

Fecha: 22-02-2026
Medio: El Día
Supl.: El Día
Tipo: Noticia general
Título: Productores de pisco mantienen expectativa por promoción internacional

Pág.: 6
Cm2: 625,4

Tiraje: 6.500
Lectoría: 19.500
Favorabilidad: ☐ No Definida

ANTE EVENTUAL RECORTE DE LA GLOSA PRESUPUESTARIA

Productores de pisco mantienen expectativa por promoción internacional

ROBERTO RIVAS S. / Región de Coquimbo

Si bien existe preocupación por el eventual recorte presupuestario para la proyección internacional del pisco en eventos y ferias especializadas, también hay optimismo al considerar que el trabajo realizado en los últimos años, que les ha merecido un aumento de un 33% en las exportaciones, se podrá mantener y reforzar en los próximos meses.

En ese sentido, el gerente de la Asociación de Productores de Pisco -Pisco Chile-, Manuel Schneider, señaló que como institución se mantienen en suspenso sobre lo que podría significar el recorte en promoción internacional, aunque destacó que para este año no se prevé mayores cambios en la agenda.

Pisco Chile es la asociación gremial que representa a más del 90% de la industria de los productores de pisco del país, desde las empresas pequeñas y familiares hasta las grandes empresas destiladoras.

"Nosotros nos mantenemos a la expectativa sobre cómo nos podría afectar el recorte presupuestario que se anunció en la glosa. Para nosotros es muy importante, porque efectivamente esa asignación para la promoción internacional entra en su cuarto año de ejecución, que era lo que estaba estipulado en la planificación inicial", señaló el representante gremial.

Indicó que el objetivo de la industria y del gremio es que la glosa permanezca, ya que reconocen que es un componente que está logrando posicionar al pisco en los distintos mercados.

"Estamos logrando también que distintos productores pequeños puedan acceder a mercados que sin el apoyo de la glosa no podrían alcanzar. Obviamente como gremio queremos que esta glosa continúe pero entendemos que este será un trabajo que tenemos que definir con las nuevas autoridades (nacionales), pero sin duda que este es un tema que nos preocupa", señaló.

EN CAMINO

Siendo este el cuarto año de ejecución, Schneider adelantó que la asignación ya tiene agenda para los próximos meses.

"Este año la glosa está en ejecución, ya estamos iniciando las proyecciones en mercados como Estados Unidos, Alemania, China, Argentina y Brasil entre otros, pero obviamente tenemos la preocupación de lo que va a ocurrir para el próximo año, porque ya para este año tenemos las actividades planificadas,

Si bien la glosa presupuestaria podría frenar de manera significativa la participación de productores de pisco en eventos internacionales, gremio señala que es necesario mantener el apoyo -que se sustenta en los altos impuestos al producto- para garantizar el crecimiento en la producción y exportación.



EL DÍA

Gremios instaron a que las próximas autoridades a nivel nacional mantengan la glosa de promoción internacional del pisco.

pero estamos planificando lo que pueda venir para el próximo año. Este trabajo nos ha permitido tener un incremento en las exportaciones de pisco, así que nosotros queremos que esta situación continúe", destacó.

Adelantó que para los próximos meses ya tendrán todas las actividades cubiertas y planificadas.

"Este mes de febrero estuvieron cinco de nuestros productores en una importante exposición en Francia, más adelante vamos a tener a seis productores de pisco en una feria igual de importante en Alemania. Igualmente tenemos actividades planificadas en el Reino Unido, en Miami, en Los Ángeles, en Nueva York y otros distintos mercados, y también con una variedad de marcas que están saliendo al mundo", agregó.

No obstante, remarcó que les preocupa porque las glosas son anuales. "Presupuestariamente hablando ha bajado, así que este año vamos a tener que trabajar para que la glosa se mantenga para lo que va a ser el 2027", indicó.

Advierte que mantener la glosa intacta sería lo justo por asumir un monto bastante importante en impuestos, por lo que esperan que la retribución

se traduzca en el apoyo internacional que requieren los productores.

"Una parte de lo que nosotros pagamos impuestos se debe ir también en reinversión internacional, así que parte de lo que el Estado recauda en impuestos de nuestra parte, se puede invertir en promociones a través de esta glosa", sostuvo.

CAMBIO DE RUMBO

Precisó el dirigente gremial que buscarán la oportunidad de conversar con las nuevas autoridades nacionales, que asumirán el 11 de marzo, para explicarles el interés y el potencial que tiene el pisco, además del crecimiento que ha tenido a nivel internacional.

"Debemos señalarles lo importante que es mantener ese respaldo, considerando además que más del 51% de la producción del pisco se paga en impuestos. Nosotros entendemos que es un alcohol, pero también sabemos que a través de los impuestos que se recaudan se puede apoyar la promoción internacional. Este año estamos organizados, pero ya tenemos todas las alarmas encendidas para poder conversar con las nuevas autoridades

y que mantengan la inversión en la industria para el próximo año", apuntó.

Reconoció que si bien las empresas grandes tienen la posibilidad de invertir en promoción, las empresas pequeñas necesitan del impulso que se le da a nivel internacional para que puedan poner su producto en otros países.

MIRADA INDISPENSABLE

En tanto, la gerente comercial de Pisquera Casa Juliá, Lucía González Juliá, reconoció que "para nosotros el apoyo público es muy importante, porque las empresas pequeñas aportamos mucho a la industria. Si no estuviésemos los pequeños, la calidad promedio del pisco chileno no sería tan buena, porque las empresas pequeñas de pisco chileno aportamos gran valor a la industria pero necesitamos mucho del apoyo estatal para poder salir adelante".

Si bien todavía no han recibido la información sobre hacia donde apunta ese recorte, estimó que sin duda que afectaría a las pequeñas empresas que buscan salir de nuestras fronteras.

"Nosotros hemos salido a mercados internacionales gracias al apoyo del gobierno y obviamente que esto no es gratis, nosotros pagamos nuestros impuestos puntualmente. Sabemos que las empresas grandes tienen el músculo financiero como para poder promocionarse fuera del país pero las empresas familiares y pequeñas necesitamos de ese apoyo para poder comercializar en el exterior".

Destacó a su vez que las empresas grandes necesitan de las pisqueras pequeñas y viceversa.

"Las pequeñas pisqueras aportamos calidad al producto, pero necesitamos también de las empresas grandes, porque porque esta es una labor que funciona con el apoyo entre todos los sectores. Sin grandes no hay chicos y sin chicos no hay grandes porque solos no podemos, así que un recorte en la glosa presupuestaria afectaría principalmente a las empresas familiares, las empresas pequeñas de pisco que somos quienes elevamos la calidad de la industria".

Finalmente comentó González Juliá que ya que hay pocas comisiones comerciales, y pocas oportunidades, hay mucha competencia entre los pequeños productores para poder acceder a esas comisiones comerciales y eso podría afectar a la industria, aunque confía en que se pueda mantener la glosa para seguir aportando a la industria que le da identidad al país.