

Tabla de contenidos

1. Índice
2. Resumen/ Palabras clave
3. Abstract/ Key Words
4. Introducción
5. El mercado de vinos en Estados Unidos
 - 5.1. Cifras generales
 - 5.2. Exportaciones
 - 5.3. Importaciones
 - 5.4. Regiones productoras
 - 5.4.1. California
 - 5.4.2. Washington State
 - 5.4.3. Nueva York
 - 5.5. Resumen de oferta en términos generales
6. El segmento de vinos de origen estadounidense en Costa Rica a la fecha.
 - 6.1. Volúmenes y tendencias
 - 6.2. Marcas e importadores
 - 6.3. Segmentos de precios
 - 6.4. Canales de distribución
 - 6.5. Segmento de vinos USA en Supermercados:
Importadores, Marcas, Precios, Orígenes, etc.
7. Implicaciones específicas del CAFTA en los vinos de origen estadounidense.
 - 7.1. Tratamiento arancelario definido por Cafta para estos productos.
 - 7.2. Requisitos que exige Cafta para poder aplicar la desgravación
 - 7.3. Cálculo de implicaciones directas en costos y posibles precios de venta.
8. Nuevas oportunidades que se abren a vinos de origen USA en Costa Rica a partir de la implementación del CAFTA.
 - 8.1. Generalidades
 - 8.2. Regiones geográficas
 - 8.3. Importadores
 - 8.4. Precios
9. Conclusiones y recomendaciones
10. Referencias bibliográficas

Nueva oportunidad de mercado para vinos de origen estadounidense en Costa Rica a partir de la implementación del nuevo tratado de libre comercio entre ambos países denominado CAFTA.

Eduardo Solano Castro ¹

2. RESUMEN

El mercado de vinos importados en Costa Rica representa un mercado con una tendencia positiva de crecimiento muy importante en los últimos años, convirtiendo al país, por ejemplo; en el país de Centroamérica donde este mercado se encuentra más desarrollado.

En los últimos años, sobre todo; dentro de este mercado de vinos los productos que más crecen son los provenientes del llamado "Nuevo Mundo", término con el cual se describe en la industria a todos los vinos de países no europeos (Viejo Mundo). Ahora bien, dentro de este mercado de vinos del Nuevo Mundo han tomado la delantera en desarrollo y crecimiento en volumen países como Chile y Argentina, quedando el resto de mercados del Nuevo Mundo bastante rezagados, incluso un Estados Unidos que es reconocido a nivel mundial como productor de una amplia variedad y muy buena calidad de vinos.

Con la entrada en vigencia del CAFTA a partir del primero de enero del 2008, y la desgravación arancelaria que podría beneficiar a los vinos de origen estadounidense, se presenta una muy importante oportunidad para importadores actuales y potenciales de vino de incrementar su participación en esta categoría y competir más fuertemente con los vinos de otros orígenes.

Ahora bien, no sólo es importante la posible ventaja de precio que estos vinos podrían empezar a tener, sino que se hace indispensable hacer un mapeo apropiado del mercado estadounidense para determinar exactamente qué tipo de oferta de mercado de vinos existe para reforzar la presencia y éxito de la categoría en nuestro país.

PALABRAS CLAVE: Mercado/ Nuevo Mundo/ Viejo Mundo/ Variedad y Calidad/ CAFTA/ Desgravación/ Mapeo/ Oferta de Mercado.

¹ Bachiller en Administración de Empresas y egresado en Maestría en Administración de Empresas con énfasis en Mercadeo, ULACIT. Candidato a Maestría en Administración de Empresas con énfasis en Finanzas y candidato a Maestría en Administración de Empresas con énfasis en Mercadeo, ULACIT. Correo electrónico: eduardo.solano@holtermann.co.cr

3. ABSTRACT

The imported wine market in Costa Rica represents a market with a very positive growing trend during the last years making the country, for example, the country in which this market is best developed.

During the last years mostly, within this market the products with the highest growth rates are the ones coming from the so called New World, a concept used in the industry to describe all the countries outside Europe (Old World). Within this segment of the New World wines, countries like Chile and Argentina have taken the leading positions leaving the rest of countries of origin far behind, even the United States which is well known worldwide because of its large variety and quality of wines.

With the validity of CAFTA starting January the 1st 2008 and the tax reductions that might benefit the US origin wines, an important door opens for those current and potential importers to expand their participation in this category and start competing stronger against other origins.

However, it is important not only to consider the cost advantage that these products might start to receive, but also to conduct an intensive mapping to determine what kind of products are available to reinforce the presence and success of these wines in our market.

KEY WORDS: Market/ New World / Old World/ Results/ Variety and Quality/ CAFTA/ Tax Reductions/ Mapping/ Market Offer.

4. INTRODUCCIÓN

Este artículo científico pretende evaluar y destacar la nueva oportunidad de mercado que se abre para los vinos de origen estadounidense en Costa Rica a partir de la entrada en vigencia del CAFTA a partir del primero de enero del 2008.

El problema se aborda en un inicio, analizando cuál es la oferta de vinos de origen estadounidense en ese país, tanto para el mercado doméstico como para el mercado de exportación si es que hubiera diferencias importantes entre ambos. Se analiza la oferta en términos de estados y zonas productoras de vino, variedades de cepas o tipo de uva que se cultivan, tipos de vinos que se producen y comercializan, precios, presentaciones, etc. Luego se analiza también a fondo cuál es la presencia que esta categoría de vinos tiene actualmente el nuestro país, determinando fortalezas y oportunidades.

En este segundo apartado se hace énfasis en marcas, tipos de vino, precios, canales de distribución, etc. presentes en nuestro mercado; y se realiza algún tipo de análisis de segmentos existentes en los cuales, los vinos estadounidenses podrían no estar presentes y representar esto una oportunidad de mercado.

En un tercer apartado se analiza muy bien cuáles son las condiciones especiales que contempla este tratado de libre comercio entre ambos países en particular para esta categoría de productos, y en qué sentido y en qué magnitud se puede convertir este nuevo tratamiento arancelario en una verdadera ventaja competitiva para vinos de este origen.

Para terminar, existe una sección de conclusiones y recomendaciones en que se hará énfasis en la oportunidad adicional de mercado existente para estos productos y qué tipo de consideraciones debe tener presente cualquier importador actual o potencial de vinos para ingresar o fortalecer su presencia en este segmento de mercado.

5. EL MERCADO DE VINOS EN LOS ESTADOS UNIDOS

5.1. Cifras generales

La industria del vino es de suma importancia para los Estados Unidos, ya que de acuerdo con estimaciones del Departamento de Comercio de ese país, en el año 2007 representó un total de ventas por un valor de \$12.5 billones de dólares, dando empleo a más de 24.000 personas. Además, se estima que esta industria ha crecido desde el año 2002 un 52% en producción y ventas y 47% en producción de empleos.

Se estima existen alrededor de 23.000 fincas en las cuales se cultivan las vides, y que el 90% de estas propiedades se concentra en propiedades de menos de 100 acres. Por otro lado, un dato muy importante es que estas plantaciones produjeron un total de 6.73 millones de toneladas de uvas en 2007, y el 60% o sea cerca de 3.76 millones de toneladas, fueron uvas cultivadas para la producción de vino específicamente. La cantidad de productores también ha crecido enormemente; se estima desde 1999 hasta 2007 en un 81% para llegar a 4867 productores. (Véase cuadro #1)

Cuadro #1

Producción de vinos en USA Primeros 10 Estados en participación		
Estado	Producción Millones de litros	Porcentaje
California	2180,0	89,25%
Nueva York	106,8	4,37%
Washington	75,9	3,11%
Oregon	15,6	0,64%
Florida	6,6	0,27%
Nueva Jersey	6,3	0,26%
Kentucky	4,7	0,19%
Ohio	4,2	0,17%
Virginia	3,7	0,15%
Carolina del Norte	3,5	0,14%
Otros	35,3	1,44%
Total	2442,6	

Fuente: www.ita.doc.gov/td/ocg/wine2008.pdf

Como se aprecia en el cuadro #1, la producción de vinos estadounidenses se concentra por mucho en el estado de California a pesar de haber producción activa en muchos otros por no decir que en casi todos los estados. A continuación se muestra también en el cuadro #2 un detalle de la cantidad de productores de acuerdo con la región geográfica de ubicación y como contribuyen al total de la producción:

Cuadro #2

Producción de vinos en USA Productores y producción por región		
Región	Productores %	Producción %
California	44,0	89,25
Noreste	11,3	4,79
Noroeste	16,1	3,76
Sureste	8,4	0,81
Medio Oeste	12,5	0,73
Suroeste	5,2	0,19
Este excepto California	2,5	0,14
Total	100,0	99,67

Fuente: www.ita.doc.gov/td/ocg/wine2008.pdf

Acá se aprecia de nuevo el dominio de California como región productora, concentrando casi el 45% del total de los productores activos al año 2007 y de nuevo se recalca el casi 90% de la producción de vino del total país. El Noreste y Noroeste corresponden a las zonas altas costeras, específicamente estados como Nueva York en el Noreste y Washington Estate en el Noroeste que también están de número dos y tres en el cuadro #1.

