

# Estudio de Mercado Vinos Brasil

Diciembre 2017

Documento elaborado por la Oficina Comercial de Chile en Brasil - ProChile

## TABLA DE CONTENIDO

<b>II. RESUMEN EJECUTIVO</b> .....	<b>4</b>
1. Códigos arancelarios SACH y código local país destino. ....	4
2. Las oportunidades del producto chileno en el mercado. ....	4
3. Posibles estrategias de penetración, prospección o mantención del mercado. ....	4
4. Recomendaciones de la Oficina Comercial. ....	5
5. Análisis FODA .....	5
<b>III. Acceso al Mercado</b> .....	<b>6</b>
1. Código y glosa SACH .....	6
2. Código y glosa sistema armonizado local en país de destino. ....	7
3. Aranceles de internación para producto chileno y competidores. ....	8
4. Otros impuestos y barreras no arancelarias. ....	8
5. Regulaciones y normativas de importación .....	8
6. Requerimientos de etiquetados para ingreso al país. ....	9
7. Certificaciones. Legislación y requerimientos locales. ....	10
7.1. Productos Orgánicos .....	10
<b>IV. Potencial del Mercado</b> .....	<b>11</b>
1. Producción local y consumo .....	11
2. Importaciones del producto en los últimos 3 (tres) años: .....	12
<b>V. Canales de Distribución y Actores del Mercado</b> .....	<b>15</b>
1. Identificación de los principales actores en cada canal.....	15
2. Diagramas de flujo en canales seleccionados. ....	16
.....	<b>16</b>
3. Estrategia comercial de precio.....	16
4. Política comercial de proveedores.....	16
<b>VI. Consumidor/ Comprador</b> .....	<b>17</b>
1. Características. Descripción Perfil / Hábitos / Conductas. ....	17
2. Influencias en decisiones de compra / tendencias.....	17
<b>VII. Benchmarking</b> .....	<b>17</b>
1. Principales marcas en el mercado. ....	17
2. Precios de referencia de productos chilenos y competidores en el mercado. ....	18
3. Campañas de marketing de competidores externos o productores locales: .....	19
<b>VIII. Opiniones de actores relevantes en el mercado</b> .....	<b>21</b>
<b>IX. Fuentes de información relevantes</b> .....	<b>21</b>

*El presente documento, de investigación de mercado e informativo, es propiedad de ProChile, organismo dependiente del Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile. El acceso a este documento es de carácter público y gratuito. No obstante lo anterior, su reproducción íntegra o parcial sólo podrá ser efectuada citándose expresamente la fuente del mismo, indicándose*

*el título de la publicación, fecha y la oficina o unidad de ProChile que elaboró el documento. Al ser citado en una página Web, deberá estar linkado al sitio de ProChile para su descarga.*

# II. RESUMEN EJECUTIVO

## 1. Códigos arancelarios SACH y código local país destino.

Código Arancelario del principal producto importado	Descripción
2204.2100	Los demás vinos y mostos de uva, en el que la fermentación se ha impedido o cortado añadiendo alcohol, en recipientes de capacidad no superior a 2 litros

## 2. Las oportunidades del producto chileno en el mercado.

Brasil es el 16º. mayor consumidor de vinos en el mundo, según el “Wine Institute”, de Estados Unidos. En 2015, el consumo anual total de vinos bordeó los 350 millones de litros. De ese total, un 35% son atendidos por vinos importados.

São Paulo es indudablemente el principal mercado consumidor del país, seguido por Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul, Paraná, Bahia y Goiás, pero en términos de consumo per capita, São Paulo es el tercer, con 2,75 litros per capita. Antes se encuentran los Estados de Rio Grande do Sul y Rio de Janeiro, con 3,8 y 3,4 litros per capital, respectivamente.

El país se encuentra superando el reciente estancamiento económico, por lo cual el potencial de crecimiento del sector es prometedor debido a que el consumo per cápita todavía es bajo, cercano a los 2 litros, en comparación a otros países sudamericanos como Chile, Uruguay y Argentina.

## 3. Posibles estrategias de penetración, prospección o mantención del mercado.

La comercialización de vinos es realizada principalmente por medio de supermercados, mayoristas, importadores, distribuidores, tiendas especializadas, tiendas online, restaurantes, bares y hoteles.

Debido a los múltiples canales de comercialización del producto, es muy importante que los exportadores participen de ferias y eventos, para establecer nexos con potenciales importadores y distribuidores del mercado.

Además, las acciones en medios digitales pueden ser útiles, para dar a conocer nuevas líneas de productos. Inversiones en marketing y promoción, en publicaciones y revistas especializadas, concursos, ferias regionales, clases de formación de sommeliers y otros cursos, pueden ser interesantes, si además son combinados con aproximaciones y alianzas con entidades gremiales del rubro.

Los importadores están intentando ofrecer variedad para los consumidores, con diferentes niveles de acciones y además, están desarrollando actividades de punto de venta, para estimular la decisión de compra.

## 4. Recomendaciones de la Oficina Comercial.

Si por un lado existe una tendencia de crecimiento del consumo de vinos en Brasil, los exportadores chilenos deben tener cuidado con el actual momento político y económico del país, cuyo panorama es de una lenta recuperación. Según recientes datos del gobierno brasileño, se estima que el PIB brasileño tenga un avance de 1,0% en 2017 y de 3,0% en 2018.

Además, como ya se está superando la crisis económica severa y el poder de compra bajó mucho, el consumidor está muy atento a oportunidades. Afortunadamente, las personas no dejaron de consumir vinos. Dejaron de comprar productos caros y obviamente, pasaron a comprar productos de mejor precio y accesibles.

El exportador debe estar en contacto y mantenerse cercano a los importadores y otros actores del mercado, para dar a conocer sus nuevas líneas de productos. El potencial de consumo es bueno y ahora, con reales posibilidades de crecimiento.

## 5. Análisis FODA

		Factores Internos	
		Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> <li>Participación en ferias del sector, a nivel regional y nacional.</li> <li>Realización de misiones inversas de periodistas, con la finalidad de reportajes especiales de la producción de vinos en Chile.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Chile es conocido como un proveedor confiable y serio.</li> <li>Los vinos chilenos tienen excelente referencia entre los brasileños.</li> <li>Es la mejor relación costo / beneficio al consumidor brasileño; vinos de calidad, por precio justo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Suelen ser relativamente bajos, los presupuestos para marketing y promoción.</li> <li>Número pequeño de acciones, para la promoción del producto</li> </ul>
Factores Externos	Oportunidades	<p>Teniéndose en cuenta que existe inmensa oferta de productos (diferentes marcas y tipos), es necesario destacarse, llamar la atención con un intenso y seguido trabajo de marketing.</p> <p>Capacitar aún más, a los importadores / vendedores de vinos.</p>	<p>Se hace necesario, un acercamiento constante, con los importadores, periodistas, blogueros, sommeliers y entidades gremiales del rubro, para dar a conocer las líneas de nuevos productos, sus bondades, etc</p>
	Amenazas	<p>Además de las acciones de marketing pertinentes, los productores y exportadores de vinos tienen que desarrollar líneas de productos “entry level”, para alcanzar los consumidores, que dejaron de comprar productos más caros,</p>	<p>Busca de un socio local fiable.</p> <p>Se recomienda que previo al inicio de las relaciones comerciales entre exportadores chilenos e importadores brasileños, se consulte un estudio de abogados para asesorarse específicamente al respecto de la legislación local, para que estas informaciones</p>

“viejo mundo” y un poco, de la producción local

pero no cambiaron el vino por otra bebida

acompañen desde el primer momento la gestión comercial.

