

CHILE EN MÉXICO

Tercera edición, Año 1, Marzo 2011

pro|CHILE

*Cómo hacer negocios
e invertir en Chile*

**NORMATIVA Y ANTECEDENTES
PARA INSTALARSE EN CHILE**

**TURISMO EN CHILE:
*Isla de Pascua***

*Servicios de Ingeniería
y Minería de Chile para
el mundo*

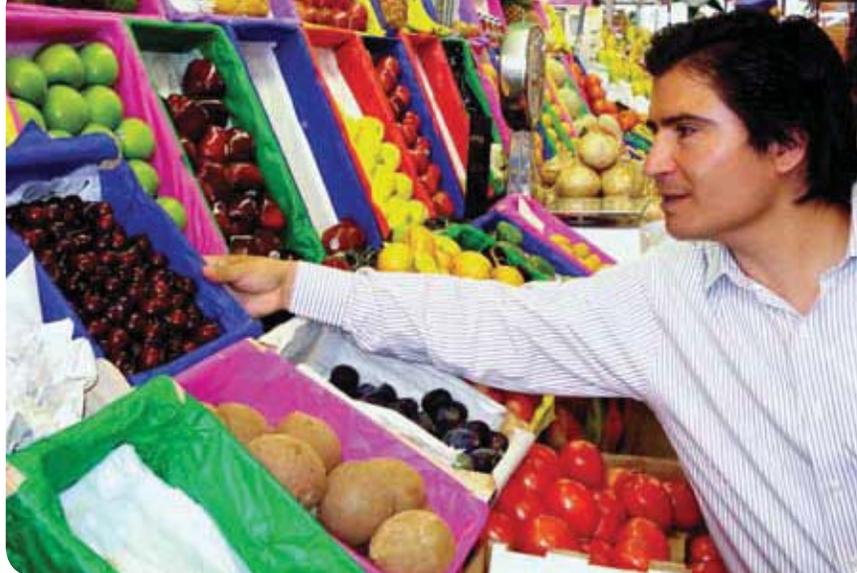
Chile 

FERIA ANTAD DE GUADALAJARA

Participación de empresas chilenas

PRODUCTOS GOURMET DE CHILE

Por qué comprarlos y consumirlos



Héctor Echeverría Vásquez. Consejero Agrícola de Chile en México

LOS PRODUCTOS GOURMET DE CHILE Y LA COCINA MEXICANA DE AUTOR: EN BUSCA DEL MARIDAJE PERFECTO

El reconocimiento de la gastronomía mexicana como patrimonio inmaterial de la humanidad por parte de la UNESCO, no es fortuita. Quienes hemos tenido la fortuna de vivir la experiencia, constatamos la diversidad regional, el contraste de sabores, la complejidad de texturas y colores que componen esta cocina.

Una característica que ha permitido la evolución de esta gastronomía es su carácter abierto. Con ello me refiero a que, pese a los elementos estructurales propios de la tradición, la gastronomía mexicana tiene una vocación mestiza, y por lo tanto es proclive a integrar elementos de otras latitudes, característica que se exagera en esta era de globalización e intenso intercambio cultural. ¿Qué mejor ejemplo del origen mixto de esta cocina, que el tradicional mole, que condensa la tradición mesoamericana con la vuelta de tuerca europea? Diversa en cada región, intrincada en su contextura, esta pasta elaborada con ají molido, chocolate y especias, es adaptable a todos los contextos y popular tanto en México como en el extranjero. Los mejores chefs de esta nación siguen experimentando con él, recomponiéndolo, renovándolo.

Destacados profesionales de la gastronomía mexicana como Daniel Ovadía, Martha Ortiz Chapa, Mónica Patiño, Enrique Olvera y Patricia Quintana, incluyen en la carta de sus afamados restaurantes el mole en distintas presentaciones, que van de la más tradicional hasta la más deconstruida. Este sencillo ejemplo pone sobre la palestra una idea diáfana: al tratarse de una cocina sensible a las

propuestas de otras culturas, los productos gourmet de Chile tienen mucho que ofrecer a la gastronomía mexicana de autor.

Actualmente, el lugar que ocupamos en este mosaico es más bien marginal. El vino chileno ha logrado instalarse como un elemento fijo en todas las cartas de vinos de los restaurantes en este destino, pero, ¿qué hay de nuestros alimentos gourmet? Productos con alto valor agregado como el merquén, las tisanas e infusiones, las sales saborizadas, los patés y las cecinas de carnes exóticas, aún deben posicionarse en el mercado mexicano y requieren, como en su momento ocurriese con el vino, de una estrategia-país consistente, dirigida al target que consume productos suntuarios de alta calidad.