De acuerdo a cifras reveladas por el Instituto del Vino, el valor total a nivel de precio al detalle de toda la industria del vino en los Estados Unidos, tanto la producción nacional como los vinos importados fue de \$30 billones de dólares, equivalente a 745 millones de galones. Este valor convierte a los Estados Unidos en el mercado de valor de vinos más alto en el mundo entero. De este total de 745 millones de galones de vino, se estima la siguiente participación por segmento o tipo de vino:

- **Vinos de mesa** **87,24%**
- **Vinos dulces** **8,32%**
- **Vino espumante** **4,42%**

También se estima la siguiente participación de esa venta de vino de acuerdo al origen de los productos:

- **California** **61%**
- **Otros Estados** **13%**
- **Vinos Importados** **26%**

Por otro lado, la participación porcentual en la venta a detalle según tipo de vino es la siguiente:

- **Vino tinto** **43%**
- **Vino blanco** **42%**
- **Vino rosado** **15%**

Y esto ha cambiado bastante con respecto a lo que era 10 años antes favoreciendo sobre todo a los vinos tintos que han crecido a costa de los vinos rosados, sobre todo. Hace 10 años las cifras de participación eran:

- **Vino tinto** **25%**
- **Vino blanco** **41%**
- **Vino rosado** **34%**

Es de suma importancia destacar, vista la información anterior, que se muestran dos patrones importantes en cuanto a tendencias en los últimos diez años en cuanto al consumo de vinos en Estados Unidos. Primero, la tendencia de crecimiento de los vinos tintos lo cual es común a la gran mayoría de países en los cuales la categoría se desarrolla, y segundo, la gran importancia relativa de los vinos blancos los cuales representan más de un 40% del consumo total y eso sí no es tan común en otros mercados, donde los vinos blancos tienden a tener menor fuerza.

5.2. Exportaciones

Las exportaciones de vinos estadounidenses crecieron del año 2002 al año 2007 un 66% en valores y un 56% en volumen de acuerdo a las estadísticas del Departamento de Comercio, y alcanzan en 2007 las cifras de 407 millones de litros y \$860 millones de dólares. Si relacionamos la cantidad de exportación con la totalidad de producción en el cuadro #1, resulta ser que se exporta un total del 16,7% de los vinos producidos a nivel nacional.

En el año 2007, los cinco principales destinos de las exportaciones y que acumulan un 70% de las exportaciones totales fueron:

- **Reino Unido con un 31% de las exportaciones**
- **Canadá con un 24%**
- **Japón con un 6,2%**
- **Italia con un 5,7%**
- **Alemania con un 5,4%**

El Reino Unido es de por sí reconocido a nivel mundial como el mercado donde más importante y cuantioso es el segmento de vinos y licores importados en general. Ahora bien, si bien es cierto Inglaterra sigue siendo importante para las exportaciones y Europa sigue representando alrededor del 47% del total de exportaciones, se reconoce que cada vez toma menos relevancia este destino y surgen nuevos países compradores como por ejemplo: Corea, China, México, Singapur, Hong Kong, Bahamas, China Filipinas y Gran Cayman.

5.3. Importaciones

Se señaló en la página anterior, las importaciones de vinos representan en 2007 más de un cuarta parte del total del consumo de vino de los estadounidenses, pues crecieron entre el 2002 y el 2007 un 74% en valores y un 53% en cantidades. Para el 2007 los cinco países más importantes de los cuales se importó vinos y que representan el 87% del total importado fueron:

- **Francia con un 31% de las importaciones**
- **Italia con un 28%**
- **Australia con un 17%**
- **España con un 5,8%**
- **Chile con un 4,5%**

Si bien es cierto de nuevo destaca la Unión Europea como principal socio comercial de Estados Unidos en esa categoría, cabe mencionar que las importaciones de vinos de Europa pasaron de representar un 77% del total en 2002 a un 70% aún dominante en 2007. Otros orígenes que tiene alguna importancia pues son los segundos 5 países de los cuales se importan vinos y juntos suman otro 12% de las importaciones son: Nueva Zelanda, Alemania, Argentina, Portugal y Suráfrica.

5.4. Regiones productoras más importantes

Como se señaló antes en los cuadros #1 y #2, en casi todas las regiones y estados de la unión americana hay algún nivel de producción de uvas y vinos para el consumo nacional y la exportación. Para efectos de este estudio interesa describir con un poco más de detalle únicamente los tres principales estados productores, los cuales son como se indicó, California, Washington y Nueva York; que juntos suman cerca del 96% de la producción nacional.

Según reportes recientes del mismo instituto, las exportaciones de vino californiano han crecido en los últimos 20 años de \$35 millones de dólares en 1985 a más de \$808 millones de dólares en 2004 lo que implica un crecimiento anual promedio del 20%.

5.4.1. California

California no sólo es el estado de mayor producción de uvas y vino en Estados Unidos con cerca del 90% de la producción, sino que se coloca dentro de los cuatro orígenes de producción más importantes a nivel mundial detrás de Italia, Francia y España. Se estima que en Estados Unidos dos de cada tres botellas de vino vendidas en el mercado doméstico o interno son vinos californianos. Existen hoy en día en California más de 2500 productores, y al menos el 54% de toda la producción de uvas se dedica a la producción de vino para llegar a una cifra anual de más de 546 millones de galones y un valor estimado de venta al público de \$19 billones de dólares.

Aunque se considera como área productora dentro del llamado Nuevo Mundo como se comentó en la introducción de este estudio científico, es importante reconocer que la tradición vinícola de California data de finales del siglo 18, cuando misioneros españoles procedentes de México introdujeron el cultivo de vides en esta región del oeste americano.

Hoy a los más de 250 años de historia y experiencia vinícola se unen técnicas modernas de producción e innovación que hace de California uno de los orígenes más exitosos del orbe. Existen tres variedades de uvas tintas y dos de uvas blancas; juntas abarcan el 63% de toda la producción de vino en California, aunque se estima que el total de variedades cultivadas alcanza el centenar de ellas. En primer lugar la cepa Chardonay la cual es blanca, luego la cepa Cabernet tinta, de tercera la cepa Zinfandel tinta, y en cuarto y quinto lugar figuran las uvas o cepas French Colombard blanca y la Merlot tinta respectivamente. Importante destacar como se hizo en la sección 5.1 de cifras generales, el dominio poco usual de los vinos y cepas blancas vs. las tintas.

Se dice de California, por ejemplo, que:

"Hablar del vino en Estados Unidos es prácticamente hablar de California. Hasta un 90% del vino estadounidense proviene de este estado (con más de 16 millones de Hl), que por su tamaño y situación geográfica, supone un lugar inmejorable para el cultivo de la vid. A pesar de que ha habido zonas productoras de alguna relevancia en otros estados de la Unión, como Nueva York (Finger Lakes), Washington (Columbia Valley), Oregon (Umpqua Valley) o Massachusetts (Martha's Vineyard), y así hasta 35 estados con producción vinícola, no es menos cierto que California ha sido y sigue siendo el auténtico estandarte de los vinos norteamericanos".(Mondovinos.com)

Actualmente las regiones más conocidas dedicadas a la producción de vinos son los Valles Sonoma y Napa, las regiones vecinas del Condado de Mendocino y el Condado Lago. Todas estas zonas de reconocida trayectoria vinícola se encuentran a una distancia de entre 50 y 150 millas al norte de San Francisco. También son de mucha importancia las regiones de viñedos de la Costa Central y que están ubicadas sobre las colinas y valles de las montañas costeras desde Monterrey en el norte hasta Santa Bárbara en el sur. (Ver figura #1).

Según datos del Instituto Californiano del Vino, una organización sin fines de lucro que reúne a más de 850 miembros, existen en California más de 208.000 hectáreas cultivadas con vides, y en total se reconocen, además, 94 diferentes AVAs o zonas de cultivo (American Viticultural Areas), forma en que los estadounidenses califican el origen de sus vinos muy al estilo europeo, aunque con bastante más flexibilidad. De hecho, la apelación o denominación de origen de un vino estadounidense en su etiqueta puede estar referido a:

- **Un Estado**

En este caso el 100% de las uvas utilizadas deben haber sido producidas dentro de las fronteras de dicho estado.

- **Un Condado o Condados**

En este caso, al menos el 75% de las uvas utilizadas deben haber sido producidas dentro de las fronteras de dicho condado. Si se utilizan uvas de varios condados debe estar esto claramente establecido en la etiqueta del vino.

