



Facultad de Ciencias Jurídicas

Escuela de Estudios Internacionales

Elaboración del Perfil para la Exportación de Licores para el Centro de Información e Inteligencia Comercial “CICO” de la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones “CORPEI”.

Trabajo de graduación previo a la obtención del título de
LICENCIADO EN ESTUDIOS INTERNACIONALES Y COMERCIO EXTERIOR

Autor: Santiago Escandón

Director: Ing. Antonio Torres

Cuenca, Ecuador

2009

DEDICATORIA

Deseo dedicar mi trabajo de grado a mis padres y hermano, quienes fueron las personas que hicieron posible que culminara mis estudios y me demostraron todo su apoyo antes, durante y hasta la culminación de mi carrera.

AGADECIMIENTOS

En primer lugar quisiera agradecer a mis padres y hermano, por su apoyo y dedicación durante el transcurso de mis estudios. En segundo lugar mis agradecimientos a mis grandes amigos quienes, al igual que mi familia, se encontraban dispuestos a colaborar y apoyarme en los momentos que necesitaba, y en tercer lugar quisiera agradecer a la institución que hizo posible que sean realizados los perfiles de producto y mercado como tesis de grado para la Escuela de Estudios Internacionales, CORPEI, así también como al Director de la Escuela de Estudios Internacionales Eco. Luis Tonón y mi tutor de tesis el Ing. Antonio Torres.

ÍNDICE DE CONTENIDOS:

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de Contenidos.....	iv
Índice de Anexos	vi
Resumen.....	vii
1 INTRODUCCIÓN DEL PRODUCTO	2
1.1 Descripción general del producto/sector.....	2
1.2 Código arancelario del producto.....	2
2 EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES.....	3
2.1 Exportaciones Totales.....	3
2.2 Exportaciones por grupos de Productos.....	4
2.3 Exportaciones por Productos.....	6
3 PRINCIPALES MERCADOS.....	7
3.1 Destinos de las Exportaciones Ecuatorianas.....	7
3.2 Importaciones Mundiales.....	9
3.3 Principales Países Importadores.....	10
4 PRINCIPALES COMPETIDORES.....	16
4.1 Producción de Comercialización Mundial.....	16
4.2 Exportaciones Mundiales.....	17
5 TENDENCIAS DEL MERCADO.....	24
5.1 Comportamiento y tendencias de consumo y mercado.....	24
5.2 Comportamiento y tendencias de la distribución y comercialización.....	26

6	ACCESO A MERCADOS.....	33
6.1	Barreras Arancelarias.....	33
6.2	Barreras no arancelarias y requisitos de ingreso	34
7	OPORTUNIDADES COMERCIALES.....	44
8	CONCLUSIONES.....	46
9	CONTACTOS Y LINKS DE INTERES.....	47

ÍNDICE DE ANEXOS

- Anexo 1: La normativa sobre etiquetado del TTB
- Anexo 2: Regulaciones Sectoriales
- Anexo 3: Las reglas generales aplicables a productos alimenticios no de origen animal
- Anexo 4: Provisiones en relación con el etiquetaje de ciertos productos

RESUMEN

Tomando en cuenta la globalización y la dependencia que tenemos actualmente de entablar relaciones comerciales con otros países, se debe buscar nuevas opciones para el intercambio comercial. Es así que una nueva y diferente opción sería la exportación de Licores ecuatorianos. Para realizar dichas exportaciones es necesario tomar en cuenta información previa que nos permita analizar el producto y en qué mercado tendría cabida. Es necesario mencionar que para la elaboración de este análisis se toma en cuenta el formato y los lineamientos que CORPEI tiene como contenido. Por esta razón a continuación se presenta un perfil de producto orientado a las mercancías que se consideran tienen potencial. A pesar de que ya se ha exportado alguna clase de licor hacia algún mercado en específico, es importante contar con un análisis de nuevos mercado para el producto en cuestión. El perfil nos dará una idea más clara de datos estadísticos así también como de barreras no arancelarias a distintos mercados de interés.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo es un documento en el cual se explica parte del comportamiento de las exportaciones ecuatorianas así como las importaciones mundiales de licor, utilizando datos estadísticos principalmente. El análisis de las cifras servirá para que la persona o empresa interesada en expandir o crear un negocio que tenga que ver con este sector, pueda crear su propio criterio sobre la factibilidad de implementar dicho negocio. El documento también cuenta con información que es de mucha relevancia con respecto al ingreso al mercado extranjero, en principio se analizan los mercados de Estados Unidos y la Unión Europea, esto ayuda a que el exportador o potencial exportador cuente con la suficiente información y conocimiento para analizar si es posible ingresar a los mercados dichos anteriormente cumpliendo con todas las exigencias de tipo arancelarias y no arancelarias.

1. INTRODUCCION DEL PRODUCTO

1.1 Descripción del Sector

En el Ecuador se produce licor de calidad que puede ser internacionalizado, 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 cinco productos de manera específica, como son Vino Espumoso, Ron, Cremas y Aguardiente, teniendo en cuenta el estudio anterior que fue realizado hasta el año 2008 con datos de algunas fuentes hasta el 2007.

1.2 Código del Producto

Estas partidas arancelarias son las que están consideradas para el perfil, tomando en cuenta que la partida arancelaria 2208 contiene más descripciones de productos, pero solo se tomaron en cuenta las que se detallan a continuación debido a que se había encontrado estos productos como potenciales por parte de CORPEI (Perfil de licores 2008) y ya se habían tenido estas partidas como referencia del estudio anterior:

TABLA N° 1

	LICORES 2204
Partida	Descripción
General:	
2204	Vino de uvas frescas, incluso encabezado; mosto de uva, excepto el de la partida n° 20.09
Detalle:	
220410	Vino espumoso

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

Fuente: Arancel de Importaciones del Ecuador, Pudeleco Editores S.A.

Elaborado por el autor

2. EVOLUCION DE LAS EXPORTACIONES ECUATORIANAS

A continuación se analizará la evolución de las Exportaciones Ecuatorianas de las partidas que se encuentran en la Tabla 1.

2.1 Evolución de las Exportaciones (Vino Espumoso)

Para un mayor entendimiento, se han separado los productos por partida arancelaria, una de ellas corresponde a la partida arancelaria (para efectos de abreviatura PA). 220410 cuya descripción es Vino Espumoso. Estas partidas se encuentran detalladas en el cuadro anterior. Los datos a presentar se detallan hasta el año 2008 debido a que no se presentan datos a 2009 como año cerrado y todavía no han sido recopilados. Así mismo los datos se presentan por toneladas debido a que las exportaciones hacen referencia al peso de la mercadería.

Como se muestra en la tabla siguiente obtenida de la página web Ecuador Exporta, desde el año 2004 hasta el año 2008 se ha visto un crecimiento promedio del 102% en Toneladas y un 66% en valor FOB siendo el año 2006 el que registro 70.000 USD, es decir el año con mayor exportación. Se demuestra que tanto el valor FOB como las toneladas exportadas de licor han crecido de forma relativa hasta el año 2006 y muestran un decremento en el año 2007 pero un aumento de exportaciones en el 2008. La variación entre el valor y el peso se puede deber a factores externos como precios internacionales o nacionales, o también al valor agregado del producto (marca, embases, diseño, etc.)

TABLA N° 2

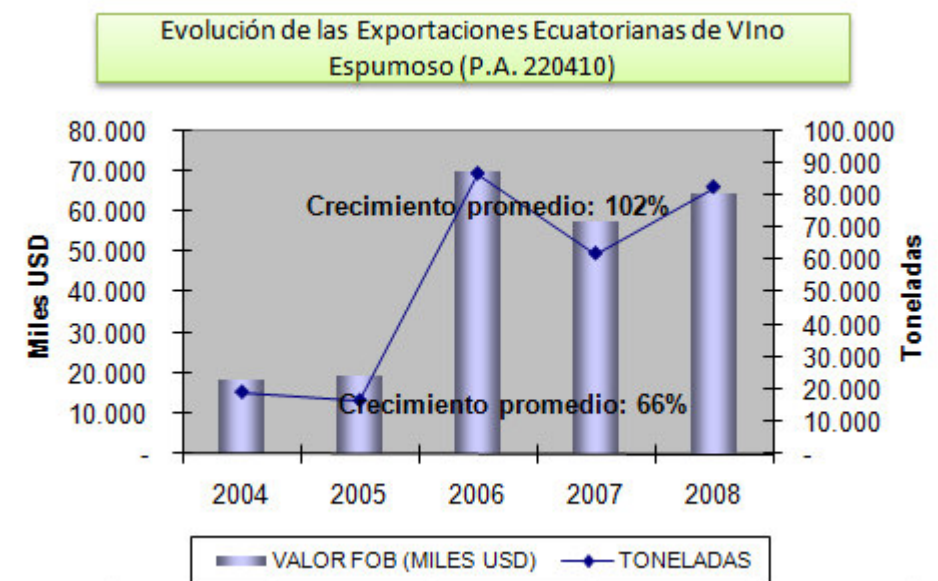
ECUADOR				
EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE VINO ESPUMOSO (P.A. 220410)				
PERIODO	VALOR FOB	TONELADAS	VARIACION FOB	VARIACION TONELADAS
2004	18.580	19.370		
2005	19.220	16.760	3%	-13%
2006	70.010	86.910	264%	419%
2007	57.670	62.230	-18%	-28%
2008	64.840	82.730	12%	33%

Fuente: CORPEI - Ecuador Exporta

Elaborado por el autor

En el gráfico se muestra claramente el crecimiento en toneladas y en valor FOB

GRAFICO N° 1



Fuente: CORPEI – Ecuador Exporta

Elaborado por el autor

2.2 Evolución de las Exportaciones (Alcohol Etílico)

En el caso de la Partida Arancelaria 2208 que corresponde a la descripción de Alcohol Etílico y las que se derivan de estas, se registra un crecimiento promedio en toneladas del 3% y un crecimiento en valor FOB del 33%.

