



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Comisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚ

Dirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior

“Decenio de la Igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la Unidad, la Paz y el Desarrollo”

INFORME Nº 20-2023-PROMPERÚ/DO- ONDE

A : Sra. Patricia Talavera
Directora de las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior

Cc : Hugo Guevara - Coordinador

Asunto : Ficha Mercado - Producto No. 4-2023 sobre el mercado para
aguardientes, licores y bebidas espirituosas en India.

Lugar y Fecha : Nueva Delhi, 11 de mayo del 2023

Estimada Señora Talavera,

Aprovecho la ocasión para alcanzarle mis saludos.

Adjunto al presente documento, la ficha mercado - producto No. 4-2023 correspondiente al mercado en India para aguardientes, licores y bebidas espirituosas en India, elaborado por la OCEX Nueva Delhi.

Este informe reemplaza al Informe No. 16-2023-PROMPERÚ-ONDE del 28 de abril del 2023.

Alcanzo este documento para los fines que estime conveniente.

Sin otro particular,

Atentamente,



LUIS MIGUEL CABELLO
Consejero Económico Comercial
OCEX Nueva Delhi



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y TurismoComisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚDirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior“Decenio de la Igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la Unidad, la Paz y el Desarrollo”

FICHA MERCADO – PRODUCTO

I. DATOS DEL REGISTRO DE LA FICHA																																																											
1.1. Nombre de la OCEX	Nueva Delhi		1.2. Fecha	28-04-2023																																																							
1.3. Elaborado por:	Nombres y apellidos	Luis Cabello																																																									
	Cargo	Consejero Económico Comercial del Perú en Nueva Delhi, India																																																									
II. DATOS DEL MERCADO – PRODUCTO																																																											
2.1 Producto	Aguardientes, Licores y demás espirituosas - Pisco																																																										
2.2 Nomenclatura arancelaria	Partida 2208: Alcohol Etílico sin desnaturalizar con grado alcohólico volumétrico inferior a 80% en volumen; aguardientes, licores y demás bebidas espirituosas. 2208202100 - Pisco																																																										
2.3 Denominación o nombre comercial en el país de destino	Spirits																																																										
2.4 Requisitos de acceso al mercado (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros)	<p>2.4.1 Aranceles e impuestos a la importación</p> <p>De acuerdo al Central Board of Indirect Taxes & Customs del Ministerio de Finanzas de la India, los aranceles e impuestos a la importación de productos comprendidos dentro de la partida 2208: se muestran en el Cuadro 1:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="6">Cuadro 1: Aranceles de importación para la partida bajo la cuál se importan productos de la partida 2208: Alcohol Etílico sin desnaturalizar con grado alcohólico volumétrico inferior a 80% en volumen; aguardientes, licores y demás bebidas espirituosas.</th> </tr> <tr> <th>Sub-Partida</th> <th>BCD</th> <th>AIDC</th> <th>SWS</th> <th>IGST</th> <th>TOTAL DUTY</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>220820 Spirits obtained by distilling grape wine or grape marc</td> <td>150%</td> <td>100%</td> <td>10%</td> <td>0%</td> <td>330%</td> </tr> <tr> <td>220830 Whiskies</td> <td>150%</td> <td>100%</td> <td>10%</td> <td>0%</td> <td>330%</td> </tr> <tr> <td>220840 Rum and other spirits obtained by distilling fermented sugarcane products</td> <td>150%</td> <td>100%</td> <td>10%</td> <td>0%</td> <td>330%</td> </tr> <tr> <td>220850 Gin and Geneva</td> <td>150%</td> <td>100%</td> <td>10%</td> <td>0%</td> <td>330%</td> </tr> <tr> <td>220860 Vodka</td> <td>150%</td> <td>100%</td> <td>10%</td> <td>0%</td> <td>330%</td> </tr> <tr> <td>220870 Liquors and cordials</td> <td>150%</td> <td>100%</td> <td>10%</td> <td>0%</td> <td>330%</td> </tr> <tr> <td>220890 Los demás</td> <td>150%</td> <td>100%</td> <td>10%</td> <td>0%</td> <td>330%</td> </tr> </tbody> </table> <p>BCD: Basic Custom Duty AIDC: Agriculture Infrastructure and Development Cess IGST: Integrated Goods and Service Tax</p>					Cuadro 1: Aranceles de importación para la partida bajo la cuál se importan productos de la partida 2208: Alcohol Etílico sin desnaturalizar con grado alcohólico volumétrico inferior a 80% en volumen; aguardientes, licores y demás bebidas espirituosas.						Sub-Partida	BCD	AIDC	SWS	IGST	TOTAL DUTY	220820 Spirits obtained by distilling grape wine or grape marc	150%	100%	10%	0%	330%	220830 Whiskies	150%	100%	10%	0%	330%	220840 Rum and other spirits obtained by distilling fermented sugarcane products	150%	100%	10%	0%	330%	220850 Gin and Geneva	150%	100%	10%	0%	330%	220860 Vodka	150%	100%	10%	0%	330%	220870 Liquors and cordials	150%	100%	10%	0%	330%	220890 Los demás	150%	100%	10%	0%	330%
Cuadro 1: Aranceles de importación para la partida bajo la cuál se importan productos de la partida 2208: Alcohol Etílico sin desnaturalizar con grado alcohólico volumétrico inferior a 80% en volumen; aguardientes, licores y demás bebidas espirituosas.																																																											
Sub-Partida	BCD	AIDC	SWS	IGST	TOTAL DUTY																																																						
220820 Spirits obtained by distilling grape wine or grape marc	150%	100%	10%	0%	330%																																																						
220830 Whiskies	150%	100%	10%	0%	330%																																																						
220840 Rum and other spirits obtained by distilling fermented sugarcane products	150%	100%	10%	0%	330%																																																						
220850 Gin and Geneva	150%	100%	10%	0%	330%																																																						
220860 Vodka	150%	100%	10%	0%	330%																																																						
220870 Liquors and cordials	150%	100%	10%	0%	330%																																																						
220890 Los demás	150%	100%	10%	0%	330%																																																						



PERÚ

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo—PROMPERÚ

Dirección de las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior

“Decenio de la Igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la Unidad, la Paz y el Desarrollo”

