

Relatório de resultados

***Estudo de Mercado de Vinhos,
Espumantes e Sucos de Uva no
Paraguai***



**Estudo de mercado contratado pela
Embaixada do Brasil em Assunção**

Janeiro 2021. Assunção, Paraguai

Equipe de Consultoria: Chase, Larissa. Fretes, Maria Paz.



Relatório de Mercado



Tópicos abordados

- 01** Objetivos

- 02** Ficha técnica

- 03** Descrição das fontes secundárias usadas

- 04** Descrição da pesquisa documental

- 05** Sumário Executivo

- 06** Resultados da Pesquisa qualitativa e documental

- 07** Resultados da pesquisa de fontes secundárias

Relatório de Mercado



Discriminação do conteúdo dos capítulos 6 e 7

06 Pesquisa qualitativa e documental

6.1 Dimensionamento do mercado local de vinhos, espumantes e sucos de uva.

6.2 Segmentação do mercado de vinhos, espumantes e sucos de uva - Faixa de preços.

6.3 Canais de vendas e estrutura do mercado.

6.4 Métodos de comercialização e marketing para otimizar as vendas.

6.5 Oportunidades no mercado para produtos brasileiros.

07 Pesquisa de fontes secundárias

7.1 Importação de vinhos, espumantes e sucos de uva no Paraguai.

7.2 Mapeamento de importadores e distribuidores.

7.3 Estrutura regulatória de mercado e regras de importação.

7.4 Produção local de vinhos.

01 Objetivo

Objetivo Geral

Conhecer os principais indicadores de dimensão, participação, distribuição, consumo e regulamento do mercado de vinhos, espumantes e sucos de uva no Paraguai.

Finalmente, após uma combinação de métodos de recopilación de dados, usando entrevistas com atores-chaves e dados de sistemas informáticos, gerar um relatório que facilite a avaliação de oportunidades para produtos brasileiros.



02 Ficha Técnica

Metodología

- Entrevistas em profundidade com atores-chaves
- Compilação de fontes secundárias: informes, portais, notícias, outros.
- Verificação de relatório de auditoria em pontos de venda e censo de comércios ICA.
- Solicitação de informação a entidades públicas e associações

Instrumentos

- Guia de orientações com questões abertas de acordo com os objetivos específicos

Entrevistados

Atores-Chaves:

- Encarregados de marketing e comercial em empresas importadoras de vinhos
- Gerentes gerais de empresas importadoras de vinhos e outros .
- Proprietários de empresas importadoras de vinhos e outros.
- Funcionários públicos da área de inteligência - Ministério da Indústria e Comércio
- Sommeliers Wine Experts consultores de empresas

03 Fontes Secundárias



Fontes Usadas

Informe : Mercado de Vinhos, Paraguai - ICEX (Escritório Econômico e Comercial da Embaixada da Espanha em Assunção)

Penta Transaction

Publicação de resultados do CCR em 5 dias

Dados Estatísticos do Ministério da Indústria e Comércio - Datasur 2019

Dados Estatísticos do Mercado de Vinhos e sucos de Uva da Statista Inc.

Informe Câmara de Importadores do Paraguai.

Store Audit VINHOS ICA

Censos Negócios Armazém Central ICA

Dados Estatísticos da Organização Internacional do vinhedo e do vinho (OIV)

Página Web do Instituto Nacional de Alimentação e Nutrição (INAN)

Base tarifária atualizada da Direção Nacional de Aduana

Regulamento Vinícola do MERCOSUL (MERCOSUL/GMC/RES No. 45/96)

Dados Estatísticos CAPACE

Dados Estatísticos de RIEL (Registro Industrial)

Publicação no jornal ABC sobre Bodega Giacometti

04 Pesquisa documental

PDV e representantes
selecionados para a
pesquisa de preços

Páginas web de supermercados AJ Vierci

- Supermercado Stock
- Supermercado Superseis

Outros supermercados

- Casa Rica
- Supermercado Arete
- Supermercado Guarani
- Gran Vía (página web Ciudad del Leste)

Tendas Boutique

- Nunciata
- Monalisa
- Caminhos do Vinho

Tendas ou Marketplace online

- Estação
- Cell Shop Paraguai
- Shopping China
- Distribuidora Sajonia
- Distribuidora Gloria
- Nissei Marketplace



05 Sumário Executivo

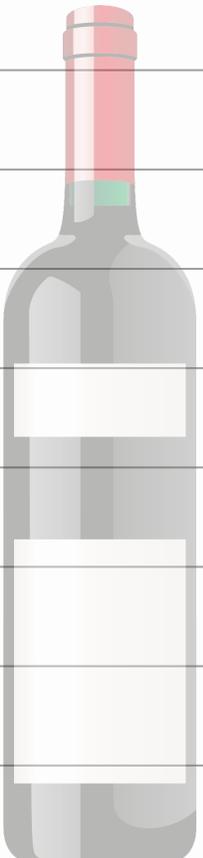
ICA
consultoria estratégica



ESOMAR
member

Glossário

AC	Atores-Chaves
VT	Vinhos Tranquilos
VTB	Vinhos Tetra Brik
VE	Vinhos Espumantes
SU	Sucos de Uva
PV	Produtos Vinícolas
PDV	Pontos de Vendas
CDV	Canais de Vendas
HORECA	Hotel, Restaurante e Cafeteria



TC	Tipo de câmbio do dólar
OIV	Organização Internacional do Vinhedo e do Vinho
FOB	Free on board: Despesas desde o recebimento do produto no porto, até o embarque.
CIF	Valor importação que inclui o custo, seguro e frete.
ISC	Imposto Seletivo ao Consumo
IVA	Imposto sobre o valor adicionado
DINAPI	Direção Nacional de Propriedade Intelectual
INAN	Instituto Nacional de Alimentação e Nutrição
RSPA	Registro Sanitário de Produto Alimentar

Sumário Executivo

O relatório a seguir analisa o mercado de vinhos, vinhos espumantes e sucos de uva no Paraguai, usando métodos quali-quantitativos, com base em entrevistas com atores chaves e pesquisa documental. A coleta de dados baseou-se em cadastros de importação, páginas web dos Pontos de Venda (PDV) e relatório anterior sobre o mercado de vinhos do Paraguai.

Em primeiro lugar, na estimativa do valor de mercado, foram considerados os dados de importação por subposição: sendo a subposição 2204.21 (vinhos finos de mesa) de USD CIF 37.871.982; a subposição 2204.10 (vinhos espumantes) de USD CIF 4.737.095; a subposição 2204.22 (vinhos com capacidade superior a 2L) de USD CIF 114.604 e a subposição 2204.29 (*os demais*) de USD CIF 26.180. Assim, tendo em conta tanto os dados do valor das importações, como o volume em litros, junto com as estimativas de preços médios por categoria, e os pesos do universo por categoria, foi possível tomar uma estimativa de **valor de mercado** para o ano 2019 **de aproximadamente 79 milhões de dólares para o mercado dos vinhos**, incluindo vinhos tranquilos (VT) e vinhos tetra brik (VTB); utilizando o mesmo método, o mercado de **vinhos espumantes (VE) foi estimado em aproximadamente 8,9 milhões de dólares**. Além disso, fazendo uma estimativa semelhante, foi possível chegar a uma **estimativa de mercado de sucos de uva (SU) por volta de 1,6 milhões de dólares**.

Quanto ao peso no mercado, em relação ao total de bebidas alcoólicas, estima-se que o consumo de vinhos ocupa entre 5% e 20%, devido principalmente ao predomínio da cerveja na preferência dos consumidores.

Por outro lado, o peso do contrabando nas vendas totais de produtos vinícolas estima-se entre 30 e 50%, pelo que as estimativas baseadas em números oficiais revelam uma realidade incompleta.

No entanto, existe consenso entre os entrevistados sobre o **crescimento sustentado do mercado de PV com uma taxa estimada de 15% a 20% ao ano**.



Sumário Executivo

Considerando os VT e os VTB, as **5 marcas que lideram as importações de vinhos** em valor USD FOB são **Santa Helena, Quinta Do Morgado, Uvita, Toro y Finca La Linda**. Já para os vinhos espumantes, Chandon, Roederer, Veuve Clicquot Ponsardin, Freixenet e Dom Perignon. Para os sucos de uva os líderes são Aurora, Sunny Days, Quinta Do Morgado, Prat's y Fecovita.

Do lado da demanda, existem diferentes estimativas de **consumo per capita em litros de vinhos**, que vão desde números conservadores como 4,7 litros per capita (tendo em conta toda a população), **6,6 litros** per capita (estimativa própria tendo em conta a população com mais de 20 anos, é a importação de vinhos do ano 2019), enquanto a OIV previa uma quantidade mais otimista para o ano 2018 de 9 litros per capita. No que diz respeito aos VE, estima-se que **o consumo per capita de espumantes por volta dos 0,37 litros** (estimativa própria) utilizando os dados de volume de importação de VE, enquanto que Statista estima ao redor de 0,2 litros. Para os SU, o consumo per capita é de 0,2 litros de acordo com o Statista.

Em relação as preferências de consumo em litros, tanto por meio das entrevistas, quanto a análises dos dados de volume de importação do ano 2019, observou-se que a Argentina lidera com um total de litros importados de 15.091.477, seguida por Chile e Brasil, com um total de 9.893.867 e 4.256.004 litros, respectivamente. Para os vinhos espumantes, os líderes em importação são Espanha e Argentina, com 454.802 e 398.678 litros, respectivamente.

Para os sucos de uva, o principal país de origem, na hora de considerar o valor de importação em dólares FOB é Brasil, com 86% do total importado para o ano de 2019, seguido por Argentina e Alemanha com 12% e 2%, respectivamente.





Sumário Executivo

ICA
consultoria estratégica

WIN

ESOMAR
member

As **cepas com maior preferência** pelo consumidor do segmento médio e alto são **Malbec**, para vinho tinto, e **Chardonnay**, para vinho branco. Porém, com a entrada dos vinhos doces nos últimos anos, tem-se expandido a base de consumidores de vinho, especialmente nos segmentos baixo e médio baixo.

Ao analisar as diferenças nas preferências do consumo de vinho por gênero, percebe-se que as mulheres têm uma média de preferência superior que a dos homens. Vale ressaltar que a base nos consumidores é superior em quantidade de homens, portanto o tamanho do mercado de consumidores masculinos é maior. Assim também se conhece a preferência das mulheres pelos vinhos espumantes doces e vinhos doces.

A **sazonalidade do consumo de vinhos tranquilos ocorre nas estações de outono e inverno**, e dos vinhos espumantes principalmente nas festas de final de ano. O **consumo de vinhos doces é relativamente constante ao longo do ano**, embora para todas as bebidas alcoólicas haja um pico de consumo durante as datas festivas e especiais como feriados. Os sucos de uva são consumidos dentro de determinados horários onde o consumidor deseja “se dar ao luxo” ou mudar seus hábitos para bebidas mais saudáveis como os sucos de frutas menos convencionais.

Por meio de pesquisas do mercado, apurou-se, que o preço médio por unidade, para os vinhos com categoria “Entry level” está em aproximadamente 1,5 USD (segmento que se estima abarca 50% do mercado), seguido pela categoria de vinhos massivos em aproximadamente 3 USD (40% do mercado), seguido pela categoria Premium popular a 5 USD (8% do mercado), Premium com 12 USD (1% do mercado) e categorias de Super premium com preços aproximados de 20 USD (0,7% do mercado).



Sumário Executivo

Ao mesmo tempo, os preços por unidade dos vinhos espumantes para a categoria massiva, se situam em média em 4 USD, enquanto o Premium Popular e Premium (segmentos médio e médio alto) possuem preços entre 8 e 14 dólares respectivamente. Para a categoria dos vinhos Super premium em diante, o preço varia de 20 USD até 250 USD.

Finalmente, para os sucos de uva, observa-se que o preço por litro varia principalmente entre USD 2, 3 e 5 para as categorias Entry level, Massivo e Premium Popular.

Considerando o valor de importação em USD FOB do ano 2019, os **principais importadores** de VT e VTB são **A.J. Vieri e CIA SA, La Caoba SA, Ramirez Diaz de Espada SA, Borgaro SA e Nova SRL**, os quais possuem **62% do total do mercado de vinhos**. Para VE, as principais importadoras são Casa Modiga SA, MANNAH SRL, A.J.Vieri e CIA SA, Ramirez Diaz de Espada e La Caoba SA, sendo sua cota conjunta no mercado de 72%.

O mercado de sucos de uva é um nicho com pequeno valor de importação e com baixa diversificação de importadoras e marcas. 73% da importação estão nas mãos de 5 empresas: Apolo IMP. SA, La Caoba SA, Brumado SA, Euro America Consulting SA, Ramirez Díaz de Espada SA.

Observa-se um **crescimento da importação de vinhos brasileiros desde o ano 2015, sendo a taxa de crescimento médio até o ano 2019 de aproximadamente 66%**, enquanto a importação total de vinhos cresceu a uma taxa média de 12%, mesmo com a queda do consumo,, experimentado neste último ano, pela contração da economia paraguaia que se estima ter afetado o consumo de vinhos em 6%. Por outro lado, considera-se que os produtos vinícolas brasileiros estão ganhando peso no mercado de vinhos devido à popularidade dos vinhos doces.

