



# VIÑA Chocalán Noticias



Número 3  
Septiembre de 2007

## ÍNDICE DE MATERIAS

- ¡Últimas noticias!
- Lo que va del año...
- Desarrollo de Mercado - Asia
- Guillermo Toro - Fundador
- Carmenère - Una Variedad Especial
- Bill Casselman

Robert M. Parker, Jr.'s

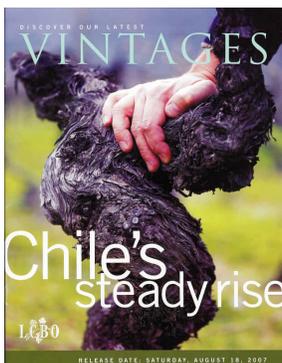
The  
**WINE**  
ADVOCATE®

El wine advocate de Robert Parker publicó su más grande revisión de vinos chilenos en Junio. Los resultados de estas clasificaciones fueron excepcionales para Viña Chocalán:

91 puntos Gran Reserva Blend 2004  
90 puntos Selección Carmenère  
89 puntos Reserva Syrah 2005

Como resultado de esto, las ventas de nuestros vinos y en especial de estos, han dado un salto muy grande durante el segundo trimestre del 2007. Esperamos que nuestro éxito los ayude en el mercado a vender nuestros vinos, promocionándolos o entregando orgullo a los consumidores que disfrutan de nuestros productos.

Cosechas para LCBO - ¡Presentación de verano del vino Viña Chocalán Syrah Reserva 2004!



Estamos orgullosos de contarles que nuestro primer vino ha sido presentado en todas las tiendas de LCBO en Ontario, Canadá. Estamos igualmente felices de haber sido elegidos para la contratapa de su revista y haber figurado en importantes publicaciones de prensa en los últimos 2 meses.

## Lo que va del año...

Javier Cortes  
Gerente Comercial

El 2007 hasta ahora ha sido un año de grandes logros para Viña Chocalán y pensamos que sería importante compartir parte de estos éxitos con todos nuestros amigos y clientes.

Norteamérica es nuestro mercado más fuerte, el cual conforma el 37% de nuestras ventas al exterior. Dentro de estos, Canadá es el principal mercado, mostrando un crecimiento sorprendente durante este año. Actualmente estamos presentes en 6 provincias y pronto estaremos en una más al final del 2007! Creemos que es un verdadero logro para nuestro equipo, ya que en este país opera un sistema de monopolios.

Brasil e Inglaterra son mercados que han generado interesantes ventas durante el 2007, y cerca de ellos se encuentra uno de nuestros mas recientes mercados abiertos: China. México completa nuestra lista de los mejores destinos de exportaciones durante este año.

Las ventas de la viña han crecido un 77% durante el 2007.

Durante el año hemos desarrollado nuevas relaciones con importadores en los siguientes países: México, Perú, China, Suiza y Corea del Sur. Nuestros planes antes que el año finalice incluyen: Taiwán y Hong Kong, Dinamarca, República Checa y Polonia.

Nuestros nuevos vinos Gran Reserva han mostrando un tremendo crecimiento. Un ejemplo de ello, es que la primera cosecha del año 2004 ya se ha terminado. Esta línea de vinos se expandió recientemente, al incluir el tan anunciado Gran Reserva Pinot Noir 2006.

Las ventas del vino Rosé están creciendo en forma sostenida en todo el mundo y ya estamos vendiendo la cosecha del 2007.

También estamos sumamente satisfechos de reconocer que en un corto periodo de tiempo tanto en China como en Canadá estamos posicionados en los lugares 16 y 23 del total de empresas que exportaron vinos a estos importante mercados, respectivamente.

En relación a la producción, en el año 2006 embotellamos 36.000 cajas y hemos proyectado embotellar durante el año 2007 un total de 41.000 cajas.

## Gran Reserva Pinot Noir 2006



Para muchos de ustedes, obtener el Pinot Noir de Viña Chocalán ha sido casi imposible durante los dos últimos años. Nuestra nueva producción, en cantidad limitada, es el resultado de la búsqueda de esta cepa, que una vez más, no decepciona.