Cabe recalcar que para el análisis de este gráfico se tomaron en cuenta las partidas arancelarias 220840, 22087020, 22087090 y 22089090, que son las especificadas en la tabla número 1 donde se encuentra cada partida con su descripción.

TABLA N° 3

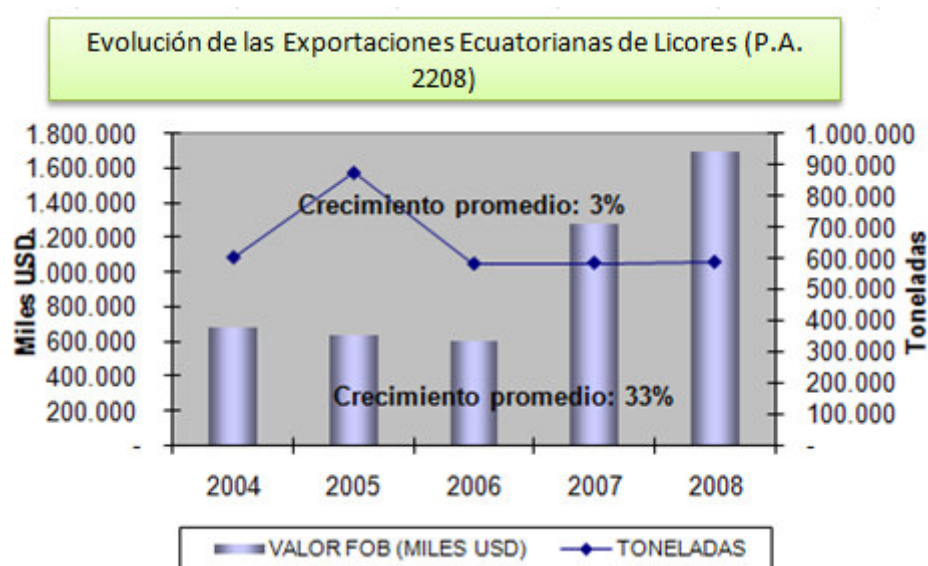
ECUADOR				
EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE LICORES (P.A. 2208)				
PERIODO	VALOR FOB	TONELADAS	VARIACION FOB	VARIACION TONELADAS
2004	677.670	600.960		
2005	632.490	873.720	-7%	45%
2006	606.250	580.390	-4%	-34%
2007	1.276.840	583.000	111%	0%
2008	1.691.410	585.740	32%	0%

Fuente: CORPEI – Ecuador Exporta

Elaborado por el autor

El grafico demuestra de manera más clara la evolución de las Exportaciones con respecto al los productos seleccionados

GRAFICO N° 2



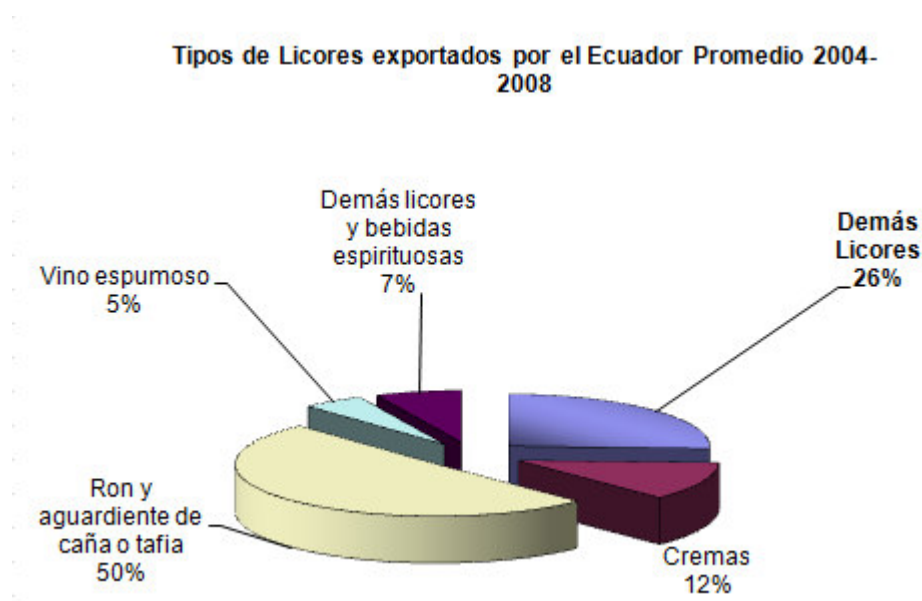
Fuente: CORPEI

Elaborado por el autor

2.3 Exportaciones por producto

De las partidas analizadas, los principales productos de exportación son: Ron y aguardiente de Caña o Tafia con un 50% de las exportaciones totales desde 2004 hasta 2008; seguido por los Demás Licores, es decir cualquier otra clase de licor que no entre en las descripciones anteriores pero relacionado a las partidas arancelarias analizadas, con un 26% y Cremas con un 12%. El análisis se basa en los últimos 5 años para los que existen datos de años cerrados.

GRAFICO Nº 3



Fuente: CORPEI - Ecuador Exporta

Elaborado por el autor

3. PRINCIPALES MERCADOS

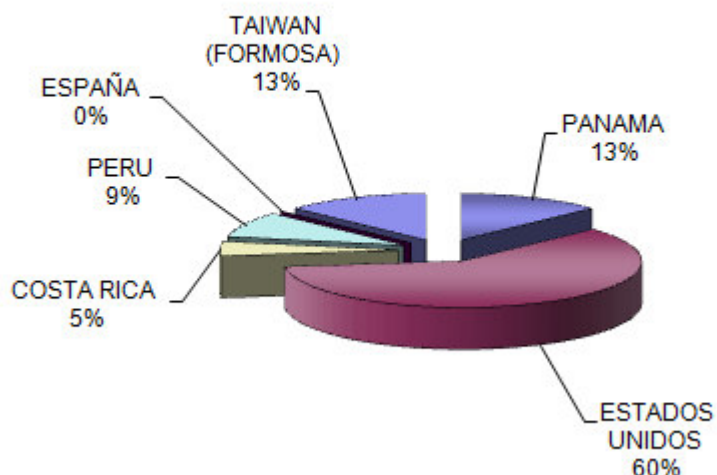
A continuación se analizará mediante datos estadísticos los principales mercados de exportación, así también como sus principales productos.

3.1 Destinos de las exportaciones ecuatorianas

De los productos seleccionados en el caso específico de vino espumoso, los principales destinos de las exportaciones ecuatorianas son: Estados Unidos que abarca un 60% del total de las exportaciones de este producto, Panama y Taiwan comparten un 13% de las exportaciones ecuatorianas, seguidos de Peru y Costa Rica

GRAFICO N° 4

**Destinos de las exportaciones de Vino Espumoso
2004-2008**



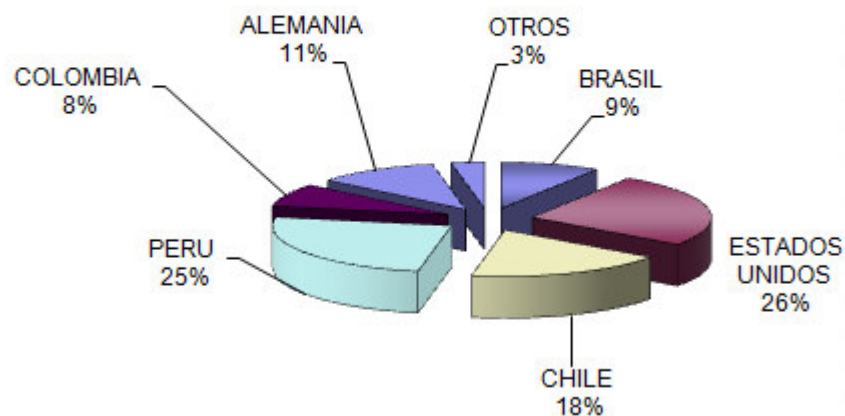
Fuente: CORPEI- Ecuador Exporta

Elaborado por el autor

Por otro lado, para las partidas seleccionadas dentro de la partida arancelaria 2208, los destinos de las exportaciones ecuatorianas son: Estados Unidos con un 26%, Perú con un 25%, seguido de Chile con un 18%, Alemania con un 11%, Brasil con un 9% y Colombia con un 8%. Se puede observar que para esta partida existe más diversificación de mercados.

