

## **PISCO PERUANO Y AGUARDIENTE DE UVA CHILENO.**

**Carlos A. Cornejo Guerrero.**

**carloscornejoguerrero@yahoo.com**

El título del presente artículo, refiere al problema comercial que respecto de uno de sus productos de bandera tiene nuestro país con nuestro vecino país del sur, Chile. Debemos tomar conciencia que estamos ante un problema jurídico de carácter internacional, que tiene que ver con el área del Derecho de la Propiedad Industrial y específicamente con una institución jurídica conocida como: "Denominaciones de Origen". El problema no estriba en que Chile elabore o comercialice su producto (aguardiente de uva) en su mercado nacional o internacional; el problema está en que lo haga usando una denominación de origen que es peruana: "Pisco".

Una denominación de origen tiene tres requisitos para recibir merecidamente protección internacional.

El primer requisito es que el producto sea originario del lugar, que sea oriundo, que haya nacido como producto en dicho lugar. Está abundantemente documentado cómo es que mediante nuevos procedimientos de elaboración, el hombre peruano creó una nueva bebida. Actualmente, los procedimientos para la fabricación del Pisco, deben sujetarse al cumplimiento de rigurosas normas técnicas.

El segundo requisito es que el producto elaborado tome el nombre del lugar que le da origen. Es conveniente saber que Pisco es el nombre del puerto peruano del que deriva el nombre la bebida típica del Perú; hay registros de ese nombre desde el siglo XVI y de su relación con la bebida. En Chile también tienen una región o pueblo denominado Pisco Elqui, pero corresponde al antiguo pueblo de la Unión donde nació Gabriela Mistral; el nombre de ese pueblo fue rebautizado con el de "Pisco Elqui" en el siglo XX, con la idea errónea que esto serviría para sustentar la realidad de una denominación de origen. Esto muestra que en esa época, ya se conocía en Chile que la denominación era peruana; también ha dejado en evidencia la debilidad de los argumentos que pudiera presentar Chile. Dicho sea de paso, cuando el asunto ha sido discutido en las Cortes Judiciales de otros países, es al Perú a quien se le ha dado la razón.

El tercer requisito es que exista una relación entre las características o cualidades del producto y los factores naturales o humanos del lugar. Las especiales condiciones ecológicas de la zona delimitada para la producción del pisco, unida a la inventiva del hombre peruano, es la que han dado origen a esta singular bebida.

Por todo lo anterior, es el Perú el que ha logrado contar con el Certificado de Registro de la denominación de origen ante la Organización Mundial de Propiedad Intelectual, el organismo internacional más importante en el mundo en esta materia.

Es necesario ser conscientes que no basta solucionar el problema jurídico aludido, lo que seguramente se logrará a mediano plazo, sino que también hay que lograr que el Pisco se posicione en los mercados del mundo.

Al respecto, hay que destacar la importancia que tendría para este propósito la industrialización del Pisco Sour instantáneo, preparado en botella. En el Perú han habido algunos intentos en este sentido con éxito muy relativo. Si lográsemos fabricar un Pisco Sour instantáneo de excelente calidad, tendríamos abierto para nuestros productos todos los mercados del mundo.

En relación a este tema, debe tenerse en cuenta, que no todas las personas gustan de tomar el Pisco puro, por lo que posiblemente la verdadera batalla en el futuro inmediato deberá librarse en torno a la industrialización del Pisco Sour instantáneo. No obstante lo anterior, tampoco hay que desaprovechar aquellos mercados donde pudiera consumirse el Pisco Puro. En algunas regiones

de Australia, por ejemplo, existe la costumbre de beber licor en una pequeña copa de un solo golpe, de la misma manera como se toma el Pisco Puro en muchos lugares de nuestro país. Sería relativamente fácil, dada las bondades del Pisco, colocar nuestro Pisco Puro en estos mercados.

Hasta aquí, hemos mencionado sólo dos aspectos de una serie problemas y acciones en los que las autoridades, empresarios y comunidad en general de nuestro país, deben trabajar a fin de lograr el ansiado posicionamiento mundial de nuestra bebida típica.

---