Sumário Executivo

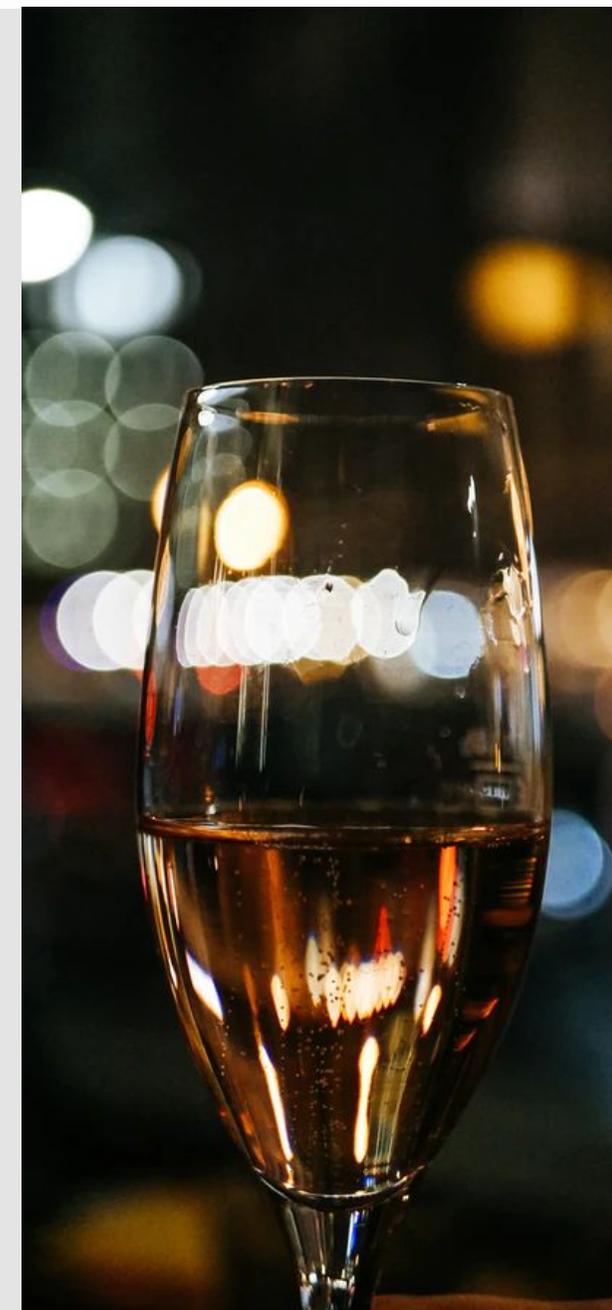
Ao se analisar as rotas de importação, as principais são por via terrestre (95%), pelo fato de que grande parte das importações vêm de países vizinhos, seguidas pela via aquática (6%), ou seja, os VT trazidos da Europa. Porém ao analisar as importações de VE, predominam, com 55%, as importações pela via aquática, devido ao peso da Espanha no volume de importações de espumantes, seguido pelas importações via caminhão (terrestre) com 32% do total.

Com os produtos no País, **o setor mantém uma corrente curta de distribuição controlada por um grupo de empresas que realizam o trabalho de importador e distribuidor ao mesmo tempo**, em casos de varejistas.

O crescente esforço das empresas importadoras em ampliar sua cobertura de venda direta, ocorre em diversos setores. Dentre as experiências relatadas pelos AC, foi revelado que as mesmas importadoras são responsáveis por distribuir em suas respectivas áreas, enquanto para localidades no interior do país, costumam contratar serviços de distribuição terceirizada.

Mesmo que o **peso para cada canal de venda (CDV)** varie em função do segmento de vinhos a ser analisado, pode-se estimar que, tomando em conta todo o mercado de vinhos incluindo os VTB, **os principais CDV são os armazéns atacadistas e os supermercados com 35% do volume de vendas cada um**. Seguem-se os estabelecimentos de conveniência com 15%, as Adegas com 10% e o canal HORECA, com 5%.

Levando em consideração a perspectiva dos AC sobre a estrutura do mercado, pôde-se observar que há uma percepção de uma crescente saturação do mercado, devido à entrada de novos concorrentes com novas etiquetas, o que ocorre por um maior enfoque na importação das cepas e marcas mais consumidas no país; assim como um menor poder de negociação para os importadores com os PDV na hora de competir por espaços em gôndola o de obter um lugar no cardápio, nos pontos HORECA.



Sumário Executivo



A opinião dos AC sobre as barreiras de entrada é positiva, sendo um elemento importante a considerar na negociação com os pontos de venda como redes de supermercados e lojas de conveniência. **Considera-se que os requisitos regulamentares para a importação de vinhos não gera cargas burocráticas**, mais consistem principalmente no registro no Instituto Nacional de Alimentação e Nutrição (INAN) para a obtenção do Registro Sanitário de Produto Alimentar (RSPA), Registro de embalagens e Registro do Estabelecimento, assim como o registro da marca na Direção Nacional de Propriedade Intelectual (DINAPI).

Assim, também se recomenda seguir os requisitos da Resolução MERCOSUL GMC No 45/96 “Regulamento do vinho do MERCOSUL”, adotada no Paraguai por meio do Decreto No 18.953/97, que, entre outras coisas, regulamenta a rotulagem adequada das garrafas de vinho a serem comercializadas na região. Já para sucos de uva, sugere-se levar em consideração o Regulamento Técnico Mercosul para Rotulagem de Alimentos Envasados N°26/03.

Em relação às tarifas de importação, a Tarifa Nacional Vigente (ANV) para países fora do MERCOSUL ou que não possuam certificado de origem do país signatário do MERCOSUL seria de 18% para champanhe e vinhos finos de mesa, e 20% para o resto dos vinhos. Quanto aos impostos a pagar tanto por membros como não membros do MERCOSUL, podem ser listados os seguintes: Imposto sobre Valor Agregado (IVA) de 10%, regulado pela Lei 125/91; Imposto de consumo Seletivo (ISC) de 12% para o vinho (para o ano de 2020 foi feito um ajuste temporário deste imposto, reduzido para 7%).



Sumário Executivo

As estratégias de marketing variam, conforme o caso, ou seja, se se trata de um produto de comercialização em massa, ou se se trata de um produto de alto consumo (a partir das categorias de vinhos Premium), segundo menciona AC. Mais especificamente, para o primeiro grupo, os esforços de comunicação acontecem principalmente através dos meios massivos de comunicação, a fim de atingir o maior número possível da população; e para os produtos do segundo grupo, os esforços são canalizados para chegar aos clientes potenciais através de eventos, degustações, centros educacionais, clubes privados de vinhos e com a ajuda de micro influenciadores do mundo sommelier.

Por fim, sobre as **oportunidades** encontradas **para os produtos vitivinícolas brasileiros**, vale destacar o sucesso dos vinhos doces que desencadearam a entrada de novas marcas como Finca do Carvalho. Por outro lado, deve-se destacar que a maior parte do mercado é de vinhos econômicos e existe a possibilidade de escalar os hábitos e o paladar de um segmento médio Premium que já consome vinhos brasileiros com frequência. Além disso, há interesse **e expectativa sobre o potencial desenvolvimento dos produtos espumantes brasileiros**. Os **sucos de uva, provavelmente continuarão a ser um nicho específico** concentrado, por um lado, em crianças e jovens com marcas massivas, e por outro lado, em adultos que procuram um estilo de vida e alimentação mais saudáveis.





06 Pesquisa Qualitativa

ICA
consultoria estratégica



ESOMAR
| member

6.1 Dimensionamento do Mercado local de vinhos, espumantes e sucos de uva

ICA
consultoria estratégica



ESOMAR
member

Quadro Geral do Mercado de Vinhos

Tamanho estimado do mercado pelos Atores Chave (AC) e sua percepção do contrabando de vinhos.

Existem diferenças nos valores informados pelos diferentes AC, variando entre USD 45 milhões e 70 milhões por ano em média para o mercado de vinhos em geral. Estas diferenças devem-se a três causas: falta de informação estatística confiável e abrangente sobre o mercado, o viés de informação considerado pelo tipo de produto comercializado e o impacto desconhecido do contrabando.

A porcentagem do consumo interno proveniente do contrabando é estimada entre 30% e 50% principalmente da Argentina. Entre os pontos de venda (PDV) mais importantes para produtos contrabandeados estariam os supermercados do interior do país, os pequenos armazéns, os mercados atacadistas e os mercados de fronteira com Brasil. Os produtos são identificados como contrabando em várias ocasiões por se tratarem de etiquetas sem representação local, ou inclusive de novas etiquetas, que ainda não foram importadas pelo representante oficial. As redes sociais são utilizadas também como canais de comercialização desses produtos, e como mencionam os AC, não há discriminação na exposição.

No que diz respeito à dimensão do mercado vitivinícola em geral na categoria de bebidas alcoólicas, considera-se que existe um predomínio importante da cerveja. A cultura da cerveja é relevante para os importadores de produtos vînicos (PV), estimando o vinho só entre 5% y 20% do total consumido em bebidas alcoólicas.



Quadro Geral do Mercado do Vinho

Segmentação do mercado.

Não obstante, existe consenso sobre o crescimento sustentado do mercado de PV, com uma taxa estimada de 15% a 20% ao ano.

A expectativa de crescimento em vendas para PV está relacionada à introdução dos vinhos doces, à adoção de novas práticas como degustações, assinaturas, exposição de vinhos e a aceitação dos vinhos jovens.

Os tipos de PV mais consumidos são o vinho Tetrabrick (VTB) e os vinhos de mesa engarrafados (VM) com preços unitários ao redor de USD 3. Na base da pirâmide existe menos variedade de marcas, com três ganhadores: Uvita, Santa Helena e Quinta do Morgado. Estima-se que o VTB representa 55% do total de vendas de vinhos em supermercados do país.

Enquanto a os vinhos tranquilos (VT), existe uma variedade de 600 etiquetas, sendo Malbec o mais consumido, embora haja uma tendência crescente do consumo de vinhos de fusão e de outras variedades. Os vinhos argentinos têm um peso importante no consumo interno, sendo Paraguai o 8º país comprador dos seus vinhos, e com um valor de exportação de USD 15.544.012 em 2019.



Quadro Geral do Mercado de Vinhos

Especialidades

No segmento VT, embora o consumidor tenha uma preferência pelos vinhos argentinos, ele não tem muita fidelidade de marca e está disposto a experimentar novas propostas. É sabido que as marcas novas de sucesso passam por um momento de descoberta, caracterizado por altas vendas e depois a procura diminui na medida em que surgem outras inovações, como comenta um dos AC, “cada marca tem seu momento de fama”.

Os vinhos chilenos e os vinhos espumantes finos são importados em 80% para a reexportação e para o mercado da fronteira com Brasil.

O vinho espumante (VE) é considerado como uma delicatessen em eventos festivos, principalmente durante os meses de verão. A relação de VE com VT é de 10-90, estimando o tamanho total do mercado em USD 7 milhões ao ano. A primeira marca líder é Chandon de origem argentina e o índice de consumo ficaria em torno do 2.5%.

Em relação a sucos de uva (SU), os AC possuem pouquíssima informação por considerá-lo um sabor que não é amplamente aceito. Não entanto, um dos principais importadores do SU menciona que não conseguem atender a demanda por problemas no abastecimento da mercadoria desde a produção, e que o produto tem bom giro. Se identificam de 3 a 4 marcas de SU, relacionadas à produção brasileira e uma delas pertence à Quinta do Morgado.



Consumo de Vinhos e Espumantes

Preferências do consumidor em relação a marcas, cepas e origem

Preferência de marcas por tipo de envase

Tetra

- Uvita
- Termidor
- Toro
- Rey Baco

- Santa Helena
- Quinta Do Morgado
- San Valentin
- Navarro Correas

Vinhos de mesa

Vinhos Espumantes

- Chandon
- Freixenet

Preferências de cepas

Com relação à percepção dos AC sob as cepas preferidas, concluiu-se que o **Malbec** é reconhecido no Paraguai como a cepa preferida do consumidor médio. **Seguido por Cabernet e Chardonnay.**

Porém, com o surgimento dos **vinhos doces**, eles passaram a ter um papel maior no consumo paraguaio nos últimos anos.

Para os vinhos espumantes existem as versões de champagne com Chardonnay, Meunier ou Pinot Noir. Ou os italianos Prosecco ou Lambrusco.

Preferências por países de origem

Os **vinhos argentinos** são considerados como os mais preferidos e os mais consumidos, tanto em volume de vendas formais como informais. Além de suas marcas de alto padrão, **devido à influência das tendências argentinas no consumo paraguaio.**

Em segundo lugar, pode-se observar o **Chile**, principalmente a marca Santa Helena, a qual **realiza uma grande parte das vendas dentro da categoria de vinhos finos de mesa.** Mesmo assim, é preciso lembrar que os vinhos finos premium chilenos são em parte destinados à reexportação.

Com a introdução dos **vinhos doces brasileiros**, o país vizinho **teve uma participação maior no consumo paraguaio**

Fonte: Entrevistas a atores chave e Informe ICEX

Consumo de Vinhos e Espumantes

Preferências de origem dos espumantes e sazonalidade de consumo de vinhos e espumantes.

Preferência de Espumantes por Países de Origem

Em relação aos espumantes, devido à predominância das marcas Chandon e Freixenet, é possível ver que os países com maior importação em litros são Espanha e Argentina.

Por outro lado, para os APs, a marca mais consumida é a Chandon, colocando **a Argentina como a origem dos espumantes de preferência** e deixando a Espanha em segundo lugar. Isso é explicado em parte pelo costume de importar espumantes europeus para reexportação e comércio fronteiriço.



Sazonalidade de Vinhos e Vinhos Espumantes

Para **vinhos tranquilos** há um maior consumo **entre abril e agosto** (60% - 70% das vendas totais em um ano), pois é considerado uma bebida quente, mais adequada para **os tempos de inverno** e/ou uma atmosfera fresca. Embora o consumo possa se recuperar em dezembro para as festividades de Réveillon, dependendo do clima.

Com a entrada do vinho doce, pudemos ver um aumento no consumo constante ao longo do ano, embora a predominância da cerveja ainda persista, especialmente nos tempos de verão.

No caso dos **vinhos espumantes**, o consumo é considerado concentrado nas festividades **de Réveillon (Natal e Ano Novo) e ocasiões especiais**. Mais pode-se ver um consumo menor, mais persistente ao longo do ano no setor de coquetéis com novas bebidas da moda, como a Aperol Spritz entre outros, que levam como parte da receita o vinho espumante.

