

PERFILES DE SECTOR

Promoción de Exportaciones



LICORES DEL ECUADOR

Junio, 2008

CONTENIDO

1. Enfoque nacional

- Zonas y superficie de cultivo
- Volumen de producción
- Temporadas de producción (cultivo y cosecha)
- Variedades y producción de valor agregado
- Procesos de producción
- Precios del productor, distribuidor, consumidor nacional
- Datos importantes para la inversión
- Importancia del producto en la realidad nacional
- Base de datos de empresas del sector

2. Enfoque de la participación del país en el mercado mundial

- Introducción Estadística y Comercial
- Evolución de las exportaciones
 - Totales
 - Por producto
- Principales mercados
 - Destinos de las exportaciones ecuatorianas
 - Principales países importadores

3. Enfoque del producto desde la perspectiva mundial

- Principales competidores
 - Exportaciones mundiales
 - Principales países exportadores
- Tendencias del mercado
 - Consumo, distribución, etc.
- Acceso a mercados
 - Barreras arancelarias
 - Barreras no arancelarias

4. Oportunidades comerciales

1. Enfoque Nacional

Este es el primer perfil que se desarrolla para la industria de licores en el Ecuador. Se cuenta con un número importante de productores agremiados y no agremiados, formales y lamentablemente también participan los informales. Este perfil pretende ser el inicio de un proceso de varias acciones encaminadas a conseguir el objetivo de internacionalizar los productos ecuatorianos de este sector. La colaboración y apertura de muchas empresas ha permitido disponer de un panorama claro del estado del sector, sin embargo como toda actividad nueva ha generado resistencia e incredulidad, tarea en la cual debemos enfocarnos y quebrantarlos en busca de procesos que coadyuven a conseguir el objetivo planteado.

En este perfil no se ha tomado en consideración la Cerveza, bebida alcohólica de moderación por cuanto la propiedad de sus marcas, así como la producción, distribución y comercialización se encuentran en poder de empresas multinacionales que tienen una estructura diferente a la que se ha analizado en este documento.

Las bebidas alcohólicas son productos considerados como alimentarios. Entre sus componentes se encuentran: agua, alcohol y poca cantidad de vitaminas y minerales conteniendo algunas importantes cantidades de glúcidos. Dentro de la industria alimenticia el sector nacional de bebidas alcohólicas se ha desarrollado a nivel local con proyección hacia las exportaciones. Dentro del mercado local se identifica su producción tradicionalmente en la región costa y sierra del país, determinándose según datos proporcionados por empresas del sector la siguiente información: la cadena de valor de la industria de licores es sumamente amplia, desde los productores de los diferentes insumos (caña de azúcar) que se utilizan para la destilación, industrias alcoholeras, productores industriales de licor, comercializadores mayoristas, minoristas y detallista. De igual forma los sectores relacionados directamente como transporte, empaques, insumos varios, industria gráfica, publicitaria, medios entre otros, movilizan una gran cantidad de recursos económicos, emplean un importante número de empleos directos e indirectos, así como contribuyen con un volumen nada despreciable de impuestos al erario nacional.

En la actualidad el sector se encuentra seriamente amenazado por varias situaciones que se han conjugado, las mismas que están ejerciendo una presión altamente peligrosa para la integridad de la industria ecuatoriana productora de licores. Los principales problemas son:

- a) No existe un único licor identificativo del Ecuador.
Esto se resume en la falta de un producto nacional que identifique a la industria ecuatoriana en el exterior, como ejemplo, el Pisco en Perú, Tequila en México o Cachaça de Brasil entre otros. El consumo de licores en Ecuador se encuentra claramente diferenciado y enfocado por su demanda predominante por sectores y regiones. Se enumeran algunos de los más característicos, con esto no se pretende desmerecer la participación de las diferentes marcas de producción nacional:

Región Costa: En provincias de Los Ríos, Manabí y Guayas

- Licor Cristal
- Caña Manabita

- Vinos espumosos

Región Sierra y Austro-Centro del País:

- Zhumir: Varios productos como Aguardiente, Seco, Piña Colada entre otros.
- Licor Cristal
- Licores aromatizados frutales

Región Oriente-Sur del País: En provincias de Loja y Morona Santiago.

- Licor Canta Claro

Al Norte del País: En provincias de Pichincha, Imbabura, Carchi, Esmeraldas, Sucumbíos.

- Licor Norteño
- Licor Trópico
- Licor Zhumir Seco

- b) El contrabando de licores, el cual es combatido por la Corporación Aduanera Ecuatoriana, no con los resultados óptimos debido al gran número de puntos de ingreso con que se cuenta en las fronteras, por los cuales se realiza esta ilegal actividad, esto da paso a la comercialización ilícita de las bebidas que entre otras cabe destacar el amplio margen de rentabilidad que existe en esta actividad, la cual perjudica a los productores y comerciantes formales del País.
- c) El Servicio de Rentas Internas SRI y su política impositiva de impuestos a los consumos especiales (ICE) a bebidas alcohólicas nacionales. Existe una diferencia notable entre los impuestos que el licor importado y el licor nacional contribuyen al erario nacional, resultando gravemente afectada la industria nacional y de manera directa en el precio de venta según Resolución No. NAC-DGER2008-0232 del SRI publicada el 28 de febrero de 2008 que rige a partir del 1 de marzo de 2008.

Las bebidas alcohólicas más frecuentes y más consumidas a nivel nacional son:

- Aguardientes de caña de azúcar
- Ron
- Vinos de frutas

Siendo la producción de aguardiente de carácter de exportación dentro de Latinoamérica a países como: Colombia, Perú, Estados Unidos con proyección al mercado Europeo y Asiático.

La elaboración de este estudio se debe al valioso aporte dentro del contexto nacional de las empresas: Embotelladora Azuaya S.A., Industria Licorera y Embotelladora del Norte S.A. ILENSA EMA, Desarrollo Agropecuario C.A., Destilería Zhumir Cia. Ltda., Baldoré Cia. Ltda., Cósmica Cia. Ltda., fuentes de información del perfil.

Se realizaron contactos con nueve empresas adicionales a las nombradas quienes al cierre de este perfil no entregaron la información solicitada.

Zonas y superficie de cultivo

Provisión de materia primas: Aguardiente y alcohol

La caña de azúcar y el alcohol rectificado son las principales materias primas utilizadas en el proceso de producción.

Zonas de extracción: caña de azúcar

La caña de azúcar se obtiene de la provincia del Guayas, Azuay, Cañar, Los Ríos, Imbabura y Loja, siendo la Cuenca Baja del Río Guayas (La Troncal) el lugar donde se concentra el 92 % de la producción de caña convirtiéndose también en el principal sector de extracción por su clima cálido.

FUENTES PRIMARIAS (Materias Primas)	
Materias Primas	Ubicación
Caña de Azúcar	La Troncal Provincia del Azuay <ul style="list-style-type: none">• Tradicional Valle del Paute.• Valle de Yunguilla Provincia de Manabí <ul style="list-style-type: none">• Cantón Junín-Manabí Ingenios de la zona de la Troncal.

Volumen de producción

No existe un dato oficial que determine la capacidad instalada, este estudio pretendió obtener esta información, sin embargo, por la falta de colaboración de algunas empresas no es posible determinar el volumen de producción y su capacidad instalada real. Actualmente y por el inestable periodo de normativa tributaria experimentado en el periodo 2007 – 2008, el volumen de producción se estima en un tercio (1/3) de la capacidad instalada, esto ha dependido en gran parte de las condiciones tributarias y políticas del país, las tributarias especialmente por el alza del ICE que afecta directamente al precio de venta.

En cuanto a la producción de licores, ron y vino en las empresas que respondieron favorablemente en el estudio, se destaca que el volumen desde el año 2006 al 2007 asciende a un 3% de crecimiento.

Temporadas de producción (cultivo y cosecha)

La producción de bebidas alcohólicas se mantiene durante todo el año, para generar una producción continua.

En décadas anteriores gran parte de la producción provenía de la destilación de la caña de azúcar, directamente proporcionada por hacendados que se dedicaban a esta actividad. Hoy en día este proceso ha sido suplantado en su mayoría por el abastecimiento de las industrias alcoholeras, las cuales tienen una producción regular a lo largo de todo el año.

Es importante destacar que la industria licorera nacional compite por el abastecimiento del alcohol rectificado, con competidores en el mercado externo, esto debido a la gran demanda del producto y los altos precios internacionales que este insumo ha llegado a cotizar.

Variedades de producción y de valor agregado

Dentro del sector existen varios tipos de bebidas, tratando de agruparlas se pueden dividir en dos tipos de bebidas alcohólicas: fermentadas y destiladas.

Bebidas Alcohólicas Fermentadas

Las bebidas alcohólicas fermentadas se obtienen mediante la fermentación alcohólica que realizan ciertas levaduras sobre los jugos procedentes de frutas (uva, manzana, durazno, etc.) o de granos (cebada, malta). Durante este proceso la mayor parte se convierte en alcohol.

Bebidas fermentadas: distintos tipos de vinos y cervezas.

Las más consumidas son el vino de la mesa (11º-12º), la cerveza (4º-5º) y la sidra (3º). Los vinos aperitivos, como los vermús, oscilan entre una graduación de 18º a 24º, y se forman a base de añadir al vino, sino también otras sustancias vegetales amargas o estimulantes.

Bebidas Alcohólicas Destiladas

Las bebidas alcohólicas destiladas se obtienen destilando una bebida fermentada, es decir, eliminando mediante el calor una parte del agua que contiene. Entonces una bebida destilada, contiene más alcohol (mayor graduación) que una bebida fermentada.

Bebidas destiladas: aguardientes, ron, anís, brandy y licores.

Entre las más consumidas se encuentran el whisky (50º), la ginebra (40º), el ron (40º-80º), el coñac (40º), el anís (36º) y el pacharán (28º). También hay bebidas más purificantes, como ciertos rones o aguardientes, que sobrepasan una concentración de alcohol del 50%. La destilación representa una de las industrias y actividades más supervisadas y reguladas por instituciones de recaudación de impuestos, dado el ingreso monetario que aporta la elaboración de este tipo de bebidas a los gobiernos de distintos países.



Las bebidas con contenido alcohólico que incluyen destilación de materias primas agrícolas (uva, cereales, frutos secos, remolacha, caña, fruta, etc.) en su proceso de elaboración son las bebidas espirituosas y se distinguen las siguientes: licores, aguardientes, whisky, vodka, ron, brandy, ginebra entre otros.

Ejemplo de bebida espirituosa en Ecuador: Espíritu del Ecuador- Licor Fino



Materias primas agrícolas más utilizadas en la elaboración de bebidas espirituosas:

PRODUCTO	DEFINICIÓN	MATERIA PRIMA
RON	Bebida espirituosa obtenida exclusivamente por fermentación alcohólica y destilación, bien de melazas o de jarabes procedentes de la fabricación de caña de azúcar.	
WHISKY	Bebida espirituosa obtenida por la destilación de mosto de cereales, sacarificado por la diastasa de malta, fermentado bajo la acción de la levadura, destilado a menos de 94,5% Vol. y envejecido al menos durante tres años en toneles de madera.	
GINEBRA	Bebida espirituosa obtenida de la maceración de un alcohol etílico de origen agrícola y/o aguardiente de cereales y/o un destilado de cereales con bayas de enebro.	
ANIS	Bebida espirituosa obtenida por la aromatización de un alcohol etílico con extractos naturales de anís estrellado (<i>illicium verum</i>), de anís verde (pimpinela, <i>anisum</i>), de hinojo, u otra planta que contenga el mismo constituyente aromático principal.	
VODKA	La bebida espirituosa obtenida a partir de un alcohol etílico de origen agrícola bien por rectificación, bien por filtración sobre carbón activado seguida eventualmente de una destilación simple. Una aromatización permite conferir al producto caracteres organolépticos especiales, en particular un sabor suave.	
LICOR	Bebida espirituosa con un contenido mínimo de azúcares de 100 g por litro, obtenida por aromatización de alcohol etílico de origen agrícola o de un destilado de origen agrícola o de una o varias bebidas espirituosas o de una mezcla de los productos antes mencionados, edulcorados y eventualmente con adición de productos de origen agrícola, tales como la nata, leche u otros productos lácteos, frutas, vino, así como vino aromatizado.	
ESPIRITUOSOS PROCEDENTES DE UVA		

BRANDY	Bebida espirituosa obtenida a partir de aguardientes de vino asociados o no a un destilado de vino, envejecida en recipientes de roble durante por lo menos un año y que no exceda el límite de 50 grados.	
AGUARDIENTE DE VINO	Bebida espirituosa obtenida de la destilación a menos de 86% de vino o de vino alcoholizado.	

Fuente: Federación Española de Bebidas Espirituosas (FEBE)

Por otro lado, entre las bebidas alcohólicas existentes se encuentran también las bebidas alcohólicas sin alcohol que comprende algunas cervezas y, en menor frecuencia, vinos o aperitivos que tienen un contenido alcohólico de 0,8º a 1º.

Agrupando las bebidas alcohólicas fermentadas y destiladas se encuentran los siguientes tipos de bebidas alcohólicas ecuatorianas de producción industrial de valor agregado:

1. Licores
2. Anisados
3. Aguardiente de caña
4. Ron
5. Brandy
6. Vinos Frutales

1. Licores

Licores se encuentra como alternativa de producción para comercialización fuera del país. Los licores son bebidas alcohólicas obtenidas a través de procesos de destilación y que fueron aromatizadas y saborizadas dulcemente. Se caracterizan por presentar colores vivos, brillantes y por su sabor dulce y fuerte suele ocultarse su alta graduación alcohólica que varía entre los 27º y 55º según sea la mezcla y el productor.

Norma: NORMA TECNICA ECUATORIANA NTE 1837:1991. Esta norma establece los requisitos que deben cumplir los licores para considerarse aptos para el consumo humano.

Componentes: Alcohol etílico sin desnaturalizar.

Grado de alcohólico: Contiene un grado alcohólico volumétrico inferior al 80% volumen.

Categorías:

Seco:



Bebidas introducidas como una alternativa a los anisados.

Características: Básicamente son alcohol puro (versión Ecuatoriana del Vodka) con sabor neutro, bajo contenido de edulcoración y grado alcohólico. Combinan perfectamente con cualquier bebida. Contiene menos de 10 gr. de azúcar pot. Litro.

Norma: NORMA TECNICA ECUATORIANA NTE 0346:1978. Esta norma determina el extracto seco. Evaporar la muestra hasta sequedad; secar y pesar el residuo en seco.

Trópico Seco

Patito Seco

Panita Seco

Seco Montero

Zhumir Seco

Zhumir Blender

Cristal Seco Original

Cristal Seco Suave

Semi-seco:



Características: contiene entre 10 y 50 gr. de azúcar por litro.

Zhumir Semi-seco durazno

Zhumir Semi-seco Maracuyá

Zhumir Semi-seco Limón

Zhumir Semi-seco Coco

Cremas: licores con alta viscosidad.



Características: conteniendo mas de 250 gr. de azúcar por litro.

Piña Colada

Rompope

Tacao

Mia Mamma

Crym's

Frutales:



Licores de moderado nivel alcohólico a base de extractos naturales y aromas de frutas.

Norma: NORMA TECNICA ECUATORIANA NTE 1932:1992. Establece los requisitos que debe cumplir los licores de frutas para considerarse aptos para consumo humano

Cristal Durazno
Cristal Limón
Cristal Naranja
Licor de Café
Licor de Limón
Baldoré Manzana
Baldoré Durazno
Baldoré Sangría
Licor de Chocolate

2. Anisados



Características: Bebidas alcohólicas con sabor y aroma a anís. Generalmente tienen un contenido alcohólico medio (Aprox. 30-35%), con sabor agradable y moderadamente dulce.

Norma: NORMA TECNICA ECUATORIANA NTE 0370:1994. Esta norma establece los requisitos que debe cumplir el anisado para considerarse apto para el consumo humano

Grado de alcohol: Contiene un grado alcohólico de 36°.

Anisado Patito
Trópico Anisado
Anisado Norteño
Anisado Norteño sin Azúcar

3. Aguardientes



Características: También conocido como "Puro" o "Caña" trago tradicional del Ecuador. Es básicamente jugo de caña de azúcar fermentado, destilado y rectificado, con sabor y aroma característicos a la caña de azúcar.

Norma: INEN 362(1992- 07)

Componentes: Aguardiente rectificado de caña, Alcohol extra neutro, y agua potable desmineralizada.

Grado de alcohol: Alto contenido alcohólico de aproximadamente 40-50% el producido en fábricas y 50-70% el producido clandestinamente, tiene un regustillo a melaza.

Aguardiente Quindiano
Aguardiente Paisa
Aguardiente Puro de Caña Quitapenas
Aguardiente Cristal Clásico
Aguardiente Cristal Suave
Zhumir Reposado
Zhumir Reserva Especial
Aguardiente Caña Manabita
Aguardiente Caña Manabita Faja Negra
Aguardiente Frontera
Aguardiente Puro de Caña Traguito
Aguardiente de Caña Traguito

4. Ron



Características: Bebida alcohólica obtenida exclusivamente de la fermentación, destilación del jugo de caña de azúcar, añejado naturalmente al menos 4 años en barriles de roble, con aroma y sabor característicos del roble.

Norma: NORMA TECNICA ECUATORIANA NTE 0363:1992. Esta norma establece los requisitos que debe cumplir el ron para ser considerado apto para el consumo humano.

Componentes: Agua desmineralizada, aguardiente añejo de caña, color caramelo.

Grado de alcohol: Alta concentración de alcohol en torno a los 40º - 80º.

Ron Cartagena de Indias
Ron Don Juan
Ron Cañaveral Suave
Ron Estelar Oro
Ron Estelar Blanco
Ron Estelar Limón
Ron Estelar Blue
Ron Castillo Oro
Ron Castillo Blanco
Ron Castillo Añejo
Ron Jamaica
Ron Caribe Viejo
Ron Caribe Plata

Ron Faja Blanca
Ron San Miguel 7 (Premium)
Ron San Miguel 5
Ron San Miguel Oro
Ron San Miguel Plata
Ron Trovador

5. Brandy

Características: Comprende un grupo de bebidas alcohólicas con sabor cítrico muy agradable (no muy dulce). Combina con casi cualquier jugo, y dan a la bebida un agradable sabor propio. Este es el tipo de licor usado en el cóctel nacional de Ecuador, el Happy-Japa.

