

# Pisqueras de Coquimbo viajan a estudiar mercado de Nueva Zelanda con miras a potenciar futuros envíos

**Empresas locales llegaron en una misión comercial hasta ese país, para analizar las oportunidades que se abren para el destilado en este destino. Estas acciones forman parte del programa de promoción internacional que es ejecutado por ProChile Coquimbo.**



Un grupo de empresas pisqueras de la Región de Coquimbo, viajó a Nueva Zelanda en una misión comercial que tenía como objetivo desarrollar acciones de promoción del destilado en este destino, en el marco de las actividades que está llevando a cabo ProChile Coquimbo para dar a conocer el pis-

co a nivel internacional.

Invitados por la Embajada de Chile en ese país, los representantes locales participaron de actividades que se llevaron a cabo en el Wellington Club de la ciudad capital, donde fueron recibidos por la embajadora de Chile, Manahi Pakarati, y la cónsul María Alejandra Farías. En

el evento estuvieron presentes, además, representantes del cuerpo diplomático de distintas embajadas y miembros de la colonia chilena residente.

En la actividad, los asistentes pudieron disfrutar de una exhibición de piscos de la Región de Coquimbo, donde degustaron coctelería y

conocieron, de voz de los empresarios pisqueros, sobre su historia, tradición y versatilidad, además de la gran cantidad de etiquetas nuevas que tiene la oferta del destilado actualmente.

La iniciativa formó parte de las celebraciones que se realizaron durante septiembre en diversos países, en el marco del «Programa de competitividad y promoción comercial de la categoría pisco, Región de Coquimbo», que es ejecutado por ProChile Coquimbo y cuenta con el financiamiento del Gobierno Regional a través del Fondo Nacional de Desarrollo Regional (FNDR). Las empresas pisqueras también participaron de visitas técnicas a puntos de venta y reuniones con importadores.

En tanto, Claudio Escobar, gerente de la Asociación

de Productores de Pisco, Pisco Chile, resalta que se trata de una primera actividad, pero que se espera mantener las acciones en el tiempo.

«Nos parece súper importante haber generado una primera acción en un mercado como Nueva Zelanda, que es un destino que se tiene que trabajar de manera complementaria con Australia. Ahora que tenemos también una misión comercial a Australia, creemos que nos va a permitir ver la realidad del mercado, el perfil de los consumidores y el potencial que pueda tener el pisco en esa zona geográfica, para idealmente ir trabajando el diseño de una estrategia de penetración que aborde ambos países, que pueden ser interesantes por la gran presencia de la colonia chilena».