Notas: V: vinhos, V.E.: vinhos espumantes. Fonte: Entrevistas a atores chave

Perfil do Consumidor

Características do consumidor de vinhos e espumantes segundo a percepção dos AC

Quanto aos VT, considerados como minoria no consumo geral de bebidas alcoólicas, concentra-se principalmente em áreas urbanas como Assunção e grande Assunção, sendo os consumidores mais comuns pessoas idosas de classe média alta. No entanto, o mercado de VT está se expandindo para um mercado jovem que é atraído pelo status simbólico dos produtos vinícolas.

Por outro lado, o peso do VTB é estimado em 50 por cento do total de vinhos e é considerado mais relevante para setores de nível socioeconômico baixo, embora seja consumido pela classe média alta jovem através do seu uso para misturas com outras bebidas (fantuvi).

Comparando-se por sexo, as mulheres tendem a preferir mais vinho, e bebidas doces, do que os homens, que preferem principalmente cerveja. Vale ressaltar que os homens consomem mais bebidas alcoólicas, mas as diferenças de preferências por tipo de bebida se destacam na comparação entre gênero.

A introdução no país dos vinhos doces 4 a 5 anos atrás, especialmente da marca Quinta do Morgado de La Caoba ampliou o mercado de vinhos, atraindo mais a mulheres que homens na categoria de vinhos de mesa suaves. Isso gerou a reação de vários representantes que introduziram novas marcas como Finca do Carvalho de Aj Boston e Santa Julia Chenin Doce em lata de London Import.

Ao considerar os vinhos espumantes, os AC mencionaram que o maior consumo é encontrado em áreas fronteiriças ao Brasil. Há também uma preferência pelos vinhos espumantes doces por parte de mulheres e jovens. O champanhe é pouco consumido pelo custo, mais vale destacar a conquista da marca Veuve Cliquot em se posicionar no mercado local a partir do canal HORECA

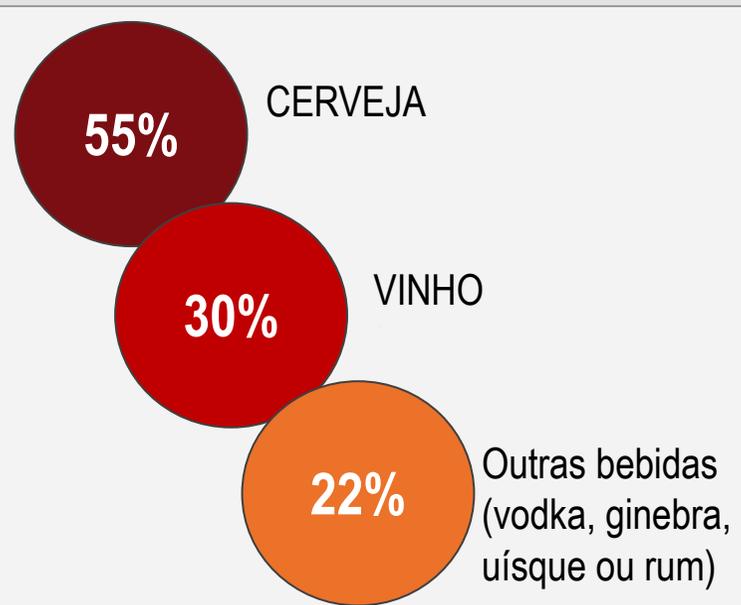
Fonte: Entrevistas a atores chave



Consumo de Vinho em Relação a Bebidas Alcoólicas

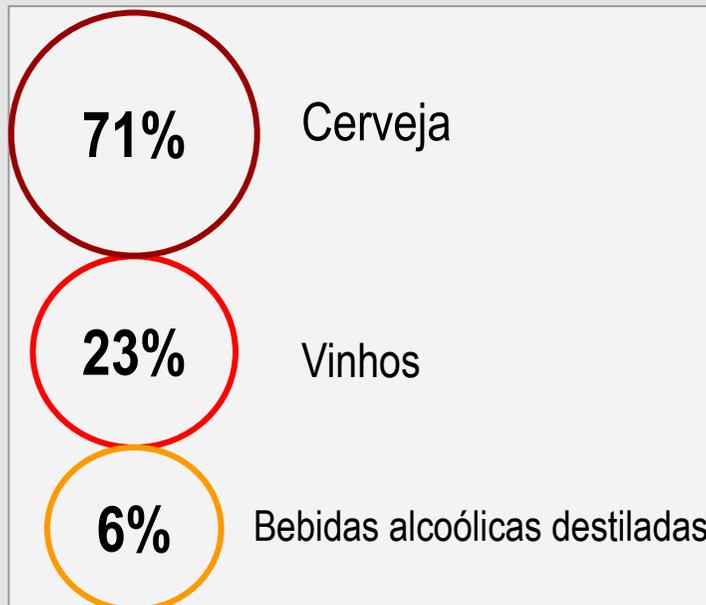
Estimativas de consumo com base em fontes secundárias e pesquisas próprias

1- Peso de consumo pelo tipo de bebida



Fonte: Relatório ICEX

2- Peso no total de gastos com bebidas alcoólicas



Fonte: dados estatísticos do BCP

3- Porcentagem de jovens que consomem*



* ¿Qué tipo de alcohol consume? Resposta multiple. Pesquisa ICA WIN Millennials 2018

Tamanho do Mercado de Vinhos no Paraguai

Vendas estimadas dos anos 2017 - 2018

Para 2018,
a média
de vendas por
ano foi...

**USD 75
milhões**

**28
milhões
litros**

Segmentos do Mercado em volume de
vendas

**68% em
embalagem
"Tetra"**

**32% em
vinhos
em
garrafa**

Concentração dos consumidores

Concentração de **53%** no interior do país.
Onde eles tinham uma variedade de **5,3**
marcas em média para 2018

47% concentrado em Assunção .
Com uma variedade de **7,9** marcas em
média em 2018

Em 2017, o mercado
tinha crescido 3% com
referência a 2016. Com
um volume de vendas
de 27 milhões de litros.

Entre 2017 e 2018
houve um crescimento
no mercado de vinhos
em geral de 3%.

Enquanto a média de
marcas no país era de
5,54 em 2017, em 2018
cresceu para 6,6

Estimativas do Consumo V. & V.E.

Diferentes fontes estimativas de consumo per capita de vinhos (V) e vinhos espumantes (V.E.) .

1- Estimativas 2020 Portal Statista

Consumo per capita de vinhos em geral para o 2020

Em média 4,7 L

Consumo per capita de vinhos tranquilos para o 2020

Em média 4,2 L

Consumo per capita de vinhos espumantes para 2020

Em média 0,2 L

2- Estimativas 2018 dados da OIV

Consumo em litros 2018

Consumo em litros

41.100.000

Consumo per capita em litros

+15 = 9 L por ano

3- Estimativas 2013 dados da FAO

De acordo com a Organização das NU para a Alimentação e Agricultura

Para os anos 2007 a 2013

Consumo médio do vinho é de 6 litros per capita

Consumo per capita de Sucos de Uva

Consumo médio per capita de Sucos de Uva

225
gramas

De acordo com a Organização das Nações Unidas para la Alimentação e Agricultura

Consumo de uvas e produtos derivados não alcoólicos para os anos entre 2007 e 2013

0,2
Litros

De acordo com estimativas para o mercado de sucos de uva gerados por meio de algoritmos da página web Statista INC.

6.2 Segmentação do Mercado de V, VE e SU - Classificação de preços

ICA
consultoria estratégica



ESOMAR
member

Segmentação do Mercado de Vinhos

Estimativas feitas em base a fontes secundárias e entrevistas.

Segmento	Categoria	Preços Unitários médios*	Peso Estimado do Segmento**	Universo***	Litros estimados	Unidades estimadas	Valor USD estimado
Baixo - E	Entry level	1,5 USD	50,00%	560.120	12.100.982	12.100.982	16.953.651
Baixo Alto - D	Masivo	3 USD	40,00%	448.096	9.680.785	12.907.714	37.226.595
Médio - C2	Premium popular	5 USD	8,30%	92.980	2.008.763	2.678.351	14.362.170
Médio Alto - C1	Premium	12 USD	1,00%	11.202	242.020	322.693	4.157.032
Alto baixo - B	Super Premium	20 USD	0,50%	5.601	121.010	161.346	3.226.928
Alto - A	Ultra premium	35 USD	0,2%	2.240	48.404	64.539	3.226.928
	Luxury	65 USD					
	Super luxury	120 USD					
Vendas estimadas totais de vinhos em Tetra Brik e garrafa de vidro				1.120.240	24.201.964	28.235.624	79.153.305



Mercado de Vinhos - Faixa de Preços

Preços médios por segmento de mercado no Paraguai em pontos de venda (PDV)

Categorias	Principais Marcas PDV	Supermercados
Entry level	Uvita *	9.667 Gs.
	Toro *	8.925 Gs.
	Termidor *	11.500 Gs.
Masivo	Don Valentin Lacrado	19.900 Gs.
	Santa Helena Varietal	19.900 Gs.
	Quinta Do Morgado *	22.500 Gs.
	San Felipe	20.333 Gs.
Premium popular	Santa Carolina	31.600 Gs.
	Concha y Toro	33.693 Gs.
	Finca La Linda - Bodega Luigi Bosca	39.900 Gs.
	Benjamin Nieto Senetiner	46.683 Gs.

Principais em categoria e pontos de vendas. Para garrafas de 750 ml, exceto * que se referem a VTB de 1 Litro.

Mercado de Vinhos - Faixas de Preços

Preços médio por segmento do mercado no Paraguai nos pontos de venda (PDV)

Categorias	Principais Marcas PDV	Supermercados
Premium	Santa Julia Alambrado	68.900 Gs.
	Woodbridge	74.500 Gs.
	Escorihuela Gascon	89.000 Gs.
	Luigi Bosca	93.060 Gs.
	Rutini	100.000 Gs.
	Concha y Toro Casillero Del Diablo	107.868 Gs.
Super Premium	Legarde	132.286 Gs.
	Las Moras Mora Negra	140.000 Gs.
	Zuccardi	162.100 Gs.
	D.V. Catena	187.100 Gs.

Principais em categorias e pontos de vendas. Para garrafas de 750 ml

Mercado de Vinhos - Rangos de Preços

Preços médio por segmento de mercado no Paraguai em pontos de venda (PDV)

Categorias	Principais Marcas PDV	Supermercados	Bodega Boutique
Ultra premium	Valdivieso Caballo Loco		265.000 Gs.
	Luigi Bosca Los Nobles		300.000 Gs.
	Alluvia Parcel Doña Paula		372.500 Gs.
Luxury	Catena Alta	412.050 Gs.	
	Lota	460.000 Gs.	
	Les Hauts de Smith		485.500 Gs.
Super luxury	Vino Finca Dofi		721.350 Gs.
	Vino Valduero Reserva		838.140 Gs.
	Chateau Lagrange Aoc Pomerol		975.540 Gs.

Principais em categoria e pontos de vendas. Para garrafas de 750 ml

Segmentação do Mercado de Vinhos Espumantes (VE)

Estimativas baseadas em fontes secundárias e entrevistas.

Segmento	Categoria	Preços Unitários médios*	Peso Segmento NSE**	Universo***	Litros estimados	Unidades estimadas	Valor USD estimado
Baixo Alto - D	Masivo	4 USD	90,00%	201.643	1.235.714	1.647.619	6.590.476
Médio - C2	Premium popular	8 USD	8,30%	18.596	113.960	151.947	1.215.577
Médio Alto - C1	Premium	14 USD	1,00%	2.240	13.730	18.307	256.296
Alto baixo - B	Super Premium	20 USD	0,50%	1.120	6.865	9.153	183.069
Alto - A 	Ultra premium	55 USD	0,2%	448	2.746	3.661	659.048
	Luxury	110 USD					
	Super luxury	250 USD					
Vendas estimadas totais de vinhos espumantes				224.048	1.373.016	1.830.688	8.904.465

Mercado de Vinhos Espumantes (VE)

Preços médios por segmento de mercado no Paraguai

Categorias	Principais Marcas PDV	Preços PDV
Masivo	Almaden	27.300 Gs.
	Quinta do Morgado	29.600 Gs.
Premium popular	Aurora	35.100 Gs.
	Dante Robino	44.009 Gs.
	Baron D'arignac	45.658 Gs.
	Valdivieso	53.000 Gs.
Premium	JP Chenet	70.000 Gs.
	Henkell	72.000 Gs.
	Navarro Correas	74.500 Gs.
	Bottega	85.611 Gs.

Principais em categoria e pontos de vendas. Para garrafas de 750 ml

Mercado de Vinhos Espumantes (VE)

Preços médios por segmento de mercado no Paraguai

Categorias	Principais Marcas PDV	Preços PDV
Super Premium	Asti	121.000 Gs
	Ruffino	123.000 Gs.
Ultra premium	Bottega Diamond	300.000 Gs.
	Roederer	403.246 Gs.
	Taittinger	429.167 Gs.
Luxury	Moet & Chandon	658.340 Gs.
	Veuve Clicquot Ponsardin	815.770 Gs.
Super luxury	Moet & Chandon - Ice Imperial	1.200.000 Gs.
	Roederer - Cristal	1.998.068 Gs.
	Dom Perignon	2.014.971 Gs.

Principais em categoria e pontos de vendas. Para garrafas de 750 ml

Segmentação do Mercado de Sucos de Uva (JU)

Estimativas levadas a cabo com base em fontes secundárias e entrevistas.

