

BEBIDAS ESPIRITUOSAS Y VINOS EN URUGUAY

Clasificación de la industria _____	4
Descripción del sector _____	5
Producción _____	7
Consumo _____	8
Balanza comercial _____	9
Exportaciones _____	11
Importaciones _____	15
Acceso al mercado _____	19
Etiquetado _____	21
Normativa _____	22
Canales de distribución y comercialización _____	23
Marcas _____	24
Precios _____	25

TABLAS

Tabla 1: Clasificación arancelaria de las bebidas espirituosas en Uruguay _____	4
Tabla 2: Clasificación Industrial Internacional de vinos y bebidas espirituosas en Uruguay, Revisión 3 _____	5
Tabla 3: Clasificación Industrial Internacional de vinos y bebidas espirituosas en Uruguay, CIU Revisión 4 _____	5
Tabla 4: Balanza comercial bebidas espirituosas y vinos de Uruguay, 2015* _____	9
Tabla 5: Exportaciones de bebidas espirituosas y vinos por posición arancelaria, 2014* - 2015* _____	13
Tabla 6: Importaciones de bebidas espirituosas y vinos por posición arancelaria _____	17
Tabla 7: Arancel aplicable a cada producto por posición arancelaria _____	20
Tabla 8: Marcas de vinos y bebidas espirituosas presentes en Uruguay _____	24

GRÁFICAS

Gráfica 1: Evolución de las exportaciones de bebidas espirituosas y vinos en Uruguay, 2011 - 2015* _____	11
Gráfica 2: Evolución de las exportaciones de bebidas espirituosas y vinos en Uruguay, en toneladas _____	12
Gráfica 3: Principales destinos de las exportaciones de vinos y bebidas espirituosas, 2015* _____	14
Gráfica 4: Exportaciones de bebidas espirituosas y vinos de Uruguay por modo de transporte, 2015* _____	15
Gráfica 5: Evolución de las importaciones de bebidas espirituosas y vinos de Uruguay, 2011 - 2015* _____	16
Gráfica 6: Evolución de las importaciones de bebidas espirituosas y vinos en Uruguay, en toneladas _____	17
Gráfica 7: Principales proveedores de bebidas espirituosas y vinos de Uruguay, 2015* _____	19

ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Cadena de distribución de bebidas espirituosas y vinos en Uruguay _____23

El whisky y el vino fino, principales productos demandados por los uruguayos

Por: Legiscomex.com

Agosto 4 del 2015

En los primeros cuatro meses del 2015, Uruguay no registró ninguna venta de productos pertenecientes a la categoría de las bebidas espirituosas, es decir, que solo exportó vinos, uno de los factores que lo convierte en un mercado potencial para estos productos.

Los vinos y bebidas espirituosas son productos muy demandados en el mercado uruguayo, ya que son acompañantes en todas las comidas tanto en el almuerzo como en la cena, de igual forma se utilizan como bebidas para armonizar celebraciones o eventos.

Debido a la importancia de estos productos para la población de este país sudamericano, la mercancía que se comercializa en el mercado interno debe cumplir con estándares de calidad altos, ejemplo de ello es la clasificación que se le hace a los vinos, como: vino común y Vino de Calidad Preferente (V.C.P.) para diferenciar los que tienen mejores características.

Dentro del mercado de las bebidas alcohólicas es importante resaltar que los productos que exporta Uruguay solo son vino, mientras que todas las bebidas espirituosas las importa, en especial el whisky. Según las cifras publicadas por la Organización Mundial de la Salud, Uruguay es uno de los países de Latinoamérica que más consume alcohol.

El proceso de importación para las bebidas espirituosas es mucho más simple que el de los vinos ya que el gobierno ha establecido algunos parámetros que deben cumplir estos últimos para ingresar a este territorio, pues de una u otra forma el nicho de mercado de los vinos ya está cubierto por la producción nacional.

Sin embargo, esto no significa que no hayan oportunidades pues los consumidores todo el tiempo buscan mejores productos y son mucho más exigentes, es decir, que si se cumplen con todos los requisitos y adicionalmente se tiene un mejor precio es probable que los uruguayos escojan su producto.

En cuanto a las exigencias no arancelarias que se presentan dentro del proceso de comercialización de estos bienes, se debe tener en cuenta que el etiquetado es indispensable ya que este debe contener todas las características tanto del producto como de sus fabricantes. Igualmente, los canales de distribución son otros de los factores que influyen al momento de ingresar al mercado de bebidas alcohólicas en Uruguay. Estos son sencillos y cortos, entre los participantes del proceso de distribución se encuentran los productores, importadores o mayoristas, los distribuidores y el consumidor final.

Clasificación de la industria

De acuerdo con la Nomenclatura Común del Mercosur, publicado por la Ventanilla Única de Comercio Exterior de Uruguay (VUCE), los vinos y las bebidas espirituosas se clasifican bajo el capítulo 22, que hace referencia a bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre.

El presente estudio se centrará en las siguientes posiciones arancelarias:

Tabla 1: Clasificación arancelaria de las bebidas espirituosas en Uruguay

Posición arancelaria	Descripción arancelaria
2204.10.10.00	Vino espumoso tipo champaña (champagne)
2204.10.90.00	Los demás vinos espumosos
2204.21.00.10	Vinos finos de mesa en recipientes con capacidad inferior o igual a 2 l
2204.21.00.20	Los demás vinos en recipientes con capacidad inferior o igual a 2 l
2204.21.00.90	Los demás en recipientes con capacidad inferior o igual a 2 l
2204.29.11.00	Los demás vinos en recipientes con capacidad inferior o igual a 5 l
2204.29.19.00	Los demás de los demás vinos
2204.29.20.00	Los demás mostos
2204.30.00.00	Los demás mostos de uva
2205.10.00.00	Vermut y demás vinos de uvas frescas preparados con plantas o sustancias aromáticas en recipientes con capacidad inferior o igual a 2 l
2208.20.00.00	Aguardiente de vino o de orujo de uvas
2208.30.10.00	Whisky con grado alcohólico volumétrico superior al 50 % vol., en recipientes con capacidad superior o igual a 50 l
2208.30.20.00	Whisky en recipientes con capacidad inferior o igual a 2 l
2208.30.90.00	Los demás whisky
2208.40.00.00	Ron y demás aguardientes procedentes de la destilación, previa fermentación, de productos de la caña de azúcar
2208.50.00.00	Gin y ginebra
2208.60.00.00	Vodka
2208.70.00.00	Licores

Posición arancelaria	Descripción arancelaria
2208.90.00.11	Tequila en recipientes con capacidad inferior o igual a 1 litro
2208.90.00.90	Los demás de los demás

