



CONSULADO GENERAL Y CENTRO DE PROMOCION
DE LA REPUBLICA ARGENTINA EN NUEVA YORK



**ESTUDIO DE MERCADO DE VINO EN EL
NORESTE DE ESTADOS UNIDOS
P.A. 2204.21.50/80**

Junio/2018

1.- CONSIDERACIONES GENERALES	3
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO.....	3
CLASIFICACIÓN ADUANERA	3
ARANCEL	4
2.- CONDICIONES DEL MERCADO	7
PRODUCCIÓN MUNDIAL DE VINO	7
CONSUMO MUNDIAL DE VINOL.....	9
PRODUCCIÓN DE VINO EN LOS EEUU	10
CONSUMO DE VINO EN LOS EEUU.....	11
VENTAS DE VINO EN LOS EEUU.....	12
EXPORTACIÓN	14
IMPORTACIONES.....	16
22042150.....	16
22042180.....	19
EXPORTACIONES DE VINO DE LA ARGENTINA POR POSICIÓN ARANCELARIA:.....	21
EXPORTACIONES DE VINO DE LA ARGENTINA – POR TIPO DE VINO	22
EXPORTACIONES ARGENTINAS DE VINO POR LA JURISDICCIÓN DEL CONSULADO EN NUEVA YORK.....	25
3.- PRECIOS	26
RELEVAMIENTO DE PRECIOS.....	27
4 - COMERCIALIZACIÓN	28
ESTRUCTURA DE LA CADENA DE DISTRIBUCIÓN	28
COMERCIALIZACIÓN DE VINOS KOSHER.....	30
EMBALAJE.....	31
NORMAS DE EMPAQUETADO Y ETIQUETADO.....	31
5.- PRÁCTICAS DE PROMOCIÓN Y HERRAMIENTAS DE UTILIDAD.	34
FERIAS Y EXPOSICIONES	34
VISITAS COMERCIALES	36
PUBLICACIONES	36
ASOCIACIONES	37
PRINCIPALES ASOCIACIONES EMPRESARIALES DEL SECTOR, FUERA DE LA JURISDICCIÓN DEL CONSULADO EN NUEVA YORK:.....	38
CATÁLOGOS	38
ARTÍCULOS DE LA PRENSA DE EEUU SOBRE LA INDUSTRIA VITIVINÍCOLA ARGENTINA	39
LISTADO DE IMPORTADORES DE LA JURISDICCIÓN DEL CONSULADO ARGENTINO EN NUEVA YORK:	39
6 - NORMAS LEGALES DE IMPORTACIÓN	45
7- CONSIDERACIONES FINALES.....	47

1.- Consideraciones Generales

Descripción del producto

El presente estudio de mercado se concentra en los vinos de uva con una concentración alcohólica de 14% o mayor, en recipientes de no más de 2 litros.

Clasificación Aduanera

En los EE.UU. sólo el gobierno federal tiene competencia para regular el comercio exterior. El Servicio de Aduanas de Estados Unidos (www.customs.gov) administra las leyes relacionadas con la importación de productos. La Comisión de Comercio Internacional de Estados Unidos (www.usitc.gov) es la institución responsable de la publicación del esquema arancelario vigente, sus actualizaciones y todo material relacionado.

La clasificación de bienes para su importación al territorio de los EE.UU. se rige por el Nomenclador Arancelario de Estados Unidos (*Harmonized Tariff Schedule of the United States*). Este contiene más de 10.000 clasificaciones, la mayoría de las cuales están sujetas a interpretación. Como sucede en otros países, pueden registrarse, por diferencias de interpretación, casos en los que un producto de importación puede recibir más de una clasificación. Cuando un producto ingresa a los EE.UU. deben completarse los documentos necesarios con el objetivo de que la Aduana le asigne un valor tentativo y proceda a su clasificación.

Este estudio se refiere a las siguientes posiciones del Esquema Arancelario Armonizado de los Estados Unidos:

22042150 Vino excepto Tokay –no carbonatado-, con no más de 14 % de alcohol en recipientes de no más de 2 litros

22042180 Vino de uva, distinto del Marsala, no efervescente, de más de 14 % de alcohol, en recipientes de no más de 2 litros

A su vez, la posición 22042150 se divide, a efectos estadísticos, en las siguientes sub-posiciones:

Posición	Descripción
2204.2150.05	Valuado no más de U\$S 1,05/litro - Tinto
2204.21.50.15	Valuado no más de U\$S 1,05/litro - Blanco

VINOS

2204.21.50.25	Valuado no más de U\$S 1,05/litro – Otro
2204.21.50.35	Valuado a más de U\$S 1,05/litro –Tinto Orgánico
2204.21.50.40	Valuado a más de U\$S 1,05/litro –Tinto, los demás
2204.21.50.50	Valuado a más de U\$S 1,05/litro – Blanco Orgánico
2204.21.50.55	Valuado a más de U\$S 1,05/litro – Blanco, los demás
2204.21.50.60	Valuado a más de U\$S 1,05/litro – Otro

Por su parte, la posición 22042180 se divide, a efectos estadísticos, en las siguientes sub-posiciones:

Posición	Descripción
2204.2180.30	Sherry
2204.21.80.60	Los demás vinos de uvas con concentración alcohólica de 14% o mayor, en contenedores de menos de 2 litros

Arancel

Todos los bienes que entran a los EE.UU. están sujetos al pago de impuestos, a menos que estén específicamente exentos. La mercadería es examinada, los impuestos son establecidos y su pago debe hacerse efectivo en el lugar y tiempo de ingreso.

Los impuestos varían conforme al país de origen. La mayoría de los países gozan de los beneficios de la cláusula de nación más favorecida. Otros acuerdos bilaterales y regionales o concesiones unilaterales de Estados Unidos otorgan beneficios adicionales de desgravación.

El arancel general de la posición 2204.21.50 es de 6,3 centavos de U\$S por litro, el cual debe pagar la Argentina¹. A esto debe agregársele U\$S 1,07 por galón, en materia de

¹ <http://www.usitc.gov/publications/docs/tata/hts/bychapter/1301C22.pdf>

impuesto federal (Federal Excise Tax – 26 U.S.C. 5041) para los vinos no espumantes de no más de 14 % de alcohol por volumen.

El arancel general de la posición 2204.21.80 es de 16,9 centavos de U\$S por litro, Argentina por estar incluida en el Sistema Generalizado de Preferencias (SGP), al cual fue reincorporada en el último año, está exenta del pago de arancel. (La letra “A” en la Columna Especial del Sistema Tarifario de los EEUU es la que indica la existencia de una posición con SGP)



Harmonized Tariff Schedule of the United States (2016)
Annotated for Statistical Reporting Purposes

IV
22-7

Heading/ Subheading	Stat. Suf- fix	Article Description	Unit of Quantity	Rates of Duty		
				1		2
				General	Special	
2204 (con.)		Wine of fresh grapes, including fortified wines; grape must other than that of heading 2009: (con.)				
2204.21 (con.)		Other wine; grape must with fermentation prevented or arrested by the addition of alcohol: (con.)				
		In containers holding 2 liters or less: (con.)				
		Other:				
		Of an alcoholic strength by volume not over 14 percent vol.:				
	00	If entitled under regulations of the United States Internal Revenue Service to a type designation which includes the name "Tokay" and if so designated on the approved label.....	liters.....	6.3¢/liter <u>1/</u>	Free (A, AU, BH, CA, CL, CO, E, IL, KR, MA, MX, OM, P, PA, PE, SG) 2.8¢/liter (JO) <u>1/</u>	33¢/liter <u>1/</u>
	2204.21.30	Other.....		6.3¢/liter <u>1/</u>	Free (A+, AU, BH, CA, CL, CO, D, E, IL, KR, MA, MX, OM, P, PA, PE, SG) 2.8¢/liter (JO) <u>1/</u>	33¢/liter <u>1/</u>
	2204.21.50	Valued not over \$1.05/liter:				
	05	Red.....	liters			
	15	White.....	liters			
	25	Other.....	liters			
	28	Valued over \$1.05/liter:				
		Icewine.....	liters			
		Other:				
		Red:				
	35	Certified Organic:.....	liters			
	40	Other.....	liters			
		White:				
	50	Certified Organic.....	liters			
	55	Other.....	liters			
	60	Other.....	liters			
		Of an alcoholic strength by volume over 14 percent vol.:				
	2204.21.60	If entitled under regulations of the United States Internal Revenue Service to a type designation which includes the name "Marsala" and if so designated on the approved label.....	liters.....	5.3¢/liter <u>1/</u>	Free (A, AU, BH, CA, CL, CO, E, IL, KR, MA, MX, OM, P, PA, PE, SG) 2.3¢/liter (JO) <u>1/</u>	33¢/liter <u>1/</u>
	2204.21.80	Other.....		16.9¢/liter <u>1/</u>	Free (A, AU, BH, CA, CL, CO, E, IL, KR, MA, MX, OM, P, PA, PE, SG) 7.5¢/liter (JO) <u>1/</u>	33¢/liter <u>1/</u>
	30	Sherry.....	liters			
	60	Other.....	liters			

1/ Imports under this subheading may be subject to Federal Excise Tax (26 U.S.C. 5041).

