

Oficina Económica y Comercial de la
Embajada de España en San Juan de Puerto Rico

Notas Sectoriales

El mercado de licores y bebidas espirituosas en Puerto Rico

ICEX

El mercado de licores y bebidas espirituosas en Puerto Rico

Esta nota ha sido elaborada por León Antonio García Martínez
bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial de la
Embajada de España en San Juan de Puerto Rico

Julio 2007

ÍNDICE

CONCLUSIONES	4
I. DEFINICION DEL SECTOR	5
1. Delimitación del sector	5
2. Clasificación arancelaria	5
II. OFERTA	7
1. Tamaño del mercado	7
2. Producción local	8
3. Importaciones	12
III. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA	15
IV. PRECIOS Y SU FORMACIÓN	17
V. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL	19
VI. DISTRIBUCIÓN	20
VII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO	23
VIII. ANEXOS	29
1. Listado de Brokers y representantes	29
2. Listado de empresas con licencia para importar bebidas alcohólicas	30
3. Ferias	36
4. Asociaciones	36
5. Otras direcciones de interés	37
6. Bibliografía y fuentes de información	37
7. Aranceles para la importación de licores en Puerto Rico (EE.UU.)	38

CONCLUSIONES

El valor de las ventas de todas las bebidas alcohólicas en Puerto Rico a nivel detallista superó en 2006 la cifra de 1.485 millones de dólares con más de 360 millones de litros de bebidas alcohólicas vendidos durante ese año. Este dato representa una caída del mercado de un 2% en relación a las ventas del año anterior. Dentro de este mercado, el segmento de los licores y bebidas espirituosas generó ventas por valor de 161 millones de dólares, lo que supone un crecimiento de 2,61% en relación al año anterior.

Las importaciones de licores y bebidas espirituosas han crecido un 24% desde 2001. La caída durante ese periodo del 29% de las importaciones de bebidas espirituosas procedentes de España ha provocado que la cuota sobre la importación se haya visto reducida a casi la mitad. España con unas ventas de 2,03 millones de dólares en el 2006 no ha recuperado su situación en este sector respecto a años pasados y ocupa la séptima posición.

Puerto Rico no es el país de América Latina donde más personas se identifican como usuarios de bebidas alcohólicas, pero sí el segundo en que con más frecuencia se consume. El consumo per cápita de espíritus destilados en la Isla (1,2 galones) está por debajo del consumo medio en EEUU (1,22 galones) y es muy inferior al consumo medio per cápita español (1,77 galones) si bien es superior al de países como el Reino Unido o Canadá.

El número de empresas autorizadas para importar y distribuir bebidas alcohólicas en Puerto Rico es reducido, lo que se traduce en una situación de oligopolio. Es importante conocer bien el mercado así como la legislación local en materia de distribución. Dicha normativa es proteccionista con el distribuidor local.

La importancia del factor fiscal en el comercio de las bebidas espirituosas es muy grande ya que las bebidas alcohólicas desde su entrada en el país hasta su venta al consumidor se ven gravadas con diferentes aranceles cobrados por las Aduanas de EE.UU., territorio aduanero al que pertenece Puerto Rico, y otros arbitrios e impuestos de tipo local. La suma de los diferentes impuestos puede representar un valor superior a la mitad del precio de venta al público de la botella.

Según un estudio preparado por Universal McCann sobre el consumo de alcohol en varios países de Latinoamérica, en Puerto Rico el país de origen de la bebida no influye en la compra.

Aunque se trata de un mercado maduro y competitivo, a través de la promoción del producto en colaboración con los importadores locales si se están dando casos de éxito en la introducción de nuevos licores, sobre todo en el segmento "Premium".

I ■ DEFINICION DEL SECTOR

1. DELIMITACIÓN DEL SECTOR

Con el fin de ubicarlo en el macrosector se mencionarán datos y se hará referencia a los mercados del vino¹ y la cerveza aunque esta nota sectorial se centrará en el análisis del mercado de los licores y otras bebidas espirituosas en Puerto Rico.

2. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA

Las cifras de comercio exterior de Puerto Rico facilitadas por la Junta de Planificación que trabaja con datos del Departamento de Comercio Federal, contabilizan los intercambios atendiendo a la procedencia y no al origen, de la mercancía. Los productos que llegan a Puerto Rico a través de Estados Unidos se contabilizan como estadounidenses cuando en realidad pueden tener origen distinto. En consecuencia se hace muy difícil, si no imposible, conocer con exactitud el comercio exterior de Puerto Rico.

El arancel que se aplica en Puerto Rico a las mercancías es el recogido en el “HARMONIZED TARIFF SCHEDULE OF THE UNITED STATES”(HTSUS) en función del “HARMONIZED SYSTEM NUMBER”, que coincide en sus seis primeros dígitos con la Nomenclatura Combinada Europea que es la utilizada para establecer el Arancel Aduanero Común.

En esta nota vamos a analizar el mercado puertorriqueño que comprende la **partida arancelaria 2208 (Alcohol etílico con grado alcohólico inferior a 80% volumen)** y las siguientes subpatidas:

¹ El la página Web del ICEX (<http://www.icex.es>) está disponible el estudio “El mercado del vino en Puerto Rico” de marzo de 2006.

2208	Alcohol etílico con grado alcohólico inferior a 80% volumen
220810	Prep. alcohólicas para elaboración de bebidas
220820	Aguardientes de vino /orujo (Coñac, Jerez ...)
220830	Whisky
220840	Ron y demás aguardientes de caña
220850	Ginebra y Gin
220860	Vodka
220870	Licores
220890	Otros aguardientes/bebidas espirituosas n.c.o.p.

Como hemos comentado anteriormente, a modo comparativo también se hará referencia al mercado del vino (partida arancelaria 2204) y al mercado de la cerveza (partida arancelaria 2203).

ICEX

II. OFERTA

1. TAMAÑO DEL MERCADO

Según datos del estudio elaborado por Information Resources Inc. (IRI)² para Caribbean Business sobre el mercado de bebidas alcohólicas, el valor de las ventas a nivel detallista superó en 2006 la cifra de 1.168 millones de dólares con más de 360 millones de litros de bebidas alcohólicas vendidos durante ese año.

Este estudio recoge datos de aproximadamente el 80% del volumen total de bebidas alcohólicas vendidas en la Isla de modo que las ventas llevadas a cabo en hoteles, Sam's Club, Costco³ y en las tiendas militares quedan excluidas del mismo. Las ventas de Sam's y Costco no se incluyen en el estudio para evitar una doble contabilidad. Según Caribbean Business, una vez realizado el ajuste que recoja todas las ventas minoristas el valor del mercado durante el pasado año se estima en 1.485 millones de dólares. Este dato representa una caída del mercado de un 2% en relación a las ventas del año anterior.

Las ventas totales del mercado se han visto reducidas año tras año desde que en 2002 la administración del Gobernador Sila María Calderón incrementase los impuestos sobre las bebidas alcohólicas mediante la medida que se conoció como el "silazo".

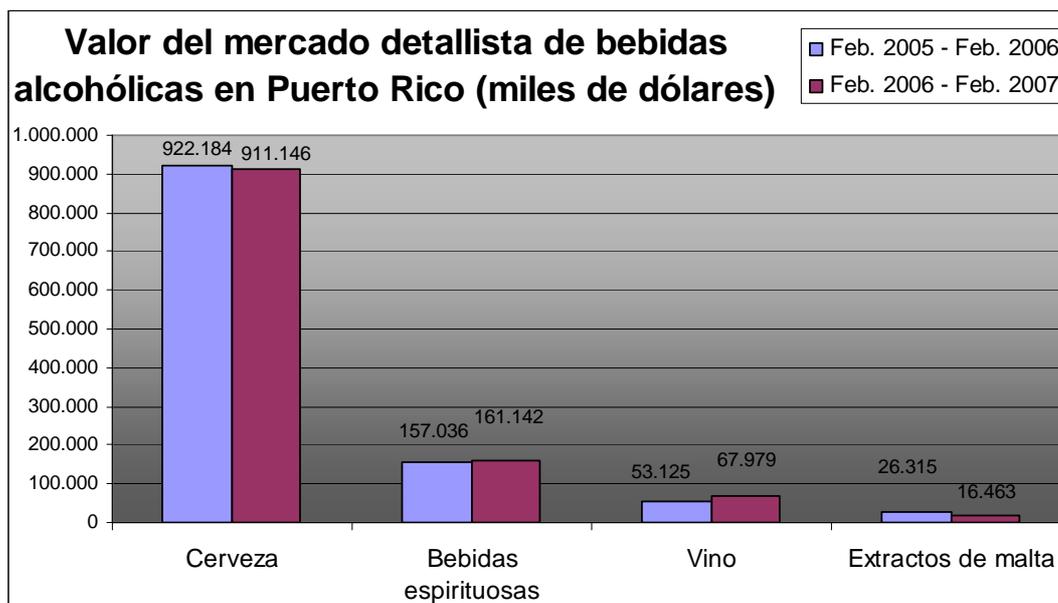
En el mercado de bebidas alcohólicas la cerveza es la bebida estrella. En términos monetarios las ventas de cerveza representan el 76,01% de la industria, el vino el 7,34% y las bebidas espirituosas el 15,11% ó 161 millones de dólares en ventas al detalle.

Si observamos la evolución de cada uno de estos productos, podemos ver que durante el último año⁴ las ventas de cervezas bajaron en un 1,2% respecto al mismo periodo del año anterior. El mercado de las bebidas espirituosas creció en un 2,61% mientras que el vino fue el producto cuyo valor de mercado más aumentó con un crecimiento de 27,96%.

² IRI es el instituto que elabora los estudios de mercado de para la industria de bebidas alcohólicas en Puerto Rico.

³ Sams Club y Costco son clubes de compra estadounidenses donde en ocasiones realizan sus compras algunos minoristas.

⁴ Periodo entre febrero de 2006 a febrero de 2007



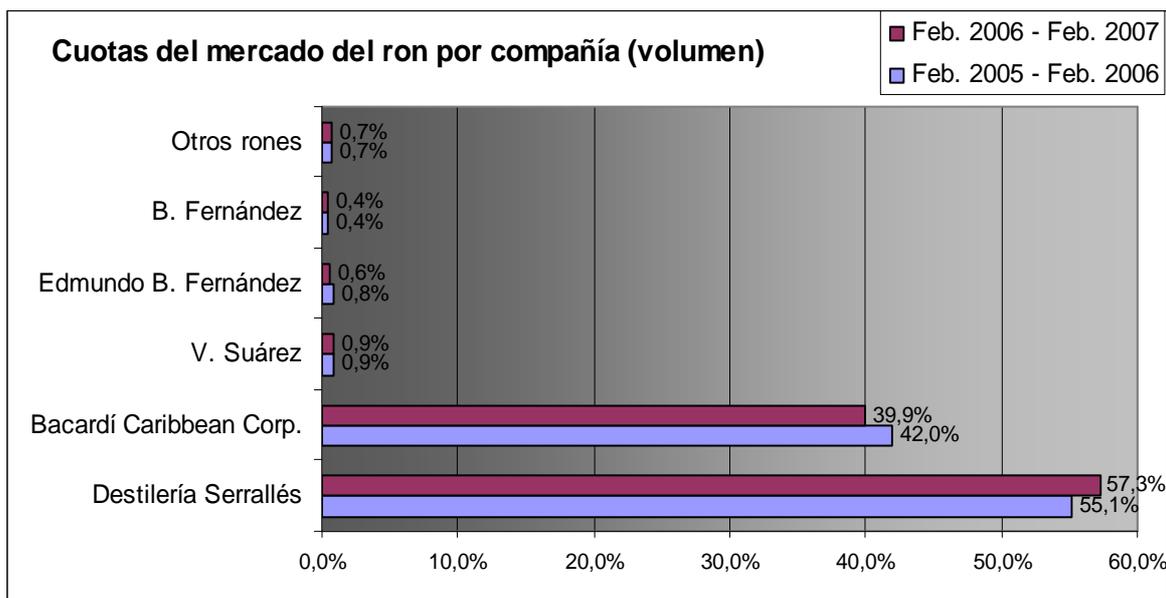
Fuente: Caribbean Business a partir de datos de IRI (Information Resources Inc.) 2007

2. PRODUCCIÓN LOCAL

Se afirma con frecuencia que Puerto Rico “consume lo que no produce y produce lo que no consume”. De esta forma, existe un desequilibrio permanente entre la oferta y la demanda. Así, en Puerto Rico la producción de bebidas alcohólicas es mayoritariamente de bebidas espirituosas (principalmente ron), que en gran medida se exporta. A su vez Puerto Rico importa vino y cerveza, la bebida con alcohol más consumida en la Isla.