- **Un "Área viticultural" o AVA**

En este caso, el 85% o más de las uvas utilizadas deben haber sido producidas dentro de las fronteras de dicha AVA, y esto es estrictamente regulado por el gobierno. Las AVA son regiones geográficas claramente identificables y distinguibles de otras de acuerdo con sus características de clima, suelo, elevación, etc. California contempla hoy 94 AVAs, de un total de 157 diferentes en todos los Estados Unidos.

La diferencia básica con respecto a sistemas similares de clasificación de vinos en Europa, por ejemplo, es que en Estados Unidos el gobierno no regula para las diferentes AVA; por ejemplo, que el productor deba apegarse a criterios rígidos de qué variedades plantar, cómo o cuánto irrigar, cuándo cosechar, qué cantidad plantar y cosechar por hectárea, etc.

A continuación una breve descripción de las áreas productoras de vinos de mayor reconocimiento en California, sobre todo aquellas ubicadas en las regiones de la Costa Norte de California y de la Costa Central de California que son por mucho las más relevantes:

- a. Condado Mendocino**

Está localizado a unos 150 kilómetros al norte de San Francisco y representa una de las zonas productoras más al norte en el estado de California, además es una de las áreas donde primero se dieron las plantaciones de uvas después de la fiebre del oro. Mendocino es una región altamente boscosa.

Existen dentro del condado de Mendocino 10 diferentes AVAs a saber: Mendocino, Valle de Anderson, Rancho Cole, Valle McDowell, Valle Redwood, Valle Potter, Mendocino Ridge, Tierras altas de Yorville, Valle Ukiah y Valle Sanel. En el Condado de Mendocino de acuerdo al Instituto Californiano del Vino, se estiman 6.300 hectáreas plantadas y un total de 53 diferentes productores de vino.

- b. Condado Lake**

Es una región que se encuentra al este de Mendocino bordeando el lago natural más grande de California que es el Lago Clear.

Se estiman 2.300 hectáreas plantadas y un total de 11 productores.

Tiene dentro de sí cuatro AVAs que son: Valle Benmore, Lago Clear, Valle Guenoc y Valle Alto.

- c. Condado de Sonoma**

Esta zona está localizada a una hora al norte de San Francisco entre el Océano Pacífico y el Condado de Napa. Abarca más de 20.000 hectáreas de plantaciones y 260 productores de vinos. Contiene dentro de sí un total de 13 AVAs a saber: Valle Alexander, Valle Bennett, Colina Chalk, Valle Dry Creek, Valle Knights, Los

Carneros, Sonoma Norte, Valle del Russian River, Rockpile, Costa de Sonoma, Valle verde del Condado de Sonoma, Montañas de Sonoma y Valle de Sonoma.

d. Condado de Napa

Napa Valley es una de las zonas vinícolas más famosas de California, y fue el renombrado Robert Mondavi quien causó el boom vinícola en esta región, cuyo nombre en lengua Wapoo significa tierra de abundancia.

Se encuentra a hora y media de distancia de San Francisco en dirección noreste y abarca 18.600 hectáreas de cultivo y 373 productores de vino.

El Condado de Napa cubre 15 diferentes AVAs, entre ellas: Valle de Napa, Montaña Howell, Distrito del Valle Chiles, Distrito de la Montaña Spring, Santa Helena, Ruthford, Oakville, Pico Atlas, Distrito Stags Leap, Monte Veeder, Yountville, Valle Wild Horse, Los Carneros, Distrito de Diamond Mountain y Distrito de Oak Knoll.

e. Los Carneros

Situado al norte de la Bahía de San Francisco, una zona donde se cultivan por las condiciones climáticas, sobre todo las cepas Chardonnay y Pinot Noir. Cubre 3.700 hectáreas de cultivos y cerca de 73 productores de vino.

f. Valle Livermore

Situado a 45 kilómetros al este de San Francisco con 2.000 hectáreas de cultivo y 26 productores de vino. Tiene la particularidad de que por estar orientado de este a oeste como valle, permite la entrada de la brisa y niebla marina para hacer su microclima más templado.

g. Montañas de Santa Cruz

Al sur del famoso Silicon Valley y tan sólo a 80 kilómetros de San Francisco, se encuentra esta zona vinícola con más de 60 productores de vino. Es una región del mismo tamaño que el Napa Valley, pero con una densidad de cultivo y producción bastante menor.

h. Condado Monterrey

Ubicado justo en la costa pacífica a dos horas de San Francisco, una zona que fue explotada por primera vez para fines vitivinícolas por los monjes franciscanos hace más de 200 años. Esta zona abarca 18.300 hectáreas de plantaciones y dentro de ella se ubican alrededor de 60 productores de vino.

i. Paso Robles

A medio camino entre San Francisco y Los Ángeles, cuenta con 8.000 hectáreas de viñedos y cerca de 80 productores de vinos.

j. Condado San Luis Obispo

Ubicado justo al sur del anteriormente citado Paso Robles. Cuenta con 1.500 hectáreas de vides en producción y 25 productores de vinos.

Cinco AVAs en total a saber: Valle Edna, Montañas York, Valle Santa María, Valle Arroyo Grande, Paso Robles.

k. Condado de Santa Bárbara

Situado al norte de Los Ángeles a más o menos 150 kilómetros de distancia. Dentro del total de su área se encuentran plantadas de vides 9.000 hectáreas en manos de 100 productores de vinos. Contiene 3 AVAs: Valle Santa Ynez, Valle Santa María y Colinas Santa Rita.

l. Temécula

Situada una hora al sur de Los Ángeles, abarca en total 800 hectáreas de plantaciones vinícolas y cerca de 20 productores de vinos.

Bastante más al Este de Los Ángeles, alejándose de la costa, se encuentran otras zonas productoras como las zonas de la Sierra Nevada con 2.500 hectáreas y a dos horas y media de San Francisco, y que produce muy buenos vinos Sinfandel y Sauvignon Blanc; así como el llamado Valle Central con 31.000 hectáreas y situado al pie de la Sierra Nevada y donde se encuentra el AVA Lodi.

Como se puede apreciar con claridad, la región del Estado de California no solo abarca cerca del 90% de la producción de vino en los Estados Unidos, sino que la producción se encuentra clasificada de una manera bastante ordenada a través de este sistema de identificación de orígenes por estado, condado y AVA. Esto permite al estado mantener un sistema de estándares que asegura una alta calidad en el producto final.

Además, por la alta cantidad de hectáreas plantadas de vides en todas y cada una de las zonas enumeradas con anterioridad, es claro que la producción de vides y vino es un negocio altamente diseminado en todo el Estado.

Figura #1



5.4.2. Washington State

Como segundo estado en importancia en producción de vinos, representa cerca del 3% de la producción nacional muy lejos de California. Se estiman alrededor de 500 diferentes productores y un volumen producido en 2006 de cerca de 20 millones de galones. Washington tiene en común con California que la cepa de mayor producción es la Chardonnay, con la gran diferencia de que en el total de la producción las cepas blancas son minoría con un 36%, y las tintas con un 64% son dominantes. Después del Chardonnay, las siguientes tres variedades necesarias para llegar al 75% del total de producción son la Riesling, la Cabernet y la Merlot.

5.4.3. New York

Este estado concentra cerca del 2% de la producción nacional de vinos con más de 220 productores y 28,2 millones de galones de vino en el 2006. En este estado se producen más de 30 diferentes variedades o cepas de uvas para consumo, sobre todo como jugo de uva y como vino.

5.5. Resumen de oferta en términos generales

Como se ha visto en las secciones anteriores, es fácil concluir que California representa por mucho las características de oferta de vinos estadounidenses. Aunque la oferta de otros estados no debe ser despreciada ni mucho menos, solo el hecho de tener California alrededor de 2.687 distintos productores y más de 60.000 diferentes productos registrados, hace que solo la oferta de este estado sea lo suficientemente variada y cuantiosa para requerir un análisis a profundidad antes de siquiera analizar el potencial de otros estados. Se estima que el 90% del vino californiano, además se concentra en 25 grandes productores, mientras que por otro lado más de la mitad de productores no llegan a 5.000 cajas al año. El más grande e importante de ellos es Ernest & Julio Gallo, que además es el productor más grande del mundo con 75 millones de cajas de nueve litros al año; y coloca una de cada cuatro cajas de vino que se venden en Estados Unidos. El segundo productor más grande en California es Constellation Wines, parte de la empresa Constellation Brands, que es la empresa de vinos más grande del mundo enfocada sobre todo en vinos australianos. De tercero se encuentra el Wine Group, con una producción y venta al año de 25 millones de cajas de 9 litros, y de cuarto a la compañía Bronco mejor conocida como "Two Buck Chuck" con 9 millones de cajas al año.

A continuación un detalle de los productores y marcas más importantes por región en el Estado de California, de acuerdo a algunos expertos:

Napa Valley

Beaulieu, productores de una marca de reconocido prestigio como lo es BV, propiedad hoy en día de Diageo PLC.

