

¿Por qué no imaginarse unas brochetas que mezclen el jamón serrano con las ciruelas? ¿O estas últimas que reemplacen al maní y las pasas en cualquier aperitivo junto a un buen vino? Apostando a que hay gustos adquiridos y que no existen solo por un asunto cultural y de desconocimiento, es que ChilePrunes lanzó una campaña comunicacional que muestra a la ciruela deshidratada con un nuevo look más atractivo, seductor e inspirador.

En un principio, la campaña “Taste Prunes” lanzada este fin de semana, tiene su foco en las Redes Sociales y a nivel de mercado interno, pero en el corto plazo, se pretende comunicarla a un público más global.



“La ciruela deshidratada necesitaba este cambio renovador. Que fuera el nuevo invitado a la mesa de los chilenos. Es posible hacer este cambio cultural tal como ha pasado con otros productos: antes el champagne se tomaba solo para el año nuevo y hoy está con un alto consumo; hace 10 años o más, nadie conocía el sushi, o la cerveza era consumida casi exclusivamente por los hombres. Hablo de tendencias que se van instalando y el de la ciruela puede ser una de ellas, más aun si se cruza con el tema wellness y alimentación

saludable”, dice Pedro Acuña, director ejecutivo de ChilePrunes.



En efecto, pocos productos en el mundo presentan tantos beneficios para la salud como la ciruela deshidratada: es fuente de alta energía, posee altos niveles de antioxidantes, vitaminas, minerales y fibras, y los últimos estudios respaldan además que mejora la densidad ósea.

Además, la industria de la ciruela deshidratada chilena ha realizado un trabajo profesional, de altísimos estándares que la ha llevado a ser el exportador N° 1 del mundo.