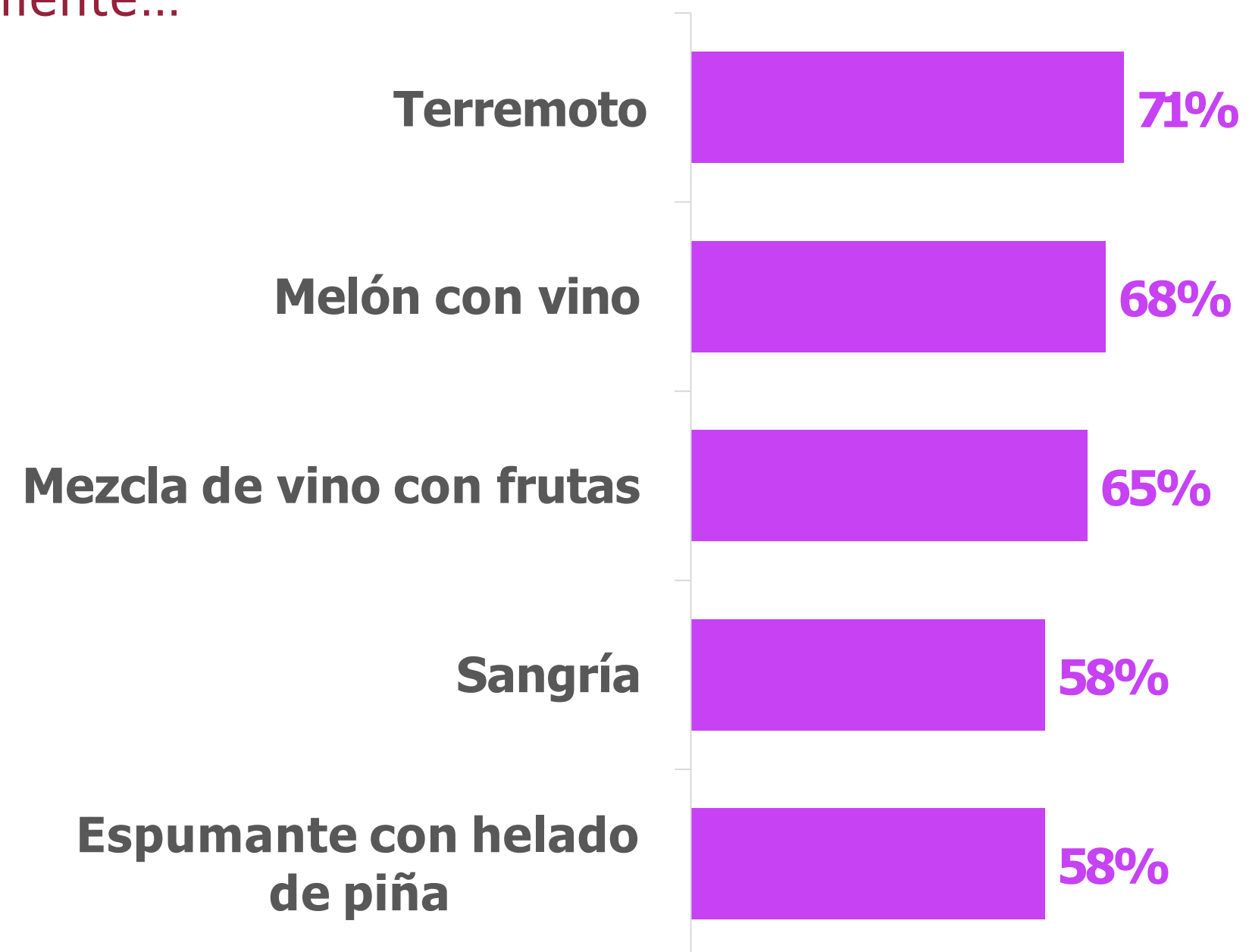
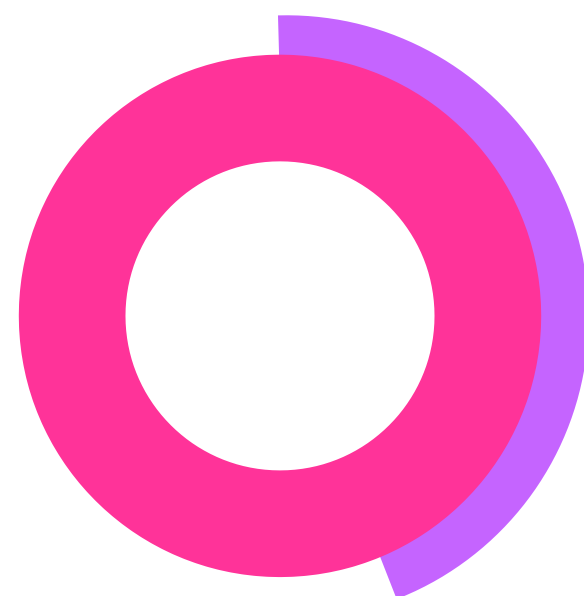
# ¿Qué diferencias hay en el consumo de alcohol de los sub-30?