Christian Brothers, que fue el productor más grande de brandy en Estados Unidos y luego fue vendido a una filial del gigante británico Grand Metropolitan y ahora representa una modesta marca de vinos de precio accesible.

Domaine Chandon, parte del grupo Moët Chandon y que produce, sobre todo, espumantes californianos. Ingelnook, que fuera parte del grupo United Vintners, ahora convertido en Diageo PLC, la empresa más importante de bebidas alcohólicas en el mundo. Hans Kornell, productor de champagnes.

Charles Krug, productor de los vinos de la misma marca. **Robert Mondavi**, una de las más reconocidas empresas vinícolas de California. Louis Martini, primer productor de vinos al este de las Rocallosas. **Sterling**, que fuera parte en el pasado del grupo de Coca Cola y ahora es propiedad de Diageo PLC .Y otras como **Beringer**, Chappellet, Cuvaion, Freemark Avey, Heits, Mayacamas, Stony Hill, **Sutter Home**, Burguess y Clos Duval.

Sonoma County

Buena Vista, Sebastiani, **Chateau St. Jean**, Simi, Dry Creek, Korbell, Italian Swiss Colony, Geyzer Peak, Hanzell, **Kenwood**, Cambiaso, Foppiano, **Souverain**, Pedrondelii y Sonoma.

Mendocino County

Cresta Blanca, Parducci, Edmeads, Fetzer, Weibel.

Livemore

Concannon propiedad de The Wine Group, Llord & Elwood, **Wente**, Villa Armando, Weibel.

Santa Clara-San Benito-Santa Cruz

Almaden, conocido como el productor de vinos varietales más grande en los Estados Unidos, **Paul Masson** que fue propiedad de Seagrams, Ridge, Mirassou, San Martín.

Monterrey

Chalone, propiedad de Diageo PLC, Moterrey Península, San Martin, Paul Masson.

Sacramento

Barengo, East Side, Franzia que fue propiedad de Coca Cola y ahora es propiedad de uno de los cinco mayores productores en los Estados Unidos como es The Wine Group., Guild.

Central Valley

Gallo el productor de vinos más grande en los Estados Unidos, Papagni.

San Joaquín Valley

Bear Mountains, California Growers, California Wine Association, Ficklin, Buimarra.

Southern Coast
Brookside, Calloway.

En total se mencionan casi 70 diferentes productores de vinos californianos dentro de los más reconocidos en el estado y en todo el país. De esta cantidad, se marcaron en negrita aquellos que se identifican con presencia de marcas en Costa Rica y que son 11 de los 70, un equivalente al 16% del total. Puede verse de nuevo que la presencia de productores y marcas de vinos estadounidenses y californianos en particular en Costa Rica, es bastante limitada, comparada con el total de variedad disponible.

6. SEGMENTO DE VINOS USA EN COSTA RICA A LA FECHA

Para ilustrar lo que es el mercado de vinos de origen estadounidense en el país, se utiliza sobre todo información cuantitativa extraída del informe anual del International Wine and Spirits Report. Esta es una publicación de carácter internacional cuyos representantes visitan todos los años una gran cantidad de países del mundo recabando información sobre las ventas, precios, compañías importadoras y distribuidoras, etc. de las bebidas alcohólicas, incluyendo vinos.

6.1 Volúmenes y tendencias

Cuadro#3

Venta de Vinos Importados en Costa Rica últimos 5 años						
Miles de cajas 9 litros						
País de Origen	2004	2005	2006	2007	2008	Crec. Compuesto
Chile	185	213	258	319	340	12,9%
Argentina	19	26	33	43	51	21,8%
Italia	32	33	34	39	40	4,6%
España	20	21	22	27	28	7,0%
Estados Unidos	8	11	14	15	16	14,9%
Alemania	10	9	8	8	7	-6,9%
Francia	11	10	9	8	7	-8,6%
Suráfrica	1	1,5	2	3,5	4	32,0%
Australia	1,5	2	2,5	3	4	21,7%
Portugal	0,25	0,4	0,4	0,6	0,5	14,9%
Nueva Zelanda	0	0,1	0,3	0,3	0,4	N.A.
Otros	0,4	0,4	0,65	0,4	1,75	34,3%
Total	288,15	327,4	383,85	466,8	499,65	11,6%

Fuente: International Wine and Spirit Report IWSR.

En el cuadro #3 se puede apreciar lo que son las ventas anuales de los vinos provenientes de los diferentes orígenes durante los últimos cinco años. Estas ventas se miden en cajas de 9 litros como unidad estándar, lo cual equivale a una caja de 12 botellas de 75 centilitros ó 750 mililitros cada una.

Para empezar, es importante destacar el tamaño de la categoría como un todo. Sólo como referencia, estas quinientas mil cajas de nueve litro representan más o menos el doble del volumen que representan las categorías de Ron o Whisky de forma independiente, o el equivalente a estas dos categorías sumadas. Además, se nota un crecimiento compuesto en los últimos cinco años de un 11,6% lo cual es mucho mayor a la tendencia de cualquier otra categoría de licores, incluyendo todos los tipos de destilados y la cerveza.

Es importante destacar también, en cuanto a tendencias de crecimiento compuesto, que casualmente los países que marcan una tendencia igual o mayor a la del total de la categoría son los países del llamado Nuevo Mundo, en particular Chile, Argentina, Estados Unidos, Suráfrica y Australia. Chile lidera la categoría en volumen y por muchas cajas, pero Argentina es el país de origen que muestra el mayor crecimiento con un 21,8%; además ha pasado en cinco años del cuarto lugar de la categoría a ocupar el número dos.

Estados Unidos no sólo se encuentra ya en el año 2008 dentro de los 5 países de mayor importancia en volumen, sino además con un muy buen crecimiento compuesto del 14,9% que supera incluso a Chile, claro está con juna base muchísimo más pequeña.

Para terminar, destacar las tendencias no tan buenas de países del viejo mundo como los clásicos Francia, Italia y España que solían, dejando a Chile de lado, ocupar las posiciones privilegiadas; pero que han ido perdiendo relevancia por dos factores:

- a. Muy fuerte innovación por parte de los países productores del Nuevo Mundo que se caracterizan por métodos productivos y de clasificación mucho más flexibles.
- b. El precio del Euro que ha variado muchísimo y que ha hecho año con año cada vez menos accesibles los vinos de este lado del planeta.

El cuadro #4 a continuación ilustra bastante bien lo que ha sucedido en el mercado de vinos en Costa Rica en los últimos 5 años en términos de posiciones de mercado.

Cuadro #4

Venta de Vinos Importados en Costa Rica últimos 5 años						
Miles de cajas 9 litros						
País de Origen	2004	%	Posición	2008	%	Posición
Chile	185	64,2%	#1	340	68,0%	#1
Argentina	19	6,6%	#4	51	10,2%	#2
Italia	32	11,1%	#2	40	8,0%	#3
España	20	6,9%	#3	28	5,6%	#4
Estados Unidos	8	2,8%	#7	16	3,2%	#5
Alemania	10	3,5%	#6	7	1,4%	#6
Francia	11	3,8%	#5	7	1,4%	#7
Suráfrica	1	0,3%		4	0,8%	
Australia	1,5	0,5%		4	0,8%	
Portugal	0,25	0,1%		0,5	0,1%	
Nueva Zelanda	0	0,0%		0,4	0,1%	
Otros	0,4	0,1%		1,75	0,4%	
Total	288,15	100,0%		499,65	100,0%	

Fuente: [Internation Wine and Spirit Report IWSR](#).

En el cuadro anterior se nota claramente como, ante todo, Chile se mantiene después de cinco años como líder absoluto de la categoría y más bien crece su participación de la categoría de un 64,2% a un 68%.

Argentina, que solía ocupar el cuarto lugar, se mueve a la segunda posición después de Chile. El caso de Argentina es bastante interesante, ya que antes de la crisis la mayoría de vinos argentinos se consumían en el mismo país. Después de la crisis que vivió ese país empezaron a crecer muchísimo las exportaciones de vino, y en Costa Rica han encontrado gran acogida por:

- a. Muy buena relación calidad precio.
- b. El buen momento que viven en general los vinos de Nuevo Mundo.
- c. La penetración de la cocina argentina en el país.

Italia y España pasan de ser número dos y tres respectivamente, a ser tres y cuatro en la tabla de posiciones. Esto se debe, sobre todo, al crecimiento de Argentina recién comentado y a que en general el Viejo Mundo no pasa un buen momento como ya se puntualizó anteriormente. Sin embargo, es importante destacar que del Viejo Mundo estos son posiblemente los dos mercados que más han reaccionado ante la tendencia positiva del Nuevo Mundo, llegando a innovar mucho más hoy en día que lo que innovaban tradicionalmente. Francia por otro lado y a pesar de ser un ícono a nivel mundial y el origen de muchas de las cepas que hoy se cultivan en el Nuevo Mundo, pasa de la posición #5 a la posición #7 y parece no reaccionar aún ante los nuevos requerimientos de los consumidores.