El vino está siendo reservado para mercados claves, por lo cual les pedimos que lo soliciten con tiempo a su distribuidor favorito.

Su carácter frutoso, exuberante y con un largo final, de una persistente memoria a moka, hacen de este vino una categoría superior por sí mismo.

## Desarrollo de Mercado - Asia

*Verónica Toro, Gerente de Marketing y Comunicaciones de Viña Chocalán, viajó recientemente a Asia con Prochile y otras 25 viñas para asistir a una serie de eventos, con el objetivo de consolidar y abrir nuevos mercados asiáticos.*

El principal objetivo de mi viaje, fue el abrir nuevos mercados en Asia y promover nuestra presencia en aquellos que ya habíamos abierto el año pasado - China y Singapur.

Además, queríamos avanzar en nuestras relaciones con Corea, país con el cual habíamos empezado a trabajar a principios del 2007. Teníamos contactos también en Taiwán y Japón, y después del viaje, estamos embarcando ya nuestros primeros vinos a Taiwán, y avanzando en las relaciones con Japón. Estamos en proceso de embarcar nuestro primer envío a Taiwán y nos encontramos en negociaciones preliminares con Japón.

Fue una importante meta el establecer relaciones directas con nuevos socios en estos mercados. Nuestra marca resulta de particular interés para ellos, así como también nuestro logo que simboliza el sol y la unidad en su conjunto – ambos altamente significativos en su cultura.



Nosotros estamos aprendiendo del increíble potencial de crecimiento de esta región y cuán importante es el establecer nuestra marca en estos mercados. Aunque la cultura del vino es pequeña por el momento, existe un interés creciente por aprender acerca del vino; signos de este crecimiento y aceptación es el hecho de destacar el vino como un regalo para festividades, y el deseo de adquirir vinos tintos de alta calidad. Esto último es muy importante para los vinos de nuestra línea Gran Reserva, estrenados recientemente a inicios de este año. Actualmente estamos en el proceso de envío de muestras de nuestros vinos blancos ya que existe demanda por estos también.

Los consumidores en estos mercados esperan perfección en cada botella, y en Chocalán nuestro objetivo es sobrepasar sus expectativas, trabajando en establecer relaciones de largo plazo para crecer a un ritmo constante en este vital mercado.

## ENTREVISTA ESPECIAL Guillermo Toro Fundador de Viña Chocalán



### **Cuéntenos sobre su negocio de botellas y su evolución desde que usted empezó en el mercado años atrás.**

Nosotros partimos en el Vidrio el año 1952, fabricando garrafas y damajuanas, posteriormente agregamos las botellas. En esa época la producción era manual y semiautomática, muchos envases se hacían con vidrio soplado.

En 1954 viajé a EEUU y Europa en busca de máquinas automáticas para fabricar botellas, logrando traer la primera máquina Push, construir un horno especial para ella, e instalarla, en 1961.

Empezamos a trabajar y fracasamos por falta de personal especializado. En 1963 volvimos a poner en marcha y el resultado fue negativo pues la producción no era satisfactoria, tanto en calidad como en cantidad.

Lo rescatable de estos fracasos fue la experiencia que conseguimos y es así como en 1967 volvimos a poner en marcha el Horno y logramos salir adelante con la producción automática de botellas hasta el día de hoy. Además de botellas, hemos logrado diversificar nuestra producción a frascos, perfumería y menaje.

### **¿Cuándo y cómo decidió comenzar con la viña?**

Nuestros clientes básicamente eran viñateros, con los cuales aprendí mucho, tanto de sus etapas duras como de las exitosas, y en forma muy especial, aprecié el cariño y esfuerzo que implica la producción de vinos.

Esto, unido a que siempre me ha gustado el vino tinto y a mi convencimiento de que este hace bien para la salud, me hizo pensar en formar una viña para producir vinos de alta calidad, una vez que los hijos terminaran la universidad.

