

# Mercado Internacional del Pisco

Dpto. Agro y Agroindustria



COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO



- GENERALIDADES

# PISCO

- **Vocablo quechua que significa ave.**
- **En la costa del Perú se ubican un valle, un puerto y una ciudad llamados Pisco.**



- **A partir del siglo XVI, como dan cuenta fuentes históricas, se produce la interacción de tierra propicia, uva y cultura tecnológica en los valles del sur peruano, de donde nace el aguardiente pisco.**
- **Producto de rica tradición cultural, resultado del mestizaje indio y español.**
- **Es reconocido como parte de la identidad nacional.**

# Institucionalidad

- **Comité Especial del Producto Bandera - CEPROBA PISCO**

Dirección: Calle Uno Oeste N° 060 - Urb. Córpac, San Isidro

Teléfono: 616-2205

Telefax: 616-2205

Presidente: Sr. Carlos Ferraro

[cferraro@produce.gob.pe](mailto:cferraro@produce.gob.pe)

- **Comité Vitivinícola – SNI**

Dirección: Los Laureles 365, San Isidro

Central Telefónica: (511) 421-8830 anexos: 124 y 125

Telefax: 221-0479

Asesor: Sr. Ing. Alfredo San Martín Novelli

[asamartin@sni.org.pe](mailto:asamartin@sni.org.pe)

- **Consejo Regulador del Pisco**

Dirección: Av. Angamos Oeste 544

Teléfono: 9412-3990

Director General: José Moquillaza

[jose.moquillaza@mail.com](mailto:jose.moquillaza@mail.com)



*prom*  
*perú*

COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO

Gerencia de Agro y Agroindustria

# Institucionalidad

- **Centro de Innovación Tecnológica de Vid-CITE Vid**

Dirección: Predio los Pobres Km. 295 Panamericana Sur, Ica

Telefax: (056) 406224

Contacto: Manuel Morón

[mmoron@produce.gob.pe](mailto:mmoron@produce.gob.pe)

- **Comisión Nacional del Pisco - CONAPISCO**

Dirección: Calle Uno N° 50 Urb. Corpac San Isidro

Teléfono: 415-1120

Contacto: Johan Spitzer

[jspitzer@produce.gob.pe](mailto:jspitzer@produce.gob.pe)



*prom*  
*perú*  
COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO

Gerencia de Agro y Agroindustria

# Producción Nacional

- En Perú la producción de Pisco creció en los últimos cinco años a una tasa promedio anual de 19.3%, principalmente por incremento en demanda interna.
- En 2005 la producción alcanzó los 3.9 millones de litros.
- La producción de Pisco en muchos casos es artesanal.
- En los mejores años solo se ha exportado 5 % de la producción.



PRODUCTORES	CANTIDAD	VOLUMEN (L/año)
Bodegas industriales	9	Mas de 50,000
Bodegas intermedias	10	50,000
Bodegas artesanales	161	3,000
Bodegas productores	90	Menos de 500
<b>TOTAL</b>	<b>270</b>	<b>3`900,000</b>

## Principales medidas del Estado Peruano para promover el Pisco



- Se otorgó facilidades a los productores de pisco autorizados para usar la denominación de origen Pisco.
- Se prohibió el ingreso al país de bebidas fabricadas en el extranjero que usen la palabra Pisco.
- Cuarto domingo de julio como el día del Pisco.
- Se incluyó al pisco, vinos y espumantes de origen nacional en actividades oficiales de las embajadas, consulados y representaciones diplomáticas del Perú.
- Comisión Nacional del Pisco - CONAPISCO.
- Primer sábado del mes de febrero como el día del Pisco Sour.
- Se incorporó al Pisco como Producto Bandera.

# Norma Técnica NTP 211.001

**PISCO:** Aguardiente obtenido exclusivamente por destilación de mostos frescos de “uvas pisqueras” recientemente fermentados, utilizando métodos que mantengan el principio tradicional de calidad establecido en las zonas de producción reconocidas



**Uvas Pisqueras**

**Terruño**

**Proceso**

**Partida Arancelaria: 2208202100 - PISCO**

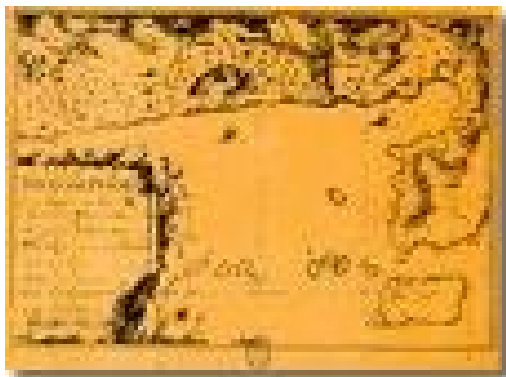


Gerencia de Agro y Agroindustria



# Denominación de Origen

## Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI)



