Entrevista a los representantes de Qantima Group

Actualidad Empresarial | 08/05/2024 | 00:00

En el interesante mundo de la destilación de ginebras, cada creación representa una experiencia sensorial, donde sabores, aromas y tradiciones se fusionan de forma inigualable. Una muestra de ello es Sikkim Fraise, una ginebra de fresas ampliamente reconocida alrededor del mundo desde su lanzamiento en 2013.

Este producto de Qantima Group se ha distinguido por la combinación excepcional de ingredientes diversos incluyendo té rojo de Sikkim, destacando como un producto innovador y de gran excelencia artesanal. En esta entrevista, los representantes de la empresa comparten detalles importantes de esta ginebra de fresas, así como de las bebidas que integran su novedosa línea Sikkim.

¿Cómo surgió la idea de crear la ginebra de fresas de Qantima Group y cuál fue el proceso de desarrollo hasta su lanzamiento en 2013?

Todo surgió cuando vimos la moda del gin-tonic llegar, parecía una utopía, pero pensábamos que muchos consumidores y sobre todo consumidoras (mujeres) no tendrían donde poner su estilo en sus momentos de ocio. En ese momento, nos inspiramos para crear la primera ginebra de fresas del mercado.

¿Qué distingue a la Sikkim Fraise como la primera ginebra de fresas del mundo y cuál es su propuesta única en el mercado?

Sikkim Fraise nació para satisfacer el mundo de la mujer, no existía nada «rosa» en 2013, era todo como muy de hombres beber y alternar. Ver desarrollar un producto con una botella rosa y un líquido del mismo color, era como un tabú que nos saltamos y no fue el único porque la propuesta queríamos hacerla única sin añadir azucar.

¿Cuál es el papel del té rojo de Sikkim en la elaboración de esta ginebra y cómo contribuye a su sabor y carácter distintivo?

Al incorporar té rojo en su formulación, hace que el alcohol procedente de la destilación quede aterciopelado en nariz y boca, aportando una suavidad jamás vista antes.

¿Qué otros ingredientes y esencias se utilizan en la elaboración de la Sikkim Fraise, y cómo se complementan con las fresas del bosque para crear su perfil de sabor afrutado?

Sin duda, lleva fresas, pero para cortar la acidez y el exceso de sabor mezclamos también con arándanos rojos. En el proceso de elaboración utilizamos también el enebro, cardamomo, cilantro, iris, piel amarga de naranja, entre otros. Nuestro maestro destilador es quien hace la magia.

¿Cómo describirías la experiencia sensorial al degustar la Sikkim Fraise, desde su aroma hasta su sabor en boca?

El aroma es sutil a fresas recién recolectadas, su color un rosa intenso, pero muy elegante, como lo es en un gin-tonic, dando notas de fresas frescas con alteraciones de enebro muy suaves y perfectamente equilibradas con los arándanos rojos. Todo esto hace un sabor afrutado, dulce en boca, sin invadir tu paladar.

¿Cuál ha sido la recepción del público y la crítica ante el lanzamiento de la Sikkim Fraise en 2013, y cómo ha evolucionado su posición en el mercado desde entonces?

Al ser la primera ginebra de fresas del mundo, tuvimos una excelente acogida en su lanzamiento en España. Como saben, se desarrollaron numerosas marcas más de multinacionales; nosotros somos tradicionales y realizamos todo a mano, no podemos competir en determinadas escalas como la cantidad. Nosotros producimos calidad; por ello, nos centramos en la exportación. A día de hoy, Sikkim Fraise se encuentra en 29 países, el posicionamiento sigue creciendo paso a paso y podemos decir, 11 años después, que Sikkim Gin seguirá en el mercado y no será una marca que desaparezca.

¿Qué estrategias de comercialización y distribución han implementado para promover Sikkim Gin y hacerla llegar a los consumidores?

Al tener una elaboración artesanal, no podemos disponer de grandes cantidades de producto, así que todo lo que producimos está vendido prácticamente. La marca sigue creciendo por su exclusividad e innovación, así como los valores de la marca. Sikkim es un estado de la India, el cual es Patrimonio de la Humanidad, de allí llega el té que utilizamos para la destilación.

¿Cuáles son los valores y la filosofía detrás de Qantima Group en la creación de sus ginebras únicas, como la Sikkim Fraise?

Nuestros valores de dar lo mejor a nuestros clientes, queremos que descubran con cada marca de nuestro portafolio un »wow» único y exclusivo, apostando por la calidad. Nuestra estructura de empresa nos permite hacer un modelo de negocio único y sostenible. Por ello, Sikkim Gin fue nuestra primera marca, ese pequeño hijo/a que ves nacer poco a poco y ya tiene 12 años.

¿Cuál es la visión a largo plazo de Qantima Group en el mercado de las ginebras y cómo esperan seguir innovando y destacando en la industria?

Pensamos que la categoría seguirá creciendo en los próximos años, cuando el mundo vuelva a su normalidad, vamos a seguir construyendo nuestro proyecto único y sostenible. Por ello, el pasado año, lanzamos una edición limitada con el nuevo sabor Sikkim Limon, con certificado ecológico. Esta ginebra se elabora con limones de Murcia ecológicos, su botella ha sido diseñada por los artistas y arquitectos MUHER, todo un referente en el mundo, hemos reutilizado botellas para darles un segundo uso.

Sikkim Fraise de Qantima Group, representa un elemento innovador dentro del mundo de las ginebras. Reconocida como la primera ginebra de fresas en el mundo, este producto ha logrado captar la atención y el paladar de la mixología y amantes de la alta coctelería, distinguiéndose por su perfil de sabor que combina el fresco aroma de las fresas, con notas especiadas del té rojo de Sikkim. Además, dentro del catálogo de Qantima Group, se pueden encontrar marcas como Alkkemist Gin, 44º N Gin, Masahiro Gin, Akashi Whisky, Yamazakura Whisky, Old Perth Whisky, Mactalla o El Dorado Ron, entre otras.

Autor: Redacció

https://gironanoticies.com/empresarial/237531-entrevista-a-los-representantes-de-qantima-group.htm