

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS AGRARIAS
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE AGRONOMÍA



“AVANCES DE LA VITIVINICULTURA EN EL PERÚ ”

TRABAJO MONOGRÁFICO

**“PARTE COMPLEMENTARIA DE LA MODALIDAD “D”
EXAMEN DE HABILITACIÓN PROFESIONAL
MEDIANTE CURSOS DE ACTUALIZACIÓN”**

Para optar el Título Profesional de:

INGENIERO AGRÓNOMO

Presentado por el Bachiller:

PERCY NÓRBIL BARDALES BUENO

Asesor:

Dr. Juan Edmundo Chávez Rabanal

Cajamarca - Perú

2014

Universidad Nacional de Cajamarca

Fundada por Ley 14015 del 13 de febrero de 1962

"Norte de la Universidad Peruana"

FACULTAD DE CIENCIAS AGRARIAS
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE Agronomía

Departamento Académico de Agronomía

Cajamarca - Perú Telefax 0051-044825846 Anexos 107-108



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TRABAJO MONOGRAFICO

En Cajamarca, a los **once** días del mes de **julio** del año dos mil catorce, se reunieron en el Auditorium 2 C- 201 de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Cajamarca, los integrantes del Jurado designado por el Consejo de Facultad de Ciencias Agrarias, según Resolución de Consejo de Facultad N° 165- 2014-FCA-UNC, con el objetivo de Evaluar la sustentación del Trabajo Monográfico Titulado: "AVANCES DE LA VITIVINICULTURA EN EL PERÚ"; a cargo del Bachiller en Agronomía **PERCY NÓRBIL BARDALES BUENO** para optar el título profesional de **INGENIERO AGRÓNOMO**.

A las horas **once** y **cinco** minutos y de acuerdo a lo estipulado en el Reglamento respectivo, el Presidente del jurado dio por iniciado el acto.

Después de la exposición del Trabajo Monográfico, formulación de preguntas y la deliberación del Jurado, el Presidente del Jurado anunció la **aprobación** por **unanimidad** con el calificativo de **catorce (14)** por lo tanto, el graduado queda expedito para que se le expida el título profesional correspondiente.

A las **doce** horas y **cuarenta** minutos, el Presidente del Jurado dio por concluido el acto.

Cajamarca, 11 de julio del 2014


.....
Dr. Marcial Hidelso Mendo Velásquez
PRESIDENTE


.....
Ing. Urias Mostaceró Plasencia
SECRETARIO


.....
Blgo M. Sc. John López Orbegoso
VOCAL


.....
Dr. Juan Edmundo Chávez Rabanal
ASESOR

DEDICATORIA

Lo dedico a mis queridos Padres: FREDESVINDO BARDALES MEDINA Y MARÍA BUENO GOICOCHEA, porque me enseñaron lo esencial de la vida, por su paciencia y amor sin límites.

A mis Hermanos, que de una u otra manera contribuyeron para culminar el presente trabajo y poder cumplir con una de mis metas trazadas.

EL AUTOR

AGRADECIMIENTO

Al Dr. Juan Edmundo Chávez Rabanal, por el asesoramiento y su apoyo en la conducción del presente trabajo.

ELAUTOR

RESUMEN

Avances de la Vitivinicultura en el Perú. Percy Nórtil Bardales Bueno¹. Juan Edmundo Chávez Rabanal².

¹ Bachiller en Agronomía.

² Doctor Ingeniero Agrónomo, Profesor Principal de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Cajamarca.

El presente trabajo monográfico ha permitido recopilar información relacionada a la situación actual de la vitivinicultura del Perú, puntualizando aspectos relacionados a la introducción, expansión, superficie de viñedo, producción del vino, comercialización y consumo, exportaciones e importaciones de vinos. La superficie aproximada del viñedo en el Perú es 11 mil hectáreas. El Centro de Innovación y Tecnología de la Vid (CITEVID) plantea incrementar la superficie del viñedo nacional hasta 60000 hectáreas. La producción de vino en el Perú ha mantenido una tendencia creciente y el año 2005 llegó a registrarse en 91 mil litros. La importación de vinos en el país, reporta en un monto de US\$ 24 674,472.62 millones, correspondiendo el 46,11 % a vinos de origen argentino, 35.95 % vinos chilenos, 11.21 % vinos españoles, 2.37 % vinos italianos, 2.25 % vinos franceses, 0.86 % vinos de EE.UU y el 1,25 % restante corresponde a vinos de otros orígenes (PROCHILE 2012). En el país los niveles socioeconómicos B y C, tienen mayor posibilidad de comprar un vino, aunque no tienen la cultura enológica. El segmento B, consume vino, pero no de manera frecuente; en cambio el segmento C, consume vino barato y es además informal. Contamos en el Perú con 180 bodegas de vinos y piscos clasificadas en: Bodegas vitivinícolas industriales. Bodegas vitivinícolas artesanales, las que son incontables. Bodegas vitivinícolas semi industriales.

Palabras Clave: *Vitis vinifera, Vitis, Uva, Vino, Viñedo, Vitivinicultura, OIV, UPOV.*

ABSTRACT

Advances in viticulture in Peru. Percy Norbil Bardales Good¹. Juan Edmundo Chavez Rabanal².

¹ Bachelor's Degree in Agronomy.

² Doctor agronomist, Professor at the Faculty of Agricultural Science at the Universidad Nacional de Cajamarca.

The present monograph has allowed us to consolidate information related to the current situation of the viticulture of Peru, pointing out aspects related to the introduction, expansion, surface of vineyards, wine production, marketing and consumption, exports and imports of wines. Approximate surface area of the vineyard in Peru is 11 thousand hectares. The CITEVID raises increase the surface area of the national vineyard up to 60000 hectares. Wine production in Peru has maintained a growing trend and the year 2005 came to register in 91 thousand liters. The importation of wines in the country, reported in a amount of 674,472.62 US\$ 24 million, corresponding to the 46.11 % wines of Argentine origin, 35.95 % Chilean wines, 11.21 % spanish wines, 2.37 per cent italian wines, 2.25 % French wines, wines of 0.86 % USA and the remaining 1.25 % corresponds to wine from other origins PROCHILE (2012).. In the country socio-economic levels B and C have a greater chance to buy a wine, although they do not have the oenological culture. The B segment, consumed wine, but not so frequent; in contrast the segment C, consumes cheap wine and is also informal. We have in Peru with 180 wines and piscos classified into: industrial wine cellars. Wine Cellars, which are countless. Semi industrial wine cellars.

Key Words: *Vitis vinifera* Vitis, grapes, wine, vineyards, winemaking, OIV, UPOV.

ÍNDICE

CONTENIDO	PÁGINA
RESUMEN.....	4
ABSTRACT.....	5
INTRODUCCIÓN.....	8
CAPÍTULO	
I CULTIVO DE LA VID.....	10
1.1. Antigüedad y origen de la vid.....	10
1.2. Posición taxonómica de la vid.....	12
1.3. Expansión de la vid.....	13
1.4. Introducción y Propagación de la vid en el Perú.....	14
1.5. Superficie del viñedo en el Perú.....	15
II OBTENCIÓN DEL VINO.....	18
2.1. La materia prima para obtener el vino.....	18
2.2. Definición del vino.....	19
2.3. Condiciones que reúne un vino.....	19
2.4. El proceso de fermentación del vino.....	21
2.5. El descube del vino.....	21
2.6. El remontado del vino.....	22
2.7. La maceración del vino.....	24
2.8. El añejamiento o maduración del vino.....	24
2.8.1. El añejamiento de los vinos tintos.....	25
2.8.2. El añejamiento de los vinos blancos.....	26
2.9. La clarificación del vino.....	26
2.10. El proceso del filtrado del vino.....	27

2.11.	La estabilización del vino.....	28
2.12.	El embotellado del vino.....	29
III.	PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL VINO.....	31
3.1.	Producciones del vino.....	31
3.2.	Consumo del vino.....	32
3.3.	Contexto de la vitivinicultura en América del sur.....	36
3.3.1.	Vitivinicultura en el Perú.....	36
3.3.2.	Vitivinicultura en Chile.....	37
3.3.3.	Vitivinicultura en Argentina.....	37
3.3.4.	Vitivinicultura en el Brasil.....	37
3.3.5.	Vitivinicultura en el Uruguay.....	38
3.4.	La diversificación en la producción vitícola.....	38
3.5.	Importancia de los mercados de exportación.....	39
3.6.	Producciones del vino en el Perú.....	40
3.7.	Dificultad de la producción de vino peruano.....	41
3.8.	Reactivación de la actividad vitivinícola peruana.....	41
3.9.	Producción nacional y relación con las importaciones...	42
3.10.	Zonas de producción del vino en el Perú.....	43
3.11.	Principales bodegas del Perú.....	45
3.11.1.	Bodega Vista Alegre.....	45
3.11.2.	Bodega Tacama.....	45
3.11.3.	Bodega Ocucaje.....	46
3.11.4.	Bodega Tabernerero.....	47
3.11.5.	Bodega Santiago Queirolo.....	48
3.12.	Clasificación de bodegas en el Perú.....	48
IV	EXPORTACIÓN E IMPORTACIÓN DEL VINO EN EL PERU.49	
4.1.	Exportaciones del vino peruano.....	49
4.2.	Importación del vino en el Perú.....	50
4.2.1.	Características del vino importado.....	50
4.2.2.	Aumento de marcas de vinos que ingresan al Perú...	52
4.3.	Épocas de mayor demanda/ consumo del vino.....	53
4.4.	Canales de comercialización y distribución.....	53

4.5.	Precios de referencia del vino en el mercado.....	54
4.6.	Características de presentación del vino.....	54
	4.6.1. La oferta del vino en el mercado.....	55
	4.6.2. La demanda del vino en el mercado.....	57
4.7.	Relación Oferta Demanda.....	60
4.8.	Norma reguladora de comercialización, consumo y publicidad	60

V	CONCLUSIONES.....	62
----------	--------------------------	-----------

	BIBLIOGRAFÍA.....	64
--	--------------------------	-----------

	ANEXO.....	68
--	-------------------	-----------

INTRODUCCIÓN

Aproximadamente hace cuatro mil años se inició el conocimiento de la uva y de su principal producto el vino, se ha confirmado la importancia económica de este cultivo en diferentes partes del mundo a donde llegó a difundirse. La mayor concentración de viñedos y el mayor consumo del vino se hubieran situado en el Oriente Medio y en la zona Este del Mediterráneo, pero la adopción del Islam prohibió consumir alcohol, por lo que los viñedos que sobrevivieron y florecieron, ninguno producía uva para elaborar vino, entonces el consumo del vino en esos países en donde por primera vez fue descubierto es mínimo.

El panorama varietal de la vid con el transcurrir del tiempo ha ido enriqueciéndose en ciertas zonas con el transporte y adopción de variedades extranjeras. Esta situación se repite en todos los países vitícolas tradicionales y aquellos donde se introdujo su cultivo, incluyendo Sud América y dentro de ella el Perú. La uva fue introducida a uno y otro país por los conquistadores y los primeros misioneros religiosos que difundieron el cristianismo a mediados del siglo XVI y desde las primeras plantaciones, varias olas de inmigrantes sobre todo europeos han contribuido en el desarrollo de la industria vinícola.

Los vinos de mejor calidad probablemente son aquellos provenientes de zonas que disfrutan de un clima marino o mediterráneo, muy alejadas de la influencia de los trópicos. Por estas razones se concibe que los países con mayor producción de vino en el mundo son Italia, Francia y España; a pesar de que estos tres países todavía mantienen su liderazgo mundial, en los últimos años han perdido posiciones, tanto en la superficie total de viñedos como en la cantidad de vino producido y consumido.

La producción de vinos se alcanza siempre y cuando se usen las cepas de uva de vinificación apropiadas (Chávez 2013). Ciertos viñedos destinados a producir uva de mesa pueden elaborar vinos, pero éstos suelen ser de poca calidad lo cual quita el mérito a los magníficos vinos elaborados con las variedades nobles y autorizadas.

En la exposición “Mercado de Vinos” se analiza la situación actual del vino en el

mundo (PROCHILE 2012). En especial se pone énfasis en el desempeño de las importaciones peruanas de vinos, concentrándose en el análisis de importación proveniente de tres principales países vitícolas Chile, Argentina y España, a partir de los cuales se logran identificar tipos de vinos, bodegas y marcas importadas por las empresas peruanas, las que compiten con la oferta nacional, evaluando sus respectivas tendencias y características.

En el Perú las exportaciones de vino han mostrado una tendencia creciente. En la última década crecieron en un 54% llegando a 91 mil litros. Esto representó un valor de US\$ 300 mil dólares. El principal destino fue EE.UU., país que concentró el 86% de las exportaciones peruanas. Le siguieron Japón (6%), Alemania (3%) y Suecia (1%). Bodegas y Viñedos Tabernerero junto a Viña Tacama fueron las principales empresas exportadoras.

Entonces teniendo en cuenta las oportunidades que ofrece la vitivinicultura hemos desarrollado la presente monografía, mediante la cual buscamos alcanzar los siguientes objetivos:

- Recopilar información concerniente a la situación actual de la vitivinicultura en el país.
- Indagar los aspectos relacionados a la introducción, expansión, superficie de viñedos y la producción del vino en el Perú.
- Compilar información sobre la comercialización y consumo, así como las exportaciones e importaciones de vinos de distintos orígenes.

CAPÍTULO I

EL CULTIVO DE LA VID

1.1. Antigüedad y origen de la vid

La vid es considerada como uno de los cultivos más antiguos, junto con el trigo, que comenzaría aproximadamente hace 4.000 años, en la parte oriental del Mar Negro, en Transcaucasia, es decir en los territorios correspondientes actualmente a Georgia, Armenia y Azarbaidján (Reynier 1989). Armenia probablemente sea su lugar de origen; varios siglos antes de la era cristiana, Plinio, Virgilio y Columela hablan de su cultivo; se dice también que Noé plantó viñas e hizo vino de sus frutos, ello comprobaría que la vid era ya conocida 2.247 años a. C.; y Moisés llegó a legislar el cultivo de la vid prohibiendo plantar diferentes clases de cepas en una misma viña (García de los Salmones 1915). Los datos más antiguos (escritos o gráficos) sobre la vid provienen de Mesopotamia y la zona del Nilo (año 2500 a.C.), muy cerca de la que fuera su región de origen (Peñín et al. 1997).

El origen probable del género *Vitis* se localizaría también en un área primitiva del hemisferio Boreal, considerándose que ha sido conocida desde el Eoceno Inferior Thanetiense (Terciario); al encontrar huellas de *Vitis sezannensis* (Sap) en los depósitos de Sezanne (Marme) se admite que se trataría de una verdadera vid (Euvitis) que creció en los bosques en un clima comparable al del sur de China (Hidalgo 1993).

Numerosos argumentos confirman la antigüedad de la vid; hace unos 2500 años, en un lugar conocido con el nombre de "Lagash" (antigua ciudad Sumeria), cerca del bajo Tigris se la encontraba en huertos artificiales bajo riego; también en la época del Antiguo Imperio egipcio (3000 – 2000 años a.C.), figuran escritos jeroglíficos donde los racimos secados al sol recibían el nombre de "Ashep", y en la época del Nuevo Imperio se han encontrado evidencias más concretas, pues en las necrópolis de sus gobernantes aparecen pinturas que muestran las

técnicas del cultivo del viñedo, atribuyendo que su antigüedad corresponde a los años 1580–1085 a.C.; otras civilizaciones se ocuparon también del cultivo del viñedo desde la antigüedad, entre ellos los caldeos, los hebreos y los fenicios (Hidalgo 1993).

Restos fósiles de polen y de semillas ubicarían a la vid como planta silvestre (*Vitis vinifera* silvestris o *labrusca*) que existió durante el terciario en Europa Oriental (Levadoux 1956); por ello, Martínez de Toda (1991) manifiesta que los primeros fósiles que se citan del género *Vitis* aparecen al comienzo de la Era Terciaria, expresa además que para confirmar la presencia de la vid en otras épocas se admiten como pruebas inimitables los fósiles de pepitas y de polen, lo que indica que el género *Vitis* ya se hallaba extendido al final de la Era Terciaria en todo el Hemisferio norte, ello está representado por categorías de pepitas; unas rugosas o estriadas (*Vitis ludwigii*) y otras lisas (*Vitis teutonica*), éstas constituirían evidentemente los antecesores de las actuales muscadinias y de las *Euvitis* respectivamente. La opinión de Martínez de Toda (1991) es compartida por Peñín (1977) al considerar los dos tipos diferenciados de vid.

