

# Chilenos animan a los rusos a probar el vino en una exposición

El puesto en la mayor feria anual de alimentación del país euroasiático es liderado por las viñas Marchigüe e Indómita.

Agencia EFE

**E**mpresarios de Chile, Argentina y México están participando en la mayor feria anual de alimentación en Rusia, Prodexpo, con el objetivo de elevar sus exportaciones de vino y otras bebidas alcohólicas al mercado ruso.

"Viña Marchigüe es una

bodega familiar de 2.300 hectáreas, la más grande de Chile. Nuestros productos se encuentran en 53 países y el mercado ruso se ha vuelto muy importante en los últimos cuatro años", dijo a la agencia EFE el gerente comercial de la firma, Fernando Pavón.

La empresa, que busca su nicho en este país desde hace cuatro años, no renunció a

sus empeños pese al comienzo de la guerra en Ucrania, señaló el ejecutivo, al reconocer que no todos se atreven a entrar al territorio administrado por Vladimir Putin.

"Ven Rusia como un lugar lejano, está la dificultad idiomática y tiene riesgos financieros eventuales. Ya tenemos cierto entendimiento de cómo trabajar con el mercado ruso cuando empe-

zó el conflicto con Ucrania y mucha gente se empezó a ir. Pero yo dije que no. Aquí hay que estar", afirmó Pavón.

Esta posición ha llevado a los viñedos oriundos de la Región de O'Higgins a importar 600.000 botellas de vino anuales al país euroasiático.

"Yo he estado viniendo todos los años y lo único que he visto es crecimiento. Tanto por los precios de mis pro-

ductos, la calidad y porque la gente cree en mi proyecto", sostuvo el licenciado en administración de empresas.

Su par de Viña Indómita, Anastasia Shiskova, es segunda vez que va a Prodexpo, donde tuvo resultados buenos el año pasado y decidió "repetir la experiencia".

"Indómita sólo está empezando a trabajar en Rusia. Tenemos un cliente que nos

compró tres contenedores de 40 piezas de vino nivel entrada, es decir, un total de 16.000 botellas, pero tenemos esperanzas de crecer más".

La gerente de ventas señaló que el mercado en Rusia está cambiando, ya que las distribuidoras pasan a segundo plano, y los supermercados buscan trato directo, lo cual es una oportunidad "si ofrecen un buen precio y calidad".



La marca Chile es cotizada en el mercado euroasiático, a través del envío de miles de botellas.