	<p>SWS: Social Welfare Surcharge Fuente: Central Board of Indirect Taxes & Customs. Department of Revenue, Ministry of Finance, Government of India.</p> <p>Cabe mencionar que el IGST es un impuesto similar al Impuesto General a las Ventas que se aplica en el Perú y, por lo tanto, es recuperable.</p> <p>El SWS del 10% corresponde al porcentaje de los tributos pagables y no al valor importado. Entonces en aquellos casos en los que el CBD es 0 los tributos a pagar son 0 y por tanto el SWS es nulo.</p> <p>2.4.2 Requisitos del Food Safety and Standards Authority of India (FSSAI)</p> <p>En India, la autoridad en materia de inocuidad es el Food Safety and Standards Authority of India (FSSAI), el cual establece las normas y regulaciones de carácter técnico para los alimentos que se importan, distribuyen, venden y consumen en el territorio de la India. La página web de esta institución, en la cual se encuentran las regulaciones sobre alimentos y bebidas en India, puede revisarse en el siguiente link: https://www.fssai.gov.in/</p> <p>Es importante tener en cuenta las siguientes regulaciones del Food Safety and Standards Authority of India (FSSAI), para el caso de las bebidas alcohólicas o “spirits”, las cuales se encuentran contenidas dentro de la siguiente regulación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Food Safety and Standards (Alcoholic Beverages) Regulations, 2018, donde se establecen los requisitos que deben cumplir todas aquellas bebidas que contengan alcohol en India, esto incluye a las bebidas destiladas, a los vinos y a las cervezas. <p>https://fssai.gov.in/upload/uploadfiles/files/Gazette_Notification_Alcoholic_Beverages_05_04_2018.pdf</p> <p>Para el caso del Pisco no existe una regulación específica; sin embargo, debe cumplir con lo especificado dentro de la categoría (Part 2) Distilled Alcoholic Beverages- 2.1.1. Grape brandy: <i>Grape brandy shall be an alcoholic distillate obtained solely from the fermented juice of grapes. Distillation shall be carried out to a suitable strength in such a way that the distillate has an aroma and taste characteristics derived from the grapes used and the constituents formed during fermentation.</i></p>
<p>2.5 Tendencias del mercado (no incluir estadísticas de comercio exterior)</p>	<p>2.5.1 Importaciones de aguardientes, licores y bebidas espirituosas en la India</p> <p>A fin de tener una idea clara de la tendencia que experimentan las importaciones de bebidas alcohólicas en la India se tendrá en consideración y se analizarán las importaciones totales comprendidas dentro de la Partida 2208 “Alcohol etílico sin desnaturalizar con grado alcohólico volumétrico inferior a 80% en volumen; aguardientes, licores y demás bebidas espirituosas”.</p>



“Decenio de la Igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la Unidad, la Paz y el Desarrollo”

Con la finalidad de esquematizar la composición de las importaciones totales de aquellos productos comprendidos dentro de esta partida (2208), en el **Anexo 1**, se muestran las importaciones y exportaciones totales de la India. Asimismo, se muestran los valores exportados por el Perú.

De acuerdo al **Anexo 1**, las importaciones de la India para el año financiero 2021-2022 de productos comprendidos dentro de la Partida 2208 ascendió a \$ 318.46 millones, lo cual refleja un crecimiento de alrededor del 60% con comparación con el valor importado en el año financiero 2020-2021 donde se importó un valor de \$ 198.70 millones. Es importante indicar que dentro de este valor importado se incluyen las importaciones de Pisco. En el Gráfico 1 se muestra el comportamiento de las importaciones de la India para la Partida 2208, tal como se puede apreciar durante los últimos años se mostraba una tendencia creciente en las importaciones, las cuales se vieron afectadas durante la pandemia debido al cierre de hoteles, bares, wineshops, restaurantes etc. Sin embargo, para el año financiero 21-22 se ha mostrado una rápida recuperación y se espera que la tendencia creciente se mantenga en los próximos años.



El **Cuadro 2** muestra la composición de las importaciones dentro de la **Partida 2208: Alcohol etílico sin desnaturalizar con grado alcohólico volumétrico inferior a 80% en volumen; aguardientes, licores y demás bebidas espirituosas** en la India. Tal y como se puede observar el principal producto importado dentro de la partida 2208 corresponde al whisky (subpartida 220830), cuyas importaciones representan aproximadamente el 62% de las importaciones de la partida 2208. El origen de este producto es, principalmente, el Reino Unido, seguido en menor medida por EE.UU. Irlanda y Japón. Es de resaltar el crecimiento de las importaciones de whisky japonés, debido a los esfuerzos de branding de sus marcas.



“Decenio de la Igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la Unidad, la Paz y el Desarrollo”

En segundo lugar, dentro de las bebidas importadas, el tequila es la bebida alcohólica de más rápido crecimiento, importándose dentro de la subpartida 220890, es por ello que esta es la segunda subpartida con el mayor valor importado. En tercer lugar, se tienen las importaciones de Vodka proveniente principalmente de Suecia.

Completando la lista de las bebidas espirituosas más importadas en la India se encuentra el brandy, el cual se importa dentro de la subpartida 220820. Este licor se encuentra en el cuarto lugar, con importaciones provenientes principalmente de Francia. Cabe señalar que es dentro de esta subpartida dentro de la cual también se realizan algunas importaciones de Pisco, aunque en valores aún mínimos.

Cuadro 2: Importaciones en la India para productos de la partida 2208: Alcohol Etílico sin desnaturalizar con grado alcohólico volumétrico inferior a 80% en volumen; aguardientes, licores y demás bebidas espirituosas.

		2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22
220820	Destilados de uva	11.05	18.73	21.59	20.36	7.23	13.29
220830	Whiskies	141.27	169.42	203.23	218.0	114.99	199.02
220840	Ron y Tafia	1.54	1.80	1.50	1.20	1.07	1.25
220850	Gin y Ginebra	17.09	18.18	21.18	17.47	3.99	6.93
220860	Vodka	0.11	0.48	0.56	2.03	7.22	16.39
220870	Licores y cordiales	19.52	7.47	8.41	7.60	5.57	7.83
220890	Los demás	71.67	73.37	84.44	75.38	58.62	73.76
	Total importado	262.23	289.45	340.91	342.03	198.70	318.46

2.5.2 Tendencias generales del mercado de bebidas alcohólicas, licores y espirituosas en la India

De acuerdo a una publicación de “The Times of India”, la India es uno de los mercados de más rápido crecimiento a nivel global para las bebidas alcohólicas, con un tamaño estimado de mercado de US \$ 52.5 billones en el 2020, y que conforme al Indian Council for Research on International Economic Relations (ICRIER), este mercado espera tener un crecimiento anual compuesto del 6.8% entre el 2020 y 2023.