Vavilov (1939), citado por Chávez (2004) fue quien contribuyó en aclarar el problema del origen de las plantas cultivadas; respecto al origen de la vid, dijo que las vides silvestres se encontrarían de modo indiscutible en gran abundancia en los bosques transcaucásicos, menciona así mismo que los racimos de las lambruscas son en general negros, sin embargo se encuentran ejemplares aislados con racimos blancos; los frutos son pequeños, su tamaño y forma suelen ser variables; algunos son agradables al paladar pero la mayoría son ácidos.

El cultivo de la vid se iniciaría entonces en la región transcaucásica, posteriormente mutaciones sobre las lambruscas favorecerían la aparición de formas hermafroditas más interesantes para el cultivo que luego el hombre llegó a multiplicar por estaquillas y domesticar mediante la poda, dando lugar, a través de un largo proceso de selección, a lo que hoy conocemos como *Vitis vinifera* (Moreno et al. 1997).

1.2. Posición taxonómica de la vid

La familia de las Ampelidáceas, a la que pertenecen todas las vides cultivadas, según García de los Salmones (1915) comprende diez géneros: Ampelopsis, Cissus, Vitis, Ampelocissus, Clematicissus, Pharthenocissus, Rhoicissus, Pterisanthes, Landukia y Tetrastigma, siendo los más importantes los tres primeros. Reynier (1989) por su parte considera que esta familia está compuesta por catorce géneros.

Según Marcilla (1954) la clasificación taxonómica de la vid es como sigue:.

Orden Rámnidas.

Clase Dicotiledóneas.

Subclase Dialipétalas superovarideas.

Tipo Fanerógamas.

Subtipo Angiospermas.

Familia Vitácea.

Género Vitis.

Especie *Vitis vinífera*.

La posición taxonómica de la vid, al parecer ha estado sujeta a ciertas controversias, últimamente se ha decidido situar a la vid en la División Espermafitas, Subdivisión Angiospermas (Magnoliophytina), Clase Dicotiledóneas (Magnoliatae), Familia Vitáceas, Género Vitis, Especie *Vitis vinífera* (Martínez de Toda 1991).

En el género Vitis se distinguen dos secciones o subgéneros: i) Muscadinia, con tres especies, *V. rotundifolia*, *V. munsoniana* y *V. pompenoi*, originarias del sudeste de Estados Unidos y de Méjico; sólo se cultiva *Vitis rotundifolia* y tiene interés para la mejora ya que es resistente a algunas enfermedades y a la filoxera; ii) Euvitis, con treinta especies, de las cuales las más importantes y utilizadas como patrones son : *V. riparia*, *V. rupestris*, *V. berlandieri*, *V. cordifolia*, *V. labrusca*, *V. candicans* y *V. cinerea*, todas ellas distribuidas en América del Norte; en Europa y Asia occidental hay una sola especie, *Vitis vinífera*, que

comprende varios millares de variedades que son el resultado de cruzamientos naturales (Reynier 1989; Martínez de Toda 1991).

1.3. Expansión de la vid

A partir de las vides lambruscas el hombre primitivo ya obtenía una bebida alcohólica de buena conservación y de gusto agradable comparado con otras bebidas, esto justificaría la posibilidad por la que el cultivo de la vid se impone y su difusión se llega a realizar paralelamente a las migraciones de las poblaciones que se hallaban acantonadas al sur del Cáucaso, en Anatolie, en Irán y en Armenia, aproximadamente hace 5 mil años (Levadoux 1956). Además los datos arqueológicos y antropológicos son suficientemente ciertos para permitirnos seguir sus desplazamientos y comprobar que su establecimiento en una región corresponde a las tradiciones legendarias, todas concordantes respecto a la introducción de la viticultura.

La vid se propagaría desde el Oriente Próximo y Persia, hacia el Este apareciendo en la India el año 500 a.C.; en China alrededor del año 200 a.C. y en Japón, sobre el año 1200; hacia el Oeste su expansión se debió al comercio marítimo en el mediterráneo, el cual fue impulsado primero por los fenicios y después por los griegos y romanos (Peñín et al. 1997); estos dos últimos contribuirían mucho en la propagación y expansión del cultivo, es así que en el año 280 d.C. el cultivo alcanzó una gran extensión en las regiones extra-meridionales (Reynier 1989); a la finalización de la influencia romana, los nómadas, continuarían la labor de propagación de las variedades de vid por el continente (Peñín et al. 1997).

Desde la Edad Media hasta inicios del siglo XIX, la viticultura sufre un declive, pues en los países mediterráneos los árabes abandonaron su cultivo, mientras que en los países cristianos la vid sobrevivió gracias a los monjes y las abadías (Reynier 1989); por ello señalan al clero como responsable de la introducción de numerosas variedades, cuyo cultivo se afianzó en torno a los monasterios; otras variedades (caso de la Malvasía) se extenderían por todo el Mediterráneo gracias

a la intensa actividad de los comerciantes venecianos; los misioneros y conquistadores irían todavía más lejos, llevando numerosas variedades a América del Sur, Estados Unidos, Sudáfrica, Australia y Nueva Zelanda (Peñín et al. 1997). España es considerada por ello, la cuna y el origen de la viticultura americana (Hidalgo 1993).

El impulso de su cultivo en el viejo continente fue realizado por los romanos, quienes llegaron a conocerla posiblemente el año 714 a.C.; pero su establecimiento en Europa, costas mediterráneas de Italia, Sicilia, sur de Francia y España sería a través de los colonos griegos. Marsella (Masselia) fundada por los focenses el año 600 a.C., se convertiría en el foco de irradiación de la viticultura; los primeros aspectos relacionados al cultivo de la vid serían escritos en torno al año 42 de nuestra era por Columela "Lucius Junio Moderatus" oriundo de Cádiz-España (Martínez de Toda 1991).

1.4. Introducción y propagación de la vid en el Perú

Chávez (2004) en su obra "La uva y su Diversidad Genética", señala que la Viticultura en el Perú, nace en forma paralela al desarrollo colonial y republicano del país, quiere decir a partir del año 1540. Los españoles, al conquistar América, introdujeron plantas y animales europeos desconocidos para el indígena americano que transformaron sus hábitos de vida y de alimentación, sus costumbres y actividades tradicionales; encontraron en un territorio americano un lugar donde podían cultivar con éxito todos los productos importantes de su dieta y su tradición agrícola mediterránea y entre las plantas introducidas se encontraba la Vid.

El Perú tiene un territorio mega diverso, en la costa sur un clima con características especiales permitió la implantación del cultivo de uva, el frío invierno y el verano cálido y seco, semejante a las clásicas tierras mediterráneas de la vid y del olivo, favoreció la introducción del cultivo (Hidalgo 1993).

México fue el primer país vitivinícola de Latinoamérica, ya que allí fue donde

efectivamente se encontraron condiciones adecuadas para el cultivo de la vid. Desde México la vid paso al Perú y de allí a Chile. Finalmente desde Chile la vid paso a la Argentina (Chávez 2013).

El mismo autor anterior, refiere que no se sabe con certeza, si desde México o directamente desde España o Portugal, la vid llega al Cuzco en Perú, a mediados del siglo XVI. Luego desde el Cuzco, centro cultural de la conquista de toda la región, la vid se expandiría a Chile y Argentina.

El cronista Garcilaso de la Vega, citado por Chávez (2013) señala que un hidalgo español, don Bartolomé de Terrazas enseñó el cultivo de la vid a los nativos del Cuzco (Perú), la cual había sido traída ahí desde las Islas Canarias por el Fraile Francisco de Cerbantes, esto ocurrió aproximadamente entre 1540 y 1544. En una especie de resumen la introducción y expansión de la vid quedaría señalada de la siguiente manera:

- Introducción de la vid (1540-1544).
- Primer Centro: Lima (Andajes y Atavillos).
- Segundo Centro: Cuzco (provincia de Contisuyo: Achanquillo), el año 1555.
- Expansión a partir de esos 2 centros:
- Ayacucho (Huamanga).
- Arequipa (Víctor y Majes).
- Moquegua.
- Tacna.
- Ica (año 1563): Pisco, Chincha, Nazca, Caraveli.
- Zona Norte del país.

1.5. Superficie del viñedo en el Perú

La vitivinicultura en nuestro país abarca dos grandes áreas: la del cultivo de la vid como planta productora de uva y la de la elaboración del vino destinado al consumo humano. El hombre, al descubrir el vino y no inventarlo, como el resto de las bebidas alcohólicas, tuvo el natural y comprensible interés de controlar este

proceso y obtener lo mejor de la uva; fue entonces cuando echó las bases de la vitivinicultura (Del Solar y Silva 1997).

Ambos autores indican que, la uva y el vino han estado presentes en la actividad humana desde tiempos bíblicos. En la medida en que las sociedades han ido desarrollándose, han cambiado los métodos de cultivo, las áreas plantadas y variedades preferidas, los tipos de vino de mayor demanda, etc.

Las superficies del cultivo en el Perú, descrito por Chávez (2013) han sido inestables, diferentes razones han motivado esto, entre ello está el reemplazo de la vid por otros cultivos, el abandono del viñedo, la introducción de variedades no apropiadas para vinificación, etc.

Las Superficie del viñedo en la época colonial alcanzó unas 36 a 40 mil hectáreas. La superficie actual esta alrededor de las 11 mil hectáreas. El Centro de Investigación y Tecnología de la Vid (CITEVID) cuya sede se halla en Ica, tiene entre uno de sus objetivos incrementar la superficie del viñedo nacional hasta unas 60,000 hectáreas, incluyendo nuevas zonas de expansión agrícola como lo es Chavimochic, Majes, Cascas, etc. (Chávez 2013).

Tabla 1: Superficie de viñedo en el Perú, cultivada por región (Según Chávez 2013).

REGIONES	HECTÁREAS	%
Costa Norte	264	2,3
Costa Central	9.847	89,23
Costa Sur	649	5,88
Sierra	165	1,5
Selva	110	1,0

Tabla 2: Variedades de vid cultivadas en el Perú (Según Chávez 2013).

VARIETADES TINTAS	VARIETADES BLANCAS
Alfonso Lavallée (CC)	Albilla (CC) * +
Alicante Bouschet (CC) +	Italia blanca (CC; CS; Si)
Barbera (CN; CC) +	Italia (CN; CC)
Cabernet franca (CC) +	Moscatel (CC; CS) * +
Cabernet Sauvignon (CS; CC) +	Palomino (CC) +
Cardinal (CC)	Pinot blanc (CC; CS) +
Cariñena (CC) +	Riesling (CC) +
Garnacha tinta (CC) +	Sauvignon blanc (CC) +
Gross Colman (Si)	Semillón (CC)
Italia rosada (CC)	Thompson (CC)
Italia negra (CC)	Torrontel (CC) +
Malbec (CC) +	
Moscatel de Hamburgo (CC) * +	
Negra corriente (CN; CS; CC; Si) * +	
Quebranta (CN; CS; CC; Si) * +	
Rosa de Perú (CS)	
Ruby Cabernet (CC)	

(*) Variedades primitivas originarias de España (consideradas nativas por su antigüedad).

(CC: costa central; CS: costa sur; CN: costa norte; Si: sierra).

(+) Variedades para vinificación.

CAPÍTULO II

OBTENCIÓN DEL VINO

2.1. La materia prima para obtener el vino

La uva para vino está clasificada en el género *Vitis*, sección *Vitis*, serie *viníferae*, especie *Vitis vinífera* (Larrea 1993). Los racimos de uva constan de dos partes: el raspón, que es la parte leñosa y el fruto o baya. El fruto a su vez consta de tres partes: el hollejo o piel, la pulpa y las pepitas.

Las bayas de uva son tan ricas en polifenoles como el raspón, que en el caso de las uvas tintas la piel contiene el doble de polifenoles que las uvas blancas. En la piel están también localizadas las sustancias aromáticas y los antocianos que se transmiten al vino (Larrea 1993).

La parte más importante del fruto es la pulpa, el interior de las células está ocupado, principalmente, por vacuolas que son las que contienen el mosto. En la madurez representan del 75 al 85 % del grano. Los componentes químicos fundamentales de la pulpa y el mosto son los azúcares y los ácidos (López Braña 1999). La maceración con el raspón en las vinificaciones de las vendimias de uva tinta no aumenta la acidez del vino, sino que la disminuye, pero esta aumenta el contenido en polifenoles, haciendo que los vinos sean más astringentes.

Las pepitas contienen leucoantocianos, y unidas a la piel y el raspón son la fuente de los taninos en los vinos tintos. La calidad del vino viene determinada por el estado de la uva cuando se procede a la vendimia (Chávez 2013). El índice de maduración más utilizado es la relación azúcares/ácidos, llamado Índice de maduración; la relación se obtiene a partir del contenido de azúcares en g/l, calculado directamente o partir de la densidad del mosto y valorando la acidez ya sea como ácido sulfúrico o en ácido tartárico (López Braña 1999).

2.2. Definición del vino

Chávez el año 2013, en su libro "Uvas y Vinos", define el vino como una bebida producida exclusivamente por la fermentación de la uva fresca o del zumo de uvas frescas. Esta definición resulta ser más precisa y completa por una serie de descripciones referidas al modo de obtención, las manipulaciones y de los tratamientos autorizados, así como a los límites en su composición química.

Este mismo autor expresa que, bioquímicamente el vino tiene su propia definición: Es la bebida que proviene de la fermentación del zumo de las células estrujadas de las uvas, por las células de las levaduras y también, en ciertos, casos por las células de las bacterias lácticas. De esta manera el vino tendrá un gran valor, porque a nivel de las células vivas que en él participan, hallamos, todo lo que es necesario para la vida.

Peynaud (1984) hace referencia del vino diciendo que es un producto de transformación de la materia vegetal viva por microorganismos vivos. Su composición y evolución están directamente ligadas a fenómenos bioquímicos. Según esta definición podemos comprender la complejidad de su composición química y allí el interés que se da a su estudio por la gran cantidad de elementos y compuestos que caracterizan al vino.

2.3. Condiciones que reúne un vino

El vino puede semejar a una mezcla hidroalcohólica que contiene azúcares, ácidos, sales, compuestos fenólicos, sustancias volátiles aromáticas, etc. Cada una de estas sustancias constitutivas del vino tiene un sabor y olor propios cuando están presentes en forma conjunta. Es decir gustos, olores o aromas interfieren los unos sobre los otros, se superponen o se compenetran. Por lo que un vino se hará atractivo por la relación armoniosa de sus constituyentes y no por la presencia de una única sustancia (Peynaud 1984).

El carácter de un vino puede ser el resultado de una serie de armonías entre las

sustancias aromáticas que rigen el olor y el sabor. La calidad de un vino la proporciona la armonía de los sabores azucarados, que se califican como agradables y los sabores ácidos y amargos poco atractivos entre sí mismos. En un vino nunca debe dominar el sabor o aroma de uno sobre el otro (López Braña 1999).

El primer constituyente de los vinos sanos es el relacionado al sabor dulce, el cual es proporcionado por el alcohol. Se debe recordar que el alcohol refuerza el gusto dulce del azúcar; así pues una solución de sacarosa ligeramente alcoholizada tiene gusto más dulce. Los sabores ácidos y azucarados se enmascaran mutuamente; si adicionamos azúcar disminuye el sabor ácido e incluso el sabor amargo. Enológicamente decimos que en los vinos el gusto de las sustancias azucaradas debe equilibrar los sabores de las sustancias ácidas y amargas (Peynaud 1984).

Tabla 3: La Composición de un vino tinto (Según Chávez 2013).

CONSTITUYENTES		CONSTITUYENTES	
Grado Alcohólico	12°	Ácido tartárico	2,21 g/l
Densidad a 20°C	0,9977	Ácido málico	00
Densidad sin alcohol	1,0107	Ácido láctico	2,02 g/l
Azúcares reductores	1,9 g/l *	Ácido succínico	1,02 g/l
Extracto seco	27,0 g/l	Glicerol	11,7 g/l
Cenizas	2,92 g/l	Butilenglicol	0,75 g/l
Acidez total	3,52 g/l	Nitrógeno total	0,40 g/l
Acidez volátil	0,45 g/l	Índice de polifenoles	43 meq./l ***
Acetato de etilo	0,12 g/l	Antocianinas	165 mg/l
SO ₂ libre	6 mg/l **	Taninos	2,30 g/l
SO ₂ total	64 mg/l	Gas carbónico	0,24 g/l

(* g/l: gramos por litro) (** mg/l: miligramos por litro) (***) meq./l: miliequivalentes por litro)

2.4. El proceso de fermentación del vino

Chávez (2013) explica que previo a la fermentación se realiza el despalillado y estrujado, luego el mosto es llevado a las cubas de fermentación, para proceder al encubado, el cual se efectúa en cubas de arcilla, en barricas, o en cubas de acero inoxidable, en otras ocasiones se realiza en cubas abiertas. Por las experiencias de muchos años, las vinificaciones artesanales y ordinarias pueden realizarse en cubas de arcilla (tinajas) sin ningún inconveniente técnico, además que son menos caras que cualquier otro tipo de cubas.

