

El mercado del brandy en Filipinas

El mercado del brandy en Filipinas

Este estudio ha sido realizado por José Ramón Espinosa Sánchez bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Manila

Marzo de 2006

ÍNDICE

I. CONCLUSIONES	4
II. DEFINICION DEL SECTOR	5
1. Delimitación del sector	6
2. Clasificación arancelaria	7
III. OFERTA	8
1. Tamaño del mercado	8
2. Producción local	9
3. Importaciones	9
IV. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA	14
V. PRECIOS Y SU FORMACIÓN	15
VI. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL	17
VII. DISTRIBUCIÓN	19
VIII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO	20
IX. ANEXOS	22
1. Empresas	22
2. Ferias	33
3. Otras direcciones de interés	34

I. CONCLUSIONES

El mercado filipino es desde hace años, tras el nacional, el segundo mercado en importancia y consumo para el brandy español. Filipinas es con gran diferencia el primer mercado exterior para este producto, con datos que duplican sobradamente las cantidades exportadas al segundo mercado exterior en importancia.

El mercado filipino del brandy se ve dominado desde hace años por las marcas y bodegas españolas, alcanzando las importaciones filipinas del producto español cuotas de importación en torno al 90% y cuotas de mercado que rondan el 70%. Estos datos muestran de manera muy clara la buena imagen y posicionamiento que tiene el brandy español para los consumidores filipinos.

Además, dentro de las exportaciones españolas a Filipinas el brandy representa desde hace años una de las partidas más importantes representando siempre más de un 10% del total de las exportaciones españolas a Filipinas. Y esto pese al descenso de las exportaciones sufrido en los dos últimos años. Como motivos principales de este descenso podrían aducirse entre otros el incremento de la presión impositiva sobre las bebidas de alta graduación alcohólica, las cuales han visto incrementar su gravamen en un 50% y las políticas de marketing de otros productos alcohólicos que están atrayendo a un público joven y que se revela como gran y potencial consumidor. Por ello y para no continuar perdiendo cuota de mercado, las bodegas españolas deberían enfocar su producto mediante diversas campañas de marketing y promoción hacia diversos segmentos objetivo dependiendo de la calidad de su brandy, aprovechando la buena imagen, tradición y gusto que se tiene en el país por el producto.

II. DEFINICION DEL SECTOR

El brandy es una bebida espirituosa (Rto. CEE/1576/89) de 36° a 45° obtenida a partir de aguardientes y destilados de vino, envejecido durante más de un año en vasijas o barricas de roble de capacidad superior a 1.000 litros o de seis meses si son vasijas de capacidad inferior lo que le confiere un aroma y sabor únicos. La edad y calidad del brandy viene definida por tres categorías:

1. Solera, con un tiempo de envejecimiento superior a seis meses y contenido de componentes volátiles superior a 200mg por cada 100cc. Posee un color ámbar, con un aroma donde aún asoman ciertos rasgos del destilado con ligeras notas salinas si ha sido envejecido en botas de fino o bien con toques de vainilla si lo ha hecho en botas de oloroso.
2. Solera Reserva, con un tiempo de envejecimiento superior a un año y un contenido de componentes volátiles superiores a 250mg por cada 100cc. De tonos más oscuros que el solera y algo menos luminoso por su mayor envejecimiento. Posee aromas más dulcificados y complejos.
3. Solera Gran Reserva, con un tiempo de envejecimiento mínimo de tres años y contenido total de sustancias volátiles superior a 300mg por cada 100cc. De tonos caobas y yodados por su mayor vejez y concentración de sus componentes, su aroma presenta rasgos de enorme complejidad, con sensaciones dulces, suaves y persistente sabor amargo de los taninos del roble.

El brandy de Jerez, la más importante de las tres Denominaciones Geográficas de Brandy reconocidas por la UE se produce en tres regiones productoras de vino que son Puerto de Santa María, Jerez de la Frontera y Sanlúcar de Barrameda. También existe en la zona de Cataluña, en el área del Penedés, una pequeña producción de brandy. Otros destilados del vino conocidos a nivel mundial y que podrían asimilarse al brandy son el Cognac y el Armagnac provenientes y producidos, en general, en Francia.

1. DELIMITACIÓN DEL SECTOR

Pese a la existencia de accisas que gravan considerablemente el brandy y resto de bebidas espirituosas, es de consideración que nos encontramos ante el único país católico de la zona, por lo que es mucho más liberal a la hora de consumir bebidas alcohólicas de lo que lo son la mayoría de sus vecinos asiáticos.

El consumo de bebidas espirituosas forma parte de las costumbres filipinas, si bien a lo largo del tiempo se observan pequeños cambios en las tendencias y formas de consumo de las mismas. Al estudiar el comportamiento y formas de consumo de la gente joven nos encontramos ante lo que podríamos denominar como acto social, en el que cuando consumen este tipo de bebidas lo hacen combinándolas con refrescos o zumos, tratando de seguir las tendencias que prevalecen en su grupo social e imitando muchos de los gustos y tendencias que se dan actualmente en occidente. En este sentido empresas productoras de este tipo de bebidas están apostando por este segmento con agresivas campañas de marketing al considerar a este segmento como de alto crecimiento y ser la fuente de importantes ingresos futuros, adaptándose a las nuevas tendencias del mercado.

A efectos de legislación filipina, no todas las bebidas alcohólicas se tratarán del mismo modo, sino que su clasificación y trato fiscal dependerá de su composición. El vino, la cerveza, la sidra y demás bebidas con un contenido de alcohol inferior al 25% conforman el primer grupo, mientras que en el segundo, donde se incluye al brandy, están las bebidas con más de un 25% de alcohol o las llamadas bebidas espirituosas.

En lo que respecta al brandy en particular, se estima que el escenario idóneo y habitual para su consumo en Filipinas es en casas propias y clubes de alto nivel y no tanto en bares, aunque también es posible observar que este hecho se va extendiendo cada vez más. También es muy corriente su consumo en actos de celebración y festividades familiares.

Se considera que bebidas sustitutivas del brandy serían bebidas de similar graduación como son el ron, el whisky, la ginebra o el vodka. Sin embargo, no hay que olvidar como producto sustitutivo a la cerveza –pese a que su graduación alcohólica no tiene nada que ver con la del brandy-, ya que es la bebida alcohólica más consumida y extendida en el país, y en numerables ocasiones pugna con el brandy a la hora de elección entre los diferentes consumidores.

2. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA

A la hora de analizar y definir las partidas arancelarias y obtener el volumen de importaciones desde cualquier país a Filipinas es necesario tener en cuenta que Filipinas no emplea el Sistema Armonizado (HS) como código de clasificación arancelaria, sino que trabaja con su propia clasificación: Philippine Standard Commodity Classification (PSCC).

