

## PLAN OPERATIVO DEL PRODUCTO PISCO

### 1. Aspectos relevantes del producto<sup>1</sup>

- La producción de pisco en el Perú no supera los 1.6 millones de litros al año.
- Las zonas de producción están ubicadas en los valles que cuentan con "Denominación de Origen (DO)<sup>2</sup> " correspondientes a las siguientes regiones: Lima, Ica, Arequipa, Moquegua y Tacna.
- Los volúmenes de producción de Pisco por bodega son pequeños y oscilan entre los 500 litros hasta más de 15,000 litros.
- Para producir un litro de Pisco se requieren entre 6 y 7 kilos de uvas.
- El costo de fabricación de una botella de Pisco de 750cc, antes del pago de impuestos, es de aproximadamente S/. 11.15 nuevos soles.
- Se cuenta con una norma técnica que regula la elaboración del Pisco.
- En el 2001 se exportó un volumen de aproximadamente 89 mil litros (US \$ 224,000.00 valor FOB), siendo el principal mercado EEUU que concentro el 42.5% de las exportaciones, seguido de Chile, Argentina, Venezuela y Colombia.
- Ha sido denominado "Producto Bandera" del Perú.
- Se cuenta con la Comisión Nacional del Pisco – CONAPISCO

### 2. Diagnóstico competitivo de la cadena productiva

Fortalezas
<p><b>Potencialidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Tener denominación de origen.</li><li>▪ Creciente demanda interna.</li><li>▪ Capacidad de incremento de la producción mediante infraestructura actual.</li><li>▪ Producto de excelente calidad.</li><li>▪ Propiedades medicinales del licor pisco.</li><li>▪ Variedades únicas de uva.</li><li>▪ Condiciones climáticas favorables.</li><li>▪ Cercanía a Lima (gran mercado).</li><li>▪ Trabajo en conjunto: Ica, Arequipa, Moquegua y Tacna.</li><li>▪ Contar con el Puerto y Aeropuerto de Pisco.</li></ul>
<p><b>Desarrollo empresarial</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Reciente crecimiento de las inversiones en el cultivo de uvas pisqueras y en la producción de pisco.</li><li>▪ Mayor demanda y mejor precio de la vid.</li><li>▪ Existencia de la norma técnica del Pisco. NTP 211.001 (contempla la pureza del producto).</li><li>▪ Reconocimientos a la calidad en eventos regionales, nacionales e internacionales.</li></ul>

<sup>1</sup> La información ha sido obtenida del documento: La Uva y el Pisco: Potencialidades Productivas, elaborado por el Centro de Innovación Tecnológica Vitivinícola (CITEVid). 2004.

<sup>2</sup> La denominación de origen es una medida de protección de mercado, que implica factores de zonas geográfica, variedades de uva exclusivas y propias de la zona e historia, tradición y forma especial de elaboración.

- Apoyo de CITEVID como entidad de supervisión y transferencia tecnológica (planta piloto en Ica).
- Existencia de la cadena productiva de la vid y el pisco formalizada con una Ordenanza Regional.

#### **Facilitación e infraestructura**

- Infraestructura industrial disponible para ampliar producción actual.
- Existencia de bodegas especializadas en el producto.
- Ley que crea el día del Pisco. (Cuarto domingo de Julio).
- Ley que crea el día del Pisco Sour. (Primer sábado de Febrero).
- Ordenanza Regional que crea el Brindis Oficial con Pisco en todas las ceremonias de la Región: Pisco de Honor.
- Existencia de lineamiento del Ministerio de Relaciones Exteriores y PROMPERU para oficializar el brindis de honor con Pisco Sour en todas las ceremonias oficiales.

#### **Desarrollo Exportador**

- Experiencia exportadora de algunas marcas de pisco.
- Mejora en la presentación del producto.
- Participación del Pisco en ferias internacionales.
- Apoyo de PROMPEX para la promoción del Pisco en mercados internacionales.

### **Debilidades**

#### **Potencialidades**

- Ausencia de un control fitosanitario: erradicación de la filoxera.
- Adulteración y falsificación del producto.
- Poco control de la comercialización de alcohol industrial y melaza de caña (insumos para la adulteración de licores).
- Excesiva carga tributaria.

#### **Infraestructura y facilitación**

- No hay homogenización o estandarización en la elaboración del pisco.
- Limitada innovación productiva, investigación y transferencia tecnológica.
- Insuficiente investigación en las variedades de uvas pisqueras.
- Información no centralizada respecto a la extensión sembrada de uvas pisqueras.