De manera práctica, el autor anterior agrega, que las manipulaciones en las cubas de arcilla o tinajas resultan ser más cómodas que aquellas realizadas en los recipientes de madera debido a sus mayores proporciones y la disposición de las bocas. Así mismo las cubas de arcilla pueden servir tanto para el encubado como para la conservación.

El volumen de una cuba de fermentación no debe exceder los 300 hectolitros, con el fin de evitar los inconvenientes de elevación de temperaturas en la masa fermentable que en ciertas ocasiones puede alcanzar valores superiores a 37,7°C (100° Fahrenheit), sobre todo cuando las cubas son de mayores capacidades como el de aquellas de 500 HI. Se recomienda que el llenado de la cuba no sea por completo, hay que dejar siempre vacío un quinto de su volumen, porque durante la fermentación el volumen del mosto aumenta, debido al desprendimiento del gas carbónico, ese fenómeno se llama "Crecimiento de la Vendimia", el cual se estima aproximadamente en 20% del volumen inicial (Peynaud 1984; Rivereau Gayon y cols. 1976).

2.5. El descube del vino

Es la operación que radica en separar el "vino de yema" o "vino nuevo", esto implica que el vino se ponga en contacto con el aire. El momento de realizar el descube preferentemente será cuando su densidad se halla entre 1010 y 1015; en este momento el vino ha tenido suficiente contacto con el aire (brisa) para

asegurar las buenas cualidades organolépticas del vino, así como la buena conservación (Peynaud 1984).

Antiguamente se practicaba el encubado muy prolongado, entre una o varias semanas, y se obtenía un vino espeso, duro, astringente y muy poco apreciado por los consumidores. Tampoco hay que caer en los extremos, así ciertos vinos tintos obtenidos después de un encubado muy corto (máximo de 48 horas), resultaran ser vinos muy aguados, pues su relación alcohol/extracto suele ser superior a 4,5 (De la Riva García 2011).

Por estas razones se recomienda que los días del encubado en vinos tintos no sean inferiores a tres días, en la mayoría de los casos. Lo más recomendable sería mantener el encubado por lo general hasta el quinto día. El descube del vino se ve favorecido por la operación del sulfitado, de esa manera podemos realizar una aireación tan buena que beneficiara enormemente a las levaduras (Peynaud 1984).

2.6. El remontado del vino

Es la operación que consiste en mover el líquido desde la parte inferior de la cuba de fermentación enviándolo hasta la parte superior de la misma, para ello se emplean bombas de aire o artesanalmente se usa la bazuca o agitador de madera (Chávez 2013).

En si se trata de homogenizar la masa contenida en la cuba, después de haber realizado el sulfitado del mosto, en este caso se realizará sin airear el mosto. En otras circunstancias cuando se requiere proveer oxígeno a las levaduras con lo cual se favorece su multiplicación. Cuando sembramos levaduras realizamos el remontado con la respectiva aireación del mosto. No debemos excedernos en los remontados, no deben ser ni muchos ni tan prolongados, lo que debemos hacer es ayudar la fermentación esencialmente al inicio, favorecer a las levaduras, sin afectar la transformación del azúcar en alcohol (Peynaud 1984 y Rivereau Gayon 1976).

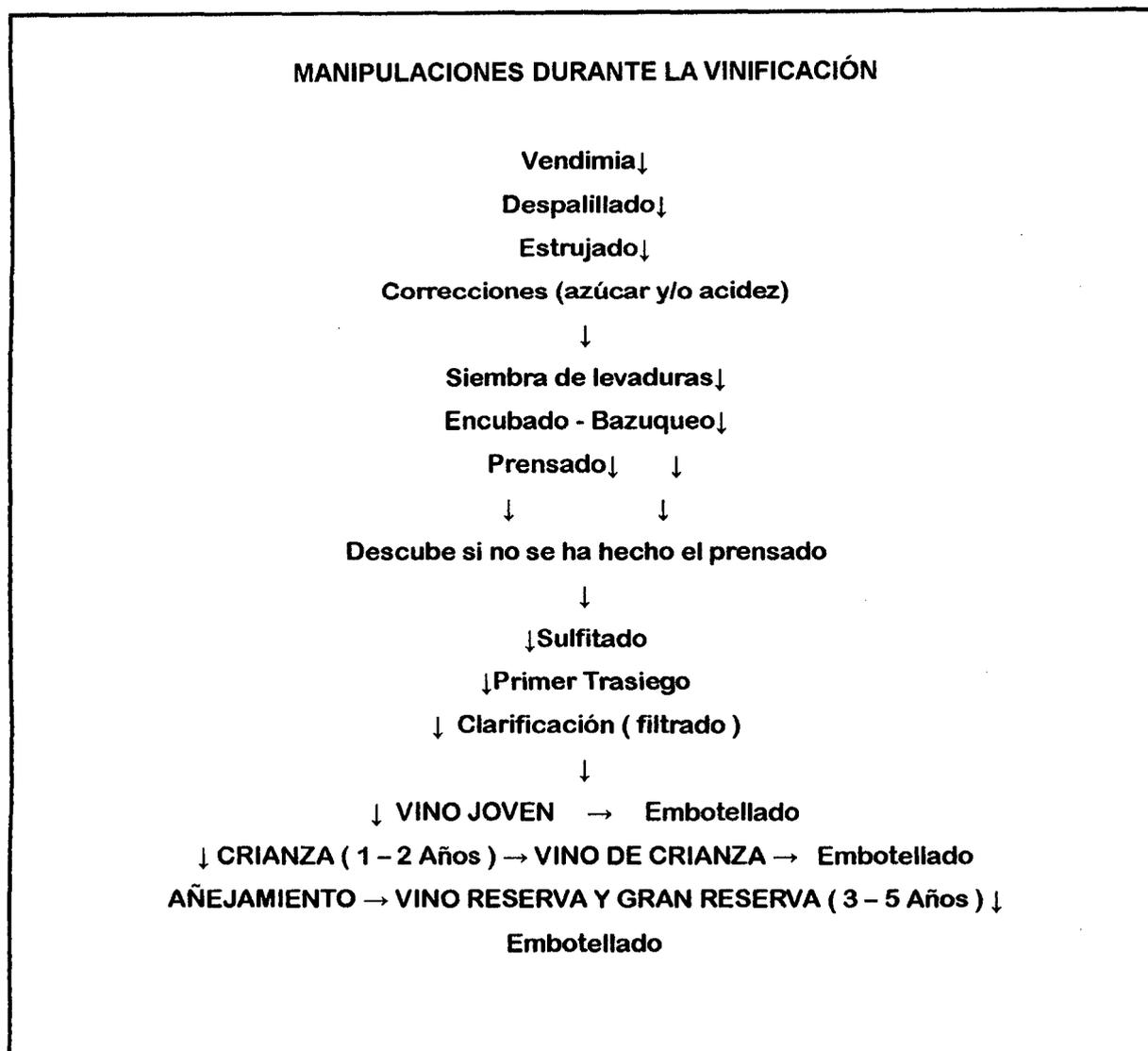


Figura 1: Esquema del proceso de producción de vinos (Según, Chávez 2013).

El remontado permitirá que la fermentación continúe su marcha, en circunstancias en que la fermentación se haya detenido o paralizado a causa de un descenso brusco de la temperatura de la bodega, o por el contrario cuando hay un ascenso de la temperatura del mosto. En el primer caso el remontado se realizará durante las horas más abrigadas del día; en el segundo caso el remontado se aconseja realizarlo durante las horas más frescas (Peynaud 1984). En la operación del remontado, al generar la aireación del mosto, vamos a evitar la emisión del olor desagradable a huevos podridos, que generalmente son producto de la reducción del anhídrido sulfuroso en ácido sulfhídrico (SH₂) por la acción de las levaduras.

2.7. La maceración del vino

La maceración es una extracción fraccionada de todos los componentes de la uva, para extraer un buen aroma y un buen sabor. Esta operación está dirigida a la piel y las pepitas de las uvas, en donde existen sustancias de sabor amargo, herbáceo, vegetal, acre, así como sustancias con color y sabor a hojas. Es decir que en el transcurso de la vinificación sobrevienen una serie de acontecimientos como: extracciones, disoluciones, solubilizaciones, excreciones, difusiones, infusiones, insolubilizaciones, precipitaciones, cristalizaciones, floculaciones, etc., todo esto como resultado de ciertas operaciones mecánicas como es el estrujado, triturado, prensado, macerado y la misma fermentación (Rivereau Gayon y cols. 1976).

Un buen vino no debe presentar fracciones de pulpa, hollejos o pepitas, pero sí podría contener las sustancias que estas fracciones contienen; la maceración permitirá extraer dichos componentes, pero se recomienda que esta operación sea suave de tal manera que no se lleguen a disolver dichos componentes (Chávez 2013).

Se ha demostrado prácticamente el efecto de la temperatura de fermentación sobre la disolución de los compuestos fenólicos y en especial la influencia del nivel máximo de temperatura alcanzada en la fermentación. Pues el incremento de la temperatura no sólo aumenta los índices de los componentes fenólicos totales, sino también acrecienta la proporción de materia colorante (Vogt 1971 y Galet 1967).

2.8. El añejamiento o maduración del vino

Durante el añejamiento, el vino empieza a desarrollar cualidades gustativas, va adquiriendo limpidez y estabilidad, es decir mejora progresivamente su calidad; se realiza en barricas y en botellas. El añejamiento de los vinos, involucra un conjunto de transformaciones muy intensas; los cambios que ocurren están relacionados esencialmente con la pérdida de color; también ocurren cambios en

la intensidad de sabor y se desarrollan nuevos y exquisitos aromas (De la Riva García 2011). Las transformaciones que se facilitan en la maduración y el envejecimiento, dan lugar a ciertos fenómenos de oxidación, modificación de la constitución de la materia colorante e innovación de los constituyentes del aroma.

El ritmo de dichas transformaciones, así como el tiempo que demora para que el vino se despliegue y persista de forma agradable para beberlo, es lo que identificará el envejecimiento del vino, lo cual a de variar de acuerdo al tipo, origen y características de la cosecha. Debemos recordar que los vinos evolucionan y desarrollan a ritmos incomparables unos de otros. Determinados vinos envejecen apresuradamente, no se conservan, en cambio otros vinos no envejecen, se mantienen en el mismo estado en que se hallaban al momento del embotellado. La riqueza en compuestos fenólicos, primordialmente en taninos, es un factor que asegura la longevidad de los vinos tintos (Peynaud, 1984).

2.8.1. El añejamiento de los vinos tintos

Los vinos tintos cuando envejecen pierden color, se disipa la vivacidad de su matiz violáceo o púrpura, en forma gradual pasan a un color rojo menos intenso, se va tornando de color anaranjado, que nos hace recordar el color del ladrillo o de la teja. Por eso se dice que el vino viejo toma el color de teja. Peynaud (1984) establece que al envejecer el vino tinto, cambia de ímpetu; el "Bouquet" y el "Sabor" del vino sobrellevan modificaciones difíciles. Es decir se pierde el aroma del vino joven, su bouquet se va haciendo más intenso, más fino y a la vez más agradable (López Braña 1999).

Los vinos sacados después de dos años de envejecimiento en tonel o después de algunos años de ser conservados en botella, no exteriorizan las mismas características que un vino joven, por lo frecuente los vinos envejecidos son astringentes, con aromas a frutos rojos secos o madera, humo de tabaco, chocolate, etc. (Larrea 1993).

2.8.2. El añejamiento de los vinos blancos

Cuando el vino blanco ha sido conservado 1 o 2 años en bodega, pierde el sabor de la uva, alcanzando un bouquet distinto, que nos hace recordar a un olor rancio encantador incluso en los mejores vinos, pero si este olor llega a ser muy fuerte depreciará el valor del vino (Chávez 2013).

Por el añejamiento el color del vino blanco se apaga; primero toma una apariencia dorada y en seguida se vuelve amarillento cuando el envejecimiento es demasiado prolongado; en esas condiciones decimos que el vino está maderizado. El aroma de los vinos blancos provenientes de bodegas no es muy intenso, pero la fragancia se intensificará al cabo de 2 a 3 años o más de crianza en botella. Cuando los vinos blancos se originan de cepas aromáticas, se recomienda no someter a envejecimiento porque éstos perderían su fragancia natural (Peynaud 1984 y Rivereau Gayon 1976).

2.9. La clarificación del vino

Todo vino que va a salir al mercado debe reunir dos cualidades (Rivereau Gayon et al. 1977): *i) que sea un buen vino; ii) que no presente ninguna alteración*. Es decir debe estar completamente limpio sin signos de turbidez. Recordemos siempre que el primer impacto se da a la vista y el consumidor exige limpidez de la copa y del vino, cualquier pequeña alteración predispone al consumo aunque sepamos que el vino tiene un buen sabor. La limpidez de un vino es calificada con ciertos términos "Vino Fino o Cristalino", eso quiere decir que está limpio, claro y brillante. La turbidez es calificada con los términos de "Opaco, lechoso, tornasolado".

Estos autores refieren también que en los vinos blancos el examen de la limpidez es mucho más exigente, cualquier alteración por simple que sea es rápidamente apreciable; pero eso no quiere decir que la limpidez del vino tinto pueda pasar por desapercibido. La condición permanente para todo vino es su limpidez, muchas veces un vino se muestra muy limpio gracias a un buen método de clarificación,

pero esta cualidad deberá mantenerse fija, aunque existan factores externos que motiven cualquier alteración como por ejemplo el efecto de la temperatura, la aireación y la iluminación a la cual a veces sometemos a los vinos.

En el añejamiento en botella, podemos observar con redundancia la presencia de partículas depositadas en ella, esta situación se la considera normal al cabo de 4 o 5 años de envejecimiento, en este tiempo las materias colorantes van depositándose, pero éstas no deben ser en exceso y por el contrario deben ser fáciles de separar y dejar el vino limpio. Numerosas veces sucede lo siguiente, filtramos el vino observando su limpidez, pero éste vuelve a enturbiarse velozmente al cabo de unas pocas horas, esto será a causa de que se está produciendo una "Quiebra Férrica" (Peynaud 1984).

Existen productos estabilizantes del vino pero que no son precisamente clarificantes; por ejemplo goma arábica, ácido cítrico, no son clarificantes sino estabilizantes. Los causantes de la turbidez de los vinos son por lo general de naturaleza coloidal; encontramos taninos, materias colorantes de las levaduras, de las bacterias, de la bentonita, del carbón, del amianto de los filtros, fibras de celulosa, sustancias nitrogenadas. Estas partículas están cargadas eléctricamente por lo que existirán choques o repulsiones cuando existen encuentros de cargas del mismo signo, con lo cual se mantiene la estabilidad del vino, pero cuando se pierden esas cargas eléctricas, las partículas empezaran a precipitar o flocular creando la turbidez y formación de pozos en el vino (De la Riva García 2011).

2.10. El proceso del filtrado del vino

Procedimiento en el cual se tiene que usar filtros, mediante esta acción se busca obtener una correcta limpidez con calidad, sin alterar el gusto que tiene el vino. Debe tenerse en cuenta, el volumen de vino a filtrar, el rendimiento del filtro y el nivel de colmatación que se va produciendo a través de las filtradas durante cierto tiempo. Entre algunos de los materiales más comunes para el filtrado indicamos: fibra de celulosa, membranas, fibra de amianto, diatomeas (Rivereau Gayon et al. 1977).