Respecto a las preferencias de bebidas alcohólicas en India en el año 2022, según statista.com, la cerveza es la bebida favorita (24%), seguida por el vino (22%), mientras que el whisky ocupa el tercer lugar dentro de la lista de preferencias (16 %), seguida por el Vodka (11%) y el Ron (7 %). Esta misma fuente indica que, específicamente en cuanto al mercado de las espirituosas en India, se espera que tenga un crecimiento anual del 5.18 % durante los años 2023-2027.

De acuerdo a información del Departamento de Comercio del Ministerio de Comercio e Industria de la India, las importaciones de bebidas espirituosas en este país, comprendidas dentro del Capítulo 2208, para el año financiero (FY) 2021-22 ascendieron a US \$



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Comisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚ

Dirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior

“Decenio de la Igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la Unidad, la Paz y el Desarrollo”

	<p>318.46 millones, representando un incremento del 60.27 % en comparación con el valor importado durante el FY 2020-21. Cabe señalar que los valores importados durante el Año Financiero 2020-21 marcaron un retroceso en la tendencia creciente debido al impacto que representó la pandemia en el sector HORECA en India. Aun así, se muestra una rápida recuperación esperándose que para el próximo periodo se igualen o superen los niveles importados pre-pandemia cuando en el FY 2019-20 se importó un valor de US \$ 342.04 millones.</p> <p>De acuerdo a diferentes publicaciones basadas en datos de la Scotch Whisky Association (SWA) señalan que la India se ha convertido en el principal país consumidor (en volumen) de Scotch Whisky habiendo consumido 219 millones de botellas durante el año 2022, superando a Francia. Otra bebida que ha ganado rápida popularidad en el mercado indio es el tequila, que, aunque el porcentaje de preferencia por parte de los consumidores indios es de tan solo 2%, sus importaciones en este país han mostrado un rápido y sostenido crecimiento debido a la gran influencia de estrellas internacionales de cine y cantantes que representan a esta bebida. Actualmente, es posible encontrarla en todos los bares y restaurantes de las principales ciudades indias. Es tal la popularidad que ha ganado esta bebida que, destilerías indias han comenzado a fabricar esta bebida típicamente mexicana y han creado marcas locales como Pistola y Desmondji las cuales empiezan a crecer rápidamente en el mercado. De acuerdo a Kunal Patel, Manager de la empresa importadora de licores Monika Enterprises, los consumidores indios están moviéndose rápidamente del Gin hacia el tequila lo cual explica su expansión.</p> <p>Aun así, existen diferentes retos dentro del sector de espirituosas en India. Uno de estos es la necesidad de educar a los consumidores los cuales, aunque en la actualidad están más enterados de las tendencias globales, mediante viajes, redes sociales y otros, aún necesitan mayor exposición a las tendencias globales, particularmente las tendencias o modas de occidente que luego son replicadas en oriente.</p> <p>Otro de los retos en India está relacionado, sin lugar a dudas, a los aranceles de importación el cual para todos los tipos de bebidas alcohólicas es del 150%. De acuerdo al International Spirits and Wines Association of India (ISWAI), los impuestos suman entre el 67 y el 80% del precio de la bebida alcohólica, dejando un mínimo margen para los proveedores y comerciantes. De acuerdo a información del ICEX España, en la formación de precios inciden directamente 3 elementos, los aranceles que fija el Gobierno Central, los impuestos estatales y los márgenes de los distribuidores.</p> <p>Además del tema arancelario, existen otras restricciones en India a considerar. Como ejemplo, en el año 2016 se estableció una prohibición para la venta de alcohol en un rango de 500 metros de distancia de las principales carreteras, lo cual dio como resultado no solo el cierre de un gran número de “wineshops” sino, además, el cierre de otro tipo de negocios que también expendían licores. A esto se suma el hecho de que en algunos estados de la India exista una prohibición total a la venta de bebidas alcohólicas. Actualmente son 5 estados en los cuales el alcohol está completamente prohibido de comercializarse: Gujarat, Daman, Bihar, Nagaland y Manipur</p>
--	--



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Comisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚ

Dirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior

“Decenio de la Igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la Unidad, la Paz y el Desarrollo”

y en algunos otros estados también hay planes para prohibir su consumo. Las razones para la prohibición son principalmente de índole social por las consecuencias que el alcoholismo ha tenido en el sector rural. A pesar de ello, los estados donde no se ha establecido la prohibición son aquellos que concentran el grupo objetivo y de mayores ingresos económicos para las bebidas importadas.

La distribución de alcohol en India está condicionada por una regulación restrictiva y compleja. Hasta el 2001 tan solo estaban autorizados a importar licores, previa justificación, algunos hoteles y el personal diplomático. La importación se ha liberalizado, pero la distribución y venta sigue estando sometida a una larga serie de normas y condicionantes que varían en cada estado. Como resultado de la intervención del gobierno central y de los estados, el sistema de licencias tanto para la distribución comercial como para el consumo privado es muy complicado y encarece enormemente el producto final.

Sin lugar a dudas el mercado de las bebidas espirituosas en la India viene creciendo rápidamente, no solo por la importación de bebidas dirigidas hacia el segmento socioeconómico más alto; pero, principalmente por su robusta industria local de destilerías, la cual no solo fabrica bebidas tradicionales locales, sino además también “Indian-made foreign liquor” dirigidas al consumidor masivo. En cualquiera de los casos, el incremento en los ingresos disponibles, cambios demográficos, la búsqueda de un estilo de vida moderno, y el rápido crecimiento de la industria HoReCa con cadenas internacionales de hoteles y restaurantes, son los principales ejes que sostienen el crecimiento de consumo de bebidas alcohólicas en India.

En este contexto, el consumidor indio está constantemente buscando nuevas experiencias y descubriendo sus gustos en un mercado donde el consumo de bebidas alcohólicas no hace muchos años era visto como un tabú, mientras que hoy es símbolo de estatus y distinción. Esta tendencia sin lugar a dudas otorga grandes oportunidades para nuevas categorías de licores incluyendo al Pisco.