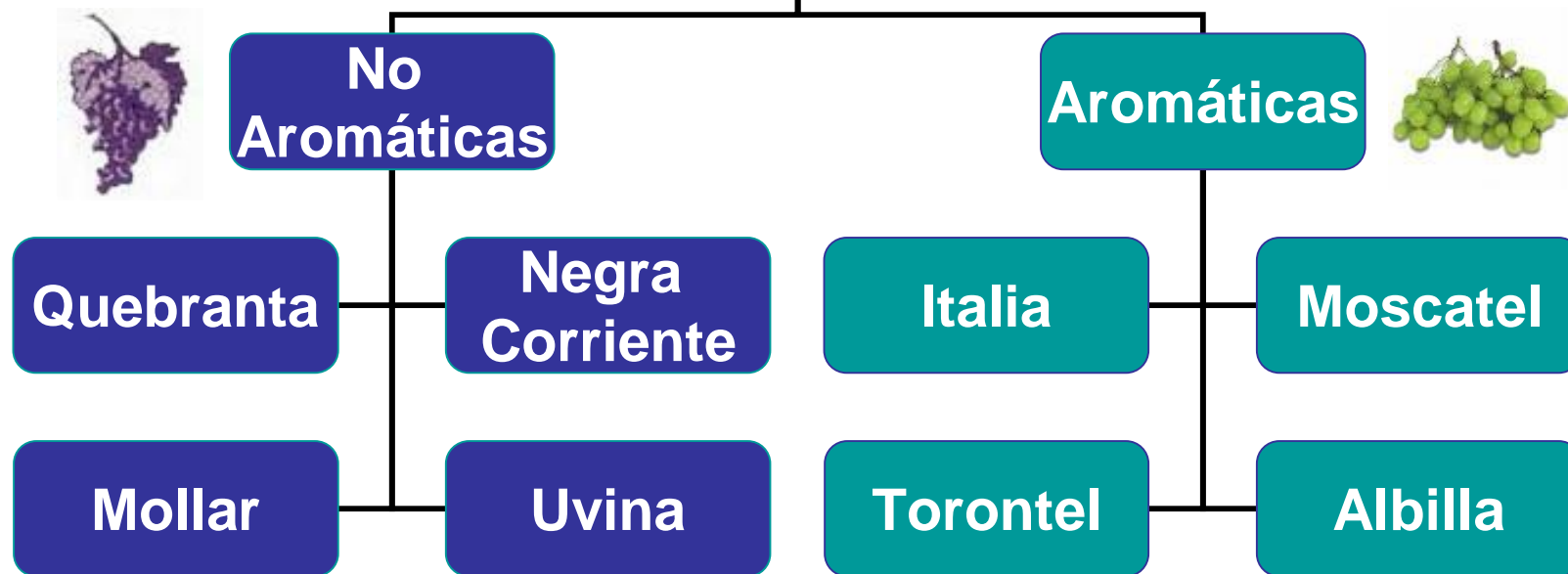
Se entiende por denominación de origen al nombre de un país, de una región o de un lugar determinado, que sea utilizado para designar a un producto originario de ellos, cuyas cualidades y características se deben exclusiva y esencialmente al medio geográfico, incluidos los factores naturales (geografía, clima, materia prima, etc.) y los factores humanos (mano de obra, arte, ingenio, tradición, etc.).

# Denominación de origen del Pisco

- A Julio del 2007, se ha otorgado permiso a 273 empresas/personas para exportar Pisco utilizando la denominación de origen.
- Reconocen la denominación de origen del Pisco peruano los países Integrantes de la Comunidad Andina de Naciones (CAN), El Salvador, Costa Rica, Guatemala, Nicaragua, Panamá, República Dominicana y Cuba.



# Uvas Pisqueras



- La mayor parte del pisco se elabora con uva quebranta.
- El **bouquet** de las aromáticas es resultado de la gran cantidad de terpenos de la cáscara del fruto.

Siete kilos de uva producen 1 litro de pisco (aprox.)

# Zonas de producción

Valles costeros desde **Lima** hasta **Tacna**

Dpto	Provincia	Variedades
<b>Lima</b>	Cañete Lunahuaná	Quebranta Italia Uvina
<b>Ica</b>	Chincha Ica	Quebranta Torontel
<b>Arequipa</b>	Caraveli Vítor Majes	Negra corriente Italia Moscatel
<b>Moquegua</b>	Ilo	Italia Negra corriente Quebranta
<b>Tacna:</b>	Caplina Locumba Sama	Italia Negra corriente



# Tipos de Pisco

- **Pisco Puro No Aromático:**

Obtenido de una sola variedad no aromática, (usualmente quebranta) se le conoce como “pisco puro”.

- **Pisco Puro Aromático:**

Obtenido de una sola variedad aromática. Tiene el nombre de la uva utilizada.

- **Pisco Acholado:**

Se elabora con distintas uvas pisqueras (es un *blend*).

- **Pisco Mosto Verde:**

Resulta del mosto incompletamente fermentado, por eso se denomina “verde”.



# Diferencias entre el Pisco y el Aguardiente Chileno



- Uvas Pisqueras Aromáticas y no Aromáticas.
- Proceso artesanal (pisa) e industrial.
- En el proceso artesanal el mosto no fermenta con los orujos. En el industrial sí, previa eliminación de los raspones.
- Luego de fermentar el mosto, se destila inmediatamente, **NO SE CLARIFICA**, ni se deja reposar..
- El mosto **no** es tratado con compuestos artificiales



- Sólo utiliza uvas aromáticas
- Proceso industrial.
- El mosto se fermenta con los orujos (4 a 7 días). Se prensan los orujos y se juntan los dos caldos. El mosto se deja reposar 30 a 50 días para clarificarlo, al igual que el vino. Luego se trasiega y recién en ese momento se procede a la destilación.
- Al mosto se le agrega anhídrido sulfuroso. **No se respeta el proceso natural.**
- Se adicionan levaduras al mosto para garantizar su fermentación.



# Diferencias entre el Pisco y el Aguardiente Chileno



- Uso de alambiques discontinuos de cobre o de estaño.
- NO SE RECTIFICA., NO SE REBAJA CON AGUA para el grado alcohólico. El producto sale limpio.
- La norma establece una graduación alcohólica entre 38° y 46°.
- El pisco se deja reposar entre 3 a 6 meses en depósitos, luego se filtra y se embotella.
- No se añeja en roble, es un aguardiente incoloro.
- No necesita clarificarse con clara de huevo.



- Uso de alambiques discontinuos con columna rectificadora. Están hechos de cobre.
- Por rectificación se obtiene un alcohol superior de 60° a 50°.
- El selección tiene 30°, el especial 35°, el reservado 40° y el gran pisco 43°.
- Se guarda en madera durante 4 meses a un año, luego se rebaja con agua desmineralizada para llegar a graduaciones comerciales.
- Se puede clarificar con clara de huevo.