Para concluir, es necesario destacar que Estados Unidos pasa de la posición #7 a la posición #5 lo cual es muy positivo, esto a pesar de que no ha contado con un adecuado surtido de productos ni precios necesariamente competitivos como se comentará más en detalle, oportunamente.

6.2. Marcas e importadores

Cuadro #5

Categoría US en 2007 Marcas e Importadores				
Miles de cajas 9 litros				
Marcas	2007	%	Importador	%
Arbor Mist	6,6	45,5%	Pampa	54,8%
Carlo Rossi	3,6	24,8%	Constenla	33,8%
Gallo	1,3	9,0%	Constenla	
Robert Mondavi	1	6,9%	Pampa	
Beringer	1	6,9%	Holtermann y Compañía	9,0%
Corbett Canyon	0,3	2,1%	Holtermann y Compañía	
Paul Masson	0,2	1,4%	Pampa	
Sutter Home	0,15	1,0%	Pampa	
Wild Vines	0	0,0%	Constenla	
Wycliff	0	0,0%	Constenla	
Wente	0	0,0%	N.D.	
Otros	0,35	2,4%		
Total	14,5	100,0%		100%

Fuente: [Internation Wine and Spirit Report IWSR](#).

El cuadro anterior muestra el detalle de las marcas más importantes que conforman el segmento de vinos estadounidenses, así como sus respectivos importadores.

Aunque hay varias marcas reunidas en la categoría de "Otros", es importante entender que estas no son relevantes por su bajo volumen, lo cual deja este segmento de vinos del mercado en 11 marcas realmente relevantes. Además, todas estas marcas relevantes como se puede observar son importadas y distribuidas por únicamente tres importadores, a saber: Grupo Pampa, Constenla y Holtermann y Compañía. Por otro lado, además es importante ver cómo más del 80% del volumen de venta se concentra en tres marcas, a saber Arbor Mist, Carlo Rossi y Gallo.

Esto habla de una categoría bastante limitada como se verá a continuación si se compara con otros orígenes. Se trata realmente de un segmento poco desarrollado si se toma en cuenta que el volumen se concentra en tan pocas marcas, y que de 40 o más importadores de vinos que existen en Costa Rica, únicamente tres de ellos se encuentran debidamente activos en el segmento.

El cuadro siguiente muestra cómo compara el segmento de Estados Unidos con otros orígenes.

Cuadro #6

Categoría US en 2007 Marcas por país y número de importadores por país			
País de Origen	# Importadores	# Marcas	% Marcas por país
Chile	13	31	27,9%
Argentina	6	15	13,5%
Italia	5	11	9,9%
España	8	16	14,4%
Estados Unidos	3	11	9,9%
Alemania	3	4	3,6%
Francia	5	11	9,9%
Suráfrica	1	3	2,7%
Australia	3	5	4,5%
Portugal	2	2	1,8%
Nueva Zelanda	2	2	1,8%
Total	N.A.	111	100,0%

Fuente: Internation Wine and Spirit Report IWSR.

Como puede verse, las 11 marcas y 3 distribuidores de los vinos de Estados Unidos se quedan realmente cortos ante los números de los orígenes que se encuentran en las primeras cuatro posiciones del mercado. En cualquiera de los otros orígenes de vinos como puede constatarse, participan al menos el doble de distribuidores, y hay bastantes más marcas relevantes.

El camino a seguir para Estadios Unidos debería ser al menos el patrón marcado por Argentina o Italia, donde se vio un promedio de 13 marcas y 5 ó 6 diferentes importadores, para luego crecer detrás de una composición como el modelo que presenta Chile, lo cual sin duda es parte de su éxito.

Es claro que en el segmento de vinos de Estados Unidos hay bastante espacio en el cual trabajar en términos de reforzar la cantidad de marcas y surtido de producto en general, ya que el consumidor de vino es bastante enfático en su demanda de surtido y de probar cosas nuevas.

6.3. Segmentos de precio

Cuadro #7

Porcentaje del volumen en cada segmento de precios por país 2007					
Miles de cajas 9 litros					
País de Origen	Segmento de precios				
	\$5-\$7,5	\$7,5-\$10	\$10-\$15	\$15-\$20	+\$20
Chile	48,6%	46,4%	4,8%	0,2%	0,1%
Argentina	28,2%	49,4%	17,6%	1,9%	2,8%
Italia	53,6%	30,6%	10,2%	5,1%	0,5%
España	0,0%	36,0%	53,0%	9,5%	1,5%
Estados Unidos	44,8%	37,9%	3,4%	11,7%	2,1%
Alemania	0,0%	0,0%	98,7%	1,3%	0,0%
Francia	2,7%	54,7%	31,3%	7,3%	4,0%
Suráfrica	0,0%	0,0%	65,2%	29,0%	5,8%
Australia	0,0%	84,6%	15,4%	0,0%	0,0%
Portugal	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Nueva Zelanda	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%
Otros	25,0%	25,0%	25,0%	25,0%	0,0%

Fuente: Internation Wine and Spirit Report IWSR.

El cuadro #7 presenta cinco distintos niveles de precio de venta al detalle para los diferentes vinos de los diferentes países de origen, niveles de precio que van de de los cinco dólares hasta un último rango de más de 20 dólares americanos.

Además, presenta para cada país qué porcentaje de sus ventas su ubica en cada uno de estos rangos de precios, y marcado en color azul dónde se concentra la mayor cantidad volumen de ventas.

Varias observaciones importantes se derivan de este cuadro:

- a. La alta concentración de Chile en vinos baratos, de entre 5 y 10 dólares. No porque no tenga Chile vinos en segmentos de precios superiores, sino porque los volúmenes de estos son muy bajos.

- b. Argentina e Italia presentan lo que parece ser una mezcla más variada y posiblemente más rentable, con una participación significativa de entre 10% y casi 20% de sus ventas en vinos de entre 10 y 15 dólares.
- c. Estados Unidos tiene una alta concentración también en vinos de precios bajo, lo cual estaría representado sobre todo por marcas como Arbor Mist , Carlo Rossi y Gallo como se vio en el cuadro #3. Sin embargo, marcando una participación importante del casi 12% en vinos de entre 15 y 20 dólares, lo cual no logra ninguno de los cuatro mercados u orígenes que le superan en tamaño.

Todo esto lo que indica es de nuevo que hay cabida para un mayor surtido de marcas y productos, y que incluso a nivel de segmentos de precios existe un rango de entre 10 y 15 dólares que representaría vinos de mayor calidad y prestigio, en el cual casi no se participa y en el cual sí están participando activamente y generando volumen España, Italia y Argentina.

6.4. Canales de distribución

Antes de hablar puntualmente de canales de distribución es importante aclarar el significado de dos términos muy usados en la industria de licores en general para agrupar a estos canales. Estos términos son Off Trade y On Trade.

On Trade

El término On Trade se refiere a los canales de distribución donde el producto se vende abierto, para consumir en el local. Los canales que se clasifican bajo esta categoría son bares, restaurantes, hoteles, discotecas, etc.

Off Trade

Se utiliza para referirse a los canales en que el producto, en este caso los vinos, son vendidos cerrados o tapados, para llevar y consumir en otro lugar como puede ser el hogar, no para consumir en el local.

Incluye supermercados, licorerías, minisupers con patente de licores y otros.

Habiendo hecho esta aclaración, el primer dato que se da es que en términos generales, los volúmenes de los diferentes vinos de los diferentes países se dividen en un 50% Off Trade y un 50% On Trade. En el caso particular de los vinos de Estados Unidos, por haber una alta concentración de vinos en niveles de precio bastante bajos y por tratarse de marcas como Arbor Mist y Carlo Rossi que son bastante populares, se puede decir con bastante seguridad que la mezcla de ventas

entre On Trade y Off Trade es posiblemente mucho más Off Trade, posiblemente un 80% o hasta un 90% Off Trade y el resto On Trade. Los negocios del On Trade generalmente se enfocan más en vinos finos porque su enfoque es el maridaje, que es la correcta asociación entre la comida y el vino.

Si hay un enfoque entonces en el mercado del Off Trade, sin duda alguna la fortaleza actual de los vinos de Estados Unidos está actualmente en los supermercados de cadena, donde marcas como Arbor Mist, Carlo Rossi y Gallo lideran por mucho en ventas, eso sí dirigidos todos a un consumidor de vinos iniciador y por tanto poco experimentado, que busca vino barato, simple y relativamente dulce. Por todo lo anterior se considera existe una oportunidad que aprovechar para los vinos de Estados Unidos, sobre todo en vinos finos, tanto en el On Trade como en el Off Trade y apostando además al crecimiento del turismo estadounidense que hoy en día es ya el más importante para el país.