## III. Acceso al Mercado

### 1. Código y glosa SACH

Codigos Arancelarios	Descripciones
2204.1000	Vino espumoso
2204.2111	Vinos blancos con denominación de origen, Sauvignon blanc, en recipientes con capacidad inferior o igual a 2 litros
2204.2112	Vinos blancos con denominación de origen, Chardonnay, en recipientes con capacidad inferior o igual a 2 litros
2204.2113	Mezclas de vinos blancos con denominación de origen, en recipientes con capacidad inferior o igual a 2 litros
2204.2119	Los demás vinos blancos con denominación de origen, en recipientes con capacidad inferior o igual a 2 litros
2204.2121	Vinos tintos con denominación de origen, Cabernet sauvignon, en recipientes con capacidad inferior o igual a 2 litros
2204.2122	Vinos tintos con denominación de origen, Merlot, en recipientes con capacidad inferior o igual a 2 litros
2204.2124	Vinos tintos con denominación de origen, Carmenere, en recipientes con capacidad inferior o igual a 2 litros
2204.2125	Vinos tintos con denominación de origen, Syrah, en recipientes con capacidad inferior o igual a 2 litros
2204.2126	Vinos tintos con denominación de origen, Pinot noir, en recipientes con capacidad inferior o igual a 2 litros
2204.2127	Mezclas de vinos tintos con denominación de origen, en recipientes con capacidad inferior o igual a 2 litros
2204.2129	Los demás vinos tintos con denominación de origen, en recipientes con capacidad inferior o igual a 2 litros
2204.2130	Los demás vinos con denominación de origen, en recipientes con capacidad inferior o igual a 2 litros
2204.2190	Los demás vinos: mostos de uva en el que la fermentación se ha impedido o corta añadiendo alcohol, en recipientes con capacidad inferior o igual a 2 litros
	Mosto de uvas tinto, parcialmente fermentado y apagado con alcohol (incluidas las mistelas)

2204.2911	Mosto de uvas blanco, parcialmente fermentado y apagado con alcohol (incluidas las mistelas)
2204.2912	Los demás mostos de uvas, parcialmente fermentado y apagado con alcohol (incluidas las mistelas)
2204.2919	Los demás vinos y mostos de uva en el que la fermentación se ha impedido o cortado añadiendo alcohol, tintos
2204.2991	Los demás vinos y mostos de uva en el que la fermentación se ha impedido o cortado añadiendo alcohol, blancos
2204.2992	Los demás vinos y mostos de uva en el que la fermentación se ha impedido o cortado añadiendo alcohol
2204.2999	Mostos de uva concentrados, tintos
2204.3011	Los demás mostos de uva, tintos
2204.3019	Mosto de uva concentrados, blancos
2204.3021	

## 2. Código y glosa sistema armonizado local en país de destino.

Codigos Arancelarios NCM	Descripciones
2204.1010	Vino espumoso – tipo “champagne”
2204.1090	Los demás vinos espumosos
2204.2100	Los demás vinos y mostos de uva, en el que la fermentación se ha impedido o cortado añadiendo alcohol, en recipientes de capacidad no superior a 2 litros
2204.2211	Los demás vinos y mostos de uva, en el que la fermentación se ha impedido o cortado añadiendo alcohol, en recipientes de capacidad no superior a 5 litros
2204.2219	Los demás vinos y mostos de uva, en el que la fermentación se ha impedido o cortado añadiendo alcohol, en recipientes de capacidad no superior a 5 litros
2204.2220	Mostos, en recipientes de capacidad no superior a 5 litros
2204.2910	Otros vinos, en recipientes de capacidad no superior a 5 litros
2204.2920	Mostos, en recipientes de capacidad no superior a 5 litros
2204.3000	Los demás mostos de uvas

### 3. Aranceles de internación para producto chileno y competidores.

Código Arancelario	Arancel Chile – ACE 35	Arancel Competidores 1 Mercosur	Arancel Competidores 2 (demás países)
2204.1010	0%	0%	20,0%
2204.1090	0%	0%	20,0%
2204.2100	0%	0%	27,0%
2204.2211	0%	0%	20,0%
2204.2219	0%	0%	20,0%
2204.2220	0%	0%	20,0%
2204.2910	0%	0%	20,0%
2204.2920	0%	0%	20,0%
2204.3000	0%	0%	20,0%

### 4. Otros impuestos y barreras no arancelarias.

IPI	Pis / Pasep	Cofins	ICMS
10,0%	2,10%	9,65%	De 25% hasta 37%

El valor del impuesto varía de acuerdo al Estado en el que se comercialice el producto.

Los impuestos se aplican al valor de las mercancías una vez adicionado al Impuesto sobre la Importación (II), el Impuesto sobre Productos Industrializados (IPI) y los otros gastos requeridos.

### 5. Regulaciones y normativas de importación

El Ministério de la Agricultura, Pesca y Abastecimiento – MAPA es el responsable por definir los parámetros de calidad del vino, así como conceder el registro a los productores, envasadores, importadores, exportadores y mayoristas. Además, dicha entidad gubernamental es responsable por los registros de todos los vinos producidos en Brasil y controla la calidad de los vinos (brasileños y no).

Las principales normas brasileñas del tema son:

- “Lei No. 7.678 del 08/11/1988” – trata de la producción, circulación y comercialización del vino y derivados de la uva y del vino - [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/1980-1988/L7678.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/1980-1988/L7678.htm)
- “Instrução Normativa MAPA No. 54 / 2009” – del 18/11/2009 – establece padrones de identidad y calidad del vino y derivados de la uva y del vino: <http://www.agricultura.gov.br/assuntos/inspecao/produtos-vegetal/arquivos/IN54de2009.pdf>

- “Lei No. 10.970 del 12/11/2004” – altera la Ley 7678 del 08/11/1988 - [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2004-2006/2004/lei/l10.970.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2004/lei/l10.970.htm)
- “Decreto 8198 del 20/02/2014” – reglamenta la Ley 7678 del 08/11/1988 - <http://www.agricultura.gov.br/assuntos/vigilancia-agropecuaria/ivegetal/bebidas-arquivos/decreto-no-8-198-de-20-de-fevereiro-de-2014.pdf/view>
- “Resolución Mercosur No. 45 del 21/06/1996” - Reglamento Vitivinicola del Mercosur - <http://www.ibravin.org.br/admin/arquivos/leis/1456258687.pdf>

## 6. Requerimientos de etiquetados para ingreso al país.

La inspección y fiscalización de estos productos son realizados por la Superintendencia Federal de la Agricultura en conjunto con la Coordinadoría General de Vinos y Bebidas (CGVB).

