

# Mercado del

# Pisco



Informe elaborado por el Centro de Competitividad de CENTRUM Católica

En 2010, la producción de pisco habría aumentado ligeramente (en cerca del 5% considerando la variación reportada por el Ministerio de la Producción), evidenciando una recuperación, tras la caída de 7.5% en el año 2009, dentro de un contexto de ralentización del consumo privado y bajo dinamismo en cuanto a áreas sembradas de uva pisquera en las principales zonas productoras. Contrariamente a lo esperado, el mercado externo continuó dinámico, reportándose una expansión en las exportaciones de 40%.

Cabe destacar que el crecimiento de la oferta de la "bebida nacional" ha sido notorio: en los últimos 10 años, prácticamente la producción aumentó en más de cinco veces, y en los últimos cinco años se ha reportado un crecimiento promedio anual cercano al 12%. De la producción total, se destinó al exterior menos del 5%.

### Mercado externo

En 2010, las ventas de pisco en el mercado externo mostraron un destacable desempeño, a diferencia de lo ocurrido en el mercado local. Las exportaciones crecieron 40.7%, generándose ingresos por US\$ 1.9 millones, envíos a 47 países y participación directa de cerca de 40 empresas con envíos comerciales.

La evolución de las ventas externas reflejó el empuje del sector privado, la promoción estatal y la aceptación del mercado. Asimismo, cabe destacar que, en 2010, no solo se alcanzó un nivel histórico en cuanto a exportaciones (se incrementó en más de ocho veces el nivel reportado hace 10 años), sino que se superó por tercer año consecutivo a las ventas externas derivadas de la comercialización del aguardiente elaborado en Chile, reflejando la estrategia de posicionamiento y calidad de la bebida peruana.



### Destino de las exportaciones peruanas de pisco

Estados Unidos continuó como el principal mercado para el pisco peruano en 2010, tras absorber el 38.4% del total de envíos, seguido de destinos tradicionales como Chile (17.5%), España (8.4%) y Colombia (6.4%). En el último bienio, destacó el mayor ingreso al mercado ecuatoriano, el cual recibió el 4.4% en promedio en comparación con los nulos envíos reportados anteriormente.

En el mercado estadounidense, y considerando la información en términos FOB de las aduanas respectivas de Perú y Chile, se reportó un mayor posicionamiento de la oferta peruana (68.2% del total),

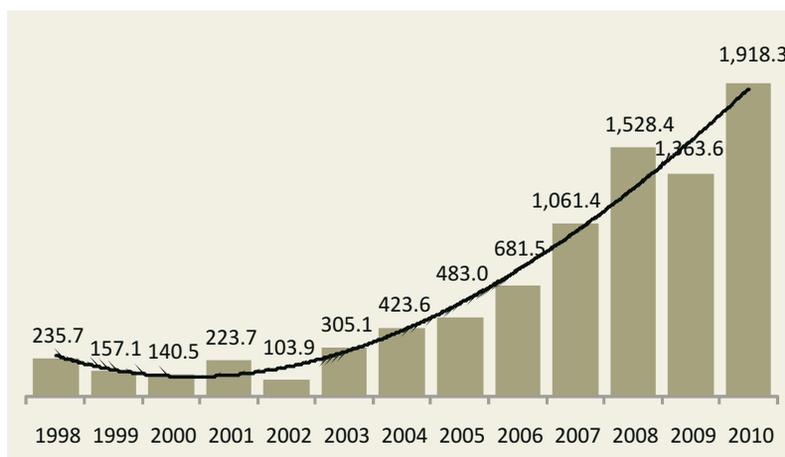


Figura 1. Evolución de exportaciones peruanas de pisco (miles US\$). De Sunat. Elaboración, CENTRUM Católica.



Figura 2. Evolución de exportaciones según países y denominación arancelaria (miles US\$). De Sunat, Servicio Nacional de Aduanas (Chile). Elaboración, CENTRUM Católica.





con exportaciones por US\$ 738 mil. De otro lado, en 2010, destacó la mayor exportación chilena a países donde el Perú no tuvo mayor presencia, como el caso chino (incluido Hong Kong), adonde el país sureño exportó US\$ 252 mil versus los apenas US\$ 3,180 reportados en envíos desde Perú.

### Exportadoras peruanas de pisco

Un total de 71 unidades empresariales realizaron envíos de pisco en 2010, aunque solo seis de ellas superaron envíos individuales por encima de los US\$ 100 mil, 34 con envíos de entre US\$ 1,000 y US\$ 100 mil y 31 con envíos de muestras y lotes pequeños. La incursión en el mercado externo ha sido cada vez mayor si se tiene en cuenta que en el año 2000 se reportó apenas 26 unidades en total.