Por otro lado cabe destacar que el gobierno filipino toma como puerto de origen de la mercancía, a la hora de realizar sus estadísticas sobre importaciones, el último puerto de salida de la misma o aquél en el que se entregue el Bill of Lading. Es por ello que puede que muchos de los datos que se facilitan y han sido extraídos del filipino Department of Trade and Industry (DTI) no coincidan con los de Eurostat o Estacom, de forma que en numerosas ocasiones las importaciones españolas se ven sesgadas a la baja y las de otros países como pueden ser Holanda, Hong Kong o Singapur, que son grandes puertos de escala, incrementadas.

En la tabla que se presenta a continuación se indican las equivalencias de las partidas referentes al brandy de ambos sistemas:

Equivalencia de partidas del HS y el PSCC filipino

PSCC	HS	Descripción
112.42	2208.20-27	Brandy de Jerez en recipientes de contenido no superior a 2 litros
	2208.20-87	Brandy de Jerez en recipientes de contenido superior a 2 litros

Fuente: Philippine Estándar Commodity Classification

III. OFERTA

1. TAMAÑO DEL MERCADO

En lo que se refiere al mercado filipino, el brandy es una de las bebidas más populares en el país, si bien, como se verá en lo sucesivo, el volumen de las importaciones es menor al de años anteriores y es apreciable el aumento de las importaciones de otro tipo de bebidas alcohólicas de alta graduación, especialmente del whisky y del vodka. A pesar de ello, este pasado año las importaciones de brandy, tras una gran caída en 2004, han vuelto a incrementarse y a retomar una senda de crecimiento para alcanzar valores de años anteriores.

En la siguiente tabla se muestra el volumen importado entre 2002 y 2005 de los principales productos espirituosos:

Importaciones de bebidas alcohólicas de alta graduación (en litros)				
Producto	2002	2003	2004	2005
Brandy	7.105.806	8.633.386	5.232.588	6.459.222
Whisky	1.863.951	2.484.189	2.309.225	2.745.736
Ron	25.439	44.927	176.677	105.956
Ginebra	81.067	317.786	314.860	10.963
Vodka	121.113	153.241	586.785	720.810

Fuente: DTI

Se estima que se consumieron el pasado año 2005 en Filipinas, de manera más que sobrada, más de 50 millones de cajas (12 botellas por caja) de vino y demás bebidas de

EL MERCADO DEL BRANDY EN FILIPINAS

alta graduación. De las bebidas de alta graduación, además del brandy, el ron y la ginebra de fabricación local constituyen la mayor parte de los productos consumidos.

De la cantidad anteriormente citada Filipinas importó en 2005 más de 10 millones de litros de bebidas espirituosas, lo que en valor FOB representa más de 28,7 millones de USD.

2. PRODUCCIÓN LOCAL

Existe de este producto una importante producción local aunque, si bien se denomina también brandy, no proviene del destilado de vino y su precio y calidad es considerablemente menor. Entre las fábricas locales cabe destacar a La Tondeña, que forma parte del holding de San Miguel que es la empresa más importante de Filipinas, y que domina entre un 55% y 60% del mercado de las bebidas de mayor graduación del país.

De entre todas las marcas filipinas son dos las marcas que más destacan: Emperador, fabricado por La Tondeña, y Barcelona, producida por la otra gran compañía filipina de productos alcohólicos, Tanduay Distillers. Estas marcas van ganando poco a poco cuota de mercado respecto al producto español ya que su precio es notoriamente inferior al del brandy español incluso comparándolo con el producto español más económico.

Además los productores y proveedores locales mantienen unas políticas muy agresivas de precios y de comunicación en los medios más importantes, jugando con un margen de beneficio muy estrecho, lo que provoca una situación muy competitiva vía precios. Esto deja, sin embargo, un nicho de mercado para el producto de mayor calidad que es un factor por el que producto español debe diferenciarse del resto.

3. IMPORTACIONES

En este apartado se analizarán las importaciones de brandy que realiza Filipinas. Se analizará en primer lugar, tal y como puede apreciarse en el siguiente cuadro las importaciones filipinas por país de procedencia, de acuerdo a los datos del Department of Trade and Industry filipino, haciendo especial hincapié en el lugar predominante que ocupa España, indicando el valor (en USD), volumen (en litros) y evolución de sus exportaciones lo largo de los años.

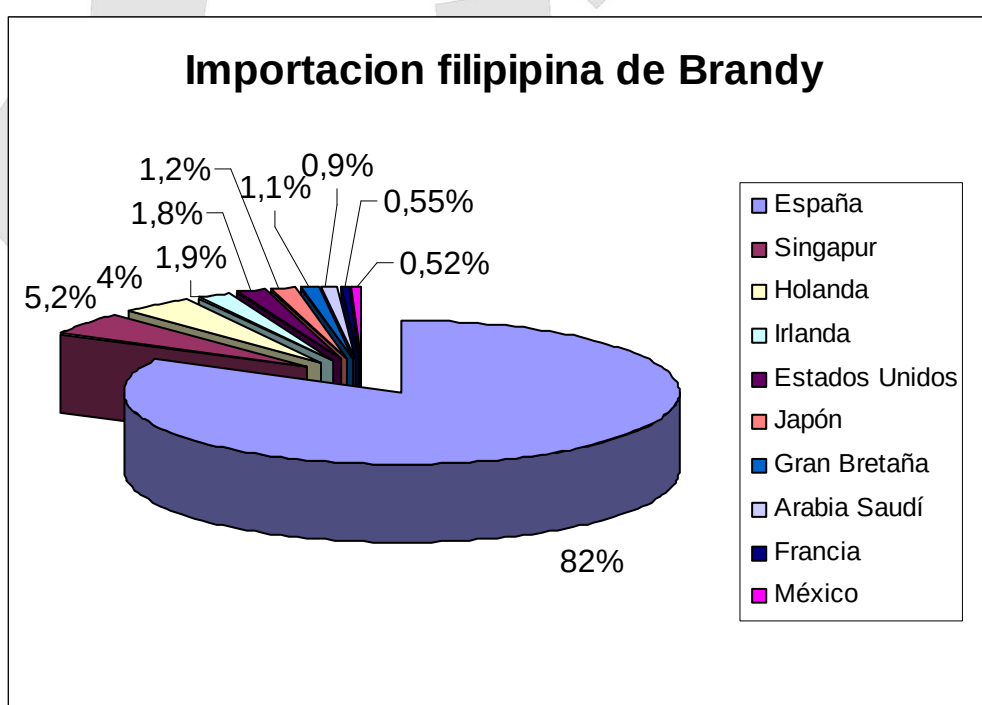
EL MERCADO DEL BRANDY EN FILIPINAS

Posteriormente pasaremos a tabular y analizar el porcentaje que las exportaciones españolas de brandy suponen dentro del total de productos que España exporta a Filipinas.

