

EMPRESAS Y NEGOCIOS

El pisco conquista la legendaria China

Explorar nuevos mercados siempre ha sido un desafío para los productores de pisco. Pero esta vez, el legendario destilado chileno dio un paso firme hacia el gigante asiático. Juan C. Ortúzar, representante de Pisco Waqar y Black Heron, lideró una ambiciosa misión en el marco de Chile Week China 2024, que lo llevó a recorrer las icónicas ciudades de Shanghái, Beijing, Hangzhou, Chengdu y Guangzhou, gracias a la ayuda de los fondos regionales de Coquimbo, de promoción de pisco, y de las oficinas regionales de ProChile. Es importante considerar que en China el destilado más consumido es el Baijiu, del cual existen muchos tipos y que es de alto nivel alcohólico (sobre el 50% de alcohol en su mayoría). En China el Baijiu es la bebida nacional y una de las bebidas alcohólicas más consumidas en el mundo, con una historia que abarca varios miles de años. Hoy en día, el Baijiu se ha convertido en una parte integral de la cultura china. Aunque el pisco aún es desconocido para muchos, marcas chilenas como Alto del Carmen, Mistral, Waqar y Curu ya están presentes, marcando los primeros pasos hacia la consolidación de este destilado en un merca-



do lleno de desafíos, pero también de oportunidades. Este mosaico de gustos convierte al mercado chino en un desafío para el pisco, pero también en una oportunidad única para que el pisco conquiste diferentes nichos. Las cifras respaldan este optimismo: en el último año, las ventas de pisco en China alcanzaron niveles récord, confirmando que este destilado chileno tiene un lugar en el mercado asiático. El esfuerzo colectivo de productores, promotores y aliados estratégicos ha logrado poner al pisco en el radar chino.