Las bebidas deben ser etiquetadas, con información del fabricante e importador, también debe tener el número del registro del importador en el MAPA (Ministério de la Agricultura), la denominación de origen e ingredientes

<http://www.agricultura.gov.br/vegetal/qualidade-seguranca-alimentos-bebidas/bebidas/rotulos-e-embalagens>

<http://www.ivegetal.com.br/p4.htm>





Cabe señalar que las autoridades agropecuarias brasileñas están ad portas de publicar nuevas normas sobre etiquetas, para la comercialización de vinos. Para mayores detalles sugerimos contactar la Oficina Agrícola de Chile en Brasil, que está ubicada en Brasília / DF – Tel. 55-61-2103-6110 / 2103-6122 – Celular: 55-61-99395-6110 / e-mail: [maria.campos@minagri.gob.cl](mailto:maria.campos@minagri.gob.cl) / [eric.pinheiro@minagri.gob.cl](mailto:eric.pinheiro@minagri.gob.cl) / Skype: agregado.agricola.brasil .

## 7. Certificaciones. Legislación y requerimientos locales.

### 7.1. Productos Orgánicos

Cada vez más, las personas están preocupadas en consumir productos con ingredientes sanos y naturales, una tendencia dentro de los vinos en general, son los vinos orgánicos. Para comercializar productos en Brasil como orgánicos, es necesario la certificación de una certificadora acreditada junto al MAPA, además de atender a las normativas específicas del producto para el mercado brasileño. Productos certificados por normas internacionales como NOP, EU, JAS, no son reconocidos automáticamente como orgánicos, debiendo ser certificado por la normativa brasileña.

Principales normas a consultar:

- a) Ley Nº 10.831/03
- b) Decreto Nº 6.323/07
- c) N º 19/09 (mecanismos de control y formas de organización);
- d) N º 18/09, alterada pela IN 24/11 (processamento);
- e) N º 17/09 (extrativismo sustentável orgánico);

- f) N.º 50/09 (sello federal SisOrg);
- g) N.º 46/11 (producción vegetal y animal);

Legislación productos orgánicos:

[http://www.agricultura.gov.br/arq\\_editor/file/Desenvolvimento\\_Sustentavel/Organicos/Legislacao/Nacional/Instrucao\\_Normativa\\_n\\_0\\_019\\_de\\_28-05-2009.pdf](http://www.agricultura.gov.br/arq_editor/file/Desenvolvimento_Sustentavel/Organicos/Legislacao/Nacional/Instrucao_Normativa_n_0_019_de_28-05-2009.pdf)

Certificadoras acreditadas junto al MAPA para que actúen en el Sistema Brasileño de Evaluación de Conformidad Orgánica. Sistema Participativo:

- a) ANC – Asociación de Agricultura Natural de Campinas y Región – [www.anc.org.br](http://www.anc.org.br)
- b) ABIO - Asociación de Agricultores Biológicos del Estado de Rio de Janeiro - [www.abio.org.br](http://www.abio.org.br)
- c) Rede Ecovida - Asociación Ecovida de Certificación Participativa - [www.ecovida.org.br](http://www.ecovida.org.br)
- d) ABD – Asociación Biodinámica - [www.biodinamica.org.br](http://www.biodinamica.org.br)

Listado completo:

<http://www.agricultura.gov.br/desenvolvimento-sustentavel/organicos/cadastro-nacional/sistemas-participativos>

Certificación por Auditoría:

- a) TECPAR - Instituto de Tecnología del Paraná - [www.tecpar.br/cert](http://www.tecpar.br/cert)
- b) ECOCERT Brasil Certificadora Ltda - [www.ecocert.com.br](http://www.ecocert.com.br)
- c) IBD Certificações Ltda - [www.ibd.com.br](http://www.ibd.com.br)
- d) IMO CONTROL - Instituto de Mercado Ecológico - [www.imo.ch](http://www.imo.ch)
- e) INT - Instituto Nacional de Tecnología - [www.int.gov.br](http://www.int.gov.br)
- f) Instituto Chão Vivo de Avaliação da Conformidade - [www.chaovivo.com.br](http://www.chaovivo.com.br)
- g) OIA - Organização Internacional Agropecuária - [www.oiabrasil.com.br](http://www.oiabrasil.com.br)

Listado completo:

<http://www.agricultura.gov.br/desenvolvimento-sustentavel/organicos/cadastro-nacional/certificacao-por-auditoria>

## IV. Potencial del Mercado

### 1. Producción local y consumo

Según estadísticas de la organización norteamericana “Wine Institute” ([www.wineinstitute.org](http://www.wineinstitute.org)), en 2015, Brasil ocupó la posición de número 16, en el ranking mundial de consumo de vinos, con cerca de 350 millones de litros, que significan 1,42% de participación en el mercado mundial. En cuanto a la producción local, los datos disponibles por el mismo “Wine Institute”, colocan Brasil en el lugar de número 15, con poco más de 280 millones de litros, que representan 1,0% de la producción mundial. El país es el quinto mayor productor de vinos del Hemisferio Sur, con 83,7 mil hectáreas; la mayoría son pequeñas propiedades (promedio de 2 hectáreas por familia).

## 2. Importaciones del producto en los últimos 3 (tres) años:

Partida Arancelaria NCM	2014	2015	2016	2017 (*)
2204.1010	18.814.024	19.813.780	9.491.454	8.084.694
2204.1090	15.447.013	13.049.543	11.556.370	10.587.947
2204.2100	289.565.815	258.299.125	260.206.438	246.257.672
2204.2211	0	0	0	931.365
2204.2219	0	0	0	8.008
2204.2220	0	0	0	0
2204.2910	0	0	0	113.433
2204.2920	0	0	468	2.476
2204.3000	6.961	0	36.421	15.534
<b>TOTAL</b>	<b>323.833.813</b>	<b>291.162.448</b>	<b>281.291.151</b>	<b>266.001.129</b>

Fuente: Sistema Alice – Ministério da Indústria, Serviços e Comércio Exterior – Brasil

Notas: a) montos en US\$ ; b) (\*) hasta septiembre

## Importaciones Brasileñas de Vinos, desde Chile – Período: 2011 – 2016

Año	US\$	Peso Neto (en kg)	Participación en el mercado
2016	<b>123.706.321</b>	43.518.669	<b>43,9%</b>
2015	<b>108.522.630</b>	36.923.212	<b>37,2%</b>
2014	<b>113.999.468</b>	35.617.189	<b>35,1%</b>
2013	<b>90.252.126</b>	28.279.485	<b>35,5%</b>
2012	<b>93.076.304</b>	29.996.694	<b>35,6%</b>
2011	<b>84.920.257</b>	26.632.710	<b>32,5%</b>

Fuente: Sistema Alice – Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior – Brasil.

