

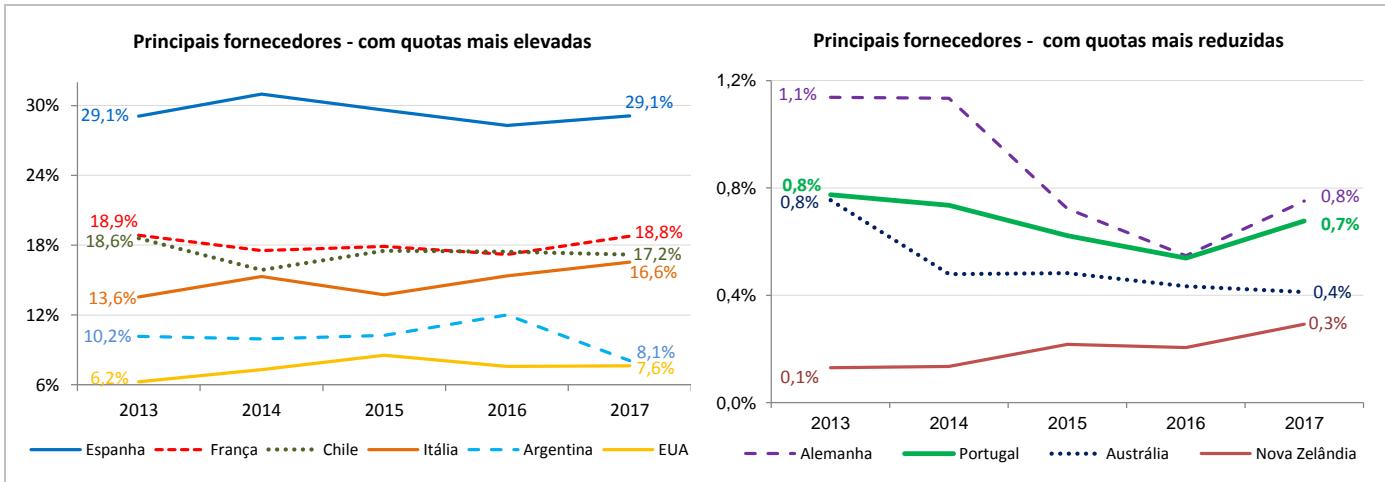
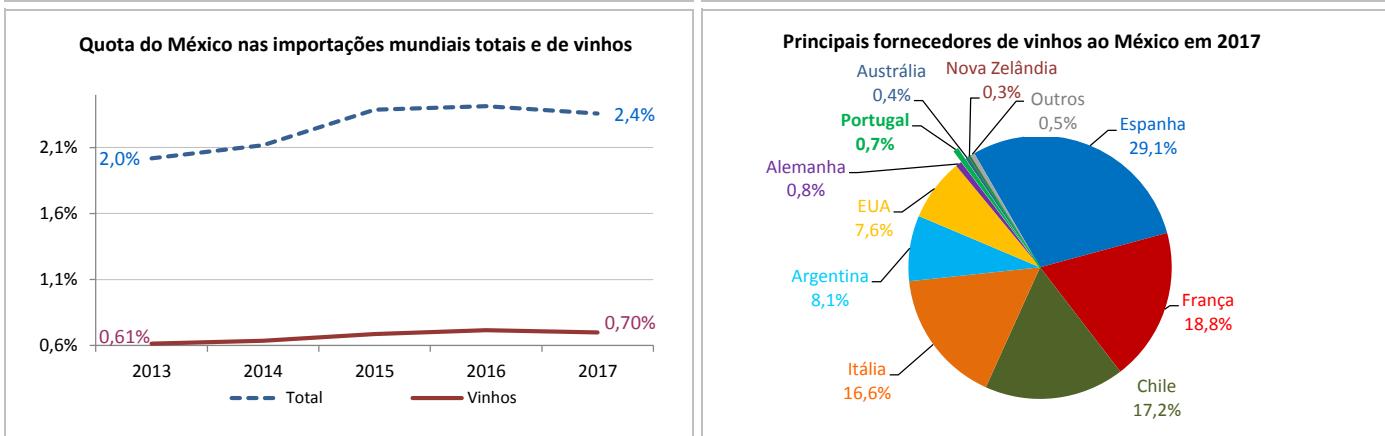