Fuente: Ventanilla Única de Comercio Exterior de Uruguay (VUCE)

Legiscomex.com identificó que la elaboración de bebidas dentro de la Clasificación Industrial Internacional (CIIU) Revisión 3 se encuentra bajo los siguientes códigos:

Tabla 2: Clasificación Industrial Internacional de vinos y bebidas espirituosas en Uruguay, Revisión 3

Código	Clasificación industrial
1551	Destilación, rectificación y mezcla de bebidas alcohólicas
1552	Elaboración de vinos

Fuente: Elaborado por Legiscomex.com con información del Instituto Nacional de Estadísticas (INE)

Cabe resaltar que dentro de la Clasificación Industrial Internacional (CIIU) Revisión 4 los vinos y bebidas espirituosas quedaron registrados bajo los códigos:

Tabla 3: Clasificación Industrial Internacional de vinos y bebidas espirituosas en Uruguay, CIIU Revisión 4

Código	Clasificación industrial
1101	Destilación, rectificación y mezcla de bebidas alcohólicas
1102	Elaboración de vinos

Fuente: Elaborado por Legiscomex.com con información del INE

Descripción del sector

Las bebidas espirituosas y los vinos hacen parte de las bebidas alcohólicas, productos que como se mencionó anteriormente se encuentran incluidos dentro de la industria manufacturera:

- **Bebidas espirituosas**

Las bebidas espirituosas se caracterizan porque tienen un contenido alcohólico que proviene de la destilación de algunas materias primas agrícolas, como: uva, cereales, frutos secos, remolacha, caña y fruta.

La elaboración de estas bebidas empieza con la destilación, donde se separa por medio de calor el alcohol de los otros componentes de las materias primas ya mencionadas, seguido

por el proceso de envejecimiento, que se da generalmente dentro de barriles de madera quemada. Esta última etapa es fundamental, ya que es donde se generan los sabores agradables como resultado de la mezcla entre las impurezas y los alcoholes superiores.

Entre las materias primas más comunes para la elaboración de bebidas espirituosas se encuentran:

Tabla 4: Materias primas de las bebidas espirituosas

Producto	Definición	Materia prima
Aguardiente de orujo o grappa	Bebida espirituosa obtenida a partir de orujos de uva fermentados y destilados.	Uva
Aguardiente de vino	Obtenido de la destilación a menos de 86% de vino o de vino alcoholizado.	Uva
Brandy	Se obtiene 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.	Uva
Ron	Se da por fermentación alcohólica y destilación, bien de melazas o de jarabes procedentes de la fabricación de caña de azúcar.	Caña de azúcar
Whisky	Se obtiene 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.	Cereales (cebada, trigo, centeno y maíz)
Ginebra	Se da como resultado 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.	Cereales
Vodka	Se obtiene 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.	Granos y plantas ricas en almidón (centeno, trigo y patata)

Producto	Definición	Materia prima
Licor	Tiene 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.	Esencias aromáticas

Fuente: Elaborado por Legiscomex.com con información de Proargex

- **Vinos**

Los vinos en Uruguay se caracterizan por ser productos que la población de este país sudamericano considera necesarios, ya que su uso es ideal para acompañar las comidas. Debido a esta importancia, alrededor del 95% de los bienes vendidos el mercado interno proviene de la producción nacional, el 5% restante deriva de las importaciones.

El gran porcentaje de los vinos nacionales dentro del mercado uruguayo se debe a que esta nación cuenta con las tierras adecuadas para cultivar *Vid*, es decir, que Uruguay se considera un país vitivinícola.

Debido a la importancia del sector vitivinícola, la elaboración de los vinos está orientada a obtener buenos estándares de calidad con el objetivo de enfrentar de la mejor manera la competencia que significan los vinos importados, así como lograr ingresar a mercados competitivos.

Uruguay cuenta con el Instituto Nacional de Vitivinicultura (Inavi), entidad encargada de supervisar la producción y venta de este producto, además supervisa la aplicación del Programa de Reconversión Industrial de Bodega, con el cual se busca abrir las puertas para la exportación de vinos finos uruguayos.

Cabe señalar que específicamente para los vinos que quieren ingresar al mercado uruguayo existe un alto nivel de competitividad pues para alcanzar el abastecimiento total del mercado se debe enfrentar la barrera que existe de importar vinos en envases superiores a 1 litro (Ltr).

Los vinos pueden clasificarse en vino común o vino de calidad preferente (V.C.P.), en la actualidad este último es el vino con mejor calidad y por esto es uno de los más regularizados por el Inavi.

Producción

Según información publicada por el Instituto Nacional de Estadística (INE), el Producto Interno Bruto (PIB) en el primer trimestre del 2015 presentó un crecimiento del 0,6% en relación con el

Inteligencia de Mercados – Estudio de bebidas espirituosas y vinos en Uruguay
cuarto trimestre del 2014. Legiscomex.com realizó un análisis más detallado según la actividad económica donde la industria manufacturera, que incluyen las bebidas alcohólicas, registró un decrecimiento del 4,4%.

Para el 2014, el PIB totalizó en USD51.735,72 millones, unos 1.335,9 miles de millones de pesos uruguayos (UYU); del total del PIB, la industria manufacturera representó el 12,3%, es decir, USD6.386,45 millones (UYU164.918,10 millones), de los cuales el 50,4% correspondió a la elaboración de productos alimenticios, bebidas y tabaco.

En cuanto al Índice de Volumen Físico (IVF), indicador que mide la evolución de la producción de los bienes de la industria manufacturera, la elaboración de bebidas totalizó en 187,01 para el 2014, lo que representó un decrecimiento del 14,4% con relación al 2013 cuando el IVF fue de 218,41, según la Clasificación Industrial Internacional (CIIU) Revisión 3.

Esto significa que la producción de las actividades económicas relacionadas con la elaboración de vinos y bebidas espirituosas presentaron una disminución considerable en la producción total de los bienes ya mencionados.

Consumo

En términos generales Uruguay se ha caracterizado por ser un país productor, pero a su vez un gran consumidor de las bebidas alcohólicas ya mencionadas, especialmente del vino donde el consumo per cápita es cercano a los 30 litros por año, según las cifras publicadas por el Inavi.

Estas cifras muestran un buen panorama para aquellas empresas que están interesadas en abordar este mercado, ya que tanto en los vinos se tienen buenas oportunidades por el alto nivel de consumo, así como en las bebidas espirituosas, pues este mercado no se ha explotado del todo.