# Exportaciones de Perú y Chile 2007



**PERÚ**

P.A. 2208202100  
Pisco

Destino	FOB USD
ESTADOS UNIDOS	410,574.16
CHILE	180,832.00
ESPAÑA	80,331.43
COLOMBIA	53,763.80
MÉXICO	51,070.84
FRANCIA	42,453.51
CANADÁ	42,424.44
ALEMANIA	25,652.84
ARGENTINA	24,325.30
COSTA RICA	16,792.92
OTROS (27)	75,403.18
<b>TOTAL</b>	<b>1,003,624.42</b>

Fuente: SUNAT / Elaboración: PROMPERU



**CHILE**

P.A. 2208201000  
Aguardiente de uva (pisco y similares)

Destino	FOB USD
ESTADOS UNIDOS	360,923.00
ARGENTINA	168,109.00
BOLIVIA	145,011.00
JAPON	103,980.00
ALEMANIA	102,360.00
ESPAÑA	71,323.00
CANADA	57,629.00
UCRANIA	37,800.00
AUSTRALIA	37,031.00
FRANCIA	27,227.00
OTROS (26)	252,702.00
<b>TOTAL</b>	<b>1,364,095.00</b>

Fuente: PROCHILE / Elaboración: PROMPERU



**Consumo anual menor a 0.5 litro por persona**



**Consumo anual: 3 litros por persona.**



Gerencia de Agro y Agroindustria

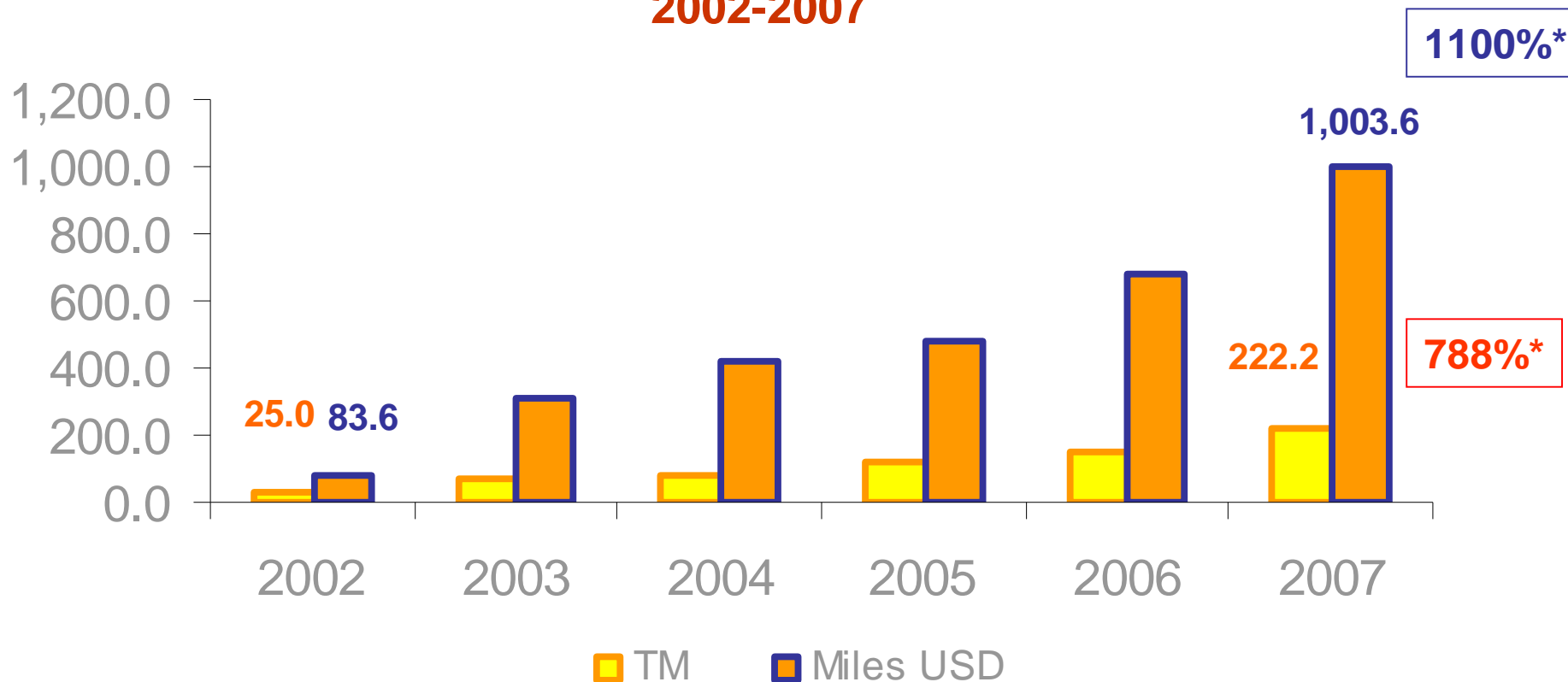




- EXPORTACIONES PERUANAS

# Evolución de las exportaciones de Pisco

2002-2007



\* tasa de crecimiento de las exportaciones de Pisco (en miles de USD) en el período 2002-2007

\* tasa de crecimiento de las exportaciones de Pisco (en toneladas) en el período 2002-2007