GRAFICO Nº 5

Destinos de las exportaciones de Alcohol Etilico 2004-2008



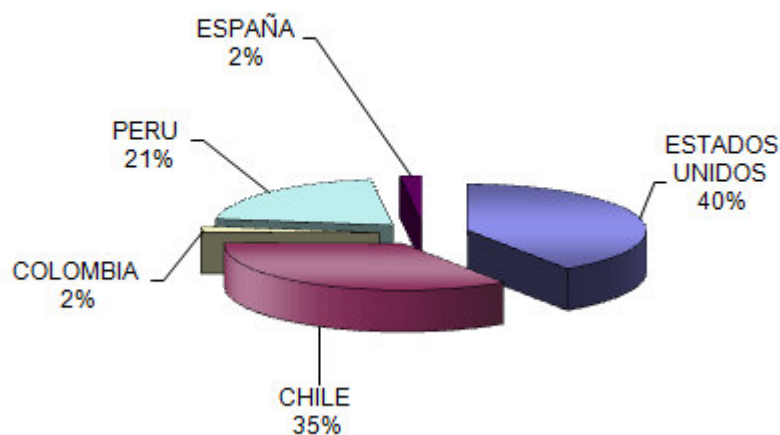
Fuente: CORPEI- Ecuador Exporta

Elaborado por el autor

De la partida arancelaria 2208 el Ron (220840) representa el 50% de las exportaciones dentro de esa partida. Los principales destinos a los cuales se exporta este producto son los siguientes, tomando en cuenta los años entre 2004 y 2008.

GRAFICO Nº 6

Destino de las Exportaciones de Ron 2004-2008



Fuente: Trademap

Elaborado por el autor

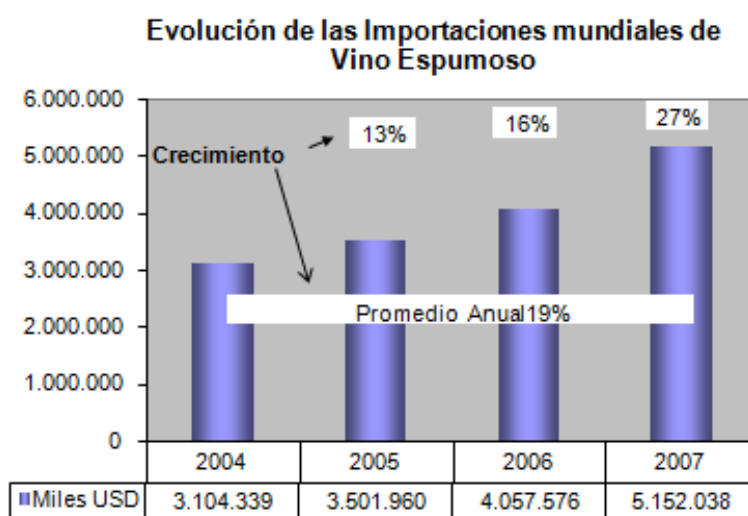
3.2 Importaciones Mundiales

Las importaciones mundiales de los productos Vino Espumoso y Alcohol Etílico se detallan a continuación:

Evolución de las Importaciones Mundiales de Vino Espumoso

En el caso de las importaciones, se ve un crecimiento promedio anual del 19% en donde se muestran valores desde USD3.104,34 millones de dólares en el año 2004 hasta USD 5.152,04 millones de dólares en el año 2007, se debe tomar en cuenta que se tomaron datos hasta el 2007 debido a que la información del Trademap (fuente de información a nivel mundial desarrollada por el Centro de Comercio Internacional) se encuentra totalizada para este año y no se encuentra totalizado para 2008.

GRAFICO N° 7



Fuente: Trademap

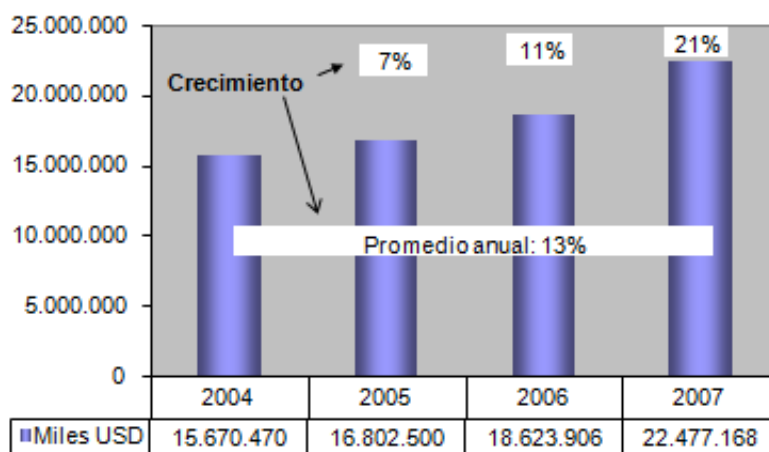
Elaborado por el autor

Evolución de las Importaciones Mundiales de Alcohol Etílico

En lo que concierne a las importaciones Mundiales, se ve una evolución de las importaciones del 13% promedio en el mismo período

GRAFICO Nº 8

Evolución de las importaciones mundiales de Alcohol Etilico



Fuente: Trademap

Elaborado por el autor

3.3 Principales Países Importadores

Principales Países Importadores de Vino Espumoso

Para la misma partida arancelaria se puede apreciar que los principales destinos de las exportaciones mundiales son: Reino Unido, Estados Unidos, Alemania, Bélgica, Japón e Italia, estos países pueden ser considerados como potenciales debido a su monto de importación, a pesar de que Estados Unidos ya sea el principal destino de exportación en cuanto a las exportaciones de Ecuador se refiere, se podría diversificar los mercados de exportación a los mencionados con anterioridad. Los destinos de las exportaciones ecuatorianas de vino espumoso son: Estados Unidos, Taiwán, Panamá y Perú. Los datos de indicadores corresponden al año 2007 debido a que se presentan los resultados totalizados para este año y para el siguiente existen todavía datos incompletos.

TABLA Nº 4

PRINCIPALES PAISES IMPORTADORES										
Producto: 220410 Vino Espumoso										
Rank	Importadores	Valor importada en 2007, en miles de USD	Saldo comercial 2007 en miles de USD	Cantidad importada en 2007	Unidad de cantidad	Valor unitario (USD/unidad)	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2003-2007, %	Tasa de crecimiento anual en cantidad entre 2003-2007, %	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2006-2007, %	Participación en las importaciones mundiales, %
	'Mundo	5.151.911	224.584	0	No medida		17	5	26	100
1	'Reino Unido	883.813	-854.163	82.797	Toneladas	10.674	12	4	22	17,16
2	'Estados Unidos de América	748.995	-728.555	52.801	Toneladas	14.185	10	7	7	14,54
3	'Alemania	503.652	-401.299	76.716	Toneladas	6.565	12	2	-1	9,78
4	'Bélgica	476.419	-275.319	12.107	Toneladas	39.351	29	32	95	9,25
5	'Japón	364.418	-364.329	20.713	Toneladas	17.594	19	10	8	7,07
6	'Italia	299.557	248.810	10.614	Toneladas	28.223	18	4	37	5,81
7	'Singapur	227.369	22.511	6.972	Toneladas	32.612	30	-36	21	4,41
8	'España	191.315	306.053	1.208	Toneladas	158.373	43	86	134	3,71
9	'Suiza	171.818	-162.674	14.588	Toneladas	11.778	9	4	19	3,34
10	'Países Bajos (Holanda)	128.670	-93.173	12.694	Toneladas	10.136	23	12	35	2,5
11	'Australia	114.531	-41.116	9.069	Metros cúbicos	12.629	27		35	2,22
12	'Federación de Rusia	113.249	-112.002	31.340	Toneladas	3.614	32	9	91	2,2
13	'Canadá	85.616	-85.255	7.807	Toneladas	10.967	19	10	22	1,66
14	'Austria	65.288	-59.049	15.904	Toneladas	4.105	26	29	19	1,27
15	'Suecia	62.678	-61.208	4.747	Toneladas	13.204	25	8	40	1,22
16	'Francia	53.317	3.382.153	8.294	Toneladas	6.428	7	5	30	1,03
17	'Dinamarca	47.750	-42.415	123	Toneladas	388.211	23	-8	46	0,93
18	'Irlanda	36.388	-32.683	3.353	Toneladas	10.852	16		46	0,71
19	'Luxemburgo	31.204	-15.508	2.431	Toneladas	12.836	11	0	23	0,61
20	'Finlandia	30.643	-29.643	5.167	Toneladas	5.931	21	16	37	0,59

Fuente: Trademap

Elaborado por el autor

Principales Países Importadores de Alcohol Etílico

Los principales países importadores para la partida arancelaria 2208 son Estados Unidos, España, Alemania, Francia y la Federación Rusa, estos mercados pueden ser de interés para el Ecuador, por otro lado los principales destinos de las exportaciones ecuatorianas con respecto a este producto son Estados Unidos, Perú, Alemania, Chile y Colombia. Los datos de indicadores corresponden al año 2007 debido a que se presentan los resultados totalizados para este año y para el siguiente existen todavía datos incompletos. Se ha tomado en cuenta la Partida Arancelaria 2208 debido a que abarca al ron y a otro tipo de bebidas diferentes del vino y que tienen que ver con "los demás licores". Es así que el análisis se basará tomando en cuenta esta Partida que agrupa a este tipo de licores.