#### **Desarrollo empresarial**

- Altos costos de producción de la vid y el pisco.
- Desconocimiento de la Norma Técnica (NT).
- Mercado local débil sin promoción ni cultura pisquera.
- Inexistencia de un Consejo Regulador del Pisco.
- Ausencia de financiamiento: Sistema Financiero Nacional e Internacional.
- No existe una visión empresarial conjunta.
- Limitación en la obtención de insumos: botellas, tapas etc.
- Insuficiente programación y evaluación de las cosechas de la vid.
- Bajo nivel de producción.
- Poca fomento para el cultivo de uvas pisqueras.

## **Debilidades**

### **Desarrollo exportador**

- No es competitivo en el mercado internacional por precio y oferta de producto.
- Limitada oferta exportable.
- Escasa demanda externa.
- Ausencia de cadenas productivas preparadas para la exportación.
- Inexistencia de cluster.
- Bajo volumen de producción: bodegas trabajan al 40% de su capacidad instalada. (Pisco)

### **Sociales**

- Falta de iniciativa de asociatividad para la identificación de un objetivo común.
- Deficiente articulación interinstitucional.
- Escasez de líneas prioritarias de investigación: INIA y UNICA.
- Escasa capacitación de productores y procesadores en buenas prácticas agrícolas. ISOS en normas técnicas de calidad para exportación.
- Limitados programas de capacitación en la temática del Pisco, tanto en las Universidades como en entidades públicas (Ministerios de Agricultura y Producción y SENASA).

### **Articulación empresarial**

- Productores de vid y pisco desarticulados.
- Ausencia de experiencias e iniciativas de asociatividad.
- Insuficientes incentivos para formalizar a productores informales.

## **Oportunidades**

### **Nacional**

- El desarrollo de un circuito turístico – enológico – gastronómico.
- La negociación del tratado de libre comercio con EEUU.
- La Institucionalidad de la Comisión Nacional del Pisco.
- Proceso de descentralización en marcha.

### **Externo**

- Presencia del Pisco en eventos de Organización Turística Internacional.
- Premios Internacionales de reconocimiento del Pisco en eventos.
- Introducción y posicionamiento del Pisco en los mercados externos.

## **Amenazas**

### **Nacional**

- Adulteración, falsificación y usurpación del producto.
- Contrabando de productos sustitutos.
- Desarrollo de productos sustitutos y nuevos licores en el mundo.
- Importación de licores a bajo costo.
- Problemas sanitarios en los cultivos.

### **Externo**

- Reconocimiento del licor Chileno en algunos mercados internacionales.

- Campaña de Chile de Confrontación con el Pisco Peruano.
- Producto chileno a muy bajo precio.
- Barreras paraarancelarias de los países importadores que afectan el costo del producto final.
- Dispositivos legales de EE.UU. para prohibir el ingreso de bebidas alcohólicas superiores a 25gl.
- La fluctuación del precio en el mercado internacional.

### 3. Visión al 2013

“Al 2013, el Pisco Peruano se ha posicionado en el mercado mundial. ”

### 4. Valores

Somos una comunidad regional con identidad y vocación vitivinícola y pisquera que respeta: los principios de ética social y los valores de:

- **Liderazgo.** Se define como la conducción o dirección de un grupo social hacia el logro de objetivos comunes. Es la influencia que ejerce una persona en un proceso de comunicación, involucrando a otras en el logro de una o varias metas. Líder es la persona emprendedora, con iniciativa y la habilidad de saber transmitir sus pensamientos a los demás, desarrollando la capacidad de conducir equipos de trabajo eficientes.
- **Calidad** Es el grado de perfección con que un producto satisface las expectativas y los requerimientos establecidos para determinado uso o consumo.
- **Disciplina** Es el respeto a las normas y reglamentaciones establecidas o autoimpuestas.
- **Integración** Es la acción que propicia la unificación entre los agentes económicos de la cadena productiva en el proceso por construir ventajas competitivas, abandonando actitudes independientes y guiando la gestión hacia el logro de objetivos comunes.
- **Compromiso** Comprometerse va más allá de cumplir con una obligación; es poner en juego nuestras capacidades para sacar adelante todo aquello que se nos ha confiado.
- **Identidad** Equivale a la identificación con la visión exportadora regional, traducida en una actitud positiva y constructiva.

### 5. Líneas estratégicas

<b>Línea estratégica 1</b>	Mejorar la oferta exportable mediante el incremento de la producción y rendimientos del pisco.
<b>Línea estratégica 2</b>	Desarrollar una estrategia para la consolidación del pisco en los mercados internacionales.
<b>Línea estratégica 3</b>	Mejorar los servicios para posicionar el pisco en los mercados internacionales.
<b>Línea estratégica 4</b>	Desarrollar una cultura exportadora y por la competitividad entre los productores de pisco.