Fuente: SUNAT

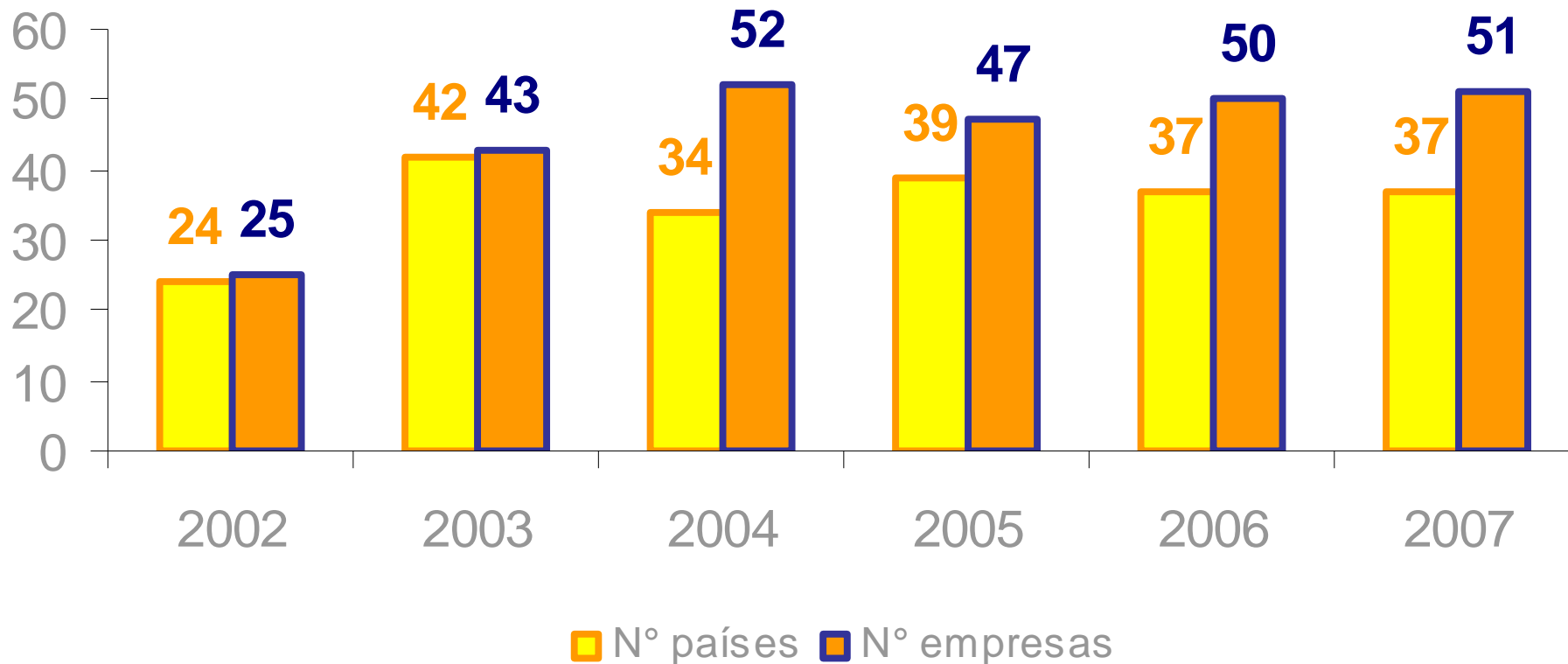
Elaboración: PROMPERU



Gerencia de Agro y Agroindustria

# Evolución del N° de países destino y empresas exportadoras de Pisco

2002- 2007

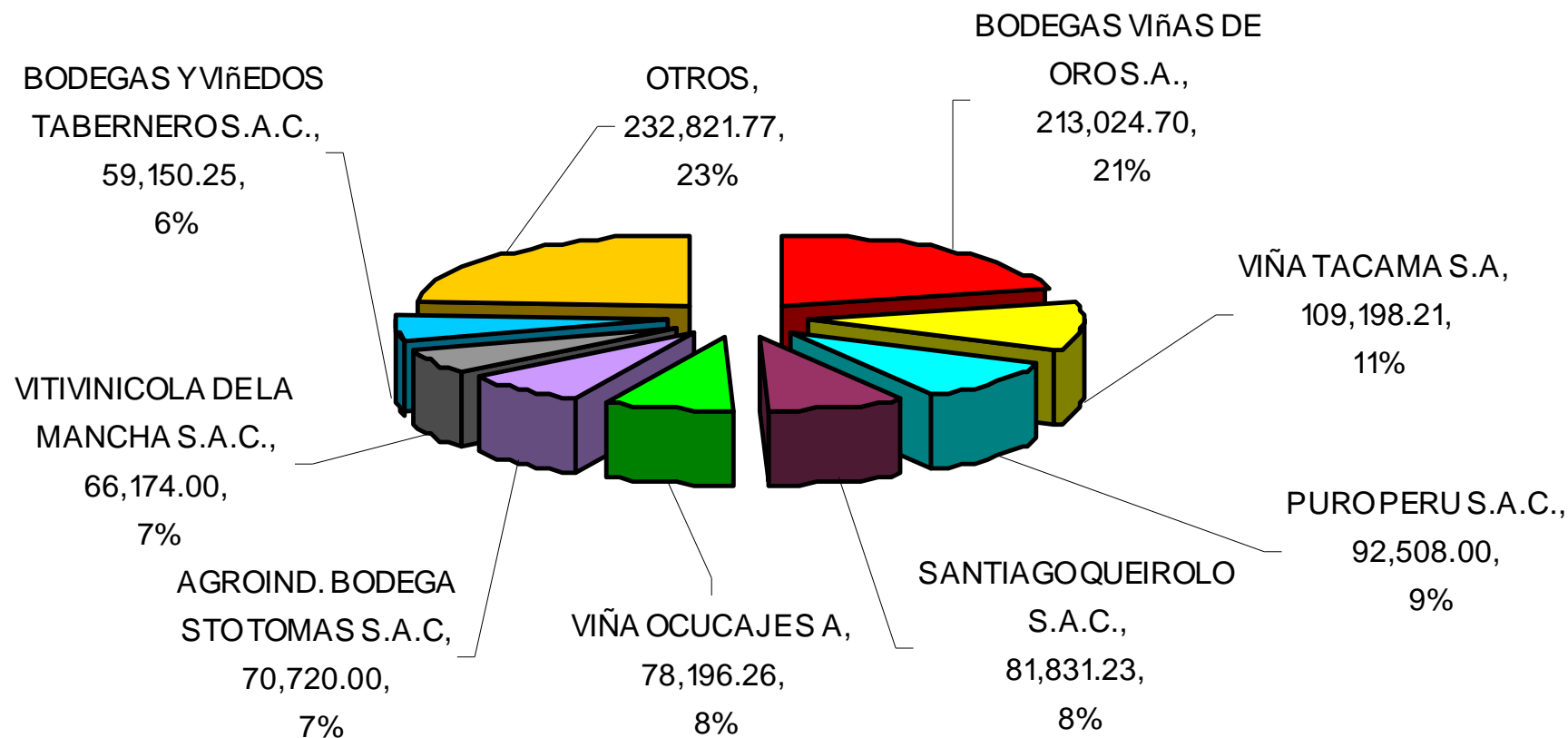


Fuente: SUNAT  
Elaboración: PROMPERU

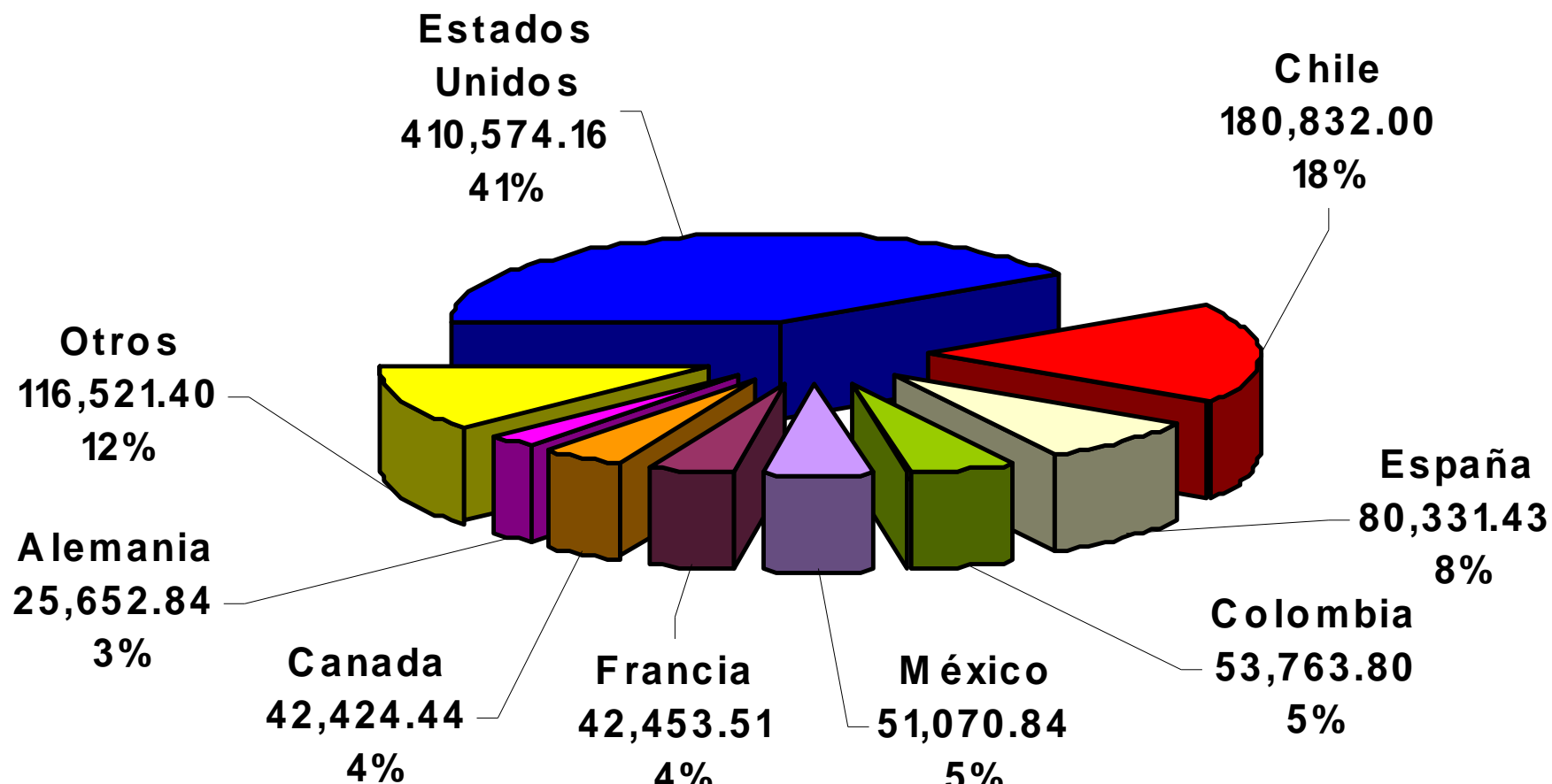


Gerencia de Agro y Agroindustria

# Principales empresas exportadoras de Pisco 2007 (USD)



# Principales países destino de exportaciones de Pisco 2007 (USD)



Fuente: SUNAT  
Elaboración: PROMPERU



Gerencia de Agro y Agroindustria

# Evolución de las exportaciones por principales destinos (USD) 2002-2007

#	País	2002	2003	2004	2005	2006	2007	Var. 06-07
1	Estados Unidos	24,541	92,947	294,247	257,405	522,856	410,574	-21%
2	Chile	20	30,415	44,586	14,250	15,650	180,832	1155%
3	España	596	3,089	8,729	43,250	30,417	80,331	264%
4	Colombia	634	1,415	1,405	8,231	14,257	53,764	377%
5	México	1,619	2,079	2,034	390	4,547	51,071	1123%
6	Francia	28,491	150	22,756	1,180	8,197	42,454	518%
7	Canada	25	542	3,099	2,482	3,801	42,424	1116%
8	Alemania	3,468	5,608	2,412	5,663	21,018	25,653	122%
9	Argentina		2,249	2,604	2,929	2,844	24,325	855%
10	Costa Rica	5,414	7,685	6,751	7,282	9,240	16,793	182%
11	Otros	18,834	158,870	35,021	139,921	48,707	75,403	55%
Total		83,643	305,049	423,644	482,984	681,534	1,003,624	147%