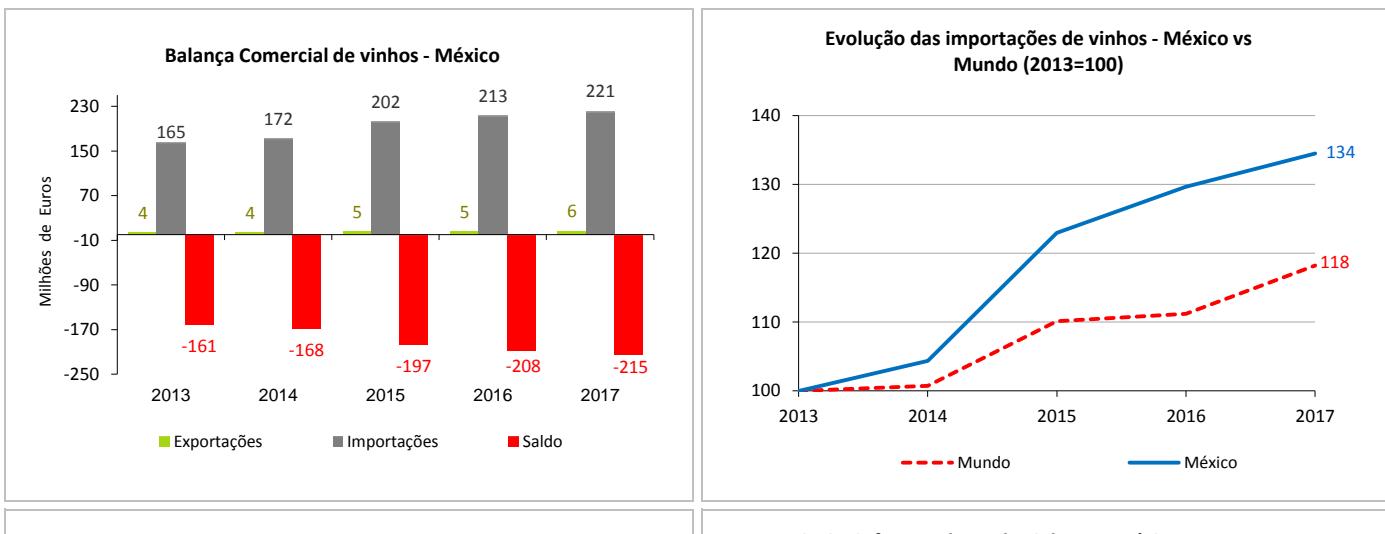
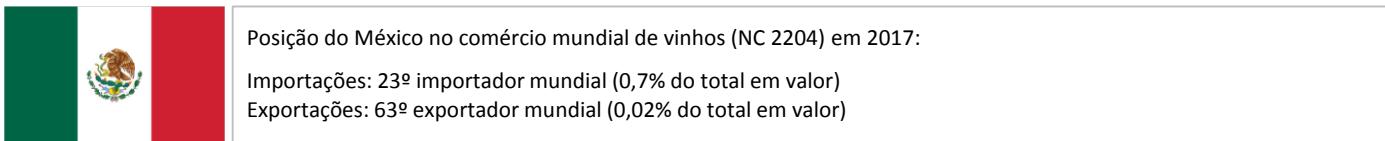
México