Cabe señalarse que, si bien la India representa un importante potencial para las bebidas alcohólicas importadas, es su industria local la que satisface en mayor proporción el consumo; es así que los IMFL (Indian Made Foreign Liquor) acaparan casi el 72% del mercado. Los estados de Karnataka, Maharashtra, West bengal, Odisha, Telangana, Delhi, Haryana, Punjab son los principales estados consumidores de espirituosas en India. El potencial es enorme considerando una población que ya sobrepasó los 1.3 billones de habitantes, y con una demografía cuya población tiene aproximadamente al 50% de sus habitantes por debajo de los 25 años y casi el 65% de su población por debajo de los 35 años.

Fuentes de información:

- Most preferred alcoholic beverages in India as of February 2022 <https://www.statista.com/statistics/1322230/india-favorite-alcoholic-drinks/#:~:text=According%20to%20a%20survey%20conducted,consumers%20preferred%20liqueurs%20and%20ciders.>



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Comisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚ

Dirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior

“Decenio de la Igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la Unidad, la Paz y el Desarrollo”

- Alcohol industry bemoans high taxation (December 15, 2022) <https://www.thehindu.com/business/Economy/alcohol-industry-bemoans-high-taxation/article66266286.ece>
- 10 of the biggest scotch whisky-consuming countries around the world (14 Feb 2023) <https://www.lifestyleasia.com/ind/dining/drinks/biggest-scotch-whisky-consuming-countries-france-india-to-russia/>
- India is largest whiskey consumer in world but urban Indians prefer beer: Survey (March 15, 2022) <https://timesofindia.indiatimes.com/business/india-business/india-is-largest-whiskey-consumer-in-world-but-urban-indians-prefer-beer-survey/articleshow/90216779.cms>
- All you wanted to know about mezcal, including tequila and made-in-India agave drinks (April 09, 2022) <https://www.moneycontrol.com/news/trends/features/all-you-wanted-to-know-about-mezcal-including-tequila-and-made-in-india-agave-drinks-8339121.html>
- Rs 3.9 trillion alcohol beverage market to grow at 6.8%: ICRIER https://www.business-standard.com/article/current-affairs/rs-3-9-trillion-alcohol-beverage-market-to-grow-at-6-8-icrier-121081601277_1.html
- After Gin, The Tequila Revolution is Taking Over India (Dec 28, 2021) <https://www.whatshot.in/delhi-ncr/after-gin-the-tequila-revolution-is-taking-over-india-c-29187>
- Tequila rising (April 23, 2021) <https://www.traveldine.com/tequila-rising/> Why the Indian alco-beverage industry is recording strong growth (January 8, 2023) <https://timesofindia.indiatimes.com/blogs/voices/why-the-indian-alco-beverage-industry-is-recording-strong-growth/> Why alcohol consumption is on the rise in India (09/30/2022) <https://www.dw.com/en/why-alcohol-consumption-is-on-the-rise-in-india/a-63296901>
- The Liquor Industry in India- All you need to know (Sep 22, 2022) [https://startuptalky.com/indian-liquor-industry/#:~:text=The%20liquor%20industry%20in%20India%20is%20one%20of%20the%20fastest,International%20Economic%20Relations%20\(ICRIER\).](https://startuptalky.com/indian-liquor-industry/#:~:text=The%20liquor%20industry%20in%20India%20is%20one%20of%20the%20fastest,International%20Economic%20Relations%20(ICRIER).)
- Developing principles for regulation of Alcoholic Beverages sector in India, Executive Summary https://icrier.org/pdf/ES/ES_Alcoholic_Beverages.pdf
- India's youth pushing alcoholic beverages market towards a new niche? Craft liquor <https://www.indianretailer.com/article/whats-hot/consumer-trends/india-s-youth-pushing-alcoholic-beverages-market-towards-a-new-niche-craft-liquor.a7165>



PERÚ

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo—PROMPERÚ

Dirección de las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior

“Decenio de la Igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la Unidad, la Paz y el Desarrollo”

	<ul style="list-style-type: none">• The Indian spirits industry https://blog.drinktec.com/cross-industry/the-indian-spirits-industry/
2.6 Estacionalidad de la producción local	<p>Con respecto a la producción local en la India, en este país la industria del licor incluye los “licores extranjeros manufacturados en India” (IMFL), “licores del país”, “licores extranjeros embotellados en origen” (BIO), alcohol ilegal, y el segmento de la cerveza y del vino. EL mercado para los IMFL está incrementándose a una tasa del 9 a 10% anual. El sur de la India domina el mercado de alcohol IMFL teniendo casi el 60% de las ventas totales de IMFL y el 45% del total de ventas de cervezas. (Sowmya <i>et al.</i>,2016).</p> <p>Con respecto a los IMFL, hay un gran crecimiento en India para el vodka, a diferencia de los otros tipos de licores. Los licores del país tienen un contenido de alcohol de 33% en v/v y se producen en destilerías locales con licencia para llevar a cabo esta operación, estos licores son elaborados con materiales en bruto como melaza y granos, mientras que en los estados del sur se utilizan insumos como el coco y productos de la palma para la producción de licores locales. Estos son llamados: Arrack, Desi Sharaab, Daru, Tharra, Toddy, Fenny y Tari. El costo de producción de estos licores es muy baja y los impuestos además son menores en comparación con otros licores. La idea de la producción de “licores del país” es de proveer alcohol de bajo costo para contrarrestar el comercio ilícito de licor. Este tipo de alcohol es el de mayor consumo en el mercado de la India, principalmente en sectores rurales.</p> <p>El mercado para las bebidas espirituosas en la India representa un negocio muy redituable por lo que la producción por parte de las empresas locales es durante todo el año y manejan diferentes líneas de productos de acuerdo al público objetivo, a continuación se listan las principales compañías manufactureras de bebidas alcohólicas en la India:</p> <ul style="list-style-type: none">• Empee Distilleries Ltd.• Globus Spirits Ltd• G.M. Breweries Limited• IFB Agro Industries Ltd.• Jagatjit Industries Ltd.• Mohan Meakin Ltd.• Radico Khaitan• Tilaknagar Industries Ltd.• United Spirits Ltd.• United Breweries Ltd. <p>Fuente: Team Mishry (s/a). Top Liquor Companies in India. https://mishry.com/top-liquor-companies-in-india</p>
2 Principales puntos de ingreso del producto al mercado (puertos y/o aeropuertos)	La India cuenta con instalaciones portuarias ubicadas a lo largo de sus costas tanto en el Mar de Arabia como en la Bahía de Bengala, teniendo un total de 13 puertos. La India posee puertos de descarga tanto marítimos como aéreos; los 13 principales puertos de entrada son los de Kandla, Mumbai, Mundra, Cochin, Murmagoa, y New Mangalore en la costa Oeste; y Chennai, Tuticorin,