Importaciones filipinas de brandy (PSCC 112.42)

	País	2005			2004		
		Cantidad	Valor	Cuota	Cantidad	Valor	Cuota
1	España	5.879.128	14.437.007	81,99%	5.104.384	15.887.079	95,03%
2	Singapur	76.289	920.454	5,23%	37.010	401.571	2,40%
3	Holanda	100.870	713.847	4,05%	15.160	86.130	0,52%
4	Irlanda	54.781	337.834	1,92%	0	0	0%
5	Estados Unidos	87.415	326.040	1,85%	6.481	54.096	0,32%
6	Japón	49.586	208.409	1,18%	12.350	16.065	0,10%
7	Gran Bretaña	71.200	197.035	1,12%	14.752	86.162	0,52%
8	Arabia Saudí	105.000	159.088	0,90%	0	0	0%
9	Francia	5.191	96.568	0,55%	6.397	64.496	0,39%
10	México	21.768	91.960	0,52%	0	0	0%
TOTAL TOP 10		6.451.228	17.488.242	99,31%	5.196.534	16.595.599	99,28%
TOTAL		6.459.222	17.607.741	100%	5.232.588	16.718.098	100%

Fuente: DTI- Department of Trade and Industry of Philippines



EL MERCADO DEL BRANDY EN FILIPINAS

Se pone de manifiesto pues, que España es el gran suministrador mundial de Brandy a Filipinas con un 82% de cuota de mercado en 2005. Y esto continúa siendo así pese a los dos años de decremento consecutivo de las importaciones filipinas de brandy procedentes de España, lo que ha provocado que el valor de estas se sitúen en 2005 sólo un poco por encima de los valores obtenidos en 2002. Sin embargo, la distancia con el resto de países suministradores a Filipinas sigue siendo abismal tanto en cantidad como en valor pudiendo concluir que el único país competidor real de España en lo que respecta a este producto sería la propia Filipinas. Y ello a pesar de que la calidad de su producto es, como ya se ha dicho, sensiblemente inferior al español.

En la evolución de las exportaciones españolas de brandy a Filipinas se puede observar como tras alcanzar en 2003 las exportaciones españolas un máximo histórico de 22 millones de Euros (aproximadamente 18,5 millones USD), que supusieron un 16,57% de las exportaciones españolas totales a Filipinas, el valor de la exportación española de brandy comenzó a descender hasta alcanzar el valor de 11.790.570,84 Euros (unos 9,9 millones USD) en este pasado 2005. Esto es debido entre otras razones a:

- la puesta en marcha en estos años recientes por parte del gobierno filipino de un incremento de las accisas y distintas leyes impositivas que gravan las bebidas espirituosas y especialmente la importaciones de las mismas, con un nuevo y considerable incremento en el pasado 2005,
- cambio en los gustos de los consumidores especialmente en el segmento de población más joven,
- imitación de los gustos occidentales, mayores consumidores de otro tipo de bebidas alcohólicas. Esto viene motivado por modas e imitación de forma de vida y comportamiento de determinados grupos de población a los que se intenta ser más afín,
- mayor competencia dentro del mercado de bebidas espirituosas, con agresivas campañas de marketing de marcas de otras bebidas como el vodka y el whisky sabedoras de la existencia de un gran mercado potencial,
- mayor comercialización de productos y marcas filipinas con precios mucho más competitivos

En un apartado sucesivo se comentará con más detalle el gravamen que se aplica a este tipo de bebidas, pero cabe introducir en este apartado que la aplicación de este gravamen y su continuo incremento ha acabado haciendo mella, como se ve en las estadísticas, en las importaciones de brandy procedentes de España.

Además de lo ya comentado y a pesar del descenso de los últimos años puede verse a continuación, de acuerdo a los datos suministrados por ESTACOM, que el valor de las exportaciones españolas de brandy a Filipinas suponen desde hace ya años un porcentaje muy elevado dentro del total de exportaciones españolas al mismo país:

EL MERCADO DEL BRANDY EN FILIPINAS

Exportaciones españolas totales y de brandy a Filipinas

	2005	2004	2003
Valor Exportaciones Brandy (€)	11.790.570,84	17.903.847,05	21.824.489,23
Total Exportaciones	104.161.453,74	152.818.786,42	131.700.895,95
Porcentaje	11,32%	11,72%	16,57%

2002	2001	2000	1999
18.343.406,72	14.988.933	12.699.705,73	15.537.584,03
131.200.207,05	127.435.068,97	116.606.385,61	111.970.712,53
13,98%	14,90%	10,89%	13,87%

Fuente: ESTACOM

Este producto ha ocupado siempre, de acuerdo con los datos recogidos en Estacom, uno de los principales lugares en cuanto a bienes más exportados desde España a Filipinas, representando siempre en los últimos años, como puede verse en las tablas anteriores, más del 10% de nuestras exportaciones totales a este país.

A continuación exponemos, por ser la más representativa, la evolución en los dos últimos años del volumen de exportaciones españolas a Filipinas de las distintas categorías y calidades de brandy de Jerez:

Evolución de las exportaciones de Brandy de Jerez a Filipinas

Solera			Solera Reserva			Solera Gran Reserva		
2004	2005	%	2004	2005	%	2004	2005	%
8.156.794	4.329.169	-47%	547.111	662.586	21%	297.083	178.751	-40%

Fuente: Consejo Regulador del Brandy de Jerez

Evolución de las exportaciones de Brandy de Jerez sin denominación (a granel)

Solera			Solera Reserva			Solera Gran Reserva		
2004	2005	%	2004	2005	%	2004	2005	%
251.680	618.420	146%	0	48.620	-	0	28.600	-

Fuente: Consejo Regulador del Brandy de Jerez

EL MERCADO DEL BRANDY EN FILIPINAS

Puede comprobarse como de 2004 a 2005 han descendido las exportaciones a Filipinas de brandy de Jerez solera y solera gran reserva, un 47% y un 40% respectivamente, mientras que las de solera reserva se han visto incrementadas en un 21%. De manera global las exportaciones a Filipinas de brandy embotellado han visto reducir su volumen en un 43% en los citados años. En cambio puede observarse un incremento reseñable de la exportación de brandy sin denominación o a granel, incluso en aquel tipo de brandy en el que antes no se exportó.

No hay que olvidar hacer referencia en este apartado al problema existente y cada vez más extendido de la copia de productos así como a los productos sustitutos del brandy.

Por un lado, haciendo referencia a la copia de productos vendidos en Filipinas como brandy, y más específicamente como brandy español, se han observado y denunciado en repetidas ocasiones casos flagrantes en contra de la legislación internacional vigente y de violación de la propiedad intelectual. Han sido detectados en numerosas ocasiones productos comercializados por destilerías filipinas con información falsa y desleal, etiquetados como “Brandy de España”, conteniendo estas etiquetas también otras irregularidades de diversa índole. Además, tras realizar diversos análisis e investigaciones se comprobó que ni se trataba de producto español ni cumplía con la legislación filipina sobre el brandy, ya que el producto no era aguardiente de vino y, por tanto, no podía calificarse ni tener la denominación de brandy. Por ello se han tomado ya las medidas que corresponden para erradicar este fraude.

