

---

# Estudio de Mercado Vino en Laos

Mayo 2012

---

[www.prochile.cl](http://www.prochile.cl)

Documento elaborado por la  
Oficina Comercial de ProChile en Ho Chi Minh City, Vietnam

pro|CHILE

## INDICE

<i>I. Producto:</i> .....	4
<b>1. Código Sistema Armonizado Chileno SACH:</b> .....	4
<b>2. Descripción del Producto:</b> .....	4
<b>3. Código Sistema Armonizado Local:</b> .....	4
<i>II. Situación Arancelaria y Para – Arancelaria</i> .....	5
<b>1. Arancel General:</b> .....	5
<b>2. Arancel Preferencial Producto Chileno:</b> .....	5
<b>3. Otros Países con Ventajas Arancelarias:</b> .....	5
<b>4. Otros Impuestos:</b> .....	5
<b>5. Barreras Para – Arancelarias</b> .....	5
<i>III. Requisitos y Barreras de Acceso</i> .....	6
<b>1. Regulaciones de importación y normas de ingreso</b> .....	6
<b>2. Identificación de las agencias ante las cuales se deben tramitar permisos de ingreso, registro de productos y etiquetas:</b> .....	7
<b>3. etiquetado de productos</b> .....	7
<i>IV. Estadísticas – Importaciones</i> .....	8
<b>1. Estadísticas 2011</b> .....	8
<b>2. Estadísticas 2010</b> .....	8
<b>3. Estadísticas 2009</b> .....	9
SA 2204.21.00.....	9
<b>1. Estadísticas 2011</b> .....	9
<b>2. Estadísticas 2010</b> .....	9
<b>3. Estadísticas 2009</b> .....	10

<i>V. Características de Presentación del Producto</i> .....	10
<b>1. Potencial del producto</b> .....	10
<b>1.1. Nuevas tecnologías aplicadas a la presentación/comercialización del producto (ventas a través de Internet, etc.)</b> .....	11
<b>1.2. Temporadas de mayor demanda/consumo del producto</b> .....	11
<b>1.3. Principales zonas o centros de consumo del producto</b> .....	11
<i>VI. Sugerencias y recomendaciones</i> .....	12
<i>VII. Ferias y Eventos Locales a Realizarse en el Mercado en Relación al Producto</i> .....	12
<i>VIII. Fuentes Relevantes de Información en Relación al Producto</i> .....	13

## PRODUCTO:

### 1. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH:

Vino de uvas frescas, incluso encabezado; mosto de uva, excepto el de la partida 20.09

220410 Vino espumoso

220421 En recipientes con capacidad inferior o igual a 2L

220429 Los demás (en recipientes con capacidad superior a 2L)

220430 Otros mostos

### 2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO:

Vino de uvas frescas, incluyendo vinos con alcohol, en botellas de menos de 2 litros; otros derivados del jugo de la uva deben considerarse como parte del código 22.09 del sistema armonizado (como el vinagre y substitutos del vinagre obtenidos del ácido acético).

### 3. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL:

2204.1000 Vino espumoso

2204.2100 En recipientes con capacidad inferior o igual a 2L

2204.2900 Los demás (en recipientes con capacidad superior a 2L)

2204.3000 Otros mostos



## SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA – ARANCELARIA

### 1. ARANCEL GENERAL:

40%

### 2. ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO:

No existe

### 3. OTROS PAÍSES CON VENTAJAS ARANCELARIAS:

Países pertenecientes al ASEAN<sup>1</sup>:

2204.1000	2204.2100	2204.2900	2204.3000
10%	10%	10%	3%

### 4. OTROS IMPUESTOS:

IVA: 10%

### 5. BARRERAS PARA – ARANCELARIAS

El Gobierno de Laos aplica estrictos controles a ciertas mercancías de acuerdo a la notificación número 175/MOC del 4 de abril de 1994 del Ministerio de Comercio de ese país. Dentro de los artículos especialmente controlados se encuentran aquellos con contenido alcohólico, por tanto queda a discreción de la aduana el plazo en que éstos quedan liberados para ser comercializados dentro del país.

<sup>1</sup> <http://www.aseansec.org/documents/atiga/Annex2-LaoPDR.pdf>



## REQUISITOS Y BARRERAS DE ACCESO

### 1. REGULACIONES DE IMPORTACIÓN Y NORMAS DE INGRESO

Todas las importaciones están sujetas al requerimiento de una licencia para importar otorgada por Ministerio de Comercio. Una vez que los bienes se encuentran en los almacenes, de acuerdo a la Ley de Aduanas de Laos, se deben presentar los documentos a la autoridad aduanera antes de 10 días (excluyendo días festivos). Las autoridades encargadas de las inspecciones fronterizas forman parte del Ministerio de Finanzas y son las siguientes:

- Departamento de Aduanas y sus divisiones;
- Oficinas de aduanas en provincias, municipios y zonas especiales;
- Controles fronterizos;
- Puestos de control aduanero;
- Unidades móviles de control aduanero.