Norma: NORMA TECNICA ECUATORIANA NTE 0366:1987. Esta norma establece los requisitos que debe cumplir el brandy para ser considerado apto para el consumo humano

Grado de alcohol: Contenido alcohólico medio (30-35%).

Brandy Naranja – Lima
Brandy Lima-Dry

6. Vinos Frutales



Características: Ecuador no tiene una tradición de producción de vinos, sin embargo existen las bebidas llamadas "Vinos de Frutas" que son preparados a base del extracto ó concentrados de frutas tropicales y se caracterizan por contar con un bajo contenido alcohólico. En este tipo de bebida de producción nacional contamos con los vinos:

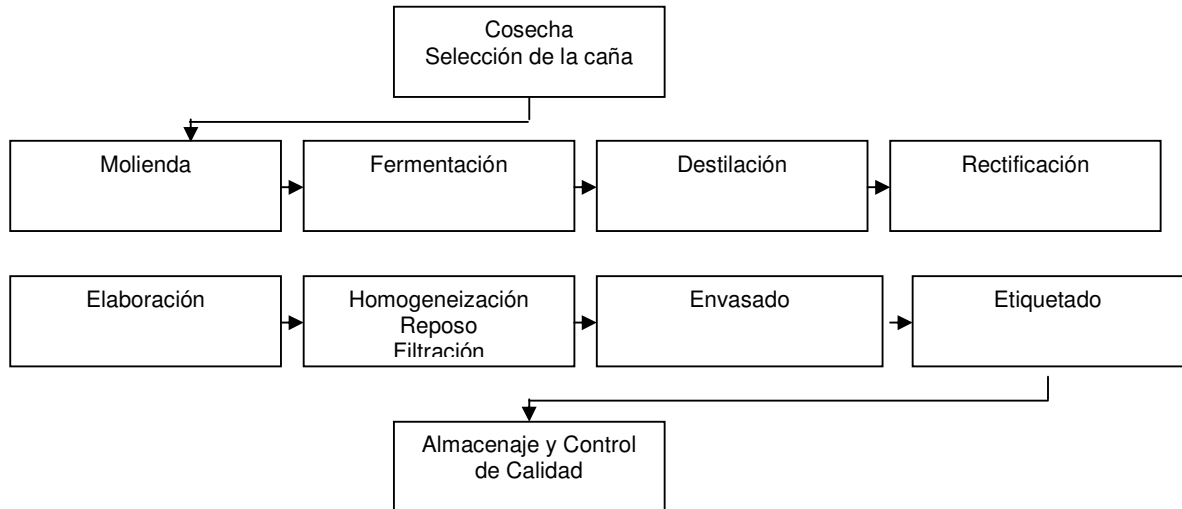
Norma: NORMA TECNICA ECUATORIANA NTE 0374:1987. Esta norma establece los requisitos que debe cumplir el vino de frutas.

Grado de alcohol: La graduación de los vinos varía entre un 7 y un 16% de alcohol por volumen, aunque la mayoría de los vinos embotellados oscilan entre 10 y 14 grados. Los vinos dulces tienen entre un 15 y 22% de alcohol por volumen.

Riunite
Anthony's
Grand Vandush
Conde de la Cruz
Santa Lucia (Tetra-pack)
La Vina (Funda en caja)

Procesos de producción

El proceso para elaboración del licor y aguardiente es el siguiente:



Labores de Campo y Cosecha-Selección de la Caña

El proceso productivo se inicia con la preparación del terreno, etapa previa de siembra de la caña. Una vez la planta madura entre los 12 y 14 meses, las personas encargadas del área de cosecha se disponen a cortarla y recogerla y llevarla hacia los patios de caña de los ingenios.

La caña que llega del campo se muestra para determinar las características de calidad y el contenido de sacarosa, fibra y nivel de impurezas. Luego se pesa en básculas y se conduce a los patios donde se almacena temporalmente o se dispone directamente en las mesas de lavado de caña para dirigirla a una banda conductora que alimenta las picadoras que son unos ejes colocados sobre los conductores accionados por turbinas, provistos de cuchillas giratorias que cortan los tallos y los convierten en astillas, dándoles un tamaño uniforme para facilitar así la extracción del jugo en los molinos.

Molienda

La caña preparada por las picadoras llega a un tándem de molinos, constituido cada uno de ellos por tres o cuatro mazas metálicas y mediante presión extrae el jugo de la caña. Cada molino está equipado con una turbina de alta presión.

En el recorrido de la caña por el molino se agrega agua, generalmente caliente, para extraer al máximo la sacarosa que contiene el material fibroso. Este proceso de extracción es llamado maceración. El bagazo que sale de la última unidad de molienda se conduce a una bagacera para que seque y luego se va a las calderas como combustible, produciendo el vapor de alta presión que se emplea en las turbinas de los molinos.

Fuente: Sica-Estudio de caña de azúcar

Fermentación

El proceso de fermentación es producido por acción de las enzimas cambios químicos en las sustancias orgánicas.

Generalmente, la fermentación produce la descomposición de sustancias orgánicas complejas en otras simples, gracias a una acción catalizada. Ocurre cuando casi todos

los azúcares del jugo de caña colocado en cubas de fermentación se han convertido en alcohol.

En el caso de los vinos, la fermentación es la derivación del dióxido de carbono del aire que penetra las hojas del viñedo y luego es convertido en almidones y sus derivados. Durante la absorción en la uva, estos cuerpos son convertidos en glucosas y fructosas (azúcares). Durante el proceso de fermentación, los azúcares se transforman en alcohol etílico y dióxido de carbono.

Destilación

La destilación es el proceso tradicional de separación física, por aplicación de calor, del alcohol del resto de componentes presentes en todo líquido obtenido por fermentación de un producto vegetal de origen agrícola.

El proceso de destilación no sólo concentra el alcohol, sino que elimina una gran cantidad de impurezas de sabor desagradable. Luego, durante el proceso de envejecimiento, que por lo general tiene lugar en barriles de madera quemada, las impurezas, que son sobre todo una mezcla de alcoholes superiores, se oxidan parcialmente a ácidos, que reaccionan con los alcoholes remanentes formando ésteres de sabor agradable.

Rectificación

En el proceso de rectificación se estandariza el aguardiente de caña de azúcar para mejorar sus características, antes del proceso de elaboración.

Elaboración

En el proceso de elaboración se procede a la mezcla (se dosifican los diferentes componentes ó materias primas para luego proceder a las etapas de homogeneización, reposo y filtración del producto elaborado), hidratación y edulcoración de los diferentes componentes ó materias primas.

Producción de licores

A nivel de su producción, existen dos métodos principales:

- El primero consiste en destilar todos los ingredientes al mismo tiempo, para luego ser endulzada y algunas veces colorizada.
- El segundo consiste en agregar las hierbas o frutas a la destilación base. Este segundo método permite conservar el brillo, frescura y bouquet de los ingredientes; y es logrado utilizando bases de brandy o cognac, resultando estos ser los de mejor calidad.

Producción de cremas

1. Tratamiento completo del agua
2. Recepción y control
3. Bidestilación
4. Deodorización
5. Filtración
6. Mezclas

7. Pasteurización de las cremas
8. Homogeneización de las cremas
9. Envasado
10. Almacenaje y control

Calidad del producto

Control de Calidad

A lo largo de la línea de producción el proceso de control de calidad se mide según las siguientes características respetando las estrictas normas establecidas por el Instituto Ecuatoriano de Normalización INEN:

1. Medición de grado alcohólico
2. Destilación
3. Bodegas

Medición de Grado Alcohólico

La determinación del grado alcohólico constituye el principal parámetro para el estricto control de calidad del producto elaborado y materias primas y el inicio del análisis físico, químico y organoléptico de los mismos.

La Norma INEN que establece el método para determinar el grado alcohólico en bebidas alcohólicas es la NORMA TECNICA ECUATORIANA NTE 0340:1994.

Destilación

La destilación es un procedimiento indispensable en el análisis químico del producto para la determinación de: acidez, ésteres, aldehídos, alcoholes superiores, metanol y furfural.

En este proceso la bebida adquiere una fuerza alcohólica elevada que convierte al producto final gustoso al paladar.

Bodegas

Lugar de almacenaje del producto terminado listo para su distribución. Para cuyo proceso es necesario contar con un sistema de apilación, carga y descarga, además de vehículos de transporte. Los barriles de roble descansan en las bodegas de añejamiento llamadas cava el tiempo necesario dependiendo de la bebida alcohólica.

La NORMA TECNICA ECUATORIANA NTE 2015:1994 establece los requisitos que deben cumplir en el proceso de control de añejamiento: la sellada y rotura de sellos de los barriles con el fin de establecer el tiempo de añejamiento.

Precios del Productor, Distribuidor y Consumir Final:

Precio Productor:	+/- % 46 - % 48
* Impuestos ICE-IVA:	+/- % 20 - % 24
Precio Distribuidor:	+/- % 34 - % 38
Precio Venta al Público P.V.P.:	% 100

Nota: Estos datos son valores promedio de la información entregada por las empresas participantes.

* El ICE se cancela de acuerdo a la Categoría del Producto y al cálculo en base a los precios Referenciales dictaminados por el Estado. Único impuesto que el sector paga.

Costos:

Costo Materia Prima 43%	Materiales de empaque 57%
----------------------------	------------------------------

SRI Impuesto ICE al sector de bebidas alcohólicas

La producción nacional no es igualmente medida que al sector importador a nivel de impuestos. La resolución vigente desde el mes de marzo del presente año para el cálculo del pago del ICE al sector de bebidas alcohólicas, evidencia esta diferencia.

Según lo expresado por las empresas el problema en los impuestos está en el precio referencial por categoría que ha determinado el SRI. El incremento se traslada al costo final del producto ocasionando un aumento significativo para la industria en el precio de venta al consumidor. Según asumen las mismas empresas, el estudio de mercado realizado para obtención del precio referencial se realizó tomando muestras del licor importado versus el licor nacional alterando el precio referencial promedio.

Por tal motivo, ciertas empresas sostendrán reuniones con el Director General del SRI con la finalidad de presentar una propuesta de cambio para los Precios referenciales y disminuir las consecuencias.

EL DIRECTOR GENERAL DEL SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Considerando:

Que de conformidad con lo dispuesto en el artículo 8 de la Ley de Creación del Servicio de Rentas Internas, es competencia de esta Dirección, expedir resoluciones de carácter general, para la aplicación de las normas legales y reglamentarias, así como para la armonía y eficiencia de su administración;

Que, según lo dispuesto en el inciso primero del artículo 76 de la Ley de Régimen Tributario, reformado por el artículo 132 de la Ley Reformativa para la Equidad Tributaria en el Ecuador, publicada en el tercer suplemento del Registro Oficial 242 de 29 de diciembre de 2007, la base imponible de los productos sujetos al ICE, de producción nacional o bienes importados, se determinará con base en el precio de venta al público sugerido por el fabricante o importador, menos el IVA y el ICE o con base en los precios referenciales que mediante Resolución establezca anualmente el Director General del Servicio de Rentas Internas. A esta base imponible se aplicarán las tarifas ad-valorem que se establecen en dicha Ley;

Que de acuerdo a lo establecido en el sexto inciso ibídem, para las bebidas alcohólicas de elaboración nacional excepto la cerveza, la base imponible por unidad de expendio y únicamente para el cálculo del ICE, constituirá el "valor unitario referencial", que se determinará

multiplicando el valor referencial en dólares de los Estados Unidos de América por litro de alcohol absoluto que corresponda a la categoría del producto, establecido mediante Resolución de carácter general emitida por el Director General del Servicio de Rentas Internas, por el volumen real expresado en litros y multiplicado por el grado alcohólico expresado en la escala Gay Lussac, que conste en el registro sanitario otorgado al producto, dividido para cien;

Que para establecer la categorización objetiva y técnica de las bebidas alcohólicas, el Servicio de Rentas Internas se basó en las Normas Técnicas Ecuatorianas expedidas por el Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN);

Que, se ha emitido la Resolución No. NAC-DGER2008-0126, publicada en el Registro Oficial No. 279 de 21 de febrero de 2008, que establece valores unitarios referenciales para el cálculo de la base imponible del impuesto a los consumos especiales ICE de bebidas alcohólicas de elaboración nacional excepto la cerveza, la que, de conformidad con lo previsto en el Art. 11 del Código Tributario, rige a partir del 1 de marzo de 2008 y a la que, previa a su vigencia, es necesario reformar considerando ajustes técnicos sobre el establecimiento de los valores unitarios referenciales, para su adecuada aplicación.

En uso de sus facultades legales,

Resuelve:

Artículo 1. – Reformar la Resolución No. NAC-DGER2008-0126, publicada en el Registro Oficial No. 279, de fecha 21 de febrero de 2008, sustituyendo la Tabla constante en el Art. 1 de la mencionada resolución que establece valores unitarios referenciales para el cálculo de la base imponible del impuesto a los consumos especiales ICE de bebidas alcohólicas de elaboración nacional excepto la cerveza, expresados en dólares de los Estados Unidos de

América por litro de alcohol absoluto (100 grados Gay - Lussac), por la siguiente:

Categoría	Valor Unitario Referencial en USD
Anisados secos y dulces; licores secos y semisecos, dulces y escarchados; aguardiente de caña rectificado utilizado como bebida alcohólica. Licores de Frutas	4.54
Ron	5.17
Ron añejo, vodka y gin	6.20
Whisky, brandy, ron extra añejo y similares. Bebidas preparadas con alcohol que no se encuentran especificadas en otras categorías	8.53
Vinos y vinos espumosos	12.78
Cremas. Vinos de frutas, sidra y similares.	15.60

Artículo Final. La presente resolución entrará en vigencia a partir del primero de marzo del 2008.

Comuníquese y publíquese.

Quito, D. M., **26 FEB 2008**

Dictó, y firmó la Resolución que antecede, Carlos Marx Carrasco, Director General del Servicio de Rentas Internas, en Quito D. M., a **26 FEB 2008**

Lo certifico.-


Dra. Alba Molina
SECRETARIA GENERAL
DEL SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Datos importantes para la inversión

Las empresas del sector constituyen empresas con fines de lucro de carácter privado financiándose con su propio capital de trabajo.

La inversión en el sector es evidente en la capacidad instalada montada a través de la industria licorera local, con una inversión constante en tecnología de punta e infraestructura en plantas de producción y bodegaje, reflejándose el liderazgo en mercadeo de empresas con varios años de experiencia en el sector.

Para invertir en el sector licorero se debe tomar en cuenta la producción continua en caña de azúcar y alcohol rectificado de tal modo que se mantenga el producto para todo el año comercial. La negociación con los proveedores locales de alcohol es factor clave en esta industria.

Productos con potencial de exportación de la oferta ecuatoriana.

Los productos con mayor acogida y propuestos para el mercado de exportación según las siguientes razones se encuentran divididos en dos grupos:

- Por alto valor percibido, diferenciación y valor:
Cremas
Vinos
Licores: como alternativa de aceptación de consumo similar en mercados asiáticos.
- Por presentación y por bajo costo:
Vinos Frutales

En materia de exportación dada la demanda del licor por parte de migrantes ecuatorianos en países como Estados Unidos, Italia y España empieza a expandirse hacia estos mercados incrementándose la producción hasta países asiáticos como China según lo manifestado por el embajador de Ecuador en China.

Importancia del producto en la realidad nacional (Empleo, Desarrollo de Industrias, Conexas)

El sector licorero en el Ecuador es un potencial en desarrollo, especialmente en la zona del Azuay donde se encuentran concentradas la mayoría de empresas productoras y exportadoras tomando como base principal la calidad de su producto.

Desde el punto de vista económico, por su amplia cadena de producción: agricultura, industria y actividad comercial dentro de la economía nacional representa un pilar de desarrollo importante generando grandes fuentes de empleo en mano de obra directa e indirecta en cada una de sus fases. En la región azuaya existen alrededor de 1,000 familias trabajando en el sector productor-comercializador y mano de obra directa e indirecta.

Actualmente, la competencia ha obligado a mejorar los procesos en general, especialmente a lo referente a calidad y tecnología, lo que permite al sector expandirse a nuevos mercados: norteamericano, europeo y asiático (China) por la degustación del producto en sus diferentes formas, sabores y cantidad de compatriotas demandantes del licor nacional, lo que permite el crecimiento de la industria en altas proporciones.

Adicionalmente, la concientización y responsabilidad social de las empresas permite el consumo responsable de bebidas alcohólicas bajo altos estándares de calidad de producción y con costos accesibles al consumidor final.

Además, el sector licorero es un sector productivo que aporta con una importante contribución tributaria al país siendo una industria generadora de ICE en sus procesos mostrando un significativo aporte impositivo al Estado.