Esencialmente se usa la fibra de celulosa en el Precolmatado y en las Placas Prefabricadas, se prepara en capas, manipulándolas de distintas maneras. El precolmatado consiste en colocar una capa filtrante sobre un soporte, las partículas que enturbian el vino quedan detenidas en dicha capa filtrante. Las placas prefabricadas consisten en cartones de distinta porosidad, tienen un filtro de fibra de celulosa a veces con diatomeas. Las membranas, están compuestas por esteres de celulosa o de polímeros equivalentes, cuyos poros están calibrados y tienen un diámetro de 0,65 a 1,2 micrones. La fibra de Amianto (silicato de magnesio tipo crisolita), permite tener capas de textura más apretadas. Por razones de higiene su uso se ha prohibido (Peynaud 1984).

2.11. La estabilización del vino

Estabilizar un vino no simboliza detener su evolución o tener que fijarlo en el estado actual en que se halla el vino; la estabilización es un paso mediante el cual buscamos imposibilitar los factibles accidentes, las desviaciones de su conservación (Rivereau Gayon et al. 1977). Igualmente, estabilización no significa impedir al vino que envejezca, por el contrario buscamos darle color y limpidez estable a través del tiempo, es decir generar una buena conservación del vino. Lo que indudablemente llegamos a obtener, mediante la estabilización, es que la evolución gustativa en el vino sea más normal y favorable. Tratamos de preservar el vino con relación a ciertos límites de conservación, sobre todo frente a la aireación, a la exposición a la luz, a los cambios bruscos de temperatura.

Es una medida preventiva, ya que los vinos pueden sufrir una serie de modificaciones como la turbidez, aún después de estar clarificados, filtrados, encolados, pueden volver a ensuciarse y sedimentar; convirtiéndose en un gran riesgo para el vinicultor, especialmente cuando el enturbiamiento ocurre el momento en que el vino está listo para el embotellado, despacho y comercialización (Chávez 2013). La procedencia de los enturbiamientos puede ser de origen químico; por acción microbiológica de bacterias y levaduras o por la quiebra oxidásica.

2.12. El embotellado del vino

La palabra botella surge en el siglo XIII, se utilizó para distinguir el recipiente de arcilla, vidrio o metal empleado para sacar el vino del tonel o bodega y llevarlo a la mesa. Se utilizó como una especie de jarro o taza. La botella como hoy la imaginamos, sólo aparece en las vidrierías francesas en el siglo XVI. A comienzos del siglo XVIII, la botella asume su papel en el transporte y conservación del vino, pues se tenía la idea de que los vinos se conservaban mejor en las botellas que sobre las propias lías (Del Solar y Silva 1997). Existe una relación, entre la forma de la botella y el vino que contiene. Los vinos Cabernet Sauvignon y Sauvignon se envasan en botellas tipo Burdeos; en cambio los vinos Chardonnay y Riesling se envasan en botellas Borgoña y Renana, respectivamente.

Chávez (2013) recomienda que el vidrio de las botellas sea de color oscuro para proteger el vino del efecto de la luz. El vino en botella sigue madurando; existe un primer efecto atribuible al oxígeno que penetra en el momento del embotellado y al que cede el corcho al ser comprimido en el gollete de la botella, pero luego que las botellas están encorchadas y acostadas (permitiendo de esta manera el hinchamiento del corcho) la penetración del oxígeno es mínima o prácticamente nula ya que el vino sella al corcho. Los vinos envejecen debido a la ausencia de oxígeno, es decir en ambiente de "reducción", siendo éste un requisito para la formación de sustancias olorosas que constituyen el bouquet del vino. El mismo autor refiere que entre los tipos de botellas existen los siguientes formatos:

2.12.1. Botella burdeos: Proviene de la región francesa de Burdeos, viene a ser la botella vinera tradicional. El color puede ser verde, blanco y ámbar; éste se tendrá en cuenta cuando el vino que contiene es blanco o rosado.

2.12.2. Botella borgoña: Se origina de la región francesa de Borgoña. El color siempre es verde; a veces color miel cuando el vino contenido es tipo Chardonnay o Blanco.

2.12.3. Botella flauta o Rhin: Procede de la zona alemana del Rhin. Es de forma

alargada, usada para embotellar vinos blancos. Pueden ser de color verde, blanco y ámbar.

2.12.4. Botella caramayola: Viene de Alemania. Es casi redonda, tiene la forma de una cantimplora o garrafa.

2.12.5. Botella flange: Fue desarrollada en 1994 por el californiano Robert Mondavi. Esta botella prescinde de cápsula, lo que facilita la extracción del corcho. A través del vidrio, el corcho queda visible, lo que permite verificar su estado de conservación, diseño, marca. El borde sobresaliente del gollete actúa como corta gotas cuando se sirve el vino.

CAPÍTULO III

PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL VINO

3.1. Producciones del vino

La producción mundial de vino en el 2011, sin contar zumo y mosto (según la OIV 2011, citado por Chávez 2013) puede ubicarse en 265,8 millones de hectolitros, 700.000 más que en 2010. El primer país productor de vino es Francia, con 49,6 millones de hl (18,7% mundial), seguido por Italia, con 41,6 millones de hl (15,6% mundial), y España, con 34,3 millones de hl (12,9% mundial).

Externamente de la Unión Europea, el nivel de producción en 2011 es levemente superior, con 108,9 millones de hectolitros (hl), a 2010 (108,7 millones de hl). EE.UU. es el país de mayor producción de vino con 18,7 millones de hl, lo que supone un descenso de más de 2 millones de hl respecto a 2010. En segundo lugar, está Argentina con 15,5 millones de hl, que disminuye sus cifras en 800.000 hl con respecto a la producción del año anterior, cuando se aumentó considerablemente. En tercer puesto aparece Australia con una producción de vino de 11 millones de hl (-0,2 millones de hl), seguida de Chile, con 10,6 millones, casi un millón y medio más que en 2010 (según la OIV 2011, citado por Chávez 2013).

Tabla 4: Producción mundial de vino (Datos OIV-2011, citado por Chávez 2013).

Miles de Hectolitros	AÑO 2009	AÑO 2010	AÑO 2011	SUB TOTAL (%)
Francia	46.361	45.704	49.633	18,70
Italia	47.450	48.525	41.580	15,60
España	35.166	35.235	34.300	12,90
Otros UE	33.921	26.912	31.371	11,80
<i>Total UE*</i>	162.898	156.376	156.884	59,00
EEUU	21.690	20.887	18.740	7,10
Argentina	12.135	16.250	15.473	5,80
Australia	11.710	11.240	11.010	4,10
Chile	10.093	9.152	10.572	4,00
<i>Total fuera de la UE*</i>	108.302	108.724	108.916	41,00
TOTAL MUNDIAL	271.000	265.100	265.800	100,00

(*) UE: Unión Europea.

En relación a otros países de fuera de la UE, Sudáfrica pasa de producir 9,3 millones de hl en 2010 a 9,7 millones en 2011, aunque aún por debajo de la cifra registrada en 2009, que rozó los 10 millones. Brasil aumenta de 2,5 millones de hl en 2010 a 3,5 millones en 2011, volviendo a registrar datos positivos tras la caída en 2010. Nueva Zelanda retorna a niveles por encima de los 2 millones de hl; en concreto, 2,4, tras caer en 2010 hasta los 1,9 millones. Suiza, por su parte, incrementa ligeramente la producción, en 100.000 hl (OIV 2011).

3.2. Consumo del vino

Las estimaciones de consumo mundial de vino para el año 2011 (OIV 2011), es alrededor de 241,9 millones de hectolitros, se aprecia un aumento respecto al año anterior de 1,7 millones de hl. Este crecimiento se observa analizando la previsión para los países externos a la Unión Europea: China, en primer lugar, subiría cerca de 1,2 millones de hl hasta los 17 millones, seguida de EE.UU., con cerca de 1 millón más de hl que en 2010. En resumen, se estima un crecimiento en el consumo de 2,5 millones de hectolitros. Otros países con cifras positivas en consumo son Hungría, Brasil, Sudáfrica o Nueva Zelanda.

En lo que se refiere a la UE, el consumo bajaría 864.000 hl respecto a 2010. Los principales países consumidores europeos muestran una tendencia decreciente con respecto al año anterior siendo, por orden, Italia (-1.6 millones de hl), Reino Unido (-0,4 millones), España (-0,2 millones), Grecia (-155.000 hl) y Portugal (-140.000 hl), mientras que Suecia sólo caería en 10.000 hectolitros. En el otro lado está Francia, que recuperaría un millón de hectolitros, Bélgica, Luxemburgo y Austria, etc. (OIV 2011).

Afuera de la UE, saliendo de la tendencia positiva general, países como Australia, Argentina o Suiza exhiben ligeras regresiones con respecto a 2010. La diferencia entre la producción y el consumo estaría, siempre según las estimaciones de la OIV para 2011, en una horquilla entre los 15,7 y 32 millones de hectolitros, de la que se obtiene una media de 23,9 millones de hl, que estaría cerca de los 24,9 de 2010.

Tabla 5: Consumo Mundial de Vino (Datos OIV-2011).

PAÍSES	AÑO 2010	AÑO 2011	Var. % AÑO 2010/2011	SUB TOTAL (%)
Francia	28.917	29.936	3,5	12,40
Italia	24.624	23.052	- 6,3	9,50
Alemania	19.700	19.700	0,0	8,10
Reino Unido	13.200	12.800	0,4	5,30
España	10.359	10.150	- 2,0	4,20
Resto-15-UE *	21.649	21.947	1,4	9,10
Total UE-15	118.449	117.585	- 0,7	48,60
EEUU	27.600	28.500	3,3	11,80
China	15.846	17.000	7,3	7,00
Argentina	9.753	9.725	- 0,3	7,00
Australia	5.317	5.265	- 1,0	2,20
Brasil	3.519	3.700	5,1	1,50
Resto No UE	59.716	60.161	0,75	24,90
Total fuera de UE	121.751	124.351	0,0	51,40
TOTAL MUNDIAL	240.200	241.900	0,7	100,0

* UE-15: Alemania, Austria, Greda, España, Francia, Italia, Portugal, Bélgica, Luxemburgo, Dinamarca, Irlanda, Países bajos, Finlandia, Suecia y Reino Unido.

El viñedo en Europa representa el 69,64 % de la superficie vitícola mundial; siguiendo luego Asia con el 16,43 %; América 9,22 %; África 3,92 % y por último Oceanía con 0,79 %. Entre los países europeos, España representa el 16 % de la superficie mundial de viñedo y el 24 % de la que corresponde a Europa (Hidalgo, 1999a); luego le siguen Italia y Francia. En Asia, es Turquía quien tiene la mayor superficie, con un total de 590,000 ha. En América, EE.UU. es el país con mayor superficie de viñedo, seguido por Argentina y Chile. Finalmente, en el continente africano el país con más superficie es Sudáfrica. Italia y Francia son los países europeos con mayor producción de vino, seguidos de España (OIV 2011).

Según ADEX (2011) la producción y exportación de vinos en los países vitivinícolas es como sigue: En Italia la producción de vino sobrepasa los 62 millones de hectolitros, de los cuales más de 12 millones de hectolitros son destinados a la exportación y alrededor de 50 millones de hectolitros se destinan al consumo.

En Francia la producción de vino alcanza niveles superiores a 53 millones de hectolitros, de los cuales se exportan 10.5 millones de hectolitros, destinándose al consumo 42.5 millones de hectolitros. **En España la producción de vino** es superior a 25.5 millones de hectolitros, de los cuales cerca de 10 millones de hectolitros son exportados y el autoconsumo es 15.5 millones de hectolitros (ADEX 2011).

En Rusia, se tiene una producción aproximada de 20 millones de hectolitros de vino. Rumania produce unos 8 millones de hectolitros. En Japón se producen unos 4 millones de hectolitros de vino. Grecia tiene una producción de 4 millones de vino aproximadamente. **En Estados Unidos** se produce unos 15.5 millones de hectolitros de vino, exportando cerca de 1.2 millones de hectolitros. El consumo interno es 14.3 millones de hectolitros. **Argentina está produciendo** alrededor de 14.4 millones de hectolitros de vino, la exportación aproximada es de 500 hectolitros. Su consumo interno se aproxima a los 13 millones de hectolitros (ADEX 2011).

En Alemania la producción de vino es de 9.8 millones de hectolitros, se exporta 2.5 millones de hectolitros y el autoconsumo es 7.3 millones de hectolitros. **En Sudáfrica**, se alcanza una producción de vino de 9 millones de hectolitros, se exportan unos 100 hectolitros. El consumo interno es superior a los 8 millones de hectolitros. **En Australia**, se produce alrededor de 4.8 millones de hectolitros de vino, se exportan más o menos 1.2 millones de hectolitros. Su autoconsumo es 3.6 millones de hectolitros. **El Portugal** produce unos 4.4 millones de hectolitros de vino, se exportan cerca de 2.2 millones de hectolitros. El consumo interno de vino es 2.2 millones de hectolitros (ADEX 2011).

En China (Taiwán) la producción de vino es 3.5 millones de hectolitros, sólo se exporta 500 hectolitros, se consume en el mercado interno 3 millones de hectolitros. **En Brasil la producción de vino** es de 4 millones de hectolitros. La gran parte de su producción es destinada al consumo en el mercado interno. **En Chile se tiene una producción de vino** de 3.3 millones de hectolitros, exportando cerca de 1 millón de hectolitros. El consumo interno en este país es

de 2.3 millones de hectolitros (ADEX 2011).

En Bulgaria, se produce 2 millones de hectolitros de vino, se exporta 1 millón de hectolitros y el otro millón de hectolitros es para su consumo interno. **En Perú, Bolivia, Venezuela y Paraguay, la producción de vino** de cada uno de ellos es menor a los 500 hectolitros y la exportación es muy baja. El autoconsumo es lo que prima al no tener mercados externos. **En Yugoslavia, Polonia, República Checa, Ucrania, Suecia, Dinamarca, Irlanda, Marruecos Argelia, Túnez, Egipto, Israel, Jordania, Chipre**, la producción de vino es menor de 500 hectolitros (ADEX 2011).

Los datos de producción y exportación que damos a continuación nos permiten comprender mejor la ubicación de los principales países productores de vino.

Tabla 6: Producción y exportación del vino en el mundo (Fuente: Chávez 2013).

PAÍSES	PRODUCCIÓN (millones de hectolitros)	EXPORTACIÓN (millones de hectolitros)
Italia	62.5	12.5
Francia	53.5	10.5
España	25.5	9.8
Estados Unidos	15.5	1.1
Rusia	Entre 10.0 a 20.0	-
Argentina	14.3	0.5
Alemania	9.8	2.5
Sud África	9.0	0.1
Australia	4.8	1.1
Portugal	4.3	2.1
China/Taiwán	3.5	0.5
Chile	3.3	0.9
Bulgaria	2.0	1.0
Perú	Menos de 0.5	-
Bolivia, Venezuela, Paraguay	Menos de 0.5	-
Uruguay	Entre 1.5 a 2.5	-
Brasil	Entre 3.0 a 4.0	-
México	Menos de 0.5	-
Egipto, Israel, Turquía, Jordania	Menos de 0.5	-

Algunos autores consideran que, si fuera fácil conocer las tendencias de consumo

de la próxima generación, veríamos probablemente una importante disminución en los viñedos de Europa occidental, y un descenso en el consumo de los países productores de vino. Por el contrario, veríamos un aumento significativo en los viñedos de Sud América y Sud África. También observaríamos un incremento masivo en la producción y consumo de vino en la China (Torres 1991).

Si bien es cierto dice éste autor, que algunas culturas crecen cansadas de la tradición vinícola, otras la descubrirán. Al igual que algunas sociedades darán un giro hacia la producción de otros cultivos, otras sociedades plantarán nuevos viñedos con mayor intensidad. De igual forma mientras unos países disminuyen su exportación, otros aumentan cada vez más sus ventas internacionales.

3.3. Contexto de la vitivinicultura en América del Sur

Nos referimos a la situación de la vid y el vino en los principales países vitícolas de Sud América, lo cual tiene una especial perspectiva tanto por la expansión de los viñedos como por la producción y exportación del vino.

3.3.1. Vitivinicultura en el Perú

Nuestro país estuvo en la lista de países poco conocidos en el escenario vitivinícola a pesar de haber tenido una antigua tradición vitícola; la historia hace referencia que la vid fue introducida y cultivada en el Perú mucho más antes que en Chile, Argentina, Brasil y Uruguay (Chávez 2013).