TABLA Nº 5

PRINCIPALES PAÍSES IMPORTADORES										
Producto: 2208 Alcohol Etilico										
Rank	Importadores	Valor importado en 2007, en miles de USD	Saldo comercial 2007 en miles de USD	Cantidad importado en 2007	Unidad de cantidad	Valor unitario (USD/unidad)	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2003-2007, %	Tasa de crecimiento anual en cantidad entre 2003-2007, %	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2006-2007, %	Participación en las importaciones mundiales, %
	'Mundo	22.477.030	-613.918	0	No medida		12	0	18	100
1	'Estados Unidos de	5.677.224	-4.530.177	542.828	Toneladas	10.459	10	5	13	25,26
2	'España	1.481.842	-979.098	80.709	Toneladas	18.360	4	-34	6	6,59
3	'Alemania	1.397.205	-289.680	253.422	Toneladas	5.513	12	4	17	6,22
4	'Francia	1.021.856	2.704.702	112.415	Toneladas	9.090	9	-18	18	4,55
5	'Federación de Rusia	1.017.230	-881.959	268.980	Toneladas	3.782	28	24	58	4,53
6	'Reino Unido	780.916	5.788.463	127.463	Toneladas	6.127	5	-4	-4	3,47
7	'Singapur	763.054	93.697	53.333	Toneladas	14.307	31	-9	29	3,39
8	'Canadá	612.884	-233.474	46.288	Toneladas	13.241	15	7	14	2,73
9	'Japón	603.249	-558.395	149.477	Toneladas	4.036	-4	-2	-2	2,68
10	'Bélgica	546.660	-197.010	21.569	Toneladas	25.345	24	-23	133	2,43
11	'China	524.990	-352.786	51.180	Toneladas	10.258	54	31	38	2,34
12	'Italia	425.451	236.906	35.908	Toneladas	11.848	4	-21	13	1,89
13	'Países Bajos (Holanda)	410.240	136.286	49.091	Toneladas	8.357	13	18	27	1,83
14	'Australia	375.800	-312.867	33.023	Metros cúbicos	11.380	12		7	1,67
15	'Grecia	364.346	-288.440	52.744	Toneladas	6.908	10	-3	7	1,62
16	'República de Corea	306.626	-181.024	37.015	Toneladas	8.284	2	1	20	1,36
17	'Hong Kong (RAEC)	302.711	57.056	22.390	Toneladas	13.520	14	5	13	1,35
18	'Viet Nam	297.654	-291.938	10.898	Toneladas	27.313	52	7	44	1,32
19	'Taipei Chino	261.730	-254.041	20.839	Toneladas	12.560	8	0	-1	1,16
20	'Sudafrica	258.712	-198.820	35.820	Toneladas	7.223	27	16	17	1,15

Fuente: Trademap

Elaborado por el autor

Países importadores

En el caso de importaciones mundiales ordenadas por el año 2007 tenemos al Reino Unido como principal comprador del mundo con respecto a la partida arancelaria 220410 Vino Espumoso, seguido de Estados Unidos, Alemania en tercer lugar, Bélgica y Japón. Al igual que en la tabla número cuatro, se muestran los datos ordenados por el mismo año 2007 pero en la tabla número seis de muestra una tendencia en valores importados desde el 2004 hasta el 2008, en el caso que existan valores para 2008

TABLA Nº 6

Importadores P.A. 220410						
Período 2004-2008 (miles de dólares)						
Rank	Importadores	valor importado en 2004	valor importado en 2005	valor importado en 2006	valor importado en 2007	valor importado en 2008
	Mundo	3.104.339	3.501.960	4.057.576	5.152.038	
1	Reino Unido	659.055	677.892	722.610	883.813	853.674
2	Estados Unidos de América	577.980	631.652	699.508	748.995	667.168
3	Alemania	364.751	406.051	508.879	503.652	567.152
4	Bélgica	183.485	213.549	244.669	476.419	626.401
5	Japón	244.031	240.246	336.298	364.418	
6	Italia	163.920	184.510	217.950	299.557	285.654
7	Singapur	120.879	200.201	187.367	227.369	220.062
8	España	46.567	65.871	81.764	191.315	
9	Suiza	132.138	133.921	144.142	171.818	186.953
10	Países Bajos (Holanda)	58.621	64.538	95.650	128.670	

Fuente: Trademap

Elaborado por el autor

Para la partida arancelaria 220840 correspondiente a Ron y aguardiente de caña o tafia, los principales compradores o importadores mundiales son: España, Alemania, Italia, Canadá y Estados Unidos

TABLA Nº 7

Importadores P.A. 220840						
Período 2004-2008 (miles de dólares)						
Rank	Importadores	valor importado en 2004	valor importado en 2005	valor importado en 2006	valor importado en 2007	valor importado en 2008
	Mundo	993.095	1.036.142	1.068.423	1.204.332	
1	España	300.550	256.502	284.999	283.133	
2	Alemania	129.439	152.218	157.221	234.989	291.430
3	Italia	60.547	65.603	56.476	77.886	84.931
4	Canadá	41.171	52.589	56.235	67.176	61.081
5	Estados Unidos de América	45.237	52.343	51.001	62.546	76.597
6	Países Bajos (Holanda)	35.722	36.621	42.626	47.878	
7	Reino Unido	128.302	145.758	129.924	47.581	38.728
8	Chile	6.172	9.276	13.639	25.363	
9	Federación de Rusia	7.346	6.933	11.958	25.185	28.968
10	Francia	15.868	20.850	17.645	23.364	27.448

Fuente: Trademap

Elaborado por el autor

Para Cremas y demás licores (P.A. 220870) los principales mercados importadores son Estados Unidos, Alemania, Reino Unido y Canadá, seguido de España y Japón.

TABLA Nº 8

Importadores P.A. 220870						
Período 2004-2008 (miles de dólares)						
Rank	Importadores	valor importado en 2004	valor importado en 2005	valor importado en 2006	valor importado en 2007	valor importado en 2008
	Mundo	2.264.156	2.437.968	2.675.304	3.095.217	
1	Estados Unidos de América	729.274	777.193	883.890	980.908	956.977
2	Alemania	200.429	250.966	282.593	314.836	314.485
3	Reino Unido	210.450	225.526	213.936	245.442	158.154
4	Canadá	111.094	117.184	144.281	164.082	166.233
5	España	125.786	128.460	129.663	145.756	
6	Japón	113.372	109.836	103.848	103.723	
7	Países Bajos (Holanda)	62.696	66.838	72.570	89.305	
8	Italia	55.570	60.386	77.628	85.983	88.256
9	Francia	68.999	73.087	65.454	78.503	87.139
10	Australia	65.949	61.624	73.704	73.543	87.052

Fuente: Trademap

Elaborado por el autor

Y por último, para la partida arancelaria 220890, que engloba los demás licores, los principales compradores son Estados Unidos, España Alemania y la Federación Rusa

TABLA Nº 9

Importadores P.A. 220890						
Período 2004-2008 (miles de dólares)						
Rank	Importadores	valor importado en 2004	valor importado en 2005	valor importado en 2006	valor importado en 2007	valor importado en 2008
	'Mundo	1.946.944	2.001.350	2.073.454	2.588.019	
1	'Estados Unidos de América	520.339	580.365	683.063	776.925	739.593
2	'España	82.612	35.681	40.843	184.172	
3	'Alemania	141.101	167.052	177.945	177.065	185.259
4	'Federación de Rusia	99.650	128.672	104.559	147.756	149.281
5	'Japón	165.128	149.411	142.553	139.391	
6	'Viet Nam	3.042	2.536	1.542	97.952	
7	'Canadá	47.631	56.826	60.253	78.615	90.376
8	'Países Bajos (Holanda)	41.808	42.715	45.684	63.393	
9	'Hong Kong (RAEC)	59.539	60.789	58.350	62.149	65.078
10	'Francia	82.691	77.400	49.341	59.657	57.204

Fuente: Trademap

Elaborado por el autor

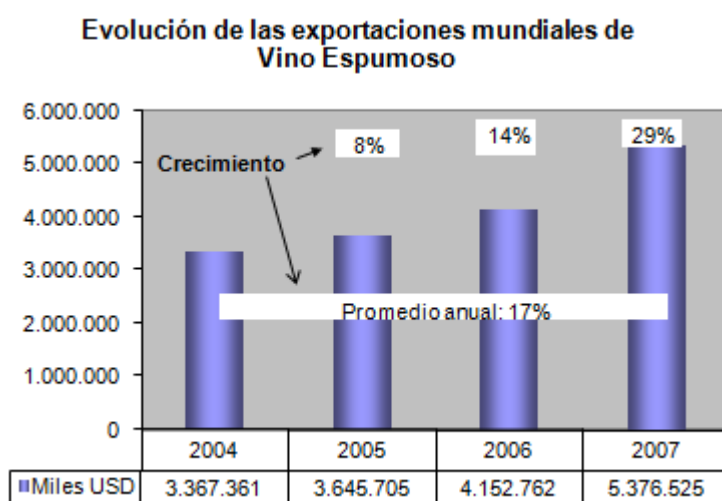
4. PRINCIPALES COMPETIDORES

4.1 Producción de Comercialización Mundial

4.1.1 Evolución de las Exportaciones Mundiales de Vino Espumoso

Desde la perspectiva mundial, las exportaciones mundiales de Vino Espumoso han tenido un crecimiento promedio anual del 17% que va desde USD 3.367,36 millones de Dólares en el 2004 hasta USD 5.376,56 millones de dólares en el 2007. Para más o menos tener una relación con respecto al Ron, se presenta el siguiente cuadro con información de las importaciones mundiales de este producto así como su tasa de crecimiento del 2004 al 2008 y la tasa de crecimiento del 2007 al 2008. Esto simplemente para tener una comparación de los dos productos que Ecuador es productor y hacer un análisis a seis dígitos de los productos mencionados.