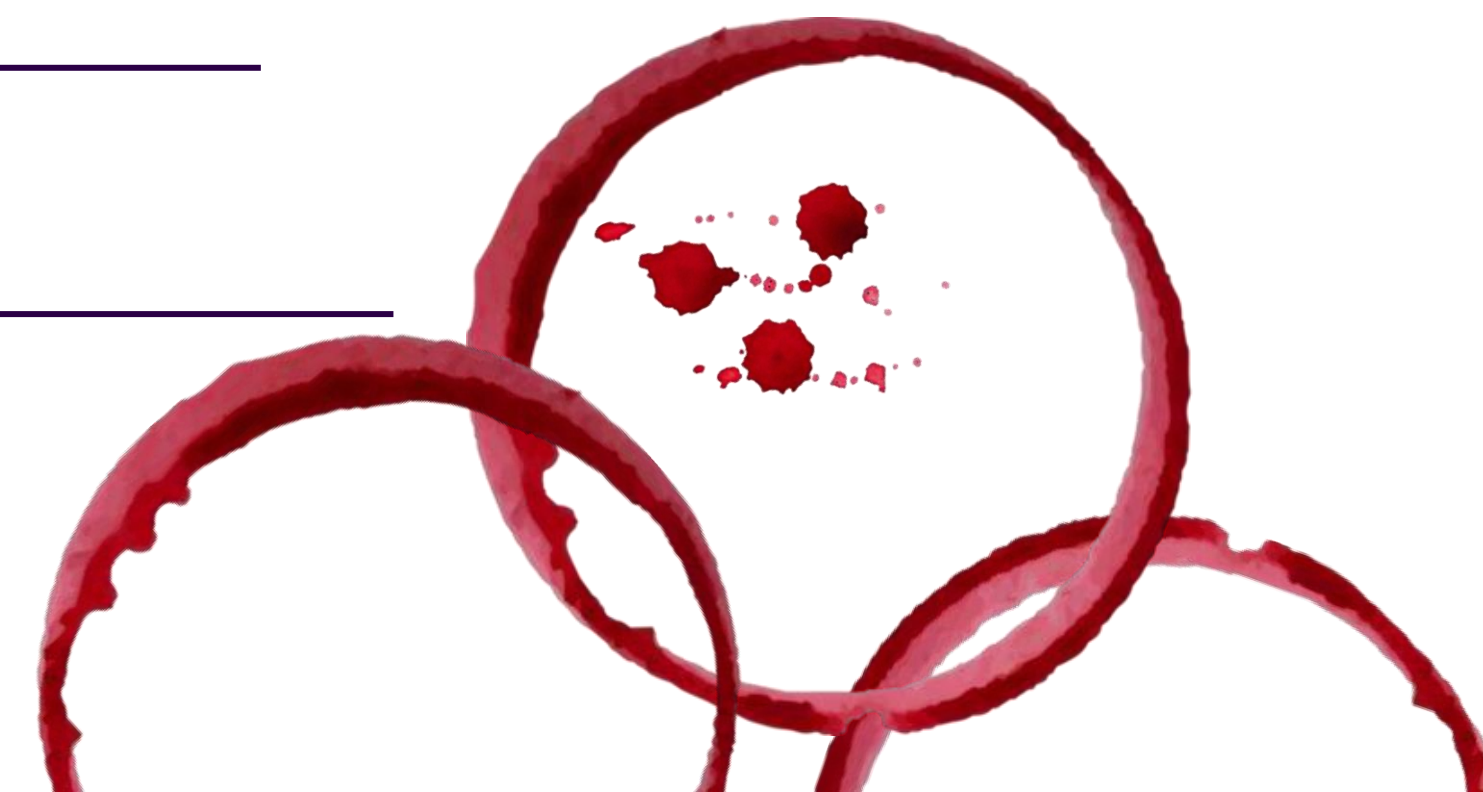