No obstante la disminución de las importaciones brasileñas de vinos totales, con motivo de la severa recesión económica de los últimos 3 años, las ventas de Chile tuvieron un importante incremento del orden de 14% (entre 2015 y 2016) en US\$ y mayor participación de mercado, que alcanzó los 43,9%, en 2016. Para 2017, las proyecciones mínimas son de que los montos y volúmenes sean similares a los del año pasado o que tal vez, haya un pequeño aumento (entre 1% y 3%).

Importaciones Brasileñas de Vinos (**todas las partidas arancelarias NCM sumadas**) en **2016** – por países:

País	Monto en US\$	Peso Neto en kg	% de participación de mercado - sobre monto en US\$
Chile	123.706.321	43.518.669	43,99
Argentina	46.455.111	14.456.519	16,51
Portugal	29.834.594	10.938.805	10,60
Francia	27.959.566	5.002.967	9,94
Italia	25.692.587	9.027.639	9,13
España	15.494.002	4.824.108	5,51
Uruguay	5.142.025	2.223.572	1,83
Estados Unidos	2.956.504	738.267	1,05
Sudafrica	1.736.941	586.223	0,62
Australia	1.569.949	517.697	0,59
<b>Subtotal</b>	<b>280.547.600</b>	<b>91.834.466</b>	<b>99,73</b>
Los demás países	743.551	303.141	0,27
<b>TOTAL</b>	<b>281.291.151</b>	<b>92.137.607</b>	<b>100</b>

Fuente: Sistema Alice – Ministério da Indústria, Serviços e Comércio Exterior – Brasil

Importaciones Brasileñas de Vinos Partida NCM **2204.2100** en **2016** –por países:

País	Monto en US\$	Peso Neto en kg	% de participación de mercado – sobre monto en US\$
Chile	123.135.756	43.371.091	47,32
Argentina	45.214.862	14.098.009	17,38
Portugal	29.081.011	10.403.287	11,18
Italia	22.150.362	7.910.919	8,51
Francia	15.901.066	3.825.835	6,11
España	12.220.063	3.948.389	4,69

Uruguay	5.037.445	2.175.756	1,94
Estados Unidos	2.924.715	725.420	1,12
Sudafrica	1.686.226	578.829	0,65
Australia	1.537.834	498.515	0,59
<b>Subtotal</b>	<b>258.889.340</b>	<b>87.536.050</b>	<b>99,49</b>
Los demás países	1.317.098	287.565	0,51
<b>TOTAL</b>	<b>260.206.438</b>	<b>87.823.615</b>	<b>100</b>

Fuente: Sistema Alice – Ministério da Indústria, Serviços e Comércio Exterior – Brasil

Importaciones Brasileñas de Vinos – partidas NCM **2204.1010 + 2204.1090**  
(vinos espumosos) en **2016** – por países:

País	Monto en US\$	Peso Neto en kg	% de participación de mercado – sobre monto en US\$
Francia	12.017.375	1.171.383	57,10
Italia	3.467.994	1.089.617	16,48
España	3.249.876	864.154	15,44
Argentina	1.240.249	358.510	5,89
<b>Chile</b>	<b>523.242</b>	<b>117.678</b>	<b>2,49</b>
Portugal	321.629	88.448	1,53
Sudafrica	50.715	7.394	0,24
Uruguay	42.863	7.880	0,20
Emiratos Árabes Unidos	37.239	2.266	0,18
Australia	32.115	19.182	0,15
<b>Subtotal</b>	<b>20.983.297</b>	<b>3.726.512</b>	<b>99,69</b>
Los demás países	64.527	22.045	0,31
<b>TOTAL</b>	<b>21.047.824</b>	<b>3.748.557</b>	<b>100</b>

Fuente: Sistema Alice – Ministério da Indústria, Serviços e Comércio Exterior – Brasil

Importaciones Brasileñas de Vinos por Estados brasileños – todas las partidas arancelarias NCM sumadas - En **2016**:

Estado brasileño	Monto en US\$	Peso Neto en kg	% de participación de mercado – sobre monto en US\$
São Paulo	96.918.494	28.948.971	34,45
Espírito Santo	59.061.271	18.720.728	20,99
Santa Catarina	49.315.531	17.192.851	17,53
Rio Grande do Sul	27.981.654	7.642.144	9,95
Rio de Janeiro	11.381.634	4.294.999	4,05
Paraná	11.189.229	4.521.375	3,98
Minas Gerais	6.358.381	2.250.026	2,26
Rondônia	5.370.269	2.047.133	1,91
Alagoas	4.146.412	3.119.273	1,47
Bahia	3.511.703	1.055.250	1,25
<b>Subtotal</b>	<b>275.234.578</b>	<b>89.792.750</b>	<b>97,85</b>
Los demás Estados	6.056.573	2.344.857	2,15
<b>TOTAL</b>	<b>281.291.151</b>	<b>92.137.607</b>	<b>100</b>

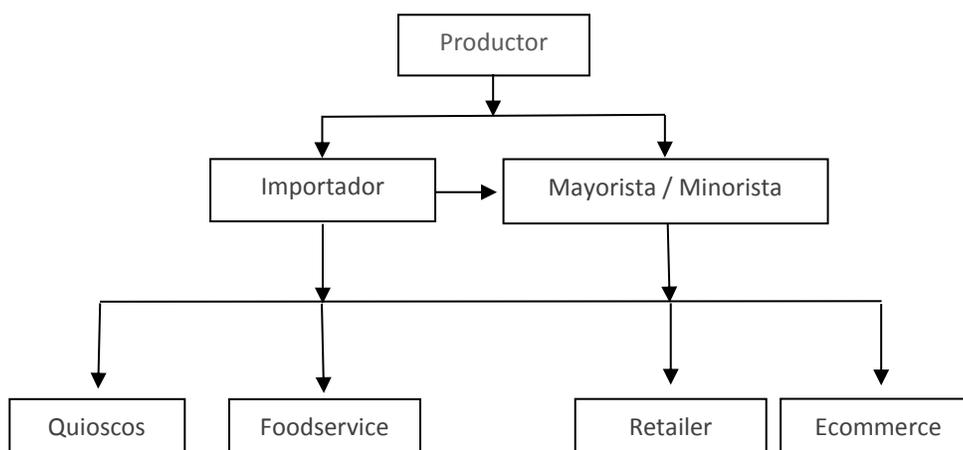
Fuente: Sistema Alice – Ministério da Indústria, Serviços e Comércio Exterior – Brasil

## V. Canales de Distribución y Actores del Mercado

### 1. Identificación de los principales actores en cada canal

La comercialización de vinos en Brasil es muy amplia, realizada sobretudo, por medio de los supermercados, mayoristas, importadores, pequeños mercados, tiendas especializadas, tiendas online, restaurantes, bares, hoteles y otros establecimientos. Cabe señalar que la oferta y venta por tiendas online está creciendo de manera exponencial y hoy es uno de los canales que más requiere atención de los exportadores chilenos.

