

[TENDENCIAS]

Chilenos animan a los rusos a probar 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

Empresarios de Chile, Argentina y México están participando en la mayor feria anual de alimentación en Rusia, Prodepo, 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 esfuerzos pese al comienzo de la guerra en Ucrania, señaló el ejecutivo, al reconocer que no todos se atrevían a entrar al territorio administrado por Vladimir Putin.

"Ven Rusia como un lugar lejano, está la dificultad idiomática y tiene riesgos financieros even-



LA MARCA CHILE ES COTIZADA EN EL MERCADO EUROASIÁTICO, A TRAVÉS DEL ENVÍO DE MILES DE BOTELLAS.

tuales. Ya teníamos cierto entendimiento de cómo trabajar con el mercado ruso cuando empezó 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,

llas de vino anuales al país euroasiático.

"Yo he estado vieniendo todos los años y lo único que he visto es crecimiento. Tanto por los precios de mis productos, 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 Prodepo, donde tuvo resultados buenos el año pasado y decidió "repetir la experiencia".

"Indómita sólo está comenzando 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 espe-

ranzas de crecer más".

La gerente de ventas señaló que el mercado en Rusia está cambiando, ya que las compañías distribuidoras pasan a un segundo plano, y los supermercados buscan tener contratos directos, lo cual es una oportunidad "si ofreces un buen precio, buena calidad y buena etiqueta", algo que resulta

más difícil en el mercado europeo.

Shiskova también reconoció que las sanciones contra Rusia han encarecido e incluso vetado las importaciones de bebidas europeas, lo cual abre un nicho para las compañías latinoamericanas.

En cambio, el argentino José Alfredo Bartolucci, gerente de ventas de Wenfor y presidente de la Cámara Argentina de Vino, ha ido a Prodepo en más de veinte ocasiones: "Hace cuatro años Rusia cambió las normas de importación para el vino de granel y nos tuvimos que dedicar a producir vinos embotellados de origen".

Esto, según el ejecutivo, amplió las posibilidades de su empresa, ya que "da una originalidad y una seguridad absoluta para el consumidor, más allá de las distancias y circunstancias".

Wenfor hoy suministra cerca de 800.000 botellas de vino a Rusia, "noso-
tros necesitamos vender y Rusia necesita comprar, entonces es cuestión de poder trabajarla, de animerse y estar". *