

Víctor Anicama: «La meta es llegar a mercados de EE.UU. y Europa»

Entre Chilcanos es una empresa dedicada a la producción de macerados de pisco, en más de 10 sabores, y a base de frutos de estación, hierbas aromáticas y especias.

La idea empresarial para elaborar este producto, que va ganando terreno en el mercado nacional, tuvo su origen hace muchos años, pero por diferentes motivos no se pudo concretar. “Mi pasión por el buen beber siempre me ha llevado a buscar macerados especiales, pero estos solo se podían conseguir en los bares, pues ningún establecimiento ofrecía macerado de pisco con tu sabor preferido”, comenta el gerente comercial de Entre Chilcanos, Víctor Anicama.

Es así que a finales del 2019, y en busca de superar los problemas económicos, decide dar el primer paso para crear la empresa, iniciativa impulsada por su esposa y socia Dayhian La Rosa.

Víctor Anicama comenta que el nombre Entre Chilcanos nació de manera casual. “Si bien teníamos la idea de la empresa, aún nos faltaba el nombre. Es así que en una reunión con amigos, mi esposa Expresa bueno, ¡estamos entre chilcanos!, en referencia a las bebidas que estábamos preparando en ese instante”, sostiene.

En este corto tiempo, la empresa ha logrado registrar su marca en Indecopi y obtener la certificación de la Dirección General de Salud Ambiental (Digesa). Actualmente, bajo el lema Pasión y exclusividad hecha un macerado, ofrece una línea ejecutiva de botellas personalizadas para empresas y corporaciones.

“En los pocos meses que llevamos en el mercado, los clientes ya reconocen nuestros sabores clásicos como maíz morado, canela, maracuyá y otros, al igual que nuestro producto Premium Frutos del Bosque, el cual ha tenido una gran aceptación”, comenta.

La marca, también ha iniciado la distribución de sus productos en todo el país, especialmente en las regiones de Cajamarca, Piura, entre otras; con ello buscan consolidarse en el mercado nacional. Igualmente, al 2021 tienen como meta expandirse a mercados internacionales, principalmente a Estados Unidos y Europa.

En esa línea, estiman aumentar su producción de macerados en 30%, durante el primer semestre del 2021, y posteriormente crecer hasta en 60%, a fin en los seis meses restantes. “Para ello, estamos trabajando con innovación y nuevas tecnologías, reuniéndonos además, con colaboradores y socios estratégicos, a fin de alcanzar las metas trazadas”, anota Anicama.