En términos cuantitativos, en 2006 la producción local bebidas alcohólicas se reparte entre la cerveza (23,6 %), vino (2,6 %) y licores y otras bebidas espirituosas (73,9 %). Dentro del apartado de licores y otras bebidas espirituosas la producción local que más destaca es la del ron y otras bebidas de caña. La producción puertorriqueña de bebidas espirituosas está especializada en la elaboración de ron y demás aguardientes de caña, mientras que la importación se ha ido concentrando en otros licores y whiskeys. El precio medio aproximado de venta al público de la botella de ron local es de 0,7 litros es de 13 dólares.

Mercado de ron en Puerto Rico



Fuente: Caribbean Business a partir de datos de IRI (Information Resources Inc.) 2007

Las principales compañías elaboradoras de bebidas alcohólicas en Puerto Rico son aquellas que elaboran cerveza y sobre todo ron: Destilería Serrallés y Bacardí. Entre las marcas locales de ron más consumidas destacan Don Q, Bacardí y El Barrilito.

Principales productores de bebidas alcohólicas en Puerto Rico

Compañía	Ventas brutas en 2005 (\$)	Nº de empleados	Principales productos	Principales marcas
Destilería Serrallés	135.676.277	368	Ron, vino y bebidas espirituosas	Don Q Oro, Don Q Cristal, Don Q Limón, Palo Viejo, Ron Granado, Ron Llave
Bacardí Corporation	114.000.000	312	Ron	Bacardí, Ron Castillo, Nadja
Cervecería India Inc.	114.000.000	284	Cerveza malta	Medalla, India
Edmundo B Fernandez	12.562.880*	ND	Ron	Ron El barrilito, Alcoholado Santa Ana

El volumen de producción de todas las bebidas alcohólicas ha crecido un 29% en los últimos diez años si bien este crecimiento ha sido dispar en cada uno de los grupos de producto mencionados. Así, en el periodo 1997-2006, la producción de cerveza aumentó en un 127% mientras que la producción de vino creció en un 49% y la de licores y otras bebidas espirituosas tan sólo lo hizo en un 9%.

Si tomamos como referencia un periodo más reciente podemos observar cómo ni la producción ni el consumo local de espíritus destilados se han recuperado todavía de su caída en 2002 tras la aplicación de nuevos impuestos sobre las bebidas alcohólicas mediante la medida que se conoció como el "silazo". En noviembre de 2006 entró en vigor un nuevo impuesto sobre las ventas y uso (IVU) de entre 5,5% y 7% (5.5% impuesto estatal y entre 0% y 1.5% municipal) que se aplica sobre el precio de venta al consumidor. Está por ver en qué medida este nuevo impuesto puede afectar al consumo de productos que no sean de primera necesi-

EL MERCADO DE LICORES Y BEBIDAS ESPIRITUOSAS EN PUERTO RICO

dad como los licores y bebidas espirituosas. Al contrario que el “silazo” de 2002, que imponía diferentes subidas de impuestos en cada una de las categorías de bebidas alcohólicas y distintas según el volumen de producción de cada empresa, el IVU tiene el mismo impacto sobre todas ellas.

Producción, envasado e importación de bebidas alcohólicas en Puerto Rico:

(Años fiscales - en miles de galones)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	Variación 2005 - 06	Variación 2001 - 06
Espíritus destilados								
Producción-G.P. ⁽⁵⁾	42.420	36.517	34.330	40.459	36.422	39.760	9,16%	-6,27%
Ventas-G.P.,total	31.828	31.761	31.994	34.203	30.578	29.489	-3,56%	-7,35%
Consumo local	1.868	2.022	1.578	1.643	1.367	1.101	-19,45%	-41,05%
Exportaciones	29.830	29.646	30.262	32.423	29.079	28.208	-3,00%	-5,44%
A Estados Unidos	25.436	25.437	25.900	25.225	23.609	24.438	3,51%	-3,92%
Embotellado	4.148	4.304	4.360	4.751	4.128	4.199	1,72%	1,23%
A granel	21.288	21.133	21.540	20.474	19.481	20.239	3,89%	-4,93%
Al extranjero	4.394	4.209	4.362	7.198	5.470	3.770	-31,08%	-14,20%
Consumo de las fuerzas armadas	130	93	154	138	132	180	36,18%	38,21%
Importación-G.M. ⁽⁶⁾	1.661	1.813	1.317	1.748	1.885	1.273	-32,46%	-23,32%
De Estados Unidos	254	244	250	559	392	250	-36,14%	-1,58%
De países extranjeros	1.407	1.568	1.067	1.189	1.494	1.023	-31,49%	-27,25%
Cerveza								
Producción-G.M.	5.305	4.573	10.432	11.942	14.022	15.842	12,99%	198,62%
Importación-G.M.	60.323	59.983	48.967	47.702	49.832	45.249	-9,20%	-24,99%
De Estados Unidos	48.564	46.877	37.983	34.263	36.051	31.715	-12,03%	-34,69%
De países extranjeros	11.759	13.106	10.984	13.439	13.781	13.533	-1,80%	15,09%
Vino								
Producción-G.M.	1.453	1.557	1.515	1.649	1.577	1.683	6,70%	15,76%
Importación-G.M.	1.339	1.595	1.442	1.431	1.669	1.718	2,96%	28,27%
De Estados Unidos	568	727	452	431	487	465	-4,42%	-18,10%
De países extranjeros	771	868	989	1.000	1.182	1.253	5,99%	62,43%

Cuadro elaborado por la Oficina Económica y Comercial de España con datos del Departamento de Hacienda de Puerto Rico

En 2006 casi se había recuperado el nivel de producción de espíritus destilados anterior a la aplicación del “silazo” de 2002, si bien esta recuperación es fruto del tirón de las exportaciones, principalmente a Estados Unidos, ya que el consumo local desde 2001 cayó en más de un 40%. Por su parte la producción de cerveza local (más barata para el consumidor) ha crecido casi en un 200% desde 2001 en detrimento de la importación. En cuanto al consumo po-

⁵ G.P. o Proof Gallon es una medida utilizada a efectos puramente impositivos para gravar el contenido de alcohol en licores. Se calcula multiplicando el porcentaje de contenido alcohólico por volumen por dos. Tomemos como ejemplo 100 Galones USA, (cada galón USA equivale a 3,785 litros) con un contenido del 40% de alcohol. Así el 40% de contenido de alcohol por volumen se multiplicaría por 1000 galones de volumen=4000, luego 4000x2=8000, y 8000/100 galones de volumen, obteniendo el resultado de 80 proof gallons.

⁶ G.M. o Galones medida: un galón medida equivale a 3,785 litros.

demos decir que el consumo total de cerveza ha decrecido y que el consumidor, sensible al precio, tiende cada vez más a consumir cerveza local.

En términos de valor, pese a la caída del volumen de producción de bebidas alcohólicas el valor de dicha producción ha aumentado en un 26,84% hasta alcanzar la cifra de 528,8 millones de dólares. Sin embargo, este aumento del valor de la producción viene dado por la inflación, el aumento de los costes de producción y los nuevos impuestos en una industria que ve como sus márgenes se reducen anualmente.

Valor de la producción local de bebidas alcohólicas y maltas

(años fiscales y millones de dólares)

2001	2002	2003	2004	2005	2006	Variación 2005 - 06	Variación 2001 - 06
416,9	440,1	491,9	518,4	497,0	528,8	6,40%	26,84%

Tabla elaborada por la Oficina Económica y Comercial de España con datos de la Junta de Planificación

En cuanto al consumo personal de bebidas alcohólicas, el valor de las ventas al detalle, tras una caída en 2002, ha aumentado un 13,7% desde 2001 hasta alcanzar la cifra de 1.093 millones de dólares en el año fiscal 2006. No obstante, el aumento del valor de las ventas al detalle viene dado una vez más por la inflación y los nuevos impuestos ya que los gastos de consumo personal en bebidas alcohólicas a precios constantes ha disminuido en un 6,45% durante el periodo 2001 – 2006.

Gastos de consumo personal en bebidas alcohólicas:

(años fiscales y millones de dólares EEUU)

2001	2002	2003	2004	2005	2006	Variación 2005 - 06	Variación 2001 - 06
961,3	947,0	917,9	941,4	1.029,5	1.093,0	6,17%	13,70%
Gastos de consumo personal a precios constantes de 1954							
132,2	126,5	110,3	113,1	119,6	123,7	3,41%	-6,45%

Tabla elaborada por la Oficina Económica y Comercial de España con datos de la Junta de Planificación

3. IMPORTACIONES

Si nos centramos en el análisis objeto de este estudio, los licores y bebidas espirituosas, vemos que Puerto Rico es un exportador neto de bebidas espirituosas. Su saldo comercial es positivo y la tendencia es claramente creciente en este sentido. En la siguiente tabla podemos observar cómo el valor de las exportaciones de la partida arancelaria 2208 (bebidas alcohólicas etílicas con valor de alcohol inferior a 80 grados) cada año supera en mayor cantidad al valor de las importaciones del mismo producto.

Balanza comercial de Puerto Rico con el resto del mundo para la partida arancelaria 2208 (licores y bebidas espirituosas en dólares EEUU⁷, años naturales)

Capítulo 2208	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Exportaciones	132.058.065	142.942.049	145.387.399	199.759.545	184.633.959	196.624.874
Importaciones	42.600.930	47.406.740	38.241.947	51.147.371	56.639.646	52.952.338
Saldo comercial	89.457.135	95.535.309	107.145.452	148.612.174	127.994.313	143.672.536

Elaboración propia con datos de la Junta de Planificación, 2006

Sin embargo, como hemos comentado, Puerto Rico produce lo que no consume e importa lo que consume. El 96,39% de las exportaciones de Puerto Rico de la partida arancelaria 2208 en 2006 fueron de ron y en un 91,48% tuvieron Estados Unidos como destino. De este modo, la Isla tiene un saldo positivo en la exportación de ron (subpartida 2208.40) y coñac (subpartida 2208.20), y negativo en todas las demás bebidas espirituosas.

El valor de las importaciones de licores y bebidas espirituosas ha crecido un 24% en los últimos cinco años hasta alcanzar la cifra de 52,9 millones de dólares en 2006 si bien en durante ese año sufrieron una caída del 7%. Casi la mitad de las importaciones de bebidas espirituosas fueron de whisky (43,14%). Este es uno de los productos cuyas importaciones más han aumentado durante esta década (54%). El aumento del consumo de whisky en la Isla ha sido a costa de un detrimento del consumo de vodka y otros licores. Dentro del segmento del whisky la marca líder es Cutty Sark con un 30% del mercado. Le siguen de cerca Dewar's White Label, con un 25,6% del mercado y Johnnie Walker Black Label con un 25,5%. Esta última marca, distribuida por el importador Méndez, es la que presenta un mayor crecimiento en los últimos años.

El segundo grupo de bebidas alcohólicas más importado en Puerto Rico es el de los licores. Pese a la fuerte caída de las importaciones de licores en 2006 (24%), el valor de las importaciones ha crecido un 7% desde 2001. Algunos de los licores más vendidos en la Isla son Khialua, Tia Maria, Baileys y Drambuie. España participa en las importaciones de licores con la venta de brandy, anís, sidra y Licor 43. Este último, importado por el distribuidor Suárez & Co., con una fuerte presencia en la Isla.

