

Fecha: 23-12-2024
 Medio: El Día
 Supl.: El Día
 Tipo: Noticia general
 Título: "El pisco es orgullo chileno y seguiremos defendiéndolo"

Pág.: 6
 Cm2: 619,6
 VPE: \$ 946.185

Tiraje: 6.500
 Lectoría: 19.500
 Favorabilidad: No Definida

FRANCISCO MUNIZAGA MUÑOZ, PRESIDENTE DE PISCO CHILE

‘El pisco es orgullo chileno y seguiremos defendiéndolo’

EQUIPO EL DÍA

La Serena

La reciente inscripción de documentos peruanos en el Registro Regional para América Latina y el Caribe del Programa Memoria del Mundo de la UNESCO, que destacan los orígenes del pisco, generó reacciones en los ámbitos político y cultural. En respuesta, los productores piscoeros nacionales han realizado una ofensiva que incluya el respaldo de las autoridades chilenas.

En ese contexto, para Francisco Munizaga, presidente de Pisco Chile, indica que esta publicación peruana se puede interpretar como una medida mediática para aparecer en la prensa con una nota que vincule el origen del pisco con la UNESCO, pero ellos se lo toman con gran seriedad.

"Reaccionamos de inmediato y pusimos en antecedentes y alerta a nuestra Cancillería, donde encontramos una excelente recepción. Esto derivó en la convocatoria a la Mesa Nacional del Pisco, liderada por el Ministerio de Agricultura, con la participación de todos los actores relevantes de la industria. A pesar que el sustento que hay detrás de la publicación peruana no es sólido, nos alineamos plenamente con la postura del Estado Chileno", indicó.

Munizaga insiste en que este tipo de publicaciones a nivel internacional solo busca perjudicar a los productores nacionales y destaca la reacción y respaldo de las autoridades de gobierno.

¿Cómo afecta este conflicto especialmente a los pequeños y medianos productores de pisco en Chile?

"Cualquier daño o intento de menospreciar al pisco chileno impacta a todos los productores, independientes de su tamaño, esto es transversal, porque afecta a la industria chilena.

Aunque los pequeños productores están más presentes en el mercado nacional, aunque hay algunos ejemplos de productores pequeños que están orientados a la exportación de pisco; este conflicto afecta directamente a la imagen de nuestra industria, y por ende, a cada productor".

¿Qué acciones concretas se están llevando a cabo para proteger los intereses de los productores chilenos de pisco en mercados internacionales?

"Desde hace dos años, implementamos el Plan de Promoción y Defensa Internacional, financiado con recursos estatales y liderado por la Asociación Gremial de Productores de Pisco, Pisco Chile, y que involucra a actores tan importantes como la Subsecretaría de Relaciones Internacionales, ProChile, Ministerio de Agricultura, Cancillería, entre otros.



EL DÍA

El dirigente del gremio piscoero sostiene que han observado infracciones flagrantes a la Denominación de Origen en restaurantes nacionales, donde promocionan cócteles de destilados de distintos tipos, como pisco sour que no lo son.

Este plan incluye la defensa de nuestra Denominación de Origen y al pisco chileno en el mundo. Actualmente tenemos juicio en algunos países como en la India y en Tailandia donde estamos siendo representados por el Estado chileno defendiendo nuestro producto, juicios que van avanzando muy bien.

Además, cualquier iniciativa que haga Perú u otro país en el mundo que afecte la Denominación de Origen del pisco chileno es rechazada inmediatamente por esta vigilancia internacional que tenemos a través de la Subsecretaría de Relaciones Internacionales.

Paralelamente, a través de este plan estamos trabajando en la Promoción Internacional del Pisco, asistiendo a las principales ferias del mundo de destilados, organizando degustaciones, catas, Masterclass, con resultados visibles: el pisco chileno cada vez es más valorado en el mundo".

¿Hay resultados del Plan de Promoción y Defensa del Pisco?