Síntese setorial de vinhos

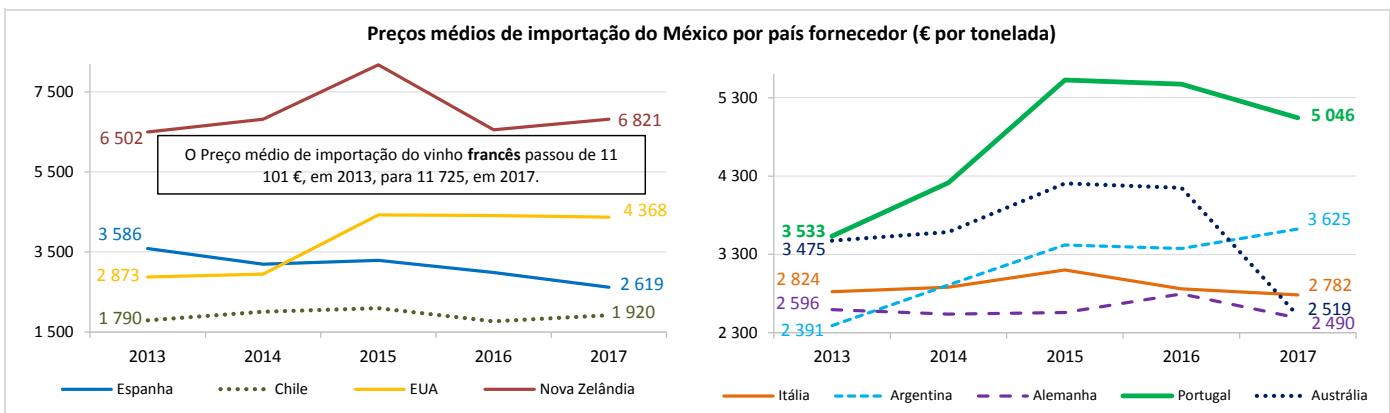


aicep Portugal Global

1. CARACTERIZAÇÃO GERAL DO MERCADO



Fonte: International Trade Centre



Fonte: ITC - International Trade Centre

Principais aspectos a salientar:

De acordo com o International Trade Centre, em 2017, o México foi o 13º maior importador mundial de bens com uma quota de 2,3 %. Nos vinhos ocupou o 23º lugar, com 0,7% do total, ou 221,3 M€ (23º em 2013, com 164,6 M€). Desde 2013, as importações mexicanas de bens cresceram, em média, 2,8% ao ano enquanto nos vinhos o ritmo foi de 4,3%, resultando num acréscimo total de 18% entre 2013 e 2017. As exportações do setor, embora tenham aumentado (3,5 M€, em 2013 e 6,4 M€, em 2017), registaram valores reduzidos. Assim, a balança comercial do setor é muito deficitária e com tendência para o agravamento do saldo.

Desde 2013, as importações de vinho **engarrafado** cresceram 7,7% em média ao ano, com aumentos em todos os anos. Em 2017, responderam por 169 M€, ou seja, 76,4% do vinho importado pelo México, o que compara com 126,7M€ (77%) em 2013. Os principais fornecedores, em 2017, foram Espanha e o Chile (Portugal foi o 7º com 1,5 M€).

Os **espumantes** respondem por 20% dos vinhos importados pelo México em 2017, e as compras ao exterior cresceram 9,1% em média ao ano (de 31M€ em 2013, passaram para 43,8 M€ em 2017. O mercado é dominado, pelos espumantes franceses; Portugal vem perdendo espaço como fornecedor destes vinhos ao México (de 251 mil € em 2013, recuou para 47 mil €, em 2017).

O vinho **não engarrafado** tem menos relevância no mercado (3,8% das importações totais de vinho em 2017). As compras externas aumentaram, passando de 6,9 M€, em 2013, para 8,4 M€, em 2017. As importações mexicanas têm como origem, sobretudo, o Chile, Espanha e os EUA. As vendas portuguesas ao mercado não registaram valores significativos ao longo do período.

Os fornecedores europeus **Espanha** e **França** lideram o mercado mexicano de vinhos importados com quotas de, respetivamente, 29,1% e 18,8%, em 2017. No período 2013-2017, as importações à Espanha cresceram 7,8% em termos médios anuais (passando de 47,9 M€ para 64,5 M€) e 8% à França (subindo de 31 M€ para 41,6 M€). Em 2017, Espanha concentrou 90% das vendas em vinhos engarrafados, 5,1% em espumante e 4,9% em não engarrafados. As importações mexicanas à França foram, sobretudo, de espumantes (64%), seguidos de engarrafados (35%).