Segmento	Categoria	Preços unitários médios por litro*	Peso Segmento NSE**	Universo***	Litros estimados	Valor USD estimado
Baixo - DE	Entry level	2 USD	70%	110.060	493.300	986.600
Médio - C1C2	Masivo	3 USD	29%	54.032	204.367	613.101
Alto - AB	Premium	5 USD	1%	17.225	7.047	31.712
Vendas estimadas totais - sucos de uva				181.317	704.714	1.631.413

Mercado de Sucos de Uva (JU)

Preços médio por segmento de mercado no Paraguai

Categorias	Principais Marcas PDV	Preços PDV por litro
Premium popular	Mioranza	13.300 Gs
	Prat's	16.000 Gs.
	Pomaris	17.000 Gs.
Premium	Aurora	21.900 Gs.
	Quinta do Morgado	22.950 Gs.
	Sinuelo	23.400 Gs.
Super Premium	Sunny Days	31.100 Gs.

6.3 Canais de venda e estrutura de Mercado

ICA
consultoria estratégica



ESOMAR
member

Canais de Vendas de V. e V.E.

Estimativas baseadas em entrevistas com atores chaves

Peso Canais de Vendas

Canais de Venda*	% Aprox. Volume
Armazém e Atacadistas	35%
Supermercados	35%
E. Conveniência**	15%
Adega	10%
HORECA	5%

Comissões de Vendas - Canais

Para Atacadistas

- Em geral, pode variar entre 3 a 10%
- Outros atacadistas podem marginalizar entre 8 a 16%

Cadeia de Supermercados

- Entre 25 a 35%
- Depende das cadeias, do retorno e das ofertas que estabelece.

Adega: ao redor de 20%

Armazém: ao redor de 30%

Canal HORECA: varia entre 25% e 200%

Distribuição

Na maioria dos casos, os mesmos importadores distribuem o produto em sua área de localização sendo frequentemente terceirizados para o interior.

Para as grandes importadoras é mais frequente a terceirização da distribuição para seus clientes varejistas (armazém e similares). Deve haver um mínimo de compra para atendimento direto.

Quanto ao custo, depende das categorias de vinhos entregues. Sendo uma média aproximada de 30% sobre o preço CIF, desde que seja no PDV.

Fonte: entrevistas a atores chave. Informe ICEX. * Pesos canais de vendas conforme volume de vinhos em garrafa de vidro e tetra brik. ** Estabelecimentos de conveniência

Estrutura do Mercado de V. y V.E

Percepção dos Atores Chave sobre a aglomeração de marcas e barreiras à entrada.

Concentração do Mercado de vinhos

Segundo os AC, percebe-se uma crescente saturação do mercado, devido à entrada de novas importadoras com novas marcas. “A briga é uma loucura”. O que, segundo um entrevistado, está causando uma limpeza de carteiras por parte dos representantes, colocando o foco nas marcas e cepas mais consumidas. No entanto, há maior variedade nas seleções mais Premium em relação aos segmentos massivos que são altamente concentrados em poucas marcas.

Por outro lado, foi considerado por outro entrevistado que houve uma expansão do mercado de vinhos com a entrada de novas marcas de vinhos suaves, doces e jovens.

Barreiras e Poder de Negociação

Por um lado, existe a percepção de uma barreira baixa, à importação de vinhos no país, devido aos poucos requisitos para o ingresso do produto de maneira formal (basicamente o registro no INAN e o registro da Marca). Isso é ainda mais verdadeiro para os importadores de produtos da região MERCOSUL, os quais não são afetados por tarifas extrazona.

Por outro lado, para a comercialização percebe-se uma barreira alta quanto ao poder de negociação com os PDV, especialmente com os supermercados e o canal HORECA, devido a forte competição com outros importadores buscando seu espaço em gôndola e no cardápio. O que se pode traduzir em margens maiores, ou na entrega da primeira carga de forma gratuita ao estabelecimento.

Fonte: Entrevistas con atores chave

6.4 Métodos de Comercialização e Marketing para otimizar as vendas

ICA
consultoria estratégica



ESOMAR
member

Estratégias de Marketing

Informação baseada em entrevistas

Cooperação do produtor e representante local

Quanto às estratégias de marketing, elas dependem do segmento a que se dirige o produto, e as indicações do produtor.

As definições específicas do plano de marketing são feitas em conjunto entre o produtor e o importador ou representante, aportando as adaptações locais nas lineamento macro fornecidos pelo produtor.

Comunicação e Posicionamento

Para os AC, também dependerá das vendas realizadas: “quanto mais vendas, mais dinheiro você tem para gastar, quanto menos vendas, menos dinheiro para investir”.

É mais frequente o investimento em espaços publicitários massivos como televisão, rádio e imprensa escrita para vinhos *do segmento baixo e meio* como Santa Helena.

Por outro lado, para vinhos de alto padrão, são organizadas degustações e emparelhamentos, além de eventos como o Expovinhos (na qual em tempos de pré-Covid, atraiu aproximadamente 3.000 pessoas em dois dias, preenchendo a cota de ingressos).

Também através de influenciadores nas redes sociais, clubes privados de vinhos (In vino veritas, Sommelier, entre outros)

A introdução ao vinho fino ocorre em maior medida através da aculturação e “wine education”, oferecidas em centros de formação gastronômica, como Centro Garofalo e IGA.

Promoções

Quanto aos pacotes mais comuns para este tipo de vinhos, destaca-se o pack de “Vinho mais Copo” e os brindes de artigos de marca, que apresentam bons resultados nas vendas conforme explicado pelos entrevistados.

Estratégias de Marketing

Redes sociais e influencers



ENAMORADOS DE ESTA TIERRA

SANTA HELENA
Gran Vico
TINTO

Bicho Riveros
Me gusta esta página · 11 de noviembre de 2020 · Editado ·

Que buena dedicatoria de la etiqueta de @vinossantahelena_py rindiéndole homenaje al amor que le tenemos al Paraguay, porque estamos enamorados de esta tierra 🇵🇾

A Insfran Sofia, Delly Gonzalez, Viveros Irma Rosana Arce y 188 personas más les gusta esto.

8 veces compartido 11 comentarios

Influencers Masivos

Para vinhos de mesa como o Santa Helena, pode-se ver investimento em “Influencers”, especificamente em personalidades da TV e do rádio como Patty Orue e Bicho Riveros, os quais promovem a marca nos respectivos programas de televisão e rádio, assim como nas redes sociais. Além de sua participação em anúncios para a televisão.



Fonte: Entrevistas a atores chave. Video apresentando influencers da televisão paraguaia.

Estratégias de Marketing

Investimento em publicidade, estratégia de marketing em mídias sociais para vinhos sofisticados

No caso dos vinhos finos (do premium para cima) existem diferentes estratégias de marketing, que podem ir desde a participação em promoções como as do jornal ABC e de benefícios com cartões de crédito como o do Itaú, até a organização de degustações de clubes vinícolas privados como In Vino Veritas e importadores como o Winesday, de *Caminos del Vino*.

Assim também, com o crescimento da cultura do vinho e do setor gastronômico, aparecem os wine experts para este mercado, enólogos como : Oliver Gayet, Ana Elisa Greenwood, Alejandro Sciscioli, cujas opiniões são valorizadas e respeitadas devido às suas trajetórias no mundo sommelier.

Cata Virtual
CON LA PARTICIPACIÓN DEL EXPORT DIRECTOR GABRIEL FERNÁNDEZ
MIGUEL TORRES Chile
JUEVES 10 DE DICIEMBRE A LAS 20 HS. - VÍA ZOOM

CORDILLERA
CORDILLERA
VIGNO
CORDILLERA

UN RECORRIDO POR EL MUNDO A TRAVÉS DE
EL abc DEL vino
PRESENTADO POR VINOS...MUNDO

Suscribiéndote por **UN AÑO a ABC Color** recibis de **REGALO** una botella de **VINO** por mes

Además de artículos y videos educativos para volverte un experto

Alejandro Sciscioli
@CopaFeroz
Sommelier, periodista, comunicador del vino, Vinero, Empresario. Editor de [parawine.com](#)
Asunción [facebook.com/parawine](#) Se unió en...

13,6 mil Siguiendo 23,1 mil Seguidores

Influencers para vinhos de Alta Gama

Alejandro Sciscioli @CopaFeroz · 2min
#copa #vino #wine + En tiempos de encierre, la celebración de un recuerdo (por José Eduardo "Tito Caro" Alcázar Peña) -

Alejandro Sciscioli @CopaFeroz · 1h
#copa #vino #wine + Compañero ideal para matizar las interminables jornadas de cuarentena (por @CopaFeroz) -

Alejandro Sciscioli @CopaFeroz · 2h
#copa #vino #wine + 1100 buenas razones para descorchar esta etiqueta (por @tintoparami) -

WINE SDAY

MIÉRCOLES 06/01

PIZZORNO
1900 FAMILY ESTATES

Pizzorno Tannat Reserva 2017
30% DE DESCUENTO

Oferta exclusiva para compras en la tienda el día Miércoles 06/01.

WINESDAY
en vivo @ caminos.py

PRESENTA

PIZZORNO
1900 FAMILY ESTATES

06/01 19h

Conducido por **Alejandro Sciscioli**
Editor de Parawine

ANITA GREENWOOD
Sommelière

INVITADO ESPECIAL

Fonte: Entrevistas a atores chaves



6.5 Oportunidade de mercado para
Produtos brasileiros

ICA
consultoria estratégica



ESOMAR
member

Oportunidade de Mercado

Oportunidade de mercado para produtos brasileiros.

Em relação às oportunidades detectadas pelos AC, menciona-se principalmente a acessibilidade do vinho brasileiro, salientando-se também que os vinhos econômicos ocupam a maior parte do mercado. As expectativas de crescimento da categoria de vinhos em geral, variam de 15% a 40%, dependendo do segmento visado por cada AC, sendo o segmento de massa mais otimista.

O vinho espumante brasileiro é considerado como um produto de boa qualidade e com demanda crescente, principalmente na fronteira.

No caso de vinhos finos de alto padrão ou espumantes, recomendam-se alianças estratégicas com restaurantes (embora não ofereçam exclusividade) e com agentes encarregados da promoção como sommeliers influentes.

O vinho doce ou suave é um produto brasileiro que ocupou um lugar importante no mercado de vinhos no Paraguai, causando também o crescimento do consumo de vinhos em geral no país.

Além disso, a introdução do coquetel de vinho e novas apresentações como os vinhos frios em conserva são tendências que se observam atualmente no mercado.

Tendências



Entre as tendências que não tiveram sucesso, os AC citaram casos de vinhos de origem distinta dos vinhos finos chilenos e argentinos, ou mesmo diferente dos vinhos brasileiros econômicos. Como foi o caso dos vinhos australianos e africanos, os quais também sofreram “o castigo” dos impostos extrazona do Mercosul. Assim também, a introdução do vinho uruguaio não encontrou mercado.



Fonte: Entrevistas a atores chaves



07 Pesquisa Quantitativa

ICA
consultoria estratégica



ESOMAR
member

7.1 Importação de Vinhos, Espumantes e Sucos de Uva no Paraguai

ICA
consultoria estratégica



ESOMAR
member

Valor total de Importação de Vinhos e Vinhos Espumantes

Estimativa conforme importação por subposição em dólares FOB e em litros

Descrição	2019 USD FOB	% usd FOB	Litros 2019	% LITROS
Vinhos finos de mesa	35.708.000	89%	29.780.971	95%
Vinhos espumantes	4.442.292	11%	1.688.643	5%
Total	40.150.292		31.469.614	

Fonte: Relatório do Escritório Econômico e Comercial da Embaixada da Espanha em Assunção



Participação no Mercado - Marcas de Vinhos 2019

Quotas de Importação de vinhos (excluindo espumantes) com referência nas marcas.

	MARCA	USD FOB	% PARTICIPAÇÃO
1	SANTA HELENA	9.495.980	26,59%
2	QUINTA DO MORGADO	3.120.057	8,74%
3	UVITA	2.372.954	6,65%
4	TORO	1.854.137	5,19%
5	FINCA LA LINDA	1.164.354	3,26%
6	CONCHA Y TORO	849.616	2,38%
7	SAN FELIPE	717.262	2,01%
8	SANTA CAROLINA	594.501	1,66%
9	LUIGI BOSCA	511.459	1,43%
10	NAVARRO CORREAS	476.285	1,33%
11	BODEGA ESMERALDA	391.582	1,10%
12	ALAMBRADO	348.343	0,98%
13	CASILLERO DEL DIABLO	344.976	0,97%
14	TRINIDAD DEL CONDE DE HERVIAS	311.745	0,87%
15	RESERVADO	302.028	0,85%
16	BENJAMIN NIETO SENETINER	269.893	0,76%
17	Las Moras - MORA NEGRA	251.231	0,70%
18	VALDIVIESO	239.901	0,67%

	MARCA	USD FOB	% PARTICIPAÇÃO
19	VIÑA INDOMITA	228.266	0,64%
20	DON VALENTIN LACRADO	222.920	0,62%
21	LES HAUTS DE SMITH	215.727	0,60%
22	LAGARDE	185.427	0,52%
23	D.V. CATENA	179.523	0,50%
24	LOTA	165.210	0,46%
25	HEREFORD	159.242	0,45%
26	TERRANOBLE	159.182	0,45%
27	SANTA JULIA	141.883	0,40%
28	SOLDERA	138.070	0,39%
29	DOÑA PAULA	133.090	0,37%
30	CATENA	132.570	0,37%
31	FOND DE CAVE	126.863	0,36%
32	CASA SILVA	123.314	0,35%
33	MORADA DA FELICIDADE	122.831	0,34%
34	ERRAZURIZ	112.598	0,32%
	OUTROS	9.544.982	26,73%
Total geral		35.708.002	100,00%



Importação em USD FOB. Da posição tarifária 2204 (subposições 2204.21.00, 2204.22, 2204.22.1, 2204.22.11, 2204.22.19, 2204.22.20, 2204.29, 2204.29.10, 2204.29.20, 2204.30.00)

Participação no Mercado - Importadoras de Vinhos 2019

Quotas de Importação com referência às Importadoras/representantes das marcas.