Santiago Queirolo, Qeros Perú, Viña Tacama, Bodegas Viña de Oro y Compañía Destiladora del Perú fueron las líderes, concentrando el 48.8% del total exportado. Cabe destacar que, sobre todo en estas empresas, ha sido evidente el fortalecimiento y mayor diversificación de sus mercados de destino, destacando las plazas de España, Ecuador, Japón y Brasil, lugares en donde aumentaron las exportaciones en más de 100% en 2010.

### Canasta exportadora

El crecimiento del consumo de pisco en el mercado ha ido acompañado de una mayor diversificación de productos, conforme además el consumidor se ha vuelto más exigente. Las principales empresas del medio han desarrollado diversas presentaciones en las categorías de pisco puro, acholado y mosto verde.

En el mercado externo, la canasta exportadora también ha reflejado un *mix* de productos de diversa calidad, destacando aquellos *premium*, con niveles FOB que incluso superaron los US\$ 50 por litro. Cabe destacar que estacionalmente los meses

cercanos a las Fiestas Patrias y a las de fin de año han sido aquellos en los que se han concentrado los envíos, y es que también la bebida, al

ser un “producto de nostalgia”, es demandada en los mercados donde existen aglomeraciones de residentes peruanos. 

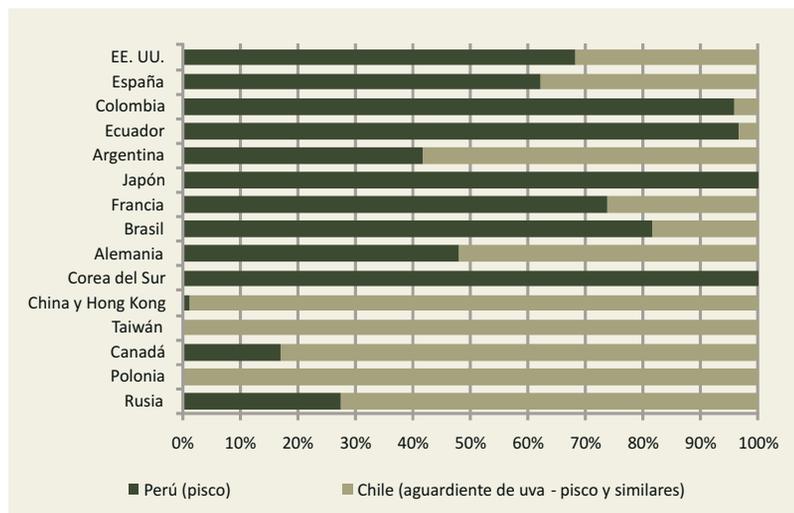


Figura 3. Participación de la oferta peruana y la procedente de Chile (% en 2010) en los principales destinos de exportación para ambos países. De Sunat, Servicio Nacional de Aduanas (Chile). Elaboración: CENTRUM Católica.

Tabla 1  
Empresas Exportadoras de Pisco

Tipología	2007	2008	2009	2010
<b>Nº total de exportadoras</b>	<b>51</b>	<b>69</b>	<b>70</b>	<b>71</b>
* Con exportaciones > US\$ 100 mil anuales	3	5	5	6
* Con exportaciones > US\$ 1,000 y < US\$ 100 mil anuales	29	32	36	34
* Con exportaciones < US\$ 1,000 anuales	19	32	29	31

Años	Exportadoras de pisco en el top 5 (part. % en el total exportado anual)
<b>2010</b>	Santiago Queirolo (14.8%), Qeros Perú (10.1%), Viña Tacama (9.9%), Bodegas Viñas de Oro (8.1%), Compañía Destiladora del Perú (5.7%)
<b>2009</b>	Qeros Peru (14.7%), Bodegas Viñas de Oro (11.2%), Viña Tacama (10.9%), Viña Ocucaje (8.0%), Santiago Queirolo (7.9%)
<b>2008</b>	Bodegas Viñas de Oro (17.4%), Viña Ocucaje (16%), Viña Tacama (9.8%), Santiago Queirolo (9.3%), Vitivinícola de La Mancha (6.6%)
<b>2007</b>	Bodegas Viñas de Oro (22.4%), Viña Ocucaje (10.4%), Viña Tacama (10.2%), Puro Perú (8.7%), Santiago Queirolo (7.7%)

Nota. Sunat.