2.- Condiciones del mercado

En esta sección se analizan la producción y consumo mundial de vino. Asimismo, se incluye la información relativa a producción, consumo, ventas, exportaciones e importaciones de vino por parte los EEUU; así como las exportaciones argentinas de nuestro país a los EEUU y a la Jurisdicción del Consulado Argentino en Nueva York².

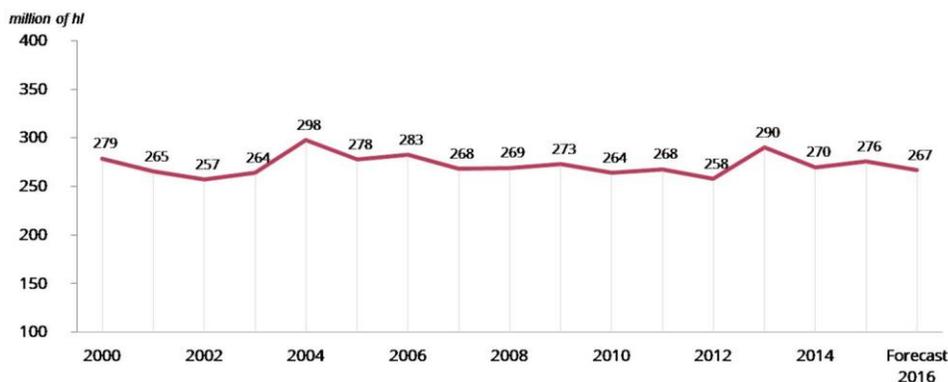
Producción mundial de vino

La producción mundial estimada³ de vinos de para el año 2016, según la Organización Internacional de Vitivinicultura (*Organization Internationale de la Vigne et du Vigne* OIV) en el “Reporte estadístico de la viticultura mundial”, alcanzó los 267 millones de hectolitros (excluyendo el mosto y los jugos). Esto representó una disminución del 3% con respecto al año 2015.

Italia fue el principal productor, con una producción estimada de 50,9 millones de hl, para el año 2016, lo que representó un incremento del 2% con respecto al año anterior, seguido por Francia, con una producción estimada de 43,5 millones de hl, lo que representó una disminución del 7% con respecto al año 2015.

Por su parte, la Argentina ocupó el noveno lugar de este ranking con 13,4 millones de hl, con una disminución \ de un 29% con relación al año 2015.

Producción mundial de vinos 2000-2016 -en millones de hectolitros-



Fuente: OIV – 2017

² Puertos de entrada de los Estados de Nueva York, Nueva Jersey, Connecticut, Massachusetts, Vermont, New Hampshire, Maine y Rhode Island

³ <http://www.oiv.int/public/medias/5479/oiv-en-bilan-2017.pdf>

A continuación, se incluyen las estadísticas de los principales productores mundiales de vino, durante el año 2016:

Principales productores mundiales de vino –Año 2016

- en millones de hl -

País	2016* millones de hl	Porcentaje de cambio 2015-16
Italia	50,9	2%
Francia	43,5	-7%
España	39,3	4%
EEUU	23,9	10%
Australia	13	9%
China	11,4	-1%
Sud Africa	11,2	-6%
Chile	10,1	-21%
Argentina	9,4	-29%
Alemania	9	1%

* cantidades estimadas

Fuente: OIV – Paris, Octubre/2017⁴

⁴ <http://www.oiv.int/public/medias/5479/oiv-en-bilan-2017.pdf>

Consumo mundial de vino⁵

El consumo mundial estimado de vino alcanzó durante el año 2016 (últimos datos disponibles) los 24,1 mil millones de litros.

EEUU se mantuvo durante el año 2016 como el primer consumidor mundial de vinos, con un 13,2% del total consumido, seguido por Francia (11,2%), Italia (9,4%) y Alemania (8,1%).

Argentina fue el principal consumidor de vino de América Latina y el segundo del continente americano durante el año 2016, con cerca del 4 % del total del consumo mundial.

A continuación se detallan los principales países consumidores de vino a nivel mundial:

País	2016 (millones de litros)	Porcentaje de cambio 2015-16
EEUU	3.100	1%
Francia	2.700	- 3,7%
Italia	2.250	4,4%
Alemania	1.950	-4,1%
China*	1.730	1,1%
Reino Unido	1.290	0,9%
España	990	0,9%
Argentina	940	-6,2%

⁵ <http://www.oiv.int/public/medias/4587/oiv-noteconjmars2016-en.pdf>

Rusia	930	-21,1%
Australia	540	0,4%

Fuente: OIV – 2017

*consumo aparente (producción+Importación-Exportación)

Producción de vino en los EEUU

La producción neta de vino de los EEUU alcanzó los 327 millones de cajas durante el año 2017, según un reporte de “Wine Vine Analytics”. Asimismo, este informe indica que la cantidad total de viñedos en los EEUU es de 9.654, a Enero/2018.

Los EEUU ha registrado un incremento en la cantidad de negocios dedicados a la producción de vinos, lo que alcanzó un número de 563 en el año 2017, pero la mayoría de estos establecimientos son muy pequeños y producen menos de 5.000 cajas de vino anualmente.

A continuación se detalla la cantidad de viñedos, producción de vino en los EEUU, a Enero del 2018 – por estado:

<i>Estado</i>	<i>Cantidad de negocios productores de vino</i>	<i>Producción Neta (cajas)</i>	<i>%</i>
California	4.391	282.500.000	86
Washington	772	14.800.000	5
New York	395	12.000.000	4
Oregon	774	4.200.000	1
Texas	319	1.800.000	1
Los demás	3.003	12.180	-
Total	9.654	327.480.00	100

Fuente: Wine Vine Analytics = Febrero, 15/2018

El Estado de California es el principal productor de vino en los EEUU. La producción de este Estado representó el 86% del total de este país durante el año 2017, alcanzando las 282,5 millones de cajas de vinos, según los datos de Enero/2018 de la publicación Wines Vines Analytics⁶. El Estado de Washington es el segundo productor de los EEUU con un 5% de la producción y en tercer lugar el Estado de Nueva York con un 4% del total.

Consumo de vino en los EEUU⁷

En el año 2016 el consumo per capita de los EEUU alcanzó los 11,13 litros, según lo indicado por el California Wine Institute, según los datos compilados a Mayo/2017 (últimos datos disponibles)

En los últimos 10 años el consumo per capita en los EEUU se ha incrementado en un 22,5%, tal como se observa en la tabla que se presenta más abajo:

Año	Consumo per capita *
2016	2.94 gals
2015	2,83 gals
2014	2.80 gals
2013	2.80 gals
2012	2.73 gals
2011	2.68 gals
2010	2.53 gals

⁶ <https://www.winesandvines.com/template.cfm?section=widc&widcDomain=wineries>

⁷ <http://www.wineinstitute.org/resources/statistics/article86>

Año	Consumo per capita *
2009	2.49 gals
2008	2.45 gals
2007	2.46 gals
2006	2.40 gals
2005	2.34 gals

1 galon = 3,785 litros

*Calculado sobre consumo de todo tipo de vino (incluye vino espumante, vino de postre, vermouth, otro tipo de vino , considerando la estimación de la población estimada por el Bureau de Censo, el consumo per capita sería mayor, si se considerará la edad legal en los EEUU para consumir bebidas alcohólicas (21 años).

Fuente: Wine Institute, California – EEUU, Mayo 2017 (último dato disponible)

Ventas de vino en los EEUU⁸

Las ventas de vino en los EEUU alcanzaron los 59,5 mil millones de dólares en el año 2016 (últimos datos de Mayo/2017), siendo este país el mercado de mayor venta de vinos a nivel mundial desde el año 2010, según lo indicado por un informe preparado por la empresa Nielsen y publicado por el Wine Institute del estado de California.

Las ventas de vinos en los EEUU en el año 2016, incluyendo el producto doméstico y el importado, alcanzaron las 399,2 millones de cajas de 9 litros de todo tipo de vino (de mesa, postre, champagne, efervescente) por un valor minorista de USD 37 mil millones.

Las ventas por tipo de vino durante el año 2016, en volumen, se desagregaron de la siguiente manera: el vino Chardonnay sigue siendo el más popular, con un 20% del total; seguido por el Cabernet Sauvignon con un 15%, los vinos tintos y dulces representaron un 13% del total; el Pinot Grigio tuvo un 9% del total, el Merlot participó con un 7%, el vino Moscato participó con un 5%, el Pinot Noir con un 6%, seguido por el Zinfandel Blanco con un 6% y el Savignon Blanc con un 5%.