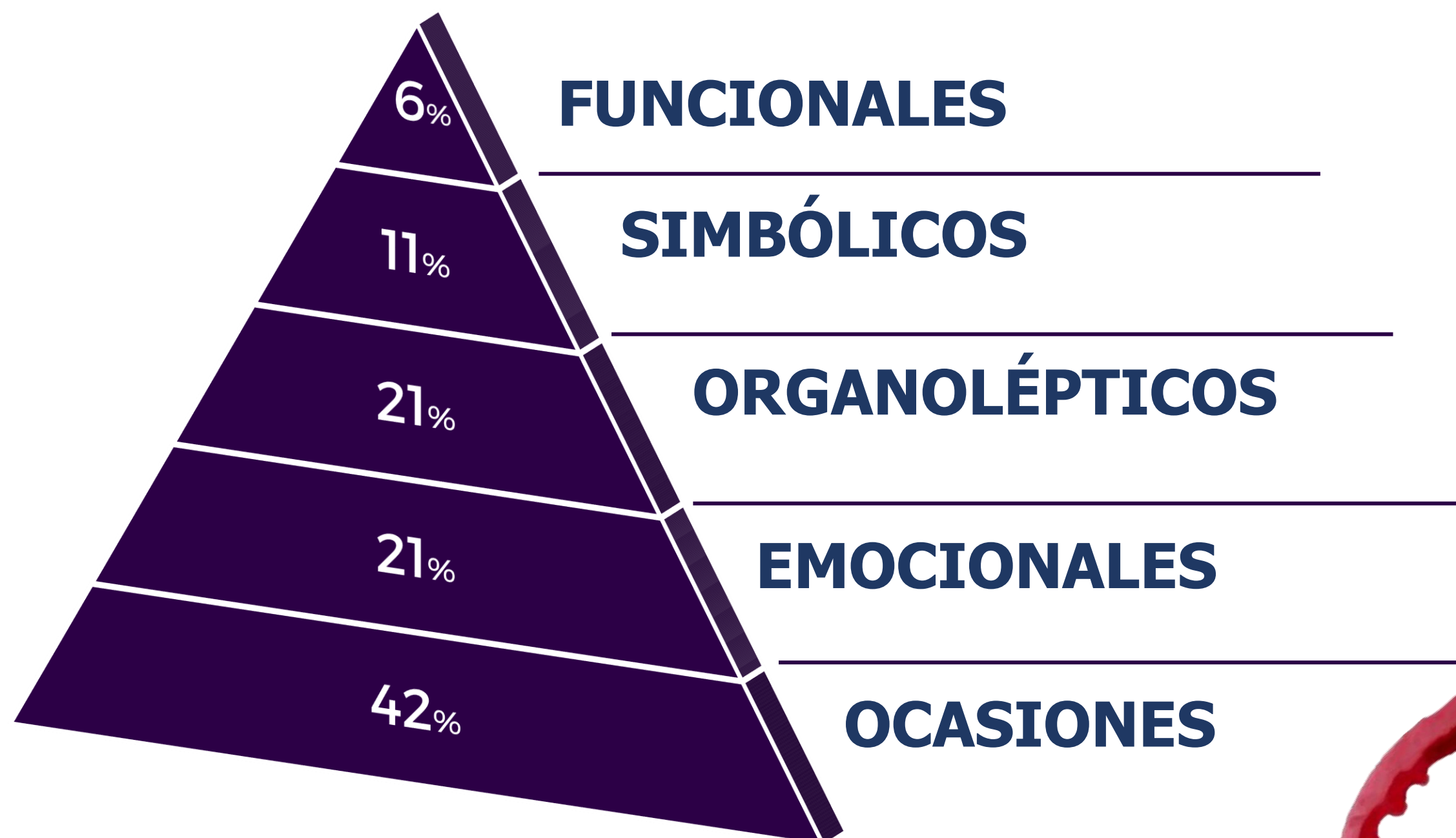
# ¿Cómo se acercan al vino los sub-30?