	Importadora	USD FOB	Cota
1	A. J. Vierci y CIA. S.A.	15.058.492	35,22%
2	La Caoba SA Ind. y Comerc.	4.407.830	10,31%
3	Ramirez Diaz de Espada Industrial y Comercial SA	2.566.923	6,00%
4	Borgaro SA	2.369.763	5,54%
5	Nova SRL	2.052.527	4,80%
6	London Import SA	1.882.429	4,40%
7	Frutos de los Andes SRL	1.791.397	4,19%
8	Alpatex SACI	1.552.381	3,63%
9	Casa Modiga SA	1.348.465	3,15%
10	MANNAH SRL	1.295.010	3,03%
11	Monalisa Internacional SA	1.163.773	2,72%
12	M. G. Exportadora e Importadora SRL	1.002.660	2,35%
13	Distribuidora Gloria SA	983.553	2,30%
14	Wines and Spirits SA (WASPY SA)	703.477	1,65%
15	Empresa Distribuidora Especializada SA.	628.229	1,47%

	Importadora	USD FOB	Cota
16	Caminos del Vino SA	495.767	1,16%
17	Comercial 8 de Diciembre SRL	394.453	0,92%
18	Apolo Import SA	391.179	0,92%
19	SABE SACI	289.207	0,68%
20	Dimaro SRL	271.045	0,63%
21	Brumado SA	143.098	0,33%
22	Macedonia SA	141.068	0,33%
23	Profarco SA	126.735	0,30%
24	Popai SA	118.768	0,28%
25	El Imperio SRL	101.187	0,24%
26	SIGMA SRL	98.915	0,23%
27	Decanter Vinos SRL	92.798	0,22%
28	DSB Negocios SA	79.713	0,19%
29	Grupo Cell Motion S.A	78.164	0,18%
	Outros	1.121.055	2,62%
	Total geral	35.708.002	100,00%

Importações em USD FOB. No total são 104 Importadoras de vinho. Da posição tarifária 2204 (subposições 2204.21.00, 2204.22, 2204.22.1, 2204.22.11, 2204.22.19, 2204.22.20, 2204.29, 2204.29.10, 2204.29.20, 2204.30.00)

Participação no Mercado - Importadoras de Vinhos 2020

ICA
consultoria estratégica

WIN

ESOMAR
member

Importação de vinhos com referência aos representantes/importadores de janeiro a novembro do 2020

	Importador	USD CIF	COTA
1	A. J. Vierci y CIA. S.A.	10.268.949	30,18%
2	Nova SRL	4.064.663	11,94%
3	La Caoba SA Ind. y Comerc.	2.848.170	8,37%
4	Alpatex SACI	2.641.408	7,76%
5	Borgaro SA	1.454.256	4,27%
6	M. G. Exportadora e Importadora SRL	1.207.867	3,55%
7	Ramirez Diaz de Espada Industrial y Comercial SA	1.126.220	3,31%
8	Bazar Electra S.A.	1.087.956	3,20%
9	London Import SA	987.598	2,90%
10	Wines and Spirits SA (WASPY SA)	927.305	2,72%
11	Apolo Import SA	914.345	2,69%

	Importador	USD CIF	COTA
12	Distribuidora Gloria SA	887.846	2,61%
13	Casa Modiga SA	842.317	2,48%
14	Frutos de los Andes SRL	634.216	1,86%
15	Comercial 8 de Diciembre SRL	579.509	1,70%
16	Empresa Distribuidora Especializada SA.	521.305	1,53%
17	Caminos del Vino SA	330.288	0,97%
18	DSB Negocios S.A.	316.277	0,93%
19	Monalisa Internacional SA	224.349	0,66%
20	Popai SA	193.920	0,57%
21	Outros	1.973.894	5,80%
	Total	34.032.658	

Fonte: Penta-transaction - Janeiro a Novembro do 2020

Participação no Mercado - Marcas VE 2019



Quotas da Importação de vinhos espumantes com referência na marca.

	MARCA	USD FOB	% PARTICIPAÇÃO
1	CHANDON	784.267	17,65%
2	ROEDERER	443.942	9,99%
3	VEUVE CLICQUOT PONSARDIN	406.860	9,16%
4	FREIXENET	371.627	8,37%
5	DOM PERIGNON	257.687	5,80%
6	ZONIN	171.451	3,86%
7	TAITTINGER	164.537	3,70%
8	ASTI	163.170	3,67%
9	BOTTEGA	143.472	3,23%
10	AURORA	138.060	3,11%
11	HENKELL	101.245	2,28%
12	MOET & CHANDON	100.274	2,26%
13	NAVARRO CORREAS	95.508	2,15%
14	JP CHENET	88.288	1,99%

	MARCA	USD FOB	% PARTICIPAÇÃO
15	NIETO SENETINER	83.915	1,89%
16	MIONETTO	96.653	2,18%
17	BARON D'ARIGNAC	43.879	0,99%
18	ANNA	42.641	0,96%
19	GEMMA DI LUNA	42.382	0,95%
20	DANTE ROBINO	35.835	0,81%
21	MUMM	32.648	0,73%
22	RICADDONA ASTI	30.192	0,68%
23	VILLA SANDI	27.909	0,63%
24	GANCIA	25.435	0,57%
25	MOSCATEL QUINTA DO MORGADO	23.150	0,52%
	OUTROS	527.266	11,87%
	Total geral	4.442.292	100,00%

VE: Vinhos espumantes. Importação em USD FOB. Da sub posições 2204.10, 2204.10.10 y 2204.10.90. Fonte: Datasur - 2019

Participação no Mercado - Importadoras VE 2019

Quotas de Importação com referência para Importadoras/representantes de vinhos espumantes

	Importadora	USD FOB	% PARTICIPAÇÃO
1	CASA MODIGA SA	1.120.209	25,22%
2	MANNAH SRL	936.041	21,07%
3	A.J. VIerci Y CIA. SA	483.035	10,87%
4	RAMIREZ DIAZ DE ESPADA IND. Y COM.	406.860	9,16%
5	LA CAOBA SA IND. Y COMERC.	256.148	5,77%
6	BORGARO S.A.	251.381	5,66%
7	MONALISA INTERNACIONAL S.A.	164.537	3,70%
8	LONDON IMP SA	147.955	3,33%
9	APOLO IMP. SA	140.460	3,16%
10	WINES AND SPIRITS SA	85.995	1,94%
11	MACEDONIA S.A.	53.191	1,20%
12	FRUTOS DE LOS ANDES S.R.L.	50.921	1,15%

	Importadora	USD FOB	% PARTICIPAÇÃO
13	DISTRIBUIDORA GLORIA SA	40.151	0,90%
14	GIJON S.A.	36.365	0,82%
15	NICOVINOS S.A.	30.192	0,68%
16	JJ PREMIUM SPIRITS S.A.	27.909	0,63%
17	SABE SACI	25.435	0,57%
18	SIGMA SRL	22.762	0,51%
19	EDESA	18.569	0,42%
20	GOLDEN DUTY FREE S.A.	18.190	0,41%
21	DIMARO SRL	16.766	0,38%
22	BRUMADO S.A.	16.128	0,36%
23	NOBLEZA SRL	15.031	0,34%
	OTROS	78.063	1,76%
	Total geral	4.442.292	



VE: Vinhos espumantes. Importação em USD FOB. Da sub posições tarifárias 2204.10, 2204.10.10 y 2204.10.90. Fonte: Datasur - 2019

Participação no mercado - Importadoras VE 2020

Importação de vinhos espumantes referente aos representantes/importadoras: de janeiro a novembro do 2020

	Importador	USD CIF	Cota
1	CASA MODIGA S.A.	659.773	36,25%
2	RAMIREZ DIAZ DE ESPADA S.A	514.794	28,28%
3	BORGARO S.A.	84.129	4,62%
4	A.J. VIERCY Y CIA. S.A.	58.794	3,23%
5	WINES AND SPIRITS S.A.	55.865	3,07%
6	NICOVINOS S.A.	53.620	2,95%
7	LA CAOBA SA IND. Y COMERC.	50.876	2,80%
8	MONALISA INTERNACIONAL S.A.	45.312	2,49%
9	EMPRESA DISTRIBUIDORA ESPECIALIZADA S.A.	44.222	2,43%
10	APOLO IMPORT S.A.	41.501	2,28%
11	BRUMADO S.A.	34.965	1,92%



	Importador	USD CIF	Cota
12	LONDON IMPORT S.A.	32.757	1,80%
13	MANNAH SRL	28.889	1,59%
14	GRUPO EMPRESARIAL NOBLEZA S.R.L.	22.884	1,26%
15	LA MERCANTIL GUARANI S.A.	21.040	1,16%
16	GIJON S.A.	11.497	0,63%
17	DIMARO S.R.L.	9.427	0,52%
18	SIGMA S.R.L.	9.398	0,52%
19	FLEMINGO PARAGUAY S.A.	9.085	0,50%
20	FRUTOS DE LOS ANDES S.R.L.	8.165	0,45%
21	PATRIZIA SRL	6.662	0,37%
	Outros	16.013	0,88%
	Total	1.819.668	

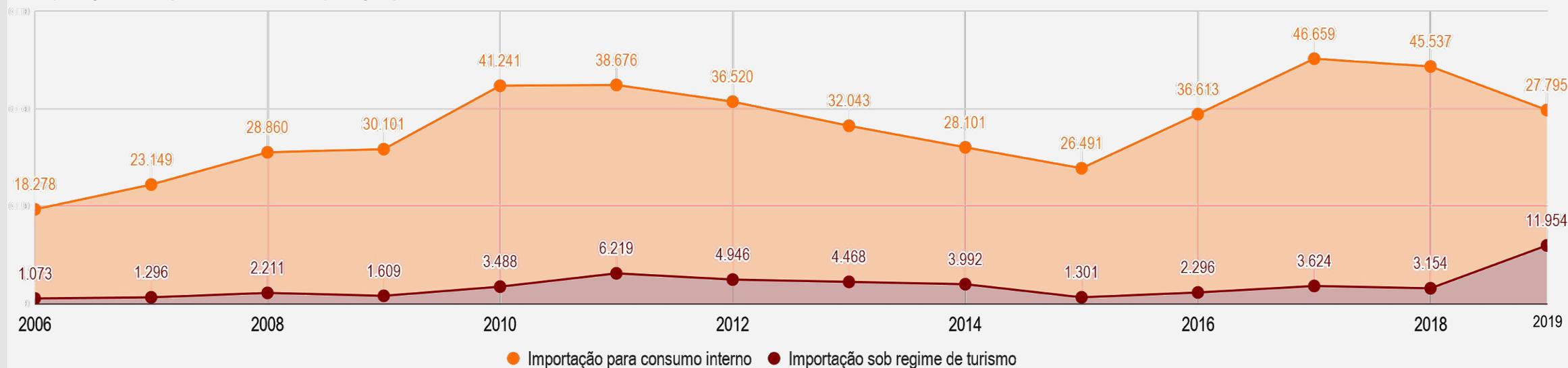
Fonte: Penta-transaction - Janeiro a Novembro do 2020

Importação de Produtos Vinícolas

Valor total USD FOB em toneladas

Vinhos	Ano 2018*			Ano 2019*		
	Importação total	Importação sob o Régimen de Turismo	Importação para consumo interno	Importação total	Importação sob o Régimen de Turismo	Importação para consumo interno
Milhares USD FOB	48.691	3.154	45.537	39.748	11.954	27.795
Toneladas	23.175	777	22.398	22.979	4.295	18.684

Importação sob regime de turismo e Importação para consumo interno em milhares de dólares FOB



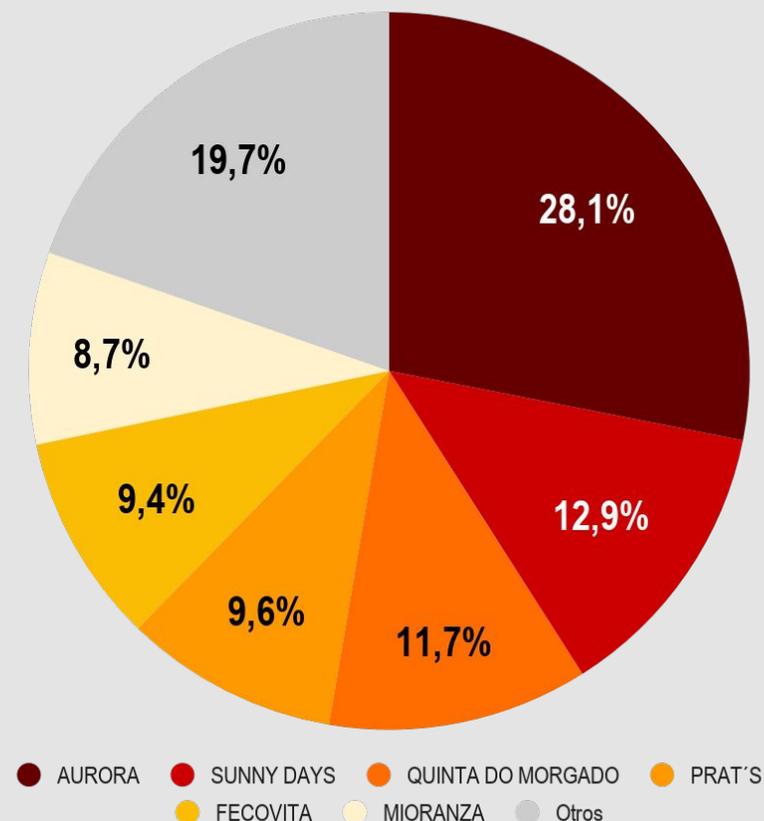
Fonte: Estatísticas de Importação do CIP 2019.

