

Este trabajo de un esfuerzo público-privado, en los últimos años se ha generado un incremento en las cifras de las exportaciones del pisco, que augura buenas expectativas para el posicionamiento del destilado a nivel internacional.

Buscando expandir sus fronteras

El salir a los mercados internacionales ha sido un proyecto ampliamente anhelado por la industria pisquera, que durante los últimos años ha trabajado arduamente para posicionar al destilado



CONTINÚA EN PÁGINA 14



El año pasado tuvimos exportaciones de alrededor de US\$ 4 millones que fueron un 27% más que el año anterior y 70% más que el 2023, así que estamos muy contentos. Estamos llegando a más de 70 mercados y lo relevante es que también hay varias empresas que están exportando por primera vez, lo que nos pone muy contentos”.

IGNACIO FERNÁNDEZ
DIRECTOR GENERAL DE PROCHILE

nacional como producto de exportación.

De la mano de la campaña “Chilean Pisco: First Spirit”, iniciativa ejecutada por ProChile en colaboración con Pisco Chile, se ha concretado una importante inversión que ha permitido desarrollar actividades de promoción en diversos países del mundo, que han incluido la participación en las ferias de destilados más importantes a nivel global, campañas en medios de comunicación, capacitación de bartenders y prensa especializada, entre otras acciones que ya están teniendo sus primeros resultados.

Según cifras de ProChile y Pisco Chile, basadas en datos del Servicio Nacional de Aduanas, durante el 2025 los envíos internacionales de pisco volvieron a crecer, al registrar exportaciones por un valor de US\$ 3,9 millones, un salto de 27,6% respecto del año anterior. Destaca además que durante este periodo 24 empresas de la industria realizaron envíos al extranjero, cuatro más que en 2024, cuyos productos llegaron a 40 mercados en el mundo.

Según explican desde la entidad, los datos nacen de una nueva metodología para medir estos envíos, la cual excluye a otros licores como aguardiente o brandy –cuyas exportaciones se registran por la misma glosa que el pisco– para reflejar de mejor manera los envíos internacionales del tradicional destilado de Coquimbo y Atacama. Bajo esta nueva metodología, se evidencia un aumento constante en las exportaciones



en los últimos tres años: desde US\$ 2,3 millones en 2023 a US\$ 3 millones en 2024 y a US\$ 3,9 millones en 2025.

“El año pasado tuvimos exportaciones de alrededor de US\$ 4 millones que fueron un 27% más que el año anterior y 70% más que el 2023, así que estamos muy contentos. Estamos llegando a más de 70 mercados y lo relevante es que también hay varias empresas que están exportando por primera vez, lo que nos pone muy contentos”, manifestó el director general de ProChile, Ignacio Fernández, durante la inauguración del Encuentro Internacional del Pisco “Chilean Pisco First Spirit”, inaugurado este martes en la capital regional.

Este evento de promoción forma parte de las actividades de promoción internacional y tiene como objetivo presentar la oferta de este producto en 12 mercados extranjeros. Cuenta con la participación de 27 empresas pisqueras y 18 empresas

internacionales provenientes de Francia, Japón, Estados Unidos, Reino Unido, España, Argentina, Alemania, Brasil, China, Corea del Sur, Canadá y Suecia.

En tanto, de acuerdo al reporte dado a conocer por ProChile, China fue el principal mercado de destino para el pisco en 2025, al recibir envíos por más de US\$ 1 millón, que es casi 5 veces más que el año anterior. También hubo aumentos relevantes en los envíos a Alemania, con un salto de 73%, hasta los US\$ 458 mil en exportaciones; España, que recibió US\$ 310 mil, más del doble que el año





Nosotros actualmente estamos bien establecidos en mercados principales como Estados Unidos, Alemania, Argentina, donde hemos podido trabajar de la mano con importadores para desarrollar las marcas e ir aumentando los volúmenes de exportación”.

CRISTIAN PIMENTEL
 EXPORT MANAGER
 DE COMPAÑIA PISQUERA DE CHILE

anterior; o Japón, donde los envíos aumentaron más de 22% y superaron los US\$ 127 mil. En Latinoamérica, Argentina fue el principal destino de los envíos, con US\$ 76 mil, un crecimiento de más de 14%.

Respecto de esta experiencia de internacionalización, Cristian Pimentel, Export Manager de Compañía Pisquera de Chile, manifiesta que ha sido un gran desafío, que tiene que ir muy de la mano de la educación y un trabajo muy cercano con los importadores para poder empujar la categoría y desarrollar las marcas.

“Nosotros actualmente estamos bien establecidos en mercados principales como Estados Unidos, Alemania, Argentina, donde hemos podido trabajar de la mano con importadores para desarrollar las marcas e ir aumentando los volúmenes de exportación”. Sostiene además que el producto ha tenido una muy buena recepción. “La gente destaca mucho la facilidad de consumo del pisco tanto puro como en cócteles. Al compararlo con otras categorías, por ejemplo, como vodka o gin, encuentran que es un destilado un poco más amigable. La recepción siempre ha sido buena tanto en su forma pura como también en coctelería”, indica.

En cuanto a las proyecciones que tienen a nivel internacional, el ejecutivo sostiene que “obviamente aumentar los volúmenes de exportación, pero también desarrollar las marcas en los mercados clave. Por ejemplo, yo veo los mercados de Asia y Europa y en el mercado de Alemania hemos tenido buenos volúmenes año a año, pero ahora el desafío y, lo estamos haciendo, es trabajar más de la mano con el importador para poder desarrollar la marca”, precisa.

marzo de 2026, de acuerdo a las cifras de Inteligencia de Mercado de ProChile, con datos del Servicio Nacional de Aduanas, el pisco registra presencia en 18 mercados en este periodo. China se suma como el principal destino con US\$ 127.925, equivalente al 18,7% del total. Le siguen Estados Unidos (US\$ 117.014), España (US\$ 86.271), Canadá (US\$ 84.472) y Argentina (US\$ 62.899). En conjunto, estos cinco mercados concentran el 69,9% del valor exportado, lo que indica una diversificación mayor que la observada a nivel de empresa, pero todavía con una concentración relevante en pocos destinos de tracción.

“En marzo de 2026, la estructura de destinos se amplió a 13 mercados, muy por encima

de los 4 observados en febrero. Estados Unidos, Alemania y Canadá explicaron el 68,2% del valor mensual, mientras que los cinco primeros destinos representaron el 85,4%. Este patrón sugiere que el mejor resultado del mes combinó recuperación de mercados tradicionales con una mayor dispersión geográfica de los embarques, lo que moderó la extrema concentración observada en febrero”, sostuvo la directora regional de ProChile Coquimbo, Paola Vásquez.

En tanto, en marzo de 2026 las exportaciones de pisco sumaron US\$ 309.119, lo que representa un aumento de +59,6% respecto de marzo de 2025 (US\$ 193.741).



CIFRAS 2026

En cuanto a los antecedentes enero-