⁸<http://www.wineinstitute.org/resources/pressroom/05012017>

La venta de vinos nacionales, por rango de precios, se desagrega de la siguiente manera, de acuerdo al informe de Enero/2018 (anteriormente mencionado) de Wine & Vine Analytics:

<i>Precio promedio de una botella</i>	<i>%</i>
\$ 1 - \$ 10,99	2
\$11- \$ 19,99	32
\$ 20- \$29,99	32
\$ 30 – \$39,99	15
\$ 40 = \$ 50,99	13
\$ 60 - \$ 99,99	5
\$ 100 o más	2
Total	100

Fuente: Wine & Vine Analytics – Enero/2018

Según el detalle de más arriba, la mayor demanda de vinos domésticos se encuentra en el rango de precios de USD 11 – 30 con un 64% del total de las ventas totales de vinos nacionales.

VENTA MINORISTA POR TIPO DE VINO EN LOS EEUU 2005-2016
(VALOR EN MILLONES DE CAJAS DE 9 LITROS)

Año	Vino de mesa*	Vino de Postre**	Vino efervescente/ Champagne	Total	Valor minorista***
2016	331,7	41,9	25,6	399.2	59,5 mil mill
2015	324,9	40,4	22,5	387.7	57,1 mil mill
2014	323,4	32,2	19,7	375.4	37,6 mil mill
2013	323,5	30,9	18,4	372.8	36,3 mil mill
2012	319,4	29,9	17,6	366.9	34,6 mil mill

2011	306,2	31,5	17,2	354.9	32,9 mil mill
2010	292,1	28,8	15,4	336.3	30,0 mil mill
2009	295,3	26,6	13,9	335.8	28,7 mil mill
2008	279,7	27,4	13,5	320.6	30,0 mil mill
2007	276,9	26,3	13,9	317.1	30,4 mil mill
2006	266,0	27,4	13,6	304.3	27,8 mil mill
2005	255,4	22,5	13,1	290.9	25,8 mil mill

* Incluye vinos de grado alcohólico de no más de 14
 ** Incluye vinos de grado alcohólico de más de 14 grados
 *** Valor minorista estimado, incluye “mark-ups” de los mayoristas, minoristas, y “restaurateurs”
 Fuente: Wine Institute - California – EEUU – Mayo/2017

Exportación⁹

Las exportaciones totales de vino de los EEUU alcanzaron durante el año 2017 a los USD 1,2 mil millones (posición arancelaria 2204.21)¹⁰ y por un total de 141 millones de litros, esto representó una disminución del 8,2 %, en valor, y una disminución del 15,4 % en cantidad, con relación al año anterior.

Los principales destinos de las exportaciones de vino de los EEUU durante el año 2017 fueron Canadá con un 30% de las exportaciones en valor y un 38% y en segundo lugar Hong Kong con un 11% del valor y Reino Unido con un 12% de la cantidad total exportada.

A continuación se detallan los principales destinos de las exportaciones de vino por de los EEUU, para el período 2015-2017:

EXPORTACIONES DE EEUU POR PRINCIPALES DESTINOS

EN MILES DE DOLARES¹¹ -2015-2017

Origen	2015	2016	2017	Porcentaje de cambio 2016 - 2017
	<i>en miles de dólares</i>			
Canadá	389.809	372.717	390.466	4,8%

⁹ <http://dataweb.usitc.gov/scripts/query.asp> - Departamento de Comercio EEUU – Febrero 2016

¹⁰ vinos de uvas frescas no espumantes, con una graduación alcohólica por volumen de no más de 14 % en recipientes de 2 litros o menos

Hong Kong	99.001	97.152	131.780	35,6%
R. Unido	210.482	265.858	97.331	-63,4%
Alemania	79.841	83.817	87.909	4,9%
Japón	74.072	61.348	69.435	13,2%
China	38.740	65.880	67.582	2,6%
Francia	40.138	55.673	65.122	17,0%
Dinamarca	22.930	23.741	27.993	17,9%
Suecia	29.466	20.972	23.305	11,1%
Holanda	17.084	18.878	22.026	16,7%
Bélgica	12.910	21.814	21.340	-2,2%
Corea	16.396	18.598	20.372	9,5%
México	13.732	14.559	14.633	0,5%
Singapur	12.838	11.328	11.493	1,5%
Filipinas	9.483	10.953	11.304	3,2%
Sub-total	1.066.921	1.143.287	1.062.091	-7,1%
Los demás	197.583	170.828	144.757	-15,3%
TOTAL	1.264.504	1.314.115	1.206.848	-8,2%

Fuente: Departamento de Comercio de los EEUU.- Febrero/2018

**EXPORTACIONES DE EEUU POR PRINCIPALES DESTINOS
EN MILES DE LITROS¹² - 2015-2017**

Origen	2015	2016	2017	Porcentaje de cambio 2016 - 2017
	<i>En miles de litros</i>			
Canadá	55.444	53,793	53.422	-0,7%
R. Unido	49.146	49.731	17.879	-64%
Alemania	20.194	12.411	17.780	43,3%

VINOS

China	8.318	10,171	10.567	3,9%
Hong Kong	9.995	8.955	8.478	-5,3%
Japón	13.381	5.756	6.325	9,9%
Filipinas	3.082	3.408	3.778	10,8%
Suecia	5.317	3.543	3.332	-5,9%
Dinamarca	3.057	3.345	3.323	-0,7%
México	3.306	3.208	3.302	2,9%
Bélgica	1.923	2.808	3.054	8,7%
Corea	2.202	2.556	2.963	16%
Holanda	1.647	3.054	2.809	-8%
Rep. Dominicana	2.787	2.800	2.759	-1,5%
Francia	2.529	1.428	1.479	3,6%
Sub-total	3.529	166.967	141.251	-15,4%
Los demás	40.824	25.764	21.096	-18,1%
TOTAL	185.388	166.967	141.251	-15,4%

Fuente: Departamento de Comercio de los EEUU.- Febrero/2018

Importaciones

22042150

Las importaciones de vino de un grado alcohólico no mayor al 14% y conteniendo un volumen de 2 litros o menor alcanzó los USD 3,926 millones en el año 2017. Esto representó un incremento del 4,6% en valor, con respecto al año anterior. La cantidad importada durante el año 2017 fue de 688 millones de litros, representando un incremento del 1,8 % con respecto al año anterior.

Italia se mantuvo como el primer proveedor a este mercado, tanto en valor como en cantidad de las ventas a los EEUU, las mismas representaron un tercio de las ventas en valor y un porcentaje similar en cantidad. Francia, ocupó el segundo lugar con cerca un 25% de las ventas totales a los EEUU, en valor, un 20% de las ventas, en cantidad durante el año 2017.

Argentina se mantuvo como el quinto proveedor de vinos a los EEUU durante el año 2017, por esta posición, con un 6 % en valor y un 8 % en cantidad, de las importaciones totales de este país.

A continuación se detallan los principales orígenes de las importaciones de vino por esta posición a los EEUU para el período 2015-2017:

**Principales proveedores de vino a los EEUU
2015-17 - en miles de dólares**

22042150

Origen	2015	2016	2017	Porcentaje de cambio 2016 - 2017
	<i>En miles de dólares</i>			
Italia	1.280.705	1.312.427	1.329.441	1,3%
Francia	855.683	905.912	1.058.187	16,8%
Nueva Zelanda	293.806	320.957	341.323	6,3%
Australia	344.056	313.615	293.875	-6,3%
Argentina	231.359	230.868	230.555	-0,1%
España	189.497	191.930	195.476	1,8%
Chile	220.453	209.448	194.775	-7,0%
Alemania	99.844	98.848	102.071	3,3%
Portugal	41.741	43.684	47.495	8,7%
Sud Africa	40.074	36.653	38.370	4,7%
Israel	16.015	15.485	17.688	14,2%
Austria	13.452	14.311	15.566	8,8%
Grecia	10.171	10.798	12.250	13,4%
Reino Unido	7.080	9.443	11.070	17,2%
Canadá	4.017	5.884	6.237	6,0%
Sub-total	3.647.955	3.720.264	3.894.378	4,7%
Los demás	32.612	34.223	32.395	-5,3%

TOTAL	3.680.567	3.754.487	3.926.774	4,6%
--------------	------------------	------------------	------------------	-------------