En lo que hace referencia a los productos sustitutos del brandy, como ya se ha comentado y expuesto en la tabla del punto III.1, se puede observar un sostenido aumento a lo largo de los años de otras bebidas espirituosas que han ido ganando cuota de mercado en Filipinas. Siendo el whisky la segunda bebida espirituosa más importada no hay que obviar el importante crecimiento experimentado por el vodka que prácticamente ha multiplicado su volumen importado por seis desde 2002. A pesar de ello son el ron y la ginebra, junto con el brandy, los productos que más se amoldan a los gustos locales además de ser su precio más asequible. De estos últimos productos mencionados existe en Filipinas una gran producción, y grandes empresas locales tienen una importante participación en el mercado. Cabe reseñar además que los proveedores locales mantienen políticas bastante agresivas, lo cual puede explicar porqué los volúmenes de importación de ginebra y de ron son comparativamente muy inferiores a los del resto de productos y estos van año a año reduciéndose, sustituyéndose por producción local.

IV. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA

Después de la contracción en la economía durante el pasado fin de siglo y comienzo del presente debido a la crisis asiática, se ha vuelto a la senda del crecimiento (en 2004 y 2005 se han registrado las tasas más altas de crecimiento del PIB, 6,1% y 5,1%, respectivamente, de los últimos quince años). Esto podría favorecer el aumento del gasto en bienes de consumo, máxime teniendo en cuenta que el consumo de este tipo de productos está en consonancia con el constante crecimiento del poder adquisitivo de la población.

Puede comprobarse en el siguiente cuadro como el porcentaje de renta familiar gastado en bebidas alcohólicas se ha mantenido constante en los últimos años, lo cual es positivo si se tiene en cuenta que la renta media familiar se ha visto incrementada en Filipinas en los cuatro últimos años en más de un 12%:

Gasto por sectores	1997	2000	2003
Comida	44,2	43,6	42,6
Bebidas alcohólicas	0,9	0,7	0,7
Tabaco	1,3	1,1	1,1
Luz, gasóleo y agua	5,3	6,3	6,5
Trasporte y comunicación	5,6	6,8	7,4
Vivienda	14,2	14,3	13,6
Cuidado personal	3,3	3,6	3,9

Fuente: Nacional Statistics Office

V. PRECIOS Y SU FORMACIÓN

Como en todos los países en los que es posible encontrar una gran variedad y diversidad de productos, se puede encontrar en Filipinas, pese a ser importado gran cantidad del producto que se consume, una gran gama y variedad de precios asequibles para la gran mayoría de consumidores. El consumidor de bebidas alcohólicas de alta graduación en Filipinas suele elegir, como ya se ha comentado, cada tipo de producto y la calidad del mismo dependiendo de su poder adquisitivo y principalmente de cada momento determinado o acto social en que se encuentre.

En la formación del precio final de las bebidas alcohólicas de alta graduación, entre las que se encuentra el brandy, tienen especial peso los impuestos que sobre estas recaen. La ley que articula la presión fiscal sobre las bebidas alcohólicas se revisó a finales del pasado año 2005 con la Republic Act 9334 –más conocida como “Sin Tax Bill- implicando esta un incremento en el porcentaje de impuestos aplicados. Además, a la cantidad resultante de aplicar este impuesto habrá que sumarle el porcentaje correspondiente de IVA (VAT, del 12%) por cada transmisión que se realice dentro del país y que naturalmente va repercutiendo en el precio final que pagará el consumidor final.

La promulgación de esta nueva ley tiene un efecto sustancial en el precio final de las bebidas alcohólicas en general. El efecto será más acusado sobre las bebidas de alto precio de venta al público ya que estas serán gravadas con un mayor porcentaje. Esta ley supone un mayor incremento del precio final para las bebidas alcohólicas más caras y, por tanto, de mayor calidad, suponiendo tras el último incremento realizado una sobrecarga media de impuesto de aproximadamente el 50% respecto al anterior gravamen existente.

Esto puede verse a modo de ejemplo para las distintas calidades de brandy, parejas a los distintos rangos de precio, de una manera más sencilla y esquemática en el siguiente cuadro:

EL MERCADO DEL BRANDY EN FILIPINAS

Cambios producidos por la Republic Act 9334			
Bebidas espirituosas en botella de 750 ml.	Nuevo precio	Antiguo precio	Incremento
Precio de venta menor a 250 Pesos por botella	126 Pesos/ Litro	84 Pesos/ Litro	50%
Precio de venta entre 250 y 675 Pesos por botella	252 Pesos/ Litro	168 Pesos/ Litro	50%
Precio de venta mayor a 675 Pesos por botella	504 Pesos/ Litro	336 Pesos/ Litro	50%

Fuente: Ministerio de Finanzas

Dentro de la misma ley, la sección 131 de pago de impuesto de accisas en artículos importados especifica que a la importación a Filipinas de puros, cigarrillos, licores, bebidas alcohólicas destiladas y vinos, indistintamente de que estos productos vayan destinados para tiendas “duty free” o libres de impuestos, les será aplicable el pago de impuestos, cargos, etc. entre los que se incluye, de aquí en adelante, el pago de accisas. Esto podría afectar dramáticamente a algunas marcas españolas cuya fuerza residía principalmente en la exportación a puertos libres y zonas libres de impuestos, si bien para observar su efecto real habrá que esperar aún algún tiempo.

Se puede comprobar en las grandes superficies de Filipinas, como ya se ha comentado, la existencia de una gran diversidad de marcas de brandy y la enorme variedad de precios desde los más asequibles para todos los bolsillos a los brandys envejecidos y dirigidos a un público objetivo de mayor poder adquisitivo, oscilando los precios de la botella habitual de 70 cl. desde los 63 pesos la botella hasta los 1.300 pesos.

VI. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

El producto español no sólo tiene que hacer frente a unos impuestos más altos que los brandys locales, sino que también tienen problemas de imitación de imagen por parte de las empresas locales, sabedoras estas del alto y buen posicionamiento del producto español. La imagen del brandy español está asociada a la **calidad** de su producto. Así las empresas locales copian la etiqueta, la forma de la botella, ponen nombres españoles a sus marcas, etc., a la vez que aprovechan su posición más competitiva en cuanto a precios propiciada, en gran parte, por la menor carga fiscal que soportan gracias a la legislación por las que se ven favorecidas.

Los filipinos conocedores del producto y de la diferencia de calidad seguirán, sin embargo, decantándose por el producto español. Principalmente en ocasiones especiales.

Puede encontrarse en las grandes superficies una muy amplia variedad de producto, si bien la comercialización y venta de brandy español es abrumadora, compitiendo entre sí una gran variedad de bodegas españolas con varios de sus productos y marcas enfocadas a los distintos segmentos de población.