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Comisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚ

Dirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior

“Decenio de la Igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la Unidad, la Paz y el Desarrollo”

	<p>Vishakhapatnam, Paradeo, Ennore y Kolkata en la costa Este. El puerto de Mumbai seguido por el de Chennai son los más grandes puertos donde llegan los contenedores con alimentos y bebidas a la India.</p> <p>Mientras que los envíos aéreos típicamente arriban a los aeropuertos de Mumbai o Delhi, India posee 32 aeropuertos, los cuales prestan servicios de aduanas, y por lo general de almacenamiento de carga dentro de los terminales, disponiendo de una adecuada infraestructura aeroportuaria para el tráfico nacional e internacional, tanto de pasajeros como de carga. Los principales aeropuertos del país por su capacidad de almacenamiento, así como por su conexión con otras ciudades son: Mumbai, Nueva Delhi, Trivandrum, Chennai, Cochin, Calcuta, Bangalore, Paradip y Hyderabad.</p> <p>En la India los envíos de licores llegan principalmente al aeropuerto de Nueva Delhi y al puerto de Nhava Sheva en Mumbai.</p>
<p>3 Descripción de la cadena de distribución y comercialización del producto en el mercado (identificar los principales actores en cada eslabón de la cadena)</p>	<p>De acuerdo a ICEX España, en la India los principales volúmenes de comercio se mueven en el canal minorista off-trade, dominado por las tiendas especializadas o “wine shops”, en su mayoría controladas por los gobiernos de los estados y que distribuyen productos de bajo precio y en su mayoría producidos localmente. El comercio on-trade, consumo directo en los establecimientos de hostelería está creciendo a medida que aumenta el número de restaurantes y cambian los hábitos de consumo.</p> <p>Es importante mencionar que cada estado dentro de India tiene leyes específicas para el otorgamiento de licencias para el expendio de licores. Tanto los “wine shops” como los restaurantes y hoteles deben tener su licencia para la venta de estos.</p>



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Comisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚ

Dirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior

“Decenio de la Igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la Unidad, la Paz y el Desarrollo”



Traditional Wine Shop in India

A continuación, se presenta un flujograma propuesto de la cadena de distribución de licores en la India (**Figura 1**). Tal como se mencionó en este mercado existen los importadores de bebidas (licores, cervezas y vinos), los fabricantes locales de bebidas extranjeras (IMFL) tales como ron, whisky, entre otras. Además de ellos existen los que se dedican a la fabricación de licores típicos del país.

Como se mencionó, las empresas que fabrican estos licores típicos de India distribuyen su producto casi en su totalidad en los “wine shops”, ya que estas bebidas alcohólicas son de bajo costo y accesibles a la mayoría de consumidores de la clase media baja y otras clases socioeconómicas más bajas. De igual forma los fabricantes de IMFL distribuyen sus productos principalmente mediante estos “wine shops” considerando su bajo precio y el público consumidor al cual están orientados. Sin embargo, varias de las destilerías (IMFL) tienen una amplia línea de productos orientados a diferentes segmentos de consumidores, por lo que ahora están ingresando a los sectores Premium, por lo cual también abastecen a algunas tiendas especializadas, así como bares. Por citar un ejemplo, el caso de los vinos de la compañía india SULA, la cual tiene diferentes variedades de vinos con diferentes precios, estos pueden encontrarse tanto en los “wine shops” con sus vinos de menor precio, así como además tienen otros vinos dirigidos a otros segmentos socioeconómicos.



“Decenio de la Igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la Unidad, la Paz y el Desarrollo”

En cuanto a las empresas importadores y mayoristas, estas son los que importan pagando los aranceles establecidos por el Gobierno de la India, además de tener que pagar por la licencia de venta y distribución; es así que estas abastecen principalmente a las tiendas especializadas, bares, hoteles y restaurantes, principalmente con espirituosas de marcas Premium, dirigidas hacia el segmento más exclusivo de consumidores.

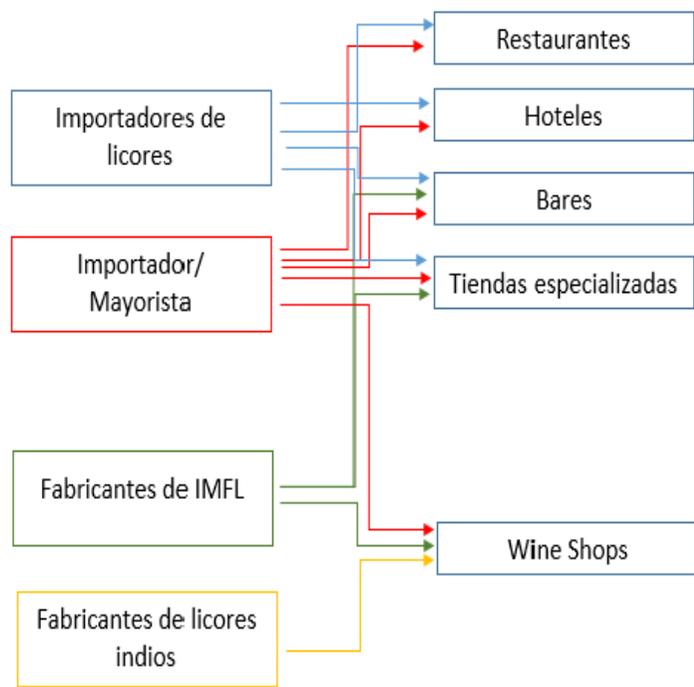


Figura 1: Cadena de distribución de bebidas espirituosas en la India

4 Criterios de los actores claves de los canales de distribución y comercialización para la selección de proveedores (en orden de importancia)

