

Fecha: 15-05-2026
Medio: Las Últimas Noticias
Supl.: Las Últimas Noticias
Tipo: Noticia general
Título: Chileno dueño de bar en París: "Comen costillar con pisco sour y después siguen con otro"

Pág.: 12
Cm2: 596,1
VPE: \$ 3.277.701

Tiraje: 91.144
Lectoría: 224.906
Favorabilidad: ☐ No Definida

Cap Horn es uno de los puntos de ventas de pisco chileno en el mundo que sale en nueva plataforma

Chileno dueño de bar en París: "Comen costillar con pisco sour y después siguen con otro"

ProChile y Pisco Chile levantaron herramienta online para ubicar 813 puntos de venta del destilado nacional en 35 países.

MAURICIO RUIZ

A dos cuadras de la Plaza de la Bastilla, en París, y a pasos de la casa donde vivió Víctor Hugo, hay un pequeño rincón chileno donde el pisco sour se transformó en protagonista. El bar Cap Horn, del chileno Jorge Novoa, mezcla empanadas, pastel de choclo, costillar y piscos premium en un barrio turístico y bohemio de la capital francesa, donde los franceses "piden pisco sour antes, durante y después de comer", dice.

El local es uno de los 813 puntos de venta en 35 países incluidos hasta el momento en la nueva plataforma ChileanPisco.com, impulsada por ProChile junto a Pisco Chile para ubicar bares, restaurantes, hoteles, supermercados y tiendas online donde se comercializa el destilado nacional. El sitio -disponible en español, inglés, alemán y japonés- incorpora además mapas interactivos, recetas y contenido sobre la historia y tradición del producto chileno.

La plataforma fue lanzada esta semana en una cumbre internacional del pisco en Coquimbo, como parte de las actividades por el Día Nacional del Pisco, que se celebra este viernes 15 de mayo. "En 2024 lanzamos la campaña Chilean Pisco First Spirit para promover los atributos de nuestro pisco en el mundo y ahí surgió la idea de tener una herramienta para que quienes quisieran encontrar pisco en sus países, tanto chilenos como extranjeros, pudieran hacerlo", cuenta Ignacio Fernández, director general de ProChile. Agrega que muchas veces los chilenos que viven fuera del país les piden a familiares o amigos que les lleven botellas porque no saben dónde comprarlas, pese a que actualmente las pisherías nacionales exportan a 40 mercados. "Esta plataforma viene a resolver eso, mostrando puntos de venta físicos y online", sostiene.

Cap Horn es uno de esos puntos: "Estoy al lado de la Bastilla, en un sector bien concurrido, lleno de turistas y gente de distintas nacionalidades", cuenta Novoa, quien llegó a Francia en 1984 pensando quedarse cinco años y terminó construyendo una vida ligada a la gastronomía chilena. Primero tuvo un restaurante llamado "El Moai Azul" durante 17 años y desde 2019 está al mando de este bar parisino, donde el pisco chileno terminó convirtiéndose en uno de los imperdibles.

Cuenta que la mayoría de los chilenos, especialmente los más jóvenes, piden pisco o pisco con bebida blanca, pero que franceses, italianos y españoles residentes en París han adoptado el pisco sour como parte habitual de sus salidas nocturnas. "El pisco sour sacó al mojito y a la caipirina. Acá la gente toma pisco sour masivamente", relata.

Incluso asegura que muchos clientes acompañan platos completos con el cóctel. "Comen costillar con pisco sour y después siguen con otro. Y al final piden un shot de pisco", comenta.



El local Cap Horn convoca a amantes del pisco sour en París.

Ofensiva internacional del pisco chileno

La plataforma ChileanPisco.com es parte de la campaña internacional "Chilean Pisco: First Spirit", impulsada por ProChile y la industria para reforzar el posicionamiento del destilado chileno en mercados estratégicos como Estados Unidos, Canadá, Reino Unido, Alemania, España, China, Japón, Brasil y Argentina.