Los documentos que deben ser presentados en la oficina de Aduanas corresponden a<sup>2</sup>:

- 3 copias del *cargo control document*
- 2 notas emitidas por el transportista informando que la carga está a la espera del despacho de aduana
- 2 copias del invoice
- 2 copias de permisos otorgados por un Ministerio o Departamento incumbente.
- 2 copias del certificado de origen
- 3 copias del Formulario de Declaración (declaration form)

La nota completa sobre la documentación exigida en Laos se puede encontrar en la página en Internet de la Aduana de este país, así como la ley que rige sobre las importaciones.<sup>3</sup>

El importador es quien debe hacer la tramitación de aduana, sin perjuicio de que éste pueda pedir los documentos necesarios al exportador. Sin embargo, es importante consultar con el primero acerca del proceso de importación, y los plazos estimados. Hay que recalcar que solamente empresas importadoras con licencia para hacerlo pueden efectuar este tipo de negocios. Una vez que la Aduana permita el pago del arancel, este puede ser cancelado en la Oficina de Tesorería durante las horas hábiles<sup>4</sup>.

<sup>2</sup> De acuerdo al sitio web de la Aduana de Laos [http://laocustoms.laopdr.net/import\\_and\\_export\\_information.htm](http://laocustoms.laopdr.net/import_and_export_information.htm)

<sup>3</sup> [http://laocustoms.laopdr.net/laws\\_and\\_regulations\\_view\\_all.htm](http://laocustoms.laopdr.net/laws_and_regulations_view_all.htm)

<sup>4</sup> <http://www.aseansec.org/economic/customs/custmain.htm>

Puntos relevantes que son examinados durante la revisión de aduana (y que deben ser declarados en el formulario):

- Descripción de los bienes
- Cantidad
- Peso
- Precio
- País de origen

**2. IDENTIFICACIÓN DE LAS AGENCIAS ANTE LAS CUALES SE DEBEN TRAMITAR PERMISOS DE INGRESO, REGISTRO DE PRODUCTOS Y ETIQUETAS:**

- Aduanas de Laos
- Food and Drug Department, Ministry of Health

**3. ETIQUETADO DE PRODUCTOS**

De acuerdo a la regulación 027/CFDC<sup>5</sup> todos los alimentos y bebidas importadas para ser distribuidas en el mercado interno de Laos deben llevar una etiqueta aprobada por el Departamento Control de Alimentos y Drogas. Sin embargo, en la práctica esta medida no parece ser impuesta por ningún ente regulador.

El contenido de las etiquetas, a las que hace mención la regulación 027/CFDC, debe ser:

- Nombre del producto
- Número de registro
- Nombre de la empresa y lugar donde el producto fue envasado
- País de producción
- Cantidad (expresado en sistema métrico)
- Contenido o ingredientes (en porcentaje del peso neto, el orden decreciente)
- Fecha de elaboración y de vencimiento

---

<sup>5</sup> Food and Drug Control Department, [www.moh.gov.la](http://www.moh.gov.la)

# IV. ESTADÍSTICAS – IMPORTACIONES

SA 2204

## 1. ESTADÍSTICAS 2011

Principales Países de Origen	Cantidad (tons)	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Tailandia	988	2.253	34,62%
Francia	161	1.178	18,10%
Australia	72	1.120	17,21%
Singapur	11	640	9,83%
Estados Unidos	118	322	4,95%
Chile	179	317	4,87%
Subtotal	1.529	5.830	89,59%
Los demás		678	10,41%
Total		6.508	100%

## 2. ESTADÍSTICAS 2010

Principales Países de Origen	Cantidad (tons)	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Tailandia	766	1.672	34,86%
Francia	144	1.238	25,80%
Australia	62	720	15,01%
Alemania	14	533	11,11%
Chile	128	268	5,59%
Subtotal	1.114	4.431	92,37%
Los demás		366	7,63%
Total		4.797	100%



### 3. ESTADÍSTICAS 2009

Principales Países de Origen	Cantidad (tons)	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Francia	249	2.768	50,51%
Tailandia	633	1.435	26,19%
Australia	62	640	11,68%
Chile	90	193	3,52%
Subtotal	1.034	5.036	91,90%
Los demás		444	8,10%
Total		5.480	100%