Cabe resaltar que según un estudio realizado por la Organización Mundial de la Salud (OMS), para el 2013 Uruguay fue el primer país latinoamericano en beber alcohol, 7,6 litros por persona. Adicionalmente, si se hace un análisis detallado del consumo de algunas bebidas espirituosas como el *whisky*, se puede observar que los uruguayos son grandes consumidores de este producto.

Según un análisis realizado en Europa, Uruguay es el segundo país del mundo que más consumió *whisky* durante el 2013, en total la población de este país sudamericano tomó alrededor de 1,77 litros por persona.

El consumo de las bebidas alcohólicas en Uruguay varía por factores como: el precio, la calidad y el envase.

- **Vino**

Generalmente el vino de mesa se envasa en empaques tetra-pack, debido a que es de una calidad inferior y su precio es más barato. El consumo de este tipo de vino se da durante los almuerzos y cenas. Adicionalmente las personas lo pueden usar para condimentar las comidas y agregarlo en las salsas.

En cuanto al vino fino, este se envasa en botella, ya que tiene una calidad V.C.P (Vino de Calidad Preferente) y su precio es más alto que el de mesa. El consumo de este tipo de

vino tiende a darse en ocasiones especiales como celebraciones o eventos, según sus características el vino fino no se consume todos los días.

Otro factor que sobresale para que los uruguayos seleccionen los vinos es el tipo, ya que puede ser tinto, clarete, blanco y rosado.

El clima también determina el tipo de bebida que se consume, se puede decir que los vinos y las bebidas espirituosas que se toman preferiblemente refrigeradas o con hielo son los más demandados en verano y las bebidas que se consumen al clima se compran en mayor cantidad en invierno, por ejemplo el vino tinto.

Balanza comercial

En los cuatro primeros meses del 2015, según el análisis de **Legiscomex.com** con información publicada por el Instituto Nacional de Estadística de Uruguay (INE), las exportaciones uruguayas de las bebidas espirituosas y vinos sumaron USD2,32 millones, mientras que las importaciones en este mismo año totalizaron USD7,57 millones, lo que dio como resultado una balanza comercial deficitaria de USD5,24 millones.

Cabe resaltar que según las cifras del INE, Uruguay no registró ninguna venta de productos pertenecientes a la categoría de las bebidas espirituosas, es decir, que solo exportó vinos.

Tabla 5: Balanza comercial bebidas espirituosas y vinos de Uruguay, 2015*

Posición arancelaria	Descripción de la posición arancelaria	Exportaciones*	Importaciones*	Balanza comercial
		USD		
2208.30.20.00	Whisky en recipientes con capacidad inferior o igual a 2 l	-	3.688.104	-3.688.104
2204.21.00.10	Vinos finos de mesa en recipientes con capacidad inferior o igual a 2 l	2.225.159	1.664.289	560.870
2208.90.00.90	Los demás de los demás	-	648.187	-648.187
2208.30.10.00	Whisky con grado alcohólico volumétrico superior al 50 % vol., en recipientes con capacidad superior o igual	-	630.470	-630.470

Inteligencia de Mercados – Estudio de bebidas espirituosas y vinos en Uruguay

Posición arancelaria	Descripción de la posición arancelaria	Exportaciones*	Importaciones*	Balanza comercial
		USD		
	a 50 l			
2208.60.00.00	Vodka	-	192.762	-192.762
2208.40.00.00	Ron y demás aguardientes procedentes de la destilación, previa fermentación, de productos de la caña de azúcar	-	156.410	-156.410
2204.10.90.00	Los demás vinos espumosos	8.092	128.249	-120.157
2208.70.00.00	Licores	-	125.201	-125.201
2204.10.10.00	Vino espumoso tipo champaña (champagne)	-	115.512	-115.512
2204.21.00.20	Los demás vinos en recipientes con capacidad inferior o igual a 2 l	22.705	82.646	-59.941
2208.50.00.00	Gin y ginebra	-	55.132	-55.132
2208.90.00.11	Tequila en recipientes con capacidad inferior o igual a 1 litro	-	36.591	-36.591
2205.10.00.00	Vermut y demás vinos de uvas frescas preparados con plantas o sustancias aromáticas en recipientes con capacidad inferior o igual a 2 l	9.379	31.516	-22.137
2208.20.00.00	Aguardiente de vino o de orujo de uvas	-	6.653	-6.653
2204.21.00.90	Los demás en recipientes con capacidad inferior o igual a	21.840	6.325	15.515

Posición arancelaria	Descripción de la posición arancelaria	Exportaciones*	Importaciones*	Balanza comercial
		USD		
	2 l			
2208.30.90.00	Los demás whisky	-	4.740	-4.740
2204.29.11.00	Los demás vinos en recipientes con capacidad inferior o igual a 5 l	38.753	-	38.753
Total		2.325.928	7.572.787	-5.246.859

Fuente: Elaborado por Legiscomex.com con información del INE

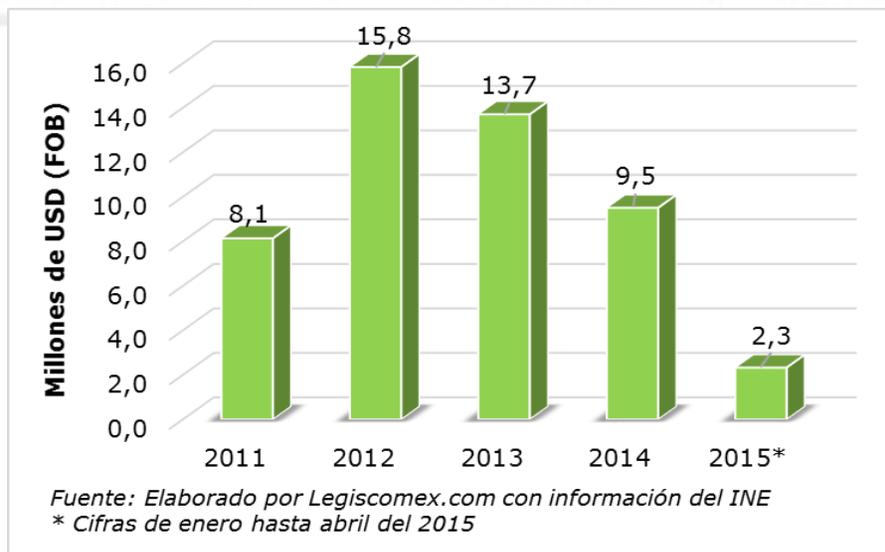
*Cifras de enero a abril del 2015

Exportaciones

De acuerdo con las cifras publicadas por el Instituto Nacional de Estadística de Uruguay (INE), en los cuatro primeros meses del 2015 las exportaciones de bebidas espirituosas y vinos de este país sudamericano fueron de USD2,32 millones. Es decir, que presentaron un decrecimiento del 5,7%, en relación con el mismo periodo del 2014 cuando las ventas totalizaron en USD2,46 millones, según el análisis realizado por **Legiscomex.com**.