Base de datos de empresas del sector

A nivel nacional las empresas se encuentran agrupadas en dos Asociaciones:

Empresas Productoras de Alcohol agrupadas en la Asociación de Productores de Alcohol del Ecuador (APALE)

Empresas Miembro	Funcionario	Dirección	Fono Oficina
SOCIEDAD DE DESTILACION DE ALCOHOLES – SODERAL S.A.	Sr. Russell Crawford Presidente	Junín 114 y Malecón Simón Bolívar-Gye	593-04-2566572
CODANA (Compañía de Alcoholes Nacionales) S.A.	Ing. Gustavo Heinert M. Gerente General	Junín 114 y Malecón Simón Bolívar-Gye	593-04-2564945
PRODUCARGO S.A. Productora de Alcoholes	Ing. Víctor Bermeo Castro Gerente General	Vía a Daule Km 7.5 S/N- Gye	593-04-2651258
CORK S.A.	Ing. Luis Parra Rodas Gerente General	Vía a Daule Km 7.5 S/N- Gye	
MONTERREY AZUCARERA LOJANA C.A. MALCA	Ing. Francisco Gordillo Gerente General	Vía a la Costa Km. 4 1/2 S/N-Loja	593-07-2678093

Compañías embotelladoras agrupadas en la Asociación de Industriales Licoreros del Ecuador (ADILE)

Empresas Miembro	Funcionario	Dirección	Fono Oficina
Destilería Zhumir Cia. Ltda.	Rafael Corral Presidente	Octavio Chacón 417 Cuenca	593-07-2806333
Daca (Desarrollo Agropecuario)	Claudio Patiño Gerente	Panamericana Sur, Km. 8.5, Sector Narancay Cuenca	593-07-2385666
Easa	Luis Monsalve Presidente	Av. España 14-14 Cuenca	593-07-2862888
Ilensa	Jorge Villegas Gerente	Parkenor B52 Quito	593-02-2483411
Ilepsa	Alberto Tamariz Gerente	Av. El Inca E144 y 10 de Agosto Quito	593-02-2463335
Vinícola	Gaspar Serra Subgerente	Abdón Calderon y 6 de Diciembre Guayaquil	593-04-2351594
Celimaca	Faraday Ramírez Gerente	Vía a Manta Km. 4 ½ Portoviejo	593-05-2933334
Pacific	Jose Sperber Gerente	6 de Diciembre 6559 y Río Coca. Sector El Inca. Quito	593-02-2462333

Illesa	Edwin Ripalda Gerente	S. Bustamante Celi s/n Loja	593-07-2570435
Dilsa	Julio Ricaurte Gerente	Panamá N1655 y Río de Janeiro Quito	593-02-2543174
Alcopesa	Alberto Salvador Gerente	Reina Victoria 447 y Roca Quito	593-02-2506516

2. Enfoque de la participación del país en el mercado mundial

INTRODUCCION ESTADISTICA Y COMERCIAL

En el Ecuador se produce licor de calidad que puede ser internacionalizada, abriendo nuevos mercados. En este caso concreto se dará más énfasis al producto enfocado a los mercados de Estados Unidos y la Unión Europea. Para el análisis se ha escogido los siguientes productos de manera específica:

LICORES 2204	
Partida	Descripción
General:	
2204	<i>Vino de uvas frescas, incluso encabezado; mosto de uva, excepto el de la partida nº 20.09</i>
Detalle:	
220410	Vino espumoso

LICORES 2208	
Partida	Descripción
General:	
2208	<i>Alcohol etílico sin desnaturalizar con grado alcohólico volumétrico inferior al 80% vol; aguardientes, licores y demás bebidas espirituosas</i>
Detalle:	
220840	Ron y aguardiente de caña o tafia
22087020	Crema
22087090	Demás licores
22089090	Demás licores y bebidas espirituosas

EVOLUCION DE LAS EXPORTACIONES

a) VINO ESPUMOSO

Para comprender mejor y tener una idea más clara, se han dividido los productos en dos categorías como se encuentra mencionado en la tabla anterior:

Como primer producto se encuentra el Vino Espumoso p.a. 220410

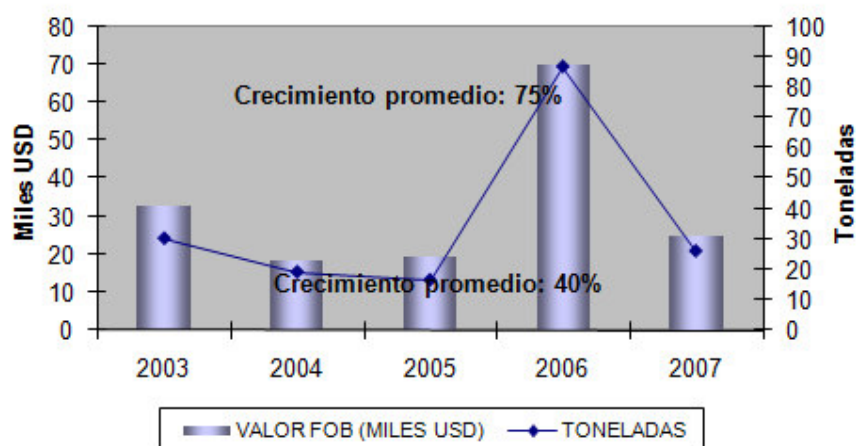
Dentro de Alcohol Etílico p.a. 2208 se encuentran los productos Ron y Aguardiente de caña o tafia p.a. 220840, Crema p.a. 22087020, Demás Licores p.a. 22087090 y Demás Licores y Bebidas Espirituosas p.a. 22089090.

Las exportaciones de Vino espumoso en el año 2003 ascendieron a casi 33 mil dólares en términos FOB, sin embargo las exportaciones bajaron en el año del 2004 y 2005, pero en el año 2006 las exportaciones crecieron en un 264%. En el año 2007 bajan las exportaciones otra vez en un 64%. El crecimiento promedio de las exportaciones es de 40% en términos FOB.

ECUADOR				
EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE VINO ESPUMOSO (P.A. 220410)				
PERIODO	VALOR FOB (MILES USD)	TONELADAS	VARIACION FOB	VARIACION TONELADAS
2003	32,89	30,43		
2004	18,58	19,37	-44%	-36%
2005	19,22	16,76	3%	-13%
2006	70,01	86,91	264%	419%
2007	24,93	26,26	-64%	-70%

FUENTE: BCE-SIM
ELABORACION: PROMOCION DE EXPORTACIONES

Evolución de las exportaciones de vino espumoso



FUENTE: BCE-SIM
ELABORACION: PROMOCION DE EXPORTACIONES

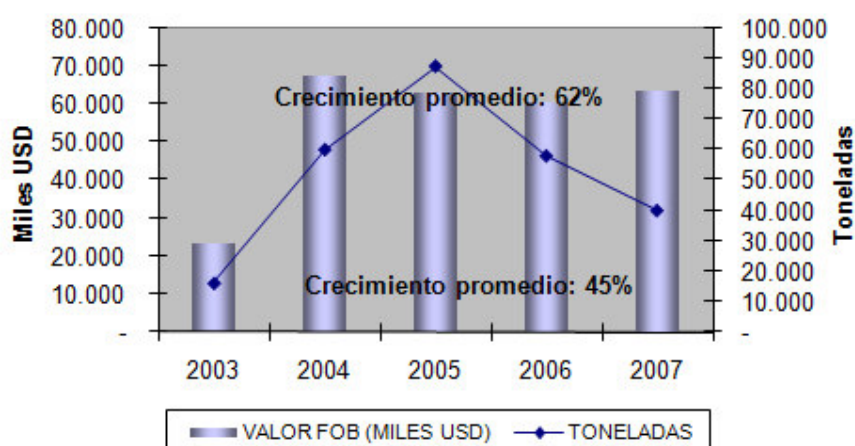
b) ALCOHOL ETILICO

Al igual que para el primer producto (vino espumoso), las exportaciones ecuatorianas de alcohol etílico se comportan de una forma similar, es así que las exportaciones crecieron en un 188% en el año 2004 y generando un crecimiento promedio en términos FOB del 45%. Cabe recalcar que para este análisis, se tomaron en cuenta solo las partidas descritas anteriormente, y no todas las que están dentro de la p.a. 2208.

ECUADOR				
EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE ALCOHOL ETILICO (P.A. 2208)				
PERIODO	VALOR FOB (MILES USD)	TONELADAS	VARIACION FOB	VARIACION TONELADAS
2003	23.558	16.347		
2004	67.767	60.096	188%	268%
2005	63.249	87.372	-7%	45%
2006	60.625	58.039	-4%	-34%
2007	63.721	40.142	5%	-31%

FUENTE: BCE-SIM
ELABORACION: PROMOCION DE EXPORTACIONES

**Evolución de las exportaciones de alcohol etílico pa.
2208**



FUENTE: BCE-SIM
ELABORACION: PROMOCION DE EXPORTACIONES

Exportaciones por producto

Tomando en cuenta el producto, la evolución de las exportaciones ecuatorianas de Ron de caña o tafia es la que representa el 70% de las exportaciones de Ecuador dentro del período 2003-2007, en segundo lugar se encuentran las Cremas, que representan un 12% de las exportaciones en el mismo período en tercer lugar se encuentra el Vino Espumoso y los Demás licores y Bebidas Espirituosas con un 7% cada una, y en el último lugar con un 4% se encuentran los Demás licores.

Tipos de Licores Exportados. Promedio 2003-2007



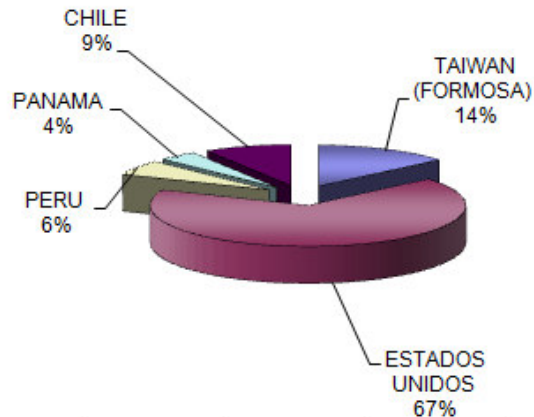
FUENTE: BCE-SIM
ELABORACION: PROMOCION DE EXPORTACIONES

PRINCIPALES MERCADOS

Destinos de las exportaciones ecuatorianas

Para el caso de la partida 220410 (Vino Espumoso), las exportaciones están dirigidas especialmente a Estados Unidos con un 67%, seguido de Taiwan, mercado al que se dirige el 14% de las exportaciones totales ecuatorianas de vino espumoso, en realidad la cantidad de mercados a los que se exporta el producto, es muy reducida, solamente se exporta a 5 países.

Destinos de las exportaciones de Vino Espumoso Promedio 2003-2007

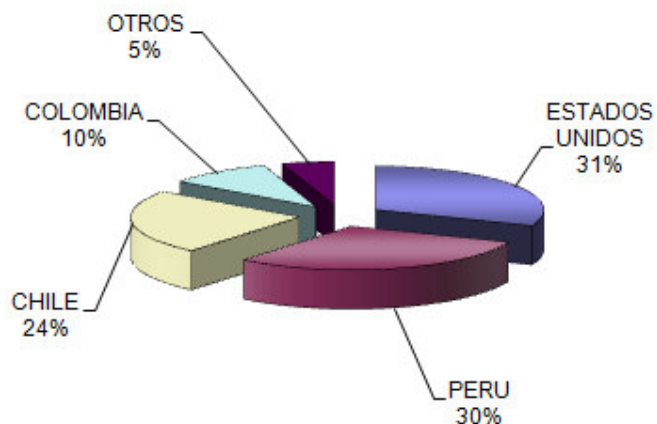


FUENTE: BCE-SIM
ELABORACION: PROMOCION DE EXPORTACIONES

Para el caso de la partida del Alcohol Etílico los destinos están repartidos de alguna forma más equitativamente, pero así mismo no se encuentran muy diversificadas. Para las partidas dentro del Alcohol Etílico, como primer destino se encuentra Estados

Unido con un 31%, en segundo lugar se encuentra Perú con un 30% de las exportaciones totales ecuatorianas, en tercer lugar se encuentra Chile con un 24%. También Ecuador exporta un 10% de sus exportaciones totales a Colombia.

**Destinos de las exportaciones de Alcohol Etilico
Promedio 2003-2007**



FUENTE: BCE-SIM
ELABORACION: PROMOCION DE EXPORTACIONES

Países importadores

A continuación se mostrará un listado de los principales países importadores de los productos que se están analizando, como primer producto se encuentra el Vino Espumoso. Estos principales países importadores son los que se pueden tomar en cuenta como un mercado potencial para futuras exportaciones de Ecuador. En primer lugar se encuentra Reino Unido, que es el país que más exporta en todos los 5 años últimos, seguido de estados Unidos, Alemania, Bélgica, Italia y Suiza como los principales.

Lista de los importadores para el producto Vino Espumoso (220410)					
Importadores	2003	2004	2005	2006	2007
'Reino Unido	521.336	659.055	677.892	722.610	875.283
'Estados Unidos de América	509.074	577.980	631.652	699.508	727.348
'Alemania	337.867	364.751	406.051	508.879	503.652
'Bélgica	154.524	183.517	213.549	244.669	476.419
'Italia	150.308	163.901	184.510	210.576	282.892
'Suiza y Liechtenstein	119.122	132.138	133.921	144.142	171.818
'Países Bajos (Holanda)	57.281	58.621	64.538	95.650	125.095
'Australia	43.812	52.836	64.621	84.910	114.531
'Federación de Rusia	32.352	43.907	53.557	59.407	113.249
'Canadá	42.513	48.429	57.929	70.336	85.596
'Austria	27.056	31.624	39.383	54.942	65.288
'Suecia	24.319	31.344	39.234	44.826	59.255
'Francia	41.361	35.746	39.791	40.981	53.317
'Irlanda	20.942	16.829	20.866	25.277	32.623
'Finlandia	13.568	17.449	18.913	22.302	30.643
'Nueva Zelandia	18.325	20.191	23.953	22.857	27.000
'Noruega	9.182	9.852	13.301	16.915	26.177
'Grecia	7.720	10.340	13.433	15.163	19.747
'Hong Kong (RAEC)	6.452	9.798	11.328	14.966	18.407
'Brasil	11.056	13.298	15.121	21.414	18.323
'Letonia	2.407	3.015	3.883	10.177	14.824
'México	3.318	3.823	4.955	6.953	14.717
'China	1.575	3.097	4.573	8.855	13.520

FUENTE: TRADEMAP

Los principales países que importan el producto de Ron y aguardiente de caña o tafia son Alemania en primer lugar con importaciones realmente relevantes en comparación con los demás países. Alemania presenta valores en importaciones sobre los 200 mil dólares en el año 2007, el país que se sigue es Italia con menos de la mitad de las importaciones de Alemania. El tercer país es Canadá y en el cuarto lugar se encuentra Estados Unidos.

Lista de los importadores para el producto Ron y aguardiente de caña (220840)					
Importadores	2003	2004	2005	2006	2007
'Alemania	132.580	129.439	152.218	157.221	234.989
'Italia	51.843	60.540	65.603	56.380	77.317
'Canadá	34.898	41.171	52.589	56.235	67.177
'Estados Unidos de América	50.804	45.237	52.343	51.001	60.048
'Países Bajos (Holanda)	27.044	35.722	36.621	42.626	47.538
'Reino Unido	156.422	128.302	145.758	129.924	46.801
'Federación de Rusia	4.195	7.346	6.933	11.958	25.185
'Francia	14.202	15.868	20.850	17.645	23.364
'Bélgica	10.437	14.840	17.354	13.641	18.211
'Grecia	9.565	11.762	13.298	13.808	18.120
'Sudafrica	10.997	16.070	20.966	15.065	15.788
'Australia	7.824	8.960	10.784	10.812	12.259
'Austria	10.747	11.803	11.649	11.677	11.494
'México	7.304	11.786	12.198	9.196	11.270
'Irlanda	8.548	9.083	8.276	9.099	10.268
'Colombia	3.077	5.164	7.397	6.190	8.780
'Noruega	1.789	2.326	3.138	4.755	8.720
'Nueva Zelandia	7.538	9.413	8.622	8.284	8.666
'Suiza y Liechtenstein	6.900	6.883	6.037	7.485	8.418
'Finlandia	5.194	5.791	5.981	6.834	8.181

FUENTE: TRADEMAP

Con respecto al producto Licores (220870), en donde entran los productos: Cremas p.a. 22087020, Demás Licores p.a. 22087090, los actores más importantes que los importan están Estados Unidos en primer lugar, Alemania en segundo lugar seguidos de Reino Unido y Canadá.

Lista de los importadores para el producto Licores (220870)					
Importadores	2003	2004	2005	2006	2007
'Estados Unidos de América	708.549	729.274	777.193	883.890	948.045
'Alemania	220.115	200.429	250.966	282.593	314.836
'Reino Unido	117.295	210.450	225.526	213.936	242.993
'Canadá	98.363	111.094	116.842	144.282	163.928
'Países Bajos (Holanda)	54.915	62.696	66.838	72.570	87.851
'Italia	55.499	55.563	60.386	77.558	84.209
'Francia	62.350	68.999	73.087	65.454	78.503
'Australia	57.332	65.949	61.624	73.704	73.543
'Federación de Rusia	25.228	28.816	35.335	38.336	66.132
'Bélgica	47.147	45.553	55.018	57.124	61.203
'Grecia	27.011	34.095	34.468	42.957	44.651
'Suecia	18.658	23.706	21.592	25.304	32.999
'Austria	24.757	28.417	28.549	32.564	32.647
'Finlandia	14.564	17.834	20.389	21.843	27.367
'México	12.297	14.850	15.212	19.858	26.139
'Estonia	5.582	5.013	6.265	7.840	24.480
'Suiza y Liechtenstein	16.091	17.383	20.154	22.207	23.852
'Noruega	11.718	11.729	13.771	16.555	22.752
'Irlanda	9.280	7.368	6.004	4.553	20.683
'Nueva Zelandia	10.099	13.742	13.295	13.378	16.834

FUENTE: TRADEMAP

Tomando en cuenta la partida 220890 que tiene por descripción Demás Licores y Bebidas Espirituosas, los principales importadores son los países detallados en la tabla inferior, con su respectivo valor en miles de dólares en el período 2003-2007. En primer lugar se encuentra Estados Unidos con montos que van desde 520 mil dólares hasta 760 mil dólares en el año 2007, en segundo lugar está Alemania con un valor promedio de 170 mil dólares en los últimos 5 años, en tercer lugar se encuentra La Federación Rusa seguida de Canadá, Hong Kong y los Países Bajos.