GRAFICO N° 9



Fuente: Trademap

Elaborado por el autor

TABLA N° 10

Indicadores Comerciales PA. 220840				
Importadores	Valor importada en 2008, en miles de USD	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2004-2008, %	Tasa de crecimiento anual en cantidad entre 2004-2008, %	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2007-2008, %
Mundo	\$ 5.523.444	16	3	8

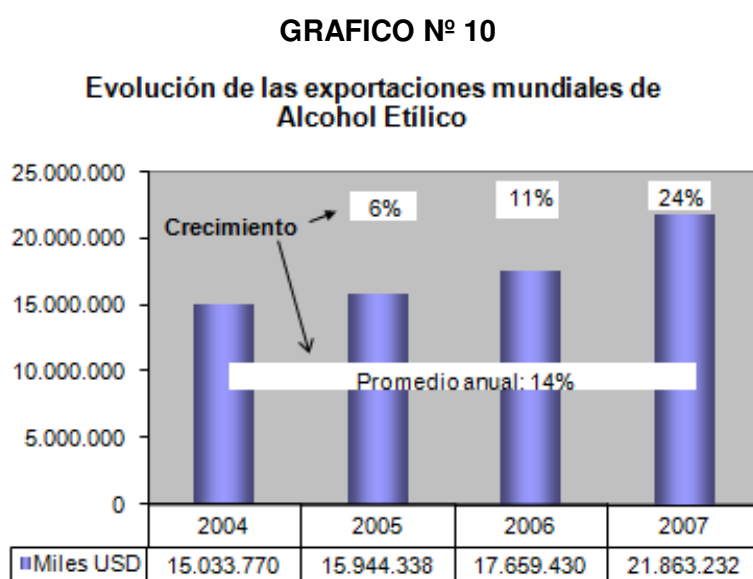
Fuente: Trademap

Elaborado por el autor

Con respecto a la partida 220840, que corresponde al Ron y aguardiente de caña o tafia, el valor Importado a nivel mundial en el año 2008 es de USD 5.523,44 millones de dólares y el crecimiento promedio anual en valor asciende al 16%

4.1.2 Evolución de las Exportaciones Mundiales de Alcohol Etílico

Para el caso de las Exportaciones mundiales de alcohol etílico, se puede ver que hay un crecimiento del 14% tomando en cuenta que el análisis esta hecho desde el año 2004 hasta el 2007



Fuente: Trademap

Elaborado por el autor

4.2 Exportaciones Mundiales

4.2.1 Principales Países Exportadores de Vino Espumoso

Se presenta a continuación un grafico Para la Partida Arancelaria 220410 en indicadores del año 2007, que contiene algunos datos que pueden ser de utilidad en cuanto al análisis estadístico del producto.

Se puede ver el listado de países proveedores de este producto, entre los cuales se encuentra como primer proveedor el país de Francia, seguido de Italia, España y Singapur, el Ecuador se encuentra en el puesto número 73 entre 113 exportadores del mismo producto.

TABLA N° 11

PRINCIPALES PAISES EXPORTADORES										
Producto: 220410 Vino Espumoso										
Rank	Exportadores	Valor exportado en 2007, en miles de USD	Saldo comercial 2007 en miles de USD	Cantidad exportado en 2007	Unidad de cantidad	Valor unitario (USD/unidad)	Tasa de crecimiento o anual en valor entre 2003-2007, %	Tasa de crecimiento o anual en cantidad entre 2003-2007, %	Tasa de crecimiento o anual en valor entre 2006-2007, %	Participación en las exportaciones mundiales, %
	Mundo	5.376.495	224.584	0	No medida		16	6	29	100
1	Francia	3.435.470	3.382.153	156.994	Toneladas	21.883	14	1	21	63,9
2	Italia	548.367	248.810	111.620	Toneladas	4.913	19	8	41	10,2
3	España	497.368	306.053	72.461	Toneladas	6.864	11	28	42	9,25
4	Singapur	249.880	22.511	6.042	Toneladas	41.357	27	-35	29	4,65
5	Bélgica	201.100	-275.319	11.530	Toneladas	17.441	84	82	857	3,74
6	Alemania	102.353	-401.299	26.046	Toneladas	3.930	26	23	33	1,9
7	Australia	73.415	-41.116	16.641	Metros cúbicos	4.412	21		1	1,37
8	Países Bajos (Holanda)	35.497	-93.173	1.656	Toneladas	21.435	17	-2	-13	0,66
9	Reino Unido	29.650	-854.163	6.736	Toneladas	4.402	11	34	7	0,55
10	Letonia	21.733	6.466	2.381	Toneladas	9.128	68	-4	313	0,4
11	Estados Unidos de América	20.440	-728.555	6.802	Toneladas	3.005	4	-13	54	0,38
12	Ucrania	17.843	12.088	8.785	Toneladas	2.031	25	15	57	0,33
13	Luxemburgo	15.696	-15.508	2.874	Toneladas	5.461	13	5	43	0,29
14	Sudafrica	12.383	540	4.611	Toneladas	2.686	14	12	42	0,23
15	Nueva Zelandia	11.728	-15.272	4.389	Toneladas	2.672	-8	-11	-12	0,22
16	Argentina	10.638	9.061	2.863	Toneladas	3.716	22	17	2	0,2
17	Hungría	9.692	939	3.385	Toneladas	2.863		11	31	0,18
18	Suiza	9.144	-162.674	108	Toneladas	84.667	41	19	42	0,17
19	Austria	6.239	-59.049	1.289	Toneladas	4.840	28	14	47	0,12
20	Lituania	5.890	248	2.578	Toneladas	2.285	97	64	299	0,11
21	Chile	5.754	4.331		No medida		29		25	0,11
73	Ecuador	35	-1.225	27	Toneladas	1.296	35	37	-50	0

Fuente: Trademap

Elaborado por el autor

4.2.2 Principales Países Exportadores de Alcohol Etílico

Así mismo, para el caso de la partida 2208, los principales países exportadores son Reino Unido, Francia, Estados Unidos y Alemania; Ecuador se encuentra en el puesto número 109 como proveedor de 233 exportadores a nivel mundial.

TABLA Nº 12

PRINCIPALES PAÍSES EXPORTADORES										
Producto: 2208 Alcohol Etilico										
Rank	Importadores	Valor importado en 2007, en miles de USD	Saldo comercial 2007 en miles de USD	Cantidad importado en 2007	Unidad de cantidad	Valor unitario (USD/unidad)	Tasa de crecimiento o anual en valor entre 2003-2007, %	Tasa de crecimiento o anual en cantidad entre 2003-2007, %	Tasa de crecimiento o anual en valor entre 2006-2007, %	Participación en las importaciones mundiales, %
	Mundo	22.477.030	-613.918	0	No medida		12	0	18	100
1	Estados Unidos de	5.677.224	-4.530.177	542.828	Toneladas	10.459	10	5	13	25,26
2	España	1.481.842	-979.098	80.709	Toneladas	18.360	4	-34	6	6,59
3	Alemania	1.397.205	-289.680	253.422	Toneladas	5.513	12	4	17	6,22
4	Francia	1.021.856	2.704.702	112.415	Toneladas	9.090	9	-18	18	4,55
5	Federación de Rusia	1.017.230	-881.959	268.980	Toneladas	3.782	28	24	58	4,53
6	Reino Unido	780.916	5.788.463	127.463	Toneladas	6.127	5	-4	-4	3,47
7	Singapur	763.054	93.697	53.333	Toneladas	14.307	31	-9	29	3,39
8	Canadá	612.884	-233.474	46.288	Toneladas	13.241	15	7	14	2,73
9	Japón	603.249	-558.395	149.477	Toneladas	4.036	-4	-2	-2	2,68
10	Bélgica	546.660	-197.010	21.569	Toneladas	25.345	24	-23	133	2,43
11	China	524.990	-352.786	51.180	Toneladas	10.258	54	31	38	2,34
12	Italia	425.451	236.906	35.908	Toneladas	11.848	4	-21	13	1,89
13	Países Bajos	410.240	136.286	49.091	Toneladas	8.357	13	18	27	1,83
14	Australia	375.800	-312.867	33.023	Metros cúbicos	11.380	12		7	1,67
15	Grecia	364.346	-288.440	52.744	Toneladas	6.908	10	-3	7	1,62
16	República de Corea	306.626	-181.024	37.015	Toneladas	8.284	2	1	20	1,36
17	Hong Kong (RAEC)	302.711	57.056	22.390	Toneladas	13.520	14	5	13	1,35
18	Viet Nam	297.654	-291.938	10.898	Toneladas	27.313	52	7	44	1,32
19	Taipei Chino	261.730	-254.041	20.839	Toneladas	12.560	8	0	-1	1,16
20	Sudafrica	258.712	-198.820	35.820	Toneladas	7.223	27	16	17	1,15
109	Ecuador	638	-27.090	401	Toneladas	1.591	19	17	5	0

Fuente: Trademap

Elaborado por el autor

4.2.3 Principales Exportadores en el período 2004-2008 (ordenado por 2007)

Para el análisis de los siguientes cuadros se utilizan los valores exportados en cada año desde el 2004 hasta el 2008, en el caso de haberlos en el 2008, los datos están ordenados por el año 2007 debido a la no disponibilidad de datos en el 2008 y el análisis se detalla a 6 dígitos para las partidas que se encuentran dentro de la partida arancelaria 2208, así como para la partida de Vino Espumoso

Para este cuadro, se aprecia que Francia, Italia, España y Singapur son los principales proveedores del mundo de Vino Espumoso (partida arancelaria 220410), Ecuador se encuentra en el puesto número 73 del listado de exportadores de 222 exportadores mundiales.

