

# UN MERCADO en ascenso

Entrevista a Elsa Turull de Alma  
Directora Ejecutiva de la Cámara Británica de Comercio



**E**lsa Turull inicia su gestión en el año 2006 con la finalidad de elevar la imagen de la Cámara reforzando la labor de apoyo hacia los socios, afianzando vínculos y lazos entre República Dominicana y Reino Unido, dándose a conocer en las ramas de lo social, comercial y cultural. Entre las tantas relaciones comerciales entre los dos países una de las más importantes es la importación de whisky escocés. Un producto que a nivel local e internacional se mantiene activo, en constante crecimiento y evolución.

En el 2007 la Cámara y los importadores presentaron el Whisky Extravaganza. Una actividad que ofreció a los consumidores una visión más amplia del whisky, ubicándolo en otro contexto basándose en el conocimiento de su elaboración, bondades y diversidad.

**EE.** ¿Cómo ha sido el comportamiento de las importaciones del whisky escocés en los últimos cinco años, ya que a nivel mundial vemos un mercado más dinámico y más innovador. En el caso de la República Dominicana ¿Existe este crecimiento? ¿Cuáles son las razones de este dinamismo? "Se ha venido registrando un incremento consistente del consumo en los últimos cinco años con un crecimiento de un 12% en el total de cajas, pero en términos económicos el mercado ha registrado un alza dramática. Este se atribuye sobre todo al aumento de la venta del segmento Premium, que es de mayor valor. Según las cifras del Internacional Wine and Spirit Record (IWSR), el volumen de venta en República Dominicana ascendió en el año 2006 a 528,250 cajas de 9 litros. Al presente puede asegurarse que es mayor".

**EE.** ¿Han habido cambios en la preferencia de los consumidores hacia productos más especiales y Premium? En caso positivo hacia cuál en específico. "Efectivamente. Se ha producido una migración del denominado consumidor "aspiracional" del segmento Standard al Premium.

El cambio en nuestro país se ha ido produciendo al ritmo del mercado internacional. Esa nueva actitud se identifica como "Trade Up" o "Nuevo Lujo". Estos consumidores prefieren pagar un poco más para obtener la satisfacción de un producto de máxima categoría. Estos consumidores no necesariamente buscan lo mejor en todo, sino ser más selectivos en sus preferencias y poder disfrutar de ciertas dosis de lujo. Esto ha hecho que en República Dominicana el segmento Premium haya duplicado la cantidad de cajas vendidas en los últimos cinco años".

**EE.** ¿Los Single Malts han crecido en importación? "El segmento de Maltas ha multiplicado su tamaño 7.5 veces desde el año 2002. En el 2003 creció un 50%; en el siguiente año, se elevó al 116%; en el 2005, fue de un 30% y en el 2006 alcanzó el 77%. Son cifras en volumen, no en términos económicos. Ese ritmo de incremento no se ha detenido. Es el segmento que más ha crecido relativamente. Este crecimiento se debe principalmente al deseo de los consumidores de conocer y probar whiskies con características de mayor exclusividad y rareza. Es una tendencia que se está manifestando también a nivel internacional".

**EE.** ¿Cuáles son las proyecciones futuras de crecimiento del mercado y cuál es la función de la Cámara al respecto? "La situación actual se resume así: el volumen de consumo

de productos Premium sigue aumentando y dentro de este segmento, el de Maltas es el de mayor incremento relativo; asimismo sigue subiendo el volumen total de cajas que demanda el mercado. El comportamiento histórico de los últimos cinco años y la realidad actual del mercado permiten pronosticar que el consumo de whisky continuará en auge tanto en volumen como en valor. En este sentido, es de señalar que la Cámara Británica de Comercio, que ha sido creada justamente para asistir en las relaciones comerciales entre la República Dominicana y el Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte, se siente especialmente comprometida con este mercado ya que el whisky es el producto de mayor preponderancia en ese intercambio".

**EE.** ¿Cuáles fueron para la Cámara los resultados obtenidos a corto y los que se esperan a mediano plazo de la actividad de Whisky Extravaganza? ¿Vuelven a realizarla o tienen algo más programado? "Para nosotros el haber podido convertir en realidad la iniciativa de montar esta importante actividad promocional es motivo de especial orgullo y satisfacción ya que logramos reunir bajo un mismo techo las más importantes casas importadoras y prestigiosas marcas de whisky que se distribuyen en nuestro mercado. Para la Cámara, el resultado a corto plazo, fue haber demostrado a nuestros asociados que comercializan dicho producto nuestro

nivel de compromiso con ese mercado y con ellos mismos. Quisimos realizar un evento donde se destacaran las virtudes y bondades de este famoso destilado recreando un ambiente que permitiera a los asistentes conocer y compenetrarse con su cultura y exigente elaboración, a fin de que pudieran apreciarlo en su real valor al momento de consumirlo. El éxito alcanzado por el evento, ha motivado a las casas importadoras a solicitar de la Cámara ser nuevamente el organizador y anfitrión de Whisky Extravaganza 2009.

**EE.** ¿Algo adicional que debemos mencionar en esta edición especial sobre whisky? Queremos aprovechar este prestigioso medio y el gran volumen y nivel de sus lectores para exhortarles a que vean el whisky no exclusivamente como una bebida, sino como un género. Pocos productos hay tan relacionados con su tierra natal como el whisky escocés. Para apreciarlo, hay que conocer su origen geográfico, ya que los destilados proceden de diferentes zonas, y por consiguiente, presentan características diferentes.

Les recomiendo escoger entre sus variadas mezclas para que puedan identificar el tipo de destilado que vaya más acorde con su paladar.