Participação no Mercado - Sucos de Uva 2019

Quotas de Importação de Sucos de Uva com referência nas marcas

MARCA	USD FOB	% PARTICIPAÇÃO
AURORA	69.429	28,10%
SUNNY DAYS	31.872	12,90%
QUINTA DO MORGADO	28.860	11,68%
PRAT'S	23.687	9,59%
FECOVITA	23.317	9,44%
MIORANZA	21.376	8,65%
CAMPO LARGO	7.592	3,07%
INCOVIT	7.169	2,90%
PERGOLA	6.431	2,60%
SINUELO	6.221	2,52%
POMARIS	4.132	1,67%
BAJAJ	3.668	1,48%
G+G	3.473	1,41%
JACOBS CITRUS	571	0,23%
BEST	95	0,04%
SEM DADOS	9.209	3,73%
TOTAL	247.102	

Share por Importadoras e principais sucos de uva 2019

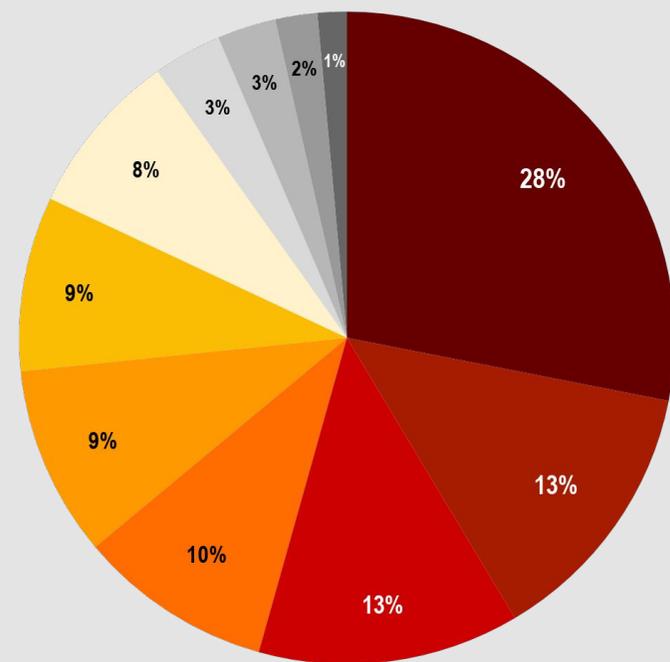


Importação em USD FOB. Do lote 2009, 2009.61.00 y 2009.69.00. Fonte: Datasur - Ano 2019

Participação no Mercado - Sucos de Uva 2019

Quotas de Importação de Sucos de Uva com referência para importadoras/representantes

Share por Importadoras principais sucos de uva 2019



IMPORTADOR	USD FOB	% PARTICIPAÇÃO
APOLO IMP. SA	69.429	28,1%
LA CAOBA SA IND. Y COMERC.	32.955	13,3%
BRUMADO S.A.	31.872	12,9%
EURO AMERICA CONSULTING S.A.	23.687	9,6%
RAMIREZ DIAZ DE ESPADA S.A	23.317	9,4%
DIMARO SRL	20.244	8,2%
POPAI S.A	21.376	8,7%
QUETZAL S.A.	8.372	3,4%
ALCAZAR SA	7.169	2,9%
CARLITOS S.R.L.	5.114	2,1%
ALES S.R.L.	3.568	1,4%
TOTAL	247.102	

Importação em USD FOB. Do lote 2009, 2009.61.00 y 2009.69.00. Fonte: Datasur - Ano 2019



7.2 Mapeamento: Importadores e Distribuidores.

ICA
consultoria estratégica



ESOMAR
member

Marcas Representadas no Paraguai

Representantes e Marcas de produtos vinícolas 2019



Vinhos, principais Importadoras da posição tarifária 2204.21 "Vinhos Finos de Mesa"/"Em embalagens Inferiores a 2 litros"

Importadora	Origem Importações	Marcas
A.J. VIERCY Y CIA S.A.	Chile, Argentina, España, Portugal, Italia, Brasil	Santa Helena, Marqués de Riscal, Marqués de Cáceres, Adegas Torres, Bianchi, Santa Ana, San Felipe
LA CAOBA S.A. IND. Y COMERC.	Italia, Chile, Francia, Argentina, España, Brasil	Cecchi, Indomita, Bernard Magrez, Wine & Fly, Don Gonzalo, Bollini, Quinta do Morgado
RAMIREZ DIAZ DE ESPADA INDUSTRI.	Chile, Estados Unidos, Argentina, Nueva Zelanda, España	Concha y Toro (Trio, Terrunyo, Sunrise, Reservado, Casa M. de Concha, Late Harvest), Newton, Adegas López (Rincón, Chateau Vieux), Espiritud Criollo, Bodega Numanthia
BORGARO S.A.	Chile, Argentina, España, Sudáfrica, Italia, Uruguay	Undurraga, Viña Carmen, Doña Paula, J.P. Chenet, Francois Montand, Medici, Bottega, Pearly Bay, García Carrión (Pata Negra)
NOVA S.R.L.	Argentina	Toro Viejo, Toro
ALPATEX SACI	Argentina	Uvita, Uvita de Plata
M.G.EXPORTADORA E IMPORTADORA	Argentina	Uvita, Uvita de Plata
DISTRIBUIDORA GLORIA S.A.	Argentina, España	Las Moras, Frizze, Mora Negra, Termidor, Hereford, El Viaje de Ramón, Ramón Bilbao
LONDON IMPORT S.A.	Argentina, Chile, Estados Unidos, Uruguay, Italia	Santa Julia, Santa Carolina, Alta Vista, Trivento, Robert Mondavi, Viña Maipo, Zuccardi, Bracco Bosca, Cadus Wines, Nieto Senetiner, Ruffino
WINES AND SPIRITS S.A.	Argentina	Los árboles, Reserva, Colección Privada

Marcas representadas no Paraguai

Representantes e Marcas de produtos vinícolas 2019



Vinhos, principais Importadoras da posição tarifária 2204.10 "Vinho Espumante"

Importadora	Origem Importações	Marcas
CASA MODIGA S.A.	Argentina, Italia, Francia, Chile	Asti Docg, Ruta Malen, Moet Chandon, Undurraga, Fiole, Cheval
MANNAH S.R.L.	Chile, Italia, Francia	Almaviva, Bottega, Terranoble, Roederer, J.P. Chenet, Zonin
A.J. VIERCI Y CIA S.A.	Chile, Argentina, España, Portugal, Italia	Freixenet, Anna Codorniu, Santa Helena, Marqués de Riscal, Bianchi, Santa Ana, San Felipe
LA CAOBA S.A. IND. Y COMERC.	Chile, Alemania, Brasil	Quinta do Morgado, Viña Indomita
APOLO IMPORT S.A.	Brasil, Argentina	Vinícola Aurora, Los Haroldos

Marcas representadas no Paraguai

Representantes e Marcas para Vinhos 2019



Vinhos, principais Importadoras posições tarifárias 2204.22 "Em Envases com capacidade superior a 2L"

Importadora	Origem Importações	Marcas
MACEDONIA S.A.	Espanha	Aalto, Marotto, Bach (Codorniu), Marqués de Cáceres
GRUPO CELL MOTION S.A.	Francia	Jean-Luc Balds
MANNAH S.R.L.	Chile, Argentina Espanha, Francia	Valbona, Renacer, Doña Paula, J.P. Chenet, Francois Montand, Almaviva
MONALISA INTERNACIONAL S.A.	Espanha, Portugal, Italia	Pintia, Quinta Do Castro, Poggio Alle Mura
DIMARRO SRL	Brasil, Argentina, Italia, Chile, Portugal	Trapiche, Viñamayor, Talacasto, Ventisquero, Piccini, Vilarnau, Pergola, Castelforte. Tierra Alta, Meia Encosta, Campo Largo

Fonte: Informe Escritório Económico e Comercial da Embaixada da Espanha em Assunção

Marcas representadas no Paraguai

Representantes e Marcas para vinhos 2019



Vinhos, principais Importadoras posições tarifárias 2204.29

"Os Demais"

Importadora	Origem Importações	Marcas
GRUPO CELL MOTION S.A.	Francia	Andre Lurton, Domaine de Beurenard
GIJON S.A.	Chile	Santa Rita
SABE S.A.C.I.	Italia	Brunello de Montalcino, Gancia
DIMARO S.R.L.	España, Italia	Ennius (Adegas Copaboca), Zero
BEBIDAS DEL PARAGUAY S.A.	Brasil, Argentina	Trapiche, Viñamayor, Talacasto, Ventisquero, Piccini, Vilarnau, La Celia

Fonte: Informe Escritório Económico e Comercial da Embajada de Espanha em Assunção

Importação de Vinhos e VE por país de origem - USD CIF

Por país de origem: Focado no Lote 2204, e sublotes 2204.21, 2204.10, 2204.22 y 2204.29

Vinhos em Geral. Lote 2204		
País de Origem	USD CIF 2019	% Cota
Chile	16.725.149	39,12%
Argentina	15.544.012	36,36%
Brasil	4.798.148	11,22%
Francia	2.163.209	5,06%
España	1.323.641	3,10%
Italia	1.297.892	3,04%
Estados Unidos	265.633	0,62%
Portugal	209.549	0,49%
Uruguay	184.259	0,43%
Alemania	183.205	0,43%
Sudáfrica	36.209	0,08%
Otros	19.149	0,04%
Total	42.750.055	100,00%

Vinhos Finos de Mesa. Sub lote 2204.21		
País de Origem	USD CIF 2019	% Cota
Chile	16.655.826	43,98%
Argentina	14.335.679	37,85%
Brasil	4.538.939	11,98%
España	750.682	1,98%
Italia	482.915	1,28%
Francia	402.713	1,06%
Estados Unidos	244.658	0,65%
Portugal	197.893	0,52%
Otros	262.677	0,69%
Total	37.871.982	100,00%

Vinhos Espumantes. Sub lote 2204.10		
País de Origem	USD CIF 2019	% Cota
Francia	1.702.545	35,94%
Argentina	1.208.173	25,50%
Italia	813.175	17,17%
España	502.015	10,60%
Brasil	258.539	5,46%
Alemania	147.443	3,11%
Chile	64.505	1,36%
Otros	40.700	0,86%
Total	4.737.095	100,00%

Vinhos em envases com capacidade superior a 2L. 2204.22		
País de Origem	USD CIF 2019	% Cota
España	70.245	61,29%
Francia	36.683	32,01%
Portugal	4.903	4,28%
Chile	2.103	1,84%
Brasil	670	0,58%
Total	114.604	100,00%

Sublote 2204.29 - Os demais		
País de Origen	USD CIF 2019	% Cuota
Francia	21.267	80,92%
Chile	2.716	10,33%
Italia	1.441	5,48%
España	697	2,65%
Argentina	159	0,61%
Total	26.280	100,00%

Importação de Vinhos e VE por país de origem - Litros

Por país de origem. Focado no Lote 2204, e sub lote 2204.21, 2204.10, 2204.22 y 2204.29

Vinhos em Geral 2204	
<i>País de Origem</i>	<i>Litros 2019</i>
Argentina	15.490.192
Chile	9.926.492
Brasil	4.471.613
España	587.500
Italia	453.627
Francia	282.414
Alemania	87.643
Portugal	71.610
Uruguay	34.567
Estados Unidos	27.978
Sudáfrica	25.800
Otros	10.172
Total	31.469.608

Vinhos Finos de Mesa. 2204.21	
<i>País de Origem</i>	<i>Litros 2019</i>
Argentina	15.091.477
Chile	9.893.867
Brasil	4.256.004
España	127.483
Italia	124.901
Francia	85.765
Portugal	68.068
Estados Unidos	26.831
Otros	91.014
Total	29.765.410

Vinhos Espumantes. 2204.10	
<i>País de Origem</i>	<i>Litros 2019</i>
España	454.802
Argentina	398.678
Italia	328.141
Brasil	215.096
Francia	188.130
Alemania	65.349
Chile	32.170
Otros	6.273
Total	1.688.639

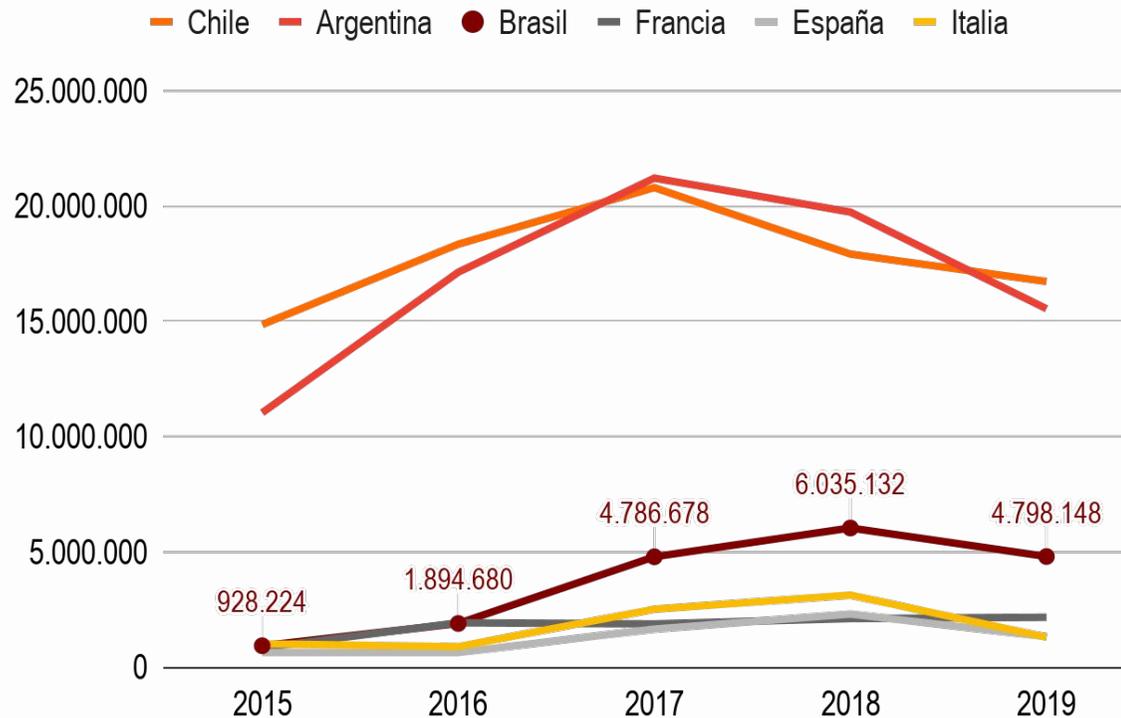
Vinhos em reservórios com capacidade superior a 2L. 2204.22	
<i>País de origem</i>	<i>Litros 2019</i>
Francia	5.512
España	4.404
Brasil	512
Chile	355
Portugal	232
Total	11.015
Os demais. 2204.29	
<i>País de origem</i>	<i>Litros 2019</i>
Francia	3.009
España	810
Italia	584
Chile	100
Argentina	36
Total	4.539

Fonte: Informe ICEX. Penta-transaction - Año 2019.