Para el 2014, las exportaciones de estas bebidas alcoholicas totalizaron en USD9,50 millones lo que significó un decrecimiento del 30,6% en comparación con el año anterior, cuando se registraron exportaciones por USD13,70 millones. De igual forma, **Legiscomex.com** identificó que las transacciones de ventas en el exterior de estos productos por parte de Uruguay presentaron un crecimiento promedio anual del 16,9%, entre el 2011 y el 2014.

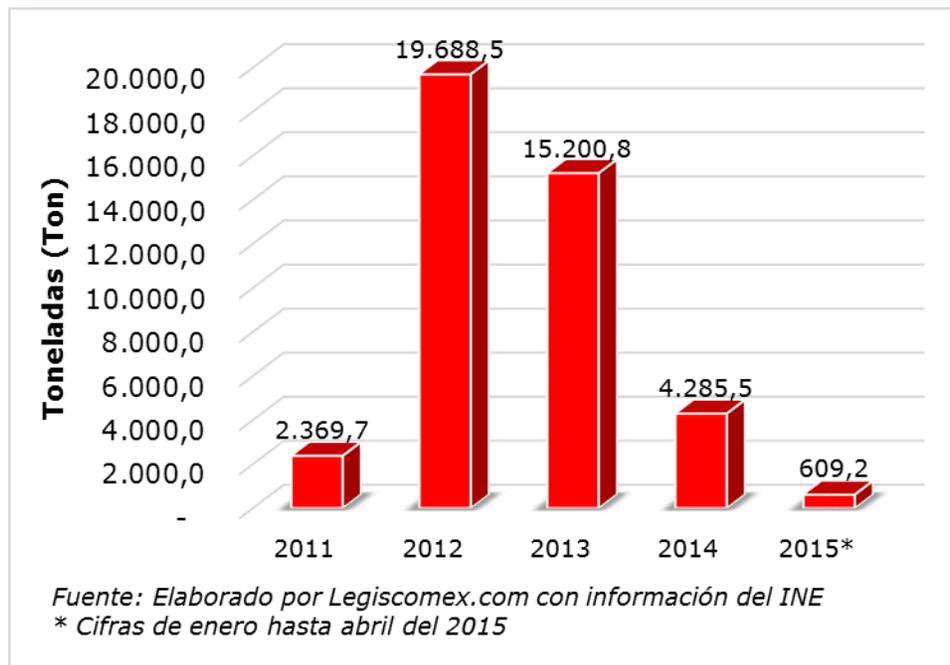
Gráfica 1: Evolución de las exportaciones de bebidas espirituosas y vinos en Uruguay, 2011 – 2015*



Entre enero y abril del 2015, Uruguay exportó un total de 609,2 toneladas (ton) de vinos y bebidas espirituosas pertenecientes al sector de industria manufacturera, lo que representó un decrecimiento en volumen de un 36,9%, ya que para el mismo periodo del 2014 el país uruguayo vendió 965,1 toneladas, según las cifras publicadas por el INE.

Para el 2014, las ventas externas fueron de 4.285,5 toneladas, lo que significó una disminución del 71,8% en comparación con el volumen exportado durante el 2013, cuando totalizaron en 15.200 toneladas. Así mismo, según la cantidad de mercancía exportada, las bebidas alcohólicas presentaron un crecimiento promedio anual del 212,1% durante los cuatro últimos años, según el análisis de **Legiscomex.com**.

Gráfica 2: Evolución de las exportaciones de bebidas espirituosas y vinos en Uruguay, en toneladas



Entre enero y abril del 2015, los vinos finos de mesa fueron los productos más comercializados en el exterior, con USD2,2 millones, lo que representó el 95,7% del total de los bienes vendidos.

Le siguieron los demás vinos en recipientes con capacidad inferior o igual a 5 Lts, con USD38.753; los demás vinos en recipientes con capacidad inferior o igual a 2 Lts, con USD22.705; los demás de los demás vinos, con USD21.840 millones y vermouth y demás vinos de uvas frescas, con USD9.379.

De igual forma, cabe resaltar que para el mismo periodo el aguardiente de vino o de orujo de uvas y el vino espumoso tipo champaña (champagne) fueron los productos que no presentaron ningún registro de ventas en el exterior entre enero y abril del 2015.

Adicionalmente el vermut y demás vinos de uvas frescas presentaron ventas en el exterior entre enero y abril del 2015, mientras que en el 2014 no.

Tabla 6: Exportaciones de bebidas espirituosas y vinos por posición arancelaria, 2014* - 2015*

Posición Arancelaria	Descripción de la posición arancelaria	2014*	2015*	Variación %	Participación del 2015 %
2204.21.00.10	Vinos finos de mesa en recipientes con capacidad inferior o igual a 2 Lts	2.223.108	2.225.159	0,1%	95,7%
2204.29.11.00	Los demás vinos en recipientes con capacidad inferior o igual a 5 Lts	20.082	38.753	93,0%	1,7%
2204.21.00.20	Los demás vinos en recipientes con capacidad inferior o igual a 2 Lts	22.800	22.705	-0,4%	1,0%
2204.29.19.00	Los demás de los demás vinos	191.240	21.840	-88,6%	0,9%
2205.10.00.00	Vermut y demás vinos de uvas frescas preparados con plantas o sustancias aromáticas en recipientes con capacidad inferior o igual a 2 Lts	-	9.379	-	0,4%
2204.10.90.00	Los demás vinos espumosos	4.090	8.092	97,8%	0,3%
2208.20.00.00	Aguardiente de vino o de orujo de uvas	4.390	-	-	-
2204.10.10.00	Vino espumoso tipo champaña (champagne)	1.920	-	-	-
Total		2.467.631	2.325.928	-5,7%	100,0%