## 2. Diagramas de flujo en canales seleccionados.



## 3. Estrategia comercial de precio.

No hay dudas que los precios de los vinos, en los puntos de venta por acá son bastante variables. En los supermercados de tamaño mediano, es posible encontrar productos de R\$ 18,00 hasta R\$ 140,00 (US\$ 6,00 a US\$ 43,00) por botella.

Debido a la variedad de la oferta y de marcas, los compradores (minoristas, mayoristas, distribuidores, etc) poseen alto poder de negociación. Los potenciales clientes buscan productos que se afilen al paladar y generen una buena experiencia. Por ese motivo, muchos clientes están dispuestos a pagar un poco más, y en el caso de que no le guste una marca o un sabor, simplemente busca otra opción.

## 4. Política comercial de proveedores.

Algunas importadoras suelen invertir de manera importante en marketing y promoción. En especial, se ha invertido aún más en el perfeccionamiento de las tiendas online, para acercarse de sus clientes finales. Han participado también, de ferias y eventos del rubro, concursos, clases de formación de sommeliers y otros cursos. Además, los importadores, distribuidores y mayoristas han aumentado sus acciones orientadas al público consumidor, en las medias digitales, que es una excelente forma de promocionar sus productos.

# VI. Consumidor/ Comprador

## 1. Características. Descripción Perfil / Hábitos / Conductas.

Según estudio realizado por la consultoria inglesa Wine Intelligence, "Brazil Landscapes Report 2017", el número de consumidores de vinos aumentó de 22 millones para 30 millones de personas en todo el país, de 2010 hasta hoy. Entre los consumidores de vinos, el tinto es el preferido, seguido por cerveza y vino blanco.

El consumidor brasileño ya sabe apreciar vinos, tanto nacionales, como importados, pero los volúmenes consumidos aún son pequeños. Por ello, hay espacio para que los vinos chilenos crezcan en los próximos años.

Debido a la fuerte recesión de los últimos 3 años, los consumidores brasileños, de hecho, están tomando vinos menos sofisticados.

Sin embargo, cabe mencionar que los principales consumidores de vinos en Brasil, actualmente, son las personas que componen la "clase media", que pudieron viajar para fuera del país en los últimos años y que entraron en contacto con nuevos productos.

## 2. Influencias en decisiones de compra / tendencias

Los consumidores de vinos suelen ser personas informadas y justamente consumen vinos, por la diferenciación. De acuerdo con estudios del SEBRAE, entidad brasileña de apoyo a las pymes, un 86% de los consumidores brasileños buscan informaciones sobre bebidas, en la propia etiqueta del producto. Aunque, un 59% de los consumidores compran de marcas que ya confían o que son conocidas, uno de los criterios de compras es la indicación.

Hay proyecciones de la consultoria Euromonitor, de que el consumo de vinos en Brasil, en 2019, alcance los 400 millones de litros.

# VII. Benchmarking

## 1. Principales marcas en el mercado.

Aunque el mercado brasileño esté lleno de tipos y marcas de vinos, se estima que hay en el país, más de 1.100 viñas, concentradas en las regiones sur y sureste. Sin embargo, son pocas (cerca de 20) las marcas consolidadas y distribuidas en todo Brasil, por variados motivos: costos de producción, sistemas de distribución, número de representantes comerciales, etc.

Marcas de vinos que son fáciles de encontrar en los supermercados:

<b>Brasil</b>	<b>Chile</b>	<b>Otros países</b>
Miolo	Concha y Toro	Periquita (Portugal)
Salton	Santa Carolina	J.P.Chenet (Francia)
Casa Valduga	Santa Helena	Casal Garcia (Portugal)
Cereser	Carta Vieja	Santa Ana (Argentina)
Goes	Gato Negro	Benjamin (Argentina)

## 2. Precios de referencia de productos chilenos y competidores en el mercado.

<b>Pais de Origen</b>	<b>Marca / Tipo</b>	<b>Valor en Reales R\$</b>	<b>Valor en Dolares (referencia)* US\$</b>
<b>Chile</b>	Carta Vieja 2016 – Carmenere (1 litro)	19,98	6,34
<b>Chile</b>	Loma Negra – 2016 - Carmenere	26,98	8,57
<b>Chile</b>	León de Tarapaca – 2015 – Cabernet sauv	41,98	13,33
<b>Chile</b>	Promesa – Syrah - 2015	27,85	8,84
<b>Chile</b>	Casillero del Diablo – Shiraz - 2015	42,98	13,64
<b>Chile</b>	Santa Helena – 2016 – Sauvignon Blanc	28,98	9,20
<b>Chile</b>	Chateau Los Boldos – 2014 - Chardonnay	59,00	18,73
<b>Chile</b>	Botalcura – 2016 – Cabernet sauvignon	48,90	15,52
<b>Chile</b>	Undurraga – 2016 - Carmenere	52,90	16,79
<b>Chile</b>	Mancura Etnia – 2016 – Cabernet sauvign	44,00	13,97
<b>Portugal</b>	Terra de Touros – Chardonnay - 2016	32,90	10,44
<b>Estados Unidos</b>	Two Vines – 2013 - Merlot	67,40	21,40
<b>España</b>	Rioja – Tinto - 2015	69,90	22,19
<b>Francia</b>	Dieux Papes – Merlot / Syrah	45,90	14,57
<b>Sudafrica</b>	Nederburg – 2016 - Pinotage	35,80	11,37
<b>España</b>	Pata Negra Oro – 2014 - Tempranillo	43,85	13,92

<b>Uruguay</b>	Tacuabé – 2016 - Tannat	42,85	13,60
<b>Estados Unidos</b>	Woodbridge – 2013 - Cabernet sauvig	59,98	19,04
<b>Australia</b>	Yellow Tail – 2014 - Chardonnay	54,85	17,41
<b>Italia</b>	Costazzurra Brut Prosecco	32,98	10,47
<b>Italia</b>	Montecampo – 2015 - Chianti	45,98	14,60
<b>Francia</b>	J.P. Chenet - Merlot	46,98	14,91
<b>Francia</b>	Yvecourt – Bordeaux 2015	49,80	15,80
<b>Portugal</b>	Periquita – Tinto - 2014	39,85	12,65
<b>Portugal</b>	Alandra – 2016 - Tinto	34,98	11,10
<b>Portugal</b>	Casal Garcia – Douro – Tinto - 2015	39,98	12,69
<b>Argentina</b>	Travessia – Malbec - 2016	24,58	7,80
<b>Argentina</b>	Benjamin – Malbec - 2016	25,98	8,25
<b>Argentina</b>	Norton – 2016 – Cabernet sauvignon	43,80	13,90
<b>Argentina</b>	Alfredo Roca – Malbec - 2017	49,98	15,87

\* US\$ 1,00 = R\$ 3,15 (valor referencia en diciembre de 2017)

Levantamiento realizado en la primera semana de diciembre de 2017, en los supermercados Hirota, Oba, St. Marché, Pão de Açúcar, Sonda y Mambo, de los barrios Mooca y Tatuapé – zona este de São Paulo / SP.