### **¿La viña se ha desarrollado de la manera que había esperado?**

En producción se ha dado con lo esperado, obteniendo vinos de muy buena calidad, y que además están mejorando año tras año.

En lo comercial hemos tenido un dólar que cuando partimos, estaba en \$ 740 y ahora \$ 525, no era lo esperado. Esto nos ha afectado en forma negativa, obligándonos a buscar una mayor eficiencia.

### **¿Cuáles son sus metas u objetivos de corto plazo para la viña?**

Los objetivos a corto plazo son :

- Especializarnos en vinos TOP, produciendo nuestros tintos en Chocalán, y los futuros blancos en un lugar perfecto para ellos, del Valle de San Antonio.

- Consolidarnos en los 16 mercados actualmente abiertos, y también en Chile, donde queremos tener una muy buena presencia.

### **¿Qué piensa del crecimiento internacional que ha mostrado la viña hasta la fecha?**

La Viña ha crecido en forma normal hasta la fecha y hemos conformado una red de representantes muy importante, con los cuales buscamos crecer en los mercados estableciendo relaciones de largo plazo, y esperamos sobrepasar las 80.000 cajas anuales exportadas.

### **¿Cuán importante para usted es que su familia se involucre en el negocio del vino?**

En lo principal para que tomen experiencia en una nueva actividad. Creo importante que la familia tenga distintas áreas de negocio, que nos permitan diversificar nuestra fuente de ingresos. En negocios como el del vino, veo fundamental el contacto directo de los miembros de la familia con nuestros importadores y distribuidores, formando lazos de confianza, que perduren en el largo plazo.

### **¿Cuál es su vino favorito?**

En Tinto, Merlot y Syrah de la línea Reserva, y también nuestro nuevo Blend Gran Reserva 2004. Me gusta también mucho nuestro primer vino blanco producido en Chocalán, el Viognier 2007, que recién se ha lanzado a los mercados, y que estoy seguro va a ser un éxito.

Continúa en...

**¿A cuáles referentes del mundo de los negocios en Sudamérica usted admira?**

Perez Compac. Empresa Argentina que ha crecido mucho, llegando a transformarse en una multinacional.

**¿Cuál es el mayor logro en su vida hasta ahora?**

Haber formado una familia de 5 hijos y 18 nietos el 19º llega en Enero próximo – todos normales, libres de vicios, responsables y exitosos en sus estudios.

**¿Qué piensa del futuro de los envases de vidrio en la industria vitivinícola?**

El vidrio ha pasado momentos en que el plástico, cartón, latas han hecho lo imposible por desplazarlo pero no lo han logrado después de muchos años de lucha. El vidrio seguirá siendo el principal envase para los vinos de alta calidad.

**Carmenère - Una Variedad Especial**

Pregunta y respuesta - Sebastien Allingri, Enólogo

**Describe las principales cualidades que distinguen a la cepa Carmenère.**

El Carmenère es una cepa única, plena de frutas. Es importante destacar que esta cepa forma parte de la familia de los Carmené, por tanto tiene mucha similitud con sus primos: Cabernet Sauvignon y Cabernet Franc, tanto en el paladar como en la nariz. El Carmenère presenta frutos rojos muy maduros: Ciruelas, moras, leves notas de hierbas, pimienta verde, ají, algunas notas picantes, pimienta, chocolate y moca. En el paladar, presenta con frecuencia una baja acidez y una estructura flexible con taninos sedosos.

**¿Como influye el prensado en el resultado final del vino?**

Generalmente no se usan vinos de uvas prensadas para el ensamblaje de tintos en Chocalán. Los vinos de uvas prensadas pueden ser astringentes y presentar amargor. Pero si la cosecha nos ofrece condiciones excepcionales, es interesante agregar una proporción de vino de prensado, para dar mayor cuerpo y estructura al vino final.