## **7.6. Matriz del Plan Operativo del Producto: Pisco**



## Plan Operativo del Producto Pisco

**Línea estratégica 1.** Mejorar la oferta exportable mediante el incremento de la producción y rendimientos del pisco.

<b>Actividades</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Responsables</b>
1.1 Realizar un censo vitícola	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Al 2005 se ha realizado el censo vitícola.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ MINAG – OIA</li> <li>▪ Secretaría Técnica de la CADENA Productiva</li> </ul>
1.2 Implementar un sistema geomático.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ A diciembre del 2006 se ha implementado el sistema geomático.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ MINAG – OIA</li> <li>▪ Secretaría Técnica de la CADENA Productiva</li> </ul>
1.3 Ampliar el área vitícola	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Anualmente se ampliará el área vitícola en 500 Has.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sector Privado</li> <li>▪ Sector Público</li> <li>▪ PROINVERSIÓN</li> </ul>
1.4 Incrementar la productividad de las áreas de cultivo de vid	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Al 2010 se ha incrementado la productividad en 12 000 kg. por hectárea</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ CITEVID</li> <li>▪ SENASA</li> <li>▪ Cadena Productiva</li> </ul>
1.5 Elaborar el Plan de Capacitación en la aplicación de las Normas Técnicas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ A diciembre del 2004 se han implantado módulos de capacitación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ MINAG</li> <li>▪ Cadena Productiva</li> </ul>
1.6 Realizar un análisis de la cadena de valor en todo el proceso de producción del Pisco.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Al 2006, el incremento de la productividad ha disminuido los costos de producción en 10%.</li> <li>▪ Para el 2008, dichos costos han disminuido en 20%.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Cadena Productiva</li> </ul>
1.7 Implementar el Plan Integrado de Control de Plagas y Enfermedades.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ A partir del 2005 se ejecuta el plan y se lleva un control permanente acorde al período vegetativo del cultivo (mensual) en el 100% de las Has de vid.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ SENASA</li> <li>▪ UNIVERSIDAD</li> <li>▪ Dirección de Agricultores.</li> </ul>

**Línea estratégica 2.** Desarrollar una estrategia de penetración del pisco en los mercados internacionales.

<b>Actividades</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Responsables</b>
2.1 Implementar programas de difusión y promoción en los principales mercados internacionales	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Al 2005 se han identificado los potenciales mercados para la exportación de pisco.</li> <li>▪ Al 2008 se ha penetrado en 4 mercados potenciales con volúmenes de pisco significativos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ PROMPEX</li> <li>▪ ADEX</li> <li>▪ Gobierno Regional</li> <li>▪ Comisión Nacional de Pisco</li> </ul>
2.2 Solicitar al MINCETUR que se negocie con EEUU la exclusión del Pisco en las prohibiciones de importación de aguardientes con 25 grados gl.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ A agosto del 2004 se ha remitido la solicitud al MINCETUR.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Cadena del Pisco</li> <li>▪ CITEVID</li> <li>▪ Comisión Nacional del Pisco</li> </ul>
2.3 Elaborar una Estrategia Comercial e Industrial para enfrentar las fluctuaciones a la baja en los precios internacionales.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ A Diciembre del 2004 se cuenta con una estrategia comercial que reduzca el impacto de las fluctuaciones de precios.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ PROMPEX</li> <li>▪ Cadena del pisco.</li> </ul>

**Línea estratégica 3.** Mejorar las vías de comunicación terrestre y brindar los servicios para posicionar el pisco en los mercados internacionales

<b>Actividades</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Responsables</b>
3.1 Proponer medidas promotoras para la elaboración del Pisco al Ministerio de la Producción (tributarias, laborales etc)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ A junio del 2005 se ha elaborado un documento con propuestas promotoras para impulsar la industria del Pisco.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ CERX</li> <li>▪ Cadena productiva del Pisco</li> <li>▪ Empresarios</li> <li>▪ CERX</li> </ul>
3.2 Crear el Consejo Regulador del Pisco para tutelar el uso de la denominación de origen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ A julio del 2005 se ha instalado y está funcionando el Consejo Regulador del Pisco.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Gobierno Regional</li> <li>▪ Empresarios</li> <li>▪ CERX</li> </ul>