La estrategia contempla degustaciones, campañas digitales, ruedas de negocios y visitas de importadores y prensa especializada a las regiones de Atacama y Coquimbo. Entre el pasado 10 de mayo y el 16, por ejemplo, 18 importadores provenientes de 11 países participan en el encuentro internacional "Pisco First Spirit", que incluye recorridos por pisqueras en La Serena, Vicuña, Paihuano, Vallenar y Alto del Carmen, además de showcooking y degustaciones. Durante este año también se realizarán activaciones en ferias internacionales como Wine Paris, Prowein Alemania, Tokio Bar Show, BCB Londres y Prowein Sao Paulo, varias de ellas con stands dedicados exclusivamente al pisco chileno. A eso se suman visitas de bartenders e importadores desde Japón y Reino Unido, en una apuesta por posicionar el producto como un destilado premium y de origen.

Principales mercados de destino del pisco (2025)

País	Exportaciones (US\$)	Variación 2024/2025
China	US\$1.001.033	461,1%
Estados Unidos	US\$723.812	-10,8%
Alemania	US\$458.058	73%
Canadá	US\$366.567	-15,7%
España	US\$310.317	188,8%
Francia	US\$143.462	24,8%
Japón	US\$127.116	22,2%
Reino Unido	US\$115.175	-26,7%
Argentina	US\$94.739	61,7%

Fuente: ProChile

En su local trabaja principalmente con piscos Alto del Carmen, Artesanos de Coquiza y Capel Doble Destilado. También conserva algunas botellas de Capa, una marca desarrollada por franceses en Chile, que usa como degustación para clientes habituales. "La calidad del pisco chileno la aprecian mucho. Yo prefiero mantener buena calidad antes que hacer happy hour", explica. El cóctel cuesta 9 euros, cerca de \$9.000 chilenos, un valor que, dice, no aleja a los clientes.

Novoa calcula que hoy apenas el 20% de su clientela es chilena. El resto son residentes franceses y europeos que ya incorporaron el

pisco dentro de sus preferencias. "La gente viene de lejos a tomar su pisco sour y comer comida chilena. Hay grupos completos que reservan solo para eso", comenta.

Asegura que incluso la histórica disputa entre Chile y Perú por la denominación de origen ayudó indirectamente a visibilizar el producto en Europa. "Las noticias hicieron que muchos franceses quisieran probar cómo era el pisco chileno", recuerda.

El fenómeno coincide con el crecimiento de las exportaciones del destilado nacional. Según cifras de ProChile, en 2025 los envíos alcanzaron US\$3,9 millones, un salto de 27,6% respecto

del año anterior. Hoy el pisco chileno llega a 40 mercados, con más de 110 compradores internacionales y 24 empresas exportadoras. China se consolidó como el principal destino, con compras por más de US\$1 millón y un crecimiento de 461%, seguido por Estados Unidos, Alemania y Canadá.

Ignacio Fernández destaca que, aunque todavía son cifras pequeñas frente a otras industrias exportadoras chilenas, el potencial de crecimiento es alto. "Estamos seguros de que la tradición, la versatilidad y la alta calidad de nuestro pisco puede llegar a más mercados. Chile ya tiene un prestigio global como productor vitivinícola y creemos que el pisco puede transformarse en una de nuestras exportaciones clave", afirma.

El director de ProChile agrega que la estrategia incluye ruedas de negocios, visitas de importadores extranjeros a los valles pisqueros y actividades promocionales en Reino Unido, Estados Unidos, Japón, Canadá, Alemania y España.

La expansión, además, ya está llegando a lugares inesperados. Fernández menciona que actualmente existen bares y restaurantes que venden pisco chileno en Kuala Lumpur, Emiratos Árabes Unidos, Tasmania y países menos tradicionales para este producto como Rumanía, Hungría y Polonia.