TABLA Nº 13

Exportadores P.A. 220410 (Vino Espumoso)						
Período 2004-2008 (miles de dólares)						
Rank	Exportadores	valor exportado en 2004	valor exportado en 2005	valor exportado en 2006	valor exportado en 2007	valor exportado en 2008
	'Mundo	3.367.361	3.645.705	4.152.762	5.376.525	
1	'Francia	2.313.905	2.459.112	2.844.797	3.435.470	3.498.474
2	'Italia	306.052	332.165	388.507	548.367	651.248
3	'España	344.511	360.300	349.523	497.368	
4	'Singapur	134.019	146.998	194.261	249.880	238.742
5	'Bélgica	18.227	27.764	21.020	201.100	292.370
6	'Alemania	43.356	62.446	77.056	102.353	107.773
7	'Australia	47.953	58.724	72.970	73.415	70.901
8	'Países Bajos (Holanda)	21.668	31.373	40.836	35.497	
9	'Reino Unido	18.263	21.230	27.761	29.650	34.309
10	'Letonia	3.036	4.519	5.260	21.733	31.070
73	'Ecuador	19	19	70	35	

Fuente: Trademap

Elaborado por el autor

Por otro lado, los principales exportadores de la partida arancelaria 220840 correspondiente a Ron y aguardiente de caña o tafia son: Alemania, España, y República Dominicana, Ecuador se encuentra en el puesto número 50 de un listado de 221 exportadores, como se explica en el cuadro siguiente, los datos están ordenados por el año para el cual se tienen datos totalizados, es decir el 2007.

Las exportaciones por parte de Alemania de Ron alcanzaron la cifra de USD 172,36 millones de dólares siendo el siguiente España con USD 114,77 millones de dólares en el mismo año

TABLA Nº 14

Exportadores P.A. 220840 (Ron y aguardiente de caña o tafia)						
Período 2004-2008 (miles de dólares)						
Rank	Exportadores	valor exportado en 2004	valor exportado en 2005	valor exportado en 2006	valor exportado en 2007	valor exportado en 2008
	'Mundo	618.295	614.769	651.906	1.044.558	
1	'Alemania	61.148	90.281	85.060	172.358	170.079
2	'España	77.184	91.702	108.291	114.777	
3	'República Dominicana	81.635	41.918	62.145	87.485	
4	'Venezuela	24.104	22.487	14.331	83.068	
5	'Cuba	20.943	953	711	81.198	
6	'Estados Unidos de América	44.070	42.076	58.000	66.073	68.136
7	'Jamaica	28.599	31.859	41.282	45.902	43.662
8	'Reino Unido	37.055	40.907	34.434	41.192	39.279
9	'Barbados	22.308	25.373	22.208	33.775	33.329
10	'Francia	22.635	25.310	27.203	31.799	39.995
50	'Ecuador	622	411	394	440	

Fuente: Trademap

Elaborado por el autor

Para la partida arancelaria 220870 Cremas y Demás licores, los principales Exportadores son Irlanda, Francia, Alemania, Italia y Holanda, Ecuador se encuentra en el puesto 62 de un listado de 221 exportadores.

TABLA Nº 15

Exportadores P.A. 220870 (Demás Licores)						
Período 2004-2008 (miles de dólares)						
Rank	Exportadores	valor exportado en 2004	valor exportado en 2005	valor exportado en 2006	valor exportado en 2007	valor exportado en 2008
	'Mundo	2.165.726	2.233.052	2.436.829	2.886.261	
1	'Irlanda	619.962	573.766	635.560	776.043	675.653
2	'Francia	417.598	415.801	431.817	478.369	483.304
3	'Alemania	209.776	296.435	375.488	442.954	468.707
4	'Italia	305.764	318.201	336.155	385.543	401.355
5	'Países Bajos (Holanda)	117.916	107.529	131.475	169.319	
6	'Reino Unido	161.635	147.955	140.349	136.683	215.167
7	'Canadá	26.552	23.687	33.405	71.778	55.807
8	'Estados Unidos de América	61.038	50.363	70.637	67.731	79.917
9	'España	57.643	77.042	30.452	56.920	
10	'Sudafrica	20.465	25.734	32.535	41.195	46.778
62	'Ecuador	9	142	124	194	

Fuente: Trademap

Elaborado por el autor

Los principales países exportadores del producto 220890 Los demás licores son México, Francia, Alemania, China, República de Corea y Reino Unido.

TABLA Nº 16

Exportadores P.A. 220890 (Demás licores y bebidas espirituosas)						
Período 2004-2008 (miles de dólares)						
Rank	Exportadores	valor exportado en 2004	valor exportado en 2005	valor exportado en 2006	valor exportado en 2007	valor exportado en 2008
	'Mundo	1.872.256	1.929.880	2.102.283	2.396.268	
1	'México	519.641	551.662	674.702	740.012	709.021
2	'Francia	224.722	208.836	207.298	216.340	233.732
3	'Alemania	83.100	130.573	131.792	154.136	172.474
4	'China	112.939	111.783	115.226	121.838	130.543
5	'República de Corea	132.215	118.127	119.568	113.104	
6	'Reino Unido	193.647	131.017	104.074	112.953	114.651
7	'Hong Kong (RAEC)	43.359	62.075	84.924	97.565	121.724
8	'Estados Unidos de América	43.149	50.623	69.652	96.350	93.660
9	'Italia	109.956	90.185	79.408	88.837	84.903
10	'Ucrania	73.936	95.294	71.589	84.701	69.545

Fuente: Trademap

Elaborado por el autor

5. TENDENCIAS DEL MERCADO

5.1 Comportamiento y Tendencias de Consumo y Mercado

El Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX) ha publicado varios estudios y artículos en los cuales constan algunos países miembros de la Unión Europea, lo cual nos servirá para analizar algunos de los mercados pertenecientes a este bloque y conocer de alguna manera sus hábitos de consumo, entre ellos tenemos los siguientes.

De acuerdo con un estudio realizado por el Instituto Español de Comercio Exterior publicado el 28 de Abril del 2009 nos dice que:

La cerveza y el vino son las bebidas alcohólicas preferidas por los portugueses.

Los portugueses prefieren las bebidas alcohólicas cuando salen por la noche. Así, siete de cada diez portugueses beben este tipo de bebidas en sus veladas de ocio nocturno, mientras que un 13,3% afirma beber poco y un 12,2% declara hacerlo en raras y contadas ocasiones. Para acompañar a las comidas, el vino es la bebida preferida por el 65,1% de los portugueses, muy por delante de la cerveza (38,75%). Sin embargo, por la noche la bebida estrella es la cerveza (49,4%), seguida de cerca por el vodka (46,6%) y los combinados de bebidas (43,6%).¹

En otro artículo igualmente publicado por el ICEX el dos de febrero del 2009 indica lo siguiente

El vino es la bebida alcohólica favorita en Suecia

La mitad de los suecos así lo confirma, frente a un 30% que prefiere la cerveza. Según una encuesta realizada por la edición digital del diario sueco *Dagens Nyheter* en su página web, el consumidor sueco elige el vino como su bebida alcohólica favorita. Un 49% de los más de 8.500 lectores que han participado en la encuesta votó por el vino, frente al 30% que prefiere la cerveza; tan sólo un 8% considera que su bebida alcohólica favorita se encuentra entre las calificadas como espirituosas.

¹ Instituto Español de Comercio Exterior,
http://www.icex.es/icex/cda/controller/pageICEX/0,6558,5518394_5519005_6366453_4212771_0_-1,00.html

Por otra parte, un estudio de Systembolaget (empresa escandinava), el monopolio de la venta detallista de bebidas alcohólicas en el país escandinavo, confirma una creciente tendencia por parte del consumidor sueco a comprar caldos baratos y con nuevos envases (tales como el *tetrabrick*) frente a otros de mayor calidad que, no obstante, tienen también una importante cuota de mercado.

Systembolaget también ha realizado un perfil del consumidor sueco en cuanto a consumo de bebidas espirituosas en función de la zona del país en la que residen. Así, tanto en el norte como en el sur, la bebida espirituosa preferida es el vodka, mientras que en Estocolmo, el principal mercado en términos de volumen de ventas, hay una mayor predilección por el whisky.²

Al igual que el artículo anterior, me permito citar otro artículo emitido por el mismo ICEX que también se relaciona a nuestro producto.

El vino se consolida como la bebida alcohólica favorita de los británicos

El vino ha desbancado a la cerveza y los licores en una encuesta sobre las bebidas alcohólicas favoritas de los británicos. Según una encuesta publicada el 9 de Junio del 2009 de “*Wine Intelligence*” (www.sineintelligence.com), empresa consultora que se dedica a la asesoría y servicios en negocios de vino, un 34% de los británicos consultados prefiere el vino por encima de cualquier otra bebida alcohólica, en comparación al 27% que expresó su preferencia por la cerveza o un 20% que optó por los licores.

Cuando se preguntó a los consumidores de bebidas alcohólicas que especificaran por qué les gustaba una bebida en particular, el 77% declaró que primaba sobre todos los factores su sabor, mientras que el 75% expresó que buscaban una bebida relajante que se pueda tomar sin comida y un 89% comentó que preferían una bebida que pudiera acompañar bien los alimentos.

