



Pisco Fusión

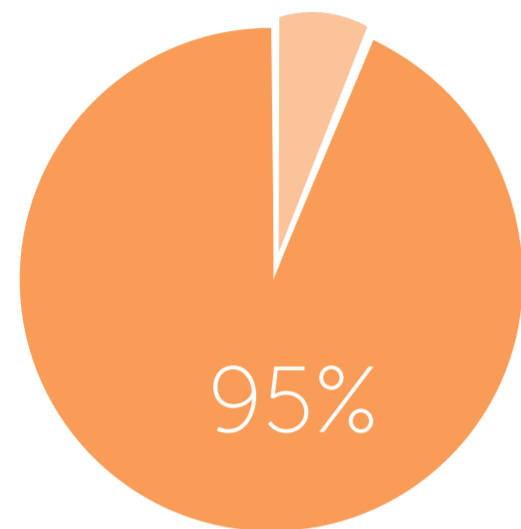
Perú 2015

Pisco Fusión

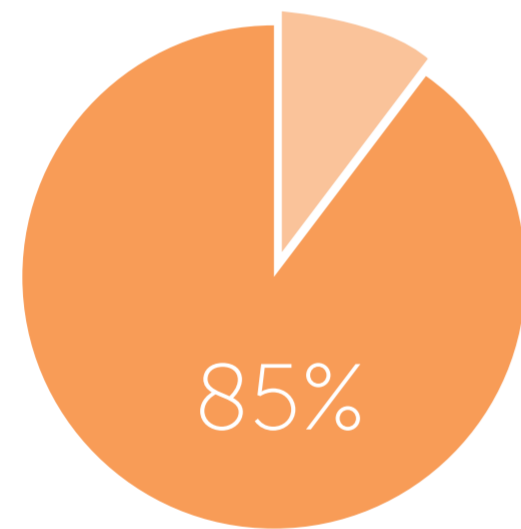
Pisco Fusión es un concurso en el que el objetivo principal es impulsar la creación de una bebida con pisco, lista para comercializarse en distintos restaurantes de América Latina.

La idea surge en base a los números relacionados al consumo del pisco, y específicamente al pisco sour. El potencial que se encuentra en esta bebida ayuda a impulsar una nueva apertura de mercado y la creación de nuevas cadenas comerciales, empezando por Latinoamérica para después aplicarlas al resto del mundo.

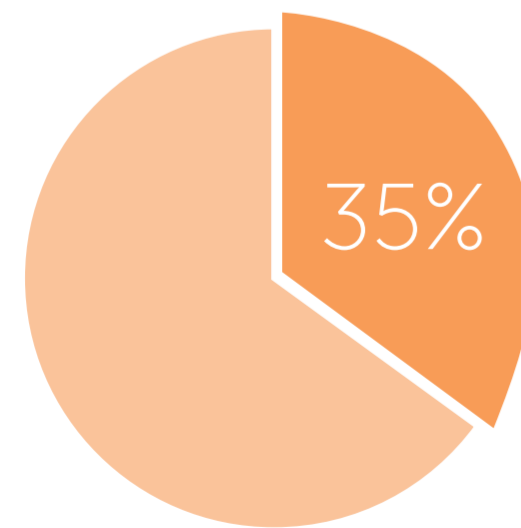
Consumo del pisco en Perú



de los peruanos ha consumido pisco alguna vez



de los visitantes a Perú, toman pisco y les gusta



de los turistas decide llevar pisco a sus países

Entre las bebidas favoritas, la principal es el pisco sour.
¿Qué contiene esta famosa mezcla?



Concurso Latinoamericano

Así como ya está posicionado el pisco sour, Pisco Fusión le daría la oportunidad a talento latinoamericano de crear un coctel innovador que logre dar a conocer el pisco en distintos lugares del continente.

Objetivos específicos

- ▶ Impulsar la unión de los distintos productores de pisco, reuniéndolos para un evento anual
- ▶ Aumentar las ventas de pisco dentro del sitio piscosour.com
- ▶ Abrir nuevos mercados para el consumo del pisco dentro del continente
- ▶ Impulsar el talento joven, dedicado a la gran industria alimentaria
- ▶ Crear un nuevo target (jóvenes) para aumentar el consumo del pisco
- ▶ Fomentar futuros proyectos relacionados el pisco
- ▶ Crear asociaciones con distintos grupos restauraneros donde se distribuirá la bebida ganadora
- ▶ Aumentando las ventas, se aumenta la producción de pisco, generando fuentes de trabajo constantes

Proceso

- Crear una campaña del concurso por medio de la página piscosour.com



- Crear una base de datos de los participantes registrados



- Crear convenios con productores de pisco para poder enviar muestra de producto



- 4 Firmar convenios con grupos restauraneros para posicionar el coctel ganador



- 5 Sortear la sede del concurso dentro de las regiones productoras de pisco



- 6 Trabajar en la elaboracion de kits de bienvenida para los concursantes y visitantes



Conclusión

La base de todo este proceso es abordar el uso del pisco en maneras innovadoras. Son los jóvenes del mundo los que se atreven a probar nuevas cosas y a través de este concurso, y al impulsar la creación de bebidas y convenios con cadenas mundiales de restaurantes, se da a conocer el resultando, creando un nuevo público que se va a interesar por consumir el pisco peruano, sin importar la parte del mundo donde este.