

VII CONGRESO NACIONAL DEL PISCO TACNA 2008

CARTA A LA FAMILIA DEL PISCO

Amigos

Este año 2008 que sirva de base para fijar como objetivo y conseguir la meta, que es el **POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO INTERNACIONAL** y lo más difícil **PERMANECER EN ESTE**, contamos con la variedad de uvas adecuadas, nuestros agricultores saben que y como se tiene que manejar la tierra, el abono, el agua, la poda, la fumigación y cosecha, para obtener una producción óptima, nuestros productores saben elaborar con la calidad que la norma técnica exige, el mercado y el consumidor demanda. Nuestros productos son ganadores de concursos regionales, nacionales e internacionales, somos conscientes que producimos el mejor Pisco, pero estamos débiles en la comercialización tanto en el mercado nacional como internacional y esto es grave.

Tenemos que reorientar nuestro trabajo, ya hemos pasado lo más difícil que es el construir la personalidad de nuestro **PISCO PERUANO**, definiendo sus variedades, los estándares de calidad, su producción a través de la norma técnica, este producto que nosotros llamamos PISCO es original y único, al cual lo tenemos que seguir trabajando, el peso de su calidad finalmente lo hará merecedor y dueño del mercado, pero esto, si cae por gravedad, si seguimos haciendo las cosas como actualmente la estamos realizando, va a tardar muchos años; tenemos que cambiar primero nosotros mismos, después revolucionar las estrategias, realizar un programa integral con las instituciones que trabajan por el Pisco, sabemos que el Pisco no es muy conocido en el mercado internacional, tenemos que presentarlo con un plan, una estrategia de mercadotecnia y en forma conjunta con nuestros agregados comerciales de las diferentes embajadas en el mundo, participando en ferias, concursos, rueda de negocios etc. Esto mediante un gran proyecto que el estado peruano y los productores tiene que impulsarlo con ayuda de las fuentes de cooperación internacional.

Año a año les exigimos a nuestros productores a producir un mínimo de 1000 litros con los estándares de calidad que la norma técnica especifica, para poder entrar a los concursos regionales y nacionales, se les ha dado asistencia técnica en vitivinicultura, destilado y otros temas, pero la asistencia técnica en lo que respecta a comercialización aun no se da, este es el trabajo, el objetivo y la meta. de hoy día.

¿Que debemos hacer?

MERCADO NACIONAL

En el mercado nacional no se ha realizado un trabajo planificado, serio impulsando a nivel nacional el cambio, la preferencia por nuestra bebida bandera, incentivando su consumo moderado, en todas las actividades sociales, públicas inauguraciones y presentes a las autoridades extranjeras que nos visitan, dando a conocer su pureza, sus características y virtudes para que la población decida por lo más sano y económico a la larga.

No es posible que seamos indiferentes a la venta licores sin ninguna clase de control productivo, de calidad dudosa, sin ningún tipo de control sanitario, alcoholes traídos de contrabando en pésimas condiciones de higiene en embases inservibles, productores de vinos de azúcar, tragos y bebidas preparadas, productores de aguardientes sin D. O que compiten con el Pisco, todo estos productos ilegales vigentes en el mercado peruano, atentando contra la salud de nuestra juventud que en los próximos años tendremos generaciones de ciegos, con cirrosis y locos por el consumo de alcoholes superiores.

Y en forma increíble seguimos a los formales exigiendo calidad, formalización y mínimos de producción, es momento de tomar enérgicas medidas contra los clandestinos e informales, por el bien de nuestro Pisco.

Existe un gran mercado nacional que se puede trabajar y el consumo - producción se triplicaría, con técnicas de mercadotecnia que realizándolas nos permitirían llegar a estas metas.

MERCADO INTERNACIONAL

Tenemos que trabajar en forma conjunta **empresario – estado**, somos concientes que la introducción de un producto en el mercado internacional, demanda de una inversión económica grande, a través de Marketing y Comercio Internacional, todo un gran proyecto en donde el estado peruano tiene que invertir conjuntamente con el empresario y el aporte de entidades de cooperación internacional.

Somos concientes que el productor, solo no puede asumir este reto y que el estado no puede ser un organismo beneficencia, ambos tienen que participar, la inversión conjunta dará a este proyecto seriedad y ponerse de acuerdo en que porcentajes que van a invertir, viabilidad; inicialmente el estado asumiría el costo total y con un porcentaje de las exportaciones el empresario devolverá al estado el compromiso asumido, también podría ser la totalidad o parte del drawback, es cuestión de buscar los mecanismos, sobre todo ser concientes, serios y tener la firmeza de la realización de los acuerdos pactados.

Como parte de la solución a la problemática el estado debería comprar a los productores, Pisco para regalar a las autoridades visitantes extranjeras, para hacer degustaciones en las embajadas y para las celebraciones de las fiestas patrias de nuestro país en el extranjero, esta compra se realizaría en orden de merito, primero a los ganadores de los tres últimos concursos nacionales, después a los ganadores de los concursos regionales y después a los demás productores, de esta forma incentivamos la competitividad para una buena calidad.

No hay otro camino y es prioritario hacerlo o vamos a esperar que venga una transnacional compre todas las empresas, como ya ocurrió con otras bebidas y no vamos a poder seguir afirmando que EL PISCO ES PERÚ.

En el VII Congreso Nacional del Pisco Tacna 2008, siendo concientes de nuestra problemática, hemos programado el congreso de la siguiente forma 15% vitivinicultura, 15% producción y destilado y 70% Comercialización, es por esto que estamos programando la



realización de una gran rueda de negociaciones con agentes de EEUU, Europa y países Asiáticos, además invitar a periodistas especializados en licores una especie de Press Marker, para que luego ellos divulguen en sus medios de comunicación especializados en licores, la presentación del Pisco Peruano al Mercado Internacional, además de otras acciones internacionales que nos ayuden a introducir nuestro producto.

Aprovecho la oportunidad para invitarlos a participar con nosotros de este congreso que lo estamos trabajando para que sea el mejor en la transmisión de los últimos adelantos tecnológicos así mismo en contenido, objetividad y aporte de experiencias.

Lo hemos programado para el 26 al 29 de noviembre del 2008, los locales ya lo tenemos separados, estamos trabajando en la elaboración de la programación que sea objetiva y que comparta la transferencia de conocimiento con la parte turística – comercial y de diversión.

Tacna os espera

Gracias