

Jorge de la Barra, gerente de Pisquera Aba, empresa que obtuvo oro en concurso internacional

## “El pisco peruano deja más resaca porque es un alcohol más impuro”

JOAQUÍN RIVEROS

Jorge de la Barra, gerente general y socio de la Pisquera Aba, cuyo pisco transparente, “Aba”, obtuvo recientemente medalla de oro en uno de los concursos de espírituosos más importantes del mundo, agrega un argumento desconocido a la ya histórica disputa entre el pisco chileno y el peruano. Según cuenta, el producto chileno deja menos resaca que su homólogo del norte.

“El pisco peruano deja más resaca porque es un alcohol más impuro que el chileno ya que, por normativa, ellos solo pueden destilarlo una vez, mientras que el nuestro lo destilamos dos o más veces. Además, ellos no pueden rebajar el alcohol con agua purificada para bajar la graduación, entonces estiran la destilación y suman alcoholes menos puros, mientras que nosotros solo usamos el corazón del proceso, que son los más puros”, cuenta.

“Por ello el pisco peruano anda tan bien con el pisco sour, porque es más



Jorge de la Barra califica su pisco de “muy sedoso, cristalino y suave al paladar”.

tros de altura, lo que la hace más pequeña y más dulce. Por otra parte el delicado proceso de destilación, que hacemos en nuestros alambiques de cobre y en el que están presentes el enólogo y los maestros destiladores. En ese proceso sacamos los alcoholes impuros y luego lo volvemos a destilar. Lo que obtenemos es un pisco muy sedoso, cristalino y suave al paladar con un delicado aroma a uva. Esas condiciones lo hacen un producto muy versátil para la coctelería. Es

un destilado muy fino, al punto que en Inglaterra estamos en las cartas de cognac”.

Actualmente la Pisquera Aba produce 30.000 botellas al año, que vende de Arica a Punta Arenas en las principales cadenas de supermercados, en tiendas especializadas, en botillerías y en su sitio web.

Hace 10 años que exportan a Inglaterra, donde están en tiendas y en el canal horeca; también tienen envíos a Estados Unidos, Canadá, Singapur y China, y ahora están entrando a Brasil y Argentina.

**Siempre se ha querido exportar pisco masivamente, pero no se ha concretado ¿Qué falta?**

“Ha habido un cambio en los últimos dos o tres años y qué tiene que ver con la gran diferenciación que se puede conseguir con el pisco. Tú vas afuera y hay un millón de whiskies, de gins, de vodkas, pero el pisco es uno solo y en los mercados quieren cosas nuevas y versátiles como insumo para coctelería.

En Inglaterra, por ejemplo, tienen muy desarrollada la mixología (tragos combinados), y yo he visto que lo han tomado con jugo de sandía y otros ingredientes impensados, y ¿por qué? Porque es suave y aromático sin ser invasivo, entonces a los bartenders les abre un mundo de posibilidades”.

**Ustedes exportan a China**

**¿Qué recepción han tenido?**

“Estamos en Hong Kong y en otras partes con distribuidores. Es un mercado que está saturado de vino y debido a la gran competencia que existe los distribuidores están mirando hacia los destilados. Estamos allá hace siete años y ha ido de menos a más, y ahora a una velocidad bastante potente debido a que están probando cosas nuevas en coctelería en restaurantes y pubs. De hecho, actualmente en China tenemos un concurso de bartenders para que conozcan el pisco y lo usen en coctelería. Tenemos tres finalistas que irán a Shanghai y el ganador viajará a Chile a conocer la pisquera y el proceso de elaboración”.

**¿Y qué dicen los extranjeros cuando lo prueban?**

“Es un tema que he visto personalmente. Cómo no lo conocen, se sorprenden, y preguntan qué es esto tan bueno, tan sedoso, suave y aromático. En Estados Unidos me tocó hacer un evento con gente que tenía restaurantes mexicanos y me preguntaban que qué era eso tan bueno que estaban tomando. Reemplazaron por pisco la coctelería en base a tequila y me decían que era una maravilla. Entonces, cuando tenemos la oportunidad de llegar al extranjero y darle a probar el producto, les encanta. Dicen dónde estaba esto que me lo había perdido”.

### Según el ejecutivo, el destilado chileno tiene gran potencial en el extranjero como insumo para coctelería.

aromático, ya que esos aromas se los entrega la impureza de su alcohol. El problema es que eso mismo lo limita como ingrediente para cócteles diferentes al sour, porque su aroma es muy fuerte. El chileno, en cambio, es más suave, lo que le da un gran potencial para combinarlo”, agrega.

De la Barra habla con propiedad. Su pisco “Aba” de 40 grados, elaborado en los alambiques de cobre de la pisquera homónima fundada en 1921 en Vicuña, obtuvo medalla de oro en la 26ª edición del “The Spirits Selection by Concours Mondial de Bruxelles”, realizado este año en China. En la ocasión, 154 jurados profesionales cataron a ciegas 2.754 espírituosos (destilados) provenientes de 62 países. “Aba” obtuvo Oro en la categoría transparente y Mistral en la de envejecidos.

**¿Qué hace la diferencia en el pisco que ustedes elaboran?**

“Dos elementos. Por una parte la uva, ya que solo usamos moscatel de Alejandría que se cultiva a 1.600 me-

### Trampolín para exportar

Los concursos de espírituosos, destilados que pasan por alambique, son un buen trampolín para dar a conocer el pisco chileno y así sondear sus opciones de exportación que, según cifras de ProChile, en 2023 llegaron a US\$4.047.585. Los principales destinos fueron, en orden descendente, Estados Unidos, Canadá, Alemania, España y Reino Unido. Para participar en el concurso de Bruselas, que es itinerante, se deben enviar muestras, las que luego son catadas a ciegas, es decir, que el jurado no sabe qué pisco es ni quién lo produce. En pisco existen las categorías “Transparente” y “Añejado”, en los que obtuvieron oro Aba y Mistral. Los piscos compiten entre sí y el peruano corre en otra categoría. En la versión del año en curso participaron 2.754 espírituosos provenientes de 62 países.