Lista de los importadores para el producto Los demás (220890)					
Importadores	2003	2004	2005	2006	2007
'Estados Unidos de América	519.680	520.339	580.365	683.063	761.118
'Alemania	175.492	141.101	167.052	177.945	177.065
'Federación de Rusia	43.394	99.650	128.672	104.559	147.756
'Canadá	42.302	47.631	56.826	60.253	78.592
'Hong Kong (RAEC)	45.249	59.539	60.789	58.350	62.149
'Países Bajos (Holanda)	32.290	41.808	42.715	45.684	61.878
'Francia	44.077	82.691	77.400	49.341	59.657
'Reino Unido	55.428	78.859	65.562	60.374	53.565
'Italia	80.275	56.744	47.368	44.869	50.670
'Bélgica	48.158	42.287	35.045	35.473	42.063
'Australia	21.685	27.909	21.371	38.358	37.792
'Noruega	34.171	27.840	27.947	24.573	28.201
'Grecia	38.983	27.090	26.710	27.871	28.071
'Suiza y Liechtenstein	33.416	27.522	23.925	24.887	26.810
'Austria	36.242	25.802	21.368	21.700	21.943
'Suecia	16.036	22.105	23.092	19.858	20.533
'Irlanda	22.136	25.579	23.450	20.716	18.726
'Nueva Zelanda	13.489	14.920	19.510	18.663	18.579
'Finlandia	15.119	17.154	17.902	18.806	18.196
'Estonia	5.856	7.399	10.114	13.108	17.195
'Letonia	2.440	4.899	9.172	12.449	15.870
'México	5.236	4.937	6.569	11.292	14.143
'China	8.920	6.793	6.636	13.996	13.850

FUENTE: TRADEMAP

3. Enfoque del producto desde la perspectiva mundial

PRINCIPALES COMPETIDORES

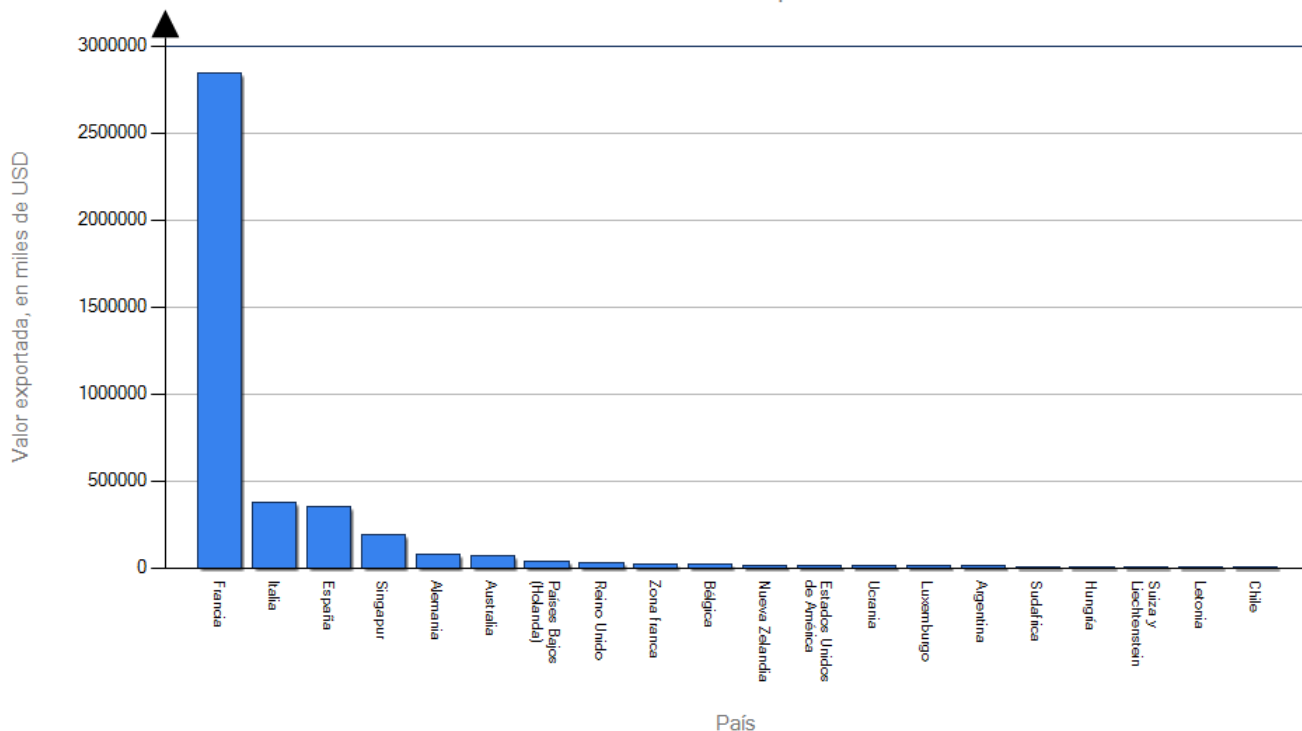
Exportaciones mundiales

Para la partida 220410 (Vino Espumoso) los principales mercados competidores para Ecuador son: Francia, Italia, Bélgica y Alemania, cabe recalcar que entre el listado de estos mercados, Ecuador ocupa una posición bastante relegada. En la tabla se puede encontrar también algunos indicadores que pueden servir para el análisis del exportador.

Exportadores	Indicadores comerciales									
	Valor exportada en 2006, en miles de USD	Saldo comercial 2006 en miles de USD	Cantidad exportada en 2006	Unidad de cantidad	Valor unitario (USD/unidad)	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2002-2006, %	Tasa de crecimiento anual en cantidad entre 2002-2006, %	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2005-2006, %	Participación en las exportaciones mundiales, %	
'Mundo	4.166.976	94.641	0	No medida		15	4	14	100	
'Francia	2.844.797	2.803.816	147.047	Toneladas	19.346	15	2	16	68,27	
'Italia	377.976	167.400	106.353	Toneladas	3.554	15	1	14	9,07	
'España	349.523	267.759	24.340	Toneladas	14.360	10		-3	8,39	
'Singapur	194.255	6.894	4.893	Toneladas	39.701	32	33	32	4,66	
'Alemania	77.056	-431.823	21.357	Toneladas	3.608	15	13	23	1,85	
'Australia	72.970	-11.940	15.657	Toneladas	4.661	29	18	24	1,75	
'Países Bajos (Holanda)	40.836	-54.814	1.656	Toneladas	24.659	16	-1	30	0,98	
'Reino Unido	27.761	-694.849	4.182	Toneladas	6.638	13	31	31	0,67	
'Zona franca	24.472	24.469	996	Toneladas	24.570	4	-1	35	0,59	
'Bélgica	21.020	-223.649	1.266	Toneladas	16.603	23		-24	0,5	
'Nueva Zelanda	13.391	-9.466	5.773	Toneladas	2.320	13	36	-47	0,32	
'Estados Unidos de América	13.306	-686.202	6.124	Toneladas	2.173	-3	-17	-1	0,32	

FUENTE: TRADEMAP

Lista de los países exportadores para el producto seleccionado en 2006
Producto : 220410 vino espumoso



FUENTE: TRADEMAP

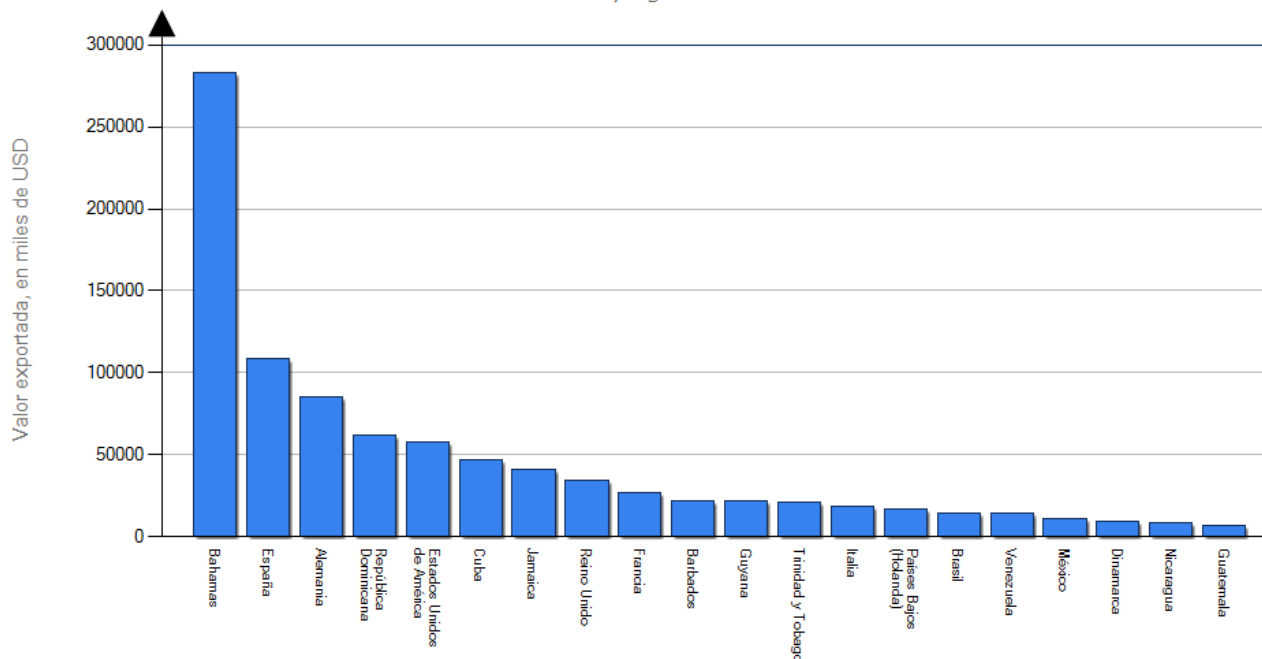
Para la partida 220840 los principales competidores para Ecuador son las Bahamas con un monto de 283 mil dólares en el año 2006, el segundo país exportador es España, el tercero Alemania el cuarto República Dominicana como los más

importantes. En la tabla también se puede apreciar el crecimiento en valor anual mundial que es del 7%, así también como el crecimiento individual de cada mercado.

Exportadores	Indicadores comerciales								
	Valor exportada en 2006, en miles de USD	Saldo comercial 2006 en miles de USD	Cantidad exportada en 2006	Unidad de cantidad	Valor unitario (USD/unidad)	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2002-2006, %	Tasa de crecimiento anual en cantidad entre 2002-2006, %	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2005-2006, %	Participación en las exportaciones mundiales, %
'Mundo	973.286	-106.110	0	No medida		7	1	9	100
'Bahamas	283.098	275.280	24.220	Toneladas	11.689	4	-1	11	29,09
'España	108.291	-176.708	6.163	Toneladas	17.571	19	-15	18	11,13
'Alemania	85.060	-72.161	15.162	Toneladas	5.610	15	9	-6	8,74
'República Dominicana	62.120	61.007	0	No medida		38	31	48	6,38
'Estados Unidos de América	58.000	6.999	25.150	Toneladas	2.306	9	15	38	5,96
'Cuba	46.578	46.373	0	No medida		19	9	7	4,79
'Jamaica	41.282	41.021	17.843	Toneladas	2.314	5	-2	30	4,24
'Reino Unido	34.434	-95.490	5.804	Toneladas	5.933	-13	-13	-16	3,54
'Francia	27.203	9.558	5.799	Toneladas	4.691	15	-10	7	2,79
'Barbados	22.208	22.029	10.482	Toneladas	2.119	9	7	-12	2,28
'Guyana	22.023	22.021	15.833	Toneladas	1.391	19	8	105	2,26
'Trinidad y Tobago	21.081	20.689	16.662	Toneladas	1.265	-3	-15	-7	2,17
'Italia	18.649	-37.731	4.601	Toneladas	4.053	34	35	20	1,92

FUENTE: TRADEMAP

Lista de los países exportadores para el producto seleccionado en 2006
Producto : 220840 ron y aguardiente de caña o tafia.



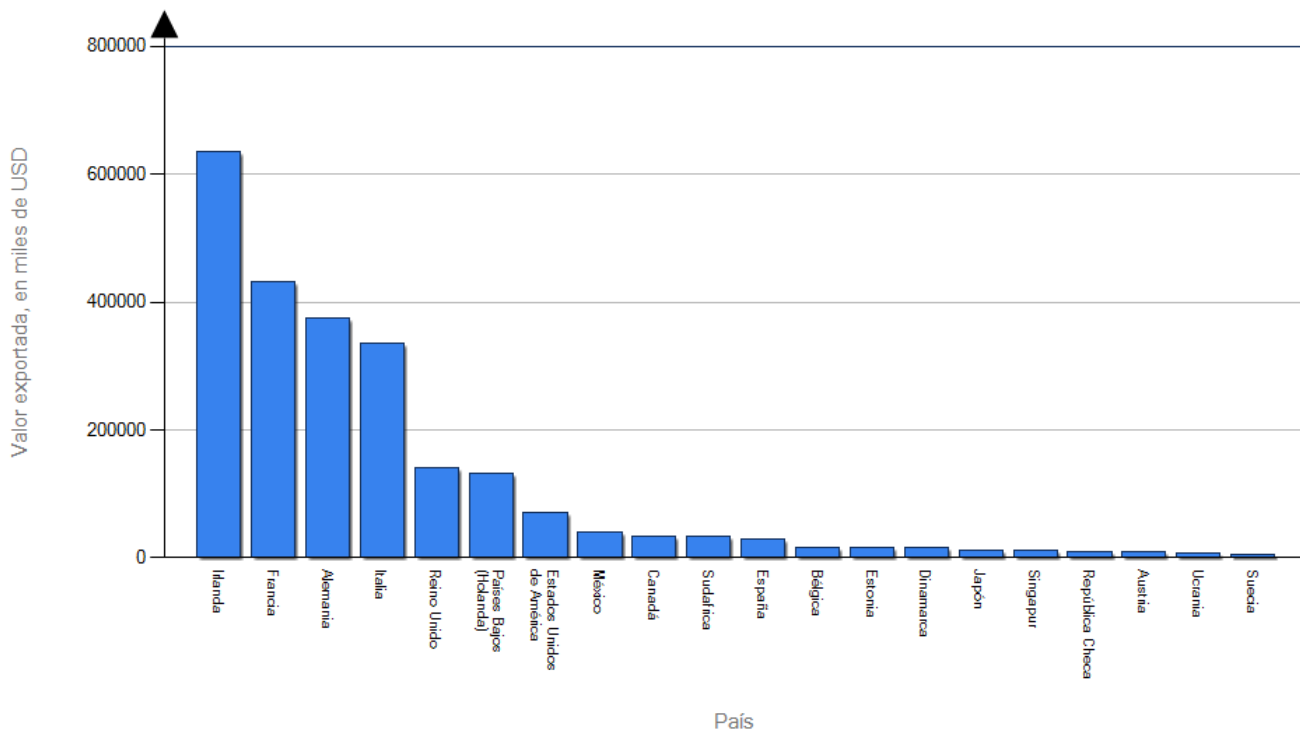
FUENTE: TRADEMAP

En el caso de la partida 020870 los principales países que exportan este producto a nivel mundial, tomando valores referenciales del 2006, son Irlanda con un monto en el 2006 de 635 mil dólares, Francia con 431 mil dólares, Alemania e Italia con más de 300 mil dólares, seguidos de Reino Unido, Países Bajos y Estados Unidos.

Exportadores	Indicadores comerciales								
	Valor exportada en 2006, en miles de USD	Saldo comercial 2006 en miles de USD	Cantidad exportada en 2006	Unidad de cantidad	Valor unitario (USD/unidad)	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2002-2006, %	Tasa de crecimiento anual en cantidad entre 2002-2006, %	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2005-2006, %	Participación en las exportaciones mundiales, %
'Mundo	2.437.718	-241.693	0	No medida		10	2	9	100
'Irlanda	635.519	630.966	82.280	Toneladas	7.724	8	3	11	26,07
'Francia	431.817	366.363	16.659	Toneladas	25.921	8	-23	4	17,71
'Alemania	375.488	92.895	62.750	Toneladas	5.984	26	20	27	15,4
'Italia	335.417	257.859	102.436	Toneladas	3.274	10	4	5	13,76
'Reino Unido	140.349	-73.587	20.028	Toneladas	7.008	4	2	-5	5,76
'Países Bajos (Holanda)	131.475	58.905	13.012	Toneladas	10.104	1	18	22	5,39
'Estados Unidos de América	70.637	-813.253	5.474	Toneladas	12.904	5	8	40	2,9
'México	39.782	19.924	8.511	Toneladas	4.674	15	-15	20	1,63
'Canadá	33.405	-110.877	10.109	Toneladas	3.304	8	6	41	1,37
'Sudafrica	32.974	22.943	6.036	Toneladas	5.463	24	21	28	1,35
'España	30.452	-99.211	3.497	Toneladas	8.708	10	-10	-60	1,25

FUENTE: TRADEMAP

Lista de los países exportadores para el producto seleccionado en 2006
Producto : 220870 licores



FUENTE: TRADEMAP

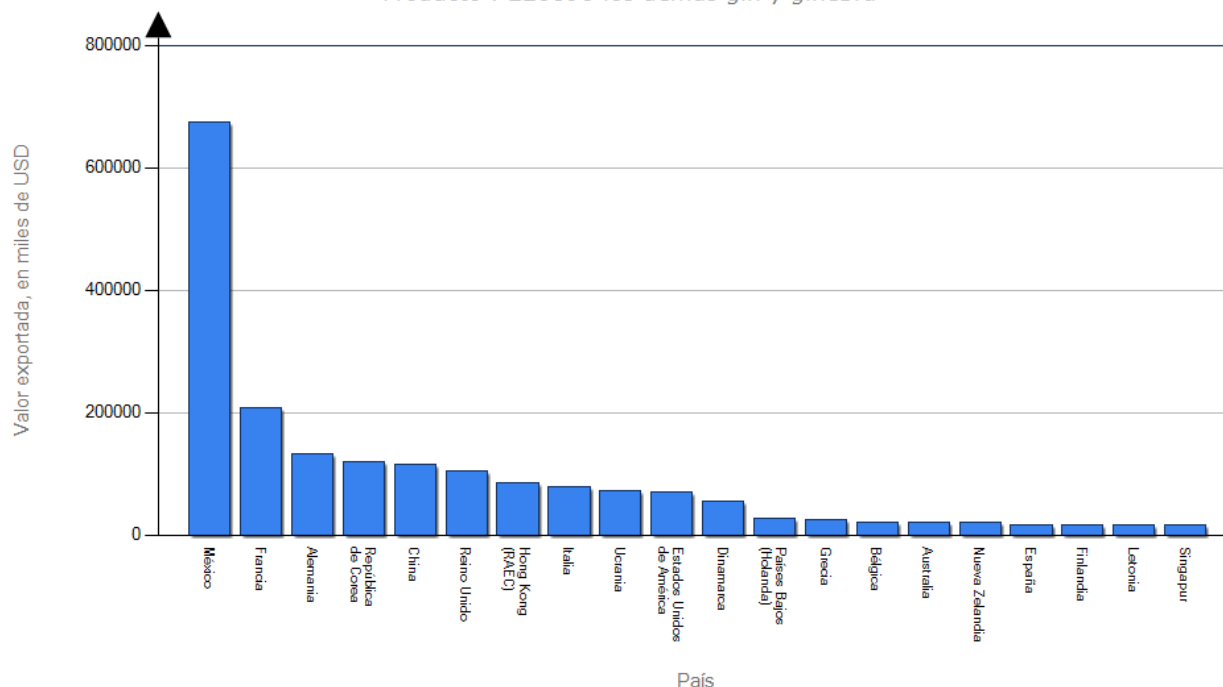
Para la partida 220890, Los demás, los principales competidores exportadores de ese producto lo encabezan México con un monto en el 2006 de 674 mil dólares, seguido de Francia con un monto de 207 mil dólares, el crecimiento promedio mundial desde el

2002 hasta el 2006 se registra con un 6%, pero se puede notar que el crecimiento de Alemania es importante, registrando un 20%.