Como hemos comentado anteriormente, el consumo de whisky en la Isla ha crecido en detrimento del consumo de vodka. Aunque siguen siendo la tercera bebida espirituosa más importada, las importaciones de vodka han disminuido un 9% desde 2001. La marca líder del mercado, con un 62,8% de cuota, es Finlandia. No obstante, de la mano del distribuidor Méndez

⁷ Las mercancías procedentes de los Estados Unidos se computan FAS, y las procedentes de terceros países se valoran como "customs value". Para calcular el valor de las exportaciones se toma el Valor FAS

EL MERCADO DE LICORES Y BEBIDAS ESPIRITUOSAS EN PUERTO RICO

la marca Grey Goose, que se comercializa a 36 dólares la botella en la categoría Premium y dirigida al consumidor joven, es la que más ha crecido en los últimos años.

Importaciones puertorriqueñas de otras bebidas alcohólicas por grupo de producto

(Partida arancelaria 2208, años naturales y dólares USA)

Partida	2.001	2.002	2.003	2.004	2.005	2.006	Variación 2005 - 06	Variación 2001 - 06
220830 Whisky	14.801.486	18.089.213	16.657.744	22.455.946	20.787.624	22.843.304	10%	54%
%	34,74%	38,16%	43,56%	43,90%	36,70%	43,14%		
220870 Licores	10.347.549	13.790.473	7.886.859	12.515.474	14.667.268	11.079.091	-24%	7%
%	24,29%	29,09%	20,62%	24,47%	25,90%	20,92%		
220860 Vodka	9.471.697	10.165.417	8.278.601	9.067.125	12.973.938	8.616.644	-34%	-9%
%	22,23%	21,44%	21,65%	17,73%	22,91%	16,27%		
220890 Otros: brandy, tequila	4.190.236	2.446.807	2.723.056	3.078.849	2.560.997	5.035.579	97%	20%
%	9,84%	5,16%	7,12%	6,02%	4,52%	9,51%		
220840 Ron	2.381.419	1.373.498	1.186.722	2.184.377	4.063.949	4.275.635	5%	80%
%	5,59%	2,90%	3,10%	4,27%	7,18%	8,07%		
220850 Ginebra	740.239	745.681	825.382	1.066.094	896.863	734.625	-18%	-1%
%	1,74%	1,57%	2,16%	2,08%	1,58%	1,39%		
220820 Aguardientes de vino: Coñac y jerez	668.304	795.651	683.583	779.506	689.007	367.460	-47%	-45%
%	1,57%	1,68%	1,79%	1,52%	1,22%	0,69%		
TOTAL	42.600.930	47.406.740	38.241.947	51.147.371	56.639.646	52.952.338	-7%	24%

Tabla elaborada por la Oficina Económica y Comercial de España con datos de la Junta de Planificación

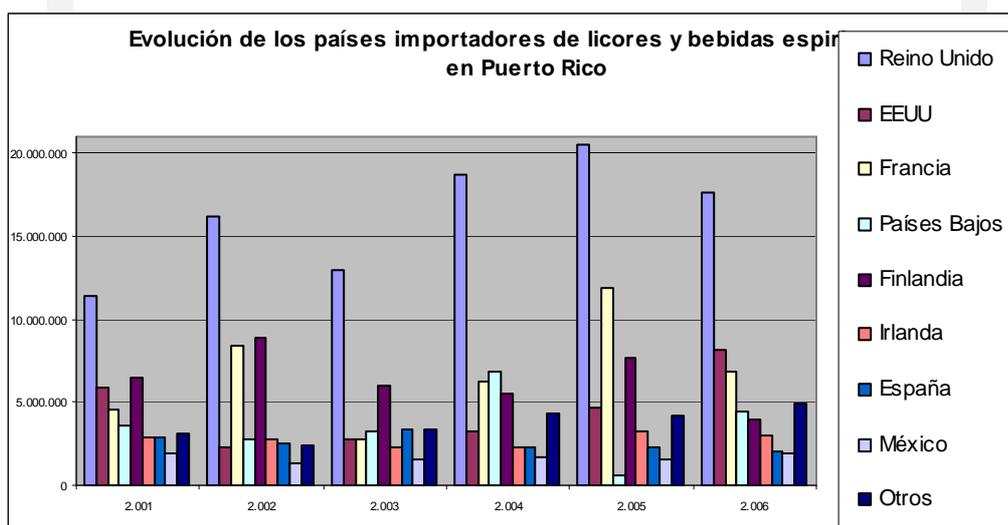


Gráfico elaborado por la Oficina Económica y Comercial de España con datos de la Junta de Planificación

Partida arancelaria 2208. Dólares EEUU y años naturales

EL MERCADO DE LICORES Y BEBIDAS ESPIRITUOSAS EN PUERTO RICO

Pese a ser un productor neto de ron, destaca el aumento de las importaciones de ron en la Isla que crecieron un 80% en los últimos años. No obstante, el ron importado representa una mínima parte del mercado de ron en Puerto Rico.

Cabe destacar el crecimiento de la importación de brandy frente a la caída en la importación de aguardientes de vino como el coñac o el jerez, todas ellas bebidas donde la importación española juega un papel importante.

Importaciones puertorriqueñas de otras bebidas alcohólicas por país

(Partida arancelaria 2208, años naturales y dólares USA)

Rk	País	2.001	2.002	2.003	2.004	2.005	2.006	Variación 2005 - 06	Variación 2001 - 06
1	Reino Unido	11.352.922	16.200.779	12.924.408	18.704.667	20.528.475	17.588.427	-14%	55%
	%	26,65%	34,17%	33,80%	36,57%	36,24%	33,22%		
2	EEUU	5.931.814	2.266.014	2.711.438	3.240.218	4.665.293	8.184.176	75%	38%
	%	13,92%	4,78%	7,09%	6,34%	8,24%	15,46%		
3	Francia	4.548.252	8.406.594	2.795.089	6.252.053	11.906.394	6.855.482	-42%	51%
	%	10,68%	17,73%	7,31%	12,22%	21,02%	12,95%		
4	Países Bajos	3.587.682	2.745.557	3.191.601	6.813.440	555.324	4.488.582	708%	25%
	%	8,42%	5,79%	8,35%	13,32%	0,98%	8,48%		
5	Finlandia	6.439.767	8.821.639	5.983.957	5.576.803	7.667.978	3.976.426	-48%	-38%
	%	15,12%	18,61%	15,65%	10,90%	13,54%	7,51%		
6	Irlanda	2.872.661	2.725.473	2.305.466	2.327.773	3.220.649	2.983.675	-7%	4%
	%	6,74%	5,75%	6,03%	4,55%	5,69%	5,63%		
7	España	2.870.488	2.484.117	3.365.992	2.276.295	2.286.063	2.030.692	-11%	-29%
	%	6,74%	5,24%	8,80%	4,45%	4,04%	3,83%		
8	México	1.911.683	1.357.893	1.581.855	1.675.446	1.609.783	1.961.642	22%	3%
	%	4,49%	2,86%	4,14%	3,28%	2,84%	3,70%		
9	Otros	3.085.661	2.398.674	3.382.141	4.280.676	4.199.687	4.883.236	16%	58%
	%	7,24%	5,06%	8,84%	8,37%	7,41%	9,22%		
	TOTAL	42.600.930	47.406.740	38.241.947	51.147.371	56.639.646	52.952.338	-7%	24%

Partida arancelaria 2208. Dólares EEUU y años naturales

En el análisis de la importación de bebidas espirituosas por países destaca el sólido liderazgo de las importaciones provenientes del Reino Unido que, gracias al aumento del consumo de whisky en la Isla, ha visto crecer sus importaciones en un 55% desde 2001. Estados Unidos, principal socio político y comercial de Puerto Rico, ocupa la segunda posición en el orden de importaciones de bebidas alcohólicas. Francia, que importa bebidas como Cointreau, Grand Marnier o Pasa, y Países Bajos han mantenido estable sus cuotas de importación de bebidas espirituosas en la Isla. La importación de bebidas espirituosas procedentes de Finlandia se ha visto reducida en un 38% debido a la bajada del consumo de vodka. España con unas ventas de 2,03 millones de dólares en el 2006 no ha recuperado su situación en este sector respecto a años pasados y ocupa la séptima posición. En un mercado cuyas importaciones han crecido un 24% en los últimos años, la caída del 29% de las importaciones de bebidas espirituosas procedente de España ha provocado que la cuota sobre la importación se haya visto reducida a casi la mitad.

III. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA

Una combinación de factores incluida una economía en recesión, el nuevo impuesto sobre las ventas y uso (IVU), la limitación de oportunidades de promoción, una mayor conciencia a favor del consumo responsable de los jóvenes y nuevos estilos de vida más saludables han retraído la demanda de licores y bebidas espirituosas.

La caída del consumo es resultado de diferentes variables relacionadas con la economía. Los consumidores han visto reducida su renta disponible y frente al consumo de otros productos de primera necesidad, la partida de gastos dedicada al consumo de bebidas alcohólicas es la que más ha sufrido las consecuencias de esa reducción de renta disponible.

En cualquier caso, según Edwin Aquino, director del estudio elaborado por Information Resources Inc. (IRI) para Caribbean Business sobre el mercado de bebidas alcohólicas, el mercado puertorriqueño de bebidas alcohólicas es un mercado maduro en el que se han alcanzado cifras de ventas extraordinarias. Un mercado donde los consumidores también han alcanzado una madurez y conocimiento sobre la calidad de los productos y un mercado donde los consumidores han comenzado a elegir de una forma más consciente y saludable.

Además, según ese estudio, a medida que el consumidor puertorriqueño madura, reduce la cantidad de alcohol consumida y también madura su elección de bebidas alcohólicas hacia un producto más suave o menos calórico y a medida que aumenta la renta del consumidor, éste está dispuesto a pagar un precio “premium” por lo que él entiende que es un producto de mayor calidad.

En cuanto a los hábitos de consumo, según un estudio preparado por Universal McCann⁸ sobre el consumo de alcohol en varios países de Latinoamérica entre 2006 y 2007, Puerto Rico no es el país de América Latina donde más personas se identifican como usuarios de bebidas alcohólicas, pero sí el segundo en que con más frecuencia se consume. Este estudio reveló que el 51% de los puertorriqueños consume bebidas alcohólicas, lo que coloca a la Isla en el último lugar entre los países encuestados⁹. Sin embargo, de entre los que se declaraban como bebedores en la Isla, el 82% reconoció que bebía semanalmente con una frecuencia igual o superior a dos veces por semana y que en muchas ocasiones lo hacían para “estar chi-

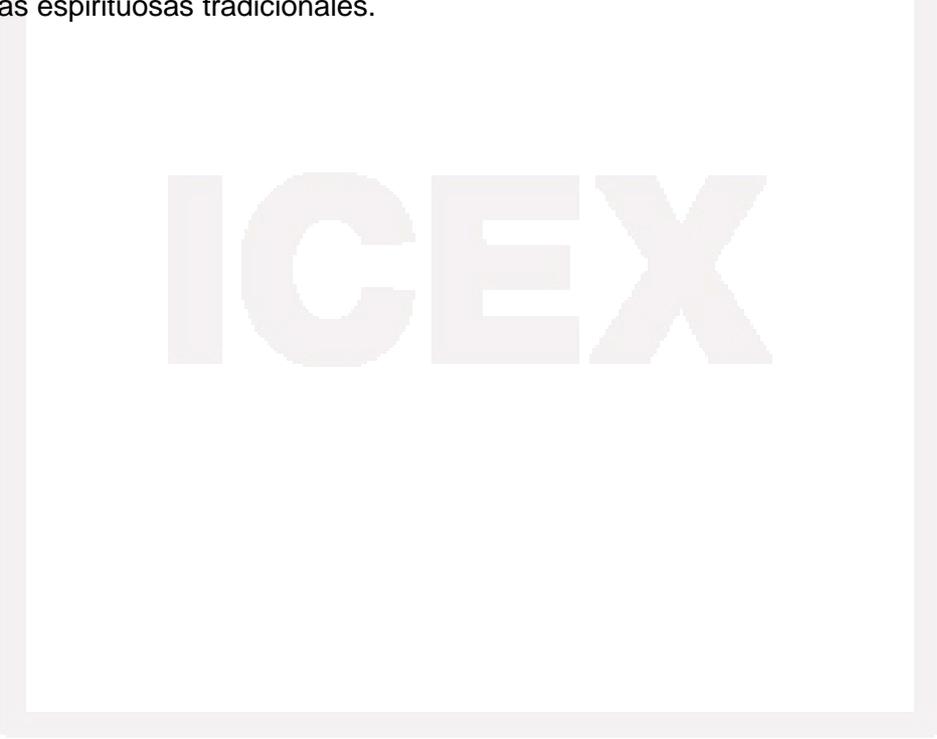
⁸ Universal McCann es la entidad a cargo de realizar estudios de mercado para la agencia publicitaria McCann Worldgroup

⁹ Los países incluidos en la encuesta fueron Venezuela, Argentina, Chile, Brasil, Colombia, México y Puerto Rico.

ling¹⁰. En resumen, en Puerto Rico no son tantos los que beben, pero los que beben lo hacen mucho.