Fuente: Departamento de Comercio de los EEUU – Febrero/2018

**Principales proveedores de vino a los EEUU
2015-2017 - en miles litros**

22042150

Origen	2015	2016	2017	Porcentaje de cambio 2016 - 2017
	<i>en miles de litros</i>			
Italia	245.438	242.244	243.384	0,5%
Francia	93.384	101.899	117.017	14,8%
Australia	104.161	97.246	91.329	-6,1%
Chile	59.540	55.795	52.893	-5,2%
Argentina	53.084	51.408	47.890	-6,8%
Nueva Zelanda	37.392	42.121	44.900	6,6%
España	37.047	37.161	39.621	6,6%
Alemania	19.354	19.176	20.168	5,2%
Portugal	12.451	13.268	14.423	8,7%
Sud Africa	8.088	7.817	8.354	6,9%
Austria	2.371	2.448	2.633	7,6%
Israel	1.902	1.736	2.141	23,3%
Grecia	1.773	1.812	1.972	8,9%
Slovenia	823	775	811	4,7%
Irlanda	1.076	911	725	-20,5%
Sub-total	677.884	675.820	688.261	1,8%
Los demás	5.296	6.149	6.006	-2,3%
TOTAL	677.884	675.820	688.261	1,8%

Fuente: Departamento de Comercio de los EEUU – Febrero/2018

22042180

Las importaciones totales de vino de uva, distinto del Marsala, no efervescente, de más de 14 % de alcohol, en recipientes de no más de 2 litros, alcanzaron los USD 412 millones en el año 2017. Esto representó un incremento del 4,9 % en valor importado en relación al 2016. El total importado, en cantidad alcanzó los 36 millones de litros, lo que representó una caída del 1,3 % con respecto al año 2016.

El principal proveedor durante el año 2017, en valor, fue Italia con un 25% de las ventas y España fue el primer proveedor, en cantidad, con un 20% del total importado por los EEUU.

Argentina fue el cuarto proveedor a los EEUU con el 12% del valor y el segundo vendedor, en cantidad, con un 20% de las ventas a los EEUU, durante el año 2017.

A continuación se detallan los principales orígenes, de las importaciones de vino por esta posición a los EEUU para el período 2015-2017:

**Valor de las importaciones de los principales proveedores de vino a los EEUU
-en miles de dólares- 2015-2017**

22042180

Origen	2015	2016	2017	Porcentaje de cambio 2016 - 2017
	<i>en miles de dólares</i>			
Italia	119.942	102.679	111.098	8,2%
Francia	53.615	48.345	63.377	31,1%
España	54.245	54.663	56.957	4,2%
Argentina	75.732	72.289	54.734	-24,3%
Portugal	48.440	44.698	48.509	8,5%
Australia	37.315	35.725	37.676	5,5%
Israel	6.100	7.881	12.356	56,8%
Chile	16.519	13.023	11.458	-12,0%

VINOS

Sud Africa	8.596	6.848	6.553	-4,3%
Alemania	646	1.562	2.422	55,0%
México	462	485	1.351	178,4%
R. Unido	338	508	925	82,1%
Grecia	905	791	855	8,2%
Uruguay	402	181	556	207,0%
Holanda	0	0	505	N/A
Sub-total	423.258	389.679	409.332	5,0%
Los demás	2.971	3.633	3.192	-12,2%
TOTAL	426.228	393.313	412.524	4,9%

Fuente: Departamento de Comercio de los EEUU – Febrero/2018

Principales proveedores de vino a los EEUU - en miles de litros- 2015-2017

22042180

Origen	2015	2016	2017	Porcentaje de cambio 2016 - 2017
	<i>en miles de litros</i>			
España	7.300	7.656	7.762	1,4%
Argentina	9.946	9.108	6.353	-30,3%
Italia	5.814	5.021	5.726	14,0%
Francia	3.605	3.522	4.385	24,5%
Australia	4.186	4.134	4.196	1,5%
Portugal	4.033	3.810	4.069	6,8%
Sud Africa	1.324	980	977	-0,3%
Chile	1.440	1.054	974	-7,6%
Israel	428	498	757	52,0%
México	172	147	187	26,9%
Moldova	128	148	139	-5,9%

Grecia	146	116	137	18,2%
Bulgaria	46	114	71	-37,4%
Uruguay	52	21	70	228,9%
Holanda	0	0	68	N/A
Sub-total	38.621	36.328	35.869	-1,3%
Los demás	286	325	263	-19,2%
TOTAL	38.621	36.328	35.869	-1,3%

Fuente: Departamento de Comercio de los EEUU – Febrero/2018

Exportaciones de vino de la Argentina por posición arancelaria:

Las exportaciones totales de vino de la Argentina a los EEUU, excluido el marsala y el espumante, alcanzó los USD 285 millones de dólares y 54 millones de litros en el año 2017¹³. Esto representó una disminución del 5 % en valor y de un 10 % en cantidad.

Argentina ocupa el quinto lugar en la venta de vinos a los EEUU en valor y cantidad, considerando las posiciones en estudio.

Exportaciones argentinas a EEUU – 2015-2017 - en dólares

Posición arancelaria	2015	2016	2017	Porcentaje de Cambio 2014 - 2015
	En 1.000 Dólares			
22042180	75.732	72.289	54.734	-25.3%
22042150	231.359	230.868	230.555	-0,1%
Total	306.091	303.157	285.289	-5%

Fuente: Departamento de Comercio de los EEUU –Febrero 2018

Exportaciones argentinas a EEUU 2015-17 - en litros

Posición	2015	2016	2017	Porcentaje de
----------	------	------	------	---------------

¹³ Fuente: Comisión de Comercio Internacional de Estados Unidos, en <http://www.usitc.gov>

Arancelaria	<i>En 1.000 de litros</i>			cambio 2015 - 2017
22042150	53.084	51.408	47.890	-6,8%
22042180	9.946	9.108	6.353	30,3%
TOTAL	63.030	60.516	54.243	-10%

Fuente: Departamento de Comercio de los EEUU –Febrero 2018

Exportaciones de vino de la Argentina – por tipo de vino

22042150 Vino excepto Tokay –no carbonatado-, con no más de 14 % de alcohol en recipientes de no más de 2 litros

Las exportaciones argentinas de vino a los EEUU de la posición arancelaria 22042150 alcanzó en el año 2017 un valor de más de USD 230,5 mil millones, lo que representó una baja del 0,1% con respecto al año anterior. En cuanto a las cantidades exportadas de nuestro país a los EEUU en el 2017 las mismas alcanzaron más de los 47,8 millones de litros lo que significó una reducción del 6,8 % con respecto al año anterior.

El vino tinto de un grado alcohólico no mayor al 14%. en contenedores de 2 litros o por parte de la Argentina a los EEUU, la misma alcanzó en el año 2017 a USD 207 mil millones, representando cerca del 70% de las ventas totales de nuestro país a los EEUU. Las cantidad exportada de nuestro país para este tipo de vino alcanzó a los 42,7 mil millones de litros, representando cerca del 80 % de la cantidad exportada por la Argentina.

Exportaciones argentinas a EEUU 2015-2017 –por tipo de vino- en dólares

Posición arancelaria	2015	2016	2017	Porcentaje de Cambio 2016 - 2017
	<i>En 1.000 Dólares</i>			
2204215055 Vino blanco, excepto icewine de un grado alcohólico de no más a 14% en contenedores de 2 litros o menos, valuados a más de USD 1,05/L	18.223	17.440		-4,1%
2204215060 Los demás vinos de no más de 14% en	1.559	2.109	2.455	16,4%

VINOS

contenedores de 2 litros o menos, valuados a más USD 1,05/litro				
2204215050 Vino blanco certificado orgánico excepto icewine, con grado alcohólico de no más de 14% en contenedores de 2litros o menos, valuado a más de USD 1,05/L	417	443	281	-36,6%
2204215040 Vino tinto de un grado alcohólico no mayor al 14% en contenedores de 2 litros o menos, valuado a un valor superior a USD 1,05/L	205.863	206.390	207.407	0,5%
2204215035 Vino tinto orgánico de un grado alcohólico no mayor a 14%, en contenedores de 2 litros o menos, de un valor superior a USD 1,05/litro	5.298	4.178	3.394	-18,8%
2204215028 ICEWINE, de no mas de 14% de grado alcohólico, en contenedor de 2 litros o menos con un valor 1,05/litro	0	0	5	
2204215015 Vino blanco de un grado alcohólico no mayor a 14% en contenedores de 2 litros o menor valuados a no más de USD 1,05/litro	0	0	0	
2204215005 Los demás vinos tinto de uvas con grado alcohólico no mayor 14%, en contenedores de 2 litros o menos valuados a no más de USD 1,05/litro	0	5	6	15,8%
Total	231.359	230.868	230.555	-0,1%

Fuente: Departamento de Comercio EEUU –Febrero /2018

Exportaciones argentinas a EEUU 2015-2017 –por tipo de vino- en litros

Posición arancelaria	2015	2016	2017	Porcent aje de cambio 2016 - 2017
	<i>En 1.000 de litros</i>			