De entre las marcas existentes es Fundador, de Bodegas Pedro Domecq, la que tiene la mayor cuota de mercado en Filipinas con alrededor de un 70%. Esto es debido a sus largos años de experiencia en el mercado filipino, ya que fue la primera marca que entró en este país, lo que la ha situado en un lugar privilegiado en cuanto a fidelidad de los consumidores. Si bien Fundador es la marca más consumida en el mercado también es cierto que debido a su precio asequible va destinada principalmente, de acuerdo a profesionales del sector, a los consumidores de clase baja a medio-baja, mientras que los consumidores de clase media o media-alta suelen decantarse por otras marcas y otros brandys de mayor edad o calidad. Entre estas últimas cabe destacar el brandy Carlos I, también de la bodega Pedro Domecq, y el brandy Torres, el cual poco a poco ha ido ganando cuota de mercado gracias a su política de comunicación y de marketing.

EL MERCADO DEL BRANDY EN FILIPINAS

A parte de los brandys de las bodegas ya comentadas es fácil encontrar brandys de otras muchas bodegas españolas con varias de sus marcas ocupando una buena parte del lineal dentro del “corner” dedicado a las bebidas espirituosas en los supermercados de los grandes almacenes. Las marcas españolas, que ocupan alrededor de un 90% del lineal destinado al brandy, apenas encuentran competencia en estos lugares con marcas de otros países, encontrando únicamente alguna marca filipina de menor precio y mucha inferior calidad, así como alguna marca francesa vendida también como brandy y no como cognac. Esto da una idea de la buena imagen y percepción que tiene el brandy español en Filipinas copando prácticamente todo el mercado.

Las principales bodegas y marcas españolas de brandy presentes en el mercado filipino son las siguientes:

Bodega	Producto
Pedro Domecq	Fundador Tres Cepas Don Pedro Carlos I
Bodegas Rey Fernando de Castilla	Fernando de Castilla
Torres	Torres gran reserva 10 Torres solera reserva 5
Bodegas Williams & Humbert SL	Juan Primero Platinum 1877
Bodegas Bernal y Cia.	Alfonso I Don Luis
Garvey	Rango VII
Bodega Hidalgo-La Gitana	Fabuloso
Marqués del Real Tesoro	Eminencia Brandy de Oro
Bodega del Príncipe	Amoroso
Sánchez Romate	Cardenal Mendoza
Bodega Gil Luque SA	Cien Lustros

Fuente: Establecimientos de Metro Manila, Marzo 2006

VII. DISTRIBUCIÓN

El canal de distribución normalmente empleado es el del importador-distribuidor registrado ante el Bureau of Food and Drugs (BFAD). El importador deberá tener permiso de importación de vinos emitido por el BFAD, el permiso ATRIG (permiso de liberación de bienes importados) y conviene asimismo facilitarle el “bill of lading”, lista de productos en las cajas, factura comercial y catálogo que especifique el contenido de alcohol y el volumen de los productos importados.

Normalmente estos importadores-distribuidores tienen sus propias tiendas minoristas a la vez que actúan como mayoristas distribuyendo a supermercados, restaurantes, hoteles, salas de fiesta o discotecas. Dependiendo del tipo de establecimiento al que vayan destinados los productos estos serán de una mayor o menor calidad. Además, las ventas en el “duty free” han sido muy cuantiosas y de importancia en los últimos años.

Es prácticamente imprescindible plantearse cuál es el distribuidor que más nos interesa y porqué, para posteriormente decidir como debe la empresa ser representada por este distribuidor, puesto que este hecho puede determinar en gran medida el éxito o fracaso de las importaciones. Además se debe tener en cuenta que la mayoría de distribuidores locales exigen que las compañías exportadoras se involucren directamente en la promoción y comercialización de su producto.

Dentro del proceso de distribución cabe decir que si bien, como ya se ha comentado anteriormente, en los grandes almacenes es posible encontrar una gran variedad de marcas y calidades de brandy, en las tiendas minoristas de bebidas espirituosas esto no suele ser así, vendiendo y especializándose cada minorista una determinada marca de brandy o marcas de la misma bodega.

VIII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO

El Bureau of Food and Drugs (BFAD), que regula la importación del brandy y resto de bebidas alcohólicas en Filipinas, establece que antes de la importación de las mismas es necesario el registro del producto. Dicho registro será llevado a cabo por el importador-distribuidor en el país y deberá presentar ante el BFAD muestras del producto, su etiquetado y un certificado sobre el análisis del producto realizado por un laboratorio extranjero reconocido por el BFAD. Tras su estudio el BFAD emitirá, en su caso, un informe favorable de cumplimiento de las normas locales sobre alimentación.

La importación de brandy es sometida al pago de un arancel del 10% a lo que hay que añadir el Impuesto Especial sobre el Alcohol, ya mencionado y explicado al hablar sobre la formación de precios, y el pago del 12% de VAT (IVA).

Tipo de bebida	Arancel aplicable
Brandy	10%
Whisky	15%
Ron	15%
Ginebra	15%
Vodka	10%
Licores	10%
Otras bebidas con contenido	15%

Fuente: Tariff and customs code of the Philippines

El *etiquetado* no debe contener información falsa ni crear falsas expectativas debiendo ser legible y comprensible. Además debe cumplir ciertas especificaciones como:

- contener el nombre del producto,

EL MERCADO DEL BRANDY EN FILIPINAS

- mostrar el listado completo de ingredientes en orden descendente en función de su contenido expresado según el Sistema Métrico Internacional,
- se debe indicar tanto el país de origen como los datos del importador,
- indicar el número de registro y de identificación del lote.

El lenguaje empleado debe ser el inglés y/o alguno de los dialectos mayoritarios del país.

Se ha comprobado, sin embargo, que en los supermercados la mayoría de productos importados se venden con sus etiquetas originales, lo que muestra una imagen no muy rigurosa en cuanto a la reglamentación de envasado y etiquetado. En cada producto deberá indicarse, eso sí, el nombre o sociedad del importador.

IX. ANEXOS

1. EMPRESAS

- 1) Empresa: **ADP INDUSTRIES CORPORATION**
Dirección: G/f, Eagle Court Condominium, 26 Matalino St.,
Quezon City, Metro Manila, Philippines
Teléfono: (632) 921-7489
Fax: (632) 922-9670
E-mail: adp@adpic.com.ph
Página web: www.adpic.com.ph
Contacto: Mr. Arturo D. Palileo (President)
Actividad: Imp./Dist./Marketing de bebidas alcohólicas y diversos productos
(Bebidas del grupo Freixenet: cava y René Barbier)
- 2) Empresa: **CONSOLIDATED DISTILLERS OF THE FAR EAST**
Dirección: IBM Plaza, Eastwood Cyber City Park, E. Rodriguez Ave.,
Quezon City, Metro Manila
Teléfono: (632) 421-0671 A 78
Fax: (632) 421-0869
E-mail: winston_co@andresons.com
von_hizon@condistillers.com
Contacto: Mr. Winston Co (Senior Vice-President)
Ms. Verónica Hizon (Imports Manager)
Producto: Importador de vinos y bebidas alcohólicas. Brandy Amoroso