Sorprendentemente, y en contra del estereotipo de país caribeño con elevado consumo de alcohol, datos de Impact International, Maritime Register, el Departamento de Hacienda y datos del Censo revelaron que el consumo per cápita de espíritus destilados en Puerto Rico (1,2 galones) está por debajo del consumo medio en EEUU (1,22 galones) y es muy inferior al consumo medio per cápita español (1,77 galones) si bien es superior al de países como el Reino Unido o Canadá.

En lo referente a las preferencias de los consumidores, como ya hemos indicado, la tendencia en Puerto Rico, al igual que en muchos países, es a consumir espíritus destilados y licores más suaves y muchas veces con sabor a frutas, menos amargos para el paladar. De ahí que incluso los productores de ron estén desarrollando nuevas gamas de producto que están teniendo gran aceptación en el mercado como el Don-Q o Bacardí Limón o Bacardí de manzana o coco. También están teniendo muy buena aceptación los “ready drinks” o bebidas espirituosas que se venden ya combinadas como Zombie, Hurricane, Bahama, Mamma o Long Island Iced Tea con una graduación de alcohol, de entre 12 y 30 grados, inferior a la de muchas bebidas espirituosas tradicionales.



ICEX

¹⁰ Expresión utilizada en Puerto Rico para denominar al estado de embriaguez ligera.

IV . PRECIOS Y SU FORMACIÓN

La estructura de costes a la que se ven sometidos las bebidas alcohólicas al ser exportadas desde España e introducidas en Puerto Rico varía mucho en función de los intermediarios que se utilice y del grado de alcohol del licor. De una forma poco precisa se puede calcular que el precio de los licores de más de 24% de volumen de alcohol, se multiplica por cuatro en la venta al público y por seis en el canal horeca.

La importancia del factor fiscal en el comercio de las bebidas espirituosas es muy grande ya que la suma de los diferentes impuestos puede representar un valor superior a la mitad del precio de venta al público de la botella. Conviene señalar que las bebidas alcohólicas desde su entrada en el país hasta su venta al consumidor se ven gravadas con diferentes impuestos especiales como son: la tasa aduanera y las accisas federales; los arbitrios estatales y las tasas sobre venta, siendo unas de carácter federal (las primeras que son cobradas por las Aduanas de EE.UU., territorio aduanero al que pertenece Puerto Rico) y otras de tipo local.

Las partidas arancelarias así como el arancel federal aplicado por Estados Unidos en el caso de los licores se pueden consultar en <http://www.usitc.gov/tata/index.htm> en el capítulo 22, partida 2208 del *Harmonized Tariff Schedule of the United States*. En el [anexo 6](#) de esta nota se muestran los aranceles vigentes en agosto de 2007. La columna aplicable a España es la correspondiente a "General".

Además de las tasas aduaneras, en el caso de las bebidas alcohólicas se aplica en Puerto Rico un arbitrio local de uso y consumo. Éste es un impuesto indirecto que grava el consumo de la mayor parte de los productos que se importan o fabrican en Puerto Rico. Los arbitrios locales para los licores y bebidas alcohólicas son los que recoge la siguiente tabla¹¹:

Artículo sujeto a impuesto	Unidad base gravamen	Impuesto
Espíritus destilados no derivados de caña de azúcar	Galón medida	\$ 31.29
Espíritus destilados de caña de azúcar		\$ 15.12

¹¹ Los tipos aplicados se recogen en las secciones 4002.c y 4023 de la Ley de Bebidas. Un galón equivale a 3,785 litros

Es importante destacar una diferencia notable en este tema entre Estados Unidos y Puerto Rico. En Estados Unidos los impuestos estatales son normalmente *ad valorem* (o sea que se aplican de acuerdo a un porcentaje del costo o valor). En Puerto Rico se cobran por galón, de esta manera, los licores más baratos salen perjudicados con relación a aquellos de precios más altos. En cambio, en Estados Unidos, los precios de los licores corrientes son más baratos.

Desde finales del 2005 se desarrolló la Reforma Contributiva cuyo objetivo fundamental es la recaudación de fondos para el Gobierno. Mediante dicha reforma se implementó el 15 de noviembre de 2006 un impuesto al consumo o “*sales tax*” de 7% (6% impuesto estatal y 1% municipal¹²) y es el consumidor el que lo paga en el momento de la compra, es decir, que el impuesto se aplica sobre el precio de venta al consumidor. El comerciante es el encargado de remitir la recaudación al Departamento de Hacienda en o antes del día 20 del mes siguiente a la compra. Está sujeta al impuesto la venta de todos los bienes muebles tangibles, los derechos de admisión y los servicios aunque también existirán algunas excepciones.

La implementación del nuevo impuesto suma a los arbitrios y aranceles que hasta entonces tenían que pagar los consumidores un 7% al precio de compra. Este nuevo impuesto puede perjudicar al consumo de productos que no sean de primera necesidad, entre los que se encuentran los licores y bebidas espirituosas.

Una vez aplicados todos los impuestos y márgenes de los diferentes intermediarios del canal los precios de venta al público varían mucho en función de los diversos productos y gamas. A modo orientativo se muestra en la siguiente tabla el precio medio observado en algunos de los licores y bebidas espirituosas más comunes en la Isla.

Bebida	Gama baja	Gama media	Gama premium
Coñac o Jerez			Grand Duque de Alba: \$ 38
Brandy	Felipe II: \$ 16	\$ 30	Cardenal Mendoza: \$ 43
Whisky	Marca local \$ 17	Dewards \$ 25	JW Black label: \$30
Ron	Marca local \$ 8	Bacardí o DonQ regular: \$ 11	Bacardí o DonQ (reservas): \$ 17
Ginebra		Beefeater: \$ 22	
Vodka	Marca local: \$ 8	Smirnoff : \$ 20	Grey Goose: \$ 36\$
Tequila	Jose Cuervo: \$ 22		“1800”: \$ 36
Otros licores	Bourget: \$ 8 Campari Bahamas, Zombi, Hurricane: \$ 11	Baileys: \$ 20 Licor 43: \$ 18 Passoa: \$ 20 Amaretto Disaronno: \$ 22	Frangelico: \$ 24 Cointreau: \$ 26 Grand Marnier: \$ 32

*Precios indicados para una botella de 750 ml *Sobre el precio observado hay que añadir el “*sales tax*” de 7%.

¹² El IVU es de 7% uniforme en toda la Isla desde el 1 de agosto de 2007 ya que antes de esa fecha el porcentaje aplicado por los municipios era variable.

V ■ PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

El puertorriqueño siempre ha identificado los productos españoles con calidad y siempre ha sentido hacia ellos una especial inclinación, dada la importante influencia española en el país. Esta buena imagen de la que gozan los productos españoles encuentra un fiel reflejo en el vino. Ello se manifiesta en el hecho de que España ocupa el número uno del Ranking de importaciones de vino en la isla desde el año 2002. De hecho, muchos consumidores de vino en la Isla asocian el producto con España y han aprendido a beber vino asociando la denominación de origen Rioja como un indicador de máxima calidad.

Sin embargo, pese a la buena percepción general de los productos españoles y la asociación que el consumidor percibe entre el vino y España, esta buena imagen no se ha transmitido a otras bebidas alcohólicas procedentes de España. Así, si bien no existe una percepción negativa hacia los licores españoles, tampoco se asocia el producto con nuestro país. No obstante, según el estudio antes mencionado preparado por Universal McCann sobre el consumo de alcohol en varios países de Latinoamérica, en Puerto Rico el país de origen de la bebida no influye en la compra.

VI. DISTRIBUCIÓN

La importación de licores y bebidas alcohólicas está sometida a licencia y en Puerto Rico son pocas las empresas que están autorizadas a distribuir bebidas alcohólicas. Debido a los requisitos legales existentes, la importación y distribución está concentrada en un número reducido de empresas, lo que provoca que en la Isla exista de facto un oligopolio en el mercado de las bebidas alcohólicas. Sólo las empresas en posesión de permisos para la importación de bebidas alcohólicas están autorizadas a introducir vinos en la Isla. Estas compañías apenas superan la treinta, de las cuales, sólo siete tienen verdadera incidencia en el mercado y son las que lo dominan. En orden de facturación total¹³ éstas son V. Suárez, Plaza Provision, Méndez & Co., B. Fernández, Ballester Hermanos, Serrallés y Bacardí.

No obstante, a pesar de este enorme control sobre el mercado que los distribuidores ostentan, tales empresas sí podrían mostrarse receptivas a las demandas de determinados clientes, sobre todo las principales cadenas de supermercados, quienes también podrían influir a la hora de configurar la selección de bebidas que se introducen en la Isla. Aunque la última palabra la tienen las compañías distribuidoras.

Las peculiares características legales del mercado de las bebidas alcohólicas en Puerto Rico aconsejan ser sumamente prudentes a la hora de elegir un distribuidor. Muchas de las compañías distribuidoras presentan una tan variada y extensa gama de productos (llegando en muchos casos a la saturación) que si la bebida en cuestión no reporta grandes beneficios puede quedar arrinconado y no recibir la suficiente atención. Por otro lado, ninguna de las empresas distribuidoras existentes está especializada exclusivamente en la comercialización de bebidas alcohólicas.

La fuerte influencia del distribuidor en el mercado puertorriqueño tiene reflejo en la *Ley N°75 de Contratos de Distribución*, reguladora de la relación contractual entre distribuidor y fabricante-exportador. Se trata de una normativa proteccionista favorable al distribuidor local que conviene conocer.

A lo largo de los años la figura del representante está ganando importancia ya que además de actuar como intermediario entre el exportador y el distribuidor final, también promociona el producto y hace un seguimiento de la comercialización de la marca que representa.

¹³ (de alimentación y bebidas)

Distribuidores locales

Las bebidas alcohólicas se introducen en Puerto Rico a través de importadores locales, ya sean traídas directamente desde el país de origen o por medio de sus importadores en Estados Unidos.

El distribuidor compra la mercancía en firme al exportador y acuerda con él el margen de ganancias con el que trabajar. Dicho margen suele oscilar, dependiendo de factores tales como el tipo de producto, el volumen de venta o la fuerza negociadora.

Los distribuidores locales disponen de almacenes donde depositan las bebidas para su posterior distribución a todos los puntos de venta de bebidas alcohólicas del país: supermercados, tiendas especializadas, panaderías, restaurantes, hoteles, cash & carry, colmados (pequeñas tiendas de ultramarinos), etc.

Estas empresas disponen de una red de vendedores, encargados de realizar las tareas de “merchandising” (colocación de productos en las grandes superficies) además de las normales de venta. Se trata de una figura importante ya que le corresponde la defensa del producto en los puntos de venta. Frecuentemente se observa una notable falta de eficacia con estos vendedores ya que en muchas ocasiones no dominan el producto que su propia empresa distribuye. De ahí la importancia de motivar a los vendedores.