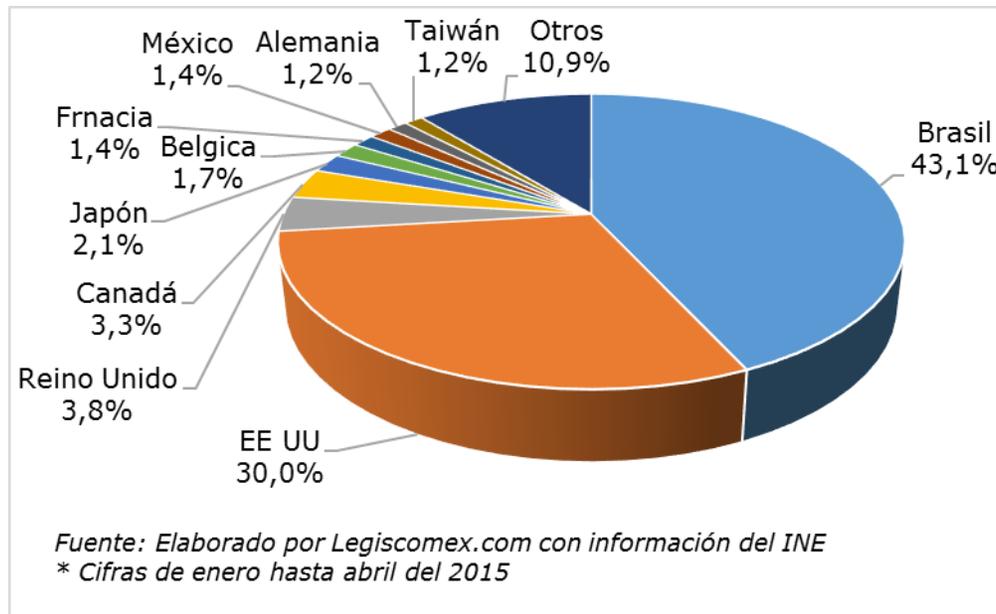
Fuente: Elaborado por Legiscomex.com con información del INE

*Cifras de enero a abril del 2015

Inteligencia de Mercados – Estudio de bebidas espirituosas y vinos en Uruguay

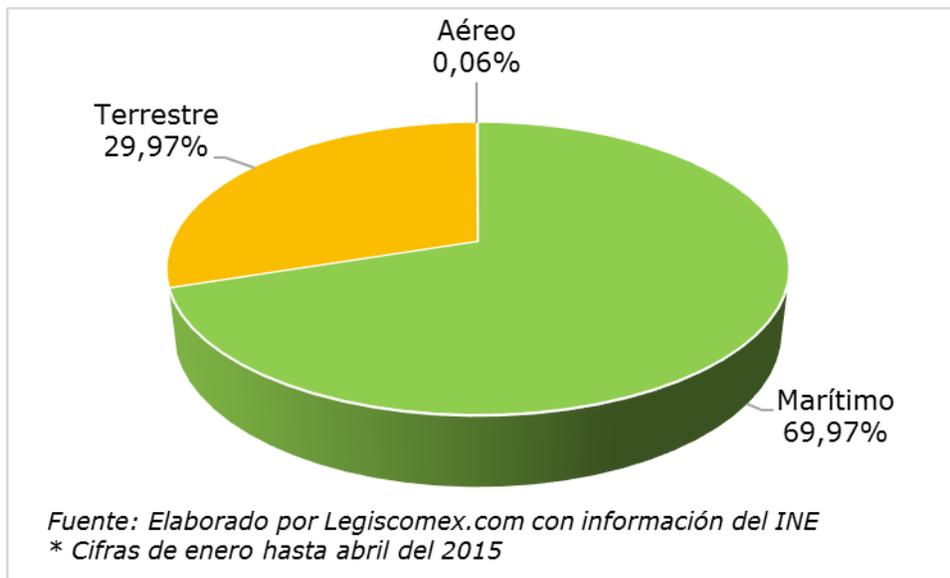
Entre enero y abril del 2015, Brasil fue el principal destino de las ventas externas de bebidas espirituosas y vino de Uruguay, al concentrar el 43,1% del mercado, lo que representó USD1 millón. Le siguieron EE UU, con USD698.035; Reino Unido, con USD88.726; Canadá, con USD77.144 y Japón, con USD48.708, según el análisis de **Legiscomex.com**.

Gráfica 3: Principales destinos de las exportaciones de vinos y bebidas espirituosas, 2015*



En cuanto al medio del transporte por el cual se movilizó la mercancía en los primeros cuatro meses del 2015, el modo marítimo fue el que presentó una mayor participación al concentrar el 69,97% del mercado, lo que significó USD1,6 millones, seguido por el terrestre, con USD697.039 y aéreo, con USD1.368, según análisis de **Legiscomex.com**.

Gráfica 4: Exportaciones de bebidas espirituosas y vinos de Uruguay por modo de transporte, 2015*

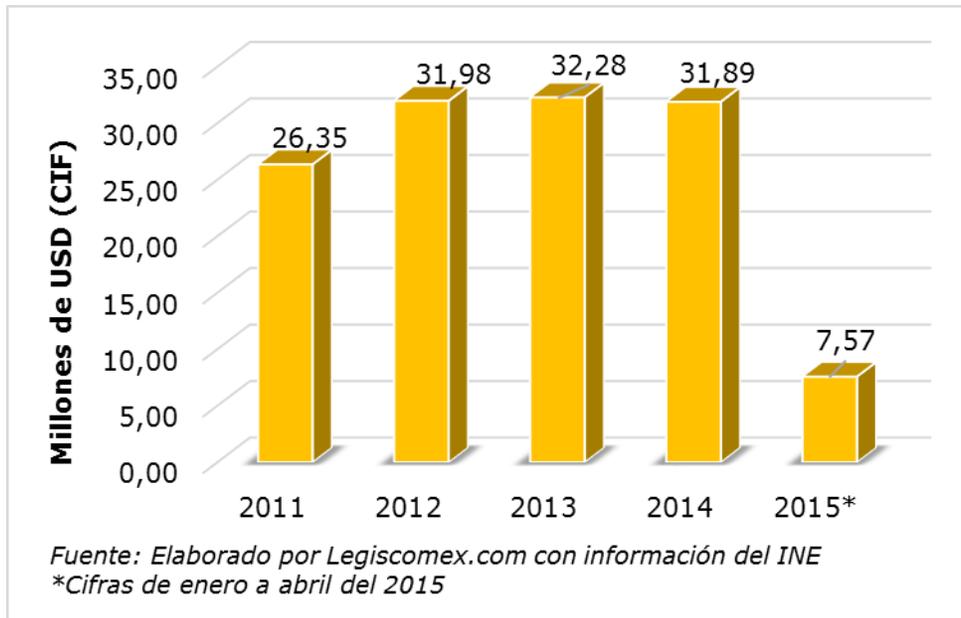


Importaciones

De acuerdo con las cifras publicadas por el Instituto Nacional de Estadística de Uruguay (INE), en los cuatro primeros meses del 2015 las importaciones de bebidas espirituosas y vinos de este país sudamericano sumaron USD7,57 millones, lo que representó un decrecimiento del 5,9% comparado con el mismo periodo del 2014, cuando las compras en el exterior totalizaron USD8,04 millones, según cálculos de **Legiscomex.com**.