O **Chile** é o terceiro fornecedor, com ligeira erosão de quota no período, passando de 18,6%, em 2013, para 17,2%, em 2017. Com um crescimento médio anual das importações de vinho mexicanas de 6,6%, subiu de 30,6 M€, em 2013, para 28,1 M€, em 2017. No último ano, 90,6% das importações foram vinhos engarrafados, 8,7% não engarrafados e 0,6% espumantes.

Seguem-se, a **Itália** (4º) com uma quota de 16,6% em 2017, a **Argentina** (5º) com 8,1%, os **EUA** (6º) com 7,6% e, a larga distância, a **Alemanha** (7º) com 0,8%. Entre 2013 e 2017, as compras de vinho do México à Itália aumentaram, em média, 13,3% ao ano (de 22,3 M€ para 36,6 M€). No caso da Argentina o crescimento médio anual foi de 4,1%, (de 16,7 M€ para 17,8 M€) e, no dos EUA, de 14,5% ao ano (de 10,3 M€ para 17,9 M€). Pelo contrário, as importações à Alemanha baixaram de 1,9 M€ para 1,7 M€. 2013-2017 encerrou com ganhos de quota de Itália e dos EUA e reduções das parcelas de mercado da Argentina e da Alemanha. Em 2017, na estrutura de importação a estes mercados, os vinhos engarrafados foram os preponderantes: 67,1% do vinho italiano, 97,3% do argentino, 88% do norte-americano e 84,4% do alemão. Os espumantes apenas tiveram alguma expressão nos casos de Itália (32,8%) e da Alemanha (15,8%), limitando-se a 5,6% nos provenientes dos EUA e a 2,3% nos da Argentina. No contexto destes fornecedores, o vinho não engarrafado teve origem, sobretudo, nos EUA (6,3% do total de vinho norte-americano importado).

Portugal foi o 8º fornecedor em 2017, com 1,5M€ e uma quota de 0,7% (1,3 M€ e 0,8% em 2013). As importações mexicanas de vinhos a Portugal recuaram até 2016 (para 1,1M€) mas, no último ano, aumentaram 30,5%, fixando-se no valor mais elevado do período. Em 2017, as compras do México foram, sobretudo, de engarrafados (96,8% do total) limitando-se os não engarrafados a 3,1%. Todavia, em 2013, os engarrafados respondiam por 80,2% e os espumantes por 19,7%.

O 9º e o 10º fornecedores são a **Austrália**, com 914 mil€ em 2017 e a **Nova Zelândia** com 648 mil € (quotas de, respetivamente, 0,4% e 0,3%). Entre 2013 e 2017, o comportamento das compras mexicanas de vinho a estes mercados foi muito diferente. As importações à Austrália baixaram, em média, 5,4% ao ano e à Nova Zelândia aumentaram 36,6% em termos médios anuais. Em qualquer dos casos, a maior parte das importações é de engarrafados (95,5% do vinho australiano e 56,1% do neozelandês).

O **preço médio** do vinho importado pelo México não sofreu grandes alterações ao longo do período, passando de 3 066 €/ton. em 2013, para 3 076 €/ton. em 2017. Com os preços mais elevados em 2017, destacam-se os vinhos franceses (11 725€/ton.), neozelandeses (6 821€/ton.), portugueses (5 046€/ton.), norte-americanos (4 368€/ton.) e argentinos (3 625€/ton.). No mesmo ano, os preços médios dos vinhos chilenos (1 920€/ton.), alemães (2 490€/ton.), australianos (2 519€/ton.), espanhóis (2 619€/ton.) e italianos (2 782€/ton.) ficaram, todos, abaixo da média do mercado.