Exportadores	Indicadores comerciales								
	Valor exportada en 2006, en miles de USD	Saldo comercial 2006 en miles de USD	Cantidad exportada en 2006	Unidad de cantidad	Valor unitario (USD/unidad)	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2002-2006, %	Tasa de crecimiento anual en cantidad entre 2002-2006, %	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2005-2006, %	Participación en las exportaciones mundiales, %
'Mundo	2.085.122	-68.124	0	No medida		6	-7	8	100
'México	674.702	663.410	129.669	Toneladas	5.203	8	-7	22	32,36
'Francia	207.298	157.957	28.485	Toneladas	7.277	6	-18	-1	9,94
'Alemania	131.792	-46.153	37.848	Toneladas	3.482	20	16	1	6,32
'República de Corea	119.568	114.892	91.213	Toneladas	1.311	4	1	1	5,73
'China	115.226	101.230	24.277	Toneladas	4.746	6	-5	3	5,53
'Reino Unido	104.074	43.700	34.088	Toneladas	3.053	-16	-20	-21	4,99
'Hong Kong (RAEC)	84.924	26.574	2.054	Toneladas	41.346	22	43	37	4,07
'Italia	79.311	34.442	65.677	Toneladas	1.208	-11	-25	-12	3,8
'Ucrania	71.589	69.272	39.167	Toneladas	1.828	91	84	-25	3,43
'Estados Unidos de América	69.652	-613.411	8.476	Toneladas	8.218	11	5	38	3,34

FUENTE: TRADEMAP

Lista de los países exportadores para el producto seleccionado en 2006
Producto : 220890 los demas gin y ginebra



FUENTE: TRADEMAP

TENDENCIAS DEL MERCADO

A continuación se detalla información sobre Estados Unidos, que incluye las formas de comercialización, estructura de costes, selección de importadores, etc.

1.) Formas de comercialización de bebidas alcohólicas

Existen diferentes posibilidades de comercialización de bebidas alcohólicas en los Estados Unidos. La elección de una u otra dependerá básicamente del grado de implantación que cada empresa pretenda, de los recursos disponibles y del producto ofertado y su aceptación en el mercado.

En el caso de comercializar vía exportación directa, los agentes que obligatoriamente actúan en este mercado son el importador, el mayorista/distribuidor y el minorista. Cada uno de estos agentes debe disponer de la licencia oportuna. La licencia de importador es Federal (para todo el país). La licencia de distribuidor es Estatal (para cada Estado que la emite). La de minorista es local. Así, un producto tendrá como mínimo un importador nacional y puede tener diferentes distribuidores en función de los mercados (Estados) en los que se comercialice.

En algunos casos, también se pueden utilizar los servicios de un agente/broker.

El importador debe tener un buen conocimiento del funcionamiento del mercado, de los procedimientos burocráticos y de las normativas federales y estatales aplicables, así como de otros puntos que serán de gran interés para el exportador.

1.1) Funciones del importador

- Prestar su licencia de importación para introducir el producto en los EE.UU.
- Vender el producto según lo acordado con el exportador.
- Solicitar al TTB la aprobación y registro del producto que se importa (si es la primera vez que se hace) y de la aprobación de la etiqueta (*Certificate of Label Approval*), y responsabilizarse acerca del cumplimiento de la legislación referente a envasado, marcaje, etiquetado, marcas comerciales, registro del producto, trámites aduaneros....
- Iniciar y mantener el circuito de comercialización de los productos en su área de competencia: buscar, contactar y vender a mayoristas que a su vez disponen de su red de distribución a minoristas.
- Asumir el pago de la mercancía al exportador y del riesgo de comercialización.
- Realizar las actividades de promoción del producto según haya acordado con el exportador.

1.2) Funciones del mayorista

- Comprar al importador nacional o estatal
- Distribuir el producto a través de su red de distribución (minoristas y/o otros mayoristas).
- En algunos Estados, el mayorista también puede actuar como importador si dispone de la correspondiente licencia. Esto resulta ventajoso para el exportador ya que se elimina un escalón en la distribución (el importador) con el consiguiente ahorro para el exportador y el mayorista.

1.3.) Funciones del minorista

- Vender directamente al consumidor.
- En algunos Estados los minoristas pueden importar bebidas alcohólicas usando la licencia de un importador con el que llegan a algún tipo de acuerdo. Esta posibilidad resulta comercialmente muy ventajosa.

1.4.) Agente/broquer

Otra figura no comentada es la del agente o "broker". Se trata de un intermediario seleccionado directamente por la bodega que se encarga de motivar la venta de los vinos. En muchos casos es la acción promocional del broker la que determina el éxito de la venta de los vinos.

Entre sus funciones encontramos las siguientes:

- Buscar importadores y distribuidores
- Motivar a la fuerza de ventas
- Visitar las tiendas de vinos y restaurantes

1.5.) Establecimiento de una filial

La constitución de una filial o sucursal con licencia de importación en los Estados Unidos es sin duda alguna la forma de comercialización que requiere una mayor inversión y un mayor esfuerzo empresarial. Establecer una filial tiene sin embargo algunas ventajas:

- Se dispone de un elevado control de la comercialización debido a la proximidad a la red de distribución y al cliente final.
- Se puede llegar a conocer mucho mejor las características del mercado, de sus oportunidades y de sus amenazas ya que existe una experiencia propia y directa en él.
- Se puede ofrecer un mejor y más completo servicio al distribuidor y al cliente final.
- Se puede llevar a cabo con más efectividad todas las acciones de promoción y así poder aumentar la presencia de los productos en el mercado.

1.6.) Los Estados controlados

Existen 18 Estados en los cuales la importación, distribución y venta al detalle son monopolio estatal.

Cada uno de estos Estados tiene sus particularidades, pueden controlar desde las compras totales de bebidas al mayor y luego venderlas al detalle en las tiendas propiedad del Estado, hasta expedir licencias para la venta al detalle de ciertas bebidas alcohólicas en ciertos establecimientos que se convierten así en tiendas estatales (*State stores*).

El Estado cumple el papel de importador y mayorista en situación de monopolio lo que implica que la totalidad del canal de distribución está fuertemente controlado.

Las agencias de importación/distribución propiedad del Estado gozarán de una posición muy privilegiada a la hora de negociar con los exportadores/representantes. Tienen absoluto poder para forzar la negociación en su propio interés a costa de los del representante. También tiene plena autoridad para marcar los precios de venta al detalle. Así, la entrada a estos Estados además de extremadamente compleja, puede incluso llegar a ser muy poco rentable.

Existe monopolio estatal en los siguientes Estados: Alabama, Idaho, Iowa, Maine, Michigan, Mississippi, Montana, New Hampshire, North Carolina, Ohio, Oregon, Pennsylvania, Utah, Vermont, Virginia, Washington, West Virginia y Wyoming.

2.) Estructura de Costes

La estructura de costes a la que se ven sometidos las bebidas alcohólicas al ser exportadas desde España e introducidas en E.E.U.U. varía mucho en función de la cantidad de intermediarios que utilice, del grado de alcohol y del estado en el que se distribuya.

De una forma poco precisa se puede calcular que el precio *ex-cellars* de una botella de vino (de mesa, fortificado o espumoso) se triplicará cuando se venda al detalle y se multiplicará por cuatro en los restaurantes. En el caso de los licores de más de 24% de volumen de alcohol, se multiplica por cuatro en la venta al público y por seis en los restaurantes.

Impuestos federales y estatales

Para impuestos Federales, consulte http://www.ttb.gov/tax_audit/atftaxes.shtml

Impuestos estatales:

Para licores y bebidas destiladas, consulte <http://www.taxadmin.org/fta/rate/liquor.html>

Para vino, consulte <http://www.taxadmin.org/fta/rate/wine.html>

3.) Búsqueda y selección de importador

La selección de un importador con licencia federal es una de las decisiones más importantes que debe tomar el productor español que desee entrar en el mercado estadounidense. Algunos de los factores a considerar en la selección del importador son los siguientes:

- Importador regional o nacional.

Los importadores que actúan a nivel regional (un sólo Estado o mercado) tienen generalmente una relación más estrecha con los mayoristas y pueden dedicar más atención a una nueva marca.

Los importadores nacionales generalmente tienen una línea de productos y marcas bastante extensa e intentan conseguir economías de escala distribuyendo grandes volúmenes a nivel nacional. Son más efectivos en la comercialización de las marcas conocidas y consolidadas ya que las marcas nuevas requieren de una mayor atención y promoción en los diferentes niveles del canal de distribución.

Tipo de mayoristas con los que el importador normalmente trabaja, si son mayoristas que operan a nivel regional o que tienen licencias para vender al mayor en diferentes Estados.

- Tamaño y sofisticación de la fuerza de ventas
- Línea de productos importados y distribuidos:

¿Qué papel desempeñaría el nuevo producto en la línea del importador?

¿Estaría éste dispuesto a dedicar tiempo, esfuerzo y atención a la nueva marca?

- Tipo de relación establecida con otros productores/exportadores.

3.1.) Fuentes de información

Existen diversas fuentes de información con listados y directorios de importadores y mayoristas. Se recomiendan las siguientes publicaciones:

The Beverage Marketing Directory
2670 Commercial Avenue
Mingo Junction, OHIO 43938
Tel. 614-598-4133 - Fax 614-598-3977

Directorio de referencia anual que registra los principales importadores nacionales y distribuidores locales de bebidas.

Beverage Media
61 Avenue of the Americas
New York, NY 10013
Tel. 212-620-0100 – Fax 212-255-5684

Revista mensual que recoge las listas de precios de todos los principales mayoristas de un mercado concreto. Se publica en su versión local en la mayoría de los mercados locales.

La oficina de Wines From Spain dispone de todos estos listados así como de información acerca del mercado estadounidense, sus agentes, usos, prácticas y tendencias del consumo. Toda esta información puede ser solicitada por correo o fax:

Wines from Spain - Commercial Office of Spain
405 Lexington Avenue 44 th Floor
New York, NY 10174-0331
Tel. 212-661-4814 – Fax 212-972-2494

4.) Código de barras

El código de barras que es preferible utilizar en E.E.U.U. es el UPC ya que está reconocido nacionalmente por los detallistas. Este código consta de 12 dígitos, de los cuales 6 corresponden a la identificación del fabricante, 5 al número del artículo y un dígito de control.

Este código no es obligatorio en las etiquetas para poder exportar vinos y licores a los Estados Unidos. Sin embargo, el fuerte proceso de informatización y mecanización que está experimentando la industria alimentaria en general, ha hecho que cada vez sea mayor el número de importadores y distribuidores que exigen a sus proveedores estos códigos, por lo que es aconsejable incorporarlo a la botella. Para solicitar este código es suficiente con ser miembro de la organización GS1 US (anteriormente *Uniform Code Council Inc.*) <http://www.gs1us.org/Default.aspx>, a un coste variable en función del número de ventas. La dirección en España es la siguiente:

Asociación Española de Codificación Comercial
Ronda Gral. Mitre, 10
08017 Barcelona
Tel. 93 - 252 3900 – Fax 93 - 280 2135

5.) Envío de bebidas alcohólicas

5.1.) Bebidas alcohólicas con valor comercial

La entrada en los E.E.U.U. de bebidas con valor comercial (para su venta o reventa) debe hacerse normalmente a través de la licencia de un importador, mediante un expediente de importación de la aduana americana (*U.S. Customs*) y por lo tanto, no

se podrá recoger la mercancía si no se satisfacen las tasas e impuestos correspondientes.

Normalmente el importador va a contratar un agente de aduanas que tramitará el despacho de aduanas, el pago de tasas e impuestos y le informará de todo lo que necesite saber al respecto.

En general la entrada de vinos y licores a los E.E.U.U. implica el pago de:

- Aranceles (*Duties*)
- Impuesto Federal (*Federal Excise Tax* o FET)
- Impuesto Estatal (*State Tax*)
- Tasas de trámites aduaneros

5.2.) Bebidas alcohólicas sin valor comercial

Se consideran bebidas alcohólicas sin valor comercial aquellas que no se destinan a la venta o reventa. En concreto, las destinadas al uso personal. En este caso su introducción en los E.E.U.U. es mucho más sencilla, aunque existe el límite de "unas pocas cajas" (dos o tres).

En el caso de tener que introducir unas muestras de vino o de licor en los EE.UU., la forma más sencilla y económica de hacerlo es a través de la frontera como equipaje personal, declarándolas en la aduana. Esta es una posibilidad legalmente reconocida, que no debe suponer ningún problema. Sin embargo es importante que:

- Se realice la oportuna declaración de aduanas. El importe a pagar varía según el número de cajas y de la graduación entre los 5 y los 10 dólares.
- Se declare que es para uso personal. Se aconseja llevar una carta en inglés donde se especifique el tipo, nombre y cantidad de vino, su nombre y dirección y se declare que es "for personal use".

En el caso de muestras para degustaciones, promociones y ferias, es distinto el tratamiento del de importación de producto para su venta, y por lo tanto no es necesario obtener una aprobación de sus etiquetas, aunque si deben cumplir otros requisitos. En particular, debe incluirse una etiqueta con las frases "*For Trade Fair Only Sample- Not for Sale or Resale*".

6.) Prensa especializada

En E.E.U.U. existen ciertas publicaciones y ciertos editores que ejercen una gran influencia sobre los consumidores/amantes del vino. Es muy importante mantener buena relación con estos prescriptores de opinión cuyos comentarios y críticas positivas seguramente ayudarán a dar a conocer marcas que recientemente se hayan introducido en el mercado y reforzarán la imagen de calidad de los vinos españoles ya establecidos en este país. La mayoría de ellos están encantados de recibir muestras de vinos, sin que ello implique que lo van a probar y/o van a hablar del producto en su revista/periódico.

Las publicaciones más importantes por su contenido y repercusión en el sector son las siguientes:

- The Wine Advocate
1002 Hillside View,
Parkton, MD 21120

Revista bi-mensual (distribuida únicamente por suscripción) que recopila las notas de cata de su editor, Mr. Robert M. Parker, Jr., indiscutiblemente una de las personalidades más influyentes del sector.

- **Wine Spectator**
387 Park Avenue South
New York, NY 10016
Fax 212-684-5424

Revista quincenal con reportajes sobre el mundo del vino. Cada número incluye la Guía de Compra (Buying Guide) cuyas notas de cata son bastante seguidas por los consumidores de vino.

- **Wine Enthusiast**
8 Saw Mill River Road
Hawthorne, NY 10532
Tel. 914-345-8463
Fax 914- 345-3028
E-mail: wineenth@aol.com

Revista mensual.

- **Gourmet Magazine**
560 Lexington Avenue
New York, NY 10022

Revista gastronómica mensual con distribución nacional.

- **The Wine News**
353 Alcazar Avenue # 101-b
Coral Gables, FL 33134
Tel. 305-444-7250
- **Quarterly Review of Wines**
24 Garfield Avenue
Winchester, MA 01890

Revista trimestral.

- **Food & Wine**
- 1120 Avenue of the Americas
- New York, NY
- Tel. 212-382-5600 – Fax 212-382-5788

Revista mensual

- **Santé Magazine**
<http://www.santemagazine.com>

FUENTE: www.mapausa.org

Por otro lado para el caso de la Unión Europea se trata de obtener información de los países que son los más importantes importadores del producto, entre ellos están: Reino Unido, Alemania, Bélgica e Italia

Cabe recalcar que la información proviene de las Oficinas Comerciales de España en los países mencionados, el link es:

http://www.oficinascomerciales.es/icex/cda/controller/pageOfecomes/0,5280449_5310100_5310307_0,00.html

Reino Unido

Para este mercado existe una noticia que detalla los hábitos de consumo en este país, se detalla a continuación:

Tendencias en el consumo de vino en Reino Unido

Más de una de cada 3 mujeres (35%) y 1 de cada 4 hombres (27%) creen que los vinos con tasa más baja de alcohol se están poniendo de moda, según el informe emitido por Consumer Intelligence en Mayor, emitidos hoy por la Wine & Spirit Trade Association (WSTA) y Wine Intelligence.

El 59% de todos los bebedores habituales de vino en Reino Unido dice leer el contenido de alcohol de una botella antes de comprar, pero solo la mitad dice que es importante en la decisión de compra. Consideran otros factores más importantes cuando eligen un vino: variedad de uva, oferta promocional, marca, país de origen, recomendación de amigos o familiares, y región de origen. Los consumidores también asocian los niveles de alcohol más altos con la mayor calidad y mejor relación calidad precio.

Otros hallazgos del informe son:

- el vino blanco es más popular para los consumidores,
- el crecimiento de las ventas de rosé se debe al mayor consumo por parte de los consumidores habituales de rosé, más que a un aumento en el número de consumidores.
- Chardonnay es todavía la primera variedad de vino blanco, pero Pinot Grigio amenaza a Sauvignon Blanc en el segundo puesto.
- Merlot y Cabernet Sauvignon son las variedades líderes en tinto
- los consumidores aún prefieren vinos de Australia antes que franceses aunque parece que hay un ligero descenso
- los consumidores que beben los más reconocidos vinos americanos, no necesariamente los asocian los con los EEUU
- Uno de cada 3 consumidores dice que gasta entre 4 y 4,99 libras en la compra de vino en tiendas; uno de cada 3 dice que gasta más de 5 libras; solo uno de cada cuatro gasta entre 3 y 3,99 libras.
- Más consumidores están gastando más de 12 libras por botella en el consumo en locales.
- La variedad de uva es todavía un factor más importante que las ofertas y promociones en la elección del vino.