### 3. Campañas de marketing de competidores externos o productores locales:

A lo largo del año de 2017, Portugal fue el país que más realizó acciones de marketing, para la promoción de vinos.

Del 09 al 11 de junio, “Vinhos de Portugal” eligió en “Shopping JK Iguatemi”, para ofrecer cursos, pruebas y degustaciones y un pequeño mercado de vinos, mezclados con acciones culturales, que tuvieron gran impacto en la media off y on line.

Además, el evento fue realizado también en Rio de Janeiro, con el apoyo del diario “O Globo”.

A seguir, vamos a mostrar algunas fotos de los eventos:



## VIII. Opiniones de actores relevantes en el mercado.

Algunos importadores están adoptando nuevas estrategias para atender sus clientes, que básicamente son: vender vinos más baratos, al gusto del brasileño, que ha buscado productos más frescos, para armonizar con comida.

Según el director de la importadora Decanter, Adolar Hermann, “no hubo gran caída de volúmenes, ya que las ventas están estables, pero hubo caída de valores. Quién compraba un vino de R\$ 100,00, compra hoy uno de R\$ 50,00”.

“En el momento actual, la salida es bailar conforme la música”, dijo Celso La Pastina, director de la importadora La Pastina, que posee tiendas especializadas con el nombre “World Wine”, desde 1999. Dicha importadora está desarrollando en Italia, vinos con menos madera, para combinar con algunos platos y con precio que pueda caber en el bolsillo; vale todo para agradar el mercado brasileño...

## IX. Fuentes de información relevantes

### 9.1 – Entidades gremiales relacionadas con el sector:

- ABRABE - Associação Brasileira de Bebidas - <http://www.abrabe.org.br>
- ABBA - Associação Brasileira de Importadores e Exportadores de Alimentos e Bebidas - <http://www.aabba.org.br/index.php?pagina=quemsomos.php>
- UVIBRA – União Brasileira de Vitivinicultura – [www.uvibra.com.br](http://www.uvibra.com.br)
- IBRAVIN – Instituto Brasileiro do Vinho – [www.ibravin.org.br](http://www.ibravin.org.br)
- Vinhos do Brasil – [www.vinhosdobrasil.com.br](http://www.vinhosdobrasil.com.br)
- ABE – Associação Brasileira de Enologia – [www.enologia.org.br](http://www.enologia.org.br)
- ABS-SP – Associação Brasileira de Sommeliers (São Paulo) – <https://www.abs-sp.com.br>
- SBAV-SP – Associação Brasileira dos Amigos do Vinho (São Paulo) – <http://sbav-sp.com.br>

### 9.2 – Blogs y otros sitios relacionados:

- Vinho Tinto – [www.blogvinhotinto.com.br](http://www.blogvinhotinto.com.br)
- Vida & Vinho – <http://vidaevinho.com>
- Blog do Vinho – Beto Gerosa – <http://vinho.ig.com.br>
- Falando de Vinhos – [www.falandodevinhos.com](http://www.falandodevinhos.com)
- Viva o vinho! – [www.vivaovinho.com.br](http://www.vivaovinho.com.br)
- Vinho Todo Dia – <http://vinhotododia.com.br>
- Winer – [www.winer.com.br](http://www.winer.com.br)
- Blog do Didu Russo – [www.didu.com.br](http://www.didu.com.br)
- Blog de Vinhos – [www.blogdevinhos.com.br](http://www.blogdevinhos.com.br)

- Eu levo vinho! – <https://eulevovinho.com.br>
- Vinhos e mais vinhos – <http://blogs.gazetaonline.com.br/vinhosemaisvinhos/>
- Vinho Blog – <http://blog.vinhosite.com.br>
- Dama do Vinho – [www.alessandraesteves.com](http://www.alessandraesteves.com)
- Vinho Nosso – <https://vinhonosso.com>
- Blog do Jeriel – <http://blogdojeriel.com.br>
- Paladar / Estadão / Blog da Belle: <http://paladar.estadao.com.br/blogs/blog-da-belle/>
- Blog do Vinho Campinas – [www.campinas.com.br/blog/blog-do-vinho](http://www.campinas.com.br/blog/blog-do-vinho)
- Vinho em Prosa – <http://vinhoemprosa.com.br>
- Da água para o vinho – <https://anacborba.wixsite.com/daaguaparaovinho>
- Mondo Vinho - <http://mondovinho.blogspot.com.br>
- Botequim do Vinho – [www.botequimdovinho.com.br](http://www.botequimdovinho.com.br)
- Enoblogs – <http://enoblogs.com.br>
- Palco do Vinho – [www.palcodovinho.com.br](http://www.palcodovinho.com.br)
- Divino Guia – [www.divinoguia.com.br](http://www.divinoguia.com.br)
- Papo de Vinho – [www.papodevinho.com](http://www.papodevinho.com)
- As boas coisas da vida – [www.asboascoisasdavidada.com.br](http://www.asboascoisasdavidada.com.br)
- Vinhos de Corte – [www.vinhosdecorte.com.br](http://www.vinhosdecorte.com.br)
- Enofilia – [www.blogenofilia.com.br](http://www.blogenofilia.com.br)
- Vivendo Vinhos – [www.vivendovinhos.com](http://www.vivendovinhos.com)
- Escrivinhos – [www.escrivinhos.com](http://www.escrivinhos.com)
- Levin au blog – <http://levinaublog.blogspot.com.br>
- Diário de Baco – [www.diariodebaco.com.br](http://www.diariodebaco.com.br)
- Vinho Capital – <http://vinhocapital.com>
- Vinho para Todos – [www.vinhoparatodos.com](http://www.vinhoparatodos.com)
- Enocultura – [www.enocultura.com.br](http://www.enocultura.com.br)