En alianza con los artistas culinarios de Chile, destacados artífices de la cocina mexicana bien podrían desarrollar híbridos espectaculares, como las enchiladas al merquén, el pozole de centolla y erizo, el huachinango en costra de sal ahumada, la trilogía de moles a la rosa mosqueta, el tamalito a la moda con paté de codorniz; platillos coloridos y aromáticos que por ahora sólo existen en mi imaginación.

Como parte de un pequeño estudio realizado por la Oficina Agrícola de Chile en México, en noviembre del 2010, entrevistamos a chefs mexicanos para consultarles acerca de su percepción sobre los productos gourmet de Chile. En todos los casos, los expertos resultaron sorprendidos de que nuestro país exportaba productos gourmet,

si bien coincidieron en el reconocimiento de Chile como productor de vino y fruta fresca. Mejor aún, estos artistas de los sabores estaban llenos de ideas acerca de cómo integrar los productos chilenos a sus platillos sin que éstos perdiesen su identidad mexicana, añadiendo el valor agregado latino.

¿Qué razones tenemos para considerar este mercado como interesante para nuestra oferta gourmet? Como he dicho, la cocina mexicana tiene un lenguaje abierto, dispuesto a adoptar nuevos componentes y a ello habría que añadir que no toda la cocina que se produce en México está orientada a la tesis nacional. Las propuestas de autor tienden a ser más diversas y trascienden las identidades locales.

¿Qué razones tienen los consumidores mexicanos para interesarse por los productos gourmet de Chile? Se trata de productos de alta calidad y sanidad, cuyo proceso combina el saber ancestral con las técnicas de producción

más vanguardistas. Por otra parte, muchas de estas mercancías están respaldadas por la identidad de nuestros pueblos aimaras y mapuches, que participan en la producción de aceites, vinagres, jaleas, patés y especias exóticas, entre muchos otros productos con calidad de exportación.

Dada la identidad de su gastronomía, el consumidor mexicano está preparado para experimentar; para dejarse sorprender; para halagar sus sentidos con una propuesta culinaria que en este caso, lo lleve a parajes del cono sur; ¡Aún tenemos muchas experiencias que ofrecer a sus comensales!

Recomiendo la consulta del directorio de productos gourmet elaborado por **ProChile**, disponible en: http://rc.prochile.cl/directorio_gourmet, así como los números más recientes del boletín de inteligencia de mercado Navío Avizor; elaborado por esta oficina: <http://www.consejagri.gob.cl>, opción "Navío Avizor" del menú principal.

Contacto: consejeria_agricola@consejagri.org
Skype: [hector.echeverria](https://www.skype.com/user/hector.echeverria) ●

INDUSTRIA ALIMENTICIA CHILENA PRESENTE EN GUADALAJARA



Siete empresas chilenas, con productos ícono del país del sur del mundo, se exhibirán con lo mejor de la industria alimenticia en la exposición de la Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales, ANTAD 2011.

La actividad, que se desarrollará entre el 9 y el 11 de marzo en Guadalajara, estado de Jalisco congregará a las empresas chilenas Ariztía (carnes de ave y quesos); Watt's (néctar de frutas, quesos y mantequilla); Ageogea (almendras, uva y ciruela pasa); Novafoods (bebidas energizantes en polvo); FrutyU (puré de frutas); Southwind (carpaccio de atún, pulpo, callo de hacha y salmón) y ASOEX (frutas frescas), en una de las ferias más grandes de alimentos para el sector retail de México y el punto de encuentro para exponer productos y establecer alianzas a través de estrategias competitivas.

El objetivo de la participación chilena, es mostrar nuevos productos e ingresar en el gusto del exigente paladar mexicano. Las empresas sostendrán reuniones de negocios en el Pabellón de 98mt2 y en donde también tendrán la oportunidad de dar a degustar sus preparaciones a base de los productos exportables, a través de exquisitas preparaciones con lo mejor de los productos chilenos que existen en México.

Asimismo, durante la realización de ANTAD, el Mto. Máximo Bosch, Académico de la Universidad de Chile, impartirá una conferencia con el objeto de dar a conocer las estrategias que han permitido el éxito de la industria del retail en Chile.

Los esperamos en el Pabellón chileno en ANTAD del 9 al 11 de marzo (stand 948 entre las avenidas 9 y 10, Expo Guadalajara, de 10:00h a 18:00h).

Mayores informes al correo: contacto@prochilejalisco.com o en el teléfono móvil: (33) 3954-6321 ●