vinetur

Vino y tequila latinoamericanos conquistan el mercado ruso tras el vacío dejado por las sanciones a Europa

Empresas de Argentina, Chile y México aprovechan Prodexpo para afianzar su presencia ante la creciente demanda en Rusia

viernes 13 de febrero de 2026



Empresarios de Argentina, Chile y México han participado en la feria Prodexpo, el evento anual más grande de alimentación y bebidas en Rusia. El objetivo principal de su presencia es aumentar las exportaciones de vino y otras bebidas alcohólicas al mercado ruso, que ha experimentado cambios en los últimos años debido a factores

económicos y políticos.

Fernando Pavón, gerente comercial de Viña Marchigüe, una bodega chilena con 2.300 hectáreas y presencia en 53 países, explicó que el mercado ruso ha cobrado importancia para la empresa durante los últimos cuatro años. Pavón señaló que, a pesar del inicio del conflicto en Ucrania, la compañía decidió mantener su apuesta por Rusia. Según sus datos, las importaciones han alcanzado las 600.000 botellas anuales.

Anastasía Shiskova, gerente de ventas de Viña Indómita (Chile), acudió por segunda vez a Prodexpo tras obtener buenos resultados el año anterior. La empresa está comenzando a trabajar en Rusia y ya ha vendido 16.000 botellas a un cliente local. Shiskova observó que el mercado ruso está cambiando: los supermercados buscan acuerdos directos con los productores, lo que representa una oportunidad para quienes ofrecen precios competitivos y productos de calidad. Además, las sanciones impuestas a Rusia han encarecido o bloqueado la entrada de bebidas europeas, lo que facilita la llegada de productos latinoamericanos.

José Alfredo Bartolucci, gerente de ventas de Wenfor y presidente de la Cámara Argentina de Vino, lleva más de veinte años asistiendo a Prodexpo. Explicó que hace cuatro años Rusia modificó las normas para importar vino a granel, lo que obligó a su empresa a centrarse en vinos embotellados de origen. Esta medida ha permitido ofrecer mayor originalidad y seguridad al consumidor ruso. Wenfor suministra actualmente unas 800.000 botellas al año a este país.

En el pabellón mexicano, Ana Evelia Moreno, gerente de ventas de Tequilas del Señor, indicó que Rusia representa cerca del 20% de la producción total de la destilería. Aunque no es el principal destino internacional para la empresa, Moreno subrayó que el tequila tiene buena aceptación entre los consumidores rusos. La compañía lleva una década trabajando en este mercado, aunque interrumpió temporalmente sus actividades durante la pandemia y tras el inicio del conflicto en Ucrania.

Prodexpo reúne este año a 2.014 empresas expositoras, entre ellas 543 procedentes de 37 países diferentes. Los organizadores señalan que la feria se consolida como un punto clave para establecer contactos comerciales y conocer las tendencias del sector alimentario y de bebidas en Rusia.

La presencia latinoamericana responde tanto al interés por diversificar mercados como a las oportunidades surgidas tras las restricciones impuestas a productos europeos. Los empresarios consultados coinciden en que el mercado ruso presenta dificultades logísticas e idiomáticas, pero consideran que existen posibilidades reales de crecimiento para quienes apuestan por mantener relaciones comerciales estables y adaptarse a las condiciones locales.