VINOS

2204215005 Los demás vinos tinto de uvas con grado alcohólico no mayor 14%, en contenedores de 2 litros o menos valuados a no mas de USD 1,05/litro	0	5	11	104,8
2204215015 Vino blanco de un grado alcohólico no mayor a 14% en contenedores de 2 litros o menor valuados a no mas de USD 1,05/litro	0	0	0	
2204215028 ICEWINE, de no más de 14% de grado alcohólico, en contenedor de 2 litros o menos con un valor 1,05/litro	0	0	2	
2204215035 Vino tinto orgánico de un grado alcohólico no mayor a 14%, en contenedores de 2 litros o menos, de un valor superior a USD 1,05/litro	1.495	1.043	709	-32%
2204215040 Vino tinto de un grado alcohólico no mayor al 14% en contenedores de 2 litros o menos, valuado a un valor superior a USD 1,05/L	46.664	45.095	42.770	-6,4%
2204215050 Vino blanco certificado orgánico excepto icewine, con grado alcohólico de no más de 14% en contenedores de 2 litros o menos, valuado a más de USD 1,05/L	100	105	68	-34,7%
2204215055 Vino blanco, excepto icewine de un grado alcohólico de no más a 14% en contenedores de 2 litros o menos, valuados a más de USD 1,05/L	4.401	4.032	3.761	=6,7%
2204215060 Los demás vinos de no más de 14% en contenedores de 2 litros o menos, valuados a más USD 1,05/litro	424	525	567	8,1%
Total	53.084	51.408	47.890	-6,8%

Fuente: Departamento de Comercio EEUU –Febrero /2018

Exportaciones argentinas de vino por la Jurisdicción del Consulado en Nueva York¹⁴

Del total de las exportaciones argentinas de vino a los EEUU, USD 125.130 millones ingresaron durante el año 2017 por la Jurisdicción del Consulado en Nueva York, esto representó un 54 % del total de nuestras exportaciones de vino a los EEUU, en valor.

Un 52% del volumen del total de las exportaciones argentinas de vino durante el año 2017 ingresaron por la jurisdicción del Consulado en Nueva York, alcanzando los 25 millones de litros.

Exportaciones de vino de la Argentina a la jurisdicción de Nueva York 2015-2017 -en miles de dólares-

Posición Arancelaria	2015	2016	2017	Porcentaje de Cambio 2016 - 2017
	<i>En 1.000 Dólares</i>			
22042180	27.290	29.536	22.102	-24%
22042150	100.976	101.161	103.028	2%
Total	128.266	130.700	125.130	-4,3%

Fuente: Departamento de Comercio EEUU –Febrero /2018

Exportaciones de vino de la Argentina a la jurisdicción de Nueva York 2013-2015 -en miles de litros-

Posición Arancelaria	2015	2016	2017	Porcentaje de cambio 2016 - 2017
	<i>En 1.000 de litros</i>			
22042180	3.854	3.940	2.669	-32%
22042150	25.165	24.057	22.706	8%
Total	29.019	27.997	25.337	-9,4%

Fuente: Departamento de Comercio EEUU –Febrero /2018

¹⁴ Puertos de entrada de los Estados de Nueva York, Nueva Jersey, Connecticut, Massachusetts, Vermont, New Hampshire, Maine y Rhode Island.

3.- Precios

Determinantes del precio¹⁵

El manejo de la estructura de precios en el mercado de vinos de Estados Unidos es uno de los elementos clave para la introducción exitosa de una marca.

De acuerdo al sistema de tres tercios, cada uno de los canales de importación, distribución (mayorista) y venta minorista incluye un porcentaje de ganancia que se verá reflejado en el precio final. Si se multiplica el precio FOB Argentina de una botella por 3.5 se obtendrá el precio a consumidor final. Esta fórmula es instantánea y bastante general.

Si se quiere obtener el precio real a consumidor final manteniendo los porcentajes de ganancia de cada uno de los tercios, se tiene que evaluar cada producto en forma individual y seguir todos los pasos correspondientes:

1 - Los importadores trabajan con un margen de ganancia bruta de 33% en el precio de una caja, lo que se llama “**front line price**”.

Si la ganancia bruta (**Gross Profit o GP**) en dólares es inferior a 10.00, la mayoría de los importadores incrementarán sus márgenes para que la ganancia bruta cubra sus gastos fijos.

La mayoría de los importadores invierten gran parte de su **GP** en promociones a vendedores o descuentos por venta en cantidad al minorista.

2 – Los distribuidores trabajan con un margen de ganancia bruta de 33% en el **front line price**.

Para la introducción de marcas nuevas o productos que no tienen gran venta, los distribuidores no trabajan por debajo de un 28 % de **GP** en descuentos por cantidad.

Si el distribuidor ofrece un descuento en cantidad en el que su **GP** sea inferior del 28%, los importadores solventarán la diferencia para completar el **GP** en porcentaje deseado por el distribuidor, lo que se llama **Depletion Allowance** o **DA**. Los **DA** que pague el importador saldrán de su **GP**.

3 – Cada estado tiene sus propios impuestos, lo que afecta el precio del producto, al ingresar a su jurisdicción (Ej: en New York es de 0.45 por caja de 9 litros)

Los siguientes factores ayudaran al éxito de la marca en Estados Unidos:

1 - El correcto posicionamiento de un producto en término de precio/calidad.

2 - Consistencia en el precio, calidad y packaging desde el momento de la introducción.

¹⁵ Basado en el análisis de la Sra. Nora Favelukes de QW Wine Experts

Relevamiento de precios

A continuación, se listan sitios web de empresas minoristas y mayoristas de la jurisdicción donde puede consultarse los precios en que se están comercializando los vinos en esta región:

Morrell Wines: <http://www.morrellwine.com>

Sherry Lehmann: <http://www.sherry-lehmann.com>

Zachys: <http://www.zachys.com>

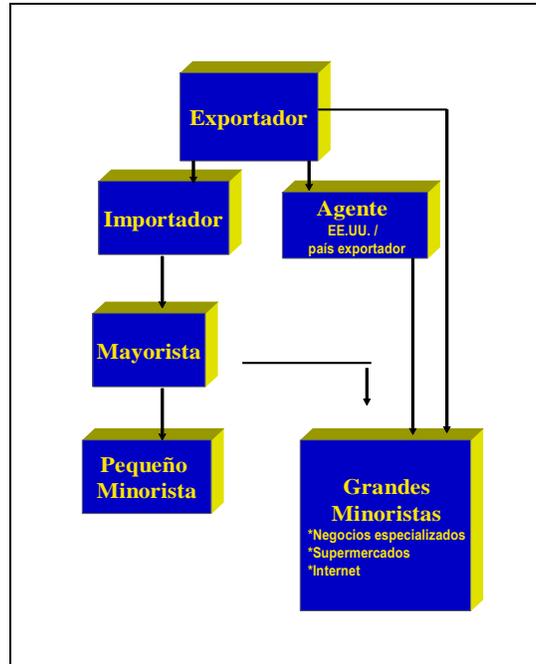
Wine Chateau : <http://www.winechateau.com>

Sitio web de negocios minoristas de venta de bebidas alcohólicas en la Ciudad de Nueva York:

http://www.yelp.com/search?find_desc=Wine+Store&find_loc=New+York%2C+NY

4 - Comercialización

Estructura de la cadena de distribución¹⁶



El canal de comercialización de los vinos tiene la particularidad de diferir en la estructura de distribución general para alimentos y bebidas debido a que, por ley, existen tres filas o tercios – *three-tier system* - y no puede saltarse ninguno de ellos. Al productor doméstico o al importador le siguen necesariamente:

- Primer nivel: mayorista/distribuidor
- Segundo nivel: minorista
- Tercer nivel : consumidor

El **importador** asume las funciones de nacionalizar el producto y con ellas los riesgos involucrados en tales operaciones. Estos, a su vez, venden sus productos a comercios mayoristas. Su nombre figura obligatoriamente en la contra-etiqueta de la botella pues tiene responsabilidad en cuanto al manejo del vino y su distribución al siguiente canal en

¹⁶ Si bien los supermercados están en la cadena de distribución minorista de la mayoría de los estados, esto no es así en el caso del Estado de Nueva York, en donde por las regulaciones existentes, los vinos no se venden en estos establecimientos

la cadena de comercialización. En algunos casos, un único importador a nivel nacional distribuye un vino a través de distintos distribuidores en diferentes estados.

Los **agentes –brokers-**, representan al exportador. Pueden trabajar sobre la base de una comisión y en la mayoría de los casos no adquieren propiedad sobre el producto. Su función es asistir en la comercialización del vino mediante actividades de promoción, en conjunto con el importador y/o las licorerías o restaurantes. También realizan investigación de mercado y sugieren cursos de acción a las bodegas o importadores.

