

---

# PEPERINA

---

## LA REVISTA DE COLCHAGUA

---

CACHAPOAL · COLCHAGUA · CARDENAL CARO · CURICÓ



José Miguel Viu

# HOMBRE DE VINO Y TURISMO

Gerente General de una de las viñas más emblemáticas de Chile, su ímpetu lo ha llevado a transformarse en uno de los referentes del mundo vitivinícola. En conversación con Peperina, el mayor de los hermanos Viu se refiere al escenario actual del enoturismo en Colchagua, los desafíos por cautivar a un mayor público nacional y el significado personal que ha significado liderar la viña familiar que hace unas décadas fundara su padre.

POR PATRICIO MORALES L. | FOTOGRAFÍA CLAUDIA MATURANA N.

**C**ritico de la labor del turismo colchaguino, el carismático José Miguel Viu, plantea la asociatividad de los empresarios de la zona como la mejor opción para que el Valle de Colchagua continúe en la senda de ser un destino de excelencia en las guías turísticas nacionales y extranjeras. Afirma que hay mucho por mejorar para llegar a ofrecer un destino que vaya más allá de la atracción del vino y repasa el crecimiento que nuestra zona vitivinícola ha ido proyectando a través de las últimas décadas.

**¿Cómo cree que podría nuestra provincia articularse como un destino turístico más am-**

**plio que el actual, donde el mundo del vino ejerce preponderancia?**

Lo que la gente viene a vivir a Colchagua, atraída eventualmente por el vino, es una experiencia más bien completa. Visitar una bodega, degustar e irse para la casa, está lejos de ser una experiencia completa. He aquí el desafío que tiene Colchagua, el desafío del enoturismo en Chile.

En Colchagua, contamos con la maravilla de tener integrado en el territorio los tres grandes factores geográficos de la geografía chilena. La costa, la depresión intermedia con los valles centrales, y la cordillera. Esto le da una cantidad de opciones inmensas.

Tenemos que subir la

proporción de visitantes nacionales que recibimos. Hace rato que somos un país productor importante. El enoturismo, sigue siendo el foco donde hay mayor proporción de extranjeros que de chilenos y esto es un desafío pen-

**“EL ENOTURISMO, SIGUE SIENDO EL FOCO DONDE HAY MAYOR PROPORCIÓN DE EXTRANJEROS QUE DE CHILENOS Y ESTO ES UN DESAFÍO PENDIENTE.”**

diente, transformar a cada chileno embajador no sólo los vinos nacionales, también de la cultura de estos, que además es parte de la cultura chilena.



"COLCHAGUA TIENE QUE SER UN DESTINO DONDE SE PUEDAN HACER MUCHAS COSAS, INCLUIDAS ACTIVIDADES NOCTURNAS. OFRECEMOS MUY POCO."

**¿Cuál será la fórmula para captar este público chileno que no tiene la experiencia del vino?**

La más importante es tener conciencia de, por un lado, aumentar el consumo de vino de buena calidad, y por otro, consumirlo adecuadamente.

La industria del vino está preocupada - y la del enoturismo más aún - del mercado nacional, pues sabemos que utilizar el turismo como una plataforma de difusión de la marca, es muy relevante. Pero al mismo tiempo, difundir la cultura, lo que te hace único, es ahora la mejor plataforma.

**¿Considera viable qué la empresa viñatera genere políticas o ejercicios de responsabilidad sociocultural, por ejemplo, con el medio ambiente?**

Hay tantas acciones que las empresas podríamos hacer directamente, prescindiendo de quienes en realidad

deberían hacerlo, que es la autoridad, las instituciones públicas locales y nacionales. No me gusta mucho la fórmula de que el privado tome en sus manos algo que se debiese resolver de manera muchísima más profunda, pero en definitiva tiene que ser responsabilidad de todos.

**Nuestro Valle es sin duda un proyecto que cobra cada vez más fuerza y se ha configurado como un proyecto compuesto por diferentes actores e íconos. ¿Cree que viña Viu Manent ha sido uno de ellos?**

Creo que el nombre Colchagua ha tenido un par de hits, de íconos. Uno es reciente, es actual, a partir de cuando empezamos a tener una Ruta del Vino, viñas de Colchagua, museos, etc. No me cabe la menor duda que hoy Viu Manent es uno de esos hits de Colchagua.

Cuando niño jamás escuché a alguien hablar de Col-

chagua. A partir de los años 90, el orgullo de ser colchagüino se recuperó y empezó a tomar relevancia. Hay ciertas cosas que pasan más allá de uno, que pasan con los años. Por ejemplo, cuando en la televisión entregan el informe del tiempo, a veces Colchagua está al nivel de Concepción, Santiago, Valparaíso. Asimismo, jamás vimos aterrizar a nadie aquí, todo el mundo aterriza en Rancagua o Curicó.

Colchagua es un atractivo importante y un gran masificador de cultura. A mi me encanta, pero me refiero a ser sintonía fina. El Museo de Colchagua hace mucho rato que empezó a traer mucha gente de la zona. Colchagua tiene que ser un destino donde se puedan hacer muchas cosas, incluidas actividades nocturnas. Ofrecemos muy poco.

Ahora, me parece fantástica la iniciativa y actividad de la Fundación Cardoen, han sido



fundamentales, pero muchos más actores deben empezar a hacer su contribución, su granito de arena, sobre todo la gente de afuera que llegue, vaya contribuyendo cada vez más con su aporte.

#### **¿Mediante qué formas, a través de qué iniciativas?**

Llegamos de nuevo al tema de la asociatividad, de conversar y transmitirse ideas, influenciarse, de competir sanamente. Por ejemplo, si anuncias que en marzo vas a inaugurar un restaurante, eso evidentemente generaría un movimiento total que al final es muy positivo, más allá de las amenazas que pueda representar para un actor u otro. Pero los que queremos seguir estado arriba de la pelota ¿qué es lo que vamos a hacer? vamos a tener que mejorar; por ejemplo en nuestro caso, mejorar nuestros platos, habilitar una terraza en Ra-

yuela, preocuparnos más de la decoración, en fin... para que la gente que venga esté más cómoda, etc. Vamos a tener que salir a vender nuestro restaurant y crear una serie de estrategias para estar siempre dentro de las mejores ofertas, y esa presión es muy positiva.

#### **Existe un ícono publicitario que ha sabido perpetuarse en el colectivo nacional, me refiero a "Salud con Vinos Viu". ¿Qué representa este concepto para ustedes como viña?**

Para mí representa, por supuesto, historia y trayectoria. Marca de una u otra forma un precedente que nos permite decir "nosotros hoy día somos esto y partimos desde aquí", lo cual nos muestra que hemos tenido una evolución.

Probablemente el "Salud con Vinos Viu" marca un hito súper importante. Un hito bien arriba, no solamente histórico. Hemos logrado mu-

chos proyectos ambiciosos, pero no hemos logrado, quizás, colocar tan arriba un hito nuestro como lo hizo mi padre en su época, en un mercado totalmente distinto, mucho más chico, con otros sistemas de producción y con otros medios de difusión.

#### **¿Qué ha significado para José Miguel Viu liderar un proyecto familiar tan importante para el país?**

Hay todo un tema afectivo. Primero familiar, la asociación que a todos los seres humanos nos motiva. Cuando nos han grabado a fuego una causa durante nuestra vida, la vamos a asumir con valentía y con empeño. El proyectar lo que hizo el padre, normalmente para un hijo es un chip que se le mete en la cabeza en algún momento, y quieres hacerlo bien, y le pones todas tus energías en ello, en proyectar lo que te heredaron como ejemplo de vida. **PP**