Fuente: SUNAT  
Elaboración: PROMPERU



*prom*  
*perú*  
COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO

Gerencia de Agro y Agroindustria

# Exportaciones peruanas por principales países destino

## 2006

#	País	Peso Neto Kg.	Valor FOB USD	Precio ref USD/Kg
1	Estados Unidos	99,078	522,856	5.28
2	España	10,004	30,417	3.04
3	Alemania	7,750	21,018	2.71
4	Chile	7,420	15,650	2.11
5	Colombia	3,059	14,257	4.66
6	Costa Rica	4,519	9,240	2.04
7	Francia	1,221	8,197	6.71
8	Venezuela	2,700	7,500	2.78
9	Japon	845	6,748	7.99
10	Suiza	1,870	6,084	3.25
11	Otros (27)	10,856	39,568	3.64
Total		149,322	681,534	4.56

Fuente: SUNAT  
Elaboración: PROMPERU

## destino

## 2007

#	País	Peso Neto Kg.	Valor FOB USD	Precio ref USD/Kg
1	Estados Unidos	72,941	410,574	5.63
2	Chile	54,630	180,832	3.31
3	España	16,306	80,331	4.93
4	Colombia	12,782	53,764	4.21
5	México	9,910	51,071	5.15
6	Francia	10,854	42,454	3.91
7	Canada	8,695	42,424	4.88
8	Alemania	5,232	25,653	4.90
9	Argentina	6,037	24,325	4.03
10	Costa Rica	6,459	16,793	2.60
11	Otros (27)	18,381	75,403	4.10
Total		222,227	1,003,624	4.52

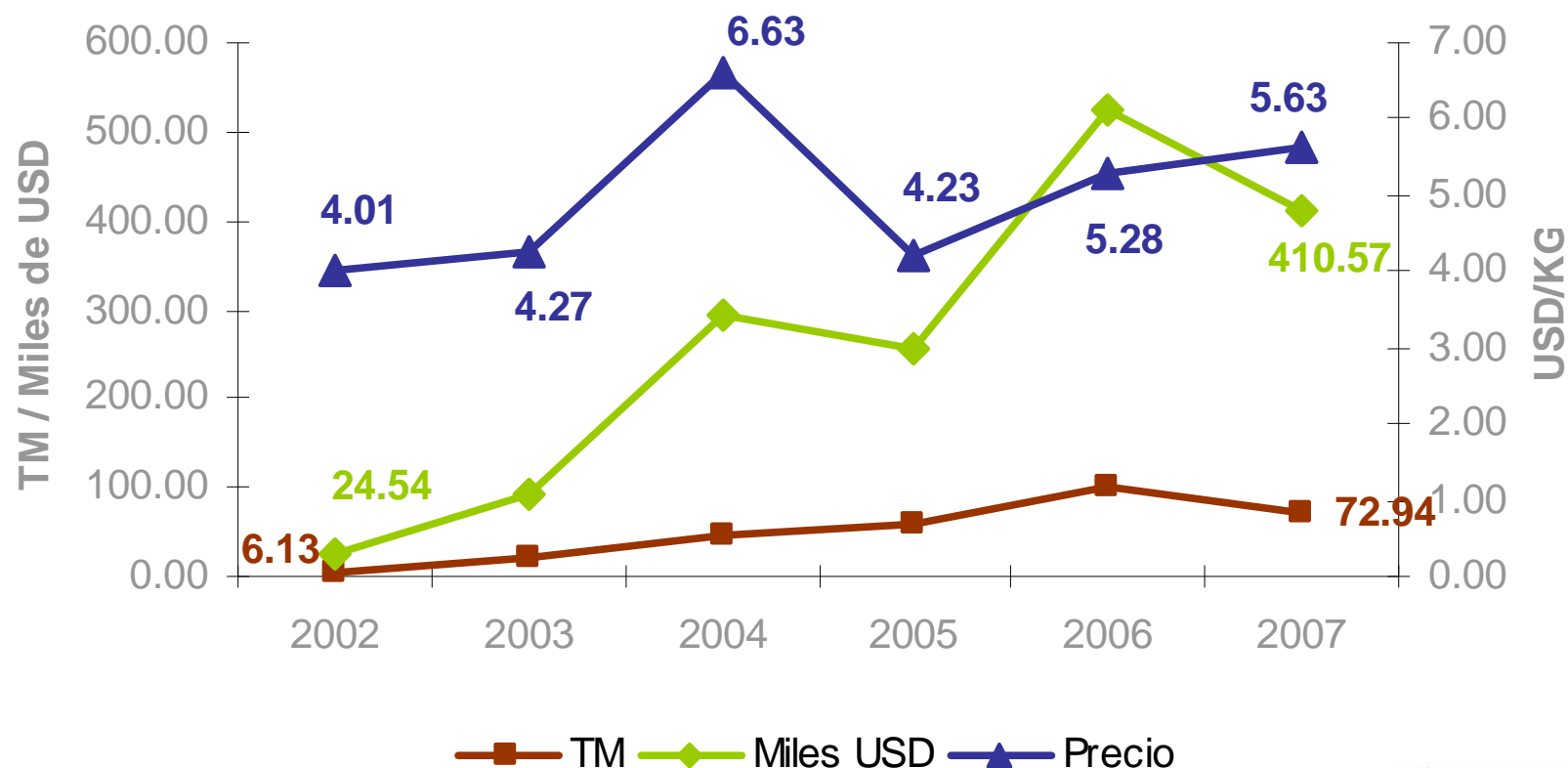
Fuente: SUNAT  
Elaboración: PROMPERU



Gerencia de Agro y Agroindustria

# Evolución de las exportaciones de Pisco a Estados Unidos

2002-2007



Fuente: SUNAT  
Elaboración: PROMPERU



Gerencia de Agro y Agroindustria



# Importaciones de Licores de Estados Unidos por país (miles de USD)

2002-2007

P.A. 2208 (LIQUEUR, SPIRITS)