Cuando preguntamos por el vino en preparaciones, el gusto aumenta considerablemente...

**40%**  
 Declara que le gusta el vino



# Desentrañamos la forma de elegir una bebida alcohólica



# Desde lo funcional...



1° Es más saludable que otras	<b>48%</b>	<b>25%</b>
2° Menos resaca (caña)	<b>16%</b>	<b>26%</b>
3° Embriaga por menos dinero	<b>27%</b>	<b>41%</b>
4° Es más natural	<b>55%</b>	<b>36%</b>

# Desde lo simbólico...



1° Personas mayores	51%	8%
2° Amigos	27%	68%
3° Personas de Bajos ingresos	32%	64%
4° Personas jóvenes	5%	62%
5° Personas de Altos ingresos	10%	4%



# Desde lo organoléptico...



1º Fácil de tomar	36%	75%
2º Frescura	4%	69%
3º Aromático	36%	20%
4º Suave, menos intenso	20%	43%
5º Dulzor	22%	3%

# Desde el contexto emocional...



1º Relajo	31%	56%
2º Compartir con Amigos	24%	76%
3º Momento de Reflexión	40%	22%
4º Romance / sensualidad	41%	6%
6º Conversación profunda	52%	17%

# Desde las ocasiones...



1° Es para tomar con los amigos	<b>25%</b>	<b>77%</b>
2° Es la que tomaría en un asado	<b>58%</b>	<b>78%</b>
3° Es para tomar con la pareja	<b>51%</b>	<b>35%</b>
4° Es la que tomaría en un bar	<b>7%</b>	<b>55%</b>
6° Es la que tomaría en una celebración	<b>30%</b>	<b>21%</b>
7° Es para tomar con la familia	<b>58%</b>	<b>56%</b>
8° Es la que tomaría en un restaurante	<b>49%</b>	<b>38%</b>

# El vino puede perseguir otras ocasiones de consumo



# Oportunidades desde el producto



Vinos  
espumantes



Vinos  
rosados



Vinos  
blancos



## Pero, si el vino es...

- ...para tomar con la pareja
- ...para tomar en una celebración
- ...para tomar con la familia
- ...para el momento de reflexión
- ...para el romance
- ...para la conversación profunda



**...la oportunidad está desde lo que significa**

# Conectar

con la familia

A man and a woman are sitting on a light-colored sofa in a dimly lit room. The man, on the left, has dark curly hair and is wearing a tan button-down shirt over a light blue t-shirt. He is smiling and looking towards the woman. The woman, on the right, has long brown hair and is wearing a white ribbed sweater. She is also smiling and looking at the man, with her hand near her face. Both are holding wine glasses filled with red wine. The background is softly blurred, showing warm lights and a plant, creating a cozy and intimate atmosphere.

**Conectar**

**con la pareja**





# Conectar

con los amigos



# Conectar

con la habitualidad

**¡ Gracias !**