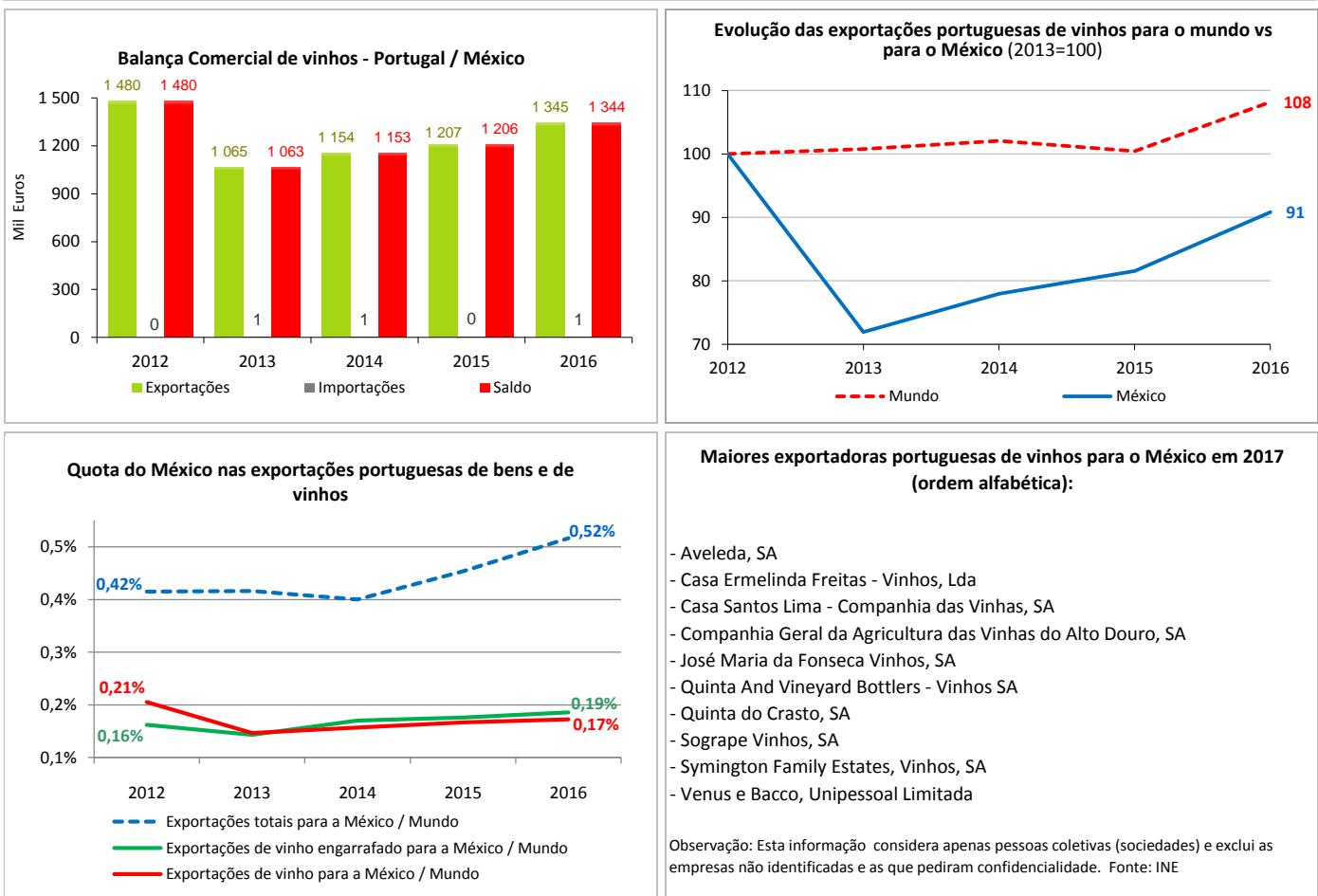
As maiores alterações nos preços médios de 2017 face a 2013 ocorreram nos vinhos com origem em **Portugal** (+1 513€/ton.), nos EUA (+1 495€/ton.), na Argentina (+1 234€/ton.), em França (-967€/ton.) e na Alemanha (-956€/ton.).

2. RELACIONAMENTO BILATERAL

Posição do México no comércio externo português de vinhos em 2017:

Exportações: 37º cliente (0,17% do total em valor)

Importações: os valores não são significativos



Fonte: Instituto Nacional de Estatística

Principais aspectos a salientar:

Segundo o INE, em 2017, o México foi o 24º cliente de bens portugueses, com 0,52% do total e o 37º destino dos vinhos portugueses, com 0,17% das saídas destes produtos, no valor de 1,3M€.