### 9.3 – Importadores brasileiros de vinhos en general:

- Mistral – [www.mistral.com.br](http://www.mistral.com.br)
- Zahil – [www.zahil.com.br](http://www.zahil.com.br)
- Cantu Importadora – [www.cantuimportadora.com.br](http://www.cantuimportadora.com.br)
- Decanter – [www.decanter.com.br](http://www.decanter.com.br)
- Vinci (grupo Mistral) – [www.vinci.com.br](http://www.vinci.com.br)
- World Wine (grupo La Pastina) – [www.worldwine.com.br](http://www.worldwine.com.br)
- Ravin – [www.ravin.com.br](http://www.ravin.com.br)
- Portus Importadora – [www.portusimportadora.com.br](http://www.portusimportadora.com.br)
- Grand Cru – [www.grandcru.com.br](http://www.grandcru.com.br)
- Casa Flora – [www.casaflora.com.br](http://www.casaflora.com.br)
- Magnum Importadora – [www.magnumimportadora.com.br](http://www.magnumimportadora.com.br)
- KMM Vinhos – [www.kmmvinhos.com.br](http://www.kmmvinhos.com.br)
- PPS Importadora – [www.ppsimportadora.com.br](http://www.ppsimportadora.com.br)
- Viníssimo Store – [www.vinissimostore.com.br](http://www.vinissimostore.com.br)
- Interfood – [www.interfood.com.br](http://www.interfood.com.br)
- Qualimpor – [www.qualimpor.com.br](http://www.qualimpor.com.br)
- Domno – [www.domno.com.br](http://www.domno.com.br)
- Clarets – <http://clarets.com.br>
- Chico Carreiro – <https://www.chicocarreiro.com.br>
- Obra Prima – <https://obraprimaimportadora.com.br>
- Porto a Porto – [www.portoaporto.com.br](http://www.portoaporto.com.br)

- Hannover Vinhos – [www.hannovervinhos.com.br](http://www.hannovervinhos.com.br)
- Barrinhas – [www.barrinhas.com.br](http://www.barrinhas.com.br)
- De la Croix Vinhos – [www.delacroixvinhos.com.br](http://www.delacroixvinhos.com.br)
- Galeria dos Vinhos – <http://galeriadosvinhos.com.br>
- Wine Lovers – <http://winelovers.com.br>
- Winebrands – [www.winebrands.com.br](http://www.winebrands.com.br)
- Itália Mais – [www.italiamais.com.br](http://www.italiamais.com.br)
- Taha Vinhos – [www.tahaavinhos.com.br](http://www.tahaavinhos.com.br)
- Sabores do Vinho – <https://saboresdovinho.com.br>
- Casa Palla – [www.casapalla.com.br](http://www.casapalla.com.br)
- Adega Alentejana – [www.alentejana.com.br](http://www.alentejana.com.br)
- La Pastina – [www.lapastina.com](http://www.lapastina.com)
- Premium Wines – [www.premiumwines.com.br](http://www.premiumwines.com.br)
- QX Brasil – [www.qxbrasil.com.br](http://www.qxbrasil.com.br)
- Winelands – [www.winelands.com.br](http://www.winelands.com.br)
- Weinkeller Vinhos – [www.weinkellervinhos.com.br](http://www.weinkellervinhos.com.br)
- Franco Suissa – [www.franco-suissa.com.br](http://www.franco-suissa.com.br)
- La Charbonnade – [www.lacharbonnade.com.br](http://www.lacharbonnade.com.br)
- Devinum – [www.devinum.com.br](http://www.devinum.com.br)
- Rouge Brasil – [www.rougebrasil.com](http://www.rougebrasil.com)
- Inovini (grupo Aurora Alimentos Finos) – [www.inovini.com.br](http://www.inovini.com.br)
- Épice – [www.epice.com.br](http://www.epice.com.br)
- Mundo Vino Brasil – [www.mundovinobrasil.com](http://www.mundovinobrasil.com)
- Panificadora Nossa Senhora de Fátima – [www.pfatima.com.br](http://www.pfatima.com.br)
- Smart Buy Wines – [www.smartbuywines.com.br](http://www.smartbuywines.com.br)
- Domínio Cassis – [www.dominiocassis.com.br](http://www.dominiocassis.com.br)
- Fox Importadora – <https://foximportadora.com>
- Orion Vinhos – [www.orionvinhos.com.br](http://www.orionvinhos.com.br)
- Cava de Vinhos – [www.cavadevinhos.com.br](http://www.cavadevinhos.com.br)
- Belle Cave – [www.bellecave.com.br](http://www.bellecave.com.br)
- Alafia Vinhos – [www.alafiavinhos.com.br](http://www.alafiavinhos.com.br)
- MM Vinhos – [www.mmvinhos.com.br](http://www.mmvinhos.com.br)
- Berenguer – [www.grupoberenguer.com.br](http://www.grupoberenguer.com.br)
- Zona Sul Supermercados - <https://vinhos.zonasul.com.br>
- Caves Santa Cruz – [www.cavessantacruz.com.br](http://www.cavessantacruz.com.br)
- Vila de Arouca – [www.viladearauca.com.br](http://www.viladearauca.com.br)
- Divina Botella – [www.divinabotella.com.br](http://www.divinabotella.com.br)
- Cepa Sagrada – [www.cepasagrada.com.br](http://www.cepasagrada.com.br)
- La Cristianini – [www.lacristianini.com.br](http://www.lacristianini.com.br)
- Licínio Dias – <http://www.liciniodias.com.br>
- Coneleste – [www.coneleste.com](http://www.coneleste.com)
- Metapunto – [www.metapunto.com.br](http://www.metapunto.com.br)
- PNR Vinhos – [www.pnrvinhos.com.br](http://www.pnrvinhos.com.br)
- Península – [www.peninsulavinhos.com.br](http://www.peninsulavinhos.com.br)
- Cellar – [www.cellar-af.com.br](http://www.cellar-af.com.br)
- Europa – <http://europaimportadora.com.br>
- Velha Laje – [www.velhalaje.com.br](http://www.velhalaje.com.br)
- Adrimar – [www.adrimarimport.com.br](http://www.adrimarimport.com.br)
- Terra a Terra – [www.terraaterra.com.br](http://www.terraaterra.com.br)
- Lacomex – [www.lacomex.com.br](http://www.lacomex.com.br)
- Palácio dos Vinhos – <http://palaciosdosvinhos.com.br>