SA 2204.21.00

### 1. ESTADÍSTICAS 2011

Principales Países de Origen	Cantidad (tons)	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Tailandia	985	2.204	36,51%
Australia	72	1.120	18,55%
Francia	81	980	16,23%
Singapur	11	636	10,54%
Estados Unidos	118	322	5,33%
Chile (novena posición)	94	167	2,77%
Subtotal	1.361	5.429	89,93%
Los demás		608	10,07%
Total		6.037	100%

### 2. ESTADÍSTICAS 2010

Principales Países de Origen	Cantidad (tons)	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Tailandia	765	1.634	37,27%
Francia	84	1.074	24,50%
Australia	61	714	16,29%
Alemania	13	529	12,06%
Chile	59	146	3,33%
Subtotal	982	4.097	93,45%
Los demás		287	6,55%
Total		4.384	100%

### 3. ESTADÍSTICAS 2009

Principales Países de Origen	Cantidad (tons)	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Francia	160	2.469	49,49%
Tailandia	632	1.410	28,26%
Australia	61	635	12,73%
Italia	72	126	2,53%
Chile	40	106	2,12%
Subtotal	965	4.746	95,13%
Los demás		243	4,87%
Total		4.989	100%

Fuente: International Trade Centre, TradeMap

## V ■ CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

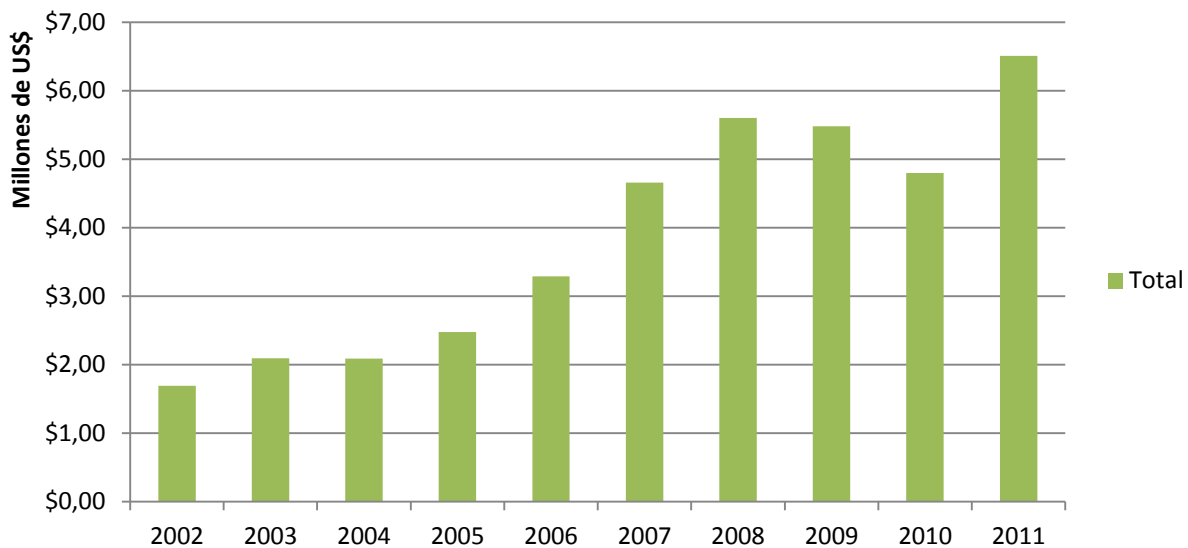
### 1. POTENCIAL DEL PRODUCTO.

A pesar de que gran parte de su economía se basa en agricultura de subsistencia (las plantaciones de arroz, café, caucho y azúcar emplean más de tres cuartos de la población y se les atribuye un 51% del PIB), el Gobierno de Laos ha intentado desde hace más de un cuarto de siglo promover políticas de apertura económica en contra posición al modelo socialista impuesto años antes. De esta forma, durante la última década, la renta *per cápita* de los habitantes de Laos se ha más que duplicado, llegando en 2010 a los US\$ 2.460.- PPP.<sup>6</sup> Gran parte de este crecimiento es atribuible a inversiones de capital extranjero en el país, con énfasis en los sectores de minería y generación hidráulica de energía.

Así como se ha observado anteriormente en otros países del sudeste asiático, este crecimiento en el poder adquisitivo de la población, ha hecho que gradualmente aumente la proporción de productos importados que son consumidos, así como la calidad de los mismos. El consumo de vino importado no es la excepción, mercado en crecimiento (aunque no continuo, principalmente debido a la última crisis) desde hace más de una década.