² Instituto Español de Comercio Exterior,
http://www.icex.es/icex/cda/controller/pageICEX/0,6558,5518394_5519005_6366453_4192849_0_-1,00.html

El único apartado en el que la cerveza superó al vino como bebida favorita fue en el apartado de bebidas para tomar al aire libre (75%), justo por encima del vino (69%). Brian Howard, de Wine Intelligence, ha declarado que “esta encuesta proporciona los datos más actualizados sobre quién consume qué bebidas en Reino Unido. Está claro que el vino se ha convertido en una parte importante de la vida social de los adultos en este país”.³

5.2 Comportamiento y Tendencias de Distribución y Comercialización

De acuerdo a la información que se investigó en varias fuentes, la que cuenta con información sobre distribución y comercialización más completa es la que se detalla a continuación en el país de Estados Unidos, que incluye las formas de comercialización, estructura de costes, selección de importadores, entre otros. La fuente es el Instituto Español de Comercio Exterior, información que fue proporcionada por su oficina comercial en Washington. Tomando en cuenta que esta información nos puede servir también para estructurar los costes y la forma de comercialización en la Unión Europea.

5.2.1. Cadenas de Distribución 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.

³ Instituto Español de Comercio Exterior,
http://www.icex.es/icex/cda/controller/pageICEX/0,6558,5518394_5596418_6366453_4235546_132_-1_p5712609,00.html

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.

5.2.1.1. 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 (*Alcohol and Tobacco tax and Trade Bureau*) 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 y 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.

5.2.1.2. 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.

5.2.1.3. 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.

5.2.1.4.) Agente/broker

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

5.2.1.5. 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.

5.2.1.6. Los Estados controlados

Es importante conocer que existen 18 estados en los cuales la importación, distribución y venta al detalle son monopolio estatal para tenerlo en cuenta cuando se vaya a realizar una exportación debido a que al ser controlados por el estado, están sujetos a controles que están fuera de las manos del exportador

Cada uno de estos estados tiene sus particularidades, pueden controlar desde las compras totales de bebidas al por 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.

5.2.2 Estructura de Costes

Para el caso de que un exportador de cualquier nacionalidad que desee ingresar al mercado estadounidense debe tomar en cuenta lo siguiente, que fue desarrollado por el Instituto Español de Comercio Exterior para facilitar la entrada a este país.

La estructura de costes a la que se ven sometidos las bebidas alcohólicas al ser exportadas introducidas en EE.UU. 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* (costo del producto puesta en el mercado de destino) 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.

TABLA Nº 17

FUENTES DE INFORMACIÓN PARA IMPUESTOS	
PARA LICORES Y BEBIDAS DESTILADAS	IMPUESTOS FEDERALES Y ESTATALES
http://www.taxadmin.org/fta/rate/liquor.html	
PARA VINOS	http://www.ttb.gov/tax_audit/atftaxes.shtml
http://www.taxadmin.org/fta/rate/wine.html	
PARA CERVEZA	
http://www.taxadmin.org/fta/rate/beer.html	

Fuente: Instituto Español de Comercio Exterior - Mapausa

Elaborado por el autor

5.2.3. Búsqueda de Importador, Fuentes de Información

Existen diversas fuentes de información con listados y directorios de importadores y mayoristas investigados por la oficina comercial del Instituto Español de Comercio Exterior en Washington. 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

5.2.4. Código de barras

El código de barras que es preferible utilizar en EE.UU. 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.*) a un coste variable en función del número de ventas.

5.2.5. Envío de bebidas alcohólicas

5.2.5.1. Bebidas alcohólicas con valor comercial

La entrada en los EE.UU. 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 EE.UU. implica el pago de lo siguiente, dependiendo del producto y también del acuerdo al que lleguen con el agente de aduanas:

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

5.2.5.2. 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 EE.UU. 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*" (para uso personal).

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*" (muestra para feria comercial- no para venta o reventa).⁴

⁴ Mapausa – Instituto Español de Comercio Exterior, www.mapausa.org

6. ACCESO A MERCADOS

6.1 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 obtenido de la herramienta Market Access Map desarrollada por el Centro de Comercio Internacional que recopila información de los países pertenecientes a la Organización Mundial de Comercio.

TABLA Nº 18

ARANCEL EQUIVALENTE AD-VALOREM PROMEDIO PARA LA PARTIDA 220410 ORIGINARIA DE ECUADOR		
Principales Importadores	Año	Arancel
Australia	2009	5.00%
Belgica	2009	8.55%
Brasil	2009	0.00%
Canada	2009	3.77%
Finlandia	2009	8.55%
Francia	2009	8.55%
Grecia	2009	8.55%
Hong Kong (SAR China)	2009	0.00%
Irlanda	2009	8.55%
Italia	2009	8.55%
Países Bajos	2009	8.55%
Nueva Zelanda	2008	3.33%
Noruega	2009	0.00%
Federación Rusa	2009	20.00%
Suecia	2009	8.55%
Suiza	2009	13.21%
Reino Unido	2009	8.55%
Estados Unidos	2009	0.00%

FUENTE: MARKET ACCESS MAP

Elaborado por el Autor

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.

TABLA N° 19

ARANCEL EQUIVALENTE AD-VALOREM PROMEDIO PARA LA PARTIDA 2208 ORIGINARIA DE ECUADOR		
Principales Importadores	Año	Arancel
Australia	2009	5.00%
Belgica	2009	0.59%
Canada	2009	0.05%
China	2009	10.00%
Francia	2009	0.59%
Alemania	2009	0.59%
Grecia	2009	0.59%
Hong Kong (SAR China)	2009	0.00%
Italia	2009	0.59%
Japon	2008	0.69%
Republica de Corea	2007	20.07%
Países Bajos	2009	0.59%
Federación Rusa	2009	53.56%
Singapur	2008	1.86%
España	2009	0.59%
Reino Unido	2009	0.59%
Estados Unidos	2009	0.00%

Fuente: Market Access Map

Elaborado por el autor

6.2 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

Para el caso concreto de Estados Unidos contamos con la información siguiente de acuerdo a las fuentes:

6.2.1 Exportación de vinos y licores a los Estados Unidos

En la Página web MAPAUSA se encuentran detallados la normativa para el ingreso de los productos analizados, esta fuente está desarrollada por el Gobierno de España, normativa que aplica para todos los países que exporten o que deseen exportar al mercado de 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.

6.2.1.1. Introducción

La exportación de vinos y licores a los EE.UU. 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 EE.UU. 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.

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

La comercialización de las bebidas alcohólicas en los EE.UU. está estrictamente reglamentada por la normativa del *Alcohol and Tobacco Trade and Tax Bureau* (TTB). 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 EE.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.

6.2.1.2.1. 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 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. (Anexo 1)

Es obligatoria la inclusión de una contra etiqueta 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".*

"ADVERTENCIA DEL GOBIERNO: *Según la Dirección General de Salud, las mujeres no deben beber bebidas alcohólicas durante el embarazo debido al riesgo de defectos en el nacimiento. (2) El consumo de bebidas alcohólicas afecta su capacidad para conducir vehículos u operar maquinaria, y puede causar problemas de salud"*

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	N° máximo de caracteres/pulg
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. (10 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 contra etiqueta y de la advertencia está estrictamente reglamentado por lo que es conveniente solicitar dicha reglamentación al TTB (Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau) con tal de poder diseñar una etiqueta homologable para el mercado norteamericano.

6.2.1.2.2. Contenido calórico y de carbohidratos

En abril de 2004, el TTB publicó una guía sobre la norma 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 publicada por el TTB.

Además de los requisitos que aquí se mencionan, es aconsejable consultar la Guía del ICEX (Instituto Español de Comercio Exterior) de Requisitos para el Etiquetado de Productos Alimenticios en los Estados Unidos.⁵

⁵ Mapausa – Instituto Español de Comercio Exterior, www.mapausa.org

6.2.2 Exportación de vinos y licores a la Unión Europea

Por otro lado, para el caso de la Unión Europea se consideran los siguientes documentos para el caso específico de los licores obtenidos de la fuente *Export Help Desk*, desarrollado por la Unión Europea para facilitar el comercio internacional:

6.2.2.1. 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 en vías de desarrollo.

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 el consumo humano que no ha sido sujeto a prácticas enológicas que no estén permitidas por la UE.

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

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.

6.2.2.2. Control de salud de productos alimenticios no de origen animal

Las importaciones de productos alimenticios no de origen animal dentro de la Unión Europea (UE) deben cumplir con las condiciones generales y provisiones específicas diseñadas para prevenir riesgos de la salud pública y proteger los intereses de los consumidores. (Anexo 2)

Cuando un problema de higiene parece suponer un riesgo serio para la salud humana se establece el problema o se esparce en 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.

6.2.2.3. 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 (UE) 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.
- Trazabilidad: La regulación define a trazabilidad 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 trazabilidad 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.
- 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 sean 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. (Anexo 3)

6.2.2.4. Presentación y etiquetado de vinos y ciertos productos vinícolas

En orden de ser vendidos en la Unión Europea (UE) 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:

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 (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 azúcares (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"

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 (Anexo 4)

- Bebidas alcohólicas
- Bebidas espirituosas
- Vinos aromatizados, bebidas basadas en vinos aromatizados y cócteles aromatizados con productos de vinos⁶

⁶ Export Help Desk, http://exporthelp.europa.eu/index_es.html

7. OPORTUNIDADES COMERCIALES

Como se explican en las tablas anteriores con respecto a las importaciones mundiales, en el año 2007 se importó mundialmente una cantidad de 5 151,91 millones de dólares de la partida arancelaria 220410, lo cual significa que ese es el tamaño del mercado en el que se puede comercializar, es así que el Ecuador al Exportar la cantidad de USD 57.670 dólares tiene un mercado mucho más amplio en el que podría entrar

El Ecuador tiene como destino los mercados de exportación a Estados Unidos principalmente, al cual en el año 2008 se destinó el 60%, es decir USD 38 904 dólares. Estados Unidos Importó mundialmente en el mismo año la cantidad de 667,167 millones de dólares, lo que quiere decir que tenemos un mercado muy amplio que explotar si es que se incrementara nuestra oferta exportable o añadiera valor agregado a los productos ecuatorianos.