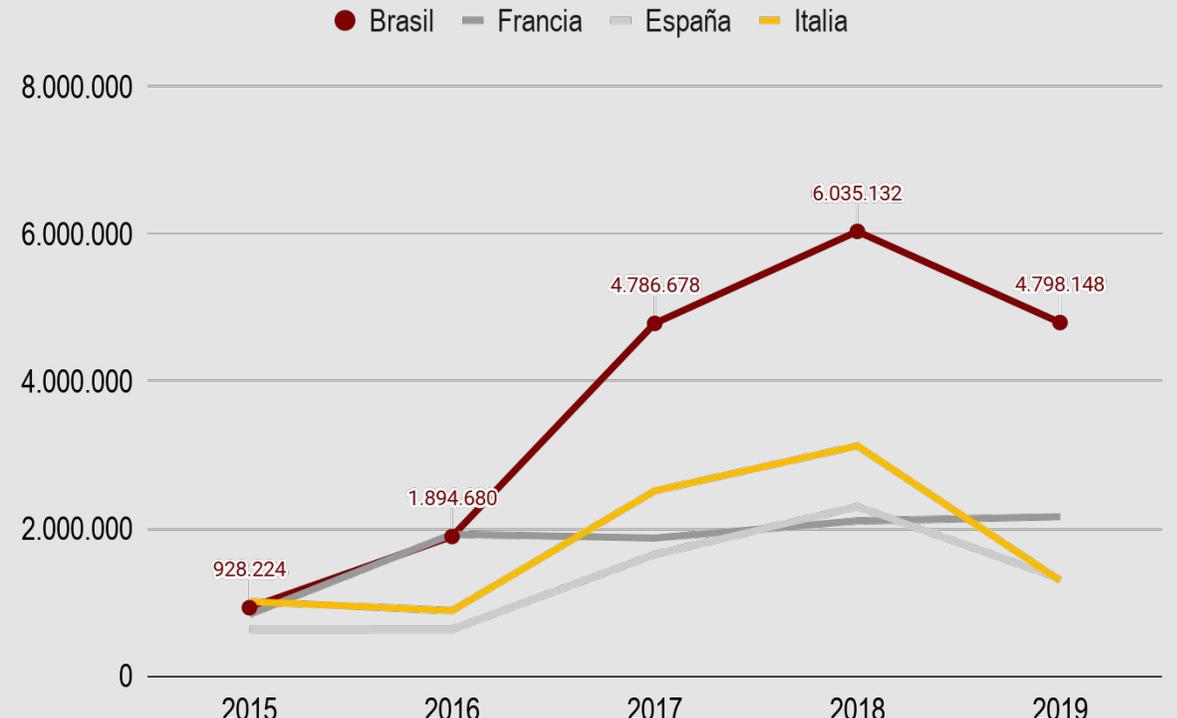
Evolução e Importação de Vinhos e VE por País de origem

Importação entre 2015 a 2019 para a posição 2204 em USD CIF

Importação de vinhos (lote 2204) USD CIF



Importação de vinhos (lote 2204) USD CIF fora Chile e Argentina



Fonte: Informe ICEX. Penta-transaction - Ano 2019.

Evolução da Importação de Vinhos - Brasil

Importação de vinhos entre 2015-2019 (posição pautal 2204) em USD CIF

Há liderança nas importações do Chile e s Argentina, sendo o terceiro lugar Do Brasil, com 12% das importações para vinhos finos de mesa e 5,5% para vinhos espumantes.

Por outro lado, verifica-se uma diminuição das importações de vinhos no ano 2019, em grande medida devido à diminuição da atividade econômica e à diminuição do consumo. O que se estima ter afetado o mercado de vinhos com uma diminuição de 6% no consumo (Jornal 5 días).

Mesmo assim verifica-se que a tendência das importações de vinhos brasileiros continuou com uma tendência de crescimento até 2018. A taxa média de crescimento de 2015 a 2019 é de 66%.

Importação de vinhos Brasil em USD CIF



Fonte:Informe ICEX. Publicação do Jornal 5 días.

Importação de Vinhos e VE por Transporte

Cotas de Importação com referência ao meio de transporte para o ano 2019 em USD FOB

VÍAS DE IMPORTAÇÃO- VINHOS*		
Vía	USD FOB	% PARTICIPAÇÃO
CAMINHÃO	33.674.078	94,30%
AQUÁTICO	2.007.874	5,62%
AVIÃO	13.915	0,04%
NAVIO	11.737	0,03%
MEIOS PROPRIOS	395	0,00%
Total geRAL	35.708.000	100,00%

VIAS DE IMPORTAÇÃO - VINHOS ESPUMANTES**		
Vía	USD FOB	% PARTICIPAÇÃO
ACUATICO	2.433.744	54,79%
CAMINHÃO	1.438.542	32,38%
NAVIO	476.495	10,73%
AVIÃO	93.510	2,10%
Total geral	4.442.292	100,00%

* Do lote tarifário 2204 (2204.21.00, 2204.22, 2204.22.1, 2204.22.11, 2204.22.19, 2204.22.20, 2204.29, 2204.29.10, 2204.29.20, 2204.30.00)



** Do sub lote tarifário 2204.10, 2204.10.10 y 2204.10.90.



Fonte: Datasur - Año 2019

Importação de Vinhos e VE por principais aduanas

Quotas de Importação com referência às Aduanas para o ano 2019 em USD FOB

ADUANA - Vinhos*	USD FOB	% PARTICIPAÇÃO
PUERTOS Y ESTIBAJES	15.395.953	43,12%
JOSE FALCON	5.392.689	15,10%
CAACUPEMI	4.239.933	11,87%
SOLUCION LOGISTICA	3.355.463	9,40%
ITA ENRAMADA	1.158.042	3,24%
CODESA	1.108.095	3,10%
PTO SEGURO FLUVIAL	1.000.653	2,80%
EMPEDRIL S.A.	947.711	2,65%
PAKSA	673.157	1,89%
TERPORT	651.863	1,83%
CIUDAD DEL ESTE	492.294	1,38%
ENCARNACION	425.947	1,19%
PEDRO JUAN CABALLERO	336.870	0,94%
TERPORT - VILLETA	207.632	0,58%
CAMPESTRE S.A.	127.194	0,36%
ZA FRCA GLOBAL	114.285	0,32%
NANAWA	66.305	0,19%
AEROP. PETTIROSSI	13.915	0,04%
Total geral	35.708.000	100,00%

Do lote tarifário 2204
(2204.21.00, 2204.22,
2204.22.1, 2204.22.11,
2204.22.19, 2204.22.20,
2204.29, 2204.29.10,
2204.29.20, 2204.30.00)



Aduanas- Importação VE**	USD FOB	% PARTICIPAÇÃO
CAACUPEMI	1.089.040	24,52%
TERPORT - VILLETA	867.381	19,53%
EMPEDRIL S.A.	785.775	17,69%
PTO SEGURO FLUVIAL	603.238	13,58%
TERPORT	393.168	8,85%
PORTOS E ESTIBAJES	261.242	5,88%
CIDADE DO LESTE	154.188	3,47%
AEROP. PETTIROSSI	93.510	2,10%
JOSE FALCON	89.101	2,01%
PAKSA	43.356	0,98%
SOLUÇÃO LOGISTICA	26.060	0,59%
CODESA	23.319	0,52%
PEDRO JUAN CABALLERO	8.843	0,20%
NANAWA	4.071	0,09%
Total	4.442.292	100,00%



Do sub lote tarifário 2204.10,
2204.10.10 y
2204.10.90.



Fonte: Datasur - Ano 2019

Importação de sucos de Uva - Ano 2019

Por país de origem, rota de importação e aduana. Focado nas posições tarifárias 2009, 2009.61.00 y 2009.69.00

PAÍS	USD FOB	% PARTICIPAÇÃO
BRASIL	213.050	86%
ARGENTINA	30.486	12%
ALEMANHA	3.568	2%

VIA DE IMPORTAÇÃO	USD FOB	% PARTICIPAÇÃO
CAMINHÃO	243.535	99%
AQUÁTICO	3.568	1%

ADUANA	USD FOB	% PARTICIPAÇÃO
CIDADE DO LESTE	138.474	56%
PEDRO JUAN CABALLERO	41.620	17%
SOLUÇÃO LOGISTICA	23.317	9%
CAACUPEMI	19.405	8%
PORTOS E ESTIBAJES	13.550	5%
PAKSA	7.169	3%
TERPORT - VILLETA	3.568	1%
Total	247.104	100%

7.3 Quadro Regulatório do Mercado e Regras de importação.

ICA
consultoria estratégica



ESOMAR
member

Impostos e Tarifários

Tarifas de Importação e Impostos aos que estão sujeitos os vinhos, espumantes e sucos de uva

22.04	Vinho de uvas frescas; mosto de uva, exceto o do lote 20.09.	TARIFA NACIONAL VIGENTE**	IVA	ISC	Renda
	Os demais vinhos; mosto de uva no qual a fermentação foi evitada ou cortada adicionando álcool:				
2204.21.00	Em envases com capacidade inferior ou igual a 2 l	19%	1,5%* / 10%	11%	0,40%
2204.22	Em envases com capacidade superior a 2 l pero inferior o igual a 10 l				
2204.22.1	Vinhos				
2204.22.11	Em envases com capacidade inferior o igual a 5 l	20%	10%	11%	
2204.22.19	Os demais	20%	10%	11%	
2204.22.20	Mostos	20%	10%	11%	
2204.29	Os demais				
2204.29.10	Vinhos	20%	10%	11%	
2204.29.20	Mostos	20%	10%	11%	
2204.30.00	- Os demais mostos de uva	20%	10%	11%	

22.04	Vinho de uvas frescas, incluindo cabeçalho, mosto de uva, exceto o posição pautal 20.09.	TARIFA NACIONAL VIGENTE**	IVA	ISC	Renda
2204.10	Vinho espumante				
2204.10.10	Tipo champanhe (champagne)	18%	1,5%* / 10%	13%	0,40%
2204.10.90	Os demais	20%	1,5%* / 10%	11%	0,40%

sucos de frutas e outros frutos (incluído o mosto de uva) ou de vegetais, sem adição de álcool, inclusive com adição de açúcar ou outro adoçante.		TARIFA NACIONAL VIGENTE**	IVA	ISC
20.09	Suco de uva (incluído o mosto):			
2009.61.00	De valor Brix inferior o igual a 30	14%	10%	5%
2009.69.00	Os demais	14%	10%	5%

Notas: (*) Serão aplicados naquelas empresas inscritas no Registro Especial, caso contrário pagariam 10% de IVA (Ref.: Dto. 6406/05 - Res. S.S.E.T. Nº 1.021/05 - Dto. 332/18 - Dto. 1.931/19). ISC: Imposto Seletivo ao Consumo. ** **Se apresentar certificado de origem do país do MERCOSUL, não paga tarifa aduaneira.**

Processo de Registro e Certificação

De acordo com os requisitos do DINAPI e INAN para o registro de Marcas, o RSPA e o Registro de Embalagens

Procedimentos a serem seguidos para o Registro da Marca

Uma vez escolhida a marca e verificada sua disponibilidade (via busca web/sistema informático do Departamento de Atendimento ao Cidadão), **os seguintes formulários deverão ser preenchidos e apresentados na portaria da Direção Nacional de Propriedade Intelectual DINAPI :**

- Formulário do registro
- Anexo de titulares
- Declaração Jurada do Agente para Patrocínio
- Solicitação de Registro Online sob Patrocínio
- Solicitação e-REN Online sob Patrocínio

Após o pagamento da taxa **de depósito (dois dias mín. em vigor)**, o interessado pode retirar a ordem de publicação, a qual deverá ser publicada no boletim DINAPI ou em jornal de grande circulação ou especializado, durante três dias consecutivos. Em seguida, são aguardados 60 dias úteis para que terceiros possam manifestar oposição contra o pedido. Cumpridos os requisitos legais e vencidos os prazos estabelecidos na Lei de marcas, é realizado um exame substantivo para ver se a marca atende aos requisitos estabelecidos na referida lei. Feito isso, é concedido o Registro de Marca.

Formulários e Instruções relacionadas ao R.S.P.A.

- Pedido de Autorização de Produtos Alimentares não Comercializáveis por Categorias de Produtos.
- Formulário para Anexos de Arquivos.
- Formulário de pedido de Inscrição de de Ingredientes 2020.
- Planilha de pedido de constância de vigência de Registro Sanitário de Produto Alimentício.
- Formulário de Solicitação de certificado de Retenção.
- Anexo VIII. Formulário Inscrição Sanitária de Ingredientes Alimentares. Avaliação de Expedientes.
- Formulário de Consulta para Avaliação Legal de Expedientes. 2018.