En cuanto al 2014, las compras en el exterior de estas bebidas totalizaron en USD31,89 millones, es decir, que las importaciones presentaron un decrecimiento del 1,2%, en comparación con el año anterior, cuando se registraron compras por USD32,28 millones. De igual forma, **Legiscomex.com** identificó que las importaciones registraron un crecimiento promedio anual del 7%, entre el 2011 y 2014.

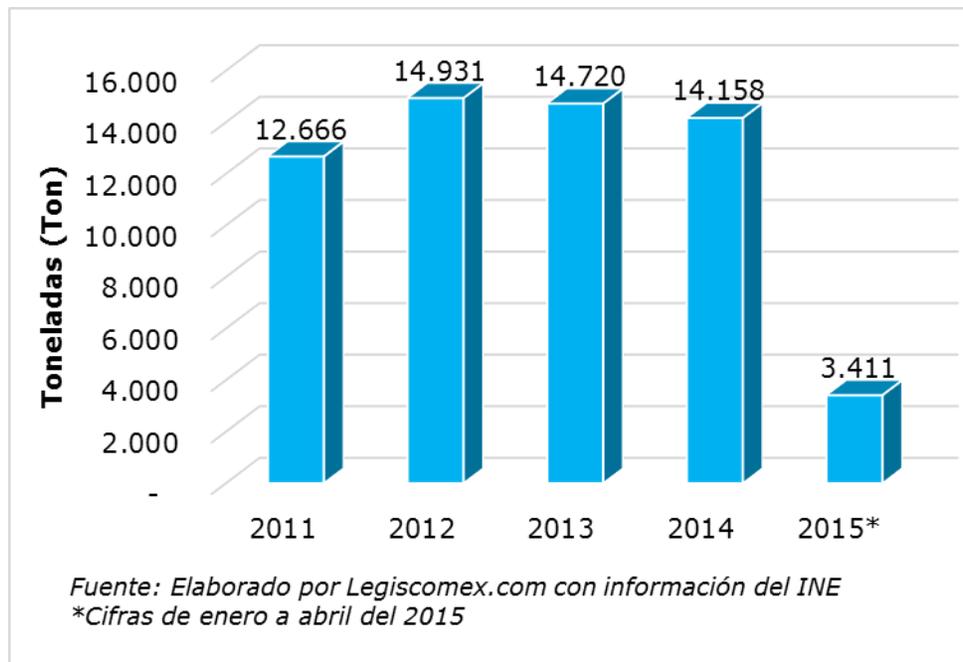
Gráfica 5: Evolución de las importaciones de bebidas espirituosas y vinos de Uruguay, 2011 – 2015*



En los cuatro primeros meses del 2015, Uruguay importó un total de 3.411 toneladas de estas bebidas pertenecientes al sector de industrias manufactureras, es decir, un 9,9% menos que lo comprado en el exterior durante el mismo periodo del 2014, cuando las importaciones totalizaron en 14.158 toneladas.

Para el 2014, el país uruguayo obtuvo compras externas por 14.720 toneladas de las bebidas espirituosas y vinos, lo que significó un decrecimiento del 9,9% en comparación con el volumen adquirido en el exterior durante el 2013, que registró 14.720 toneladas. Así mismo, las compras en volumen presentaron un decrecimiento promedio anual del 3,8%, durante los cuatro últimos años, según cálculos de **Legiscomex.com**.

Gráfica 6: Evolución de las importaciones de bebidas espirituosas y vinos en Uruguay, en toneladas



En los cuatro primeros meses del 2015, el *whisky* en recipientes con capacidad inferior o igual a 2 litros fueron el producto más comprado en el exterior, con USD3,6 millones, lo que representó el 48,7% del total de las importaciones de este sector.

Le siguieron vinos finos de mesa en recipientes con capacidad inferior o igual a 2 litros, con USD1,6 millones; los demás de los demás, con USD648.187; *whisky* con grado alcohólico volumétrico superior al 50 % vol., en recipientes con capacidad superior o igual a 50 litros, con USD630.470 y *vodka*, con USD192.762.

Tabla 7: Importaciones de bebidas espirituosas y vinos por posición arancelaria

Posición Arancelaria	Descripción de la posición arancelaria	2014*	2015*	Variación %	Participación del 2015 %
2208302000	Whisky en recipientes con capacidad inferior o igual a 2 litros	3.330.740	3.688.104	10,7%	48,7%
2204210010	Vinos finos de mesa en recipientes con capacidad inferior o igual a 2 litros	2.518.998	1.664.289	-33,9%	22,0%
2208900090	Los demás de los demás	628.630	648.187	3,1%	8,6%

Inteligencia de Mercados – Estudio de bebidas espirituosas y vinos en Uruguay

Posición Arancelaria	Descripción de la posición arancelaria	2014*	2015*	Variación %	Participación del 2015 %
2208301000	Whisky con grado alcohólico volumétrico superior al 50 % vol., en recipientes con capacidad superior o igual a 50 litros	513.624	630.470	22,7%	8,3%
2208600000	Vodka	144.853	192.762	33,1%	2,5%
2208400000	Ron y demás aguardientes procedentes de la destilación, previa fermentación, de productos de la caña de azúcar	200.318	156.410	-21,9%	2,1%
2204109000	Los demás vinos espumosos	86.305	128.249	48,6%	1,7%
2208700000	Licores	80.552	125.201	55,4%	1,7%
2204101000	Vino espumoso tipo champaña (champagne)	276.737	115.512	-58,3%	1,5%
2204210020	Los demás vinos en recipientes con capacidad inferior o igual a 2 l	58.788	82.646	40,6%	1,1%
2208500000	Gin y ginebra	35.981	55.132	53,2%	0,7%
2208900011	Tequila en recipientes con capacidad inferior o igual a 1 litro	80.568	36.591	-54,6%	0,5%
2205100000	Vermut y demás vinos de uvas frescas preparados con plantas o sustancias aromáticas en recipientes con capacidad inferior o igual a 2 l	58.135	31.516	-45,8%	0,4%
2208200000	Aguardiente de vino o de orujo de uvas	17.121	6.653	-61,1%	0,1%