		2002	2003	2004	2005	2006	2007	% crec 07-06
1	Francia	736,732	845,363	953,978	1,148,958	1,285,484	1,507,100	17.24
2	Reino Unido	672,339	720,843	818,254	892,626	971,108	1,071,366	10.32
3	México	421,161	460,452	435,329	488,276	581,744	635,316	9.21
4	Suecia	289,860	324,757	345,113	372,767	363,603	401,660	10.47
5	Canadá	299,690	295,283	317,942	279,292	274,479	301,270	9.76
6	Irlanda	179,383	219,915	200,689	215,766	266,100	283,734	6.63
7	Alemania	58,560	92,581	133,685	158,568	173,193	189,445	9.38
8	Holanda	129,701	149,573	152,047	144,371	174,047	178,513	2.57
9	Italia	74,083	84,243	91,199	102,109	110,443	128,123	16.01
55	Perú	71	55	262	71	324	345	6.42
60	Chile	226	212	230	280	245	313	27.7

Fuente: FASONLINE

Elaboración: PROMPERU



Gerencia de Agro y Agroindustria

# La industria de las Bebidas alcohólicas en Estados Unidos

- Contribuyó con USD 350 Billones al total de la actividad económica en Estados Unidos el 2004.
- Las bebidas destiladas representaron 30% (USD 103.4 mil millones) del total del mercado de bebidas alcohólicas en USA.
- El año 2005 los impuestos federales, estatales y locales registrados fueron \$7.23 o 55%, del precio promedio de una botella típica de 750ml (\$13.10) en función de 80 bebidas alcohólicas destiladas en USA



- En el mercado hay más de 5,000 marcas que representan al menos 65% del total del volumen comercializado.

## Importaciones de Estados Unidos de Bebidas alcohólicas por tipo de bebida (USD)

CLASS	DECEMBER	DECEMBER	PERCENT	JANUARY - DECEMBER		PERCENT
	2007	2006		CHANGE	2007	
WHISKEY - TOTAL	112,159,701	93,973,156	19.4	1,067,199,873	991,190,822	7.7
U. KINGDOM	85,362,349	69,113,845	23.5	786,953,780	695,386,346	13.2
CANADA	20,707,315	19,984,065	3.6	220,549,831	234,322,388	-5.9
Others	6,090,037	4,875,246	24.9	59,696,262	61,482,088	-2.9
GIN - TOTAL	22,157,432	17,142,969	29.3	245,041,474	234,988,145	4.3
U. KINGDOM	21,782,492	16,649,462	30.8	241,438,788	230,932,219	4.5
Others	374,940	493,507	-24.0	3,602,686	4,055,926	-11.2
RUM - TOTAL	4,069,306	4,113,105	-1.1	54,139,790	41,418,994	30.7
JAMAICA	705,030	775,284	-9.1	7,199,157	6,806,962	5.8
Others	3,364,276	3,337,821	0.8	46,940,633	34,612,032	35.6
BRANDY - TOTAL	52,198,177	49,035,274	6.5	785,020,625	692,398,382	13.4
FRANCE	49,875,543	45,267,871	10.2	755,882,864	663,206,221	14.0
Others	2,322,634	3,767,403	-38.3	29,137,761	29,192,161	-0.2
VODKA - TOTAL	111,857,826	95,414,152	17.2	1,378,540,864	1,176,023,748	17.2
RUSSIA	5,957,393	8,801,720	-32.3	123,079,996	103,622,298	18.8
Others	105,900,433	86,612,432	22.3	1,255,460,868	1,072,401,450	17.1
CORDIALS	74,082,351	65,943,685	12.3	893,833,556	805,674,642	10.9
TEQUILA	50,517,949	39,853,090	26.8	581,903,235	528,538,300	10.1
N.E.S.	5,560,432	4,319,485	28.7	61,937,967	44,831,287	38.2
BITTERS	343,744	148,018	132.2	2,418,212	2,366,541	2.2
TOTAL	432,946,918	369,942,934	17.0	5,070,035,596	4,517,430,861	12.2

Note: Brandy value includes Pisco and Singani Brandy and Slivovitz Brandy over \$3.43/liter

## Importaciones de Estados Unidos de Brandys por país origen (USD)

	BRANDY <sup>b</sup>								
	DECEMBER 2007			JANUARY - DECEMBER 2007			JANUARY - DECEMBER 2006		
	BOTTLED <sup>a</sup>	IN BULK	TOTAL	BOTTLED <sup>a</sup>	IN BULK	TOTAL	BOTTLED <sup>a</sup>	IN BULK	TOTAL
HUNGARY	9,006	0	9,006	85,255	0	85,255	56,598	0	56,598
IRELAND	0	0	0	141,698	0	141,698	0	36,487	36,487
ISRAEL	10,435	0	10,435	90,621	0	90,621	72,626	0	72,626
ITALY	370,538	92,955	463,493	2,448,333	1,946,205	4,394,538	1,859,532	3,377,227	5,236,759
JAMAICA	0	0	0	0	0	0	50,777	0	50,777
JORDAN	0	0	0	27,424	0	27,424	9,180	0	9,180
LEBANON	30,780	0	30,780	160,454	0	160,454	431,508	0	431,508
LITHUANIA	0	0	0	26,501	0	26,501	0	0	0
MACEDONIA	0	0	0	0	0	0	48,152	0	48,152
MAURITIUS	0	0	0	2,427	0	2,427	0	0	0
MEXICO	571,983	0	571,983	6,753,567	82,805	6,836,372	7,889,198	0	7,889,198
MOLDOVA	9,432	0	9,432	139,012	17,040	156,052	106,017	31,565	137,582
NETHLDs	0	0	0	172,000	68,354	240,354	518,487	176,048	694,535
NICARAGUA	0	0	0	36,937	0	36,937	0	0	0
PERU	8,800	0	8,800	68,045	72,059	140,104	100,060	44,846	144,906
POLAND	0	0	0	5,107	132,350	137,457	27,212	37,423	64,635
PORTUGAL	187,846	0	187,846	1,269,545	0	1,269,545	869,815	9,506	879,321
ROMANIA	0	0	0	0	0	0	5,100	0	5,100
RUSSIA	0	0	0	8,879	0	8,879	0	132,012	132,012
S. AFRICA	0	0	0	91,815	0	91,815	122,167	0	122,167
SPAIN	217,754	268,966	486,720	4,529,536	5,441,888	9,971,424	3,856,784	3,309,560	7,166,344
SWEDEN	0	0	0	0	89,117	89,117	52,716	0	52,716
SWITZLD	2,311	0	2,311	47,137	0	47,137	31,868	0	31,868
SYRIA	0	0	0	55,440	0	55,440	54,356	0	54,356
TRINIDAD	32,105	0	32,105	32,105	0	32,105	0	0	0
TURKEY	5,031	0	5,031	57,811	0	57,811	85,410	0	85,410
U. KINGDOM	0	0	0	466,486	0	466,486	856,015	0	856,015
UKRAINE	0	0	0	0	0	0	46,415	0	46,415
VENEZUELA	0	0	0	2,940	0	2,940	0	0	0
YUGOSLV	0	0	0	0	0	0	331,266	0	331,266
<b>Total</b>	<b>51,602,783</b>	<b>530,920</b>	<b>52,133,703</b>	<b>769,186,575</b>	<b>15,513,278</b>	<b>784,699,853</b>	<b>677,475,121</b>	<b>13,248,820</b>	<b>690,723,941</b>