El mercado vitivinícola en el Perú ha mostrado un crecimiento notable, habiéndose duplicado en los últimos diez años, con una oferta cercana a los 40 millones de litros, tras crecer en ventas cerca al 10% en el 2011. Diversos factores han incidido en el crecimiento del mercado, como el dinamismo en el consumo en Lima y provincias, la expansión de canales de distribución, proliferación de marcas en un amplio rango de precios y liberación de las barreras de ingreso de productos importados, como es el caso de una menor protección arancelaria (OIV 2011, citado por Chávez 2013).

3.3.2. Vitivinicultura en Chile

En este país desde mediados de los años 80, sus viticultores se han capacitado, han adquirido nuevos conocimientos, ideas y tecnologías para aplicar a su industria vinícola. La estabilidad económica y política de Chile, permitió captar inversionistas extranjeros, lo que contribuyó a incrementar el número de bodegas, cuyos beneficios totales en concepto de exportaciones ascienden en la actualidad a más de 140 millones de dólares, comparados con los 23 millones de dólares que tuvieron el año 1988 (PROCHILE 2012).

3.3.3. Vitivinicultura en Argentina

Argentina ha sido considerado el quinto productor de vino en Sud América, cuenta con más de 1200 bodegas sólo en la zona de Mendoza. Durante mucho tiempo se mantuvo en segundo plano en la escena internacional, pero existe una razón que explica este cambio de posición, pues la población consume casi todo lo que se produce y la elevada inflación hace que cualquier tipo de actividad económica resulte problemática (PROCHILE 2012). Sin embargo, la estabilidad que se dio a finales de los años 80 les permitió solventar la enorme crisis de la deuda externa.

La introducción y el cultivo de nuevas variedades como Torrontés, Syrah, Malbec y Barbera; la viticultura de Argentina ha tomado un nuevo rumbo, poniendo en alerta a los vinicultores chilenos; los empresarios argentinos consideran que dentro de poco el resto del mundo empezará a conocer mejor el potencial vinícola que tiene este inmenso país.

3.3.4. Vitivinicultura en el Brasil

Su vitivinicultura ha aumentado en forma muy notable, las exportaciones del vino incluso han superado a las de Argentina. La calidad de sus vinos varietales elaborados con las variedades: Chardonnay, Zinfandel Blanco, Riesling y Cabernet Sauvignon, demuestran claramente su enorme potencial como productor de vinos de calidad (PROCHILE 2012).

3.3.5. Vitivinicultura en el Uruguay

La actividad vinícola de este país se desarrolló a finales del siglo XIX; en la actualidad es el cuarto productor de vino de Sud América. Las variedades recientemente importadas como Pinot Noir, Chardonnay, Cabernet Sauvignon y Merlot, han reemplazado a los híbridos tradicionales con los que se elaboran los vinos rosados dulces (PROCHILE 2012).

3.4. La diversificación en la producción vitícola

El consumo de las uvas puede hacerse en estado fresco, o bajo la forma de pasas y/o de uvas prensadas, esto dependerá especialmente del hábito de consumo, así como de las condiciones climáticas de los distintos países donde se produce la uva.

Tabla 7: Diversificación de la producción de uva (Según Chávez 2013).

	UVAS PRENSADAS (%)		UVAS DE MESA (%)	UVAS DESECADAS (%)	TOTAL (1000 QM)
	DE VINIFICACIÓN	OTRAS			
C.E.E.	95,4	-	4,56	0,04	209478
ASIA	6	41	28,0	25	61870
RESTO DEL MUNDO	77,5	5	12,0	5,5	571478

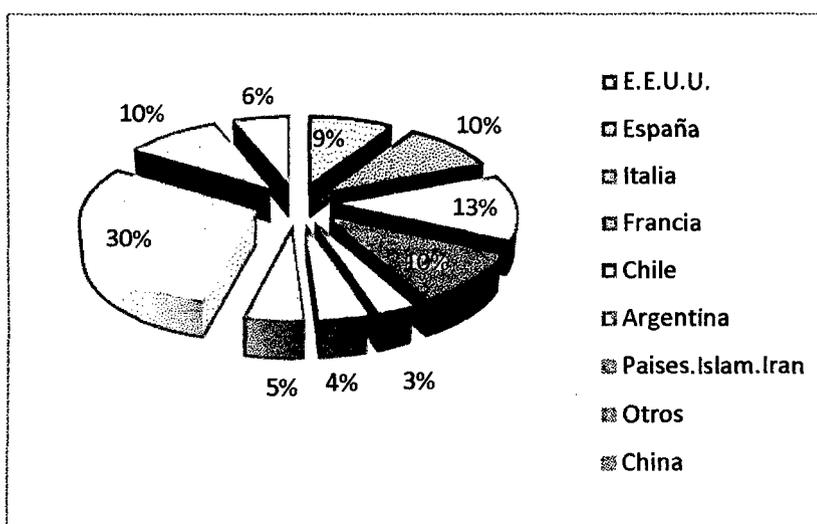
En Europa existe una producción de uva especializada para el vino, mientras que en otros países ya sea de Asia, África, América del Sur, etc., la producción es más bien diversificada para uva de mesa, pasas, zumos y concentrados de mosto, de uva y vino. Las uvas prensadas pueden tener distintos fines, comúnmente pueden ser vinificadas o pueden ser utilizadas para la elaboración de zumos y mostos concentrados (Chávez 2013).

3.5. Importancia de los mercados de exportación

Los mercados de exportación de uva y vino son cada vez más importantes en el mundo. La mayoría de viñedos nacionales se desarrollan para satisfacer las necesidades de la población local. Los grandes exportadores de vino tienden a ser los grandes productores; Italia y Francia luchan por tener la primera posición, seguidos muy cerca por España (Chauvet y Reyner 1984, citado por Chávez 2013).

Tabla 8: Superficies de vid, producción y consumo del vino (Según Chávez 2013).

	SUPERFICIES		PRODUCCIÓN DE VINO		CONSUMO DE VINO	
	1000 ha	%	1000 ha	%	1000 ha	%
EUROPA	7350	72	220939	76	228069	80
ASIA	1453	14	2081	1	648	0,22
AMÉRICA	929	9	50476	17	48366	17
ÁFRICA	460	4	11512	4	5281	1,85
OCEANÍA	68	1	3978	1	1787	0,62
TOTAL	10260		288996		284151	



Fuente: Información INEI (2010).

Figura 2: Distribución de la producción mundial de uva durante el año 2010 (INEI 2010).

El incremento de la producción de vino en el Hemisferio Sur está dirigido a la exportación; así Nueva Zelanda llegó a doblar su nivel de exportación en estas últimas décadas. Los verdaderos exportadores, por su nivel de producción no son Italia ni Francia; sino Alemania, Portugal y Bulgaria, quienes elaboran vinos que serán destinados a la exportación. Alemania exporta vinos de mesa baratos; Portugal exporta cantidades importantes de Oporto y Bulgaria envía a todo el mundo su famoso vino Cabernet Sauvignon (Chauvet y Reyner 1984, citado por Chávez 2013).

La Organización Internacional del Vino (OIV) ha establecido estándares mínimos de calidad para vinos de exportación teniendo en cuenta los siguientes componentes: Grado alcohólico, Acidez total y volátil, Anhídrido sulfuroso (SO₂) libre y total, Gas carbónico y Azúcares reductores tal como lo muestra la Tabla 9.

Tabla 9: Estándares de calidad del vino para exportación dado por la OIV (Según Chávez 2013).

COMPONENTES DE CALIDAD DEL VINO	
Grado Alcohólico	9° a 12°
Acidez total	3,52 g/l
Acidez volátil	0,45 g/l
SO ₂ libre	6 mg/l
SO ₂ total	64 mg/l
Gas carbónico	0,24 g/l
Azúcares reductores	1,9 g/l

3.6. Producciones del vino en el Perú

En cuanto a la clase de vino que se producía en el Perú de los siglos XVI y XVII, Poma de Ayala, citado por Chávez (2013) expresa que el vino producido en ese entonces era *“vino bueno y muy bueno, lo mejor del reino, y que el vino iqueño era dorado clarísimo y suave”*. También hace referencia que El Inca Garcilaso de

la Vega mencionaba que "la uva introducida en el Perú era negra de las Canarias y por tal motivo el vino es todo aloque, no de todo tinto; aunque reconoce haberse introducido otras variedades entre ellas la moscatel, más con todo eso aún no hay vino blanco".

BEBIDAS		AÑO
CLORQUA, ROSA, CUCHA		1910
		1890
		1860
		1830
		1800
		1770
		1740
		1710
		1680
		1650
		1620
		1590
		1560
		1530
		1500
		0
		1500

Figura 3: Cronología de la producción de bebidas en el Perú (Según Chávez 2013).

3.7. Dificultad de la producción de vino peruano

Factores naturales y sociales de manera recurrente afectaron la producción de vinos y aguardientes y otros derivados a través de los siglos en el Perú. Entre los factores naturales, tenemos los terremotos, erupciones volcánicas, sequías, inundaciones, epidemias y plagas. En algunas ocasiones en un lapso de 20 ó 30 años se producían casi simultáneamente estos eventos (Hidalgo, 1999). A estos tiempos de alteración genérica les denominamos "Lapsos Críticos", en los últimos 500 años el primero se produjo entre 1570 a 1600, el segundo de 1719 a 1750; el tercero de 1868 a 1891, y el cuarto corresponde a los últimos treinta años del siglo XX.

El referido autor manifiesta además que, en esos tiempos la producción vitivinícola fue afectada y en algunas ocasiones de manera drástica. Pero hay

más factores negativos: en la década del setenta del siglo XVIII, los viñedos de Ica fueron afectados por la "epidemia de la fruta", y a fines del XIX la temida filoxera. Hay que sumar a esto otros factores que contribuyeron a la desacumulación, me refiero a diezmos, primicias, censos y capellanías; otros impuestos especiales como el que impuso mediante Real Cédula Felipe II en 1595, hasta las contribuciones contemporáneas.

3.8. Reactivación de la actividad vitivinícola peruana

Pese a la recurrencia de las contingencias anotadas, la producción de la vid continuó, así como también la zaga de elogios a las excelencias del vino y el aguardiente, desde sus inicios en la década del cuarenta del siglo XVI hasta la actualidad. Siempre los productores de estas dos bebidas supieron mantener las "cualidades" y después de cada catástrofe pusieron mayor empeño en permanecer y mejorar como sucedió después del terremoto de 1868, no sólo se innovaron los envases; toneles, barriles y barriletes remplazaron en algunas bodegas a las tinajas y botijas; y botellas a las peruleras y a los odres, éstos en uso en el siglo XIX (Hidalgo, 1999).

También el mismo autor señala que se buscaron nuevas especies de uva que hoy se reconocen como Tannat y Petit Verdot, Malbec, Chenin y Ugni blanc, Albilla, Quebranta etc., y trabajaron con enólogos de reconocimiento internacional mejorando las calidades de sus productos, eso se demuestra en exposiciones nacionales e internacionales desde la segunda mitad del siglo XIX hasta la actualidad. Es así como en la Vinalies internacionales 2002, en el cual un tinto de la Viña Tacama se hizo acreedor a dos premios "Reconocidos como vinos de primera calidad mundial".

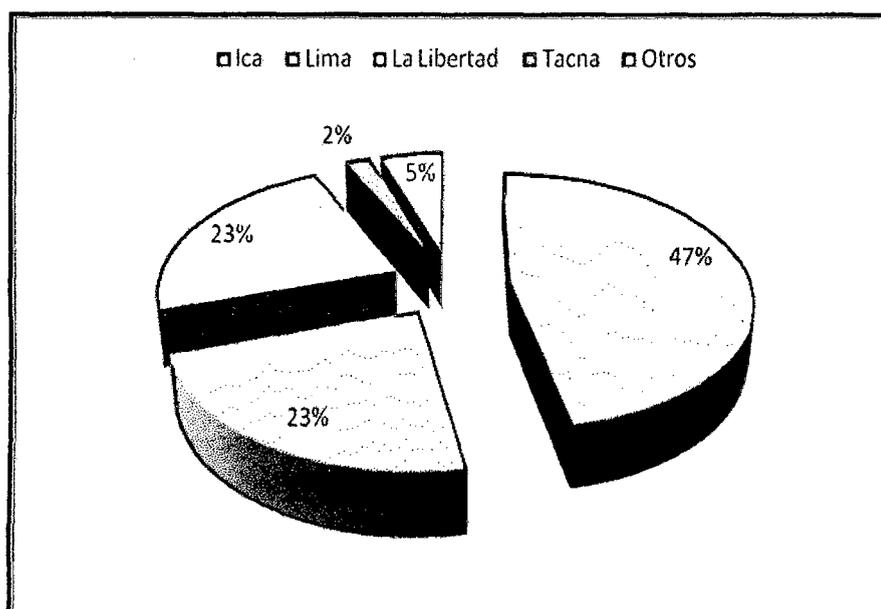
En la actualidad contamos en Perú con 180 bodegas procesadoras de vinos y piscos divididas en: Bodegas Industriales, Bodegas Intermedias y Bodegas Artesanales (Chávez 2013). Las bodegas o viñas más importantes son las siguientes: Bodega Vista Alegre, Viña Tacama, Mosto Verde, Esquina, Agroindustria Paracas, Agroindustria Jiménez, Antonio Biondi e hijos, Bodega

Nueva Vicuña, Bodega San Antonio, Bodega Santo Tomás, Bodega Tabernerero, E. Copello, Inversiones Poseidón, La Caravedo, Magisa, Natrepresa, Santiago Queirolo Hnos., Surnor, Viñas del Sur, etc. Además en otras regiones del Perú hay excelentes calidades de vinos y piscos.

3.9. Producción nacional y relación con las importaciones

La producción de vino en el Perú mantuvo su tendencia creciente de los últimos años, y alcanzó los 5.9 millones de litros en el 2005, superando al volumen importado en ese año que fue de 5.3 millones de litros.

Si a la producción local se le agregan las importaciones y se restan las exportaciones (que aún son menores), se obtiene un consumo aparente cercano a los 11.1 millones de litros, equivalente a 0.40 litros per cápita, es decir una copa al año por persona. El consumo aparente de vinos ha tenido un crecimiento en los últimos cinco años de 9.2% pero aún equivale a menos del 2% del consumo nacional de cerveza (ADEX 2011).



Fuente: Información INEI (2010).

Figura 4: Distribución de la producción nacional de 196,499 toneladas de uva durante el año 2010 (INEI 2010).

3.10. Zonas de producción del vino en el Perú

Las 11.000 hectáreas de cultivo de vid que existen actualmente en Perú se agrupan de forma irregular en tres zonas vitícolas: en la costa, la sierra interandina y la selva (CITEVID 2000, citado por Chávez 2013):

3.10.1. Región de la costa

Costa norte, que comprende los departamentos de Piura, Lambayeque, Cajamarca, La Libertad y Ancash. Se producen vinos tintos y en menor cantidad blancos y piscos.

Costa central, que comprende los departamentos de Lima e Ica. Con casi el 90% de todo el viñedo nacional, es la más importante productora de uvas, vinos, piscos y aguardientes, destacando los valles de Pisco e Ica. Las variedades de vid que se cultivan en esta zona son: Albilla, Alicante Bouschel, Barbera, Borgoña (Isabella), Cabernet Sauvignon, Grenache (Garnacha), Italia, Malbec, Moscatel, Negra Corriente, Quebranta, Sauvignon Blanc y Torrontel (Torrontés).

Costa sur, en Arequipa, Moquegua y Tacna. Se elaboran piscos y aguardientes que posteriormente se utilizan para la maceración de frutos de damascos, obteniendo un licor tradicional en la zona. Las variedades utilizadas son: Cabernet Sauvignon, Italia Blanca, Moscatel, Negra Corriente, Pinot Blanc, Quebranta, Rosa de Perú y Tocay.

3.10.2. Región de la sierra

La región de la sierra interandina está formada por áreas aisladas en Ayacucho, Apurímac y Huánuco. Se cultivan las variedades: Gross Colman, Italia, Negra Corriente y Quebranta (CITEVID 2000, citado por Chávez 2013).

3.10.3. Región de la selva

En la región de la selva en el departamento de San Martín, en las cuencas de los ríos Ucayali y Marañón, la producción de uva se realiza mediante cultivo forzado, y se dedica a uva de mesa. La variedad más usada es Borgoña (Isabella).