- **Prestigio y reconocimiento de la bebida (consumidores):** En relación a las bebidas importadas, los consumidores de los grupos socioeconómicos más altos de la India están abiertos a probar nuevas alternativas. Sin embargo, prefieren aquellas bebidas populares internacionalmente y de marcas reconocidas. En este sentido el Pisco es un licor nuevo en la India y es necesario buscar que el consumidor asocie Pisco con el Perú, de la misma forma que asocian al Tequila con México ya que de esta manera esta bebida viene creciendo en cuanto a la preferencia del público. Es por ello que es fundamental la promoción de la marca Perú en India tanto entre consumidores como entre importadores de modo que cuanto más consolidado esté el nombre de Perú en la India, el interés de los consumidores será mayor por nuestro licor bandera y la



“Decenio de la Igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la Unidad, la Paz y el Desarrollo”

	<p>probabilidad de que más marcas y volúmenes de Pisco ingresen al mercado indio será mayor. Se debe enfatizar que particularmente en el mercado indio, el consumo de bebidas alcohólicas es un símbolo de status, por lo que el prestigio y reconocimiento de la marca es un factor determinante para la compra.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Margen (importadores): Tal y como se mencionó los importadores buscan trabajar con lo que el mercado demande, y además con aquellas marcas que les dejen un mayor margen de ganancia ya que los aranceles de importación son altos (alrededor del 150%). Por ello las empresas peruanas deberán trabajar precios especiales para la promoción, hasta lograr la consolidación del producto en el mercado de destino. De igual modo y de acuerdo a lo manifestado por las principales empresas importadoras, es fundamental el trabajo de promoción conjunto entre las exportadoras con el importador. • Regulaciones: El etiquetado de las botellas en origen debe tener en cuenta las normas de etiquetado en India, en la mayoría de oportunidades los importadores adhieren un sticker con información adicional, para el cumplimiento de los estándares vigentes en India. 																																								
<p>5 Presencia de la oferta peruana en el mercado (temporadas, puntos de venta)</p>	<p>Dentro de la Partida 4409 solo se ha realizado pequeñas exportaciones las cuales se muestran en el siguiente cuadro 4:</p> <table border="1" data-bbox="663 802 1890 1198"> <caption>Cuadro 3: Exportaciones peruanas de productos comprendidos dentro de la Partida 2208 a la India</caption> <thead> <tr> <th>Año</th> <th>Subpartida</th> <th>Producto</th> <th>Valor exportado \$ (FOB)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2014</td> <td>2208202100</td> <td>Pisco</td> <td>1,844</td> </tr> <tr> <td>2015</td> <td>2208202100</td> <td>Pisco</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>2016</td> <td>2208202100</td> <td>Pisco</td> <td>22,667</td> </tr> <tr> <td>2017</td> <td>2208202100</td> <td>Pisco</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>2018</td> <td>2208202100</td> <td>Pisco</td> <td>37,324</td> </tr> <tr> <td>2019</td> <td>2208202100</td> <td>Pisco</td> <td>25,883</td> </tr> <tr> <td>2020</td> <td>2208202100</td> <td>Pisco</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>2021</td> <td>2208202100</td> <td>Pisco</td> <td>5,382</td> </tr> <tr> <td>2022</td> <td>2208202100</td> <td>Pisco</td> <td>29,374</td> </tr> </tbody> </table> <p>Fuente: VeritradeCorp</p>	Año	Subpartida	Producto	Valor exportado \$ (FOB)	2014	2208202100	Pisco	1,844	2015	2208202100	Pisco	0	2016	2208202100	Pisco	22,667	2017	2208202100	Pisco	0	2018	2208202100	Pisco	37,324	2019	2208202100	Pisco	25,883	2020	2208202100	Pisco	0	2021	2208202100	Pisco	5,382	2022	2208202100	Pisco	29,374
Año	Subpartida	Producto	Valor exportado \$ (FOB)																																						
2014	2208202100	Pisco	1,844																																						
2015	2208202100	Pisco	0																																						
2016	2208202100	Pisco	22,667																																						
2017	2208202100	Pisco	0																																						
2018	2208202100	Pisco	37,324																																						
2019	2208202100	Pisco	25,883																																						
2020	2208202100	Pisco	0																																						
2021	2208202100	Pisco	5,382																																						
2022	2208202100	Pisco	29,374																																						
<p>6 Actividades de promoción idóneas para promover el producto</p>	<p>Con la finalidad de determinar las actividades de promoción más apropiadas para promover el producto peruano en el mercado de la India, primero es importante mencionar las siguientes conclusiones de acuerdo a lo desarrollado en la presente Ficha Producto-Mercado:</p>																																								



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Comisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚ

Dirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior

“Decenio de la Igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la Unidad, la Paz y el Desarrollo”

	<ul style="list-style-type: none">• India ha reconocido el origen del pisco como peruano. El Intellectual Property Appellate Board (IPAB) del Gobierno de la India, ha reconocido la indicación geográfica del pisco como peruano.• El arancel de importación para las bebidas alcohólicas en la India es alto (150%), esto genera que el precio de venta final al consumidor sea elevado. Esta medida de carácter proteccionista por parte del gobierno beneficia en gran medida a la industria local tanto de Indian Made Foreign Liquors (IMFL) así como de Country Spirits. A pesar de ello, las importaciones de bebidas espirituosas extranjeras continúan incrementándose.• El tamaño estimado del mercado de la India fue de US \$ 52.5 billones para el 2020, con un crecimiento anual compuesto esperado del 6.8% entre el 2020 y 2023. Las preferencias de bebidas alcohólicas indican que la cerveza es la bebida más consumida, seguida por el vino, siendo el whisky y el vodka la tercera y cuarta bebida más consumidas respectivamente. En cuanto a las principales bebidas importadas en el mercado de la India se encuentran en orden de prioridad el whisky, el tequila, el vodka y el brandy; es de resaltar la rápida penetración del tequila en la India, debido principalmente a los esfuerzos de marketing en el mercado, conjuntamente con el prestigio internacional que vienen desarrollando importantes marcas de este licor.• Los principales motores que impulsan el crecimiento del consumo de las bebidas espirituosas importadas en la India son:<ul style="list-style-type: none">➢ Crecimiento de las clases medias, altas y del número de millonarios en la India. Este crecimiento es mucho más rápido al de otros países en la región asiática, por lo que son consumidores potenciales para productos importados de un mayor valor.➢ Incremento de los ingresos disponibles para el gasto en bienes no esenciales o superfluos, lo cual permite que los consumidores frecuenten cada vez más restaurantes y bares, experimentando nuevas bebidas, incluyendo licores importados.➢ Creciente interés de los consumidores en productos importados, puesto que existe la premisa que los productos importados y de marcas globalmente reconocidas son superiores a los IMFL (whisky, vodka, ron, brandy) manufacturados localmente.➢ Rápida expansión y crecimiento del sector Horeca en las principales ciudades del país. Esto se refleja por el ingreso de cadenas globales de hoteles a la India, las cuales de igual modo ingresan con restaurantes ofreciendo gastronomía global. De igual modo hay un crecimiento en el número de bares, en las principales metrópolis del país.➢ El marketing de empresas importadoras conjuntamente con marcas globales viene incrementando la presencia de determinadas bebidas en India, como por ejemplo el tequila y el whisky japonés. Estos esfuerzos de marketing se complementan positivamente con la aparición de eventos de promoción y plataformas de interacción B2B tales como
--	--