Inteligencia de Mercados – Estudio de bebidas espirituosas y vinos en Uruguay

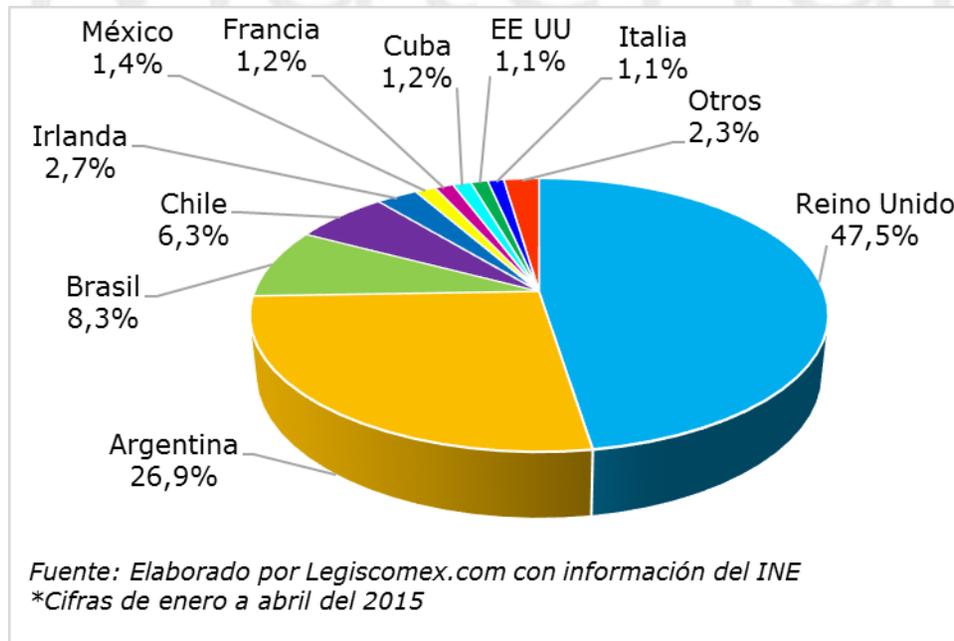
Posición Arancelaria	Descripción de la posición arancelaria	2014*	2015*	Variación %	Participación del 2015 %
2204210090	Los demás en recipientes con capacidad inferior o igual a 2 l	-	6.325	-	0,1%
2208309000	Los demás whisky	2.789	4.740	70,0%	0,1%
2204292000	Los demás mostos	15.616	-	-	-
Total		8.049.754	7.572.787	-100,0%	100,0%

Fuente: Elaborado por Legiscomex.com con información del INE

*Cifras de enero a abril del 2015

Entre enero y abril del 2015, Reino Unido fue el principal proveedor de las bebidas espirituosas y vinos de Uruguay al concentrar el 47,5% del total del mercado, equivalente a USD3,59 millones. Le siguieron Argentina, con USD2,04 millones; Brasil, con USD625.086; Chile, con USD473.546 e Irlanda, con USD206.760. Este grupo de países concentró el 91,7% de las ventas al país sudamericano.

Gráfica 7: Principales proveedores de bebidas espirituosas y vinos de Uruguay, 2015*



Acceso al mercado

Para acceder al mercado uruguayo, es indispensable considerar tanto las barreras arancelarias como las no arancelarias que impone el Gobierno y las entidades relacionadas con las bebidas

Inteligencia de Mercados – Estudio de bebidas espirituosas y vinos en Uruguay
 espirituosas y los vinos, las medidas interpuestas son determinantes para comercializar las
 bebidas alcohólicas dentro del mercado uruguayo.

- **Barreras arancelarias:**

Estas restricciones hacen referencia a tributos o aranceles que se le aplican a los productos al momento de ingresar al territorio uruguayo o cuando se venden dentro mismo. En el caso de Uruguay, este país ofrece ventajas para los países que pertenecen al Mercosur (Argentina, Brasil, Paraguay, Uruguay, Venezuela), además Bolivia, Perú y México también quedan exoneradas del arancel.

Los aranceles que se les aplica a las bebidas espirituosas y vinos para poder ingresar a territorio uruguayo, son:

Tabla 8: Arancel aplicable a cada producto por posición arancelaria

Posición arancelaria	Descripción arancelaria	Arancel
2204.10.10	Vino espumoso tipo champaña (champagne)	20%
2204.10.90	Los demás vinos espumosos	20%
2204.21.00	Vinos finos de mesa en recipientes con capacidad inferior o igual a 2 l	20%
2204.29.11	Los demás vinos en recipientes con capacidad inferior o igual a 5 l	20%
2204.29.19	Los demás de los demás vinos	20%
2204.29.20	Los demás mostos	20%
2204.30.00	Los demás mostos de uva	20%
2205.10.00	Vermut y demás vinos de uvas frescas preparados con plantas o sustancias aromáticas en recipientes con capacidad inferior o igual a 2 l	20%
2208.20.00	Aguardiente de vino o de orujo de uvas	20%
2208.30.10	Whisky con grado alcohólico volumétrico superior al 50 % vol., en recipientes con capacidad superior o igual a 50 l	12%
2208.30.20	Whisky en recipientes con capacidad inferior o igual a 2 l	20%
2208.30.90	Los demás whisky	20%

Posición arancelaria	Descripción arancelaria	Arancel
2208.40.00	Ron y demás aguardientes procedentes de la destilación, previa fermentación, de productos de la caña de azúcar	20%
2208.50.00	Gin y ginebra	20%
2208.60.00	Vodka	20%
2208.70.00	Licores	20%
2208.90.00	Tequila en recipientes con capacidad inferior o igual a 1 litro	20%

Fuente: Elaborado por Legiscomex.com con información de la Aladi

Cabe resaltar que otros de las barreras arancelarias son los impuestos a los que se encuentran sujetos los productos, como:

- IVA: Impuesto de Valor Agregado, este tributo generalmente es del 20%.
- Imaduni: Impuesto Aduanero Único a la Importación, corresponde a un 10% que se encuentra incluido en el arancel general
- IRAE: Impuesto a las Rentas de Actividades Económicas, hace referencia a un 4% sobre valor CIF de la mercancía.
- Imesi: Impuesto Específico Interno, se le aplica a los vinos y corresponde a un 23% por litro.
- IVA importación: Se le aplica a las importaciones de los vinos y hace referencia a un 22% sobre el valor CIF.

• **Barreras no arancelarias:**

Son las normas que deben cumplir los productos para poder comercializarse en el mercado interno. Estos requerimientos son supervisados por entidades oficiales que regularizan los bienes comercializados.

Etiquetado

Para las bebidas espirituosas y vinos el etiquetado debe cumplir algunos requisitos obligatorios que fueron presentados por el gobierno en un proyecto de ley en el 2013, por el cual se sustituyen los artículos 7 y 8 de la Ley N.º 16.753 del 3 de junio de 1996.

Dentro de este proyecto se establece que todos los envases de las bebidas alcohólicas, tanto de producción nacional como de productos importados, deberán llevar en su etiqueta principal la siguiente información:

- Denominación de venta del producto
- Marca comercial
- Volumen neto expresado en unidades del sistema internacional
- Contenido alcohólico

- Identificación de origen

Además, en la etiqueta debe aparecer el número de inscripción de la empresa en el registro de habilitación por parte de la Administración Nacional de Combustibles Alcohol y Portland (Ancap).