Tomando en cuenta las tablas analizadas con anterioridad, para el Vino Espumoso otro mercado que tiene una demanda considerable es el Reino Unido con importaciones de USD 853,67 miles de dólares, es decir que importa más que Estados Unidos, por ende un mercado más grande. El Ecuador no registra exportaciones a este país por lo que sería un mercado totalmente nuevo y con oportunidades que puedan generar relaciones comerciales.

Un mercado potencial para Ecuador puede ser Bélgica, quien importó un total de 626 401 miles de dólares en el 2008 y Ecuador no registra exportaciones a ese país, es decir que este país perteneciente a la Unión Europea puede ser un mercado al cual Ecuador puede destinar sus exportaciones.

De igual forma, tomando en cuenta la partida arancelaria 2208, la cantidad de importación mundial asciende a USD 22 477,03 millones de dólares y las exportaciones de Ecuador ascienden a USD 1,28 millones de dólares con respecto a la misma partida arancelaria

El ron (PA 220840) representa el 50% del valor exportado de la partida arancelaria 2208 en el período 2004-2008; el principal importador de este producto es Alemania con importaciones en el 2008 de USD 291,43 millones de dólares

En el caso de Italia (USD 84,931 miles de dólares), Estados Unidos (USD 76,597 miles de dólares) y Holanda (USD 62,398 miles de dólares) en el año 2008, tienen una demanda considerable, aunque no tan alta como Alemania, pero son cantidades que par Ecuador se podría considerar una oportunidad comercial. Las cantidades exportadas por el Ecuador hacia Italia es de cero lo cual nos dice que podríamos abrir ese nuevo mercado. El Ecuador registra exportaciones de USD 140 120 dólares hacia el país de Estados Unidos, lo cual comparado con las importaciones totales que hace este país es mucho menor, es decir, que se podría explotar más el mercado. Para el mercado de Holanda no registramos exportaciones y podríamos tener un mercado nuevo.

La oportunidad más grande que tiene el Ecuador es el hecho de que el tamaño del mercado mundial es muy amplio.

En cuanto para el caso específico del Vino Espumoso se puede ver una tendencia de consumo que va más allá que de cualquier otro licor en el mercado europeo, esto significa que también es un potencial debido a que estos países son grandes importadores de este producto y su hábito de consumo hace que sea aún más atractivo

8. CONCLUSIONES

Las exportaciones de licores que hace Ecuador hacia el mundo han tenido una tendencia al crecimiento tanto en monto como en cantidades, esto hace que el mercado extranjero sea atractivo para la producción nacional y genere interés por parte de los productores y exportadores a tratar de expandir su mercado ya no solo a nivel local sino internacional. La diversificación de mercados es otro aspecto a tomar en cuenta, existen muchos países que son grandes importadores de licores, entre ellos, los países de la Unión Europea importan grandes cantidades, lo cual quiere decir que si no estamos explotando este mercado aún, podríamos hacerlo con éxito debido a que simplemente son otros países los proveedores.

Comparando las importaciones que hacen estos países desde diferentes lugares del mundo, y las exportaciones que hace el Ecuador con respecto a este producto, el Ecuador está en la capacidad de proveer de licores a estos países, si bien no en cantidades que podría demandar el mercado extranjero, si podría hacerlo para ciertos mercados o nichos de mercados.

Por otro lado las normas a cumplir en mercados como Estados Unidos y la Unión Europea son exigentes pero debido a ello es que los productores y exportadores crean innovaciones en sus procesos y productos, esto hace que el producto sea más competitivo en el exterior. Si bien en los últimos años el mercado europeo se ha vuelto más proteccionista con respecto a barreras no arancelarias, no es imposible para un país como el nuestro ingresar a ese mercado con nuestro producto al igual que para Estados Unidos.

9. CONTACTOS Y LINKS DE INTERES

A continuación se detallan los sitios web que pueden ser de interés para la búsqueda de información que pueda servir para la investigación y análisis de diferentes productos, sectores o mercados

CBI: <http://www.cbi.eu/>

Centre for the Promotion of Imports from Developing Countries

Organismo que trata de promover las importaciones hacia la Unión Europea desde los países en vías de desarrollo

CORPEI: www.corpei.org

Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones

Corporación promotora de las Exportaciones Ecuatorianas

TRADEMAP: www.trademap.org

Trade statistics for international business development

Herramienta desarrollada por el Centro de Comercio Internacional para el desarrollo de negocios mediante información estadística.

MARKET ACCESS MAP: www.trademap.org

Herramienta desarrollada por el Centro de Comercio Internacional para el desarrollo de negocios mediante información arancelaria y de análisis

ICEX: www.icex.es

Instituto Español de Comercio Exterior

El Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX) presta sus servicios a las empresas españolas con la finalidad de impulsar y facilitar su proyección internacional

MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES COMERCIO E INTEGRACIÓN:
www.mmrree.gov.ec

EXPORT HELP DESK: http://exporthelp.europa.eu/index_es.html

El Export Helpdesk es un servicio en internet prestado por la Comisión Europea para facilitar a los países en desarrollo el acceso a los mercados de la Unión Europea

TRADE WIZARDS: <http://www.lci.com.mx/anahuac/>

Herramienta que tiene por objeto el brindar información sobre aranceles e impuestos de un producto en un país determinado

MIPRO: www.mic.gov.ec

Ministerio de Industrias y Productividad

BANCO CENTRAL DEL ECUADOR: www.bce.fin.ec

Entidad, en la cual una de sus funciones está la de proporcionar estadísticas de comercio exterior actualizadas

MAPA USA: <http://www.mapausa.org/indexeng.htm>

Página web creada por el Gobierno de España con su embajada en Washington con información sobre acceso al mercado Estadounidense

PROEXPORT: <http://www.proexport.com.co/>

Organismo de Promoción de Exportaciones colombianas

PROCHILE: <http://www.prochile.cl/>

Organismo de Promoción de las Exportaciones chilenas

BIBLIOGRAFÍA

BANCO CENTRAL DEL ECUADOR: www.bce.fin.ec

Entidad, en la cual una de sus funciones está la de proporcionar estadísticas de comercio exterior actualizadas

CBI: <http://www.cbi.eu/>

Centre for the Promotion of Imports from Developing Countries

Organismo que trata de promover las importaciones hacia la Unión Europea desde los países en vías de desarrollo

CORPEI: www.corpei.org

Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones

Corporación promotora de las Exportaciones Ecuatorianas

EXPORT HELP DESK: http://exporthelp.europa.eu/index_es.html

El *Export Helpdesk* es un servicio en internet prestado por la Comisión Europea para facilitar a los países en desarrollo el acceso a los mercados de la Unión Europea

ICEX: www.icex.es

Instituto Español de Comercio Exterior

El Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX) presta sus servicios a las empresas españolas con la finalidad de impulsar y facilitar su proyección internacional

MAPA USA: <http://www.mapausa.org/indexeng.htm>

Página web creada por el Gobierno de España con su embajada en Washington con información sobre acceso al mercado Estadounidense

MARKET ACCESS MAP: www.trademap.org

Herramienta desarrollada por el Centro de Comercio Internacional para el desarrollo de negocios mediante información arancelaria y de análisis

MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES COMERCIO E INTEGRACIÓN:
www.mmrree.gov.ec

MIPRO: www.mic.gov.ec

Ministerio de Industrias y Productividad

PROCHILE: <http://www.prochile.cl/>

Organismo de Promoción de las Exportaciones chilenas

PROEXPORT: <http://www.proexport.com.co/>

Organismo de Promoción de las Exportaciones colombianas

TRADEMAP: www.trademap.org

Trade statistics for international business development

Herramienta desarrollada por el Centro de Comercio Internacional para el desarrollo de negocios mediante información estadística.

TRADE WIZARDS: <http://www.lci.com.mx/anahuac/>

Herramienta que tiene por objeto el brindar información sobre aranceles e impuestos de un producto en un país determinado

ANEXOS

Los anexos que se incluyen en el documento son los siguientes:

- Anexo 1: La normativa sobre etiquetado del TTB
- Anexo 2: Regulaciones Sectoriales
- Anexo 3: Las reglas generales aplicables a productos alimenticios no de origen animal
- Anexo 4: Provisiones en relación con el etiquetaje de ciertos productos
- Anexo 5: Productos de producción orgánica

Anexo 1: La normativa sobre etiquetado del TTB 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 EE.UU.: (866) 927 2533
Fax: (202) 927 3306
Correo electrónico: alfd@ttb.treas.gov

Anexo 2: 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 en vías de desarrollo 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 etílico de origen agrícola **(OJ L-346 31/12/2003)**

Anexo 3: Las reglas generales aplicables a productos alimenticios no de origen animal 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);

Anexo 4: Provisiones en relación con el etiquetaje de ciertos productos

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 resumen 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)

Anexo 5: 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.

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 en vías de desarrollo que haya sido autorizado si los productos han sido controlados por una autoridad de inspección reconocida, son acompañados por los RE certificado por las autoridades relevantes de los estados Miembros:

Importaciones de un país en vías de desarrollo

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, y que 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 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 en vías de desarrollo es incluido en la lista de países autorizados establecido por la Comisión de Regulación (EEC) No 94/92 (OL L-11 17/01/1992).

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 retenido 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.