

# VIÑA DE MARTINO

Rubro: Vitivinícola



## Su historia

En febrero del año 1934 Pietro De Martino Pascualone llega a Chile desde Vianelo, un pequeño pueblo italiano a una hora de Roma, motivado por los favorables comentarios que sobre nuestro país le habían hecho algunas amistades.

Dado que provenía de una típica familia italiana de campo tenía los conocimientos básicos para la producción de vinos, por lo que llegó con las intenciones de dedicarse al rubro en nuestro país.

Inicialmente trabajó en Santiago, en el sector de la construcción, en las decoraciones exteriores de los edificios de la Plaza Italia, mientras buscaba las tierras que deseaba comprar. Y las encontró en Isla de Maipo, un lugar a sólo cincuenta kilómetros de Santiago. Así fundó la Viña 'La Quinta' en Isla de Maipo. Durante 15 años produjo vino, hasta que se le diagnosticó un severo cáncer que lo obligó a volver a Italia para pasar sus últimos días. Como no se había casado y no tenía descendencia el hermano de Pietro, Licino, se hace cargo de la viña después de la muerte de éste.

Licino llegó sin su esposa, quedando separado de ella y de sus hijos debido a que en Europa estalló la Segunda Guerra Mundial. Una vez concluido el conflicto bélico, la "nonna" llegó con sus cuatro hijos: Licino, Liliana, Giorgio y Sergio. Sólo estos dos últimos siguieron trabajando en la viña, hasta que Giorgio compró la parte de Sergio quedando él a cargo de la producción del vino. A partir de entonces se produce la modernización de la planta, con el ingreso de nuevas

cepas, la revolución de las tecnologías productivas y el inicio de las exportaciones.

Uno de los hitos importantes de esta viña fue haber sido una de las pioneras en producir un vino en Chile de la cepa carmenére. Esta variedad había desaparecido en Francia y el mundo a causa de las plagas (en específico, por el ataque de la filoxera). Chile gracias a sus condiciones geográficas únicas que la hacen estar aislada del mundo no sufrió con esta plaga. De esta manera, la cepa siguió existiendo en el país, aunque se la confundiera con el merlot. Una vez descubierto el carmenére por un ampelógrafo especialista en clasificar cepas, ésta se registró en 1996 en el Servicio Agrícola y Ganadero (SAG). De Martino plantó esta variedad el año 1992 y su primer vino carmenére fue de cosecha 1996.

Actualmente en la viña trabajan la tercera y cuarta generación de la familia, junto con tres de los hijos de Giorgio (el cual está retirado): Pietro, Marco y Remo. Junto con ellos está Paula Valdivieso, esposa de Marco, que se dedica al área de marketing. Los vinos producidos se enfocan fuertemente al segmento premium, donde han destacado por su gran calidad, reconocida en los múltiples premios que han recibido.

## La empresa

De Martino es una empresa de carácter familiar, siendo controlada en este momento por la tercera generación de descendientes de Pietro, el fundador. Cada uno de los miembros de la familia, y los que se han integrado con posterioridad, han sabido tomar una función dentro de la viña,

manteniendo el nivel de profesionalismo necesario. Actualmente, trabajan alrededor de 80 personas, sin contar a la gente que se encuentra en el campo. Poseen un gerente general, y bajo él está la gerencia de administración y finanzas, export manager, jefes de productos, ingeniero de proyectos y desarrollo y el enólogo jefe.

La viña tiene tres enólogos que son muy reconocidos. Ellos se encuentran en permanente aprendizaje, lo que incluye viajes por el mundo para conocer los viñedos de otros países y aprender sus técnicas. La viña también se asesora por expertos extranjeros que apoyan a los enólogos en cuanto a qué medidas tomar para conseguir los mejores vinos.

Los Viñedos De Martino están ubicados en Isla de Maipo, una de las zonas vitivinícolas con mayor tradición del país y de mayor relevancia a nivel mundial (Valle del Maipo). Las plantaciones cubren una superficie de 300 hectáreas, con las cepas de Cabernet Sauvignon, Merlot, Carmenère, Malbec, Sauvignon Blanc, Chardonnay, Pinot Noir, Syrah y Semillón.

Actualmente, se encuentran vinificando en diversos lugares de Chile, buscando nuevos "terroir" (una región o territorio con características propias, donde un complejo de variables geológicas y climáticas generan vinos únicos y diferentes). Los lugares investigados actualmente son el Limarí, Cachapoal, Choapa y la Región del Maule.

Desde el año 2001, De Martino se destaca por ser una de las pocas viñas en Chile que realizan un manejo totalmente orgánico de sus viñedos. Esta es una tendencia que en el mundo ha ido creciendo, y consiste en prescindir del empleo de productos de síntesis química para el mejoramiento de la calidad de los suelos y el tratamiento de plagas y enfermedades de los cultivos. Esto trae aparejado una menor producción, pero un vino de excelente calidad, la que ha sido premiada en múltiples ocasiones en el ámbito nacional e internacional.

El proceso productivo puede tardar desde 3 meses en el caso de los vinos blancos varietales, hasta 2 años en el caso del De Martino Gran Familia Cabernet Sauvignon (por el tiempo de guarda en bodega). Todo lo que se usa debe ser de la mejor calidad: uva, insumos enológicos

(levaduras y nutrientes), botellas, corchos naturales, etc.

### Su experiencia exportadora

Las primeras exportaciones de la viña se realizaron a Brasil en los años 60, pero éstas se dejaron de hacer por problemas de pago.

