

MERCADO: **BRASIL**

Exportaciones de vinos argentinos a BRASIL								
Ranking del destino para Argentina			3					
Año	FOB (U\$S)		Litros		Precio promedio		Participación en litros	
	Valor	Variación %	Volumen	Variación %	FOB (U\$S) por litro	Variación %	Granel	Fraccionado
2019	58,718,312		17,951,234		3.27		0.00%	100.00%
2020	69,352,346	18.11%	24,023,359	33.83%	2.89	-11.74%	0.00%	100.00%
2021	84,737,887	22.18%	28,831,405	20.01%	2.94	1.81%	0.00%	100.00%

NOTAS

- Su enorme población coloca a Brasil entre los grandes mercados consumidores de vino. En términos absolutos, es el 13.º mayor consumidor de vino del mundo, con cerca de 430 millones de litros anuales, lo que supone aproximadamente el 2 % de la demanda mundial.
- Cabe destacar el incremento del 18 % en el consumo de vino acontecido en 2020, principalmente impulsado a través del canal e-commerce.
- En cuanto a su demanda interna, el 31 % es satisfecha a través de vinos importados.
- Actualmente, el país es el tercer productor de vino de América Latina y 14º del mundo.
- Durante 2020, la demanda mundial de vino disminuyó por causas de aislamiento y restricciones sociales. Brasil, sufrió las restricciones en el consumo proveniente del canal HORECA. Sin embargo, las ventas se dispararon de la mano del canal online.
- **Importaciones**
 - Impuestos a la importación:
 - La importación de vinos y espumosos no procedentes de los países de Mercosur o países con acuerdo preferencial con Mercosur, como Chile, está sujeta a impuestos a la importación. En el caso del vino, código arancelario 2204.21, aquellos vinos en botellas de contenido inferior a 2 litros.
 - El arancel que soporta el vino no procedente del Mercosur y Chile, es del 27% para el producto clasificado como 2204.21 y del 20% para los demás, como el espumoso o vino transportado a granel.
 - Chile es el principal proveedor de vino para Brasil, representando en valor (43,97%) y en volumen (49,62%). Argentina participa con 16,54% en valor y 15,41% en volumen. Ambos países suman el 60,8% del mercado de los vinos importados por Brasil.

- El tercer país que mayores cantidades de vino exporta es Portugal, país que considera comercialmente prioritario a Brasil, por ello sus esfuerzos en promocionar su marca son muy fuertes. En 2020, ha crecido su importancia en el mercado brasileño de vinos tanto en términos de volumen (29,31%) como de valor (25,98%). Le siguen en orden de participación Italia, España y Francia
- En líneas generales, las importaciones al país han seguido una tendencia creciente durante la última década, con la excepción de los años 2015-2016. En 2020 se experimentó un crecimiento importante con respecto al 2019, tanto en volumen como en valor, gracias al incremento del consumo de vino entre la población brasileña.

- **Consumo**

- Los vinos nacionales de mesa son los más consumidos, dominan el mercado con un 85 % del total. En el caso del vino fino el 87% del vino fino consumido en Brasil procede del extranjero.
- Canal online: Brasil es ya el tercer mayor mercado en números absolutos de consumidores de vino online, con cerca de 11 millones de usuarios (solo por detrás de EE. UU. y China). El e-commerce creció un 30 %, mientras que el consumo del canal HORECA experimentó una caída del 27,75 % con respecto a 2019
- Los consumidores prestan cada vez menos atención al origen del vino y más a las características visuales de la marca (importancia de la etiqueta), sobre todo los jóvenes. Además, se están viendo que nuevos formatos de presentación, como el vino en lata, además de ser prácticos desde el punto de vista logístico, tienen una buena acogida en el consumidor brasileño.
- Frecuencia de consumo: Una característica del consumo de vinos en Brasil es su alta estacionalidad. En la temporada de invierno (junio, julio y agosto), el consumo de vinos tintos representa el 35% de la facturación de una empresa importadora. El consumo de blancos, que combina mejor con el clima tropical de Brasil, es más continuo a lo largo del año.
- Entre los factores que explican el desarrollo del consumo de vino en Brasil destacan, además del gran crecimiento del comercio electrónico, la creciente oferta de etiquetas en los supermercados – cada vez más capacitados para realizar importación directa– o el fenómeno de la gourmetización.
- Tradicionalmente, el consumo del vino se ha venido produciendo mayoritariamente a través del canal off-trade (tiendas, supermercados, hipermercados, e-commerce...), siendo muy baja la importancia del canal HORECA (restaurantes, hoteles, clubs de vino.).
- El vino, tiene una carga impositiva alta, lo que imposibilita el consumo por parte de las clases más bajas. Por clase social se estima que el 50% de los consumidores de vino es de clase media y el 26% a la clase alta