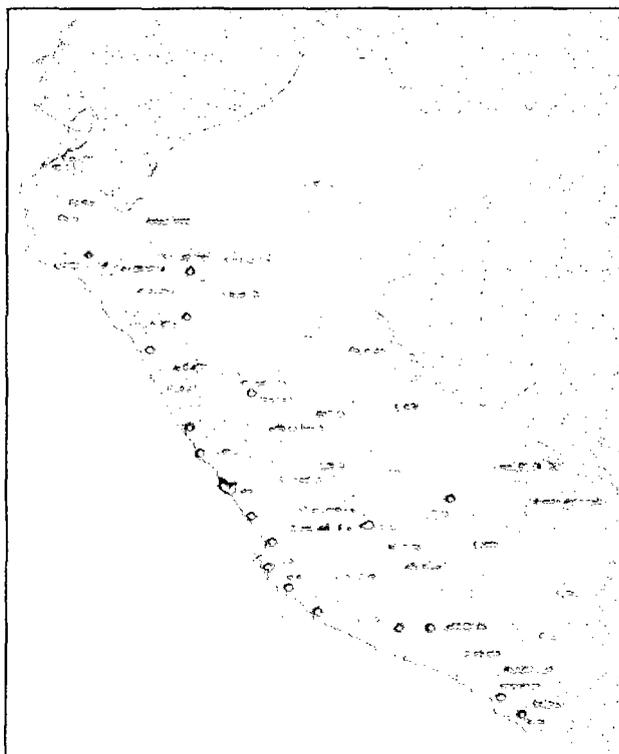


Figura 5: Centros de producción de uva en el Perú (Según Chávez 2013).

3.11. Principales bodegas del Perú

3.11.1. Bodega Vista Alegre

Tradicional bodega dedicada a la elaboración de vino y pisco. Pese a que en la actualidad se trata de una empresa moderna, se conservan huellas de la usanza colonial para procesar la vid. En su producción resaltan los Vinos Tintos, Vinos Borgoña, Vinos Rosados, Vinos Blancos, Pisco Acholado, Pisco Sol de Ica Puro. Sangría (ADEX 2011):

GRAN COSECHA-VINO FINO BLANCO.

Vino elaborado con uvas Chenin Blanc y Muscat. un vino de sabor suave, ligeramente dulce. Acompaña muy bien los almuerzos livianos, carnes de aves y quesos suaves. Servir frío, entre 6° y 8° C. Presentación en botella de 750 ml.

PINOT BLANC- VINO MUY FINO BLANCO

Vino elaborado con uvas Chenin Blanc y Muscat. un vino de sabor suave, ligeramente dulce, acompaña muy bien los almuerzos livianos, carnes de aves y quesos suaves. Servir frío, entre 6° y 8° C. Presentación en botella de 750 ml.

3.11.2. Bodega Tacama

Dedicada a la elaboración de vino y pisco, fue propiedad de los jesuitas y aún se conservan la casona y las viejas caballerizas.

El viñedo Tacama tiene una extensión de 180 hectáreas situadas en el fértil valle de Ica, a 300 kilómetros de la capital. Ubicado en un oasis rodeado de desiertos, esta es una de las viñas más hermosas y tradicionales donde se elaboran distintas variedades de los mejores vinos y piscos de nuestro país. La vendimia se hace de enero a marzo (ADEX 2011). Sus productos reconocidos son: Los Vinos: Don Manuel, Selección Especial, Gran Tinto, Chardonnay, Gran Blanco, Blanco Semi Seco, Rosé. El vino Espumante: Salvaje, Brut, Semi Seco. El Pisco: Puro quebranta, Demonio de los Andes, Pisco de Ica. Sangría: Sol y Sombra:

VINO TACAMA CHARDONNAY

El vino Chardonnay de Tacama en vista es de color dorado medio, con una intensidad de color propia de la crianza en barrica. En nariz y aunque ha pasado por madera, nos ofrece aromas frescos que nos recuerdan las flores blancas como el jazmín. También encontramos un agradable aroma a manzanas rojas, a tostadas y mantequilla, la presencia de la madera es muy equilibrada. Un vino muy vivaz.

TACAMA BLANCO DE BLANCOS

Tipo: Vino Blanco

Variedades: Viognier, Chardonnay y Sauvignon Blanc

GRAN BLANCO SEMI SECO

Tipo: Vino Blanco

Uvas: Chenin Blanc

3.11.3. Bodega Ocucaje

En Ocucaje se elaboran vinos y piscos de calidad que han obtenido reconocimiento internacional bajo la responsabilidad del jefe de la bodega Alejandro Giracao, quien desde hace 10 años vive entre toneles y tanques de acero inoxidable (ADEX 2011).

La tierra de los viñedos es particularmente arcillosa, propicia para el desarrollo de la uva Cabernet Sauvignon, y cuya cepa es cultivada cuidadosamente en el fundo de 4 hectáreas que han logrado retener, tras la expropiación del Estado de 800 hectáreas de cultivo por la reforma agraria.

3.11.4. Bodega Tabernerero

Cuenta con 250 Ha. Tanques de acero inoxidable y barricas de roble francés y americano. Bodegas y Viñedos Tabernerero trabaja con tecnología de punta que sumado a sus áreas de cultivo y su capacidad de Bodega nos permiten abastecer la demanda del mercado local como del mercado internacional (ADEX 2011). Entre su producciones tenemos: Los Piscos: Quebranta, Italia y Acholado. Sangrías: Sangría Roja y Sangría Blanca. Vinos Espumosos: Demi-Sec, Brut, Muscat de Alejandría. Vinos Secos: Mabel-Merlot, Cabernet Sauvignon, Blanco de Blancos, Chenin Blanc. Vinos Semi-Secos: Borgoña, Rose, Blanco Semi-Seco:

BLANCO DE BLANCOS-VINO BLANCO SECO

Vino elaborado con tres variedades de uvas: Chenin Blanc, Chardonnay y Sauvignon Blanc; consideradas como las mejores uvas para los vinos blancos finos, en la zona del valle de Loira, Francia. Servir frío entre 7° y 12° C. / Presentación en botella de 750 y 375 ml.

GRAN BLANCO FINA RESERVA-VINO BLANCO SECO

Vino placentero, joven y bien balanceado. Elaborado con uvas Chenin Blanc, de aroma fresco y afrutado. Excelente para acompañar comidas frías, pescados, mariscos, carnes blancas y piqueos.

GRAN BLANCO COUPAGE-VINO BLANCO SEMISECO

Vino elaborado con uvas Chenin Blanc y Muscat. un vino de sabor suave, ligeramente dulce, Acompaña muy bien los almuerzos livianos, carnes de aves y quesos suaves. Servir frío, entre 6° y 8° C. / Presentación en botella de 750 ml.

3.11.5. Bodega Santiago Queirolo

La historia de los vinos Santiago Queirolo se inicia en el año 1880 con la fundación de la Bodega Santiago Queirolo en el tradicional distrito limeño de Pueblo Libre. 225 Ha. Cabernet Sauvignon, Chardonnay, Sauvignon blanc, Malbec, Merlot (ADEX 2011).

3.12. Clasificación de bodegas en el Perú (Según ADEX 2011).

- a) Bodegas vitivinícolas industriales: Bodega Ocucaje; Bodega Tacama; Bodega Vista Alegre; Bodega Tabernero.
- b) Bodegas vitivinícolas artesanales, son incontables.
- c) Bodegas vitivinícolas semi industriales la mas conocida es Bodega Santiago Queirolo (Cañete-Lima)

CAPÍTULO IV

EXPORTACIÓN E IMPORTACIÓN DEL VINO EN EL PERU

4.1. Exportaciones del vino peruano

En el Perú las exportaciones de vino han mostrado una tendencia creciente. En la última década crecieron en un 54% llegando a 91 mil litros. Esto representó un valor de US\$ 300 mil dólares. El principal destino fue EE.UU., país que concentró el 86% de las exportaciones peruanas. Le siguieron Japón (6%), Alemania (3%) y Suecia (1%). Bodegas y Viñedos Tabernero junto a Viña Tacama fueron las principales empresas exportadoras (ADEX 2011).

Tabla 10: Principales Empresas Exportadoras de vino y uva del Perú (INEI – 2010).

EMPRESA	DIRECCIÓN	PARTICIPACIÓN DE MERCADO (%)
SOCIEDAD AGRÍCOLA DROKASA S.A.	Carretera Panamericana Sur N°312 FND. Santa Rita - Santiago - Ica - Ica	0.28
EL PEDREGAL S.A.	Cal. Monte Rosa N° 271 Dpto. 902 Urb. Chacarilla (CC. Chacarilla) Santiago de Surco	0.22
FUNDO SACRAMENTO S.A.C.	Cal. Los Zorzales N° 160 Urb. El Palomar San Isidro	0.1
AGRÍCOLA ANDREA S.A.C.	PQ. Alfredo Maldonado N° 145 Urb. La Arequipeña (Alt. Crda. 2 Av. Del Río) Pueblo Libre	0.07
AGRÍCOLA DON RICARDO S.A.	Mz. A lote. 77 Cas. Sta. Rosa San José de los Molinos - Ica -Ica	0.06
CORPORACIÓN AGRÍCOLA DEL SUR S.A.	Av. Salaverry N° 3134 San Isidro	0.06
COMPLEJO AGROINDUSTRIAL BETA S.A.	Cal Luis Gálvez Ronceros N° 117 Chincha Alta - Chincha -Ica	0.05
PROCESADORA LARAN S.A.C.	Carr. La Laran KM, 5.8 (Esq. San Luis y carr. A Laran) Alto Laran - Chincha - Ica	0.05
CORPORACIÓN FRUTÍCOLA CHINCHA	Carr. Panamericana Sur N° KM INT. 203 FND. Huanabano Bajo Chincha Baja - Chincha - Ica	0.04
AGRÍCOLA LA MÁQUINA S.A.C.	Av. Germán Salaverry n° 3134 - San Isidro	0.04

Fuente: INEI (2010)

4.2. Importación del vino en el Perú

Al cierre de diciembre del 2011, el Perú reportó importaciones de vinos por un monto de US\$ 24.674,472.62 millones, correspondiendo el 46,11% a vinos de origen argentino, seguido de los vinos chilenos (35.95%), vinos españoles (11.21%), vinos italianos (2.37%), vinos franceses (2.25%) y los vinos de EE.UU. (0.86%), entre los más destacados (PROCHILE 2012).

Según ésta misma fuente informativa el mercado peruano vislumbra ciertos aspectos claves que podrían guiar su desempeño en el mediano plazo:

- Existe un mayor interés por el consumo de vinos de mayor calidad, con la ampliación del mercado.
- Gracias al boom de la gastronomía se está ampliando el interés, así como el gusto por los vinos.
- La oferta local está compitiendo cada vez más con la oferta importada, cuyo ingreso será mayor conforme se acentúe el proceso de apertura comercial y turismo.
- El entorno económico en el que se desenvuelve el mercado es propicio para ahondar su expansión.
- La frecuencia de compra de vinos se da más del 60% en supermercados, por lo cual es necesario entrar por este canal de distribución masivo.
- En promedio, las personas que consumen vinos el 35% es leal a la marca, mientras que el 55% compraría otra marca de no encontrar su preferida y el 10% no precisa respuesta.

4.2.1. Características del vino importado

A. Potencial del vino

Las exportaciones de vino chileno al mercado peruano durante el año 2011 alcanzaron los US\$ 8,8 millones. Cabe señalar, que el mercado peruano tiene un gran potencial para la expansión del consumo de vinos, el que actualmente no alcanza a los 1,3 litros por habitante (PROCHILE 2012).

1) Marcas de vinos importados

El dinamismo del mercado local y las bajas barreras al ingreso ha incidido en la comercialización cada vez más de una mayor cantidad de marcas de vinos importados. En 2011, se registró el ingreso de cerca de 600 marcas, procedentes de 380 bodegas, en contraste con las 440 importadas en 2007. Asimismo, Gato Negro, Clos de Pirqué, Frontera, Casillero del Diablo y Riccadonna Asti, lideraron las marcas de vinos importados.

Chile fue el principal proveedor de vinos, las marcas argentinas lideraron el mercado en cuanto a importados, al concentrar el 31% del total de marcas, entre las que destacaron Los Haroldos, Nieto Senetiner y Zumuva. En segundo lugar se ubicaron las marcas españolas con 23% del total, chilenas con 15% e italianas con 11% (PROCHILE 2012).

2) Importadores

Las bajas barreras al ingreso en el mercado de vinos han permitido la existencia de más de 100 empresas importadoras de marcas exclusivas y también multimarcas. Sin embargo, dos empresas concentran cerca del 50% del total del volumen importado: GW Yichang & Cía y Perufarma, seguidas por Drokasa Licores, LC Group, Best Brands y Distribuciones Andinas Ilimitadas (ADEX 2011).

Cabe destacar que, en promedio, cerca del 70% de la oferta de las principales empresas importadoras está representada por los vinos tintos, en línea con las preferencias del mercado nacional, aunque también complementan su canasta con los vinos blancos y espumosos.

B) La presentación y comercialización del vino importado

Varias bodegas tienen páginas web para promocionar sus productos y también, para resaltar sus ventajas competitivas, logros y entre otras actividades. Como Taberero, Casillero del Diablo, Queirolo, Navarro Correas, entre otras marcas reconocidas (PROCHILE 2012).

C) Comentarios sobre los vino importadores

El mercado peruano, tiene potencial para la comercialización de vino. Su entorno económico es próspero para ahondar en su expansión. Aunque hay que competir con Argentina, ya que sigue siendo el país líder de importaciones de vinos. Sin embargo, la oferta local está compitiendo cada vez más con la oferta importada.

Los segmentos con mayor potencial para la comercialización de vino, son los niveles socioeconómicos B y C (PROCHILE 2012). En esto segmentos, que tienen la posibilidad de comprar un vino, no tienen la cultura de hacerlo. Por otro lado, el segmento A y B, tienen una cultura muy arraigada sobre el consumo de vinos.

Se ha ingresado mediante los supermercados y bodegas ya que son los más recurridos el público objetivo. Asimismo, también gracias a las distribuidoras también se ha ingresado por las licorerías, mayoristas y bares.

El Perú está pasando por un boom gastronómico muy importante, por lo tanto la apertura de nuevos restaurantes ha dado oportunidad a varias bodegas de distintos países a hacer alianzas con estos.

4.2.2. Aumento de marcas de vinos que ingresan al Perú

Considerando sólo las importaciones superiores a mil litros, en 2010 se estima que se llegó a importar más de 387 marcas diferentes frente a las 273 marcas que se trajeron en 2005 (ADEX 2011). El número de bodegas también creció, pasando de 180 a 220, en su mayoría provenientes de Argentina, país que incrementó su participación considerablemente.

Las 20 primeras bodegas concentraron 66% de las importaciones, de las cuales seis fueron chilenas, diez argentinas y cuatro españolas. Las bodegas chilenas Concha y Toro y San Pedro, continúan encabezando las mayores importaciones

pero con tendencias opuestas. Mientras la primera, importada por G W Yichang, pasó de US\$1.8 millones a US\$ 2 millones; la segunda, importada por Perufarma, pasó de US\$.800 mil a US\$ 700 mil entre 2004 y 2005 (CETRUM 2005).

Por otro lado, el número de importadores que registraron montos superiores a mil dólares fueron 85 empresas en 2010, siendo las principales: G W Yichang, Perufarma, Drokasa Perú, Serpel, KC Trading, LC e Hijos, Mundo Vinos, Inversiones Poseidón y Licores San Francisco, que juntas representaron el 72% del volumen importado.

4.3. Épocas de mayor demanda/ consumo del vino

El consumo de vinos se incrementa en fechas especiales, fiestas de fin de año, Fiestas Patrias (julio) y durante los meses de verano principalmente (hasta semana santa). Asimismo, el vino es considerado un obsequio apropiado para fechas especiales (CETRUM 2005).

La temperatura o la época del año tienen una gran influencia en la elección de un vino. Actualmente, se quiere romper la estacionalidad del vino y que este sea consumido en todo el año. Por esta razón, es importante educar al consumidor frecuente, para que su consumo no se vea frustrado por la estación en la cual se encuentre (Chávez 2013). Ejemplos de esto, son las impulsadoras de diversas marcas de vinos y licores en tiendas y supermercados, así como Sommeliers o Expertos en vinos y piscos en restaurantes, quienes aconsejan al consumidor sobre los productos a consumir. Las principales zonas o centros de consumo del producto: Supermercados, Bodegas, Bares, Restaurantes.

4.4. Canales de comercialización y distribución

Su venta se comercializa a través de los sistemas autoservicios, vinotecas o tiendas especializadas, estaciones de servicio y licorerías (ADEX 2011). Por otro lado, se venden a través de los lugares de consumo, como los restaurantes y hoteles.