La normativa reguladora de la distribución local es la Ley Nº 75 sobre Contratos de Distribución¹³. Se trata de una regulación muy proteccionista con el distribuidor local. A pesar de que la exclusividad no se contempla expresamente como un atributo necesario en esta regulación, en la práctica sí existe, como se deduce del hecho de que el Departamento de Hacienda sólo conceda la autorización de la etiqueta de un vino a un solo distribuidor. En otras palabras, el Departamento de Hacienda únicamente admite un distribuidor por marca.

El distribuidor local es, grosso modo, un importador que actúa como representante de la marca. Compra en firme la mercancía y a él corresponde la comercialización y venta del producto.

El espíritu de la Ley pretende nivelar las condiciones de contratación de dos grupos económicamente dispares, ya que existe un desequilibrio entre las dos partes negociadoras. La Ley nº 75 pretende proteger a los distribuidores frente a aquellos fabricantes que, una vez han conseguido un hueco en el mercado, eliminan arbitrariamente los contratos de distribución.

De acuerdo con la ley, justa causa (entendido como incumplimiento de algunas de las obligaciones esenciales del contrato de distribución por parte del distribuidor, o cualquier otro tipo de acción u omisión que afecte negativamente al principal), es la única razón por la que puede darse por terminada la relación. Si no mediara justa causa, el fabricante tendría que indemnizar al distribuidor por el tiempo, dinero, energía e instalaciones consumidas. La ley pretende con esto incentivar la continuidad de los contratos.

A lo largo de los años la figura del representante está ganando importancia ya que además de actuar como intermediario entre el exportador y el distribuidor final, también promociona el producto y hace un seguimiento de la comercialización de la marca que representa.

Normalmente, los distribuidores locales actúan como representantes de la marca que comercializan. Sin embargo, cada vez con mayor frecuencia, los fabricantes que tienen su propio representante, que actúa como agente o broker. Se trata de un intermediario entre el exportador y el distribuidor, con funciones de prospección del mercado y promoción del producto.

Cabe destacar que en muchas ocasiones es el propio representante el que se pone en contacto con el exportador con la idea de representarle en Puerto Rico y encargarse de buscar a un distribuidor.

En concreto, al representante le corresponde impulsar las ventas del producto que represente, cubriendo fundamentalmente los aspectos de relaciones públicas y otros orientados a promocionar su producto. Así, existen marcas que cuentan con su propio representante, quien en colaboración con el distribuidor organiza degustaciones y otras actividades para dar a conocer la marca y asegurar su presencia en todo tipo de eventos y de establecimientos. También le corresponde observar la evolución del producto en el mercado y vigilar la labor de la empresa distribuidora en la comercialización del producto.

La Ley nº 21 Del Representante de Ventas regula esta figura y está redactada en términos similares a la Ley nº 7514.



ICEX

VII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO

Puerto Rico es un territorio bajo la soberanía de Estados Unidos. El estatus de Estado Libre Asociado a Estados Unidos confiere a la Isla un reparto de competencias similar al de los 50 Estados de la Unión, aunque con mayor autonomía en los campos fiscal y cultural.

La normativa y requisitos federales son de plena aplicación en la Isla. Además de la federal se aplica la legislación puertorriqueña (la cual no puede contradecir lo dispuesto a nivel federal).

1.- Normativa reguladora.

En el plano federal la normativa aplicable es la *Federal Alcohol Administration Act* (Ley Federal de Administración de Alcohol) de 1935. Bajo esta ley se han desarrollado una serie de Reglamentos que regulan aspectos concretos de las bebidas alcohólicas (licencias, etiquetas, tamaño de los envases, embalaje, etc.) recogidos en el *Título 27 del Código Federal de Regulaciones* (*U.S. Code of Federal Regulations*).

A nivel estatal (local), las normas principales a tener en cuenta son:

- Ley Nº 143 de 30 de junio de 1969, conocida como “*Ley de Bebidas de Puerto Rico*”.
- Reglamento Nº 3686 de 17 de noviembre de 1988 para la Expedición, Denegatoria, Suspensión y Revocación de Licencias.
- Reglamento Nº 3134 de 19 de julio de 1984, conocido como *Reglamento sobre Envases*.
- Reglamento Nº 3028 de 8 de septiembre de 1983, para la Denominación y Uso de Sellos de Identificación en los Espíritus Destilados.
- Ley Nº 75 sobre Contratos de Distribución.

Los **organismos encargados de controlar la importación** de bebidas alcohólicas en Puerto Rico son dos, uno de carácter federal y otro estatal:

-A nivel federal: *Bureau of Alcohol, Tobacco and Firearms* (ATF - Negociado de Alcohol, Tabaco, Armas de Fuego y Explosivos) *del U.S. Department of Treasury* (Departamento del Tesoro de Estados Unidos).

-A nivel local: Negociado de Impuestos sobre Bebidas Alcohólicas del Departamento de Hacienda de Puerto Rico.

A modo informativo, a continuación indicamos cuáles son los **requisitos** que debe cumplir la empresa puertorriqueña interesada en **importar bebidas alcohólicas**:

- 1.- Permiso Básico Federal de Importador ("*Importer's and/or Wholesaler's Basic Permit*"), concedido por la ATF.
- 2.- Licencia de Traficante Importador al Por Mayor de Bebidas Alcohólicas (permiso de importación de bebidas alcohólicas requerido a nivel local).
- 3.- Aprobación (federal y estatal) de marbetes o etiquetas.
- 4.- Permiso de uso para el local del negocio.
- 5.- En caso de que se vaya a disponer de almacén de adeudo, fianza para garantizar el pago de los impuestos sobre las bebidas alcohólicas que se depositen en dicho almacén.
- 6.- Declaraciones provisionales de bebidas alcohólicas cuando se haga el pedido y cuando llegue el embarque a Puerto Rico con el pago de los impuestos.

De todos los requerimientos mencionados, los más importantes para el exportador español son:

- A) Que el importador esté en posesión de las correspondientes licencias.
- B) Asegurarse de que la etiqueta de la botella cumple con los requisitos legales.

2.- Licencias de importación de bebidas alcohólicas.

La importación de bebidas alcohólicas en Puerto Rico está sometida a una doble licencia:

(1) Permiso Básico Federal de Importador ("*Importer's and/or Wholesaler's Basic Permit*") expedido por el *Bureau of Alcohol, Tobacco and Firearms* (ATF) del *U.S. Department of Treasury*.

El Gobierno norteamericano exige este permiso a todos los importadores de bebidas alcohólicas y para su obtención es necesario cumplimentar el impreso "*Application For Importer's and/or Wholesaler's Basic Permit*". Este permiso no tiene ningún costo y es un requisito imprescindible para obtener la licencia concedida por el Departamento de Hacienda.

(2) Licencia de Traficante Importador al por Mayor

Una vez que se obtenga el Permiso Básico Federal es necesaria esta otra licencia de carácter estatal (local) que concede el Departamento de Hacienda de Puerto Rico. Su obtención se regula en el ya mencionado "*Reglamento para la Expedición, Denegatoria, Suspensión y Revocación de Licencias de Bebidas Alcohólicas*". El Negociado de Impuestos sobre Bebidas Alcohólicas del Departamento de Hacienda de Puerto Rico clasifica, según el volumen de ventas, las licencias de importador de la siguiente manera:

- 1ª clase: más de \$2.000.000
- 2ª clase: más de \$1.000.000 a 2.000.000
- 3ª clase: más de \$500.000 a 1.000.000
- 4ª clase: hasta \$500.000

Los derechos anuales de licencia¹⁴ tienen diferente coste dependiendo del tipo de clase al que pertenezca:

- 1ª clase: \$7.500
- 2ª clase: \$5.000
- 3ª clase: \$3.300
- 4ª clase: \$2.500

Únicamente las empresas que posean ambas licencias pueden introducir bebidas alcohólicas en Puerto Rico. Esto quiere decir que un mayorista que no disponga de ambas licencias no puede importar bebidas alcohólicas directamente del exterior, ni siquiera puede comprar a un importador estadounidense.

La única vía de introducir bebidas alcohólicas en la Isla es a través de aquellas empresas o individuos que se encuentren en posesión de dichos permisos. En Puerto Rico muy pocas empresas poseen ambas licencias ([anexo I](#)):

El número de empresas importadoras y distribuidoras es reducido lo que las permite tener un oligopolio de facto, pero hay que destacar que la cifra se ha visto aumentada en los últimos años.

3-. Etiquetas o marbetes.

El cumplimiento de los requisitos que establece la ley en cuanto a etiquetado es de gran importancia para el exportador español, dado los problemas que se plantean cuando la etiqueta no cumple con lo estipulado.

El Departamento de Hacienda de Puerto Rico no autorizará la introducción de bebidas alcohólicas con defectos en las etiquetas. Este organismo es sumamente exigente en este asunto y por lo tanto no autorizará el levantamiento de la mercancía hasta que ésta esté revisada. En los casos en que los defectos en la etiqueta son de poca entidad, el Departamento de Hacienda permite su corrección en los locales de aduanas.

La ATF es especialmente estricta en el cumplimiento de lo recogido en la normativa federal y no concederá autorización a ninguna etiqueta hasta que esta no se ajuste exactamente a lo recogido en el Título 27 del CFR¹⁵.

Es recomendable disponer de las aprobaciones oficiales de las etiquetas antes de realizar cualquier embarque. La solicitud de aprobación de la etiqueta corresponde al importador o distribuidor que vaya a introducir la bebida en Puerto Rico.

El envase contará normalmente con dos áreas básicas:

- 1ª. Etiqueta delantera o “*front label*”¹⁶.
- 2ª. Etiqueta trasera o “*back label*”.

El envase podrá además contar con una tercera etiqueta en la que normalmente aparecerá el aviso sanitario y los datos del importador.

¹⁴ Datos obtenidos del Código de Rentas Internas de Puerto Rico de 1994 sección 4010.

¹⁵ Pueden consultar el CFR en la página web www.access.gpo.gov/nara/cfr/cfr-table-search.html#page1

¹⁶ La etiqueta delantera se conoce por el nombre de “*front label*” o “*brand label*”

La **información obligatoria** que debe aparecer en la etiqueta, ya sea la delantera o la trasera es la siguiente:

- (1) Capacidad volumétrica del envase. El contenido debe estar expresado en litros o mililitros. Nunca en ninguna otra medida. Si el contenido neto no aparece en la etiqueta, tiene que estar litografiado en la botella.
- (2) Graduación alcohólica. La etiqueta debe indicar el porcentaje de alcohol por volumen.
- (3) Nombre comercial o marca.
- (4) Nombre y dirección del fabricante.
- (5) País de origen.
- (6) Denominación de origen.
- (7) Clase y tipo de vino. La etiqueta debe incluir claramente la clase y tipo de bebida de que se trate así como los estándares de identidad.
- (8) Sulfito. La etiqueta debe indicar si el licor contiene sulfito con una de las siguientes expresiones: “*Contains sulfites*”, “*Contains (a) sulfiting agent(s)*” o la indicación del agente específico empleado.
- (9) “Government Warning” o aviso gubernamental. Se deberá introducir la siguiente leyenda:
“ (1) *According to the surgeon general, women should not drink alcoholic beverages during pregnancy because of the risk of birth defects.* (2) *Consumption of alcoholic beverages impairs your ability to drive a car or operate machinery, and may cause health problems*”.
- (10) Nombre y dirección del importador. En la mayoría de las ocasiones el nombre del importador coincide con el nombre del distribuidor puertorriqueño, pero existen algunos casos en que el importador es una empresa situada en Estados Unidos y éste es diferente de la empresa importadora/distribuidora en Puerto Rico. En estos casos figurará obligatoriamente el nombre del importador estadounidense mientras que el importador puertorriqueño deberá tener una copia de la aprobación de las etiquetas que obtuvo previamente el importador.

Ello no debe inducirnos a pensar que el exportador español puede introducir sus bebidas directamente en Puerto Rico a través de un importador en Estados Unidos, prescindiendo del distribuidor puertorriqueño. Es imprescindible que cuente con un distribuidor en Puerto Rico ya que sólo estas empresas disponen de las licencias de importación al por mayor.