FUENTE: OFICINAS COMERCIALES DE ESPAÑA

(http://www.oficinascomerciales.es/icex/cda/controller/pageOfecomes/0,5310,5280449_5282927_5284940_626906_GB,00.html)

Alemania

Los productores alemanes de vinos espumosos anuncian subidas de precios en 2008

La Asociación Alemana de Productores de Vinos Espumosos se muestra muy satisfecha por como la coyuntura actual del mercado. “La razón es que el volumen de ventas domésticas de vinos espumosos alemanes se ha incrementado un 4,7% a lo largo del año pasado”, señala su presidente, Hans-Henning Wiegmann. Esta tendencia positiva lleva extendiéndose a lo largo de tres años consecutivos, y cerca del 80% del volumen de espumoso que se consume en Alemania es de producción nacional. Además de los espumosos rosados (con un crecimiento del 45,6% en volumen) y las variedades sin alcohol, los vinos del segmento alto de precios también han evolucionado positivamente a lo largo del último año. Según *Lebensmittel Praxis*, el encarecimiento de las materias primas, tanto del vino de base -que llega a escasear frente a tanta demanda- como del vidrio, cuyo valor se ha aumentado tras que dar la producción concentrada en manos de dos únicos fabricantes, así como de la energía, son factores que harán inevitable un aumento precios en 2008. La industria se muestra optimista y augura una nueva escalada de ventas.

Para conocer más sobre el consumo, distribución, etc. en el mercado alemán, las Oficinas Comerciales de España poseen información muy útil. Para más información visitar el link:

(<http://www.oficinascomerciales.es/icex/cma/contentTypes/common/records/viewDocument/0,,.00.bin?doc=4107380>)

Bélgica

Para conocer la tendencia general de consumo de vino en Bélgica se recomendaría ingresar al link siguiente, este link contiene un estudio completo del vino en este mercado.

Oficinas comerciales de España

(<http://www.oficinascomerciales.es/icex/cma/contentTypes/common/records/viewDocument/0,,.00.bin?doc=457599>)

Italia

En el Estudio que se encuentra en el link siguiente

(<http://www.oficinascomerciales.es/icex/cma/contentTypes/common/records/viewDocument/0,,.00.bin?doc=4014782>) se detalla información sobre las estadísticas más recientes de las exportaciones e importaciones de vino en Italia, las últimas tendencias de consumo y de distribución.

ACCESO A MERCADOS

Barreras Arancelarias

En el caso de la partida 220410 correspondiente a Vino Espumoso, se muestra la siguiente tabla con los principales países importadores y su respectivo arancel.

ARANCEL EQUIVALENTE AD-VALOREM PROMEDIO PARA LA PARTIDA 220410 ORIGINARIA DEL ECUADOR	
Principales importadores mundiales	Arancel
'Reino Unido	10,20%
'Estados Unidos de América	0,00%
'Alemania	10,20%
'Bélgica	10,20%
'Italia	10,20%
'Suiza y Liechtenstein	14,53%
'Países Bajos (Holanda)	10,20%
'Australia	5,00%
'Federación de Rusia	20,00%
'Canadá	4,08%
'Austria	10,20%
'Suecia	10,20%
'Francia	10,20%
'Irlanda	10,20%
'Finlandia	10,20%
'Nueva Zelanda	1,83%
'Noruega	0,00%
'Grecia	10,20%
'Hong Kong (RAEC)	0,00%
'Brasil	4,00%

FUENTE: MARKET ACCESS MAP

Al igual que en la tabla anterior, para la partida 2208 correspondiente a alcohol etílico, se detallan los aranceles de los principales países importadores de este producto.

ARANCEL EQUIVALENTE AD-VALOREM PROMEDIO PARA LA PARTIDA 2208 ORIGINARIA DEL ECUADOR	
Principales importadores mundiales	Arancel
Estados Unidos de América	0,00%
España	0,57%
Alemania	0,57%
Francia	0,57%
Reino Unido	0,57%
Federación de Rusia	54,01%
Japón	0,66%
Singapur	1,71%
Canadá	0,10%
China	10,00%
Italia	0,57%
Australia	0,57%
Grecia	0,57%
Países Bajos (Holanda)	0,57%
Hong Kong (RAEC)	0,00%
República de Corea	20,07%
Bélgica	0,57%

FUENTE: MARKET ACCESS MAP

Barreras no arancelarias

Para el caso de la entrada de licores en el país de Estados Unidos y la Unión Europea, que son los que más nos interesan por su potencial, se adjuntan los documentos siguientes, que también tienen información adicional que puede ser útil para el exportador

En el caso concreto de Estados Unidos:

Exportación de vinos y licores a los Estados Unidos

Este capítulo ha sido elaborado por la sección de Vinos de España de la Oficina Económica y Comercial de España en Nueva York, y actualizado en parte por la Consejería de Agricultura, Pesca y Alimentación de la Embajada de España en Washington, D.C. Se aconseja también consultar nota informativa sobre la importación de vino

<http://www.mapausa.org/Guia/P/NOTA%20INFORMATIVA%20SOBRE%20LA%20IMPORTACION%20DE%20VINOS%20ABRIL%202007.pdf> elaborada por la Oficina Económica y Comercial.

1.) Introducción

La exportación de vinos y licores a los E.E.U.U. y su comercialización requieren el esfuerzo de llegar a conocer un mercado complejo y muy competitivo que implica invertir una cantidad considerable de trabajo y de dinero.

La entrada a un nuevo mercado comporta siempre un gran esfuerzo empresarial que se ve incrementado en el caso de EE.UU. debido a su estricta legislación sobre bebidas alcohólicas y el control burocrático ligado a ella. Se debe tener en cuenta la normativa federal (común para todos los Estados) y la estatal (propia de cada uno de

ellos). Existen diferencias considerables entre los distintos Estados en materia de comercialización de las bebidas alcohólicas. Los Estados de California o Illinois son muy liberales, mientras que otros como Pennsylvania o Mississippi están muy regulados y son muy rígidos. Además, un mismo Estado puede tener diferente normativa para vinos, licores y cervezas, e incluso puede tratar diferentemente los distintos tipos de vinos.

A consecuencia de estas restricciones legales, parece razonable sugerir que el exportador que quiera acceder a este mercado por primera vez piense y planee sus actividades basándose en los Estados en los que quiere estar presente en lugar de intentar abarcar todo el país.

La forma más habitual de iniciar la exportación al mercado norteamericano es seleccionar un importador que esté interesado en el producto, que se encargue de buscar uno o varios mayoristas y lleve todas las gestiones comerciales en su área.

En cualquier caso, la exportación a E.E.U.U. requerirá de una preparación previa básica e imprescindible para conseguir llevar los productos "a buen puerto". Es importante:

- Disponer de información escrita y/o folletos de promoción del producto en inglés.
- Disponer de una recopilación de críticas del producto publicadas en prensa nacional e internacional.
- Disponer de personal encargado de la exportación que hable inglés fluido y que pueda dedicar una parte importante de su tiempo a conocer las características relevantes del mercado americano.
- Disponer de información suficiente para realizar una investigación básica sobre el mercado, sus tendencias de consumo, las regulaciones, los precios de los productos de la competencia, así como la estructura de costes y precio al que llegará el producto al consumidor.

2.) La normativa del Alcohol and Tobacco Trade and Tax Bureau (antiguo BATF)

La comercialización de las bebidas alcohólicas en los E.E.UU. está estrictamente reglamentada por la normativa del Alcohol and Tobacco Trade and Tax Bureau (TTB). <http://www.ttb.gov/>. Los puntos generales que afectan a todo exportador que quiera introducir su producto en este país son los siguientes:

- Todo importador de bebidas alcohólicas en los E.E.UU. debe obtener una licencia federal de importación del TTB.
- Cualquier bebida alcohólica introducida en los EE.UU. deberá tener una certificación de origen que muestre su composición. Esta certificación deberá ser aprobada por el TTB.
- Cualquier bebida alcohólica requiere la aprobación de su etiqueta, que se otorga si cumple las normas de envasado, marcaje y etiquetado. La solicitud de aprobación de la etiqueta la gestiona generalmente el importador. Si un exportador no tiene un importador exclusivo para todo el país sino varios importadores locales, todos ellos deberán obtener la aprobación de las etiquetas individualmente.
- Consulte esta página <http://www.mapausa.org/Guia/P/P1a.htm> para obtener información sobre denominaciones de origen e indicaciones geográficas

2.1.) Información básica sobre el etiquetado

La normativa estadounidense acerca del etiquetado es muy estricta y normalmente supone unos trámites burocráticos que se pueden alargar mucho. Es aconsejable dejar al importador que gestione las aprobaciones de certificados de etiqueta. Sin embargo, es conveniente que el exportador español conozca toda la normativa referente a este tema para facilitar el trabajo del importador, agilizar los trámites burocráticos, conocer directamente como afectará esta normativa al diseño final de la etiqueta, etc...

La normativa sobre este tema se puede solicitar a la siguiente dirección:

Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau Advertising, Labeling and Formulation Division

1310 G Street, NW, 4th Floor

Washington, DC 20220

Teléfono de atención al cliente (202) 927 8140

Llamada gratis desde E.E.U.U.: (866) 927 2533

Fax: (202) 927 3306

Correo electrónico: alfd@ttb.treas.gov

Vea asimismo el folleto explicativo del TTB en el que se describen los requisitos básicos de etiquetado.

Es obligatoria la inclusión de una contraetiqueta con un texto advirtiendo sobre los peligros de ingerir alcohol y especialmente durante el embarazo. La advertencia que se debe poder leer claramente es la siguiente:

"GOVERNMENT WARNING: (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".

Los requisitos de legibilidad de dicho texto son los siguientes:

1. Todas las etiquetas serán diseñadas de modo que la advertencia mencionada anteriormente sea claramente legible en condiciones ordinarias, y se imprima sobre un fondo que ofrezca suficiente contraste.
2. Las dos primeras palabras de la advertencia ("**GOVERNMENT WARNING**") deberán aparecer EN LETRAS MAYÚSCULAS y en **negrita**. El resto de la advertencia puede no imprimirse en negrita.
3. Las letras y/o palabras de la advertencia no podrán comprimirse de tal modo que impida o dificulte la legibilidad del texto.
4. El número máximo de caracteres por pulgada de la advertencia será el siguiente:

Tamaño mínimo requerido	Nº máximo de caracteres/pulgada
1 milímetro	40
2 milímetros	25
3 milímetros	12

El cuerpo mínimo de la letra del texto de advertencia será el siguiente:

Tamaño del envase	Cuerpo de la letra
Hasta 237 ml (8 oz)	1 milímetro
Más de 238 ml. (8 oz) hasta 3 l. (101 oz)	2 milímetros
Más de 3 l. (101 oz)	3 milímetros

Las etiquetas con la advertencia sanitaria que no sean parte integrante del envase deberán ser fijadas al mismo de modo que no puedan ser separadas sin la aplicación abundante de agua u otro disolvente.

La normativa es general para todo tipo de bebidas alcohólicas, incluyendo licores y destilados, salvo algunas adaptaciones según la naturaleza del producto como son el contenido de alcoholes neutros, sulfitos, sacarina, ciertos colorantes, etc... Todo lo referente al tipo de letra, tamaño, claridad de la tipografía, idioma, marca, clase, tipo de producto, grado de alcohol y contenido de tanto la etiqueta como de la contraetiqueta y de la advertencia está estrictamente reglamentado por lo que es conveniente solicitar dicha reglamentación al TTB con tal de poder diseñar una etiqueta homologable para el mercado norteamericano.

2.2.) Contenido calórico y de carbohidratos

En abril de 2004, el TTB publicó una guía sobre la norma <http://www.ttb.gov/rulings/2004-1.pdf> que regula el uso de referencias al contenido calórico y en carbohidratos en el etiquetado y publicidad del vino, bebidas de malta y bebidas espirituosas. En general, el TTB admitirá referencias a estos conceptos sólo cuando sean ciertas y completas, y no induzcan a confusión en el consumidor, pudiendo en algunos casos exigir la inclusión de aclaraciones para evitar una interpretación equivocada.

En lo que se refiere al contenido en carbohidratos, el TTB sólo admitirá el uso del término “bajo en carbohidratos” en las bebidas cuyo contenido de los mismos no supere 7 gramos por ración. También podrá utilizarse dicha expresión en aquellas bebidas en que el contenido sea mayor a 7 gramos por ración, pero sea sustancialmente inferior al habitual en ese tipo de productos.

Para mayor información, se recomienda consulten la norma 2004-1 <http://www.ttb.gov/rulings/2004-1.pdf> publicada por el TTB. Además de los requisitos que aquí se mencionan, es aconsejable consultar la Guía del ICEX de Requisitos para el Etiquetado de Productos Alimenticios en los Estados Unidos. <http://www.mapausa.org/Guia/G/Adicional/ Etiquetado/index.htm>

FUENTE: MAPAUSA

Por otro lado, par el caso de la Unión Europea se considera los siguientes documentos para el caso específico de los licores:

Certificado y reporte de análisis para vinos, jugos de uvas y mosto de uva.

Las importaciones de vino, mosto de uva y jugo de uva deben ser acompañadas por el documento **V I 1 Documento**, el cual consiste en una certificación firmada por un cuerpo competente del país de origen y un reporte de análisis que debería ser realizado por un laboratorio oficial reconocido por el país del tercer mundo.

El **certificado** provisto debe estar de conformidad con las condiciones que se aplican en el país de origen, en especial cuando el producto está previsto para del consumo humano que no ha sido sujeto a prácticas enológicas que no estén permitidas por la EU.

El **reporte de análisis** debe incluir la siguiente información:

- El total de extracto seco, total de acidez, contenidos de ácidos volátiles, contenido de ácido cítrico, contenido total de dióxido de azufre y la presencia de variedades obtenidas de cruces ínter específicos.
- La densidad del mosto de la uva y del jugo de la uva
- El total y actual grado alcohólico por el volumen de los vinos y el mosto de uvas en fermentación.

En caso de productos de vino que no tienen el propósito directo para el consumo humano, el reporte del análisis no necesita ser completo.

El certificado y el reporte del análisis no son requeridos etiquetar para contenedores de menos de 5 litros tapados con un cierre no reutilizable donde:

- El total de la consignación no exceda 100 litros ó
- El vino o jugo de uva venga de países cuyas importaciones anuales de estos productos a la Unión Europea sean menos de 1000 hectolitros.

El documento V I 1 debe ser seguido el orden de **designated bodies** (los cuerpos designados) en el país de origen de acuerdo a las reglas establecidas en la Regulación (EC) 883/2001 (**OJ L-128 10/05/2001**) y deben ser presentadas a las autoridades aduaneras de la Unión Europea para la libre importación.

Legislación

- La Regulación (EC) 1493/1999 del 17 de Mayo de 1999 en la Organización común del Mercado de vinos. (**OJ L-179 14/07/1999**)
- Comisión de Regulación (EC) 883/2001 del 24 de abril de 2001 donde reposan detalladas las reglas para implementación del Consejo de Regulación (EC) No 1493/1999 respecto a la comercialización con terceros países in productos del sector vinícola. (**OJ L-128 10/05/2001**)

Control de salud de productos alimenticios no de origen animal

Las importaciones de productos alimenticios no de origen animal dentro de la Unión Europea (EU) deben cumplir con las condiciones generales y provisiones específicas diseñadas para prevenir riesgos de la salud pública y proteger los intereses de los consumidores.

Por esto, las reglas generales aplicables a estos productos son las siguientes:

1. Principios generales y requerimientos de la Ley de alimentos establecida en la regulación (CE) No. 178/2002 (**OJ L-31 01/02/2002**);
2. Reglas Generales de Higiene de productos alimenticios de acuerdo a las regulación (EC) No. 852/2004 (**OJ L-226 25/06/2004**);
3. Condiciones generales concernientes a los contaminantes en la comida;
4. Provisiones especiales en los alimentos modificados genéticamente (GM) y la regulación de comidas novedosas (EC) No. 1829/2003 (**OJ L-268 18/10/2003**) y la regulación (EC) No.258/97 (OJ L-43 14/02/1997);
5. Condiciones generales de preparación de productos alimenticios;
6. Control oficial de productos alimenticios;

Cuando un problema de higiene parece suponer un riesgo serio para la salud humana se establece el problema o se esparce in el territorio del país del tercer mundo, las autoridades Europeas pueden suspender las importaciones de todas o parte de los país del tercer mundo afectados tomando medidas provisionales de protección

considerando los productos alimenticios concernientes, dependiendo de la seriedad de la situación.

La legislación de la Unión Europea establece medidas de protección.

Principios Generales y requerimientos de la ley de Alimentos

Los requerimientos básicos de la ley de alimentos que se están aplicando a todos los alimentos importados a la Unión Europea (EU) reposan en la regulación (EC) No. 178/2002 (**OJ L-31 01/02/2002**), la que entre otros tópicos cubre.

- **De conformidad o equivalencia:** Los alimentos importados deben cumplir con requerimientos relevantes de la ley de alimentos o condiciones reconocidas por la Unión Europea que sean por lo menos equivalentes a esto.
- **Rastreabilidad:** La regulación define a rastreabilidad como la habilidad de rastrear y seguir los alimentos y sus ingredientes a través de todos los estados de producción, procesamiento y distribución, esta también contiene provisiones generales de rastreabilidad las cuales cubren a todos los operadores del negocio de los alimentos, sin perjuicio de la legislación existente en sectores específicos tales como de las carnes y pescados y comidas Genéticamente Modificadas (GM), etc. Los importadores son similarmente afectados mientras son requeridos para identificar de quien fue exportado el producto en el país de origen. A menos que las provisiones específicas de próximos rastreos existan, los requerimientos de rastreabilidad están limitados a asegurar este negocio al menos hasta que sean capaces de identificar al proveedor inmediato del producto en cuestión y al inmediato y subsecuente receptor, con la excepción de detallistas al consumidor final (un paso atrás y un paso adelante).
- **Responsabilidades de los importadores de alimentos:** Para los operadores del negocio de comidas en todos los estados de producción, procesamiento y distribución sin los negociantes bajo su control deberían asegurarse que los alimentos cumplan con los requerimientos de la ley de alimentos, los cuales son relevantes a sus actividades y deberían verificar que este tipo de requerimientos son conocidos. Si un operador de negocios de alimentos tiene la razón de creer que las comidas importadas no están cumpliendo con los requerimientos de seguridad alimenticia, ellos deberían inmediatamente iniciar procedimientos para retirar los alimentos en cuestión e informar sobre esto a las autoridades competentes a esto.