6.5. Segmento de vinos USA en canal de supermercados

Como se aclaró en la sección anterior, el enfoque actual de distribución y venta de vinos estadounidenses tiene mucho énfasis en el Off Trade, y en las cadenas de supermercados. Es por eso que se ha tomado información recabada de la cadena de supermercados más fuerte en el país en vinos, Automercados, para hacer un análisis de lo que es la oferta de vinos de este origen en este canal.

Cuadro #8

OFERTA VINOS USA SUPERMERCADOS						
VINOS BLANCOS						
Marcas	Importador	Productor	Región	Estado	Cepas	Precio
Carlo Rossi	Constenla	Carlo Rossi Vineyards	Modesto	Cal.	Genérico	□4.000
Corbet Canyon	HAYCOM	Corbet Canyon Vineyards	Varios	Cal.	White Sinfandel	□4.500
Gallo	Constenla	Gallo Family Vineyards	Twin Valley	Cal.	Chardonnay y otros	□4.824
Beringer	HAYCOM	Beringer Vineyards	Napa Valley	Cal.	Varias	□6.500
Duck Pond	HAYCOM	Duck Pond Winery			Pinot Grillo	□12.731
Woodbridge	Pampa	Woodbridge Winery	San Joaquín	Cal.	W. Sinfandel y otras	□5.050
Robert Mondavi	Pampa	Robert Mondavi	Varias	Cal.	Sauvignon y otras	□6.795
Vendange	Pampa	Constelation Wines	Varias	Cal.	W. Sinfandel	□5.045
Fish Eye	Felipe Motta	Fish Eye Winery	Soledad		Chardonnay y otras	□7.473
Kenwood	Distribuidora Isleña	Kenwood Vineyards	Sonona	Cal.	Sauvignon y otras	□9.835
Chateau St. Jean	HAYCOM	Chateau St. Jean Winery	Sonona	Cal.	Chardonnay	□15.000
Chateau St. Michelle	HAYCOM	Chateaus St. Michelle	Columbia	Wash.	Chardonnay	□15.000

Fuente: Estanterías Cadena Automercados

Iniciamos con la subcategoría de vinos blancos, en la cual es ya notable el hecho de que prácticamente el ciento por ciento de la oferta de vinos de origen USA en Supermercados proviene del Estado de California. Si bien sabemos que se producen vinos en la mayoría de estados, predomina California en este surtido con una presencia mínima de Washington State. Ahora bien, dentro de este origen californiano sí se aprecia una variedad interesante de regiones de las cuales provienen los vinos, predominando el Napa Valley y el Sonoma County sobre todo. Ahora bien, como se ha señalado la oferta de vinos californianos es, y por mucho, más extensa de lo que podemos apreciar en nuestro mercado actual, además de que falta mayor presencia de otros estados también.

En cuanto a precios, aquí sí se aprecia presencia de vinos en prácticamente todos los rangos. Se notan incluso varios vinos entre los \$10 y \$15 que como se comentó no figuraban en la sección 6.3. Esto lo que quiere decir es que estos vinos de este segmento como Beringer, Woodbridge y Fish Eye, pueden ser relevantes en supermercados pero su volumen de venta a nivel de país no es lo suficientemente alto como para figurar en los reportes de IWSR.

Cuadro #9

OFERTA VINOS USA SUPERMERCADOS						
VINOS TINTOS						
Marcas	Importador	Productor	Región	Estado	Cepas	Precio
Carlo Rossi	Constenla	Carlo Rossi Vineyards	Modesto	Cal.	Genérico	□4.000
Corbet Canyon	HAYCOM	Corbet Canyon Vineyards	Varios	Cal.	Varias	□4.500
Beaulieu	HAYCOM	Beaulieu Vineyards	Napa	Cal.	Merlot	□16.890
Gallo	Constenla	Gallo	Twin Valley	Cal.	Cabernet, Merlot	□6.000
Fish Eye	Felipe Motta	Fish Eye Winery	Soledad	Cal.	Merlot y otras	□7.865
Woodbridge	Pampa	Woodbridge Winery	Lodi AVA	Cal.	Sinfadel y otras	□6.795
Robert Mondavi	Pampa	Robert Mondavi	Varias	Cal.	Merlot	□12.833
Vendange	Pampa	Constellation Wines	Varias	Cal.	Cabernet	□5.045
Beringer	HAYCOM	Beringer Vineyards	Napa	Cal.	Cabernet	□10.500
Kenwood	Distribuidora Isleña	Kenwood Vineyards	Sonoma	Cal.	Varias	□12.000
Chateau St. Jean	HAYCOM	Chateau St. Jean Winery	Sonoma	Cal.	Merlot, Pinot Noir	□15.000
Chateaus St. Michelle	HAYCOM	Chateaus St. Michelle	Columbia	Wash.	Cabernet, Merlot	□15.000
Kendall Jackson	Vinum Aura	Kendall Jackson Vineyard	Sonoma	Cal.	Cabernet, Merlot	□17.000

Fuente: Estanterías Cadena Automercados

La situación de vinos tintos de origen estadounidense en cadenas de supermercados es muy similar, si no idéntica, a la de los vinos blancos del mismo origen. De hecho lo que se puede concluir fácilmente es que se encuentran tanto en blancos como en tintos las mismas marcas, los mismos orígenes específicos, los mismos productores y precios en general.

Sigue siendo una oferta muy limitada a California sin mayor presencia de otros estados, y además dentro de la misma California una oferta muy limitada tomando en cuenta todo lo que USA y California ofrecen. Tanto en blancos como en tintos además, las cepas o tipo de uvas son bastante las cepas internacionales como Cabernet Sauvignon, Sauvignon Blanc, Chardonnay Merlot, Pinot Noir y Pinot Grillo. Lo único que destaca pero es de esperar es la presencia de las cepas Sinfandel y White Sinfandel, que sí son muy propias y casi que emblemáticas de Estados Unidos y las preferidas por los habitantes de ese país.

7. IMPLICACIONES DEL CAFTA EN LOS VINOS DE ORIGEN ESTADOUNIDENSE

7.1 Tratamiento arancelario definido por Cafta para estos productos.

Es importante ante todo recordar que, habiéndose aprobado por la Asamblea Legislativa, de forma oportuna todos los proyectos de Ley de la agenda paralela o agenda de implementación del CAFTA, este entró en vigencia a partir del primero de enero de este año 2009.

El siguiente cuadro muestra el tipo de desgravación arancelaria que Costa Rica acordó con el resto de países firmantes para las diferentes categorías de productos denominados bebidas alcohólicas que ingresen al país. Este cuadro fue extraído del proyecto de ley tal cual fue aprobado y disponible en sitio web de la Asamblea Legislativa.

Cuadro #10

Lista de desgravación presentada por Costa Rica ante CAFTA Extracto de la sección Bebidas Alcohólicas					
Partida	Descripción	Sub Partida	Arancel	Cat.	Implica Categoría según SAC
2203	Cerveza de malta	22030000	15%	D	Eliminación de arancel en 15 años
2204	Vino de uvas frescas	22041000	15%	B	Eliminación de arancel en 5 años
2009	Jugos de frutas y otros	22042100	15%	A	Eliminación inmediata de arancel
		22042900	15%	D	Eliminación de arancel en 15 años
		22043000	15%	D	Eliminación de arancel en 15 años
2205	Vermout y demas vinos	22051000	15%	D	Eliminación de arancel en 15 años
		22059000	15%	D	Eliminación de arancel en 15 años
2206	Otras fermentadas	22060000	15%	D	Eliminación de arancel en 15 años
2207	Alcohol etílico	22071010	10%	D	Eliminación de arancel en 15 años
		22071090	15%	D	Eliminación de arancel en 15 años
		22072000	15%	D	Eliminación de arancel en 15 años
220820	Aguardiente de vino	22082010	10%	B	Eliminación de arancel en 5 años
		22082090	15%	B	Eliminación de arancel en 5 años
220830	Whisky	22083010	10%	A	Eliminación inmediata de arancel
		22083090	15%	A	Eliminación inmediata de arancel
220840	Ron y aguardientes	22084010	15%	N	Eliminación de arancel en 12 años
		22084090	15%	D	Eliminación de arancel en 15 años
220850	Ginebra	22085000	15%	A	Eliminación inmediata de arancel
220860	Vodka	22086010	10%	B	Eliminación de arancel en 5 años
		22086090	15%	C	Eliminación de arancel en 10 años
		22087000	15%	B	Eliminación de arancel en 5 años
		22089010	10%	C	Eliminación de arancel en 10 años
		22089020	10%	B	Eliminación de arancel en 5 años

Fuente: Asamblea Legislativa Costa Rica.