EL MERCADO DEL BRANDY EN FILIPINAS

- 3) **Empres:** **TITA NIA WINE CELLAR**
 Dirección: Ground Flour ,Unit N°8 South - Way . 7435 Yakal Street
 San Antonio Village . Metro Manila.
 Teléfono: (632) 894-1371 a 74/ 894-1375
 Fax: (632) 894-1378
 E-mail: titaniawinecellar@yahoo.com
 Contacto: Ms. Tita Trillo – President. Ms. Marissa Patricio is her Assistant
 Producto: Vinos y bebidas alcohólicas (Viña Albali/ Gran Tierra de Felix Solis)
- 4) **Empresa:** **ATR -WORLD'S BEST WINES & SPIRITS, INC**
 Dirección: Cocoland Compound
 San Pablo City, Laguna
 Teléfono: (63-49) 562-9484 / 5624016
 Fax: (63-49) 561-2660
 E-mail: atr-torres@digitelone.com
 Contacto: Mr. Arthur Reyes / Mr. Genesis Cortes
 Producto: Imp./Dist. de vinos y bebidas alcohólicas (Distribuidores de Miguel Torres, S.A)
- Oficina en Makati City (Metro Manila)*
 MAIA Center Bld., 2428 Pasong Tirad corner Malolos Sts.
 Tel: (632) 899-6452
 Fax: (632) 896-0442
 Mr. Bert (Brad) K. de Luna (Imports manager)
- 5) **Empresa:** **A.V.H. & CO. OF THE PHILIPPINES**
 Dirección: 1364 Perez St., Paco
 Manila, Metro Manila.
 Teléfono: (632) 523-7846
 Fax: (632) 524-2115
 Contacto: Mr. Joaquin F. Porta (Vice President)
 Producto: Imp. de bebidas y productos de alimentación

EL MERCADO DEL BRANDY EN FILIPINAS

- 6) Empresa: **BACCHUS INTERNATIONAL, INC.**
Dirección: Suite 301 Alexander House, 132 Amorsolo St., Legaspi Village
Makati City, Metro Manila.
Teléfono: (632) 892-4283 / 892-4543/ 892-1744
Fax: (632) 815-4141/ 841-0216
E-mail: info@bacchusworld.com
Página web: www.bacchusworld.com
Contacto: Mr. Alexander Lichaytoo
Mrs. Chela is his Secretary
Producto: Importadores de vinos y bebidas alcohólicas (Marqués de Murrieta, Enate. Prado Rey Roble)
- 7) Empresa: **BESTWORLD BEVERAGE BRANDS**
Dirección: Unit 1401-A, The Centerpoint Bldg., Julia Vargas Av corner Garnet Road. Ortigas Center, Pasig City, Metro Manila
Teléfono: (632) 637-8492 a 94
Fax: (632) 687-0759
E-mail: ednadiaz@pacific.net.ph
bbbi@pacific.net.ph
Contacto: Mrs. Edna B. Diaz / Roena Oleyo (secretaria)
Actividad: Distribuidor de vinos y bebidas alcohólicas (Bodegas Ramón Bilbao / Félix Solís/ Brandy de oro)
- 8) Empresa: **CONRAD & CO., INC.**
Dirección: 1st Flr., Legaspi Towers 200, Paseo de Roxas
Makati, Metro Manila - Philippines
Teléfono: (632) 816-6306 / 09
Fax: (632) 815-2387
Email: conradco@compass.com.ph
Contacto: Mr. Franklin M. Costales (GM)/ Miss Seny word (GM Secretary)
Producto: Vinos y bebidas alcohólicas

EL MERCADO DEL BRANDY EN FILIPINAS

- Actividad: Importador y distribuidor de bebidas alcohólicas (Bodegas Félix Solís -Don Quijote, Conde de Castilla-, Garvey, Brandy Rango VII, Eva Sangria)
- 9) Empresa: **CONVOY MARKETING**
Dirección: 147 Kaingin Road, Balintawak,
Quezon City
Teléfono: (632) 361-4342/ 362-8391
Fax: (632) 361-5161
Contacto: Mr. Benito Y. Aw (General Manager)
Actividad: Distribuidor de vinos y bebidas alcohólicas (Brandy Napoleón- falso)
- 10) Empresa: **DESTILERIA LIMTUACO & CO, INC.**
Dirección: 1830 Edsa, Quezon City, Metro Manila
Teléfono: (632) 361-7491 to 98 / 362-4393
Fax: (632) 362-4394
E-mail: olivelaw@helios.com
Contacto: Mr. Julius Limpe (President)
Ms. Eugenia Policarpio (Purchasing Manager)
Producto: Fab./Imp. de licores y bebidas alcohólicas (Importan desde Alemania)
- 11) Empresa: **ESCALER GROUP OF COMPANIES**
Dirección: 2/F PCPD Bldg., 2332 Pasong Tamo Ext.
Makati City, Metro Manila
Teléfono: (632) 757 5018/ 757 5023 / 843 8336 - 11 (imports)
Fax: (632) 757 3006/ 843 8335 (Imports)
E-mail: magooarranz@pacific.net.ph
Contacto: Mr. Ernest Escaler (GM)/ Ms. Magoo Arranz (Imports)
Producto: Dist. de bebidas y productos de alimentación
- 12) Empresa: **ESPA-FIL IMPORT & EXPORT CORP.**
Dirección: #5 Cordillera Street
Mandaluyong, Metro Manila
Teléfono: (632) 531-9688; 531-0742; 531-4240

EL MERCADO DEL BRANDY EN FILIPINAS

- Fax: (632) 531-8553
E-mail: espa-fil@ivahn.net
espa-fil@mozcom.com
- Contacto: Mr. Pablo García Morera
Producto: Bebidas alcohólicas y productos alimentarios
Bodega: J. García Carrión, S.A. (Cava Cristalino, Vega Verde, Albatros, Viñapeña, Don Simón, Monte Cristo...)
- 13) Empresa: **FUTURE TRADE INTERNATIONAL INC**
Dirección: 104 E. Rodrigo Junior Avenue, Brgy Ubong
Pasig City, Metro Manila
Teléfono: (63 2) 671-8409
Fax: (63 2) 671-8647
Contacto: Mr James Dudivier (GM) /Mr. Boy Tabelon (Sales Director)
Producto: Importador y distribuidor de bebidas alcohólicas
- 14) Empresa: **FLY ACE CORP.**
Dirección: G 17 Chinatown Steel Tower, 531, Asunción St., Binondo Manila
Teléfono: (632) 245-5126
Fax: (632) 245-5129
E-Mail: junco@flyacecorp.com
Página web: www.flyacecopr.com
Contacto: Lucio Cochangco (Imports Manager)/ Miss Leisl (Assistant)
Actividad: Importación y distribución de vinos (vinos españoles- Coop. Jesús del Perdón)
- 15) Empresa: **GINEBRA SAN MIGUEL INC.** (former La Todeña Distillers)
Dirección: 6 floor, San Miguel Property Center, Saint Francis Str, Mandaluyong
Teléfono: (632) 689-9100
Fax: (632) 635-5472
E-Mail: ginebra@smg.sanmiguel.com
Contacto: Mrs. Christie Crisostomo (Imports-Exports Manager)
Actividad: Importadores y distribuidores de bebidas alcohólicas (brandies españoles - Solera - falso Gran Matador)