Los **mayoristas o distribuidores** toman propiedad del producto y tienen sus cadenas de distribución establecidas y centros de abastecimiento a lo largo de su zona de competencia. Se especializan por tipo de productos o mantienen líneas de productos relacionados. En general, se especializan regionalmente. Se espera una consolidación en este nivel con la disminución distribuidores.

En algunos casos los estados tienen el monopolio de la distribución. A estos se los denomina “Estados control”.¹⁷

En la jurisdicción del Consulado Argentino en Nueva York, los Estados de Maine y New Hampshire son “estados control”. En el caso de Maine, el estado contrata a las empresas que distribuyen el vino. En el caso del Estado de New Hampshire, la cerveza y el vino pueden venderse en los supermercados y almacenes, y los licores y las demás bebidas alcohólicas se venden en las “licorerías”, las cuales pertenecen al estado.

Los **establecimientos minoristas** habilitados para la venta de bebidas alcohólicas difieren según los estados, debido a regulaciones locales. Por ejemplo, en algunos estados la venta de vinos es permitida solo en “licorerías”, mientras que en otros estados puede también realizarse en forma masiva en los supermercados. Es por ello que debe consultarse la autoridad de cada estado, “Liquor Board”, a fin de analizar cada caso en particular.

Internet constituye un canal de distribución que se ha desarrollado en el último tiempo, aunque de manera algo controversial, pues su regulación es diferente a la de los canales “tradicionales”. De particular interés para las publicaciones especializadas son los fallos judiciales en torno a la posibilidad o no de venta por internet, especialmente la venta inter-estatal, pues como se indicó anteriormente, muchas de las regulaciones son diferentes en distintos estados.

Finalmente, entre los mercados especializados debemos mencionar el de hoteles, bares y restaurantes.

¹⁷ http://www.ttb.gov/wine/control_board.shtml

Comercialización de vinos kosher

La comercialización de vinos kosher es un nicho de mercado, el cual representa en los EEUU una población de 8,9 millones de personas. Si bien el mercado kosher se refiere a aquellos alimentos y bebidas que son procesados siguiendo las regulaciones impartidas por las leyes religiosas para la comunidad judía, este mercado incluye millones de personas adheridas a otras religiones que también consumen este tipo de productos.

Para que un vino sea kosher debe tener una certificación rabínica reconocida. En Estados Unidos existen algunas organizaciones que se ocupan de certificar que el producto cumpla las normas de las leyes dietéticas judías o “kashrut”. Una de las certificaciones más difundidas es la del Orthodox Union¹⁸.

Históricamente, cuando los inmigrantes judíos llegaron a Nueva York se encontraron con que la uva más difundida en el área era la Concord, de alta acidez y bajo contenido de azúcar. A fin de neutralizar la acidez y obtener un contenido alcohólico adecuado, a los vinos kosher que se obtenían de estas uvas se les agregaba azúcar. Por ello para muchos judíos observantes vino kosher es equivalente desde el punto de vista de la elaboración a vino dulce.

Con el paso del tiempo, el vino kosher ha ido cambiando y cada vez más utiliza variedades de uva similares a las de los vinos no kosher, en la medida en que los consumidores se han vuelto más sofisticados. En este sentido se puede decir que ha habido un cambio tan notable ya que hoy en día muchos vinos kosher se ubican en las vinerías junto a los demás de su origen mientras hace unos años se colocaban en góndolas especiales para vinos kosher. Esto ha permitido ampliar la comercialización de vinos kosher a consumidores que no siguen las reglas del kashrut y eligen los vinos por su precio o calidad.

Cuando un vino es mevushal el mismo puede ser servido por una persona que no practica kashrut, y sigue siendo considerado kosher. Este factor es importante en restaurantes. Cuando un vino es no mevushal sólo pueden ser servidos por personas que siguen las normas de kashrut.

El mercado de alimentos kosher crece aproximadamente un 15 por ciento por año, según Menachem Lubinsky, editor de la revista Koshertoday y Presidente y Director Ejecutivo de Lubicom, una compañía consultora orientada a las marcas kosher. Según estima, existen en el mercado de Estados Unidos más de 1.000 vinos kosher por lo que la variedad para los consumidores es muy grande.¹⁹

Lubicom, la empresa de EEUU que estudia el mercado de alimentos y bebidas kosher en los EEUU indica que la cantidad de consumidores alcanzó en el año 2015 las 12.350.000

¹⁸ <http://www.oukosher.org>

¹⁹ Fuente: <http://www.jewishjournal.com/home/searchview.php?id=13950>

personas²⁰. Durante la fiestas de Pascua y el Año Nuevo Judío estas cifras se incrementan, lo que indica la magnitud y crecimiento constante de este mercado.

Asimismo, los EEUU es el mayor consumidor de vinos kosher, con un gran porcentaje de las licorerías se encuentran en el nordeste de este país.

En el portal de comercio exterior de la Cancillería²¹ se incluyen listados de importadores y distribuidores de vinos y en observaciones se aclara si importan vinos kosher. Entre los distribuidores, el más importante para vinos kosher en Estados Unidos es Royal Wine/Kedem²².

Embalaje

Las botellas usadas para el vino fino son usualmente las de 750 ml, embaladas en cajas de 12 unidades, de acuerdo a las características de protección de uso.²³

El diseño, tanto de la etiqueta como de la botella, merece atención en la comercialización, siendo un factor de importancia en los distintos niveles de precios de este producto.

Normas de empaquetado y etiquetado

El vino importado debe cumplir con las normas métricas para el llenado de botellas (si está embotellado o empaquetado después del 1ero de enero de 1979).

Deben ser rotulados y marcados de acuerdo a las especificaciones del Código de Regulaciones Federales (CFR) Título 27, parte 4. Por otro lado, la parte 13, de dicho título establece los procedimientos a seguir para realizar el etiquetado. Dichas normas indican, en términos generales:

País de origen
Año de cosecha
Tipo de vino
Nombre y origen del productor
Nombre y domicilio del importador
Contenido alcohólico y volumen
Peso Neto

²⁰ <http://www.lubicom.com/stats>

²¹ <http://www.argentinatradenet.gov.ar>

²² <http://www.kedemwines.com/>

²³ Según el CFR part 4 los otros tamaños permitidos son: 50 ml, 100 ml, 187 ml, 375 ml, 1 litro, 2.5 litros y 3 litros.

Asimismo, el Código de Regulaciones Federales, en su parte 16, establece “advertencias sobre el riesgo de consumo de vino para la salud”.

Por otro lado, el mismo Código, establece los nombres foráneos genéricos de distintos regiones geográficas utilizados para la designación de distintos vinos (parte 12)

El BAFT es muy estricto con las etiquetas y tamaño de la letra tipográfica. Por ello es que es aconsejable presentar muestras del etiquetado a este Organismo antes de realizar la impresión final de las etiquetas.²⁴

Cada botella debe estar marcada para propósitos aduaneros por el país de origen de la misma, siendo las etiquetas sellada con su certificación de aprobación emitida por la autoridad de aplicación. Los certificados de aprobación o sus fotocopias deben inscribirse en la Aduana para poder ser vendidos en los EEUU.

Asimismo si se decidiera producir un vino kosher deberá tomarse contacto con alguno de los organismos certificadores a fin de producir el vino de acuerdo a las normas establecidas por el mismo, y en la etiqueta deberá incluirse el símbolo que identifica a este tipo de productos.²⁵

Las últimas regulaciones pertinentes a este tema, las cuales son actualizadas periódicamente pueden obtenerse en: <http://www.ecfr.gov/cgi-bin/text-idx?c=ecfr&rgn=div5&view=text&node=27:1.0.1.1.2&idno=27>

²⁴ U.S. Bureau Alcohol & Tobacco – Información sobre etiquetas - <http://www.ttb.gov/alfd/index.htm>

²⁵ “*A guide to the kosher food market*” – Orthodox Union – Nueva York, EEUU

Etiquetas



Remisión de muestras

Las empresas argentinas que deban traer muestras a fin de participar de ferias o visitas comerciales a fin de promocionar sus vinos en este país, se les sugiere consultar el sitio web del Departamento de Alcohol y Tabaco de este país:

https://help.cbp.gov/app/answers/detail/a_id/190/~/bringing-alcohol-%28including-homemade-wine%29-to-the-u.s.-for-personal-use

5.- Prácticas de Promoción y Herramientas de utilidad.

Ferias y exposiciones

La participación en ferias y exposiciones del sector es una herramienta valiosa y efectiva, tanto para las empresas que intentan iniciarse en la actividad de exportación como para las que ya están establecidas en el mercado. Estas permiten:

- Un efectivo uso de los recursos invertidos en una sola visita; sin desplazamientos se puede mantener reuniones con un gran número de operadores incluyendo aquellos que de otra manera serían inaccesibles.
- Tomar conocimiento en sólo dos o tres días de las novedades, nuevas tendencias y avances tecnológicos del sector.
- Analizar la situación de precio y calidad de los principales competidores y evaluar el “posicionamiento” del producto en el mercado.
- Tomar contacto con la prensa especializada y asociaciones empresarias relevantes.
- Construir o reforzar la presencia en el mercado, revitalizar y/o realizar nuevos contactos, evaluar el trabajo realizado por representantes o agentes, relacionarse con potenciales representantes, analizar el potencial de nuevos emprendimientos y en algunos casos el cierre directo de operaciones.