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Comisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚ

Dirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior

“Decenio de la Igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la Unidad, la Paz y el Desarrollo”

	<p>Prowine India y Vinexpo India, eventos que representan importantes vitrinas de promoción para la interacción con el público especializado asistente.</p> <ul style="list-style-type: none">➤ Además de lo indicado líneas arriba, India es el país con la mayor población joven del mundo. Esta población busca tener estilos de vida más sofisticados, alejándose de lo tradicional para buscar nuevos productos incluyendo bebidas espirituosas occidentales.• En India, el canal de distribución predominante está constituido por los “wine shops” los cuales son establecimientos en su mayoría del gobierno indio o bajo su control, y cuyo rango de productos comprende principalmente IMFL y licores indios y, en menor medida, licores importados. Este canal se caracteriza, en su mayoría, por distribuir productos de bajo precio. Los principales canales de distribución para las espirituosas importadas están constituidas por las tiendas especializadas de bebidas importadas, así como por el segmento Horeca. <p>Teniendo en cuenta lo anteriormente mencionado, las acciones sugeridas para la promoción del Pisco en el mercado de la India son las siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Se sugiere incrementar la presencia de la marca sectorial “Pisco Spirits of Peru” en el mercado de la India. Para ello se recomienda la participación en una de las dos principales plataformas o tradeshows de bebidas espirituosas en este mercado: PROWINE India (Mumbai) y VINEXPO (New Delhi). La participación en este evento permitirá interactuar con los principales actores de la industria de bebidas espirituosas (importadores, bartenders, influencers, etc) con el objetivo de generar una asociación entre el Pisco y Perú. De igual modo es recomendable que representantes de empresas exportadoras peruanas participen de este evento, mediante la exhibición y degustación de cocteles a base de pisco para que tengan una interacción directa con los importadores presentes en el evento. Los websites de ambos eventos son los siguientes: https://www.prowine.in (24-24 Noviembre 2023) https://vinexpo-india.com (7-9 Diciembre 2023)2. Se recomienda, en colaboración con las empresas exportadoras peruanas o sus importadores en India, realizar actividades de promoción como Festival del Pisco o celebración del Día del Pisco en los principales bares de las ciudades de Delhi y Mumbai. Con un público invitado compuesto por influencers y medios escritos y digitales del sector de spirits, con la finalidad de que el nombre del Pisco gane notoriedad en el mercado. Esta actividad puede ir acompañada de publicaciones y marketing en revistas especializadas en el mercado de India, por ejemplo, la revista “Spiritz magazine”. https://spiritz.in
--	---



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Comisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚ

Dirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior

“Decenio de la Igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la Unidad, la Paz y el Desarrollo”

	3. Realizar “training” o capacitaciones dirigidas a bartenders en la India a fin de promover el Pisco sour y la adecuada preparación de este coctel y de otros cocteles en base al Pisco, considerando lo que el consumidor indio prefiere.
--	---

**PERÚ**Ministerio
de Comercio Exterior
y TurismoComisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚDirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior“Decenio de la Igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la Unidad, la Paz y el Desarrollo”**ANEXO 1****Comercio de la India para los productos contemplados dentro del Capítulo 22: Bebidas, Líquidos alcohólicos y vinagre (valores en millones de \$)**

Capítulo 22	BEBIDAS, LÍQUIDOS ALCOHÓLICOS Y VINAGRE	India						Perú al mundo	
		Exportado (2020-21)	Exportado (2021-22)	Importado (2018-19)	Importado (2019-20)	Importado (2020-21)	Importado (2021-22)	Exportado 2020	Exportado 2021
Partida	Descripción								
2201	Aguas, incluidas el agua mineral natural o artificial y la gaseada, sin adición de azúcar u otro edulcorante ni aromatizada; hielo y nieve	0.61	0.48	2.72	2.70	1.29	1.37	0.785	1.029
2202	Agua, incluidas el agua mineral y la gaseada, con adición de azúcar u otro edulcorante o aromatizada, y demás bebidas no alcohólicas, excepto los jugos de frutas u otros frutos o de hortalizas de la partida No 2009	23.13	45.72	112.56	133.65	103.92	178.84	18.722	18.353
2203	Cerveza de malta	20.67	31.40	14.52	9.89	5.25	4.34	15.957	11.917
2204	Vino de uvas frescas, incluso encabezado; mosto de uva excepto el de la partida No 2009	4.27	5.03	28.06	19.55	13.80	23.69	0.967	1.264
2205	Vermut y demás vinos de uvas frescas preparados con plantas o sustancias aromáticas	0.04	0.03	0.12	0.06	0.13	0.16	0.00	0.00
2206	Las demás bebidas fermentadas (por ejemplo: sidra, perada, aguamiel); mezclas de bebidas fermentadas y bebidas no alcohólicas, no expresadas ni comprendidas en otra parte	0.01	0.03	0.06	0.02	0.06	0.07	0.150	0.191
2207	Alcohol etílico sin desnaturalizar con grado alcohólico volumétrico superior o igual a 80% en volumen; alcohol etílico y aguardiente desnaturalizados, de cualquier graduación	121.22	69.23	283.94	284.53	325.79	346.51	93.641	115.857
2208	Alcohol etílico sin desnaturalizar con grado alcohólico volumétrico inferior a 80% en volumen; aguardientes, licores y demás bebidas espirituosas	184.01	168.36	340.91	342.04	198.70	318.46	7.896	15.297
2209	Vinagre y sucedáneos del vinagre obtenidos a partir del ácido acético	0.74	0.59			3.16	2.61	0.105	0.270
22	Total	354.70	320.87	786.85	795.85	652.10	876.05	138.224	183.952