EL MERCADO DEL BRANDY EN FILIPINAS

- 16) Empresa: **GLOBAL GOURMET, INC.**
Dirección: R-109, CCH Bldg., 136 L.P. Leviste Street,
Salcedo Village, Makati City, Metro Manila
Teléfono: (632) 894-0117
Fax: (632) 894-2677
E-mail: global_gour@i-manila.com
Contacto: Mr. Francisco Cacho (GM)
Producto: Diversos productos de alimentación españoles (Cavas, Bodegas y Bebidas, Ribeiro y Alvariño, Conde de Valdemar)
- 17) Empresa: **HAPPY LIVING PHILIPPINES CORP.**
Dirección: G/F JMS Bldg., 1375 Pablo Ocampo Senior Av.,
Makati City, Metro Manila
Teléfono: (632) 896 0336 / 895 6507 - 08
Fax: (632) 895-6505
E-mail: info@hlpcwines.com.ph
Contacto: Mr. John B. P. Lim (Presidente)
Actividad: Importador de vinos y bebidas alcohólicas (Adegas Vinsa, Casa Samantha)
- 18) Empresa: **HENLEY TRADING INC.**
Dirección: Suite 1003 Dasma Corporate Center, Dasmariñas St.,
Binondo, Metro Manila
Teléfono: (632) 241-3370 / (632) 241-3542 Conexión directa con el GM
Fax: (632) 241-3564
E-mail: henley@inext.net
Contacto: Mr. Sherwin King (General Manager)
Producto: Imp./ Dist. de vinos y otras bebidas alcohólicas (Cerveza Heineken y Guinness). Importador de Félix Solís (Viña Lanzar).
- 19) Empresa: **INTERNATIONAL DISTILLERS PHILIPPINES**
Dirección: 111 Technology Ave., Laguna Technopark, Biñan, Laguna
Teléfono: (632) 844-5120 / 844-5125 (Direct line) / (6349) 541-1940/4343

EL MERCADO DEL BRANDY EN FILIPINAS

- Fax: (632) 844-5092 / (6349) 541-1944
E-mail: gigi.nonato@diageo.com
Contacto: Ms. Gigi Nonato (Imports Manager)
Actividad: Importador de vinos y bebidas alcohólicas
- 20) Empresa: **JUNNEL'S WINES & LIQUORS**
Dirección: 157-B Sen. Gil Puyat Avenue,
Pasay city, Metro Manila
Teléfono: (632) 831-6674
Fax: (632) 831-6674
Contacto: Ms. Nelia V. Yusi. (General Manager)
Producto: Importador de vinos y licores
- 21) Empresa: **JUSTIC INTERNATIONAL TRADING CORP.**
Dirección: Don Paquito Bldg., 99 dasmariñas St.,
Binondo, Metro Manila
Teléfono: (632) 242-2048
Fax: (632) 242-2049
E-mail: justic_corp@hotmail.com
oliviakho168@yahoo.com
Contacto: Ms. Olivia Kho - Marketing Director
Actividad: Distribuidor de vinos y bebidas alcohólicas
- 22) Empresa: **LOUIS MCCLEAN FAR EAST , INC.**
Dirección: Unit 1907, Antel global Corporation Center, Julio Vargas Av.,
Pasig City, Metro Manila
Teléfono: (632) 687-0701 / 04
Fax: (632) 687-0705
E-mail: lmfe@lmfe.com.ph
paige@lmfe.com.ph
Contacto: Mr. Rey García (Presidente)
Ms. Paige Garcia - Purchasing Manager
Actividad: Distribuidor de vinos y bebidas alcohólicas (Brandy José de Soto,
Adegas Vinsa...)

EL MERCADO DEL BRANDY EN FILIPINAS

- 23) Empresa: **MAXXIUM SINGAPORE, INC.**
Dirección: Emerald Ave. Ortigas Center, Orient Square building
2404 UN. San Antonio, Pasig City, Metro Manila
Teléfono: (632) 687-6841 (Office), 687-9205 to 06 (Ms. Bleng Gallardo)
Fax: (632) 687-6842
E-mail: bleng.gallardo@maxxium.com
Contacto: Ms. Bleng Gallardo
Producto: Importador de bebidas alcohólicas: Absolute Vodka, Jeam Bean, A.N.Martin. Brandy Fundador.
- 24) Empresa: **METRO WINE CENTER**
Dirección: 613 M. de Santos St. cor. Tabora, Divisoria
Manila, Metro Manila
Teléfono: (632) 242-7820/ 242-7822
Fax: (632) 241-8653 / 890-6069
E-mail: emiliouy@pltdsl.net
Página Web: www.geocities.com/metrowinecenter
Contacto: Mr. Emilio Uy - Presidente
Producto: Importador/ Distribuidor de vinos y bebidas alcohólicas. (Felix Solis-Don Solis y Viva España)
- 25) Empresa: **PHILIPPINE WINE MERCHANTS, INC.**
Dirección: 2253 Aurora Blvd., Pasay City, Metro Manila
Teléfono: (632) 513-9676/77 (Sales), 853-7421(GM's office)
Fax: (632) 513-9436 (Headquarters), 832-2624 (Managers telefax)
E-mail: philwine@compass.com.ph
Contacto: Mr. Ralph L. Joseph - GM / Miss Joy Manzano (GM Secretary)
Producto: Vinos y Bebidas alcohólicas
Bodega: Distr. del Brandy "Fabuloso", Bodegas Chivite, Viña Extremeña, Vinícola Hidalgo y Cía. (La Gitana, Napoleón, Las llaves, Fabuloso e Hidalgo200).etc.
- 26) Empresa: **WINEDEPOT**

EL MERCADO DEL BRANDY EN FILIPINAS

- Dirección: BF Goodrich Bldg., Ayala Ave. Cor. Malugay Str.
Makati City , Metro Manila
- Teléfono: (632) 893-3335 / 817-1166
- Fax: (632) 817-3899
- E-mail: winewarehouse@pacific.net.ph
- Página Web: www.winedirect.com.ph
- Contacto: Mrs. Grace Miranda
- Producto: Imp. de bebidas alcohólicas (Bodegas Arzuaga Navarro)
- 27) Empresa: **PREMIER WINES & SPIRITS**
- Dirección: Ground Floor GE Bldg., 2291 Pasong Tamo Ext.,
Makati City, Metro Manila
- Teléfono: (632) 810 47 56
- Fax: (632) 810 48 94
- E-mail: joey.pineda@premierws.net
- Contacto: Mr. Joey Pineda
- Actividad: Importador de vinos y bebidas alcohólicas en régimen de exclusiva para marcas como Chivas Regal; Sky Vodka, vino Frostini y Rossino de Italia, Calvé de Languedoc de Francia, Viña Santa Catalina de Chile, así como vinos australianos... Respecto de vinos españoles tratan sólo con Marqués de Riscal (gran reserva, reserva y vino blanco).
- 28) Empresa: **SELESTAR COMPANY INC.**
- Dirección: 900 D. Romualdez Str., Ermita, Manila, Metro Manila
- Teléfono: (632) 526-6648 / 526-6008
- Fax: (632) 526-9198
- E-Mail: puregold@nsclub.net
- Contacto: Mrs. Eveline Binanitan
- Actividad: Importadores y distribuidores de bebidas alcohólicas (Bodegas Williams & Humbert, S.L.)
- 29) Empresa: **R. URRÁ, INC.**
- Dirección: G/f Ferros Bel-Air Tower, 30 Polaris corner Durban Street,
Bel-Air, Makati, Metro Manila