<b>Actividades</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Responsables</b>
3.3 Impulsar la mejora en el proceso de producción del Pisco	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ A junio del 2005 se cuentan con 2 nuevos proyectos para mejorar la producción del Pisco.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Empresarios</li> <li>▪ CITEVID</li> <li>▪ CERX</li> <li>▪ Cadena Productiva</li> </ul>
3.4 Elaborar una cartera de proyectos de inversión para el desarrollo y exportación del Pisco	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ A abril del 2005 se cuenta con una cartera de proyectos de inversión.</li> <li>▪ A julio del 2005 se promueven los proyectos de inversión a los inversionistas nacionales y extranjeros a través de un Road Show en Ica.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Gerencia de Desarrollo Económico</li> <li>▪ Oficina de Promoción de la Inversión Privada</li> <li>▪ CERX</li> </ul>

**Línea estratégica 4.** Desarrollar un programa para generar una cultura exportadora y por la competitividad entre los productores de pisco.

<b>Actividades</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Responsables</b>
4.1 Desarrollar campañas y actividades contra la adulteración y falsificación del Pisco y el contrabando de licores sustitutos	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ A partir de enero del 2005 se inicia una campaña a través: <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Boletines</li> <li>➤ Programa de Radio</li> <li>➤ Afiches</li> <li>➤ Charlas en centros educativos y universitarios.</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Asociación de productores de Pisco</li> <li>▪ CITEVID</li> <li>▪ Ministerio de la Producción</li> <li>▪ INDECOPI</li> </ul>
4.2 Diseñar y ejecutar programas de capacitación en agroexportación y agronegocios.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Anualmente se realizarán 2 talleres de capacitación por provincia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ MINCETUR</li> <li>▪ Gobierno Regional</li> <li>▪ Cadena Productiva</li> <li>▪ Universidades</li> <li>▪ PROMPEX</li> </ul>
4.3 Elaborar documentos que definan líneas prioritarias para fortalecer la cadena productiva.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ A julio del 2004 se ha desarrollado un taller para definir las Líneas prioritarias y de acción para fortalecer la cadena productiva.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Cadena Productiva</li> <li>▪ Secretaría Técnica</li> <li>▪ CERX</li> </ul>

Actividades	Indicadores	Responsables
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ A diciembre del 2004 se evalúa la ejecución de las acciones establecidas, y partir del 2005 se realiza una evaluación trimestral.</li> <li>▪ Al 2005 se ha fortalecido la cadena productiva.</li> </ul>	
4.4 Crear un consorcio para la exportación del Pisco	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ A inicios del 2005 se constituye el consorcio de exportación del Pisco.</li> <li>▪ Al 2006 se efectúa la primera exportación del Consorcio del Pisco.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ PROMPEX</li> <li>▪ Gobierno Regional</li> <li>▪ Secretaría Técnica de la Cadena Productiva de la Vid al Pisco</li> </ul>
4.5 Desarrollar un programa que promueva el consumo de pisco.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ A partir del 2005 de forma semestral se llevará a cabo un taller de cultura de cata en cada provincia de Ica.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Secretaría Técnica</li> </ul>
4.6 Diseñar e implementar una campaña de difusión masiva en medios escritos, radiales y televisivos destinada a promover el consumo del Pisco	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ A partir de noviembre del 2004 se inicia la campaña de promoción del consumo del Pisco a escala nacional.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Asociación de Productores de Pisco</li> <li>▪ Cadena Productiva.</li> </ul>
4.7 Difundir y sensibilizar a los productores de vid y pisco en la aplicación de Buenas Practicas Agrícolas y de Manufactura	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ A partir del 2005 se realiza un programa para 1000 productores de vid de la Región sobre BPA y BPM.</li> <li>▪ Anualmente se replica el programa a los productores de la Región</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Gerencia de Desarrollo Económico</li> <li>▪ Cadena Productiva</li> <li>▪ SENASA</li> </ul>

## **7. Monitoreo y evaluación del Plan Operativo del Producto**

El proceso de implementación y seguimiento del POP estará a cargo del Comité Ejecutivo Regional de Exportaciones, CERX, cuya estructura organizacional brindará soporte y seguimiento a todas las acciones estratégicas contempladas. El CERX deberá promover la conformación de una mesa de trabajo del Pisco, que será la responsable de coordinar con los agentes involucrados el desarrollo de las actividades previstas en el POP.

En términos generales los responsables de la implementación, evaluación y seguimiento se reunirán periódicamente para discutir en forma participativa y con espíritu de colaboración los avances del Plan de acuerdo a los indicadores establecidos. En estas sesiones se propondrán los ajustes que fueran necesarios para cumplir con la visión de la cadena productiva.