No obstante, es indispensable el desarrollo de un detallado trabajo previo a fin de garantizar el éxito de la exposición:

- Preparar las muestras con un total cuidado teniendo en consideración detalles previamente recopilados sobre las exigencias del mercado incluyendo etiquetado, embalaje, etc.
- Se debe tener conocimiento del volumen disponible para ventas en el nuevo mercado. Es necesario, además, tener una reserva disponible del producto para poder responder a la demanda eventual que pueda producirse, debiendo esta responder exactamente a iguales características de calidad y asegurar su llegada a tiempo.
- Tener un panorama claro de la estructura de costos, teniendo en consideración la posibilidad de reducirlo en la medida que las cantidades aumenten.
- Es necesario acompañar la presentación de catálogos representativos de la oferta exportable de la empresa y capacidad de producción escritos en idioma inglés.

- Finalmente, se requiere una adecuada selección del evento ferial conforme a cada situación particular, lo que implica evaluar el perfil de los expositores y público existente así como el segmento del mercado al que responden.

A continuación, se detallan los principales eventos feriales de vinos de la jurisdicción del Consulado Argentino en Nueva York:

Boston Wine Expo

Contacto:	Reta Martin
Tel:	877-0453976
Email:	reta.martin@resource-plus.com
Lugar:	Seaport World Trade Center– Boston, MA
Fechas de edición:	Enero/Febrero de cada año
Perfil de los exhibidores:	Representantes de bodegas nacionales e internacionales (también algunos casos organizaciones relacionadas al vino y empresas de alimentos).
Público:	La gran mayoría son consumidores, también asisten importadores y distribuidores de vinos; restaurantes.

VINEXPO – NEW YORK

Ente Organizador:	Vinexpo y Diversified Communications
Sitio Web:	https://www.vinexponeويورك.com
Contacto:	Bekie Kier – Event Manager
Email:	bkier@divcom.com
Tel:	207-842-5551
Lugar:	Jacob Javit Convention Center - New York
Fechas de edición:	Marzo/2018
Perfil de los exhibidores:	Industria vitivinícola local e internacional

International Fancy Food Show

Ente Organizador:	National Association for the Specialty Food Trade
Contacto:	Jay Bhattacharjee
Dirección:	136 Madison Avenue, 12th Floor, New York, NY 10016
Tel:	(212) 482-6440
Contacto:	Sandra Archer
Email:	jbhattacharjee@specialty.food.com
Lugar:	Jacob Javit Convention Center - New York
Fechas de edición:	Fines de Junio- principios de Julio
Perfil de los exhibidores:	Empresas alimenticias locales e internacionales.

Kosherfest

Ente Organizador:	Diversified Business Communications
Contacto:	Christine Salmon
Tel:	207.842.5530
Email:	csalmon@divcom.com
Lugar:	Meadowlands Exhibition Center Seacacus - NJ
Fechas de edición:	Noviembre
Observaciones:	Esta feria está dedicada exclusivamente a la comercialización de alimentos y bebidas Kosher, existiendo una pequeña participación de vinos kosher

Se puede consultar otras ferias de la industria en el resto de los EEUU en:
www.tsnn.com/toplists-us

Visitas comerciales

Además de la participación en ferias, es efectivo y necesario visitar personalmente las oficinas de potenciales importadores. Este es el seguimiento lógico de un intercambio epistolar. Iguales consideraciones a las realizadas en cuanto a ferias y exposiciones cabe para lo que se refiere en la preparación de las mismas.

Las secciones comerciales de las Embajadas y Consulados de la República Argentina, asisten a los empresarios argentinos en la gestión de agendas de negocios, en sus respectivas jurisdicciones. Hay que tener en cuenta que la solicitud de gestión de agendas debe efectuarse a través de la Agencia de Inversiones y Comercio Internacional (consultaqs@inversionycomercio.org.ar)

Publicaciones

Otro medio que facilita el acceso a las novedades del sector en los EEUU son las revistas especializadas, muchas de las cuales están disponibles en Internet.

Las más importantes son:

Wine Spectator

387 Park Avenue South
New York, NY 10016
Telefono: (212) 684-4224
Web: www.winespectator.com
Revista Quincenal

Wine Enthusiast

333 N Bedford Rd,
Mt Kisco, NY 10549
Tel: 800-648-6058
Web: www.wineenthusiast.com
Revista mensual

Quarterly Review of wines

24 Garfield Ave.
Winchester, MA 01890-0891
Tel: (781) 729-7132
Web: www.qrw.com
Revista trimestral

Beverage Media

152 Madison Ave.
New York, NY 10016
Tel: (212) 571-3232
Fax: (212) 571-4443
Web: www.bevnetwork.com

Beverage Journal

2508 Whitney Ave, #D
Hamden, CT 06518
Teléfono: 203-288-23375
Web: <http://www.thebeveragejournal.com/>

Wine Business

100 W Napa St.
Sonoma, CA 95476
Tel: (707) 939-0833
Fax: (707) 939-0833
Web: www.winebusiness.com

Asociaciones

New York Wine and Industry Association
P.O.B. 44
Hector, NY 14841
Email: <http://www.nywineindustryassociation.com/newsletter.html>
Web: www.nywineindustryassociation.com/

New York Wine and Grape Foundation

800 S Main St #200
Canandaigua, NY 14424
Teléfono: 585-394-3649
Web: <http://www.newyorkwines.org/>

Principales asociaciones empresariales del sector, fuera de la Jurisdicción del Consulado en Nueva York:

The Wine Institute
425 Market St – suite 1000
San Francisco, CA 94105
Tel: (415) 512-0151
Web: www.wineinstitute.org

California Association of Winegrape Growers
1325 J Street, Ste 1560
Sacramento, CA 95814
Tel: (916) 379-8995
Fax: (916) 924-5374
Web: www.cawg.org

Wine and Spirit Wholesalers of America
805 15th St. – N.W. – 4th Floor
Washington DC 200005
Tel: (202) 371-9792
Web: www.wswa.org/public/

Catálogos

Para presentar un producto en un mercado es necesario contar como mínimo con fotografías y listado de precios. No obstante, si bien la importancia de los mismos varía conforme a la estrategia de exportación, en todos los casos para el desarrollo de un contacto inicial personal o epistolar, una presentación adecuada exige contar con catálogos.

- En su elaboración, debe tenerse en cuenta:
- Las consideraciones sobre el etiquetado y otras cuestiones que hacen a la definición final del producto.
 - Este no necesita contener muchas páginas, una sola es suficiente en la mayoría de los casos. Puede complementarse con fotografías, por ejemplo.
 - Debe cuidarse todo detalle de presentación, y estar escrito en perfecto inglés.

Artículos de la prensa de EEUU sobre la industria vitivinícola argentina

A continuación se incluye algunos de los links a los artículos publicados durante dicho período por el New York Times, el Wall St. Journal y la publicación Market Watch:

“36 Hours in Mendoza” – The New York Times, 23/2/2018

Link: <https://www.nytimes.com/2018/02/22/travel/36-hours-in-mendoza-argentina.html>

“A Pinot Noir from Argentina That Stands out in the Sea of Malbecs” – The New York Times, 21/1/2016

Link: <http://www.nytimes.com/2016/01/27/dining/argentina-wine-pinot-noir-bodega-chacra.html>

“Road Tripping Through Argentina Most Extreme Wine Country” – The Wall Street Journal – 10/2/2016

Link: <http://www.wsj.com/articles/road-tripping-through-argentinas-most-extreme-wine-country-1455135828>

“A guide to Salta, Argentina” – The Wall Street Journal – 10/2/2016

Link: <http://www.wsj.com/articles/a-guide-to-salta-argentina-1455135594>

“To Move Beyond Malbec, Look Below the Surface” – The New York Times, 11/2/2016

Link: <http://www.nytimes.com/2016/02/17/dining/malbec-mendoza-wine.html>

“The Accidental Winemakers of Mendoza” – The New York Times, 7/5/2015

Link: <http://www.nytimes.com/2015/05/10/travel/the-accidental-winemakers-of-mendoza.html>

“Argentina has Malbec and more” – Market Watch, 12/2015

Link: <http://marketwatchmag.com/wine-files-argentina-december-2015/>

Listado de importadores de la Jurisdicción del Consulado Argentino en Nueva York:

En el portal de negocios de la Cancillería Argentina: <http://www.argentinatradenet.gov.ar> se puede acceder a este listado de importadores, así como a los importadores de vinos del resto del mundo.