Los códigos de partida y subpartida usados en este cuadro corresponden al Código Aduanero Centroamericano y son estándares para todos los países firmantes del tratado. Como puede verse en el cuadro para cada partida y subpartida existe hoy un arancel base y una categoría de desgravación acordada. Es muy importante insistir en el hecho de que el tratado solo afecta este arancel que es el arancel de aduana, no el resto de impuestos conocidos como impuestos internos que son mantenidos por cada país de acuerdo con sus criterios.

Las categorías de desgravación desde la letra A hasta la letra D, implican en ese orden desde una desgravación total e inmediata en la categoría A, hasta una desgravación gradual a 15 años en la categoría D.

Lo más importante de destacar del cuadro, es que dentro de la partida 2204 que cubre a todos los vinos importados de uva, existen cuatro subpartidas de las cuales sólo una de ellas tiene desgravación tipo A que es total inmediata. Precisamente esta partida la 22042100, es la que se ha usado siempre para nacionalizar los vinos importados en envases de menos de 2 litros. Por lo tanto, la conclusión validada además con la Promotora de Comercio Exterior Procomer, es que los vinos de origen estadounidense sí tiene a partir de enero una eliminación total del arancel de importación del 15%, siempre y cuando sean importados en recipientes de menos de dos litros, lo cual de todas formas es lo más común (botellas de 750 cc.)

Los únicos vinos que quedan fuera de esta desgravación inmediata son los vinos espumantes o espumosos; sin embargo esto no es relevante para los efectos de este análisis ya que el mercado de estos nos es representativo. Además, como el tratado fue implementado hace cuatro años por el resto de países, al entrar en vigencia para Costa Rica en enero, se aplica una regla de igual competitividad que hace que incluso para estos vinos espumantes aplique a partir de enero la desgravación de cuatro años y no de uno, es decir cuatro quinceavos de desgravación (casi un 25% de arancel actual), y un quinceavo el resto de años hasta llegar a cero.

7.2 .Requisitos que exige Cafta para poder aplicar la desgravación.

De acuerdo con la investigación realizada con Procomer así como a nivel de las oficinas de aduanas del país, el único requisito que deben cumplir los vinos estadounidenses que quieran nacionalizarse a partir del primero de enero del 2009 sin pagar el 15% de arancel de aduana, es presentar ante la oficina de aduana al realizar el trámite de nacionalización, un Certificado de Origen con fecha primero de enero 2009 o fecha posterior.

La oficina de aduanas incluso facilita a los importadores un formato para ser enviado y llenado por los proveedores de estos productos en Estados Unidos y se trata de un trámite bastante sencillo y ágil.

La única consideración que vale la pena mencionar es que definitivamente los productos que ya habían sido nacionalizados pagando el arancel antes del primero de enero, definitivamente perdieron la oportunidad de beneficiarse de esta eliminación y seguirán teniendo un costo mayor al de los productos con nacionalizaciones más recientes.

7.3 .Cálculo de implicaciones directas en costos y posibles precios de venta.

Lo importante en esta sección es determinar el impacto final en costos para las empresas que tendrá la desgravación ya explicada en secciones anteriores, de forma tal que quede claro que tanto es posible que los productos bajen efectivamente en su precio al consumidor final.

Cuadro #11

Vinos de origen USA			
Cálculo de impacto desgravación con CAFTA			
	Antes Cafta	Después Cafta	Variación
FOB Dólares 80 cajas 12 unidades c/u	\$ 3.500,0	\$ 3.500,0	0%
FLETE Dólares	\$ 28,2	\$ 28,2	0%
SEGURO Dólares	\$ 13,6	\$ 13,6	0%
Total CIF en Dólares	\$ 3.541,8	\$ 3.541,8	0%
CIF Aduana en Colones	□1.985.417,6	□1.985.417,6	0%
Ad-Valorem	□277.958,5	□0,0	-100%
Consumo	□226.337,6	□198.541,8	-12%
Ley 6946	□19.854,2	□0,0	-100%
Ley 6735 (IDA)			
Ley 6282 (IFAM)			
Ley 7972 (Impuesto Especifico)	□14.966,1	□14.966,1	0%
Ley 6826 (Ventas)	□525.103,1	□457.376,5	-13%
Total impuestos	□1.064.219,4	□670.884,4	-37,0%
Comisión Agencia	□16.221,7	□10.226,2	-37%
Fijo Agencia	□1.404,9	□7.024,7	400%
NACIONALIZACION	□27.493,4	□27.493,4	0%
Total CIF más impuestos y otros gastos	□3.094.757,0	□2.701.046,1	-12,7%
Total costo unitario	□3.223,7	□2.813,6	-12,7%
Precio por mayor unidad (35% margen)	□4.959,5	□4.328,6	-12,7%
Precio detalle (20% mark-up)	□5.951,5	□5.194,3	-12,7%
			-□757,1

Como puede apreciarse en el cuadro anterior #7, el impuesto de aduana o ad-valorem es tan sólo uno de los cinco impuestos que pagan en total los licores. Hasta hace poco eran siete, pues además de los mencionados en el cuadro se pagaba un impuesto al IDA y otro al IFAM.

Además de este impuesto de aduanas, que desaparece en este caso con la desgravación total, luego vienen en cascada los que antes se denominaron impuestos internos que son:

- a. Impuesto al consumo del 10%**
- b. Ley 6946 que implica un 1%**
- c. El impuesto específico, que se calcula con base en el contenido alcohólico de cada producto.**
- d. Impuesto de ventas del 13%**

El cálculo de cuadro se montó con números reales, y como puede verse el efecto de reducción en el total de impuestos es de una reducción del 37%. Sin embargo, por el peso de los impuestos dentro del costo total al final el efecto en costo, precio al por mayor y precio de venta al consumidor se convierte en una potencial reducción del 12.7%. Ahora bien, ciertamente esta es una potencial rebaja de precios bastante significativa, que puede ayudar muchísimo a que los vinos de Estados Unidos, que definitivamente se vuelvan más competitivos en el mercado. De hecho, esta desgravación los pone a competir de tú a tú con los vinos chilenos, por lo menos en cuanto a que son los únicos dos orígenes que estarían compartiendo este beneficio.

8. NUEVAS OPORTUNIDADES PARA VINOS DE ORIGEN USA EN COSTA RICA A PARTIR DE LA IMPLEMENTACION DEL CAFTA.

8.1 Generalidades

Después de revisar a fondo lo que es hoy en día la oferta de vinos estadounidenses tanto para su consumo interno como para exportación en comparación con lo que tenemos disponible en el mercado costarricense, es obvio que existe un potencial muy alto de reforzar esta oferta con mucho más variedad de productores, marcas, regiones geográficas representadas, cepas, etc.

Es claro también después de lo acotado en la sección anterior #7, que la entrada en vigencia del Cafta partir del primero de enero del 2009 se convierte en un acelerador potencial de este proceso debido al beneficio de costos y precios de casi un 13% menos del que estos vinos pueden disfrutar ahora para ser más competitivos.

8.2 Regiones geográficas

Aunque existe la posibilidad de reforzar la oferta de vinos de Estados Unidos presentes en Costa Rica con vinos procedentes de cualquier estado, el proceso investigativo ha permitido una mayor claridad en cuanto al dominio absoluto de California en el mercado de vinos de este origen.

Si bien es cierto además en Costa Rica existen ya vinos de estos otros estados como es el caso de Chateau St. Michelle de Washington State, la prioridad debería ser enfocarse en el estado de California para primero para garantizar una representación mucho más completa de este origen.

Si se observa la información de la sección 5.5 en la cual se resume la oferta de vinos en general de California, puede verse con claridad que no hay en Costa Rica ni siquiera una buena representación de los 70 productores más reconocidos dentro del total de 2500 productores del estado.

Se destacaron como presentes en el país cerca de 5 de 19 productores muy reconocidos en el Napa Valley, 3 productores de 15 en Sonoma, 1 productor de 5 en Livemore, 1 productor también de 5 en Santa Clara y alrededores, solamente Gallo como representante de toda la región del llamado Valle Central, y no representación del todo de regiones como Mendocino, Monterrey, Sacramento, San Joaquin o la Costa Sur.

Desde este punto de vista, la principal tarea de importadores actuales y potenciales de vinos de Estados Unidos debería ser analizar la oferta californiana más en detalle, y propiciar al consumidor de Costa Rica una variedad más amplia de vinos de este estado, empezando por las zonas no presentes del todo.

8.3 Importadores

En la sección 6.2 y el cuadro #5 en particular, se detalló como en la información del International Wine and Spirit Report al menos, únicamente logran figurar con marcas de Estados Unidos de volumen significativo 3 importadores actualmente en el mercado. A saber, Pampa, Constenla y Holtermann y Compañía.

Se sabe que posiblemente si se logra abrir en detalle la categoría de marcas denominada "otros", posiblemente se agregaría a esta lista de 3 no más de unos 7 importadores más para llegar a 10. Con todo y esto es claro que la participación en la categoría de vinos de origen estadounidense es bastante limitada si se considera que existen más de 40 importadores de vinos activos en nuestro país.