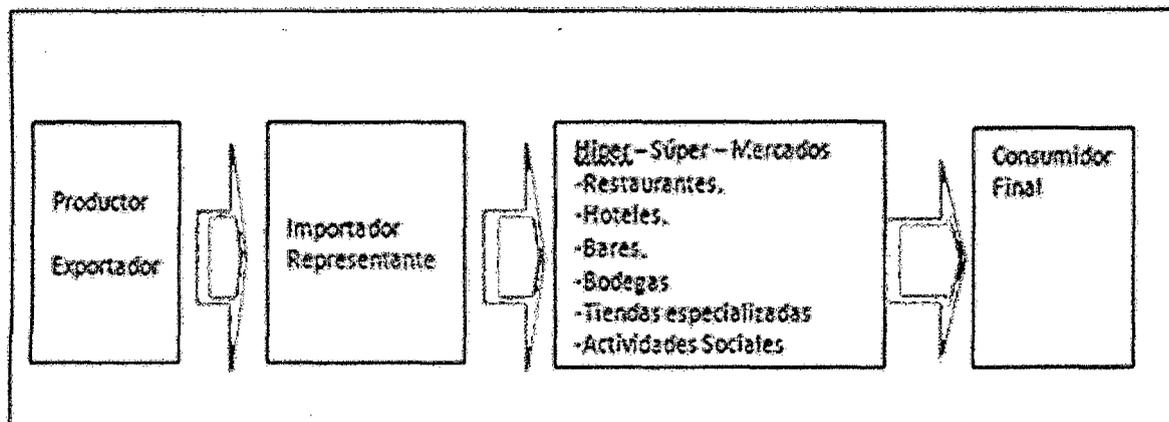


Figura 6: Canales de distribución del vino (ADEX 2011).

4.5. Precios de referencia del vino en el mercado

De acuerdo al valor de los productos, en el mercado nacional existen tres clases de vinos; los baratos hasta 25 nuevos soles, los de rango medio entre 30 y 50 soles, y los Premium con precios mayores a 55 soles (CETRUM 2005).

El consumidor peruano ha trasladado su consumo a vinos de mayor precio y calidad, impulsados por una mejor cultura vitivinícola, que demanda mayor calidad en las bebidas. En ese sentido, las importadoras están abandonando traer vinos baratos a Perú porque el mercado ya los está rechazando, debido a que son vinos de inferior calidad, cuyos costos se ubican entre el dólar y los tres dólares (CETRUM 2005).

Este es el caso de vinos de 18 ó 20 soles que no valen su precio, y donde comienza el rechazo de los consumidores, quienes se van a marcas más consolidadas.

4.6. Características de presentación del vino

La presentación más común (casi el 100%) de todas las marcas de vino, es en botellas de 750 ml, en cajas de 12 botellas cada una. Sin embargo, algunas marcas tienen presentaciones de 2 litros y de 5 litros (ésta se da en vinos de bajo precio). Otra presentación es la botella personal de 375 ml y envases tetra.

Tabla 11: Precios de los vinos más consumidos en el Perú (ADEX 2011).

VINO TINTO Nacionales	PRECIO Soles	VINO ROSÉ Importados	PRECIO Soles
Gran Tinto Tacama	17.90	Blush Carlo Rossi x 1.5 l.	27.9
Fond de Cave Ocucaje	19.90	Rosé Marqués de Cáceres	37.9
Tinto Seco Tabernero	15.59	Rosé Frontera CyT	15.2
Borgoña Santiago Queirolo	13.99	Blush Carlo Rossi x 3 l.	42.9
Borgoña Tabernero	17.90	VINO BLANCO	
TINTOS IMPORTADOS		Nacionales	
Canepa	39.90	Gran Blanco Seco Tacama	17.9
Santa Carolina	21.5	Blanco de Blancos Tacama	38.9
Don Matías Cousiño Macul	33.9	Gran blanco seco tabernero	15.99
Clos de Pirqué x 1 l. (Tetra)	7.89	Sauvignon blanco Queirolo	21.6
Torres Sangre de Toro	34.9	Fond de Cave Ocucaje	19.9
Tinto López	39.5	Importados	
Tinto Viu Manent	28.5	Clos de Pirqué x 1 l. (Tetra)	7.89
Los Arboles Navarro Correas	28.9	Liebfraumilch Augustus	16.90
Tinto Viña Maipo	14.5	Gato Blanco x 2 l. (Tetra)	15.9
Casillero del Diablo	23.9	Black Tower	27.90
Carlo Rossi x 1.5 l.	27.9	Viña Maipo	14.5
Marqués de Cáceres	37.9	Los Arboles Navarro Correas	28.9
VINO ROSÉ		Marqués de Riscal	36.9
Nacionales		Canepa	39.90
Rosé Semí Seco Tacama	20.9	Casillero del Diablo	23.9
Gran Rosé Tabernero	17.8	Chardonnay Montes Alpha	87.9
Rose Semi Seco Ocucaje	19.9	Marqués de Cáceres	36.9

Fuente: ADEX 2011

4.6.1. La oferta del vino en el mercado

La oferta mundial de vino procede principalmente de los países productores, es decir, de Francia, Italia, España, Portugal, Alemania, Bulgaria y algunos otros de Europa, así como de los Estados Unidos. A fines de los años ochenta y principios de los noventa, la oferta mundial creció debido al aporte de Argentina, Chile y Australia. Los dos países latinoamericanos han profundizado su penetración, adquirido presencia en nuevos mercados externos y robustecido sus posiciones en los mercados tradicionales (OCM 1999).

La oferta de vino de Perú, Argentina y Chile aumentó debido a que los productores nacionales introdujeron cambios tecnológicos, que incluyeron nueva maquinaria y equipo técnico importado, capacitación del personal, actividades de investigación, y perfeccionamiento de la cadena de distribución (ADEX 2011). Pero el esfuerzo principal se centró en la mejoría del sector primario, es decir, el incremento de la producción de uva de más alto valor enológico. Por ejemplo, durante el período 1985-1996, la superficie plantada con cepas de mayor calidad enológica se expandió de 4.5% a 8.6% en Argentina y de 21.5% a 48.7% en Chile.

La escasez de materia prima procedente de estos viñedos (principalmente en la provincia argentina de Mendoza) es percibida como un obstáculo esencial para la producción y exportación de vinos finos de mayor valor agregado y altos precios.

Los estímulos para emprender el perfeccionamiento tecnológico los proveen los gobiernos de los países productores latinoamericanos por medio de la apertura comercial, la reducción de los aranceles de importación aplicados a maquinaria y otros bienes de capital. Sin embargo, en Argentina esos estímulos fueron eliminados en 1995 (PROCHILE 2012).

Por otra parte, las políticas cambiarias nacionales pueden incentivar o inhibir la competitividad del vino y su oferta en el mercado internacional. Por ejemplo, la lenta y gradual devaluación del peso chileno acrecienta la competitividad del producto en cuestión y su oferta en el mercado mundial, en contraste con el vino argentino, ya que la moneda del país está firmemente amarrada con el dólar.

La oferta de vino de estos dos países latinoamericanos tiene perspectivas de crecer, ya que el mercado mundial requiere no sólo volúmenes, sino diversidad de calidades para responder a los diferentes gustos de los consumidores. Al mismo tiempo, la magnitud de la oferta está determinada por la producción de uva, dado que las tierras y zonas vinícolas son limitadas (PROCHILE 2012). El uso desmesurado de fertilizantes puede inducir mayores cosechas de uva. No obstante, este camino lleva al empeoramiento del valor enológico de la uva y de la

calidad del vino, así como a la reducción de su precio internacional y de los ingresos del país por unidad del producto.

4.6.2. La demanda del vino en el mercado

La mayor parte de la demanda mundial de vino se origina en Europa, cuya parte en las importaciones mundiales superó los dos tercios. Sin embargo, para Chile y Argentina tiene mayor importancia la demanda procedente de la Unión Europea, los Estados Unidos, Japón, y algunos países latinoamericanos, es decir, los mercados externos donde los vinos regionales se venden en mayor proporción.

La demanda de este producto responde a tradiciones que se crean en los países y no puede aumentar bruscamente en un período corto. Por otra parte, las tendencias a la baja de sus precios pueden redundar en mayor demanda y consumo. Mientras tanto, el considerable incremento de la demanda de vinos chilenos y argentinos en los mercados de los países importadores supone que están compitiendo exitosamente con otros proveedores, ante todo en términos de la correlación precio/calidad (PROCHILE 2012).

Los precios de los vinos exportados desde la región son inferiores a los que se pagan por los procedentes de Europa y los Estados Unidos. Esto se explica por el hecho de que el valor de la mano de obra en el sector vitivinícola de la región es menor que en Europa, Estados Unidos y Australia, lo que permite mantener su competitividad. En cuanto a la calidad del producto, vale destacar de nuevo el aumento de las plantaciones de cepas de uvas de alto valor enológico en Argentina y Chile, lo que determina en gran medida la calidad de su producción vinícola.

Una ventaja de los vinos en comparación con otros productos radica en que cada variedad y marca tiene su propio sabor y un abanico de características que lo distingue frente a otros. Por lo tanto, sus mercados pueden expandirse no sólo ni tanto a raíz del mayor consumo, sino mediante la diversificación de los tipos de vino exportable, años de cosecha y procedencia. Es lo que está ocurriendo

actualmente: la producción mundial de vino se ha estancado o reducido, mientras que las exportaciones crecen, debido a su diversidad (OCM 1999).

En lo que respecta al acceso a los mercados del vino, los aranceles son una herramienta importante en la formación de la demanda. Entre los países importadores de este producto los aranceles son muy diferentes y se aplican tanto *ad valorem* como en forma específica. Además, todos los vinos se dividen en cuatro grupos: embotellados, espumosos, mostos de uva y los demás. Cabe subrayar que los gravámenes *ad valorem* rigen en los países de la región, mientras que la UE, los Estados Unidos y Japón imponen diversos aranceles específicos. En suma, el conjunto de estos derechos resulta muy detallado y complicado (OCM 1999).

Para el vino embotellado, la UE aplica un arancel de 14.2 ECU por 100 litros, bajo el régimen de la nación más favorecida (NMF). Sin embargo, hay vinos a los cuales se les imponen aranceles más bajos, pero están sujetos a cuotas. Figuran entre ellos, por ejemplo, algunos vinos procedentes de Argelia (2.8 ECU) y Hungría (5.6 ECU). **El vino espumoso** se importa con una tarifa de 34.7 ECU por 100 litros (NMF), mientras que para el proveniente de los países mencionados el arancel es más bajo, pero sus volúmenes de importación también están limitados por cuotas. **Los mostos de uva** pagan 34.7% *ad valorem* (NMF). Además se aplican numerosos aranceles específicos, así como gravámenes que combinan derechos específicos y *ad valorem*. **En cuanto a los demás vinos**, están afectos a una gran multiplicidad de aranceles específicos, entre los cuales el más frecuente es de 10.7 ECU por 100 litros (NMF). Por otra parte, por los vinos Exportaciones no tradicionales latinoamericanas. Un enfoque no tradicional procedente de ciertos países (Argelia, Hungría) se pagan aranceles más bajos, pero el volumen de sus importaciones está sujeto a cuotas (OCM 1999).

En los Estados Unidos los aranceles a los vinos embotellados se aplican según las características del vino. Por ejemplo, los vinos bajo la cláusula de la NMF están afectos a tarifas de 0.075 y 0.235 dólares por litro.; para los provenientes de países no acogidos a dicha cláusula, este arancel es de 0.33

dólares por litro. En el caso de los países adscritos al régimen del SGP, los del Caribe, los miembros del TLC, los de la Comunidad Andina y de algunos otros que tienen convenios con los Estados Unidos, el arancel es cero. **A los vinos espumosos** se les aplican dos aranceles: a los que proceden de países dentro o fuera de la categoría NMF, 0.235 y 0.33 dólares por litro, respectivamente y arancel cero en los mismos casos mencionados anteriormente. **También por los mostos** se pagan dos aranceles (0.052 y 0.33 dólares por litro) según sus países de origen estén o no acogidos a la cláusula NMF, y arancel cero si provienen de los países y regiones ya señalados o están amparados por convenios. **A los demás vinos** se les aplican tres aranceles (0.089, 0.148 y 0.237 dólares por Lt.) dentro de los marcos de la NMF, y uno (de 0.33 dólares por Lt.) si proceden de países fuera de esa categoría. El arancel cero se aplica en los mismos casos antes mencionados (OCM 1999).

El Japón también grava los vinos con varios aranceles. La tasa general para el vino de uva fresca embotellado es de 21.3% *ad valorem*, o de 156.8 yen por lt. si se aplica el mínimo, el cual no puede ser inferior a 93 yen por litro. El arancel de los vinos fortificados con alcohol es de 123.2 Yen por litro. Por los vinos espumosos se paga una tarifa general de 201.6 yen por litro y la tarifa del SGP. Al mosto se le aplica la tasa general de 27%, aunque existen otras tasas para diferentes tipos de mosto. Los demás vinos importados están afectos a los mismos aranceles que los vinos embotellados ya señalados (OCM 1999).

En los países de América Latina, los aranceles que gravan el vino, son principalmente *ad valorem* y más simples que los que aplican los países industrializados de la UE, los Estados Unidos y Japón. Al vino embotellado se le impone un arancel de 36% en Brasil y de 20% en Colombia, México y Venezuela. Por el vino espumoso se paga 23% en Brasil y 20% en Colombia, México y Venezuela. Los mostos de uva tienen aranceles de 23%, 15%, 20% y 15% en tanto que las tasas para los demás vinos son de 36%, 15%, 20% y 15% (OCM 1999).

En suma, para los vinos argentinos y chilenos el desarrollo de los mercados externos en el futuro próximo depende de sus siguientes atributos principales: *Calidad, diversidad y precios competitivos, así como de la búsqueda de nuevos mercados, la penetración en ellos y el fortalecimiento de las posiciones logradas.* Sin embargo, en esos mercados participan innumerables productores de diversos países, lo que los hace muy competitivos; además están próximos a la saturación respecto de varios tipos de vino. Por ello, es difícil que en el futuro próximo las exportaciones vinícolas regionales crezcan con el mismo dinamismo, a menos que desplacen grandes volúmenes de importaciones de vino procedentes de otros países, proceso de desarrollo que no parece muy factible (ADEX 2011).

4.7. Relación Oferta y Demanda del Vino.

La resultante de la oferta y la demanda de vino en el mercado internacional se expresa en volúmenes y valores exportados, así como en sus tasas de crecimiento durante un período específico. Las ventas externas de vino han aumentado en valor y volumen, a pesar de que la producción mundial ha tendido a reducirse durante los últimos dos decenios debido al desempeño de algunos países europeos. Al mismo tiempo, la proporción exportada de la producción mundial pasó de 16% a 25% (en volúmenes físicos). Este fenómeno contrasta con la baja del consumo de vino en los principales países que lo producen y exportan en el mundo. Por ejemplo el consumo anual per cápita de vino disminuyó en Francia de 113 lt a 63; en Italia, de 112 a 60; en Portugal, de 99 a 58; en España, de 61 a 39; en Argentina, de 89 a 42; y en Chile, de 47 a 15 litros (ADEX 2011). En la mayoría de los casos, dicha reducción ha sido sostenida e irreversible.