A principios de la década de los 90, la empresa observó que era muy difícil conquistar el mercado nacional debido a que había viñas demasiado grandes y poderosas, por lo que las pequeñas tenían grandes desventajas de competir por volumen. Así nace la inquietud de exportar los vinos. Esto era un gran desafío que requería una gran inversión pero cuya rentabili-



dad era mucho mayor que el intentar conquistar el mercado interno. Gracias a que las personas encargadas de la viña tenían conocimiento de inglés y no tenían gran aversión al riesgo (son descendientes de inmigrantes por lo que tienen un carácter emprendedor), decidieron arriesgarse con la exportación.

Para iniciar esta aventura recibieron el apoyo de ProChile, a través de un Comité de Exportación. Este Comité a su vez, dio origen a la Asociación de Productores de Vinos Finos de Exportación A.G., también conocida como ChileVid A.G., que es una entidad de carácter gremial que reúne y representa a los productores vitivinicultores de vinos finos, provenientes de sus propios viñedos. Esta asociación permitió la ayuda y cooperación mutua entre los pequeños viñedos que no tenían los recursos de los más grandes.

Actualmente la empresa se encuentra bien asentada, posterior a un cambio de estrategia que ocurrió hace dos años. En ese entonces, el volumen exportado era mucho mayor pero con precio de los productos más bajos. Por eso, se decidió producir vinos de mejor calidad, enfocándose a los segmentos premium, super premium y ultra premium, pero con un menor volumen. Para lograr esto se debió investigar bastante con enólogos, expertos nacionales e internacionales. Los volúmenes vendidos son menores pero los mayores precios lo compensan. "Puede que la gente diga: no, este vino no me gusta prefiero el del lado, pero nunca van a decir que este vino es malo", afirma Paula Valdivieso, gerente de marketing de la viña. La gran calidad de los vinos ha tenido importantes reconocimientos, siendo uno de los más rele-

vantes el ser elegida como la mejor viña del país en el año 2005 por parte de International Wine & Spirits (IWSC), de Inglaterra. Este es uno de los certámenes más destacados de Europa y del mundo, con cerca de 5.000 participantes provenientes de más de 50 países de todos los continentes.

Para la estrategia de ventas se asesoró con una empresa internacional de marketing. Una de las decisiones tomadas fue el cambiar el nombre de los vinos. Antes se llamaba Santa Inés con una línea llamada De Martino. Ahora son Vinos De Martino con una línea llamada Santa Inés. La idea nace cuando se empezó a producir principalmente vino de calidad, ya que la línea De Martino era la de los mejores vinos.

Uno de los problemas más grandes que genera el trabajar en nichos tan pequeños es la venta. "Se pueden producir vinos maravillosos pero lo más difícil es venderlos", asegura Paula Valdivieso. "La idea es sorprender con algo distinto, entretenido, único". Para lograr esto, siempre se trabaja conociendo las nuevas tendencias mundiales, experimentado y estudiando continuamente.

### Su experiencia en Europa

Desde un principio se observó que los vinos producidos se adecuaban de mejor manera a los paladares europeos. Es un mercado con una gran cultura relacionada con el vino, en la que es normal que se conozcan conceptos como "cepas" y "lugares en donde se ubican los viñedos", entre otros. Por tanto, son lo que mejor podrían apreciar la calidad de los vinos.

Los montos exportados han aumentado a través de los años, penetrando cada vez más con los



## Exportaciones a mercados europeos (2004)

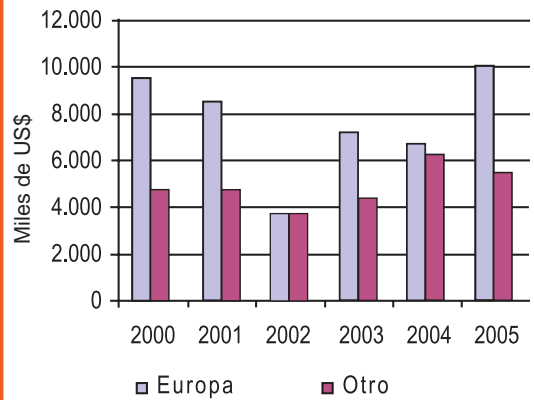
País	2005 (miles de US\$)	% Part.
INGLATERRA	2.461,0	44,88
RUSIA	815,1	14,86
ALEMANIA	811,3	14,79
IRLANDA	493,4	9,00
HOLANDA	259,5	4,73
BELGICA	222,3	4,05
FRANCIA	201,8	3,68
SUIZA	158,5	2,89
NORUEGA	34,7	0,63
ESTONIA	14,5	0,26
SUECIA	10,1	0,18
ISLANDIA	2,0	0,04
Total Europa	5.484,1	100,00

Fuente: Pro Chile, con información de Servicio Nacional de Aduanas

vinos del segmento premium.

Dentro de Europa el principal destino de las exportaciones es Inglaterra, representando el 44,9% de las exportaciones a Europa y el 15% del total de la viña durante el año 2005.

## Evolución de las exportaciones



Fuente: Pro Chile, con información de Servicio Nacional de Aduanas

### Las claves del éxito

Las claves del éxito para la Viña De Martino han estado cimentadas en una mejora constante de la producción del vino, focalizado en alcanzar una máxima calidad. Paralelo a esto, se une la capacidad continua de tomar riesgos para generar los nuevos enfoques del negocio, basado en un respeto al medio ambiente, el conocimiento de las nuevas tendencias de consumo, junto a una fuerte inversión en marketing. ★