As exportações portuguesas de vinho para o México concentraram-se, em 2017, nos vinhos engarrafados, com 99,4% (ou 1,336 M€), seguidos dos espumantes e espumosos com, apenas, 0,6% do total exportado.

Ao contrário das exportações de bens de Portugal para o México, cujo crescimento foi fortemente significativo entre 2013 e 2017 (10,2% em média ao ano, de 196M€ para 284M€) e das exportações totais de vinhos portugueses, que aumentaram 2% em termos médios anuais, a evolução das vendas do setor para o México foi negativa (-0,9% em média, por ano). Na exportação de vinhos portugueses para o México, os dados do INE apontam para uma retração pontual em 2014, e crescimentos sucessivos nos anos seguintes.

As exportações de vinhos **engarrafados** que, em 2013 respondiam por 70% do total, têm vindo a aumentar a uma taxa média anual de 7,1%. Por outro lado, os **espumantes e espumosos** sofreram forte retração ao longo do período, baixando de 441 mil€ em 2013 para, apenas, 8 mil€ em 2017.

As importações de vinho com origem no México não têm relevância ao longo do período em análise. Deste modo, o saldo da balança comercial bilateral do setor tem sido favorável a Portugal ao longo do período, com um excedente de 1,344 M€, em 2017.

Os valores das exportações portuguesas de vinhos para o México apurados pelo INE apresentam diferenças dos divulgados pelo ITC. Este facto pode, eventualmente, resultar de diferentes critérios de registo utilizados pelas duas fontes. Por outro lado, como os valores das trocas são bastante reduzidos, qualquer variação pode afetar os resultados.

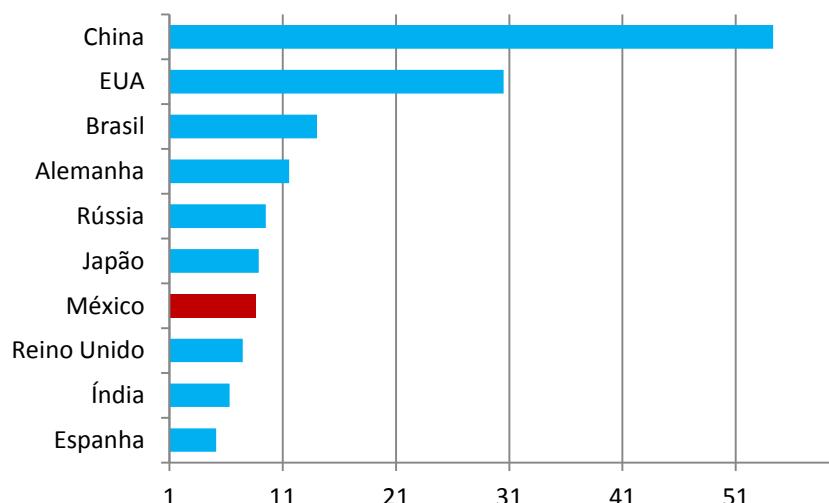
3. DESTAQUES DO MERCADO

Consumo de vinho no México

O consumo de vinho no México é ainda relativamente baixo considerando a sua população, no entanto, pode-se afirmar que o mercado se encontra numa fase de crescimento - tanto em termos de consumo como de variedade disponível. Daniel Milmo, presidente do Conselho Mexicano Vitivinícola (CMV), comentou, em entrevista ao [El Financiero](#) no dia 1 de maio de 2018, que o consumo de vinho anual *per capita* cresceu cerca de 210ml entre 2014 e 2018 – subindo de 750ml para 960ml (o que representa um aumento de 28% no período).

O presidente do CMV caracteriza o mercado de vinho no México como um “mercado verde”, pois o consumo é ainda muito reduzido quando comparado com outros países como França, onde o consumo de vinho anual é de 51,8 litros *per capita*, Argentina (28,3 litros *per capita*) ou o Chile (17 litros *per capita*). Em relação ao consumo de vinho, Portugal lidera o ranking mundial com uma média de 54 litros *per capita*.