**¿Cuales son los errores mas corrientes que cometen enólogos al producir un Carmenère?**

Muchas veces se culpa al Carmenère de tener notas vegetales. De hecho, esta cepa contiene piracinas en alta concentración, un elemento responsable del aroma a hierbas. En Chocalán, buscamos la madurez óptima de la fruta para obtener la máxima expresión aromática. Obviamente existen ciertos trucos enológicos para ocultar esas notas verdes, usando microoxigenación, o usando una cantidad excesiva de roble americano.

Personalmente no soy de tal escuela; prefiero tener una materia prima de buena calidad.

Es por eso que trabajamos mucho el viñedo, donde la carga de fruta es regulada, y donde brindamos mucha atención y cuidado al manejo de las hojas.



**¿Esta cepa podrá ser el emblema para poner Chile en el mapa, como Argentina con su Malbec?**

Con el Carmenère, Chile tiene una posibilidad única y exclusiva de contribuir a la diversidad y complejidad de la industria vitivinícola. Tal como el Chardonnay Bourguignon, el Shiraz Australiano, el Pinotage Sudafricano, el Malbec Argentino, el Carmenère llegó a ser una cepa de gran importancia comercial para Chile. Esta cepa tiene mucha personalidad y valor. Sin embargo, no sería oportuno reducir la "imagen país" de Chile sólo a esta cepa, porque Chile ofrece una multitud de terroir y una variedad de cepas de calidad excepcionales para ser explorados.

**¿Como ves la cosecha 2007 del Carmenère?**

Es poderosa, concentrada y madura. ¡2007 fue un año bueno en Chile, y en Chocalán podemos decir que nosotros nos desarrollamos para ser cada vez mejores desde el comienzo!

Después de sólo tres meses en barricas de roble, podemos apreciar el potencial y la transformación día a día, para el futuro de estos vinos. Estoy muy entusiasmado con la cosecha del 2007, y no sólo por el Carmenère, que está increíble, sino más aún con la calidad global de todas las cepas que producimos.

**Bill Casselman - Un representante de ventas experto, en Manitoba, Canadá**



*El crecimiento de Viña Chocalán en el pequeño mercado de Manitoba, Canada no puede ser menos que sorprendente. Nos reunimos con nuestro destacado representante para hablar acerca de cómo anda el mercado...*

**¿Puede señalarmos un breve alcance acerca de su experiencia en la industria del vino?**

En 1998 empecé organizando eventos y promociones en forma part-time, para una pequeña agencia de vinos y licores. Más tarde surge una posibilidad de trabajo de jornada completa vendiendo en locales on premise para tiendas privadas de Manitoba. En Diciembre de 2000 me uní a mi actual empleador Saverio Schiralli Agency LTD, construyendo marcas que varían entre vinos del viejo y nuevo mundo, además de licores, destilados y whisky. Actualmente estoy encargado de las provincias de Manitoba y Saskatchewan, velando por todos los aspectos en relación al marketing y venta de nuestras marcas.

**Cuéntanos brevemente acerca del Mercado de Manitoba.**

Con una población de un millón de habitantes y con un monopolio que controla el mercado del vino en la provincia, The Liquor Control Board – las tendencias de consumo han cambiado significativamente desde el viejo mundo hacia el nuevo mundo en los últimos 6 años. Un significativo crecimiento se aprecia para vinos provenientes de zonas como Australia, Chile y Nueva Zelanda. Lentamente, hábitos de compra diversos y más educados, están creando un muy excitante mercado del vino.

**¿Cuáles son tus pensamientos acerca de la marca Viña Chocalán?**

Ellos son muy impresionantes viniendo de una empresa tan joven. La elección hecha por la familia Toro de contar con Patrick Valet y Eduardo Silva, y un equipo de trabajo clave, se tiene que elogiar. Un vino impresionante y un embalaje sofisticado para un precio competitivo han llevado a que Viña Chocalán sea ampliamente aceptada por compradores en este mercado. Yo, personalmente estoy esperando grandes oportunidades para esta empresa. Teniendo a Cheryl Taylor en labores de marketing y coordinación en Montreal y conociendo que están buscando los consumidores norteamericanos, es una gran ayuda.