Sea que los importadores actuales amplíen la oferta o nuevos importadores se aventuren a entrar en esta categoría, parece muy importante desde el punto de vista de oferta para el consumidor que la cantidad de jugadores se amplíe.

8.4 Precios

En el área de precios, el cuadro #7 de la sección 6.3 hizo evidente que la oferta de vinos estadounidenses se concentra hoy en el país en más de un 45% en vinos baratos con precios entre \$5 y \$7.5 dólares. También hizo evidente que existe una oportunidad de fortalecer bastante la participación en el segmento de precios de entre \$10 y \$15 dólares que es mucho más representativa para orígenes como Argentina, Italia y España. También por qué no pensar en fortalecer con vinos finos del segmento de precios de entre \$15 y \$20 dólares.

En nuestro país es muy importante el turismo de origen norteamericano que de hecho ocupa el primer lugar, y se caracteriza por ser un turismo de muy buen nivel de ingresos. A todas luces, es importante contar con vinos de muy buena calidad y a la vez buen margen para satisfacer la demanda de turistas estadounidenses que quieran consumir al visitar Costa Rica, vinos de su país.

También el consumidor de vinos de origen nacional ha mostrado una tendencia clara a querer experimentar con nuevos vinos y vinos de cada vez mayor precio, por lo que más vinos finos estadounidenses y californianos en particular, tendrían buena acogida si se saben mercadear y se aprovecha también la ventaja de precio comentada por la entrada en vigencia del tratado de libre comercio.

Esto fue precisamente lo que sucedió hace unos años con la categoría de Chile y en buena medida lo que hace que esta categoría sea número uno del mercado de vinos en el país.

9. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- La industria del vino en los Estados Unidos es una industria muy importante para la economía del país, y se encuentra en pleno desarrollo. Como se determinó en este trabajo, representa para ese país la generación de más de 24.000 empleos e ingresos por más de \$12.5 millones de dólares. Además ha crecido cerca de un 50% en los últimos 6 a 7 años y la cantidad de productores se ha incrementado en un 81%. Las exportaciones de vino en particular también crece significativamente, un 66% en valores y un 56% en cantidades en estos últimos años.
- La producción de vinos en los Estados Unidos es muy ordenada gracias a la implementación del sistema de AVAs o áreas de viticultura. Este ordenamiento tiene implicaciones muy importantes, y la más importante de ellas es la garantía de calidad y la consistencia a través del tiempo en los productos.
- A diferencia de otros mercados desarrollados de vinos, en Estados Unidos hay aún un peso bastante particular entre vinos tintos y vinos blancos. Si bien es cierto en Costa Rica, por ejemplo, la mezcla de consumo de vinos tintos y blancos es de aproximadamente 60% y 40% respectivamente, se dejó claro como en Estados Unidos los vinos tintos crecen en participación en los últimos años, pero siguen siendo los blancos igual de importantes. Este factor es muy importante para Costa Rica, dado el peso del turismo de Estados Unidos en el país. Siendo que el turismo de ese origen representa al menos el 80% del total de nuestro turismo, y que el turismo es importante en la generación de patrones de consumo de bebidas en general, se destaca la necesidad de contar aquí con una muy buena representación de vinos blancos estadounidenses tanto como tintos.
- No se encontró en realidad ninguna diferencia significativa entre lo que es la producción de vinos para venta y consumo doméstico, y la producción para exportación. Se asume, por tanto, que la oferta para exportación es la misma que la del mercado doméstico, con la única limitación de que pueden existir productores muy pequeños, cuya producción no de abasto para cubrir además del consumo doméstico una solicitud de exportación.
- Es muy evidente el dominio del Estado de California dentro de este sector productivo. California, como se determinó, representa el 90% de la producción de vinos del país; allí se ubican además un 44% de todos los productores existentes, y los vinos californianos abarcan al menos un 60% de las ventas de vinos en el mercado doméstico.

- La oferta de vinos de Estados Unidos y en particular de California es muy cuantiosa y variada. Sólo en California se calcula en 60.000 la cantidad de productos o marcas registrados y un total de no menos de 70 diferentes productores. Como se comentó anteriormente, sólo California ofrece tal variedad de vinos que no tiene mucho sentido analizar otros estados sin antes tener un mapeo claro de la oferta californiana y se asegure una muy buena representatividad de ese estado.
- En caso de quererse analizar otros estados productores, con unir al estado de California los estados de Nueva York, Washington State y Oregon, se logra juntar prácticamente el 98% del total de oferta de vinos en los Estados Unidos.
- La oferta actual de vinos provenientes de los Estados Unidos en Costa Rica deja mucho que desear. Se cuenta, por ejemplo, con la presencia de sólo 11 de cerca de 70 productores californianos, un escaso 16% del total. Posiblemente por lo comentado en los dos puntos anteriores está bien por ahora que la oferta se concentre como lo hace en vinos californianos, pero ni siquiera de lo que este estado ofrece se cuenta con un surtido representativo. Además, el surtido actual está bastante enfocado en vinos baratos y muy populares en su país.
- El segmento de vinos provenientes de Estados Unidos en Costa Rica pasa por un buen momento. Como quedó claro en la investigación este sector crece en relevancia. Ahora bien, para poder capitalizar aún más, el buen momento de Estados Unidos y de los vinos del nuevo mundo en general, es importante que los importadores actuales o nuevos importadores se propongan importar una mayor variedad de vinos, y se concentren además en dar a conocer con mucha más fuerza los atractivos del vino estadounidense y californiano a los costarricenses. En nuestro país se desconoce, por ejemplo, que en pruebas a ciegas de prestigio internacional, en más de una ocasión vinos californianos han superado evaluaciones de vinos franceses de la mayor calidad.
- No se puede perder de vista lo importante que es para Costa Rica el turismo de origen estadounidense, así como la gran influencia que el turismo causa en los costarricenses en términos de modificar hábitos de consumo. Por ello es muy significativo el poder contar con un surtido mucho más completo de vinos estadounidenses y californianos, no sólo para poder satisfacer la demanda de turistas estadounidenses que quieran disfrutar aquí de un buen vino de su país, sino porque los costarricenses son dados a imitar hábitos de consumo y tenderán a querer probar y disfrutar vinos estadounidenses cada vez en mayor medida.

- Definitivamente la puesta en marcha del Cafta a partir del primero de enero de este año, conlleva beneficios importantes en términos de no pago parcial de impuestos que hoy en día sólo tienen los vinos de Chile por el tratado existente también con ese país desde hace unos cinco años. Como queda claro en el estudio, la eliminación del arancel de aduana a partir del primero de enero significa para los vinos estadounidenses una potencial rebaja en precio al consumidor de al menos un 13%, lo cual los hace bastante más competitivos. Esto debería hacer que más importadores o los importadores actuales se decidan a participar más agresivamente en este segmento, y que se fortalezca resultado de lo anterior, de forma significativa, la oferta de productos.
- Como se comentó ya con anterioridad, la prioridad debería ser vinos californianos especialmente vinos tintos finos, si dejar de lado los blancos; preferiblemente buscando precios al consumidor de entre \$10 y \$15 dólares que es el segmento de precios en que dicha subcategoría muestra poca relevancia, por lo menos a nivel de total mercado.
- La sola presencia de más y mejores vinos estadounidenses y californianos en el país no sería suficiente para que la categoría despegue y logre una mejor posición de mercado similar a la de España, Italia, Argentina o Chile. Es muy importante que las empresas importadoras tenga claro que existe una necesidad evidente de información al consumidor. Por lo tanto, la labor de distribución de nuevos vinos debe estar acompañada de una labor fuerte de promoción y degustación, tanto a nivel de supermercados y puntos de venta del On Trade, como a través de ferias y exposiciones. Sólo de esta forma se logrará que este segmento de vinos crezca y ocupe posiciones de mucho mayor privilegio, ya que tienen los vinos de este origen todas las cualidades para lograrlo.

10. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

10.1 Informes y documentos técnicos

International Wine and Spirits Report for Costa Rica 2008.

<http://www.iwsr.co.uk/>

Hodgen, Donald. (2008). Departamento de Comercio de los Estados Unidos.
Recuperado de:

<http://www.ita.doc.gov/td/ocg/wwtg.htm>

10.2 Páginas de Internet

<http://www.ita.doc.gov/td/ocg/wine2008.pdf>

http://www.info-vinos.com/free_vinos-de-california.html

<http://www.mondovinos.com/vinos-californianos.pdf>

<http://www.usatourist.com/espanol/places/california/wine.html>

<http://www.intowine.com/regions/united-states>

<http://www.wineatlas.net/en/Wine-united-states.html>

<http://www.winesofcalifornia.com>

<http://www.californiawineinfo.com>

<http://www.arecetas.com/vitivinícolas/usa.html>