2007 Distilled Spirits Council of the United States

<sup>b</sup>Includes Grape Brandy Other Than Pisco & Singani; Slivovitz Brandy Valued Not Over \$3.43/Liter; and Brandy, N.E.S.O.I.



Gerencia de Aoro v Aoroindustria

# Acuerdo con Estados Unidos (TLC)

Sección E: Otras Medidas

Artículo 2.12: Productos Distintivos



- Perú no permitirá la venta de ningún producto como Bourbon Whiskey o Tennessee Whiskey, a menos que haya sido elaborado en Estados Unidos.
- Estados Unidos reconocerá el "*Pisco Perú*" como producto distintivo del Perú. Por consiguiente, Estados Unidos no permitirá la venta de ningún producto como "*Pisco Perú*", a menos que haya sido elaborado en Perú, de conformidad con las leyes y regulaciones del Perú que rigen para el Pisco<sup>2</sup>

<sup>2</sup>Las leyes y reglamentos peruanos establecen que el Pisco es el producto obtenido exclusivamente por la destilación de mostos frescos de "uvas pisqueras" recientemente fermentados, utilizando métodos quemantengan el principio tradicional de calidad, de acuerdo a lo establecido en la norma técnica peruana.

# Mercado Internacional de Bebidas Alcohólicas

- Muestra crecimiento desde la década de los 70'
- Bebidas manejadas como denominación de origen acceden a mercados exclusivos con mejores precios.
- Situación favorable para bebidas alcohólicas transparentes en el mercado mundial por efecto moda (Ron, Gin, Vodka, Tequila)
- México exporta US\$ 300 millones / año en tequila debido a exitosa campaña de marketing. Hay problemas para sostener oferta.



# Requisitos para el ingreso de Pisco a la UE

- Autorización de uso de la denominación de origen.
- Certificado (Health certificate) emitido por DIGESA.
- En algunos países de la Comunidad Europea (España, Grecia, etc.) exigen que las botellas sean múltiples de 100cc.
- Las etiquetas deben de cumplir los requisitos de rotulado del mercado destino
- Pago del impuesto correspondiente que varia entre los países y se da en base al grado alcohólico.



# Fortalezas del Pisco Peruano



- Destilado obtenido del jugo de uva, concepto de calidad inigualable respecto otros destilados
- Permite usar estrategias modernas de marketing relacionadas
- Productores fortalecidos por puesta en marcha del centro de innovación tecnológica vitivinícola
- Citevid apoyado por cooperación española
- Trabajo de consenso realizado por conapisco



## Características del mercado del Pisco



- Las exportaciones de Pisco han respondido principalmente al comportamiento de un “mercado de nostalgia”
- Las exportaciones de Pisco crecieron a un ritmo promedio anual de 10.8% en el período 2002 a 2007.
- La mayoría de exportaciones se concentra en empresas integradas verticalmente (grandes productores, propietarios de viñas y bodegas).
- En el 2007 un total de 16 empresas exportadoras – productoras concentraron el 91.3% del monto exportado, el 8.7% restante corresponde a “no productores”, (entidades privadas, públicas y personas naturales).

# Finalmente (1)

- **Existe una institucionalidad importante ligada al Pisco. El Estado promueve la producción y el consumo de este producto.**
- **La producción nacional alcanzó los 4.9 millones de litros en 2007. La mayor parte es artesanal. Existen aproximadamente 300 productores.**
- **Se exporta aproximadamente el 3.3% del total producido, siendo el 91.3% exportado por empresas integradas verticalmente.**
- **Las exportaciones presentan un crecimiento de 10.8% anual.**
- **Existen 297 empresas con permiso de uso de la denominación de origen. 15 países aceptan la denominación de origen del Pisco peruano exclusivamente y 6 más parcialmente.**
- **Existen marcadas diferencias entre la elaboración en Perú y Chile, siendo las exportaciones de Chile un 35% mayores a las peruanas (2007).**



## Finalmente (2)

- Las exportaciones inicialmente estuvieron ligadas al “mercado de nostalgia”
- Estados Unidos es el principal destino de nuestras exportaciones (USD 410,574.16 el 2007)
- El 30% del mercado de bebidas alcohólicas en USA son bebidas destiladas.
- Entre los exportadores de licores a Estados Unidos, Perú se encuentra en el puesto 55.
- El mercado en Estados Unidos de otros Brandys, donde se incluye el Pisco es de USD 29,137,761.