- Doc Wine – <http://docwine.com.br>
- Lusitano Import – [www.lusitanoimport.com.br](http://www.lusitanoimport.com.br)
- Imigrantes Bebidas – [www.imigrantesbebidas.com.br](http://www.imigrantesbebidas.com.br)
- Domaine Montes Claros – [www.domainemontesclaros.com.br](http://www.domainemontesclaros.com.br)
- Moncaviste – [www.moncaviste.com.br](http://www.moncaviste.com.br)
- Jobtotal – [www.jobtotal.com.br](http://www.jobtotal.com.br)
- Vitoria Foods – [www.vitoriafoods.com](http://www.vitoriafoods.com)
- Mr. Man – [www.mrman.com.br](http://www.mrman.com.br)
- Ricex – [www.ricex.com.br](http://www.ricex.com.br)
- Optimus Importadora – [www.optimusimportadora.com.br](http://www.optimusimportadora.com.br)
- Sol Creta – [www.solcreta.com.br](http://www.solcreta.com.br)
- Grenache Vinhos – <https://www.grenachevinhos.com>
- MS Import – <http://msimport.com>
- Ventura Vinhos – [www.venturavinhos.com.br](http://www.venturavinhos.com.br)
- Taste Vin – [www.tastevin.com.br](http://www.tastevin.com.br)
- Bodegas – <http://bodegas.com.br>
- Bacco's – [www.baccos.com.br](http://www.baccos.com.br)
- Casa Rio Verde – [www.casarioverde.com.br](http://www.casarioverde.com.br)
- Nova Fazendinha – [www.novavinhos.com](http://www.novavinhos.com)
- Vinhos do Mundo – [www.vinhosdomundo.com.br](http://www.vinhosdomundo.com.br)
- Vin D'ame – [www.loja.vindame.com.br](http://www.loja.vindame.com.br)
- Metamorfosi – <http://metamorfosi.com.br>
- Anima Vinum – [www.animavinum.com.br](http://www.animavinum.com.br)
- Wines 4U – <https://www.wines4u.com.br>
- Vecchio Mondo – [www.vecchiomondo.com.br](http://www.vecchiomondo.com.br)
- Wine & Co. – [www.wine-co.com.br](http://www.wine-co.com.br)
- Garrafa Livre – <http://garrafalivre.com.br>
- Gavinho – <http://gavinho.com.br>
- Piovino – [www.piovino.com.br](http://www.piovino.com.br)

#### 9.5 – Tiendas de vinos online:

- Vinho e Ponto – [www.vinhoeponto.com.br](http://www.vinhoeponto.com.br)
- Wine – [www.wine.com.br](http://www.wine.com.br)
- Garage Vinhos – [www.garagevinhos.com.br](http://www.garagevinhos.com.br)
- Sonoma – <https://sonoma.com.br>
- Miami Store – [www.miami.com.br](http://www.miami.com.br)
- Santa Adega – [www.santaadega.com.br](http://www.santaadega.com.br)
- Ingá Vinhos – [www.ingavinhos.com.br](http://www.ingavinhos.com.br)
- Empório do Mundo – [www.emporiomundo.com.br](http://www.emporiomundo.com.br)
- Vinho Site – [www.vinhosite.com.br](http://www.vinhosite.com.br)
- Sommelier Vinhos – [www.sommeliervinhos.com.br](http://www.sommeliervinhos.com.br)

#### 9.6 – Viñas brasileñas:

- Miolo – [www.miolo.com.br](http://www.miolo.com.br)
- Vinícola Aurora – [www.vinicolaaurora.com.br](http://www.vinicolaaurora.com.br)
- Vinícola Basso – [www.vinicolabasso.com.br](http://www.vinicolabasso.com.br)
- Vinícola Campestre – [www.pergola.com.br](http://www.pergola.com.br)
- Vinícola Campos de Cima – [www.camposdecima.com.br](http://www.camposdecima.com.br)

- Vinícola Perini – [www.casaperini.com.br](http://www.casaperini.com.br)
- Casa Valduga – [www.casavalduga.com.br](http://www.casavalduga.com.br)
- Cave Geisse – [www.cavegeisse.com.br](http://www.cavegeisse.com.br) (el dueño de la viña es chileno)
- Don Guerino – [www.donguerino.com.br](http://www.donguerino.com.br)
- Vinícola Garibaldi – [www.vinicolagaribaldi.com.br](http://www.vinicolagaribaldi.com.br)
- Vinicola Góes – <http://vinicolagoes.com.br>
- Vinícola Hermann – [www.vinicolahermann.com.br](http://www.vinicolahermann.com.br)
- Lídio Carraro – [www.lidiocarraro.com](http://www.lidiocarraro.com)
- Mioranza – [www.mioranza.com](http://www.mioranza.com)
- Peterlongo – [www.peterlongo.com.br](http://www.peterlongo.com.br)
- Pizzato – [www.pizzato.net](http://www.pizzato.net)
- Salton – [www.salton.com.br](http://www.salton.com.br)
- Sanjo – [www.sanjo.com.br](http://www.sanjo.com.br)
- Vinícola Santa Augusta – [www.santaaugusta.com.br](http://www.santaaugusta.com.br)
- Vinícola Suzin – [www.vinिकासuzin.com.br](http://www.vinिकासuzin.com.br)
- Villa Francioni – [www.villafrancioni.com.br](http://www.villafrancioni.com.br)
- Rio Sol / Vinibrasil – [www.vinhosriosol.com.br](http://www.vinhosriosol.com.br)

#### 9.7 – Revistas y otras publicaciones:

- Revista Adega – <http://revistaadega.uol.com.br>
- Vinho Magazine – <http://vinhomagazine.com.br>
- Eno Estilo – [www.enoestilo.com.br](http://www.enoestilo.com.br)
- Revista Vinícola – [www.revistavinicola.com.br](http://www.revistavinicola.com.br)
- Revista Menú – [www.revistamenu.com.br](http://www.revistamenu.com.br)
- Essência do Vinho – [www.essenciadovinho.com](http://www.essenciadovinho.com)
- Revista Prazeres da Mesa – <http://prazeresdamesa.uol.com.br>
- Baco Multimídia – [www.bacomultimidia.com.br](http://www.bacomultimidia.com.br)
- Deguste – [www.revistadeguste.com](http://www.revistadeguste.com)
- Revista Gosto – [www.portalgosto.com.br](http://www.portalgosto.com.br)

#### 9.8 – Ferias y eventos:

- Expovinis 2018 – del 12 al 14/06/2018 – São Paulo – [www.expovinis.com.br](http://www.expovinis.com.br)
- Wine Weekend – del 28/06 al 01/07/2018 – São Paulo – [www.vinhomagazine.com.br/ww](http://www.vinhomagazine.com.br/ww)
- Rio Wine & Food Festival – del 06 al 12/08/2018 – Rio de Janeiro – [www.riowineandfoodfestival.com.br](http://www.riowineandfoodfestival.com.br)
- Encontro de Vinhos (varias ciudades brasileñas) – aún sin fechas definidas – [www.encontrodevinhos.com.br/a-feira/](http://www.encontrodevinhos.com.br/a-feira/)
- Naturebas 2018 (vinos naturales y orgánicos) – Enoteca Saint Vin Saint – São Paulo – aún sin fecha definida - [www.saintvinsaint.com.br/feira/](http://www.saintvinsaint.com.br/feira/)