4.8. Norma reguladora de la comercialización, consumo y publicidad de bebidas alcohólicas.

Es importante informar que la CEE (1988) reglamentó los procesos relativos a la elaboración y a la comercialización de los vinos de licor producidos en la Comunidad, a través de las Denominaciones de Origen (D.O.) de las Comunidades Europeas, por el que se estableció la organización común del

mercado vitivinícola (OCM). En forma casi parecida la Municipalidad de Lima, emitió la Ordenanza N° 1568 (diciembre 2011) la cual entró en vigencia en el mes de enero 2012; que establece el nuevo régimen municipal que regula la comercialización, consumo y publicidad de bebidas alcohólicas, alcohol metílico y bebidas adulteradas; donde destacamos las siguientes observaciones (ADEX 2011):

- Algunos municipios (comunales) ya se han venido acogiendo paulatinamente a estas nuevas medidas.
- En los supermercados se han suspendido las degustaciones de Vinos, Licores y Cervezas; dado que son susceptibles de multas por incumplimiento de la nueva norma.
- En supermercados sólo está permitida la venta o expendio de bebidas alcohólicas en envase cerrado de 9:00 am., hasta las 11:00 pm.
- Se deben colocar carteles con las siguientes inscripciones:
 1. Prohibida la venta y/o entrega de bebidas alcohólicas a menores de 18 años.
 2. Si has ingerido bebidas alcohólicas, no manejes.
 3. Tomar en exceso es dañino para la salud.
 4. En este local la venta de bebidas alcohólicas es de 9:00 am., hasta las 11:00 pm.
- Los carteles deberán colocarse a la entrada de la tienda y/o en el lugar permanente de exposición de bebidas alcohólicas (Sección licores) y/o en una zona cerca de las cajas.
- Cuando el gran tamaño del local dificulte la visibilidad de los carteles, se deberá utilizar adicionalmente otros medios alternativos, como perifoneo periódico u otros.
- Está prohibido el consumo de bebidas alcohólicas al interior de las tiendas. Los consumidores no pueden tomar ni degustar bebidas alcohólicas al interior y/o alrededores de los establecimientos comerciales que tengan como giro de bodega, supermercado o estación de servicio. Sólo podemos vender y/o entregar envases cerrados.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES

La Viticultura en el Perú, se originó el año 1540, nace en forma paralela al desarrollo colonial y republicano. La vid paso de México al Perú y de allí a Chile, finalmente desde Chile se introdujo en Argentina.

La obtención del vino en el Perú es exclusivamente por la fermentación de la uva fresca o del zumo de uvas frescas. Una serie de etapas se deben cumplir para obtener un vino de calidad, desde la producción de uva, las manipulaciones y los tratamientos autorizados, así como los límites en su composición química.

La superficie actual del viñedo en el Perú es cerca a las 11 mil hectáreas. El Centro de Investigación y Tecnología de la Vid (CITEVID) entre uno de sus objetivos plantea incrementar la superficie del viñedo nacional hasta unas 60,000 hectáreas, incluyendo nuevas zonas de expansión agrícola como lo es Chavimochic, Majes, Cascas, etc.

La producción de vino en el Perú ha mantenido una tendencia creciente, el año 2005 la producción llegó a registrarse en 91 mil litros. Sin embargo se mantiene una diferencia marcada con la producción de vinos de otros países como Argentina, Brasil, Chile, Uruguay, que producen grandes volúmenes de vino.

Las importaciones de vinos en el Perú, alcanzan cifras de US\$ 24.674,472.62 millones, correspondiendo el 46,11 % a vinos de origen argentino, 35,95 % vinos chilenos, 11,21 % vinos españoles, 2,37 % vinos italianos, 2,25 % vinos franceses, 0,86 % vinos de EE.UU y el 1,25 % restante corresponde a vinos de otros orígenes.

Los niveles socioeconómicos B y C, tienen mayor posibilidad de comprar un vino, aunque no tienen la cultura de hacerlo. En el caso del segmento B, consumen vino, pero no de manera frecuente. En el caso del segmento C, se consume vino,

pero en la mayoría de los casos es informal o formal pero barato. Los canales de venta de vinos han iniciado una expansión hacia provincias, como Chiclayo, Trujillo y Arequipa, vía supermercados, por lo cual, el consumo y conocimiento de vinos seguirán creciendo de la mano de la publicidad.

En la actualidad contamos en Perú con 180 bodegas procesadoras de vinos y piscos divididas en: Bodegas vitivinícolas industriales: Ocucaje, Tacama, Vista Alegre, Tabernero. Bodegas vitivinícolas artesanales, las que son incontables. Bodegas vitivinícolas semi industriales la más conocida es Santiago Queirolo.

BIBLIOGRAFÍA

ASOCIACIÓN DE EXPORTADORES-ADEX (2011). Herramienta de consulta de la oferta de Exportadores Peruanos y las demandas de Importadores Peruanos.

B.O.E. (1972): Reglamento de la Ley 25/1.970. «Estatuto de la Viña, del Vino y de los Alcoholes». B.O.E. n.º 87, 11 abril 1972, págs. 6.390-6.424.

C.E.E. (1988). Reglamento N.º 4.252/88. Relativo a la elaboración y a la comercialización de los vinos de licor producidos en la Comunidad. D.O. de las Comunidades Europeas N.º L 373, 21 diciembre 1988. N.º L 373/59-65. (1987): Reglamento N.º 822/87. 53 pp.

CETRUM (2005). Centro de Negocios Pontificia Universidad Católica del Perú.

CHÁVEZ, J.E. (2004). La Uva: Diversidad Genética. 1ª Edición. Impresión Industrial Peruana Sac. UNC-Cajamarca. Perú. 222 p.

CHÁVEZ RABANAL J. E. (2013). Uvas y Vinos: Enología Ciencia y Arte. Primera Edición. Martínez Compañón Editores. 530 pp.

DE LA RIVA GARCÍA J. (2011) Servicio de vinos. Elaboración, cata, conservación y normas generales de servicio 1ª Edición Ideaspropias. Editorial Vigo. 266 pp.

DEL SOLAR, C. Y SILVA MATELUNA, E. (1997). Historia de la vitivinicultura en Chile. Universidad de la Américas. Facultad de Ciencias Agropecuarias. Santiago de Chile. 94 p.

GALET, P. (1967). Recherches sur le méthode d'identification et classification des Vitacées des zones tempérés. Montpellier. Tesis Doctoral, 526 pp.

GARCÍA DE LOS SALMONES, N. (1915). Apuntes de Viticultura y Enología. Pamplona. 929 pp.

GAROGLIO, P.C. (1993). Enciclopedia vitícola mundial. Edición científica. UIV. Milano.

HIDALGO, L. (1993). Tratado de Viticultura General. Ediciones Mundi Prensa. Madrid. 983 pp.

HIDALGO, L. (1999a). España: El mayor viñedo del mundo. Viticultura y Enología Profesional Nº 60: 5-16.

INEI (2010). Instituto Nacional de Estadística e Informática: Órgano Rector de los Sistemas Nacionales de Estadística e Informática en el Perú.

I.N.D.O (1991). Vinos. Denominaciones de Origen y Específicas. Instituto Nacional de Denominaciones de Origen. Madrid.

LARREA, S.A. (1993). Enología Básica. España-Barcelona. Editorial Aedos. 85 pp.

LEVADOUX, L. (1956). Les Populations sauvages et cultivées de *Vitis vinifera* L. Ann. Amélior. Plantes, 1, 59-118.

LÓPEZ BRAÑA, I. (1999). Aspectos bioquímicos de zumos, vinos, cerveza y otras bebidas. UPM. Madrid-España. 70 pp.

MARCILLA, J. (1954). Tratado Práctico de Viticultura y Enología Española. Tomo I Viticultura. Ed. SAETA, Madrid, 21-33 y 74-121.

MARTÍNEZ DE TODA, F. (1991). Biología de la Vid – Fundamentos Biológicos de la Viticultura. Ediciones Mundi Prensa. Madrid. 346 pp.

MORENO, S.; GOGORCENA, Y. y ORTIZ, J.M. (1997). Progresos de la caracterización y mejora de la vid (*Vitis vinifera* L.) mediante marcadores moleculares. ITEA., 93(3): 135-155.

O.C.M. (1999). Reglamento (CE) nº 1493/1999, de 17 de mayo de 1999, por el que se establece la organización común del mercado vitivinícola.

O.I.V. (1990). Recueil des Méthodes Internationales d'analyse des Vins et des Mouts. Paris, Oficina Internacional de la Viña y del Vino.

OZ CLARKE 1996. Atlas del vino. Editorial Blume. Barcelona-España. 1ª Edición. 320 pp.

PEÑIN, J.; CERVERA, A.; CABELLO, F.; DIEZ, R. Y PEÑIN, P. (1997). Cepas del Mundo. Ediciones PI y Erre. Madrid-España 111 pp.

PEYNAUD, E. (1984). Enología Práctica. Conocimiento y elaboración del vino. 2ª Edición. Ed. Mundi Prensa. Madrid.

PROCHILE 2012. Estudio de mercado de Vinos. Vinos en el Perú. 39 pp.

REYNIER, A. (1989). Manual de Viticultura. Versión Española de Sotes, V.; Lissarrague, J, R. y De la Iglesia J. Ediciones Mundi Prensa. Madrid. 382 pp.

RIVEREAU – GAYON, J. PEYNAUD, E., RIVEREAU – GAYON P. et SUDRAUD P. (1976). Sciences et techniques du vin. Traite d'œnologie. Tomo III : Vinifications – Transformations du vin. Ed. Dunod. París.

RIVEREAU – GAYON, J. PEYNAUD, E., RIVEREAU – GAYON P. et SUDRAUD P. (1977). Sciences et techniques du vin. Traite d'œnologie. Tomo I : Clarification et Stabilisation – Matériel et Installations. Ed. Dunod. París.

TORRES, P. (1991): «Les vins de liqueur. Rapport de synttiése», en *Vins de liqueur*. Viticulture, 71 Assemblée Générale de la Office International de la Vigne et du Vin. París. Documento interno de la O.I.V.

VOGT, E. (1971). Fabricación de vinos. Versión española de S. Herberg y A.

López. Ed. Acribia.

Zaragoza.

PÁGINAS WEB CONSULTADAS:

[http:// www.aduanas.sunat.gob.pe](http://www.aduanas.sunat.gob.pe)

[http:// www.centrum2011.pucp.edu.pe](http://www.centrum2011.pucp.edu.pe)

[http:// www. centrum.pucp.edu.pe](http://www.centrum.pucp.edu.pe)

[http:// www.digesa.minsa.gob.pe](http://www.digesa.minsa.gob.pe)

[http:// www.directorioadex.com](http://www.directorioadex.com)

[http:// www. inei.gob.pe](http://www.inei.gob.pe)

<http://www.mercosuronline.com>

<http://www.monografias.com/trabajos45/mercado-vino-peru/>

<http://www.oiv.int>.

<http://www.prochile.cl>

<http://www.tabernero.com/>

ANEXO

ANEXO 1: REQUISITOS Y BARRERAS DE ACCESO

A.- REQUISITOS DE INGRESO

1. Restricciones fitosanitarias y requisitos específicos para la Importación.

En principio, para importar se debe obtener el Registro Sanitario de los vinos (que se tramita en DIGESA).

DIGESA (Dirección General de Salud) entrega un número de registro sanitario, el mismo que debe venir impreso en cada una de las botellas (sticker de 2 cm x 1 cm). El sticker debe llevar los datos de la empresa Importadora: Razón Social, N° de RUC y teléfono (Disponible en <http://www.digesa.minsa.gob.pe>).

Para obtener el Registro Sanitario, el proveedor (exportador) tiene que enviar los siguientes documentos:

- Presentar los resultados de análisis físicos, químicos y microbiológicos emitidos por el fabricante en el país de origen.
- Adjuntar el certificado de Libre Venta del producto emitido por la entidad sanitaria en el país de origen.
- Copia de RUC.
- Si el análisis y certificado de Libre Venta están en otro idioma, hacer una traducción simple.
- Adjuntar etiquetas.
- El pago es de: S/.241.50, si es PYME (Pequeña y/o Mediana Empresa): S/.69.00 (para ello adjuntar una declaración jurada simple que es pequeña empresa).
- Duración del trámite es de 7 (siete) días hábiles (de lunes a viernes).
- Para enviar estos documentos a DIGESA, antes se tiene que solicitar un formato donde se debe registrar la información del

producto que se va a importar: nombre, presentación, tamaño, envase, etc. (ver anexo Registro Sanitario de Alimentos y Bebidas Importadas)

- Para el proceso de exportación del vino, se requiere de los siguientes documentos:
 - Factura
 - BL o guía aérea
 - Packinglist, entre otros.

Son documentos que envía el proveedor (exportador) para que el importador coordine con su Agente de Aduana, quien se encarga de hacer todos los trámites una vez que la mercadería llega al puerto o aeropuerto.

A comienzo del presente año, el Comité Vitivinícola de la Sociedad Nacional De Industrias (SIN) comenzó a elaborar un estudio para demostrar la viabilidad de que el Impuesto Selectivo al Consumo (ISC) aplicado a los licores, como el vino, pase de ser ad valorem (un porcentaje del valor) a específico (una cantidad fija por unidad de volumen del producto), es decir, de S/.2 por litro de vino.

Esto se debe a la diferencia que se da entre ser un productor nacional o un importador. El primero paga ISC sobre su producto elaborado, que incluye publicidad, gastos generales y gastos administrativos, entre otros, mientras que el segundo sólo paga ISC sobre el valor de aduanas.

2. Requisitos específicos para la Importación de Muestras.

Para la importación de vino (como muestras) los requisitos son los siguientes:

- Certificado de Libre Venta en país exportador.
- Certificado de Análisis.
- Factura Comercial.
- PackingList.

- Formulario solicitud de autorización de importación de alimentos o bebidas no destinadas al comercio (menor a 100 kg o su equivalente). Se recaba en DIGESA (Dirección de Salud Ambiental).
- Pago de tasa S/.170.00. (equivale aproximadamente \$./63.00 USD)
El trámite deberá ser realizado antes del embarque de los vinos, ya que sin esta autorización no se podrá realizar el retiro de las muestras. La duración del trámite es de 5 días útiles.

Al igual que para los vinos de tamaño comercial, las restricciones fitosanitarias son las mismas.

3. Nueva Ley de Etiquetado/Rotulado

A partir del 1ero de Enero del 2011 algunos nuevos requerimientos se han agregado para proteger al consumidor peruano en el cual se exige que en el rotulado de los productos se incluya la Declaración de ingredientes y aditivos empleados en la elaboración del producto y a su vez, las condiciones de conservación.

Para más información, revisar los anexos, en los cuales se incluye dichos requerimientos.

B. IDENTIFICACIÓN DE LAS AGENCIAS ANTE LAS CUALES SE DEBEN TRAMITAR PERMISOS DE INGRESO, REGISTRO DE PRODUCTOS Y ETIQUETAS

La División de Registro Sanitario y Certificación Sanitaria tiene como objetivo evaluar el cumplimiento de los lineamientos técnico normativo y requisitos para el otorgamiento del Certificado de Registro Sanitario de Alimentos y Bebidas industrializados, sean de fabricación nacional o importada, así como generar un sistema único de codificación, sujetos a vigilancia y control sanitario (Disponible en [http:// www.digesa.minsa.gob.pe](http://www.digesa.minsa.gob.pe)).

ANEXO 2: ESTADÍSTICAS – 2011

PRINCIPALES PAÍSES DE ORIGEN	CANTIDAD (KG)	MONTO (US\$)	% PARTICIPACIÓN
Argentina	3,224,432.91	11,376,267.02	46.11
Chile (2)	3,972,395.31	8,869,272.22	35.95
España	652,484.06	2,766,337.38	11.21
Italia	108,608.08	585,462.87	2.37
Francia	83,397.93	555,853.69	2.25
Alemania	63,678.19	219,998.78	0.89
Estados Unidos	80,334.90	211,106.62	0.86
Portugal	11,440.95	40,474.96	0.16
Australia	9,220.73	28,186.24	0.11
Uruguay	1,755.00	13,468.99	0.05
Israel	4,070.86	5,297.55	0.02
Bolivia	837.67	2,746.30	0.01
Total	8,212,656.59	24,674,472.62	100

Fuente: Disponible en <http://www.mercosuronline.com>

ANEXO 3: ESTADÍSTICAS – 2010

PRINCIPALES PAÍSES ORIGEN	CANTIDAD (KG)	MONTO (US\$)	% PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO
Argentina	3,115,661.40	8,017,020.73	45.9
España	412,196.45	2,370,149.99	6.07
Italia	108,564.86	429,221.09	1.6
Chile (2)	2,953,192.50	6,406,341.60	43.51
Subtotal	6,589,615.21	17,222,733.41	97.08
Total	6,787,368.51	18,061,366.37	100

Fuente: Disponible en <http://www.mercosuronline.com>

ANEXO 4: ESTADÍSTICAS 2009

PRINCIPALES PAÍSES DE ORIGEN	CANTIDAD (KG)	MONTO (US\$)	% PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO
Argentina	3,100,391.24	8,161,981.63	49.22
España	313,952.85	1,630,322.95	9.83
Italia	102,108.31	405,924.23	2.45
Chile (2)	2,586,582.60	5,572,472.10	33.60
Subtotal	6,589,615.21	15,770,700.91	95.10
Total	6,290,011.6	16,582,691.26	100

Fuente: Disponible en <http://www.mercosuronline.com>