La marca, la clase y tipo de bebida o licor y el contenido de alcohol por volumen deben ir en la etiqueta delantera. El resto de la información no requiere un lugar específico de colocación. No obstante la información más frecuente en la etiqueta trasera es el “*Governmental Warning*” y la indicación de si contiene sulfitos (esto último aparece a menudo en ambos lados). El resto de los datos requeridos puede aparecer en cualquiera de las dos etiquetas.

Las etiquetas no deberán contener información que pueda confundir al público en general.

La información obligatoria contenida en la etiqueta deberá estar en inglés o español, pero se recomienda la utilización del inglés para la información obligatoria; esto debido a que el Bureau de Alcohol establece la necesidad de que la información significativa para el consumidor aparezca en inglés.

Aprobación de las etiquetas:

El importador tendrá que presentar un arte de la etiqueta para su aprobación en los organismos competentes federales y estatales. Ambas aprobaciones son necesarias:

1. En primer lugar la del Bureau of Alcohol, Tobacco and Firearms. El impreso que deberá presentar el importador para solicitar la aprobación federal es el ATF Form 5100.31, "Application Form and Certification Exemption of Label/Bottle Approval". La dirección a la que debe dirigirse es la siguiente:

Bureau of Alcohol, Tobacco and Firearms

Office of Public and Government Affairs

650 Massachusetts Avenue, Room 8290, NW

Washington, DC 20226

Att.: Product Compliance Branch.

La oficina del del Bureau of Alcohol, Tobacco and Firearms en Puerto Rico está ubicada en:

Bureau of Alcohol, Tobacco and Firearms en Puerto Rico¹⁷

Avenida Chardón 350, Oficina 310

Hato Rey, Puerto Rico 00919

Teléfono: (787) 766-5451

El titulo 27 del CFR en la sección 4.30. subparte D recoge los requisitos exigidos para el etiquetado de vinos; a la misma se puede acceder a través de la página web del ATF, en: www.atf.treas.gov

El ATF exige para poder hacer el despacho de la mercancía un certificado de origen emitido por alguna autoridad reconocida. En el mismo se debe hacer referencia a la añada de la partida, si esta se menciona en la etiqueta.

2. A continuación la etiqueta deberá presentarse a aprobación en el Negociado de Impuestos sobre Bebidas Alcohólicas del Departamento de Hacienda de Puerto Rico. El importador deberá contar con la aprobación de la etiqueta del ATF y adjuntar una copia, antes de presentar la solicitud en el Departamento de Hacienda de Puerto Rico. El formulario que el importador puertorriqueño tiene que presentar (por triplicado) se denomina "Certificado de Aprobación de Marbetes".

La etiqueta que se presente ante el Departamento de Hacienda para su aprobación debe coincidir exactamente con la aprobada por el Gobierno federal. De lo contrario será rechazada.

Es importante señalar que el Departamento de Hacienda sólo autoriza que una empresa puertorriqueña sea la distribuidora de la bebida cuya etiqueta se presenta a aprobación, por lo que la empresa local goza de facto con la exclusividad en Puerto Rico. El distribuidor puertorriqueño que presente en el Departamento de Hacienda la etiqueta a aprobación, tendrá la distribución exclusiva en Puerto Rico.

¹⁷ Información en www.ttb.treas.gov

Cualquier consulta respecto a etiquetas puede dirigirla a la siguiente dirección:

Departamento de Hacienda de Puerto Rico

Negociado de Impuestos sobre Bebidas Alcohólicas

Att. Sr. Rafael Caraballo, Director / Sr. José Luis Padró

Apartado 9024140

San Juan, Puerto Rico 00902-4140

Tlf. (787) 277-3900/34/36/39

Fax (787) 277-3929

4-. Contenido neto de los envases.

Los tamaños autorizados por el Reglamento sobre Envases para comercializar licores son los indicados a continuación:

3 litros	500 mililitros
1.5 litros	375 mililitros
1.0 litro	187 mililitros
750 mililitros	100 mililitros

Los licores pueden ser envasado en botellas de cuatro litros o más, siempre que la etiqueta indique el contenido del envase en litros completos como por ejemplo: 4 litros, 6 litros,...

5-. Embalaje.

Sólo se admiten siete tipos de embalaje según la capacidad de las botellas que contenga la caja:

- 1.- Botellas de 3 litros: cuatro por caja.
- 2.- Botellas de 1.5 litros: seis por caja.
- 3.- Botellas de 1 litro o 750 mililitros: doce por caja
- 4.- Botellas de 500 mililitros: doce por caja
- 5.- Botellas de 375 mililitros: veinticuatro por caja.
- 6.- Botellas de 187 mililitros: cuarenta y ocho por caja.
- 7.- Botellas de 100 mililitros: sesenta por caja.

6-. Impuestos.

Los impuestos aplicables a la importación, venta y consumo de bebidas alcohólicas son los descritos en el [capítulo de formación de precios](#) de esta nota sectorial.

VIII. ANEXOS

1. LISTADO DE BROKERS Y REPRESENTANTES

Empresa: A.J.A. BROKERS INC.

Dirección Postal: Cond. Vista de los Frailes 150 Carr 873 Apt. 88 Guaynabo PR 00969

Teléfono: (1-787) 720-7427 Fax: (1-787) 790-1296

Internet/e-mail: ajaberrios@yahoo.com

Empresa: CARIBBEAN WINE & SPIRITS BROKER, INC.

Dirección Postal: PO Box 70343 San Juan, Puerto Rico 00936-8343

Teléfono: (1-787) 758-7545 Fax: (1-787) 758-7569

Internet/e-mail: caribbeanwine@caribbeanwinepr.com

Productos: Vodka Finlandia solamente.

Empresa: Casa Morell D/B/A STENAJA SELECTIONS DIV. CARIBE

Dirección Postal: Urb. Apolo, C/Antioquía #2093 Guaynabo PR 00969

Teléfono: (1-787) 789-4909 Fax: (1-787) 789-4909

Internet/e-mail: stenaja@yahoo.com stenaja@prtc.net

Empresa: EMPRESAS ALFARO

Dirección Postal: Box 6238 Caguas PR 00726

Teléfono: (1-787) 743-4023 (Gas), 743-2383 502-3102 Fax: (1-787) 745-2715

Internet/e-mail: plinio@coqui.net

Empresa: J.W. BROKERS INC.

Dirección Postal: El Palmar de Torrimar Calle 2-A # 101 Guaynabo, PR 00969

Teléfono: (1-787) 640-8439 347-6439 (celular) Fax: (1-787) 708-0853

Internet/e-mail: jorge_wolf@hotmail.com

Empresa: PR & B INC.

Dirección Postal: Castillo del Mar, Suite 1401, Isla Verde Carolina PR 00979

Teléfono: (1-787) 726-3689 (noche)

Fax: --

Empresa: THE PEAK CORPORATION

Dirección Postal: PO Box 10938 Caparra Heights Sta. San Juan, Puerto Rico 00922

Teléfono: (1-787) 792-7750 Fax: (1-787) 792-7292

Internet/e-mail: peakcorpo@hotmail.com; cgarcia@peakcorpo.com

2. LISTADO DE EMPRESAS CON LICENCIA PARA IMPORTAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS

(En gris las más importantes)

Empresa: AMBROSIA FINE FOODS (Paradigm Associates)

Dirección Postal: PO Box 364248 San Juan PR 00936-4248

Teléfono: (1-787) 782-2929 Fax: (1-787) 774-5722

Internet/e-mail: gramis@paradigmpr.com

Empresa: APB IMPORTS (Pizzería Danny's International)

Dirección Postal: 1202 Magdalena Ave., Apartamento 302 San Juan PR 00907

Teléfono: (1-787) 724-0501 Fax: (1-787) 724-2734

Empresa: B. FERNÁNDEZ & HERMANOS, INC. (El Almacén del Vino)

Dirección Postal: PO Box 363629 San Juan, Puerto Rico 00936-3629

Teléfono: (1-787) 288-7272 792-7272 Fax: (1-787) 288-7291/7382 /7212/7290 788-6460

Internet/e-mail: www.bfernandez.com juan.teixidor@bfernandez.com, mari-
bel.perez@bfernandez.com/petra.figueroa@bfernandez.com la-
ra.rodriguez@bfernandez.com

javier.cruz@bfernandez.com

Empresa: BACARDÍ CARIBBEAN CORP.

Dirección Postal: PO Box 363127 San Juan, Puerto Rico 00936-3127

Teléfono: (1-787) 788-7070 788-1500 Fax: (1-787) 275-3939 788-5075 788-4175

Internet/e-mail: www.bacardi.com; fmateo@bacardi.com y rcruz@bacardi.com (ambos de la destilería)

Empresa: BALLESTER HERMANOS INC. (La Enoteca de Ballester)

Dirección Postal: PO Box 364548 San Juan, Puerto Rico 00936-4548

Teléfono: (1-787) 788-4110 Fax: (1-787) 788-6460

Internet/e-mail: www.ballesterhermanos.com / rmnatal@ballesterhermanos.com

Empresa: BODEGAR CORPORATION

Dirección Postal: PO Box 9024014 San Juan, PR 00902-4014

Teléfono: (1-787) 781-2160 781-0582 Fax: (1-787) 783-6435

Internet/e-mail: jluciano@bodegar.com

Empresa: BODEGAS DEL SUR

Dirección Postal: PMB-6-382, Ave. San Claudio San Juan PR 00926

Teléfono: (1-787) 536-2194 Fax: (1-787) 787-2003

Internet/e-mail: bodegasdelsur@yahoo.com

Empresa: CAROLINA PR DISTRIBUTORS, INC. (antes Bodegas Fuber)

Dirección Postal: Urb. Ocean Park, 1956 Cacique St. San Juan PR 00911

Teléfono: (1-787) 268-4087 (de 14,00 hrs a 18,00 hrs.) móvil: 717-5118

Fax: (1-787) 268-4087

Internet/e-mail: carolinapr@prtc.net www.winescarolinapr.com

Empresa: COCA-COLA PUERTO RICO BOTTLERS (CCI Limited Partnership)

Dirección Postal: PO Box 51985 Toa Baja, Puerto Rico 00950-1985

Teléfono: (1-787) 288-6400 Fax: (1-787) 288-6507 288-6516

Internet/e-mail: ndiana@ccprb.com jbravo@ccprb.com erubio@ccprb.com wga-lan@ccprb.com

Empresa: COMPOSTELA RESTAURANT (Bodegas Compostela)

Dirección Postal: Ave. Condado 106, Condado San Juan, Puerto Rico 00907

Teléfono: (1-787) 724-6088 Bodega: (1-787) 724-6099 Fax: (1-787) 723-2433

Internet/e-mail: compos@prtc.net / bodegascompostela@prtc.net

Empresa: DE MIER Y SAINZ DE LA MAZA

Dirección Postal: BBVA Center, Box 32. Amarillo # 1738; San Juan, PR 00926

Teléfono: (1-787) 250-3367, 751-9993, 460-1207 y 721-6668 Fax: (1-787) 250-6498 y 300-3298

Internet/e-mail: jsainz@dmsmg.com

Empresa: DESTILERÍA SERRALLÉS (La Cava de Serrallés)

Dirección Postal: PO Box 11972 San Juan, PR 00922-1972

Teléfono: S Juan (1-787) 707-1000 - Ponce (1-787) 840-1000 / (1-787) 724-5750 (La Cava de Serrallés) Fax: SJ: (1-787) 723-4823 Ponce (1-787) 840-1155

Internet/e-mail: www.donq.com / mercadeo@donq.com

Empresa: DISTRIBUIDORA LAS NOVEDADES, INC.

Dirección Postal: PO Box 360558 San Juan, Puerto Rico 00936-0558

Teléfono: (1-787) 765-3686 Fax: (1-787) 763-9655

Internet/e-mail: dinopromo@prtc.net

Empresa: DRS IMPORTS, INC.