2. Reglas generales de higiene de productos alimenticios

Las reglas relevantes de comidas que necesitan ser respetadas por los operadores de negocios de comidas en terceros países están contenidas en la regulación (EC) No. 852/2004 (**OJ L-226 25/06/2004**):

- La obligación general del operador es monitorear la seguridad de los alimentos, de productos y procesos bajo su propia responsabilidad;
- Las provisiones generales de higiene para la producción primaria y requerimientos de tallados para todas las etapas de producción, procesamiento y distribución de los alimentos;
- Un criterio microbiológico para ciertos productos los cuales son establecidos en la comisión de Regulación (EC) No. 2073/2005 (**OJ L-338 22/12/2005**);
- Procedimientos basados en los principios de análisis de Peligro y punto crítico de control (HACCP);
- Aprobación y registro de los establecimientos;

La siguiente guía de documentos pueden ser encontrados en el sitio Web del directorado general de la comisión europea de salud y protección del consumidor (DG SANCO);

- Las Preguntas relacionadas a los requerimientos de importaciones y las nuevas reglas en higiene de alimentos y controles oficiales de alimentos: http://ec.europa.eu/food/international/trade/interpretation_imports.pdf
- Documentación de guía sobre la implementación de ciertas provisiones en la regulación (EC) No 852/2004 en la higiene de productos alimenticios: http://ec.europa.eu/food/food/biosafety/hygieneLegislación/guidance_doc_852-2004_en.pdf
- Documentación de guía en la implementación de procedimientos basados en los principios de la HACCP , y en la facilitación de la implementación de los principios de la HACCP en ciertos negocios de alimentos: http://ec.europa.eu/food/food/biosafety/hygieneLegislación/guidance_doc_haccp_en.pdf

Legislación

La legislación de la Unión Europea sobre control de salud y productos alimenticios que no son de origen animal.

Licencia de Importación para productos de agricultura

La importación del código de productos seleccionados son sujetos de emisión prioritaria de una licencia de importación (llamado certificado de importación) por la autoridad competente del Estado Miembro importador, el cual autoriza y obliga al importador a introducir en la Unión Europea (EU) las cantidades requeridas. En orden de obtener la licencia, el importador debería depositar una seguridad, la cual es devuelta una vez que la importación haya sido realizada luego de un período determinado.

Licencia de Importación (certificado de importación)

Los certificados de importación son provistos por las autoridades competentes de un Estado Miembro antes del levantamiento para la libre circulación, sobre:

1. Requerimiento del certificado usando una forma de aplicación hecha por duplicado como ("copia del adquiriente" y "copia de la autoridad que provee"), usando cualquier espécimen representativo en el anexo **Annex I to Regulación 1291/2000/EC (OJ L-152 24/06/2000)** u otro suficiente, significando aprobado por la responsabilidad de la autoridad; mas
2. el depósito de una seguridad adecuada cuyo monto es establecido en la Organización del mercado para cada sector de agricultura. El depósito es reembolsable una vez que el importador haya llenado sus obligaciones. Ninguna seguridad sería requerida si viniera de EUR 100 o menos o si la licencia fuera detenida en el trayecto en nombre de una agencia de intervención.

Los certificados pueden ser también provistos usando sistemas computarizados de acuerdo a las reglas de reposan con las autoridades competentes. El certificado de importación constituye los dos, una autorización y una obligación de importar una cantidad especificada del productor concerniente durante su período de validez.

Si la cantidad importada es mas grande o menos del 5% de lo indicado en el certificado, la obligación de importar será considerada como completa. La seguridad depositada sobre la importación no debería ser reembolsada si la importación falla o incumple con sus obligaciones.

Las obligaciones derivadas de certificados no son transferibles, por medio de poderes pueden ser transferidas por su titular durante el período de su validez y por las cantidades no atribuidas aún al certificado.

Excepciones

Las licencias no deberían ser requeridas para los propósitos de las siguientes operaciones:

- a. De naturaleza no comercial;
- b. Relacionadas a cantidades que no excedan aquellas establecidas en el anexo **Annex III to Regulación 1291/2000/EC**, dependiendo del producto;
- c. Las que se refieren in la Regulación 918/83/EEC (OJ L-105 23/04/1983), la que establece un sistema de sustituciones para las funciones de clientes, como:
 1. Pertenencias personales, pequeñas consignaciones, productos con fines educativos y de de investigación;
 2. Productos agropecuarios obtenidos por ciudadanos de la Unión Europea de propiedades localizadas en un país del tercer mundo que tenga límite con la Comunidad;
 3. Semillas, fertilizantes y productos para tratamiento del suelo y cultivo que sirvan para usar un agricultor del país del tercer mundo en el territorio de la Unión Europea colindante con ese país.

Legislación

- La comisión de Regulación (EC) 1291/2000 del 9 de Junio del 2000 establece reglas comunes detalladas para la aplicación de sistemas de importación y exportación, licencias y certificados de arreglos avanzados para productos agropecuarios. **(OJ L-152 24/06/2000)**
- La comisión de Regulación (EEC) 2220/1985 del 22 de Julio de 1985 establece reglas comunes y detalladas para la aplicación del sistema de seguridades para productos agropecuarios (OJ L-205 03/08/1985)

Regulaciones Sectoriales

- Vino
 - La comisión de regulación (EC) 883/2001 del 24 de Abril de 2001 establece reglas detalladas para implementación del consejo de regulación (EC) No 1493/1999 como consideración a transacciones con países del tercer mundo en productos del sector vinícola. **(OJ L-128 10/05/2001)**
 - Regulación de consejo (EC) 1493/1999 del 17 de Mayo de 1999 en la organización común del mercado en vino **(OJ L-179 14/07/1999)**
- Alcohol
 - Regulación del consejo (EC) 670/2003 del 8 de Abril de 2003 estableciendo medidas específicas concernientes al mercado de alcohol etílico de origen agrícola o agrario **(OJ L-97 15/04/2003)**
 - La Comisión de Regulación (EC) 2336/2003 del 30 de Diciembre de 2003 introduciendo ciertos reglas detalladas para la aplicación del consejo de Regulación (EC) No 670/2003 estableciendo medidas

específicas concernientes al mercado el alcohol étílico de origen agrícola (**OJ L-346 31/12/2003**)

Presentación y etiquetado de vinos y ciertos productos vinícolas

En orden de ser vendidos en la Unión Europea (EU) el vino previsto para el consumo humano es sujeto de ciertas presentaciones y requerimientos de etiquetado que tienen la intención de proteger los intereses de los consumidores y productores.

Presentación

El uso de ciertas formas de botellas está reservado para ciertos tipos de vino como se encuentra en el anexo I de la Regulación 753/2002 (**OJ L-118 04/05/2002**).

Mecanismos cerrados no deberían estar cubiertos por cápsulas de plomo o envolturas. Vinos espumosos y vinos espumosos gasificados deben ser presentados en botellas de vidrio que estén cerradas con:

- Una tapa con forma de hongo hecha de corcho o otro material que esté permitido para tener contacto con productos alimenticios, ajustado por un sujetador, cubierto y si es necesario por un capuchón y cubierto en envoltura completamente el corcho y toda o parte del cuello de la botella,
- Cualquier otra cerradura en el caso de botellas con un contenido nominal que no exceda 0.20 litros.

Etiquetado

Las reglas de etiquetado cubren términos los cuales deben ser usados en las etiquetas para describir las cualidades y métodos de producción asociados con los vinos, términos que deben estar sujetos a ciertas condiciones y otras expresiones, particularmente aquellos que dan información que parezca ser útil a los consumidores.

Estas reglas provistas para un uso compulsivo de ciertos particulares, los que permiten identificar el vino y proveer al consumidor con información importante. En adición, el uso de ciertos términos opcionales es regulado. Otra información puede estar incluida provista de que es lo más cercano siempre que este sea lo más certero y no engañe a los consumidores.

En el etiquetado no está permitido que contenga palabras, partes de palabras, signos o fotos que puedan causar confusión a los consumidores.

Información obligatoria (excepto por los detalles del importador, número de lote y declaración de ingredientes alergénicos) debe estar incluida en el mismo campo visual y presentado en una vía de lectura claramente distinguible, de fácil lectura y de forma que no se pierda. La información en la etiqueta debe aparecer en uno o más de los idiomas de la Unión Europea.

La regulación también estipula provisiones concernientes al tamaño de la letra para los diferentes particulares.

Los contenidos que deben aparecer en la etiqueta son los siguientes:

1. Vino no espumante (vino sin gas, licor, vino semi espumante y vino semi espumoso gasificado)

Particularidades Obligatorias

- La designación de ventas, consistencia de las palabras “vino” “licor de vino”, “vino semi espumante” o “vino gasificado semi espumoso” suplementadas por el nombre del país de origen y, si el producto es designado con una indicación geográfica por el nombre del área geográfica concerniente
- El volumen nominal en litros, centilitros o mililitros
- El actual grado alcohólico por volumen (en unidades completas o medias unidades” seguido por “%Vol.” y precedido por el “grado alcohólico actual” “alcohol actual” o la abreviación “alc”.
- El número de lote, precedido por la letra “L”.
- El nombre y ubicación (dirección administrativa local y país de las oficinas principales” del importador o embotellador (si ha sido embotellado en la Unión Europea), precedido por los términos “importado por”, “embotellado por” u otras expresiones similares.
- Declaración de ingredientes alergénicos, usando las expresiones “contiene sulfitos” o contiene dióxido de azufre” (del 25 de Noviembre de 2005)

Particularidades opcionales

- Para todos los tipos de vinos esta provisto que las condiciones de uso estén conforme las reglas aplicables en el país de origen:
 - El tipo de producto como esta determinado por el contenido de azucares (seco, semi seco, extra seco, dulce, ...)
 - Un color específico (rojo, blanco, rosado)
 - El nombre, dirección y ocupación de las personas que participantes en el marketing, usando las expresiones tales como “distribuidos por”
- Para vinos con una indicación geográfica
 - El año de la cosecha
 - Variedades de vid
 - premios o medallas
 - método de producción
 - términos tradicionales
 - el nombre del viñedo
 - información sobre el embotellado

2. Vinos espumosos y vinos espumosos gasificados

Particularidades Obligatorias

- La designación de ventas, precedidas por una referencia sobre el país de origen:
 - "vino espumante"
 - "vino espumante de calidad" o "Sekt" (donde las condiciones para la producción de este tipo de vino son reconocidas como equivalentes a vinos espumosos de calidad Anexo VIII a la Regulación 753/2002)
 - "vino espumoso gasificado", suplementado, donde sea necesario por las palabras “obtenido por la adición de dióxido de carbono”.
- El volumen nominal en litros, centilitros o mililitros
- El grado alcohólico actual por volumen (en unidades completas o intermedias” seguido de “% Vol.” y precedido por el “grado alcohólico actual”, “alcohol actual” o la abreviación “alc.”.
- EL tipo de producto, como está determinado por el contenido de azucares (seco, semi seco, extra seco, dulce,...)
- El nombre y ubicación (dirección administrativa local y país de las oficinas principales) del productor y del importador

- Declaración de ingredientes alergénicos, usando las expresiones “contiene sulfitos” o “contiene dióxido de azufre” (del 25 de Noviembre de 2005)

Particularidades opcionales

- El nombre de otra unidad geográfica
- El nombre de la variedad del vino
- Las expresiones “fermentado en la botella”, “embotellado y fermentado por método tradicional” o “método clásico” o “método clásico tradicional” y cualquier otra expresión resultante de la traducción de estos
- Referencia al método de producción conteniendo una indicación geográfica
- Año de cosecha
- Referencia a una calidad superior
- Referencia o símbolos relativos a medallas o premios, mientras estos hayan sido provistos por cuerpos oficiales.

3. Mosto de uva, **mosto de uvas** en fermentación, concentrados de **mosto de uva**, nuevos vinos todavía **en fermentación** y vinos de uvas excesivamente maduras.

Particulares Obligatoria

- El designado de ventas del producto (en caso de mosto de uvas en fermentación y vinos de uvas excesivamente maduras con una indicación geográfica, las palabras “mosto de uva en fermentación” o “vino de uvas maduras ” y el nombre de la unidad geográfica o un termino específico tradicional
- El volumen nominal en litro, centilitros o mililitros
- El importador o el embotellador
- La densidad del mosto de las uvas o concentrado del mosto de uvas.
- El volumen actual y / o grado total de alcohol por volumen de vino de uvas de madurez, seguido de “% Vol.” y precedido por “actual grado alcohólico”, “alcohol actual” o la abreviación “alc.”
- El grado alcohólico actual por volumen de mosto de uva en fermentación o vino Nuevo todavía en fermentación, seguido por “% Vol.” y precedido por “grado alcohólico total” y “alcohol total” o la abreviación “alc.”.
- El nombre del país del tercer mundo de manufactura
- El número de lote, precedido por la letra “L”
- Declaración de ingredientes alergénicos, usando las expresiones “contiene sulphites” o “contiene dióxido de azufre” (del 25 de Noviembre de 2005)

Particularidades opcionales

- Para todos los productos
 - El nombre, dirección y ocupación de las personas envueltas en el mercadeo del producto
 - Tipo de producto, diciendo que las condiciones de uso están conforme las reglas aplicables en el país de origen
 - Un color específico
- Para mosto de uvas en fermentación y vinos de uva excesivamente maduras con una indicación geográfica
 - El año de la cosecha
 - Variedades de vid
 - Premios o medallas
 - El método de producción
 - Expresiones tradicionales

- Nombre del viñedo
- Información sobre la embotelladora

Legislación

- Regulación de consejo (EC) 1493/1999, del 17/05/1999 en la organización común del Mercado de vinos (**OJ L-179 14/07/1999**)
- Comisión de Regulación (EC) 753/2002 del 29/04/2002 especificando ciertas reglas para aplicar en el Consejo Regulación (EC) 1493/1999 como respecto a la descripción, designación, presentación y protección de ciertos sectores productivos de vinos (**OJ L-118 04/05/2002**)
- Directiva 2000/13/EC del Parlamento Europeo y del Consejo de 20/03/2000 en la aproximación de la leyes de los Estados Miembros relacionado al etiquetaje, presentación y publicidad de productos alimenticios (**OJ L-109 06/05/2000**)

Etiquetaje para productos alimenticios

Todos los productos alimenticios vendidos en la Unión Europea (EU) deberían cumplir con las reglas de etiquetaje de la EU, las que intentan asegurar que los consumidores obtengan toda la información esencial para que al momento de tomar una decisión de compra la hagan con una elección informada mientras compran sus productos alimenticios.

Es por esta razón que, el etiquetaje aplicable provisiona esto como sigue:

- Reglas generales en etiquetaje de comida
- Provisiones específicas para ciertos grupos de productos:
 - Etiquetaje de comida genéticamente modificada (GM) y comida novedosa
 - Etiquetaje de productos alimenticios para propósitos nutricionales particulares
 - Etiquetaje de materiales que tengan el fin de estar en contacto con la comida
 - Etiquetaje de productos alimenticios particulares

Además de estas reglas obligatorias, también existe información adicional que puede ser incluida por el procesador en una base voluntaria proveyendo que es lo más cercano y no despistar o engañar al consumidor. Por ejemplo, el etiquetaje de la información nutricional no es obligatorio a menos que exista un enunciado nutricional (Ej. "bajo en grasa", "alto en fibra") esté incluido en la etiqueta o en el material publicitario. En este caso, los enunciados nutricionales deben cumplir con un formato estandarizado, según lo acordado al Consejo Directivo 90/496/EEC (OJ L-276 06/10/1990). Similarmente, el Consejo de Regulación (EEC) 2092/91 (OJ L-208 24/07/1992) establece reglas gobernantes sobre el uso de una etiqueta orgánica.

Reglas Generales en el etiquetaje de alimentos

Las etiquetas de productos alimenticios de acuerdo a las reglas generales establecidas por el Consejo Directivo 2000/13/EC (**OJ L-109 06/05/2000**) deben contener las siguientes particularidades:

- El nombre bajo el cual es vendido el producto. Ninguna marca registrada o nombre de marca o un nombre atractivo puede ser substituido por un nombre genérico pero mejor puede ser usado de forma adicional. Particulares como condiciones físicas de los productos alimenticios o el tratamiento especial al

que ha sido sometido como (pulverización, deshidratado por congelación, profundamente congelado, concentrado, ahumado, irradiado o con radiación ionizante) debe ser incluido donde una omisión de este tipo pueda causar confusión al comprador.

- La lista de ingredientes, precedida por la palabra “Ingredientes”, debe mostrar todos los ingredientes (incluyendo aditivos) en orden descendiente por peso como este grabado al momento del uso en la manufactura y designados por sus nombres específicos. En el caso de aquellos productos que puedan contener ingredientes responsables de causar alergias o intolerancias, como las bebidas alcohólicas, debe ser dada una indicación clara en la etiqueta con la palabra “contiene” seguido por el nombre del ingrediente. De cualquier forma esta indicación no será necesariamente provisto con el nombre del ingrediente incluido en la lista de ingredientes.
- La cantidad neta en el pre – empaque de productos alimenticios en unidades métricas (litros, centilitros, mililitros para líquidos y en (kilogramos o gramos) para productos sólidos.
- La fecha de duración mínima consiste en día, mes y año en el orden y precedidas por las palabras “mejor antes de” o “mejor antes” o “use antes de” para bienes altamente perecibles.
- Cualquier otra condición especial para mantenerla en uso.
- El nombre o nombre del negocio, dirección del productor, empacador o importador establecido en la Unión Europea.
- Lugar de origen o proveniencia
- Instrucciones de uso, donde sea apropiado.
- Indicación del grado de alcohol adquirido para bebidas que contengan mas de 1.2% de volumen.
- Número de lote en productos alimenticios pre-empacados con la marca precedida de la letra “L”.

Estas particularidades deben aparecer en el empaque o en la etiqueta pegada a los productos alimenticios pre-empacados. En el caso de productos alimenticios pre-empacados con el fin de brindar servicios de catering (productos alimenticios vendidos al por mayor), los particulares del etiquetaje obligatorio deben aparecer en los documentos comerciales mientras el nombre bajo el cual se está vendiendo, la fecha de duración o fecha de usar antes de y el nombre del productor deben aparecer en el empaque externo.

El etiquetaje no debe confundir al comprador como a las características de los productos alimenticios o efectos, tampoco atribuir a los productos alimenticios de propiedades especiales para la prevención, tratamiento o cura de una enfermedad humana. La información prevista por las etiquetas debe ser de fácil entendimiento, fácilmente visible, claramente legible e indeleble y debería aparecer en el lenguaje o lenguajes oficiales del Estado Miembro en donde el producto está destinado a la venta. De cualquier forma, el uso de términos extranjeros o expresiones fácilmente entendibles por el comprador pueden ser permitidas.

