vinetur

Brasil dispara el consumo de vino en los últimos 10 años

En 2015 Brasil importó 82 millones de litros por valor de 292 millones de dólares

miércoles 17 de agosto de 2016



La República Federal de Brasil tiene una población de 204 millones de habitantes, lo que lo convierte en el mercado más grande de América del Sur, con aproximadamente la mitad de la población total de ésta. El mayor núcleo poblacional se encuentra en la región Sureste con un 42% del total esta. La mayor concentración se da en el estado de Sao Paulo con más de 40 millones de habitantes, especialmente en el área

metropolitana de Sao Paulo, que con 22 millones de habitantes suele considerarse la tercera mayor urbe del mundo.

A la hora de entender el mercado brasileño del vino conviene recordar que Brasil es un país productor, sin embargo, solamente el 10% de sus vinos proceden de uvas Vitis vinifera, por lo que según los estándares tradicionales no sería considerado vino. Esto lleva a que su producto nacional sea de inferior calidad, y existan dos tipos de vino, según la normativa brasileña: "vino de mesa" elaborado con uvas de peor calidad, y "vino fino", elaborado con Vitis vinifera, y donde compiten los vinos importados en Brasil. Los vinos "finos" suponen alrededor del 30% del consumo de vinos en Brasil.

Por lo tanto Brasil necesita abastecerse de vinos importados para satisfacer su demanda.

En 2015 Brasil fue el 16° mayor importador mundial en volumen y el 13° en valor, con 82 millones de litros por valor de 292 millones de dólares.

Las importaciones de vino han visto un crecimiento muy elevado en los últimos 10 años, duplicando el volumen de vino importado desde 41 a 82 millones de litros, y casi triplicando en valor, de los 100 millones de dólares en 2005 a los 292 en 2015.

Los vinos importados suponen alrededor del 80% del vino "fino" consumido en Brasil. Estas importaciones provienen, en su gran mayoría, de seis proveedores, Chile, Argentina, Francia, Italia, Portugal y España, que suponen el 96% de las importaciones de vino brasileñas.

Chile es con diferencia el principal proveedor con un 45% de las importaciones en volumen y 37% en valor, seguido de Argentina. Ambos países disponen de situaciones comerciales privilegiadas con Brasil al ser parte integrante de Mercosur (Argentina) o país asociado (Chile), por lo que la fiscalidad impuesta al resto de países y la logística les permite ofrecer unos precios más competitivos.

Las exportaciones españolas a Brasil en los últimos 5 años se han mantenido estables, si bien de 2011 a 2013 crecieron, en el último par de años han disminuido levemente.

Las pautas de consumo de vino en Brasil difieren de estado a estado, si bien la media de consumo per cápita del país se coloca cercana a los 2 litros, no todos los estados consumen vino por igual. Si bien en estados del norte ese consumo no llega a un litro per cápita, en estados como Rio de Janeiro, más turísticos o con más tradición, este puede alcanzar los 4,8 litros per cápita.

La mayor parte del vino se compra en establecimientos como hipermercados y supermercados para un consumo posterior en casa. Gracias a la mejora paulatina de la capacidad económica de los brasileños y una mejoría de la cultura del vino se ha podido apreciar un incremento en el precio medio del litro, situándose en torno a los 31 reales brasileños por litro. Esto nos deja un gasto per cápita de 62 reales anuales para el conjunto de Brasil.

A la hora de calcular el precio de venta de un vino en Brasil debemos recordar sin embargo los diferentes factores que influyen. El primero es el elevado arancel para los productos no provenientes del área de libre comercio Mercosur. Este impuesto es del 27%, y la forma de aplicar impuestos brasileña en cascada hace que este 27% repercuta en el resto de impuestos a pagar, lo que hace que el vino importado compita en desventaja clara, además existen otros impuestos además del de importación, como son el Impuesto a Productos Industrializados del 10%, las tasas sociales Pis 2,1% y COFINS 9,65% y el ICMS, similar al IVA español, del 25%.

El segundo factor a considerar es la cultura de elevados márgenes comerciales. Los importadores pueden aplicar un margen de beneficio entre el 70% y el 90%, los establecimientos de venta al por menor entre un 40% y un 50%, y el canal Horeca en torno al 100%. Esto nos lleva a que el vino llegue al cliente final con un precio entre 4 y 6 veces su valor CIF.

Dentro de los lineales de supermercados sólo los vinos franceses, italianos y portugueses cuentan con espacio propio diferenciado. Los vinos vinos australianos, sudafricanos, californianos y españoles se encuadran dentro de "otros vinos".

El paulatino incremento de la cultura vinícola en el país y los esfuerzos de comunicación y promoción están llevando a un paulatino incremento del conocimiento del producto.

El principal agente de entrada en la cadena de distribución brasileña es el importador-mayorista, aunque últimamente está ganando fuerza que las cadenas de supermercados realicen importación de manera autónoma, comprando directamente al exportador.

Son además las cadenas de distribución de supermercados e hipermercados las que representan la mayor parte de las ventas de vino en Brasil, donde el consumidor lo compra para consumirlo posteriormente en su casa.

Se puede decir que las importaciones de vino se enfrentan a varias barreras de entrada, entendidas en sentido amplio incluidos los aranceles e impuestos mencionados. El proceso de importación puede ser extremadamente burocrático y dilatado en el tiempo, siendo necesario obtener una licencia de importación previamente a comenzar la importación, además de las certificaciones necesarias en el caso del vino, y los requisitos de etiquetado.

Existe en todo caso una situación de falta de competitividad por el elevado impuesto de importación, que no soportan los vinos procedentes de Chile y Argentina, al disponer de acuerdos comerciales preferenciales, como se ha indicado.

Tras dos años consecutivos de caída del PIB en torno al 3% y una inflación del 10% que han hecho que se desplomen los índices de confianza del consumidor y de los empresarios del comercio a mínimos históricos, estos datos junto a subidas de impuestos hace que el entorno macroeconómico y regulatorio no sea el más halagüeño para el sector. A pesar de ello podemos apreciar cómo el consumo de vino se ha mantenido estable, mejorando los indicadores de otros productos, que sí han visto reducidas sus importaciones en gran medida.

Las exportaciones españolas a Brasil aumentaron en volumen durante 2015, reduciendo su precio medio. La evolución de los precios y volumen de importaciones de vino brasileñas hace pensar que se mantendrá de forma positiva pese a la marcha del país. Siempre debemos recordar a la hora de plantearnos entrar en Brasil que se trata de un mercado con mucho potencial de crecimiento dado su bajo consumo per cápita y gran población, lo que sumado a la falta de conocimiento del producto español hace que el potencial de crecimiento de éste sea elevado.