



¿Cuál es la diferencia entre el sour peruano y el local?

El pisco chileno es versátil: ya hay variedades ultrapremium y con sabores

Se están poniendo de moda los embotellados congelados, con un sabor mucho más natural que los comunes.

WILHEM KRAUSE

El pisco sour es más que un simple cóctel: es un símbolo de identidad nacional tanto en Perú como en Chile. Pero aunque compartan nombre, no son lo mismo; por algo, en la mayoría de los restaurantes se venden haciendo la distinción entre el nacional y el peruano.

Israel Rus, director académico de la Academia Elite Bartender, aclara que las diferencias van más allá del país donde se destila.

“En Perú lo preparan con una medida que se llama 3-1-1, que son tres onzas de pisco, una onza de goma y una onza de limón; nosotros generalmente lo hacemos con dos onzas de pisco. En Perú y sus restaurantes han logrado una mayor estandarización de la receta: donde vayas te lo van a servir de la misma manera. En cambio, en Chile el sabor varía según donde lo pidas: puede ser con pisco transparente, añejado, limón amarillo o sutil, azúcar flor o goma”.

Hay mucha gente que prefiere el sour peruano.

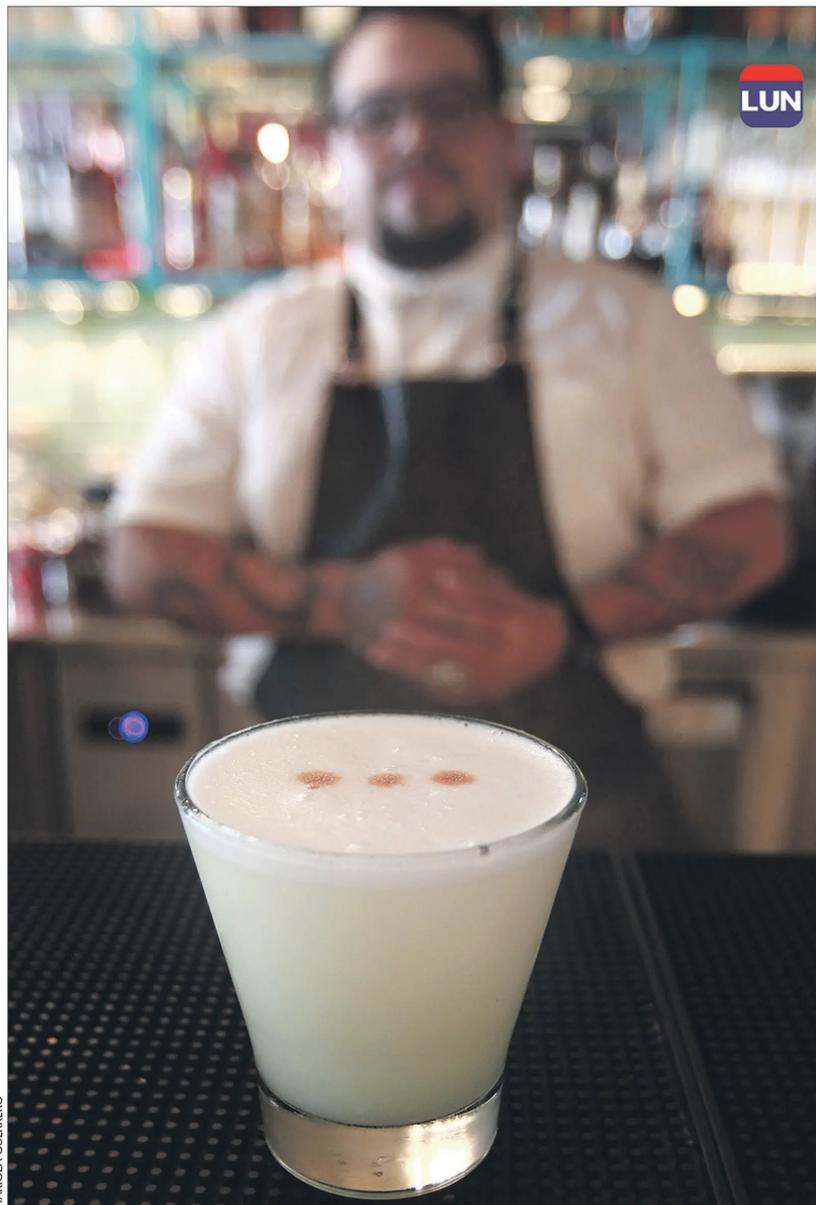
“Creo que mientras no logremos esa estandarización de nuestro sabor, la gente va a seguir prefiriendo el peruano porque es un producto que es estándar y te va a salir igual en cualquier restaurante peruano, aquí y al lado. Yo, personalmente, prefiero el nacional”.