Dirección Postal: Urb. Turabo Gardens Calle 28 # TI-06 Turabo Gardens, Caguas PR 00725

Teléfono: (1-787) 286-1547 Fax: (1-787) 286-1531

Internet/e-mail: drs@caribe.net

Empresa: E AND E INTERNATIONAL

Dirección Postal: Urb. Palmanova Calle Mónaco 243, Palmas del Mar Humacao PR 00791

Teléfono: (1-787) 285-2851 móvil: 398-8686 Fax: (1-787) 285-2819

Internet/e-mail: jjmartinezr@hotmail.com

Empresa: EL MORRO SHIP SHANDLERS - COSMOPAR INC - ACB ENTERPRISES

Dirección Postal: PO Box 9023395 San Juan PR 00902-3395

Teléfono: (1-787) 749-9760 y ACB Enterprises: 783-8350 Fax: (1-787) 783-7255

Internet/e-mail: csmp@coqui.net

Empresa: FINE INTERNATIONAL WINE, INC. (La Casa De Los Vinos)

Dirección Postal: P.O. Box 9421, Santurce Sta. San Juan, PR 00908

Teléfono: (1-787) 466-2202

Internet/e-mail: victorsinrazon@hotmail.com / www.casadevinos.net

Empresa: FINE SELECTIONS

Dirección Postal: Urb. Flamingo Terrace, B7-1 Marginal Bayamón, PR 00957

Teléfono: (1-787) 279-3463 Fax: (1-787) 279-3468

Internet/e-mail: www.fineselectionspr.com / jlrivera@fineselectionspr.com / imartinez@fineselectionspr.com

Empresa: FRIGORÍFICO & ALMACÉN DEL TURABO INC. - ÓSCAR SUPER CASH & CARRY - LA CAVA DE OSCAR

Dirección Postal: PO Box 7919 Caguas, Puerto Rico 00726

Teléfono: (1-787) 743-9191 Fax: (1-787) 746-1888

Internet/e-mail: egalay@oscarcc.com cto@oscarcc.com

Empresa: GARRIDO TRADING CORP. (Garrido Decoración, Inc.)

Dirección Postal: Urb. Floral Park Calle San Antonio 150 esq. Pachin Marin; San Juan, PR 00918

Teléfono: (1-787) 754-7926 753-8708 Fax: (1-787) 766-1557

Internet/e-mail: www.garridobros.com jgarrido@garridobros.com

Empresa: GOLD WINE CORP.

Dirección Postal: P.O. Box 1942 Caguas, PR 00726

Teléfono: (1-787) 469-3682

Internet/e-mail: goldwinecorp@gmail.com

Observaciones: Con licencia de importación desde marzo 07 ha empezado con vinos pero quiere extenderse también a otras bebidas alcohólicas.

**Empresa: GRUPO BARED: ALLIANCE DUTY FREE INC. - PERFUM PALACE –
NEWS STAND - ABC NETHERLANDS INC.**

Dirección Postal: PO Box 6254 Loiza Sta. San Juan, Puerto Rico 00914

Teléfono: (1-787) 791-4636 757-7777 752-3311 (ABC Netherlands) Fax: (1-787) 757-0040

Internet/e-mail: mcm@baredgroup.com calim@baredgroup.com bar-
edgroup@baredgroup.com

Empresa: GVR GROUP

Dirección Postal: Apartado 2143 Manatí PR 00674

Teléfono: móvil Sr. Villalaín: (1-787) 368-2723 Fax: (1-787) 854-7030

Internet/e-mail:

**Empresa: J.F. MONTALVO CASH & CARRY, INC. (Supermercados Plaza Gigante)
(Holiday Spirits)**

Dirección Postal: PO Box 364664 San Juan, Puerto Rico 00936-4664

Teléfono: (1-787) 781-2962 Holiday Spirits: (1-787) 273-6650 Fax: (1-787) 782-7785,

Internet/e-mail: victorhm@coqui.net

Empresa: JOSÉ MALGOR & COMPANY INC.

Dirección Postal: PO Box 9021904 San Juan, Puerto Rico 00902-1904

Teléfono: (1-787) 781-3108 Fax: (1-787) 782-6275

Internet/e-mail: malgorco@malgor.com / rmartinez@josemalgor.com / ramonín@prtc.net

Empresa: JR IMPORT

Dirección Postal: PMB 163, Ave. Alejandrino 3071 Guaynabo, PR 00969

Teléfono: (1-787) 758-1739 y 646-5902 Fax: (1-787) 790-0501

Internet/e-mail: ribott@gmail.com / ribott@onelinkpr.net

Empresa: LA CAVA DE MERLE (Merle Mazza Wines)

Dirección Postal: PO Box 322 Guayama PR 00784

Teléfono: (1-787) 409-5783 móvil Rigo (1-787) 409-5783 móvil Liliana. La Cava: (1-787) 866-6050

Internet/e-mail: mmwines@coqui.net

Empresa: MAKRO TRADING CO., INC. (Chateau Rouge)

Dirección Postal: PO Box 192772 San Juan PR 00919-2772

Teléfono: Chateau: (1-787) 620-7907 Fax: (1-787) 753-8212 (temporero ofic.abogados)

Internet/e-mail: ajcolorado@msn.com

Empresa: MALGOR & CO. INC.

Dirección Postal: PO Box 366 Cataño, Puerto Rico 00963-0366

Teléfono: (1-787) 788-0303 Fax: (1-787) 788-2190

Internet/e-mail: malgor@malgor.com / lissette.encarnacion@malgor.com antonio.garcia@malgor.com

Empresa: MEDINA & MEDINA, INC.

Dirección Postal: PO Box 362200 San Juan, PR 00936-2200

Teléfono: (1-787) 782-7575 Fax: (1-787) 782-7552

Internet/e-mail: pmedina@medinapr.com

Empresa: MÉNDEZ & COMPANY, INC. (La Bodega de Méndez)

Dirección Postal: PO Box 363348 San Juan, Puerto Rico 00936-3348

Teléfono: (1-787) 793-8888 Fax: (1-787) 793-8891 Bebidas: (1-787) 277-5807

Internet/e-mail: www.labodegademenendez.com / sgiulimondi@mendezcopr.com cyntia@mendezcopr.com

Empresa: MILLENIUM WINE SELECTION

Dirección Postal: PO Box 10207 San Juan PR 00922

Teléfono: (1-787) 763-9928 763-6177 Fax: (1-787) 763-6259

Internet/e-mail: www.millenniumwineselections.com

Empresa: MONTEBELLO WINE

Dirección Postal: RR # 2 Box 6801 Manatí, Puerto Rico 00674

Teléfono: (1-787) 854-5412 Fax: (1-787) 249-9431 854-5412

Internet/e-mail: montebellowines@msn.com / franciscanopr@hotmail.com

Empresa: PECATUM ORIGINAL

Dirección Postal: PO Box 366218 San Juan, Puerto Rico 00936-6218

Teléfono: (1-787) 764-9969 Fax: (1-787) 765-8955

Internet/e-mail: isisb@prtc.net

Empresa: PEPSIAMERICAS-PUERTO RICO

Dirección Postal: PO Box 2600 Toa Baja, Puerto Rico 00951-2600

Teléfono: (1-787) 251-2000 ext. 2980 y 251-2979 Fax: (1-787) 251-2934

Internet/e-mail: mike.hagan@pepsiamericas.com / jorge..marrero@pepsiamericas.com
www.pepsiamericas.com

Empresa: PLAZA PROVISION CO. (Plaza Cellars - Boutique du Vin) (Plaza Food System) (Hunter Food & Spirits)

Dirección Postal: PO Box 363328 San Juan, PR 00936-3328

Teléfono: (1-787) 781-2070, 653-4950 (Caguas) / Boutique (1-787) 250-0009 250-0008

Fax: (1-787) 781-2210 783-6475. Boutique: 758-0867

Internet/e-mail: www.plazaprovision.com / finn@plazaprovision.com / rlopez@plazacellars.com / bolivar@plazaprovision.com / vino@boutiquedevin.com

Empresa: QUINTANA HNOS. INC.

Dirección Postal: PO Box 364706 San Juan, Puerto Rico 00936-4706

Teléfono: (1-787) 783-3366 Fax: (1-787) 749-0585

Internet/e-mail: www.qhipr.com / jl@qhipr.com

Empresa: S.M.T. PUERTO RICO DUTY FREE INC.

Dirección Postal: PO Box 9024008 San Juan PR 00902-4008

Teléfono: (1-787) 725-6064 Miami: (1-888) 944-5077 Fax: (1-787) 289-0444

Internet/e-mail: jazelsr@smtdf.com

Empresa: SELECTED WINE IMPORTERS

Dirección Postal: B-6 Calle Ilusión Horizontes Gurabo Puerto Rico 00778

Teléfono: (1-787) 743-7539 móvil (1-787) 587-7234 Fax: (1-787) 743-7539 / (1-775) 361-8962

Internet/e-mail: jrivmarc@coqui.net

Empresa: TWO QUEENS CORP

Dirección Postal: Condominio Málaga Park 23 Guaynabo, PR 00971

Teléfono: (1-787) 789-5376 312-7664 Fax: (1-787) 790-0672/6371

Internet/e-mail: valvelo@winestyles.net

Empresa: V. SUÁREZ & CO., INC. (El Hórreo de V. Suárez)

Dirección Postal: PO Box 364588 San Juan, Puerto Rico 00936-4588

Teléfono: (1-787) 792-1212 273-5893 Fax: (1-787) 273-5819 792-0735

Internet/e-mail: www.vsuarez.com / ealfonzo@vsuarez.com

Empresa: VENROD TRADING

Dirección Postal: PO Box 2117 San Juan PR 00922

Teléfono: (1-787) 792-8600 Fax: (1-787) 792-1664

Internet/e-mail: yrios@coqui.net

Empresa: VINOS SELECCIÓN INC.

Dirección Postal: Calle Amarilys B-4 Guaynabo PR 00968

Teléfono: (1-787) 448-8801 Fax: (1-787) 250-8898

Internet/e-mail: joseluis@juliatourspr.com

3. FERIAS

Los distribuidores de Puerto Rico acuden a las ferias de carácter local de cara a mostrar los nuevos productos a la distribución minorista. Es en las ferias internacionales y en las que se celebran en Estados Unidos donde observan las tendencias y nuevos productos internacionales. A continuación se muestran las ferias y eventos más relevantes para el sector a nivel local.

Los Top 100 de Méndez

14 de junio, La Bodega de Méndez (Guaynabo, PR)

The Restaurant Show

26-27 de junio, Centro de Convenciones de Puerto Rico, San Juan (PR)

Wine & Cheese Festival

3 de noviembre, Centro de Convenciones (Puerta de Tierra, Puerto Rico)

International Bartenders Association World Congress

4 al 9 de octubre de 2008, Hotel Caribe Hilton (San Juan, PR)

Expoalimentos (Asociación de Mercadeo, Industria y Distribución de Alimentos (MIDA) / Puerto Rico International Food Exposition)

Abril, Centro de Convenciones de San Juan

4. ASOCIACIONES

ASOCIACIÓN DE RESTAURANTES DE PUERTO RICO (ASORE)

Dirección Postal: PMB 301, B-5 Calle Tabonuco, Ste. 216

Guaynabo, Puerto Rico 00968-3029

Domicilio: 638 Calle Aldebarán, Edif. BDE, Ste. HQ; San Juan, PR 00920

Teléfono: (1-787) 781-4899 **Fax:** (1-787) 783-9011

Internet/e-mail: www.asorepr.net / neysagonzalez@asorepr.net

CENTRO UNIDO DE DETALLISTAS

Dirección Postal: PO Box 190127 San Juan PR 00919-0127

Domicilio: Ave. Muñoz Rivera 501 (Junto Dpto. de Trabajo); Hato Rey, PR 00918

Teléfono: (1-787) 641-8413 **Fax:** (1-787) 641-8408

Internet/e-mail: www.centrounido.org / cud@centrounido.com / etoro@centrounido.com

MIDA (CÁMARA DE MERCADEO, INDUSTRIA Y DISTRIBUCIÓN DE ALIMENTOS)

Dirección Postal: 90 Carr. 165, Suite 501 Guaynabo, PR 000968-8058

Domicilio: Centro Internacional de Mercadeo, Ave. 165 Carr. #28 Km. 0.00, Torre 2 Oficina 501, Guaynabo, PR 000968-8058

Teléfono: (1-787) 792-7575 **Fax:** (1-787) 792-8085

Internet/e-mail: www.midapr.com / mida@pr.com

5. OTRAS DIRECCIONES DE INTERÉS

Oficina Económica y Comercial de España en San Juan de Puerto Rico

Dirección postal: Apartado 193179, San Juan, Puerto Rico 00919-3179

Dirección física: Cond. Capital Center Sur, Of. 705, Hato Rey, Puerto Rico 00918.

