

PRODUCTORES REGIONALES

Empresas pisqueras exploran oportunidades en el mercado mexicano



En "La Terraza La Galería" en barrio Polanco, se llevó a cabo el "Walk Around Tasting", que contó con más de 200 asistentes y donde cada empresa tuvo la posibilidad de dar a conocer su oferta

EL DÍA

EQUIPO EL DÍA

La Serena

La campaña de promoción internacional del pisco sigue desarrollando acciones en diversos mercados para posicionar al destilado nacional en el mundo. Esta vez fue el turno de México, en cuya capital se desarrolló el evento "Vuelve a Degustar Chile", que reúne a cerca de una veintena de viñas chilenas y que por primera vez abrió sus puertas al pisco nacional que cuenta con Denominación de Origen.

Invitados por la oficina Comercial de ProChile en México, la delegación de empresarios regionales viajó a este encuentro que entre sus actividades sumó instancias especiales para la promoción del destilado, como el Seminario "Historia y Versatilidad del Pisco Chileno", al que asistieron

Representantes locales viajaron a México, en una misión comercial, a participar del evento "Vuelve a Degustar Chile", organizado por ProChile, que reúne a cerca de una veintena de viñas y que, por primera vez, acoge la promoción de nuestro destilado nacional.

compradores, bartenders y líderes de opinión del mundo de la mixología, a quienes se les hizo una presentación contando la historia, los procesos de elaboración y tradición centenaria que posee el pisco, complementando con degustaciones de los productos.

Con posterioridad, en "La Terraza La Galería" en barrio Polanco, se llevó a cabo el "Walk Around Tasting", que contó con más de 200 asistentes y donde cada empresa tuvo la posibilidad de dar a conocer su oferta, entre los que se contaban importadores, distribuidores, líderes de opinión, prensa y creadores de contenido.

México se sumó como mercado a la campaña de promoción internacional y Paola Vásquez, directora regional de ProChile Coquimbo, señala que existen altas expectativas de seguir avanzando en la llegada del pisco chileno a este destino.

"Nuestros empresarios tuvieron la posibilidad de aprender de la oferta del mercado, pudieron ser los protagonistas de una masterclass para público especializado y también de

un gran showroom. Nos dijeron que habían aprendido mucho, que queda mucho camino por recorrer es un mercado que tenemos poco trabajado, pero el producto despertó gran interés, hubo muchas consultas y muchos contactos que ahora hay que seguir potenciando y desarrollando para que se conviertan en un futuro en buenos negocios para ellos y abran puertas para otras pisqueras", puntualizó Vásquez.

Por su parte, Gustavo Arancibia, representante de pisquera ABA, valoró esta instancia de promoción e indicó que en este acercamiento inicial dejó una muy buena impresión, que le gustó a los sommeliers y se mostraron muy interesados en que existan importadores que lo puedan llevar a este mercado.