Registro de Embalagens

De acordo com o Código Sanitário, Ley N° 836/80, os representantes ou importadores de produtos alimentícios ou bebidas, **devem registrar seus produtos previamente no MSPBS**, que determina sua adequação para o consumo e o tempo de validade de seu registro. Da mesma forma, **é obrigatório o registro de embalagens de alimentos**. O Certificado de Registro Nacional de Embalagens – R.N.E.: documento emitido **pelo INAN**, é o registro do produto após o cumprimento dos requisitos documentais conforme a os procedimentos aprovados, e **envolve a autorização de uso e comercialização de embalagem ou equipamento em contato com alimentos**.

Fonte: Instituto Nacional de Alimentação e Nutrição (INAN), Direção Nacional de Propriedade Intelectual (DINAPI). Notas: RSPA: Registro Sanitário do Produto Alimentar. MSPBS: Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social.

Processo de Registro e Certificações

Cadastro de Estabelecimento no INAN e tempos aproximados de espera para os procedimentos

Procedimentos a seguir para o Registro de Estabelecimento

O procedimento é realizado acessando no site web do INAN www.inan.gov.py ou a partir do www.gestion.inan.gov.py e posteriormente, dentro da mesma página, inserindo o link «**Acceso SIGRA**» ao Sistema Integrado de Registro alimentar e Control Alimentar (SIGRA). As seguintes etapas devem ser seguidas:

1. Entrar no (SIGRA), preencher os campos obrigatórios correspondentes aos dados das instalações a serem habilitadas, as atividades a serem desenvolvidas e as categorias de alimentos.
2. A liquidação das taxas deve ser descarregada e abonada na Preceptoria do INAN ou nas entidades aderentes em todos os meios electrónicos do BANCARD.
3. O INAN atribui uma data para a realização de uma inspeção sanitária do estabelecimento, e uma vez verificado o cumprimento do Regulamento Técnico MERCOSUL de Boas Práticas de Manufatura 80/96, é emitido o Certificado R.E. com uma validade de 5 (cinco) anos.

Procedimentos a serem seguidos para o Registro de Marca



Fonte: Instituto Nacional de Alimentação e Nutrição (INAN), Direção Nacional de Propriedade Intelectual (DINAPI). Notas: RSPA: Registro Sanitário de Produto Alimentar

Requisitos de rotulagem dos vinhos

De acordo com o Regulamento do Vinícola no MERCOSUL

Requisitos obrigatórios:

- Indicar a **Marca** do produto.
- Graduação alcoólica expressa % (porcentagem) em volume. Respeitando os limites estabelecidos, a tolerância será de mais / menos 0.5 %.
- Detalhar os ingredientes de acordo com as normas técnicas vigentes .
- Conteúdo Neto em centilitros o mililitros .
- País de origem, com a frase "Produto de ..."
- Nome e endereço do produtor e fracionador.
- Nome e endereço do importador.
- Classificação em função da classe e da cor do vinho. Classificação em função do teor de açúcares redutores do vinho. Se poderá omitir só em casos de "Vinhos secos"
- Número de lote.
- Registro do produto ou número de análises.
- Informações que atendam ao Código de Defesa do Consumidor.
- A expressão "GASEIFICADO" para vinhos com adição de gás carbónico.
- Para vinho de uvas americanas, indicação do nome das variedades.

Indicações Opcionais

- Pessoas que participam do processo de elaboração, fracionamento ou comercialização.
- Variedade. No caso da indicação da variedade, deve-se observar o seguinte:
 - Uma variedade: Não menor de 75% da variedade.
 - Duas variedades: Citadas em ordem de importância, a menor não inferior a 25 %.
- Colheita (ano da colheita): 100% da colheita mencionada.
- Código de barras
- Indicação de origem de acordo com as regras do "Capítulo VII – Denominações de
- Origem e Indicações Geográficas Reconhecidas.
- Indicação de proveniência, de acordo as normas do "Capítulo VII – Denominações de Origem e Indicações Geográficas Reconhecidas".

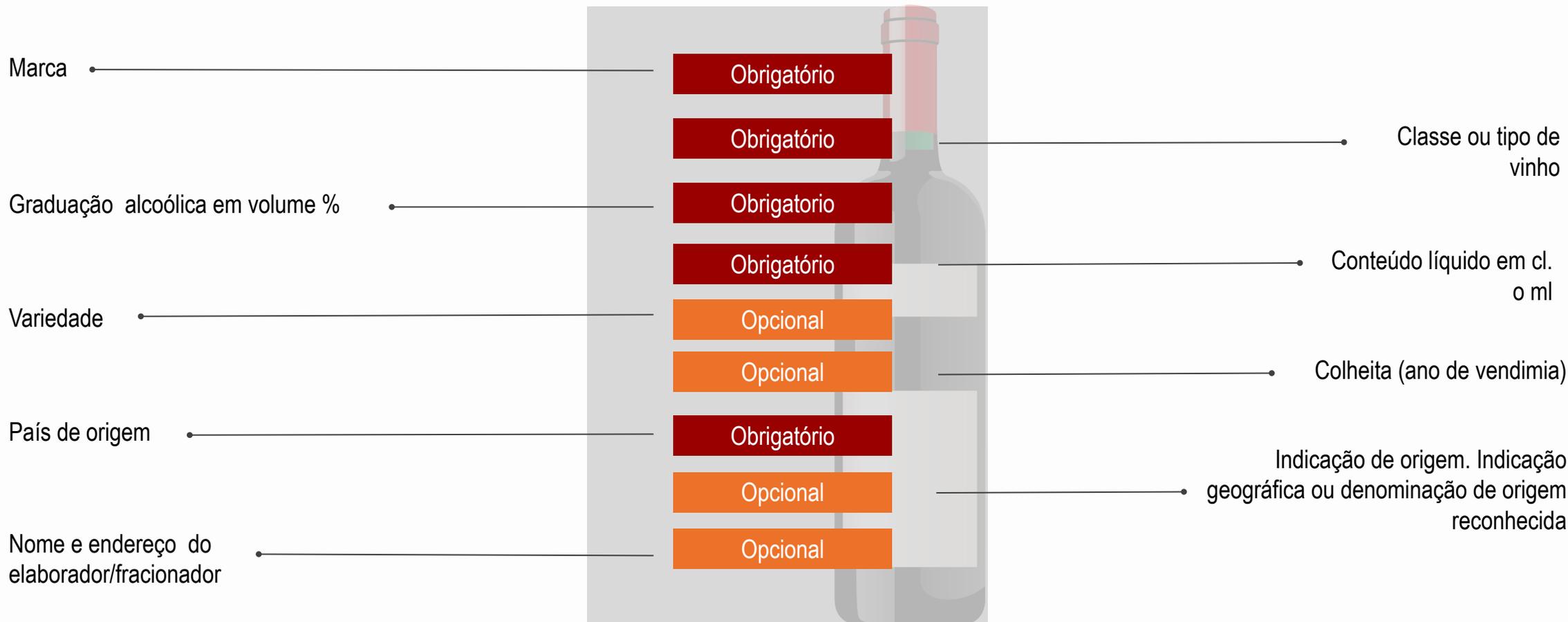
Quando o vinho tenha sido envasado numa região diferente na qual foi elaborado, deve-se indicar: *Origem: Região e Envasado : Região B*

O tamanho desta informação deverá ser o dobro da menor fonte na etiqueta.

Fonte: MERCOSUL/GMC/RES No. 45/96

Requisitos da Etiquetagem de Vinhos

De acordo com o Regulamento de Vinhos do MERCOSUL a Etiqueta/Marbete principal deve conter as seguintes informações Obrigatório ou Opcional.



Fonte: MERCOSUL/GMC/RES No. 45/96

Requisitos de Rotulagem para Sucos de Uva

De acordo com o Regulamento do MERCOSUL N° 26/03 para alimentos embalados aplicáveis a sucos de uva

Idioma

As informações obrigatórias devem ser redigidas na língua oficial do país de consumo (espanhol ou português), com caracteres de bom tamanho, destaque e visibilidade adequados.

Requisitos obrigatórios:

- Denominação de venda do alimento
A denominação, ou a denominação e a marca
- Lista de ingredientes
Declaração de aditivos alimentares na lista de ingredientes. Os aditivos alimentares devem ser declarados como parte da lista de ingredientes.
- Conteúdo líquido
- Identificação de origem
- Nome ou razão social e endereço do importador, para alimentos importados.
- Identificação do lote
- Data de validade
- Preparação e instruções de uso do alimento, quando aplicável.

Fuente: REGULAMENTO TÉCNICO MERCOSUL PARA ROTULACIÓN DE ALIMENTOS ENVASADOS N° 26/03

7.4 Produção local de Vinhos

ICA
consultoria estratégica



ESOMAR
member

Quadro geral da produção local de vinhos

Empresas produtoras de vinhos do Paraguai

Empresas Produtoras de Vinho no Paraguai	Produtos	U. Medida	Prod. Mensal	Cap. Prod. Mensal
RAMIREZ DIAZ DE ESPADA INDUSTRIAL Y COMERCIAL SA	VINHO REY BACO TP. 12X1	LITRO	40.000	480.000
INEXSUR S.A.	VINHO MARCA LA COPA	LITRO	10.000	50.000
GESTION MERCANTIL S.A.	VINHO	LITRO	1.500	2.500

A produção de vinhos e outros é escassa no Paraguai, sendo ao redor de 372 hectares de vinhedos, principalmente na região de Guairá, onde crescem exclusivamente variedades de vinha americana e alguns híbridos. E, em menor escala, no Departamento de Itapúa.

A variedade produzida no país concentra-se em produtos vitivinícolas de média e baixa qualidade, por isso os preços não são elevados.

Além disso, há uma tendência da importação do mosto de uva para a vinificação no país. Processo utilizado principalmente para a produção de qualidade média-baixa.

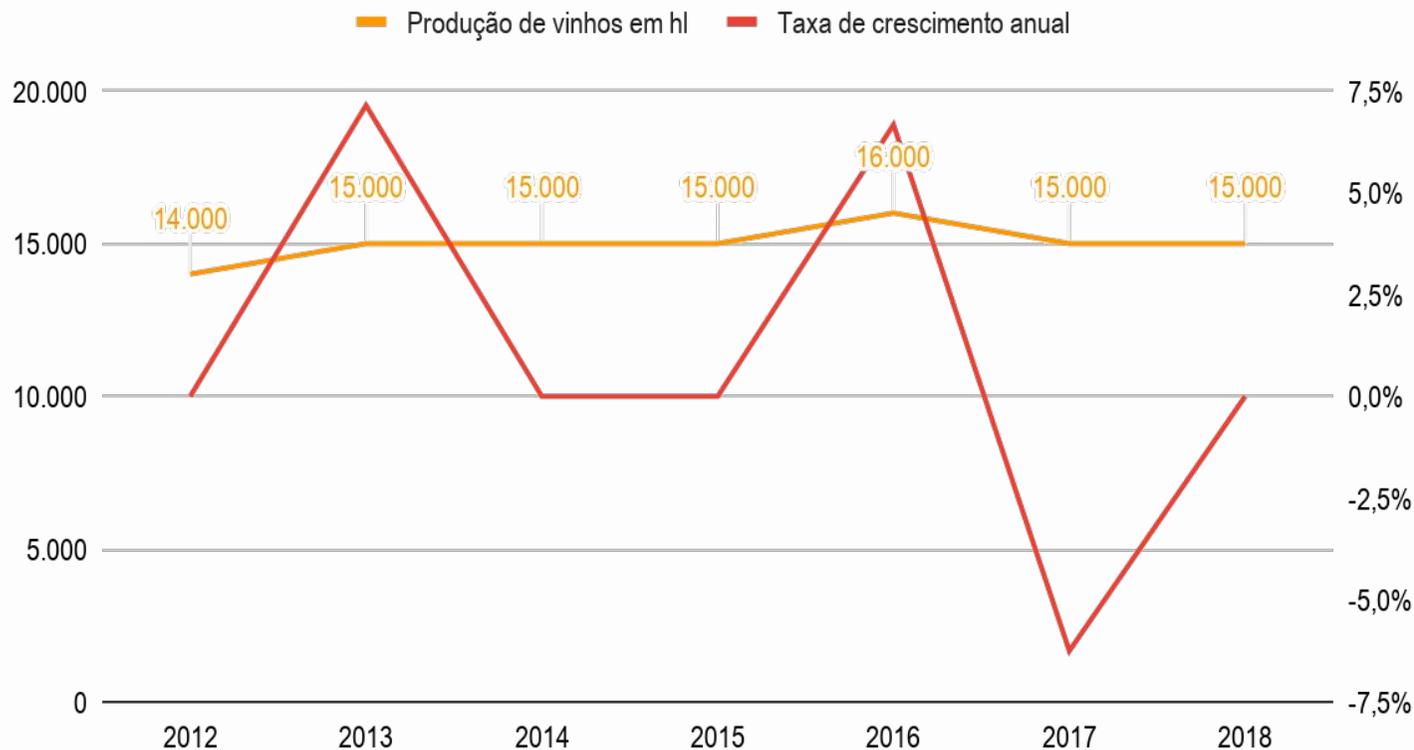
Porém, nos últimos anos ocorreram processos de importação de uvas congeladas para a produção de vinho no país pela Bodega Giacometti.

Fonte: dados estatísticos de RIEL (Registro Industrial) – Entrevistas com atores chaves - Publicação no Jornal ABC sobre a Bodega Giacometti ([Link](#))

Produção de Vinhos no Paraguai 2012-2018

Volume de produção de vinhos em hectolitros

Produção de vinhos em HL



Segundo dados da OIV para a produção de vinhos durante o período 2012-2018, verificou-se um crescimento da produção a uma taxa média de 1,26%.



Fonte: Organização Internacional da Vinha e do Vinho (OIV)



ESOMAR
| member



@ICAParaguay



@ICA_Paraguay



@icaparaguay



consultoria@icapy.com



www.icapy.com