- **Precios:**

- Para comprender la formación de precios para el mercado brasileño de la botella de vino hay que tener en cuenta dos aspectos: En primer lugar, la existencia de una serie de impuestos a la importación y, en segundo lugar; los elevados márgenes que soporta el producto a lo largo de toda la cadena de distribución hasta que este llega a las manos del consumidor final.

TABLA 14. IMPUESTOS APLICABLES A LA IMPORTACIÓN DE VINO (PARTIDA 2204.2100)

Impuesto	Descripción
<i>I.I.</i> <i>Impuesto a la Importación</i> 27 %	El impuesto sobre la importación de productos extranjeros (II) se aplica a la importación de productos extranjeros y al equipaje de los viajeros procedentes del extranjero. En el caso de las mercancías extranjeras, la base de cálculo es el valor en aduana y la tasa se indica en el Tarifa Externa Común (TEC).
<i>I.P.I.</i> <i>Impuesto sobre Productos Industriales</i> 10 %	Para los productos importados el hecho imponible nace en el desembarque aduanero. La base para su cálculo es el valor CIF + I.I. Las mercancías importadas en régimen de zona franca están exentas de aplicación de I.I. e I.P.I.
<i>Contribuciones Sociales: PIS/PASEP y COFINS</i> 2,10 % 9,65 %	Desde la entrada en vigor de la Ley n° 10.865/04 el 1 de mayo de 2004, existen estas contribuciones de competencia federal destinadas a la financiación de la seguridad social y tienen incidencia sobre los productos importados. La base para su cálculo es el valor CIF.
<i>ICMS</i> <i>Impuesto sobre la Circulación de Mercancías y prestación de Servicios.</i> 25 %	En el caso de importaciones, la ley considera contribuyente del impuesto a la persona física o jurídica que importe las mercancías del exterior, independientemente si están destinadas al consumo o que sea destinada a servicios prestados o iniciados en el exterior. Es un impuesto de competencia estadual. La base de cálculo para este impuesto es el Valor CIF + I.I. + I.P.I. + PIS + COFINS

- Determinación del precio: Un factor muy a tener en cuenta a la hora de determinar el precio final del producto en Brasil es la aplicación de márgenes elevados. Si bien cada empresa tiene su forma de operar y los márgenes pueden variar, cuando tratamos con un importador podemos esperar que estos se muevan en una banda entre 50 % y el 90 %. Siguiendo con esta tendencia, los supermercados e hipermercados, principal punto de venta del vino en Brasil con un 56 % de cuota entre los puntos de venta, suelen establecer un margen entre el 40 % y el 50 % a los productos en sus lineales. Por su parte, los bares y restaurantes suelen aplicar un margen entre el 80 % y el 100 %.
- De esta manera, la botella de vino llega al consumidor con un precio entre 4,5 veces el valor CIF en los puntos de venta y 6 veces mayor en el canal HORECA.



○

Fuente: Elaboración **Observatorio Vitivinícola Argentino** en base a datos de:

- El Mercado del vino en Brasil – Estudio ICEX
- <https://enolife.com.ar/es/brasil-importo-40-mas-de-vino-en-2021-y-argentina-se-ubica-como-3-proveedor-tras-chile-y-portugal/>
- <https://landgeist.com/2022/04/07/wine-consumption-in-south-america/>
- <https://www.fundacionclinicadelafamilia.org/consumo-de-alcohol-postpandemia/>