Riahi Wine Selections

9 Lewis Road

Pound Ridge, NY 10576

Tel: 917-673-3723

Contacto: Michael Riahi

Email: michael@riahiselections.com

Don Cano Wines

Contacto: Miguel Cano

Email: miguel@doncanowines.com

Tel.:718-545-0840

Doen Zhumir

Contacto: Sr. Enriquez
Email:doenzhu@aol.com
Tel: 516-437-3434

Wine & Country

Contacto: Scott Maybaum
Email: sm@winecountrymgt.com

Rolland Selections

Contacto: Virginie Rolland
Email: virginie@vrollandselection.com
Tel: 646-669-3097

Savio Soares Selections

10 Jay Street, Suite 722
Brooklyn, NY 11201
Email:jill@savioselections.com
Tel: 718 797 4114

Testa Wines

21 Audrey Ave – suite 3
Oyster Bay – NY 11771
Contacto: Debbie Lane
Email: Debbie@testawines.com
Tel: 516-624-8474

**Northside Wine &
Spirits**

Contacto: Sybarite
Email: sybarite@northsidewine.com
Telefono: 607-2737500

Terlato Wines

Contacto: Mary Sullivan
Email: sullivanma@terlatowines.com

Superior Wines

2 South Ave East Suite 200
Cranford, NJ 07016
Contacto: Jazmen Fields
Email: Jazmen@SuperiorWineSelections.com

Phone: (908) 276-8826

Zev Rovine Selections

119 Ingraham St

Suite #408

Brooklyn, NY 11237

Contacto: Zev Rovine

Email: info@zrswines.com

Tel: 347-689-4031

Wines of the world USA

107-23 71st. Road – suite 200

Forest Hills, NY 11375

Teléfono: 646- 775-2960 – Celular: 917-494-1292

Contacto: Alan Schivek

Email: winesoftheworld@earthlink.net

Massonais

443 Park Ave S – suite 700

New York, NY 10016

Tel: 888-242-1342

Email: info@masonais.com

The Artisan Collections

365 Bridge St – Apt. 8 pro

Brooklyn, NY 11201

Tel: 718-596-0722

Contacto Florencio Lopez Navarro

Email: info@theartisancollection.us

Vos Selections

555 8th Ave.

New York, NY

Teléfono: 212-967-6948

Contacto: Jeffrey

Email: jeffreys@vosselections.com

Montevideo Imports

21510 42nd. Ave.

Flushing, NY 11361

Tel.: 516-316-3638

Contacto: Ted Freitas

Email: donfreitas@gmail.com

Brazos Wine Imports

Contacto: Brian Ravitzky

Email: brian@brazoswineimports.com
Telefono: 917-8558292

Tricana Imports

1120 Old Country Road – suite 207
Plainview, NY 11803
Contacto: Sam Levitas
Email: sam@tricana.com
Tel: 516-935-4080

Vintus Wines

42 Memorial Plaza #210
Pleasantville, NY 10570
Teléfono: (914) 769-3000
Contacto: Michael Quinttu
Email: info@vintuswines.com

Medco Atlantic

2606 E 15th St,
Brooklyn, New York, 11235
Contacto: Vadim Mednikov
Email: medcoatlantic@verizon.net
Teléfono: 718- 616-0005

Evaton Inc.

1100 High Ridge Rd. – suite 206
Stamford, CT 06905
Tel: 203-968-8220
Fax: 203-968-1752
Email: info@evaton.com
Contacto: Louis Silva

Verity Wines

148 Madison Ave.
New York, NY 10116
Contacto: Bill Sciambi, Christopher Desor.
Email: info@veritywines.com
Tel: 212-683-8763

Vinaio Imports

654A Tiffany Street,
Bronx NY 10474
Teléfono: (718) 842-7201
Contacto: Joan Altes
Email: info@vinaioimports.com

International Spirits & Wines

333 North Bedford Road
Suite 140
Mount Kisco, New York 10549
Email: iswusal@gmail.com
Tel: 914-471-4500

Southern Starz Inc.

Contacto: Ken Onish
Email: konish@southernstarz.com
Teléfono: 203-329-6623 – Celular: 914-582-0898

Vintage Wines Inc.

340 Broadway
Staten Island, NY 10310
Email: vintagewines@verizon.net
Tel: (718) 818-0808

Wineberry

107 East 31st. Street, 9th floor
New York, NY 10016
Tel: (212) 481-0322
Contacto: Carlos Perez
Email: contact@wineberry.com

Monseieur Touton Wines

129 West 27th Street
9th Floor
New York, NY 10001
Contacto: Dennis
Email: dennis.i@mtouton.com
Tel: (212) 255-0674

David Bowler Wines

119 W 23rd Street, Suite 507
New York, NY 10011
Contacto: Gino
Email: gino@bowlerwine.com
Tel 212.807.1687

Aidil Wines

574 Ferry St,
Newark, NJ 07105

Contacto: Ricardo Ribeiro
Email: ricardo.ribeiro@aidilwines.com
Tel: 973 712 0950.

AP Wine Imports
Email: info@apwineimports.com
Tel: (212) 395-9463

The Vine Collective
330W 38th St – suite 1600
New York, NY 10016
Email: info@tvcwines.com
Contacto: Katell Tieven
Tel: 646-7752877
Nota: orgánicos y bio-dinámicos

7 – Normas legales de importación

Normas legales para la importación de vino a los EEUU

Toda persona o empresa que desee importar vinos a los EEUU debe obtener un permiso de importación en la Oficina de Alcohol, Tabaco y Armas de Fuego - *Bureau of Alcohol Tobacco and Firearms* – (BAFT) del Departamento del Tesoro.

LA BAFT es la responsable de la administración de la Ley Federal para la Administración del Alcohol (Federal Alcohol Administration Act). El Servicio de Aduanas de los EEUU no entregara ninguna bebida alcohólica destinada para cualquier estado, si no cumple con sus leyes.

Asimismo, cada estado posee un Organismo de Control de Bebidas Alcohólicas – *State Liquor Control Board* – . Cabe hacer notar que si bien todos los estados tienen control de la venta de bebidas alcohólicas, sólo 18 estados son “estados de control” (en la jurisdicción de este Consulado como ya se ha mencionado son los estados de Maine y New Hampshire) los cuales tienen un mayor involucramiento en las ventas mayoristas y minoristas.²⁶

A fin de tener información relativa a las regulaciones específicas de cada estado, se puede acceder a: http://www.ttb.gov/wine/control_board.shtml, donde figura un listado de todos los “estados de control de alcohol”.

Departamentos del Bureau de Alcohol:

International Trade Division
(Departamento de Asesoramiento para Importación/Exportación)
Tel: 202- 927-8110
Dirección: 1310 G Street N.W, suite 400W
Washington, DC 20.220
Email: itd@ttb.gov

Wine labeling and formulation
(Certificación etiquetas)
Telefono: 866-927-2533
Email: alfd@ttb.gov

Licencia de importación
General: 800- 398-2282
Contactarse con el estado donde quiere solicitar la licencia de importación.

²⁶ “*Alcoholic Beverage Control States*” – *Wine Institute* – Diciembre/94 – San Francisco, EEUU

Empresa certificadora de kosher:

Orthodox Union
Contacto: Rabino Moshe Elefant
Kashrut Division
11 Broadway
New York, NY 10004
Tel: (212) 613-8211
Fax: (212) 613-0711
Web: www.ou.org

8- Consideraciones Finales²⁷

EEUU es el mayor consumidor de vinos del mundo con un 15 % del total, según los datos del Wine Institute de este país, con una cantidad estimada consumida de 3,1 mil millones de litros en el año 2016 (últimas estadísticas disponibles)

En los 10 últimos años el consumo per capita de vino de los EEUU ha aumentado en un 20%, pasando de los 9,31 litros a los 11,13 litros.

En este contexto las ventas de vinos siguen en aumento y la demanda tiende a priorizar aquellos de precios medios (11-30 dólares). Este es un factor importante a tener en cuenta al momento de armar la estrategia de exportación y saber orientar el mercado de que se intenta acaparar en esta región.

En este marco la popularidad de los vinos argentinos se ve reflejada en los comentarios de los importadores de vino y de los especialistas de la industria. En el artículo del diario Wall Street Journal : “*Road Tripping Through Argentina’s Most Extreme Wine Country*” publicado el 10 de febrero/2016, el Sr. James Sturz expresa: “muchos de los vinos argentinos son excelentes y poseen una calidad comparable a los mejores vinos del mundo”²⁸.

²⁷ http://www.wineinstitute.org/files/World_Wine_Consumption_by_Country_Revised_Nov_2015.pdf

²⁸ <http://www.wsj.com/articles/road-tripping-through-argentinas-most-extreme-wine-country-1455135828>