EL MERCADO DEL BRANDY EN FILIPINAS

- Teléfono: (632) 896-6784 / 897-9106 / 896-7851 (Oficina del Sr. Raúl Urrea)
Fax: (632) 899-2096
E-mail: ruphil@pacific.net.ph
Contacto: Mr. Raúl Urrea (GM) / Ms. Tess Fernandez (GM Assistant)
Producto: Vinos y productos alimentarios españoles. Marqués de Caceres.
- 30) Empresa: **SCANASIA OVERSEAS**
Dirección: 2nd Floor Molave Bldg., 2231 Chino Roxes Ave.
Makati City, Metro Manila
Teléfono: (632) 815-0577/ 815-0123
Fax: (632) 818-1467 / 818-8209
E-mail: fleming@scanasia.ph
dexterN@scanasia.ph
Contacto: Mr. Fleming Hansen - Presidente
Ms. Louisa Henabon - Purchasing Manager
Mr. Dexter Ngo - Business Manager
Actividad: Importador/ Distribuidor de productos alimentarios
Distribución: Supermercados, hoteles, restaurantes y otros consumidores de productos alimentarios de alta calidad
- 31) Empresa: **WERDENBERG INTERNATIONAL CORP.**
Dirección: 7431 Yakal St., Makati, Metro Manila
Teléfono: (632) 840 3771
Fax: (632) 817 1217
E-mail: wberger@werdenberg.com
Contacto: Mr. Werner Berger (Presidente)/ Othmar Frei
Mrs. Mimi Reyes encargada de vinos (tel: 893-1573)
Producto: Vinos y productos alimenticios. De España: United Wineries Intl- Berberana, Marqués de Griñón, Valhondo y Masía- Pesquera- Alejandro Fernández-, Cims de Porrera.
- 32) Empresa: **THE TINDER BOX**
Dirección: 124 Acacia Av., Ayala Alabang Village
1702 Muntinlupa City, Metro Manila

EL MERCADO DEL BRANDY EN FILIPINAS

- Teléfono: (632) 850-8616
Fax: (632) 850-9665 telefax
E-mail: tbx@thetinderbox.com.ph
Contacto: Mr. Billy Mondoñedo
Actividad: Distribuidor de vinos y bebidas alcohólicas (Ubieta/ Arene/ Orlegi/ Luberri)
- 33) Empresa: **WORLDWIDE FOODS & WINES, INC.**
Dirección: 2316 Pasong Tamo Extension, Karivin Plaza
Makati City, Metro Manila
Teléfono: (632) 843-8897/ 843-8907
Fax: (632) 843-9139
E-mail: wfwterryselection@vasia.com
wfwterry@globelines.com.ph
Contacto: Mr. Juan Carlos de Terry (Director)
Producto: Importador de vinos españoles de varias regiones y de productos gourmet españoles. Brandy Cien Lustros, Fernando Castillo.
- 34) Empresa: **BARCINO GOURMET**
Dirección: City Golf, Julia vargas Ave., Ortigas Center, Bo. Ugong
Pasig City, Metro Manila
Teléfono: (632) 636-2963
Fax: (632) 634-6307
E-mail: barcinogourmet@yahoo.com
Contacto: Mrs. Marie L. Gloria
Producto: Importador de vinos (Muga, Vallformosa, cava y vinos)
- 47) Empresa: **GOLDEN WINES INC.**
Dirección: Unit 20, 2nd Floor Topy's Place. Industria St corner Economía St
Bagumbayan, Quezon City, Metro Manila
Teléfono: (632) 638 5025
Fax: (632) 638 5027
E-mail: info@goldenwines.com
protegeinc@yahoo.com

EL MERCADO DEL BRANDY EN FILIPINAS

- Contacto: Mr Sherwin Lao (General Manager)
Producto: Importador de vinos españoles. Bodegas Bilbaínas, Raimat, Jané Ventura. Cava Codorniu.
- 48) Empresa: **M'LHUIILLIER TRADING CORPORATION**
Dirección: Lg Star Centrum Bldg., 317 Se. Gil Puyat
Makati City, Metro Manila
Teléfono: (632) 893-8500
Fax: (632) 893-4521
E-mail: jlsanjo@yahoo.es
Contacto: Mr. José Luis San José
Producto: Vinos de Valdepeñas

2. FERIAS

IFEX: International Food Exhibition (food and beverages)

Lugar: World Trade Centre, Metro Manila
Fecha: Mayo 2006
Organizador: Center for International Trade Expositions and Missions (CITEM)
Teléfono: +63-2-833 1258
Fax: +63-2-832 3965
e-mail : info@citem.com.ph
Página web : <http://www.citem.com.ph>
<http://www.manilafame.com>

International Food & Beverage Exposition

Lugar: World Trade Centre, Metro Manila
Fecha: Junio 2006
Organizador: Fairs & More Inc.
Teléfono: +63-2-845-1324
Fax: +63-2-845-1395
e-mail : info@fairsandmore.com.ph
Página web: <http://www.fairsandmore.com.ph>

3. OTRAS DIRECCIONES DE INTERÉS

Embajada de España en Filipinas

Embajador: D. Ignacio Sagaz

Cónsul: D. Ignacio Martínez

5 Floor, ACT Tower. Sen. Gil Puyat Ave.

Makati City, Metro Manila.

Teléfono sección cancillería: (63-2) 818 5526

Teléfono sección consular: (63-2) 759 2970

Fax: (63-2) 810 2885

Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Manila

Consjero: D. José Miguel Cortés

27 Floor, Yuchengco Tower, RCBC Plaza

Sen. Gil Puyat Ave. corner Ayala Ave.

Makati City, Metro Manila

Tel: (63-2) 843 3774, 843 3775, 843 3783

Fax: (63-2) 843 3790

E-mail: manila@mcx.es

Cámara Oficial Española de Comercio, Industria y Navegación en Filipinas

Presidente: D. José Luis Romero Salas

Unit 1009 Philippine AXA Life Centre Building

1286 Sen. Gil Puyat Ave. corner Tindalao St.

Tel: (63-2) 886 7643

Fax: (63-2) 886 7854