Tlf.: (1) 787-758.6345 Fax: (1) 787-758.6948

6. BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES DE INFORMACIÓN

Oficina Económica y Comercial de España, San Juan de Puerto Rico. (2006) "Informe sobre el comercio España-Puerto Rico". ICEX

Oficina Económica y Comercial de España, San Juan de Puerto Rico. (2006) "Marco legal de la importación de bebidas alcohólicas en Puerto Rico". ICEX

Palla, Odón y Bedard, Catherine. (2005) "Nota informativa sobre la importación de bebidas espirituosas". Oficina Económica y Comercial de España, Washington.

Ryan, Frances (2007). "Cheers". Caribbean Business, 3 de mayo de 2007.

Díaz, Marian (2007). "Licorerías aliadas por la moderación". El Nuevo Día, 6 de junio de 2007.

Colón Davila, J. (2007). "Consumo de alcohol en Puerto Rico: entre los que más beben los boricuas". El Nuevo Día, 14 de mayo de 2007.

The 2007 Caribbean Business Book of Lists, 2007. Casiano Communications. San Juan, Puerto Rico.

Sitios Web de referencia

Junta de Planificación de Puerto Rico <http://www.jp.gobierno.pr/>

Departamento de Hacienda de Puerto Rico <http://www.hacienda.gobierno.pr/>

El Nuevo Día <http://www.endi.com/noticias>

Pridco (Puerto Rico Industrial Development Company) <http://www.pridco.com>

Market Access Database <http://mkaccdb.eu.int/mkaccdb2/atDutyOverviewPubli.htm#>

Caribbean Business Archive Search <http://www.prwow.com/html/Archives/archives.php>

7. ARANCELES PARA LA IMPORTACIÓN DE LICORES EN PUERTO RICO (EE.UU.)

Heading/ Subheading	Stat. Suf- fix	Article Description	Unit of Quantity	Rates of Duty		2
				1 General	Special	
2208		Undenatured ethyl alcohol of an alcoholic strength by volume of less than 80 percent vol.; spirits, liqueurs and other spirituous beverages:				
2208.20		Spirits obtained by distilling grape wine or grape marc (grape brandy):				
2208.20.10	00	Pisco and singani	pf.liters	Free <u>1/</u>		\$1.78/pf. liter <u>1/</u>
		Other:				
		In containers each holding not over 4 liters:				
2208.20.20	00	Valued not over \$2.38/liter	pf.liters	Free <u>1/</u>		\$2.35/pf. liter <u>1/</u>
2208.20.30	00	Valued over \$2.38 but not over \$3.43/liter ..	pf.liters	Free <u>1/</u>		\$2.35/pf. liter <u>1/</u>
2208.20.40	00	Valued over \$3.43/liter	pf.liters	Free <u>1/</u>		\$2.35/pf. liter <u>1/</u>
		In containers each holding over 4 liters:				
2208.20.50	00	Valued not over \$2.38/liter	pf.liters	Free <u>1/</u>		\$1.32/pf. liter <u>1/</u>
2208.20.60	00	Valued over \$2.38/liter	pf.liters	Free <u>1/</u>		\$1.32/pf. liter <u>1/</u>
2208.30		Whiskies:				
2208.30.30		Irish and Scotch		Free <u>1/</u>		\$1.99/pf. liter <u>1/</u>
		In containers each holding not over 4 liters ..	pf.liters			
		In containers each holding over 4 liters	pf.liters			
2208.30.60	30 60	Other		Free <u>1/</u>		\$2.04/pf. liter <u>1/</u>
		Bourbon:				
		In containers each holding not over 4 liters ..	pf.liters			
		In containers each holding over 4 liters	pf.liters			
		Other:				
		In containers each holding not over 4 liters:				
	55	Rye	pf.liters			
	65	Other	pf.liters			
		In containers each holding over 4 liters:				
	75	Rye	pf.liters			
	85	Other	pf.liters			

1/ Imports under this subheading may be subject to Federal Excise Tax (26 U.S.C. 5001, 26 U.S.C. 5041 or 26 U.S.C. 5051).

EL MERCADO DE LICORES Y BEBIDAS ESPIRITUOSAS EN PUERTO RICO

Heading/ Subheading	Stat. Suf- fix	Article Description	Unit of Quantity	Rates of Duty		
				1		2
				General	Special	
2208 (con.)		Undenatured ethyl alcohol of an alcoholic strength by volume of less than 80 percent vol.; spirits, liqueurs and other spirituous beverages (con.):				
2208.40		Rum and other spirits obtained by distilling fermented sugar-cane products:				
2208.40.20	00	In containers each holding not over 4 liters: Valued not over \$3 per proof liter	pf.liters	23.7¢/pf.liter <u>1/</u>	Free (A+,CA,D,E,IL,MX,P) <u>1/</u> 11.8¢/pf. liter (SG) <u>1/</u> 14.2¢/pf. liter (BH) <u>1/</u> 15.7¢/pf. liter (CL) <u>1/</u> 15.9¢/pf. liter (JO) <u>1/</u> 19.7¢/pf. liter (AU) <u>1/</u> 20.5¢/pf. liter (MA) <u>1/</u>	\$1.32/pf. liter <u>1/</u>
2208.40.40	00	Valued over \$3 per proof liter	pf.liters	Free <u>1/</u>		\$1.32/pf. liter <u>1/</u>
2208.40.60	00	In containers each holding over 4 liters: Valued not over 69¢ per proof liter	pf.liters	23.7¢/pf.liter <u>1/</u>	Free (A+,CA,D,E,IL,MX,P) <u>1/</u> 14.2¢/pf. liter (SG) <u>1/</u> 15.7¢/pf. liter (CL) <u>1/</u> 15.9¢/pf. liter (JO) <u>1/</u> 18.9¢/pf.liter (BH) <u>1/</u> 19.7¢/pf. liter (AU) <u>1/</u> 20.5¢/pf.liter (MA) <u>1/</u>	\$1.32/pf. liter <u>1/</u>
2208.40.80	00	Valued over 69¢ per proof liter	pf.liters	Free <u>1/</u>		\$1.32/pf. liter <u>1/</u>
2208.50.00		Gin and Geneve		Free <u>1/</u>		\$1.99/pf. liter <u>1/</u>
2208.60	30	In containers each holding not over 4 liters	pf.liters			
	60	In containers each holding over 4 liters	pf.liters			
2208.60		Vodka:				
2208.60.10	00	In containers each holding not over 4 liters: Valued not over \$2.05/liter	pf.liters	Free <u>1/</u>		\$1.78/pf. liter <u>1/</u>
2208.60.20	00	Valued over \$2.05/liter	pf.liters	Free <u>1/</u>		\$1.78/pf. liter <u>1/</u>
2208.60.50	00	In containers each holding over 4 liters	pf.liters	Free <u>1/</u>		\$1.32/pf. liter <u>1/</u>

1/ Imports under this subheading may be subject to Federal Excise Tax (26 U.S.C. 5001).

EL MERCADO DE LICORES Y BEBIDAS ESPIRITUOSAS EN PUERTO RICO

Heading/ Subheading	Stat Suf- fix	Article Description	Unit of Quantity	Rates of Duty	
				1 General	2 Special
2208 (con.)		Undenatured ethyl alcohol of an alcoholic strength by volume of less than 80 percent vol.; spirits, liqueurs and other spirituous beverages (con.):			
2208.70.00		Liqueurs and cordials		Free <u>1/</u>	\$3.08/pf. liter <u>1/</u>
	30	In containers each holding not over 4 liters	pf.liters		
	60	In containers each holding over 4 liters	pf.liters		
2208.90		Other:			
2208.90.01	00	Aquavit	pf.liters	Free <u>1/</u>	\$1.99/pf. liter <u>1/</u>
		Bitters:			
2208.90.05	00	Not fit for use as beverages	pf.liters	Free <u>1/</u>	\$1.32/pf. liter <u>1/</u>
2208.90.10	00	Fit for use as beverages	pf.liters	Free <u>1/</u>	\$1.32/pf. liter <u>1/</u>
		Brandy:			
		Slivovitz:			
		Valued not over \$3.43/liter:			
2208.90.12	00	In containers each holding not over 4 liters	pf.liters	Free <u>1/</u>	\$2.35/pf. liter <u>1/</u>
2208.90.14	00	In containers each holding over 4 liters	pf.liters	Free <u>1/</u>	\$1.32/pf. liter <u>1/</u>
2208.90.15	00	Valued over \$3.43/liter	pf.liters	Free <u>1/</u>	\$2.35/pf. liter <u>1/</u>
		Other:			
		In containers each holding not over 4 liters:			
2208.90.20	00	Valued not over \$2.38/liter	pf.liters	Free <u>1/</u>	\$2.35/pf. liter <u>1/</u>
2208.90.25	00	Valued over \$2.38 but not over \$3.43/liter	pf.liters	Free <u>1/</u>	\$2.35/pf. liter <u>1/</u>
2208.90.30	00	Valued over \$3.43/liter	pf.liters	Free <u>1/</u>	\$2.35/pf. liter <u>1/</u>
		In containers each holding over 4 liters:			
2208.90.35	00	Valued not over \$2.38/liter	pf.liters	Free <u>1/</u>	\$1.32/pf. liter <u>1/</u>
2208.90.40	00	Valued over \$2.38/liter	pf.liters	Free <u>1/</u>	\$1.32/pf. liter <u>1/</u>

1/ Imports under this subheading are subject to Federal Excise Tax (26 U.S.C. 5001).

EL MERCADO DE LICORES Y BEBIDAS ESPIRITUOSAS EN PUERTO RICO

Heading/ Subheading	Stat. Suf. fix	Article Description	Unit of Quantity	Rates of Duty		
				1		2
				General	Special	
2208 (con.)		Undenatured ethyl alcohol of an alcoholic strength by volume of less than 80 percent vol.; spirits, liqueurs and other spirituous beverages (con.):				
2208.90 (con.)		Other (con.):				
2208.90.46		Kirschwasser and ratafia		Free <u>1/</u>		\$3.08/pf. liter <u>1/</u>
	30	In containers each holding not over 4 liters	pf.liters			
	60	In containers each holding over 4 liters	pf.liters			
2208.90.50	00	Tequila:				
		In containers each holding not over 4 liters	pf.liters	Free <u>1/</u>		\$1.68/pf. liter <u>1/</u>
2208.90.55	00	In containers each holding over 4 liters	pf.liters	Free <u>1/</u>		\$1.32/pf. liter <u>1/</u>
2208.90.71	00	Imitations of brandy and other spirituous beverages	pf.liters	Free <u>1/</u>		\$2.35/pf. liter <u>1/</u>
		Other:				
		Spirits:				
2208.90.72	00	Mezcal in containers each holding not over 4 liters	pf.liters	Free <u>1/</u>		\$1.78/pf. liter <u>1/</u>
2208.90.75	00	Other	pf.liters	Free <u>1/</u>		\$1.78/pf. liter <u>1/</u>
2208.90.80	00	Other	pf.liters	21.1¢/pf.liter <u>1/</u>	Free (A,AU,BH,CA, CL,E,IL,J,MA, MX,P,SG) <u>1/</u> 14.2¢/pf. liter (JO) <u>1/</u>	\$4.05/pf. liter <u>1/</u>

ICEX