Fuente: Department of Commerce of India, Adexdatatrade
Elaboración propia

**PERÚ**Ministerio
de Comercio Exterior
y TurismoComisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚDirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior“Decenio de la Igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la Unidad, la Paz y el Desarrollo”**ANEXO 1****Precios de referencia en los diferentes canales según origen del producto**

Punto de venta	Unidad	Precio (US\$ por unidad)	Origen del producto	Fecha de toma de información	Características o forma de presentación	Foto
Retail online (G Town Wines)	Botella 1000 ml	1,600 Rupias (US\$ 19.05)	--	11/05/2022	Ron Caribba	
Retail Delhi Duty Free	Botella 1000 ml	1,490 Rupias (US\$ 17.74)	--	11/05/2022	Ron Caribba	



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Comisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚ

Dirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior

“Decenio de la Igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la Unidad, la Paz y el Desarrollo”

Retail Delhi Duty Free	Botella 1000 ml	4,990 Rupias (US\$ 59.40)	Japón	11/05/2022	Whisky Suntori Toky	
Retauil Delhi Duty Free	Botella 1000 ml	11,220 Rupias (US\$ 133.57)	Japón	11/05/2023	Whisky Hibiki Master Select 43%	
Retauil Delhi Duty Free	Botella 1000 ml	3,090 Rupias (US\$ 36.79)	EEUU	11/05/2023	Jack Daniel's Tennesse Whisky	



PERÚ

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo—PROMPERÚ

Dirección de las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior

“Decenio de la Igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la Unidad, la Paz y el Desarrollo”

Retail Delhi Duty Free	Botella 1000 ml	2,090 Rupias (US\$ 24.88)	Escocia	11/05/2023	J&B Rare Blended Scotch Whisky	
Retail Delhi Duty Free	Botella 1000 ml	2,090 Rupias (US\$ 24.88)	Escocia	11/05/2023	Jim Bean White lable	
Retail online (G Town Wines)	Botella 1000 ml	1,400 Rupias (US\$ 16.67)	Escocia	11/05/2023	Jim Bean White lable	
Retail – Wine Shop	Botella 1000 ml	1,540 Rupias (US\$ 18.33)	Escocia	11/05/2023	Jim Bean White lable	



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Comisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚ

Dirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior

“Decenio de la Igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la Unidad, la Paz y el Desarrollo”

Delhi Duty Free	Botella 1000 ml	4,490 Rupias (US\$ 53.45)	Escocia	11/05/2023	Johnny Wlaker Black Label Aged 12. Blended Scotch.	
Delhi Duty Free	Botella 1000 ml	4,490 Rupias (US\$ 53.45)	Escocia	11/05/2023	Johnny Walker Red Label Blended Scotch	
Retail online (G Town Wines)	Botella 1000 ml	3,490 Rupias (US\$ 41.55)	Escocias	11/05/2023	Dewar's 8 years	



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Comisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚ

Dirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior

“Decenio de la Igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la Unidad, la Paz y el Desarrollo”

Retail – Wine Shop	Botella 750 ml	500 Rupias (US\$ 5.95)	India	11/05/2023	Whisky Rockford Classic	
Retail – Wine Shop	Botella 750 ml	500 Rupias (US\$ 5.95)	India	11/05/2023	Whisky Royal Green	
Retail – Wine Shop	Botella 750 ml	520 Rupias (US\$ 6.19)	India	11/05/2023	Amazing Vodka	



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Comisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚ

Dirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior

“Decenio de la Igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la Unidad, la Paz y el Desarrollo”

Retail – Wine Shop	Botella 750 ml	1,620 Rupias (US\$ 19.29)	Escocia	11/05/2023	Whisky Dewar’s White Label	
Retail – Wine Shop	Botella 700 ml	3,935 Rupias (US\$ 46.85)	Japón	11/05/2023	Whisky Toki Suntory	
Retail – Wine Shop	Botella 1000 ml	3,950 Rupias (US\$ 47.02)	México	11/05/2023	Tequila blanco Don Ángel	



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Comisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚ

Dirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior

“Decenio de la Igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la Unidad, la Paz y el Desarrollo”

Retail – Wine Shop	Botella 700 ml	3,770 Rupias (US\$ 44.88)	Escocia	11/05/2023	Whisky Monkey Shoulder	
Retail – Wine Shop	Botella 750 ml	910 Rupias (US\$ 10.83)	India	11/05/2023	Vodka Artic	
Retail – Wine Shop	Botella 750 ml	510 Rupias (US\$ 6.07)	India	11/05/2023	Vodka V21 Green Apple	



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Comisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚ

Dirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior

“Decenio de la Igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la Unidad, la Paz y el Desarrollo”

Retail – Wine Shop	Botella 750 ml	510 Rupias (US\$ 6.07)	India	11/05/2023	Vodka One More 75°	
Retail – Wine Shop	Botella 750 ml	560 Rupias (US\$ 6.67)	India	11/05/2023	Vodka One More 65.6°	
Retail – Wine Shop	Botella 750 ml	880 Rupias (US\$ 10.48)	India	11/05/2023	Whisky Antiquity	



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Comisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚ

Dirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior

“Decenio de la Igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la Unidad, la Paz y el Desarrollo”

Retail – Wine Shop	Botella 750	1,610 Rupias (US\$ 19.17)	Latvia	11/05/2023	Vodka Stolichnaya	
Retail – Wine Shop	Botella 750 ml	3,310 Rupias (US\$ 39.40)	Escocia	11/05/2023	Whisky Black Label 12 years	
Retail – Wine Shop	Botella 750 ml	1,200 Rupias (US\$ 14.29)	India	11/05/2023	Short Story Rum	



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Comisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚ

Dirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior

“Decenio de la Igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la Unidad, la Paz y el Desarrollo”

Retail – Wine Shop	Botella 750 ml	1,700 Rupias (US\$ 20.24)	Escocia	11/05/2023	Johnny Walker Red Label	
--------------------	----------------	------------------------------	---------	------------	----------------------------	---