Importaciones anuales de vino (partida 22.04) en Laos, (en millones de US\$)

<sup>6</sup> Según cifras del Banco Mundial



Fuente: TradeMap

**1.1. NUEVAS TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA PRESENTACIÓN/COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO (VENTAS A TRAVÉS DE INTERNET, ETC.).**

No es usual el uso de comercio electrónico debido a que los medios de pago, como tarjetas de crédito u otros medios similares, gozan de poca confianza entre los consumidores. Si bien existe acceso a internet en la ciudad de Vientián, gran parte de la población de país adolece de la infraestructura necesaria para llevar a cabo transacciones de este tipo.

**1.2. TEMPORADAS DE MAYOR DEMANDA/CONSUMO DEL PRODUCTO.**

Ya que el consumo de vino (en especial el calificado como *premium*) se realiza principalmente en el canal HORECA, el consumo de vino guarda una estrecha relación con la ocupación hotelera, en especial en los meses de temporada alta, de octubre a abril.

**1.3. PRINCIPALES ZONAS O CENTROS DE CONSUMO DEL PRODUCTO.**

El mayor consumo de vino se realiza en la ciudad de Vientián, sin perjuicio de encontrar puntos de venta y consumo en los demás centros urbanos y destinos turísticos del país como Luang Prabang, Savannakhet o Champasack.

## VI. SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES

A los productores y exportadores con intenciones de ingresar al mercado del vino en Laos, se recomienda, en primera instancia, visitar y conocer en persona a sus contrapartes en el país, ya que las relaciones personales resultan claves para el éxito del negocio. Un adecuado proceso de *due diligence* es necesario para minimizar los riesgos a la hora de hacer negocios con un importador de Laos.

Así como en otros países, donde el consumo de vino es un fenómeno reciente, y la preferencia sobre cierta etiqueta es inspirado más por el país de origen que por la real calidad de producto, se sugiere abordar el mercado a través de una estrategia conjunta de desarrollo de imagen país, entre todas las entidades interesadas en posicionar sus vinos en Laos.

Si bien este informe es una primera aproximación al mercado de Laos y aun se encuentra en desarrollo, ProChile ASEAN se está en proceso de recabar más información sobre cuál es la demanda real por vino en este país, y las oportunidades existentes para la oferta exportable chilena. Sin perjuicio de lo anterior, se recomienda a quienes tengan intenciones de ingresar a este mercado, visitar Laos para conocer las condiciones de venta del vino.

## VII. FERIAS Y EVENTOS LOCALES A REALIZARSE EN EL MERCADO EN RELACIÓN AL PRODUCTO

No existen datos sobre ferias locales, ni tampoco la seguridad de que congreguen a los principales actores del mercado del vino. Se sugiere prestar atención a las ferias de Vietnam y Tailandia, las que por su cercanía geográfica suelen atraer a importadores con presencia en varios países del sudeste asiático, entre ellos Laos.

### **Food & Hotel – Vietnam**

Fecha: 24 – 26 de abril del 2013

Lugar: Saigon Exhibition & Convention Center (SECC), Ho Chi Minh City.

Web: [www.foodhotelvietnam.com](http://www.foodhotelvietnam.com)

**Food & Hotel Thailand 2012 - Tailandia**

Fecha: 5 – 8 de septiembre 2012

Lugar: Royal Paragon Hall, 5th Floor Siam Paragon, Bangkok

Web: <http://www.foodhotelthailand.com/food/2010/en/index.asp>

Contacto: [fht@besallworld.com](mailto:fht@besallworld.com)

**The 16<sup>th</sup> International Exhibition on Food & Beverage – Vietnam**

Fecha: 13 – 16 de septiembre de 2012

Lugar: Tan Binh International Exhibition & Convention Center – TBECC, Ho Chi Minh City

[www.foodexvietnam.com](http://www.foodexvietnam.com)

**Asia Wine Expo 2012 (ex WFA) - Singapur**

Fecha: 1 – 3 November 2012

Lugar: Suntec City Convention and Exhibition Hall

Web: <http://www.asiawineexpo.com/>

# VIII. FUENTES RELEVANTES DE INFORMACIÓN EN RELACIÓN AL PRODUCTO

Ministerio de Comercio

<http://www.moc.gov.la/default.asp>

Cámara de Comercio e Industria

<http://www.laocci.com/>

Aduanas

<http://www.customs.gov.la>

Servicio de aduanas (en inglés)

<http://laocustoms.laopdr.net>

Impuestos (VAT)

<http://www.tax.gov.la/VAT.aspx>

Ministerio de Finanzas

<http://www.mof.gov.la/?q=en>