La materia prima

Ricardo Guerrero, director académico de Bar Academy, recalca que otra gran diferencia es que el pisco que se elabora en Perú es muy diferente al de Chile. Acá es más versátil, afirma: puede ser transparente, reposado o añejo, mientras en Perú sólo es transparente. Los piscos peruanos, añade, suelen estar entre los 42 y 46 grados, mientras que en Chile se suele partir en 35. “El pisco peruano es muy bueno para un perfil de mixología: sours y para mezclarlos con bebidas blancas, pero para hacer una piscicola o algo así queda horrible”.

El pisco sour catedral, ¿es peruano?

“Ese es un formato muy caracte-



MARIELA GUERRERO

En Casa Valerio el pisco sour viene en muchas variedades, incluso uno con coca.

rístico de Perú, ya que es la doble porción para beber. Pero en Chile el sour se suele tomar más como aperitivo que como acompañante de la comida completa, por eso el clásico es más pequeño. Lo típico es tomarse un pisco sour para entrar, después una copita de vino, y uno va dosificando”.

Néstor Quispe, bartender del restaurante Casa Valerio, explica que venden el sour en tres formatos: clásico, de 180 ml; catedral, de 330 ml, poco menos que una lata de bebida; y Vaticano, que es de unos 480 ml. “Lo más pedido es el catedral. La verdad, tratamos de mantener una receta muy clásica, siguiendo el estándar de

un pisco sour como en Perú, que es el 3-1-1”. Tienen sabores como maracuyá, frutilla, macerado de hojas de coca, canela y jengibre.

¿Con o sin licuadora?

“De ser posible, sin. Es mejor coc-tearlo. Si lo pones en una licuadora, al mezclarlo con el hielo se rompe completamente y se desintegra; esto te va a dar una buena temperatura, pero todo el hielo se va a combinar con el cóctel. Queda más aguado”.

Embotellados

Hay toda una línea de sours premium congelados, con un sabor más natural, muy diferentes a las marcas



El Gran Dox Atacama se envejece por 21 años.

clásicas que están en todas las botillerías por menos de \$5.000.

Diego Taggart, socio fundador de La Pizka, cuenta que están produciendo 80.000 botellas al mes. “Somos la marca pionera en este concepto de la coctelería natural congelada. Las grandes marcas de destilados no tienen distribución con cadenas de frío, eso se convirtió en una oportunidad para nosotros: llegar con un producto hecho a la minuta”.

Cada botella, tras pasar por una licuadora con hielo, rinde el doble. Eso les ha funcionado: están en todas las cadenas de supermercados, los duty free en el aeropuerto y botillerías. Hace poco más de un mes lanzaron un sour calafate berries; incluye calafate, murta, mora y jugo de limón sutil. “Es el sexto sabor de sour que lanzamos”, destaca. Y para esta temporada navideña se atrevieron con una cola de mono.

Ultrapremium

Otra categoría que está creciendo mucho es la del pisco premium. ¿Qué hay aquí? Por ejemplo, el Gran Dox Atacama, envejecido por 21 años y con una producción limitada a sólo 300 botellas: cada una cuesta \$200.000. “Sabíamos que era un riesgo desarrollar un producto de esta categoría, con una presentación diseñada para estar a la altura de las expectativas más exigentes. Sin embargo, los reconocimientos internacionales que hemos obtenido en prestigiosos concursos de vinos y destilados nos confirman que fue una apuesta acertada”, afirma De-nees Naim Bou, gerente general de Bou Barroeta.