Lista de la legislación aplicable

Provisiones específicas para ciertos grupos de productos

También existen suministros de etiquetaje que se aplican a grupos específicos de productos alimenticios en orden de dar a los consumidores información más detallada de los contenidos y la composición de estos productos:

Etiquetaje de productos alimenticios particulares

Las Provisiones en relación con el etiquetaje de ciertos productos están establecidas en una legislación específica de la Unión Europea. Usar hojas informativas sencillas las cuales sumarien la Legislación de la Unión Europea están disponibles en el sitio Web **ScadPlus** en (<http://europa.eu.int/scadplus/>), en por lo menos cuatro idiomas (usualmente inglés, francés, alemán y español):

- **Chocolate y productos de chocolate**
- **Miel**
- **Azúcares**
- **Jugos de frutas y ciertos productos similares**
- **Dulces de frutas, gelatinas, mermeladas y puré dulce de castañas**
- **Leche preservada parcialmente o completamente deshidratada**
- **Caseínas y caseinatos**
- **Aguas minerales naturales**
- **Cafeína y quinina**
- **Grasas esparcibles**
- **Res y productos de carne de res**
- **Bebidas alcohólicas**
- **Bebidas espirituosas**
- **Vinos aromatizados, bebidas basadas en vinos aromatizados y cócteles aromatizados con productos de vinos**
- **Comidas Novedosas y ingredientes de comidas novedosos**
- **Suplementos alimenticios**
- **Comidas y ingredientes de comidas tratados con radiación ionizante.**
- **Productos alimenticios sometidos a procesos de congelamiento rápido**

Productos de producción orgánica

La ubicación en el mercado de ganado de la Unión Europea (EU, cosechas no procesadas y productos animales así como otros productos agrícolas intencionados para el consumo humano o alimentación de animales en relación o referencia a los métodos de producción orgánica deben cumplir con las reglas que reposan en la Regulación del Consejo (EEC) No 2092/91 (OJ L-198 22/07/1991) la cual tiene el propósito de dar promoción de productos de calidad y la integración de la protección y conservación ambiental en la agricultura.

Nota: Un nuevo marco regulador en la Unión Europea para productos de producción orgánica fue adoptada por la Regulación (EC) nº 834/2007 (**OJ L-189 20/07/2007**). Este Nuevo esquema entrará en acción el **01/01/2009** evadiendo la Regulación 2092/91.

Estas reglas establecidas por la Regulación 2092/91 cubren principalmente los siguientes aspectos:

- Métodos de producción agropecuaria de cultivo y de ganado, incluyendo apicultura (establecido en el Anexo 1 de la Regulación 2092/91)
- Procesamiento de productos agrarios orgánicos en productos alimenticios (Anexo IV). Una lista de autorizaciones de ingredientes está disponible en el sitio Web oficial de la **Base de datos del Sistema de Información de Cultivos Orgánicos (OFIS)**
http://ec.europa.eu/agriculture/qual/organic/data/index_en.htm
- El Etiquetaje y el logotipo de orgánico de la Unión Europea **farming logo**. El logotipo y las indicaciones referentes a métodos de producción orgánica deben

ser usados solo para ciertos productos que conozcan todas las condiciones de la Regulación.

- Las medidas de inspección y esquemas específicos a ser aplicados para este tipo de productos por las autoridades designadas en los Estados Miembros.

Estos productos únicamente pueden ser importados en la Unión Europea si son originarias en un país del tercer mundo que haya sido autorizado si los productos han sido controlados por una autoridad de inspección reconocida, son acompañados por los certificados de inspección y han pasado por la verificación obligatoria de la remesa y el certificado por las autoridades relevantes de los estados Miembros:

Importaciones de un país del tercer mundo

Productos orgánicos de terceros países pueden únicamente ser puestos en el Mercado de la Unión Europea etiquetados como productos con indicaciones referentes a la producción orgánica, es estos han sido producidos de acuerdo a las reglas de la producción y sujetas a arreglos de inspección que estén en conformidad con o equivalentes a la Legislación de la Comunidad.

Importaciones dentro de la Unión Europea son permitidas de acuerdo a los siguientes esquemas establecidos por la Regulación del Consejo 1991/2006 (**OJ L-27 02/02/2007**) (enmienda Regulación 2092/91):

Autorización de País

En orden de establecer que los bienes han sido obtenidos de acuerdo a las reglas de producción equivalentes a aquellas que reposan en la Comunidad, la Comisión Europea hace a través de investigaciones en los arreglos en el país concerniente, examinando no solo los requerimientos impuestos en la producción sino también las medidas aplicadas para asegurar un control efectivo. Donde las reglas se encuentren que son equivalentes, el país del tercer mundo es incluido en la lista de países autorizados establecido por la Comisión de Regulación (EEC) No 94/92 (OL L-11 17/01/1992).

Control por reconocimiento de cuerpo o por una autoridad de inspección reconocida

La Comisión esta trabajando en la compilación de una lista de cuerpos de inspección y autoridades de inspección competentes para llevar a cabo inspecciones en países que no estén incluidos dentro de la lista de terceros países reconocidos. La función de estos cuerpos es garantizar que los productos hayan sido producidos en acuerdo a las reglas de producción que están en conformidad con estos o equivalentes a la Legislación de la Comunidad. Las importaciones de productos orgánicos pueden únicamente ser hechas si estas han sido controladas por estas autoridades reconocidas.

Autorizaciones a importadores en una base de caso por caso

Desde el primero de Enero de 2007 hasta 12 meses luego de la publicación de la primera lista de cuerpos de inspección y autoridades de inspección un sistema paralelo fue implementado, permitiendo a los Estados Miembros emitan autorizaciones de importaciones por consignaciones de terceros países no incluidos en las listas mencionadas anteriormente. Los importadores debían probar que los productos fueron obtenidos de acuerdo a las reglas de producción equivalentes a aquellas que reposan en la Legislación de la Comunidad y donde son eran sujetas de medidas de inspección. El Estado Miembro notifica a la Comisión Europea y los otros Estados Miembros de productos para los cuales se han emitido las autorizaciones.

Una lista de estas autorizaciones de importaciones puede ser encontrada en el sitio Web oficial de la **Base de datos del Sistema de Información Agraria Orgánica (OFIS)** http://ec.europa.eu/agriculture/qual/organic/data/index_en.htm

Certificado de Inspección

Las remesas importadas deben ser cubiertas por un certificado de inspección emitido por una autoridad competente o cuerpo en el país del tercer mundo, atestiguando que la consigna ha sido producida de acuerdo con la producción y las reglas de inspección reconocidas como equivalentes. El certificado que será detenido de acuerdo con el procedimiento y el **modelo** que reposa en la Comisión de (EC) No 1788/2001 (**OJ L-243 13/09/2001**) debe estar acompañando los bienes, en la copia original, a las premisas de la primera consignación; desde entonces el importador debe mantener el certificado a disponibilidad del cuerpo de inspección y/o la autoridad de inspección por no menos de dos años.

Verificación de la Consignación

La liberación para circulación dentro de la Unión Europea de una consignación de productos orgánicos está condicionada por la presentación del certificado original de inspección a una autoridad relevante de uno de los Estados Miembros, la verificación de la consignación por una autoridad relevante del Estado Miembro y el endoso del certificado de inspección.

Legislación

- Consejo de Regulación (EEC) No 2092/91 del 24 de Junio de 1991 en la producción orgánica de productos agrícolas e indicaciones refiriéndose a esto en productos agrícolas y productos alimenticios (OJ L-198 22/07/1991)
- Comisión de Regulación (EEC) No 207/93 del 29 de Enero de 1993 definiendo el contenido del Anexo VI a la Regulación (EEC) No 2092/91 en producción orgánica de productos agrícolas e indicaciones referentes a esto en productos agrícolas productos y productos alimenticios y que reposan reglas detalladas para implementar la provisión de artículos 5 (4) de (OJ L-25 02/02/1993)
- Comisión de Regulación (EC) No 223/2003 del 5 de Febrero de 2003 en requerimientos de etiquetaje relacionados al método de producción orgánica para productos para la alimentación, compuestos de provisiones y materiales de alimentación y enmiendas en el Consejo de Regulación (EEC) No 2092/91 (**OJ L-31 06/02/2003**)
- Comisión de Regulación (EEC) No 94/92 del 14 de Enero de 1992 que reposa en reglas detalladas para implementación de arreglos para importaciones de terceros países aprovisionados por Regulación (EEC) No 2092/91 en producción orgánica de productos agrícolas y las indicaciones referentes a esto en productos agrícolas y productos alimenticios (OJ L-11 17/01/1992)
- Comisión de Regulación (EC) No 1788/2001 del 7 de Septiembre de 2001 en donde reposan las reglas detalladas para implementaciones de provisiones concernientes al certificado de inspección para importaciones de terceros países bajo el Artículo 11 del Consejo de Regulación (EEC) No 2092/91 en producción orgánica de productos agrícolas e indicaciones referentes a esto en productos agrícolas y productos alimenticios (**OJ L-243 13/09/2001**)
- Lista de cuerpo o autoridades públicas encargadas de la inspección a condición del artículo 15 de la Regulación (EEC) No 2092/91 (**OJ C-35 17/02/2007**)

4. OPORTUNIDADES COMERCIALES

La industria licorera ecuatoriana tiene una capacidad instalada que actualmente no se encuentra en su máxima producción, apenas un tercio de la misma está produciendo. En este documento se ha detallado la situación actual del sector. Sin embargo su capacidad de adaptación, innovación y respuesta le permite ser considerado uno de los sectores con mayor potencial de crecimiento dentro de la oferta exportable del Ecuador.

El mercado base que se apertura para la exportación es el producido por el efecto de la migración de los compatriotas a los países de USA, España e Italia principalmente ha abierto un nuevo mercado para los productores y comercializadores de licores ecuatorianos. Estos segmentos nacionales en el exterior demandan básicamente licores tradicionales o regionales que permiten mantener el nexo con su tierra natal. Ha sido muy poca la penetración de las marcas ecuatorianas en la población de consumidores españoles, italianos o norteamericanos, es decir, la proyección de esos mercados con los productos licores tradicionales no es alentadora.

El potencial más elevado de los productos licores ecuatorianos se encuentra en las categorías como cremas, licores frutales y vinos espumosos. Existen mercados naturales muy atractivos como los vecinos Perú y Colombia, superiores en volumen donde empresas ecuatorianas individualmente ya compiten por la captación de estos mercados, estos mercados se suman los de Centro y Sud América que no se mencionan anteriormente.

Existe una particular predilección por los licores de alto grado alcohólico en los países asiáticos, especialmente se ha observado el caso de la República Popular de China, quienes cuentan con una tradición milenaria en licores de dos tipos, los fermentados de arroz que tradicionalmente no superan los 20° grados y se los encuentra prácticamente en cualquier provincia, pero existe los destilados de cereales, llamados blancos o transparentes que alcanzan un grado alcohólico de hasta 56°, de estos son considerados de alta calidad los provenientes de Sichuan y Guizhou (famoso MAOTAI).

En datos proporcionados por la Aduana de China, se observa que producto de la apertura comercial y la globalización, el consumidor chino ha experimentado cambios en la última década, la aceptación se observa en la población joven que ha incrementado el consumo de vino, su crecimiento se estima en una media del 20% anual y ha desplazado al consumo de licores tradicionales como el coñac de gran aceptación en segmentos de mayor poder adquisitivo.

Otros licores como whisky, vodka, gin, tequila y cerveza registran incrementos interesantes en el patrón de consumo del pueblo chino. Lo importante de este mercado es su volumen, se estima que la población urbana se establece en un 40% aproximadamente, es decir, una población superior a los 550 millones de habitantes, la misma se encuentra en constante crecimiento por la incorporación de su población rural, la cual cada vez mas tiene acceso a los bienes de consumo, entre ellos nuevas alternativas de licor.

Los consumos de licor varían por segmentos de población y región, el mercado al cual se decida explorar será limitado en relación al tamaño del mercado chino, sin embargo

cualquier acercamiento a este mercado resulta altamente atractivo por su inmenso volumen.

Realizar una introducción satisfactoria en el mercado chino, significará un gran esfuerzo de los productores industriales, comercializadores, agencia de promoción, embajada y oficina comercial del Ecuador en China. Es prioritario establecer un proceso asociativo de cara a la conformación de un consorcio de exportación que desarrolle una campaña de promoción en hoteles, bares y restaurantes seleccionados, así como degustaciones y presentaciones en supermercados y tiendas de expendio de licores.

FERIAS Y EVENTOS EN EL MERCADO MUNDIAL

A continuación se listan algunas de las más destacadas ferias enfocadas al sector de alimentos y bebidas en el ámbito mundial.

Mayor información en la página web de cada una de estas ferias.



WORLD FOOD MOSCOW 2008

17ª Edición Anual - Feria Internacional de Alimentos y Bebidas

Próxima edición

Desde:	23 de Septiembre de 2008
Hasta:	26 de Septiembre de 2008
Predio:	Zao Expocentre
En:	Moscú-Rusia (Federación Rusa)
Edición:	17ª
Tipo de evento:	Profesional
Frecuencia:	Anual
Primera edición:	1992
Superficie de la feria:	23.384 m2 (neto)
Total de expositores:	1.273
Países representados:	56
Siguiente edición	
Edición 2009:	22 al 25 de Septiembre



ABASTUR REST HOTEL 2008

23a. Edición - Alimentos, Bebidas y Suministros para Hoteles, Restaurantes y Catering de México y el Caribe

Próxima edición

Desde:	10 de Septiembre de 2008
Hasta:	12 de Septiembre de 2008
Predio:	Centro Banamex
En:	México DF - México
Edición:	23 ^a
Tipo de evento:	Profesional
Frecuencia:	Anual
Primera edición:	1985
Superficie de la feria:	21,087 m2 netos
Total de expositores:	370 representando 809 empresas
Países representados:	8
Pabellones nacionales:	8
Visitantes:	23.000
Siguiente edición	
Edición 2009:	Octubre, fecha a designar.



FHC CHINA 2008 - Food & Hotel China

12^a edición anual -Feria Internacional profesional de Alimentos, Bebidas, Retail, Equipamiento, Insumos y Servicios para la Industria de la Hospitalidad

Próxima edición

Desde:	04 de Diciembre de 2008
Hasta:	06 de Diciembre de 2008
Predio:	Shanghai New International Expo Centre (SNIEC)
En:	Shanghai - China
Edición:	12 ^a
Tipo de evento:	Feria Profesional Internacional
Frecuencia:	Anual
Superficie de la feria:	30.000 m2 netos
Total de expositores:	800
Países representados:	40
Pabellones nacionales:	22
Visitantes:	17.043 exclusivamente profesionales
Siguiente edición	
13^a. Edición 2009:	Fecha a designar.



SWSEXPO 2008 - SEOUL INTERNATIONAL WINES & SPIRITS EXPO 2008
 Una de las más populares y efectivas ferias de bebidas alcohólicas de Asia

Próxima edición

Desde:	08 de Mayo de 2008
Hasta:	10 de Mayo de 2008
Predio:	Seul Convention and Exhibition Center (COEX)
En:	Seúl - Corea del Sur
Edición:	6ª
Tipo de evento:	Feria Profesional Internacional
Frecuencia:	Anual
Primera Edición:	2001
Superficie de la feria:	5.184 m2 netos
Total de expositores:	139 compañías en 284 stands
Países representados:	14
Pabellones nacionales:	13
Visitantes:	22.000 (2.100 compradores)
Siguiente edición	
Edición 2009:	Fecha a designar.

THE LONDON INTERNATIONAL
WINE FAIR
 20 - 22 MAY
 AT EXCEL



LONDON INTERNATIONAL WINE FAIR 2009

La feria anual profesional de Bebidas Alcohólicas más importante del mundo, conjuntamente se realiza DISTIL, el negocio de los espirituosos

Próxima edición

Desde:	12 de Mayo de 2009
Hasta:	14 de Mayo de 2009
Predio:	ExCeL International Exhibition Centre
En:	Londres - Reino Unido
Edición:	29ª
Tipo de evento:	Feria Profesional Internacional
Frecuencia:	Anual
Primera Edición:	1979
Superficie de la feria:	31.500 m2 sup. bruta: 14.750 m2 netos de expositores
Total de expositores:	1.348
Visitantes:	14.903 netos
Siguiente edición	
Edición 2009:	Mayo, fecha a confirmar.



ALIMENTARIA BARCELONA 2010

17ª edición bienal - Feria Internacional de todos los rubros de Alimentación y Bebidas

Próxima edición

Desde:	22 de Marzo de 2010
Hasta:	26 de Marzo de 2010
Predio:	Fira de Barcelona
En:	Barcelona - España
Edición:	17ª
Tipo de evento:	Feria Internacional
Frecuencia:	Bienal
Primera Edición:	1978
Superficie de la feria:	131.000 m2 de exposición
Expositor internacional:	5.000
Países representados:	70
Visitantes:	Total 157.632; internacionales 33.140
Siguiente edición	
Edición 2011:	Fecha a designar.

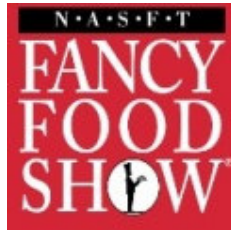


HOFEX 2009 incluyendo WINE & SPIRITS HOFEX

La Feria Internacional más importante de Asia: Alimentos y Bebidas, Equipamiento, Insumos y Servicios para Hoteles, Restaurantes y Foodservice

Próxima edición

Desde:	06 de Mayo de 2009
Hasta:	09 de Mayo de 2009
Predio:	Hong Kong Convention and Exhibition Centre (HKCEC)
En:	Hong Kong - China
Edición:	13ª
Tipo de evento:	Alimentos, Bebidas, Suministros para sector HoReCa
Frecuencia:	Bianual
Primera Edición:	Año 1985
Event Manager:	Irene Salazar
Superficie de la feria:	31.500 m2 sup. bruta: 14.750 m2 netos de expositores
Total de expositores:	1.348
Visitantes:	14.903 netos
Siguiente edición	
Edición 2009:	Mayo, fecha a confirmar.



54th Summer Fancy Food Show ®
<http://www.specialtyfood.com/do/Home>

Próxima edición

Desde: 29 de Junio de 2008
Hasta: 01 de Julio de 2008
Predio: Jacob K. Javits Center
En: New York, USA
Edición: 54^a
Tipo de evento: Alimentos, Bebidas, Suministros para sector HoReCa
Frecuencia: Anual
Siguiente edición
Edición 2009: Junio, fecha a confirmar.



<http://www.sial.fr/>