"Sí, ya estamos viendo resultados concretos, especialmente en el aumento del interés internacional por el pisco chileno. Durante estos dos primeros años, hemos sostenido numerosas conversaciones que han abierto puertas en mercados clave, y ahora estamos en una etapa de consolidación, concretando exportaciones y negocios para las piscoeras que han presentado sus productos en el exterior.

En el ámbito nacional, no podemos olvidar que el 95% del pisco se consume en Chile, lo que convierte al consumidor local en un pilar fundamental para nuestra industria. Por eso, parte del plan también está orientado a fortalecer la promoción interna, asegurándonos de mantener y reforzar el vínculo entre el pisco y los chilenos".

¿Cómo beneficia a la zona pisquera el avance hacia la declaratoria de patrimonio de la humanidad por parte de la UNESCO?

"Esta declaratoria tendría un gran impacto, especialmente en turismo.

Las experiencias internacionales muestran que los paisajes reconocidos por UNESCO se convierten en destinos imperdibles, lo que dinamiza las economías locales, creemos que en el caso de esta Declaratoria del Pisco Chileno, va a ser un aliciente muy potente en las zonas principales.

Adicionalmente a eso, ante la eventualidad que este paisaje sea reconocido y declarado por la UNESCO como paisaje cultural, le da un espaldarazo a la industria pisquera. Sería un reconocimiento al trabajo histórico y nos va a producir un salto a un escalón distinto al que estamos. Colocaría al pisco en un estatus internacional distinto y mucho más ventajoso".

¿Ha existido una reacción tardía

del gobierno a diferencia del gobierno peruano que lleva como uno de sus estándares la defensa de sus productores?

"No lo considero así. Los productores de pisco llevamos por lo menos cuatro años trabajando en conjunto con Estado de Chile en la defensa del pisco en juicios internacionales, y estamos atentos a todo lo que está pasando de forma siempre muy proactiva. Aunque la jugada comunicacional peruana fue inesperada, nuestra reacción ha sido oportuna y eficaz".

¿La Sequía ha tenido por las cuerdas a los productores de pisco, de qué manera han enfrentado esa pérdida de hectáreas?

"La sequía generó gran impacto, con pérdidas de hectáreas de viñas pisqueras y de otro tipo también. Creemos que es momento de considerar un subsidio para la producción de uva pisquera, no sólo por su valor económico, sino por todo su valor de identidad cultural. Creo que hoy es una alternativa interesante para ayudar a los productores de uva pisquera".

¿Cómo trabajan con los gremios de restaurantes para que den prioridad al pisco nacional en sus cartas?

"Hemos realizado bastantes esfuerzos, aunque el sector es bastante atomizado, o hay una cantidad muy grande bares y restaurante que no pertenecen a asociaciones gremiales, por lo tanto, cuesta establecer comunicación. También hemos observado infracciones flagrantes a nuestra Denominación de Origen, donde de frentón se promocionan cócteles de destilados de distintos tipos, como pisco sour que no lo son.

Hemos tratado por muchos medios de evitarlo, pero hasta ahora no lo hemos logrado. Necesitamos mayo regulación y conciencia de los consumidores. Debemos rescatar una acción que hizo un municipio de la zona pisquera donde se dictó un Decreto Municipal, donde se prohíbe a todos los restaurantes de la comuna transgredir la norma y ofrecer pisco sour con productos que nos son hechos con pisco".

¿Qué mensaje quisiera enviar a los consumidores nacionales e internacionales sobre el pisco chileno en el contexto de este conflicto?

"A los consumidores nacionales que representan el 95% del mercado, les pedimos que sigan prefiriendo el pisco chileno, y como dice una frase que cada vez es más potente: el pisco es orgullo chileno, y hay que entenderlo de esa manera, es un trago nacional, arraigado en nuestra comunidad, y hay que preferir el producto nacional, el producto chileno; y el pisco es chileno".