De igual forma, en el proyecto de ley se establece que quienes elaboren e importen bebidas alcohólicas que varíen en más de 1 % en volumen de lo indicado en la etiqueta serán sancionados con una multa económica que cambia según litro o fracción del producto.

En el caso de los vinos, la etiqueta debe ser presentada con un certificado, donde se analiza el producto, este es expedido por la Inavi (organismo oficial). Cabe resaltar que la etiqueta cambia si es para "Vino Común" o para "Vinos de calidad preferente" (V.C.P.).

Para el "Vino Común", la etiqueta no se registra y es responsabilidad de cada empresa el cumplir con las normas establecidas por la legislación. Dentro de esta se debe incluir:

- País de origen
- Tipo de vino
- Empresa productora
- Identificación del importador
- Dirección del importador
- Número de inscripción ante el Inavi
- Rotulo que indique la condición de importado

Para los "Vinos de calidad preferente" la etiqueta deberá contener toda la información ya mencionada en español, pero debe incluirse los términos previstos en el Decreto N° 283/93 del 16/06/93, o en los del Decreto N° 431/94.

Como nota es importante tener en cuenta que toda etiqueta que tenga una indicación geográfica, la región de origen o la denominación de origen, el bien debe tener con una certificación expedida por la entidad competente que acredite el derecho al uso de la denominación.

Normativa

La comercialización e importación de bebidas espirituosas y vinos está regulada por entidades oficiales encargadas de supervisar que cada uno de estos productos cumpla con los requisitos necesarios poder distribuir estas bebidas alcohólicas en el mercado uruguayo.

Ejemplo de las regulaciones establecidas se encuentra el Proyecto de Ley presentado en el 2013, con el cual se sustituyen los artículos 7 y 8 de la Ley N.º 16.753 del 3 de junio de 1996, dentro de estos artículos se estableció que quienes comercialicen bebidas alcohólicas que hayan sido manipuladas, alteradas o adulteradas serán sancionados con una multa.

Adicionalmente, si no se cumple con lo establecido en la norma ya mencionada el producto con el cual se cumplió la infracción podrá ser decomisado y el responsable de esta mercancía será sancionado con una multa.

En el caso de los vinos las regulaciones son más exigentes y tienen una entidad específica que supervisa, como lo es el Inavi. Las restricciones para este producto radican en la gran producción nacional que hay de este producto.

Para poder realizar las importaciones de vinos es necesario con presentar algunos documentos y cumplir con algunos trámites.

Los documentos que se deben presentar son:

- El formulario de la *Solicitud de Guía de Circulación de Vinos Importados*
- La factura comercial
- El certificado de origen, expedido por los organismos competentes de cada país de origen.
- Borrador del documento único de aduana
- El Certificado de análisis, expedido por la entidad de fiscalización autorizada. Dentro de este documento debe aparecer a que procedimientos fue sometido el producto, así como su marca, variedad, y número de lote.
- Certificado de grado alcohólico, es necesario para bienes que tengan un grado alcohólico superior al 14%.
- Etiquetas correspondientes

Canales de distribución y comercialización

La cadena de distribución de las bebidas espirituosas y vinos en el país sudamericano está compuesta por productores, exportadores, importadores, mayoristas, distribuidor minorista y el consumidor final.

A continuación se puede observar cómo cada uno de los participantes ya mencionados actúa dentro de la cadena de distribución:

Ilustración 1: Cadena de distribución de bebidas espirituosas y vinos en Uruguay



La cadena de distribución de las bebidas alcohólicas manejadas durante este estudio pasan del productor o exportador a los importadores quienes pueden hacer de mayorista, estos últimos en ocasiones guardan sus mercancías en bodegas para luego venderlas en fechas especiales y de esta forma ofrecerla a los consumidores finales. En cuanto a los minoristas, generalmente estos disponen de locales para vender sus productos.

Respecto a los principales puntos donde se distribuyen las bebidas espirituosas y los vinos son: hipermercados, supermercados, almacenes, autoservicios, hoteles, bodegas, restaurantes, bares, vinerías, tiendas especializadas, actividades sociales, entre otros.

Entre los principales grupos de cadenas se destacan el grupo Disco-Casino Géant (supermercados Disco, Devoto y el hipermercado Géant); Tienda Inglesa; Multiahorro (Super Fresco y Hard Discount); Ta-Ta y El Dorado.

En términos generales, los supermercados uruguayos son pequeños a comparación con los establecidos a nivel internacional; a nivel nacional el más grande es el hipermercado Géant que tiene 11.000 metros cuadrados.

La falta de supermercados que superen los 200 metros cuadrados se debe a que con las Leyes N° 17.188/99 y N° 17.657/03 establecidas por el Gobierno uruguayo, establecen que quienes quieran colocar un local con dimensiones superiores a las ya mencionadas debe pedir permiso a la comisión interdisciplinaria quien recomienda o no su aprobación a la autoridad de la localidad pertinente. Sin embargo, es importante tener en cuenta que lograr dicha autorización es muy difícil por lo que la población interesado en colocar locales prefieren los de tamaño pequeño.

Marcas

Legiscomex.com identificó algunas de las marcas que se encuentran presentes en el mercado uruguayo de las bebidas espirituosas y vinos.

Tabla 9: Marcas de vinos y bebidas espirituosas presentes en Uruguay

Whisky Golden King	Whisky Mac Pay	Whisky The Dalmore	Whisky Famous Grouse
			
Vodka Siberia	Vodka Smirnoff	Vodka Artic	Vodka Absolut
			
Ron Barceló	Ron Bacardí	Vino Dayman Tannat	Vino Amat Tannat
			

Vino De Lucca Reserva Syrah	Vino Cabernet Franc	Vino Río Colorado Reserve	Vino 1752
			

Fuente: Elaborado por Legiscomex.com con información de www.ron.com.uy, www.vodka.com.uy, www.whisky.com.uy

Precios

Para establecer el precio de las bebidas espirituosas y vinos en Uruguay hay que tener en cuenta algunos elementos como:

- El número de intermediarios que participan en el canal de comercialización.
- Los costos

Según un estudio realizado por el Proyecto de Promoción de las Exportaciones de Agroalimentos Argentinos (Proargex), los márgenes de comercialización que se manejan dentro del mercado de las bebidas alcohólicas son del 40% a 50% entre el importador y el distribuidor / mayorista; y de un 30% y 40% entre el minorista y consumidor final.