Ranking dos países com maior consumo de bebidas alcoólicas em 2018¹ (em mil milhões de litros)



Fonte: [Statista](#) (acesso em 22/11/18)

Apesar do consumo de vinho no México ainda ser relativamente baixo, o país é um dos maiores consumidores de bebidas alcoólicas do mundo. Para 2018, prevê-se um consumo superior a 8,6 mil milhões de litros de bebidas alcoólicas, configurando o país como o 7º maior consumidor. De acordo com a OIV (2018 *World Vitiviniculture Situation*), o consumo de vinho no mercado ter-se-á situado em torno dos 1,1 milhões de hectolitros em 2017, um aumento de 14,1% face a 2013.

O mercado de vinho está ainda em fase de consolidação, visto que a maior parte do consumo se concentra na população de classe média-alta e alta e em regiões turísticas. Como mostra o estudo da *España Exportación e Inversiones* (ICEX), 40% do consumo de vinho no México ocorre na Cidade do México e em zonas turísticas – como a Riviera Maya. Ou seja, está concentrado nas regiões de população com maior poder de compra.

Assim, o aumento sucessivo do consumo de vinho (com forte crescimento nos últimos 10 anos) e os hábitos de consumo de bebidas alcoólicas, permitem ter uma visão otimista sobre o mercado de vinhos no México, perspetivando um crescimento constante a médio e longo prazo.

¹ Os dados representam uma previsão para 2018 com base nos anos anteriores.

Perfil do consumidor

Segundo o estudo do ICEX, o aumento do consumo de vinho nos últimos anos, é reflexo das mudanças que o perfil tradicional do consumidor local tem vindo a sofrer. Há uns anos, podia-se afirmar que o típico consumidor de vinho no México seria homem de média idade, pertencente a uma classe social média-alta ou alta. Atualmente, existe um novo nicho de mercado focado nos consumidores mais jovens, que procuram vinhos cujo preço-qualidade esteja de acordo com as suas possibilidades. O consumo por parte do público feminino também tem vindo a aumentar.

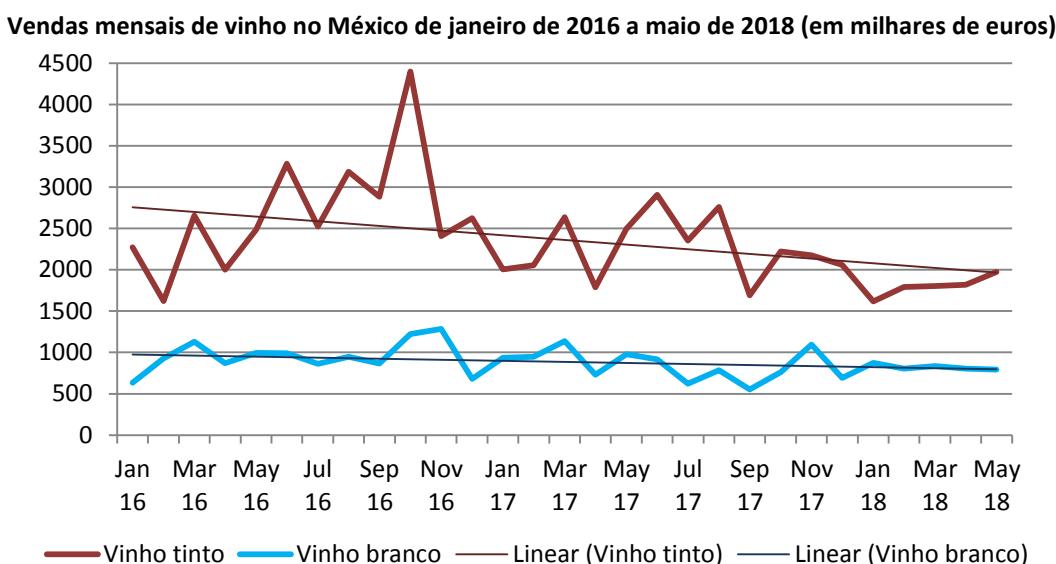
Em entrevista ao [El Universal](#), em 1 de maio de 2018, o diretor geral da Organização Internacional Vitivinícola (OIV), comenta que “o gosto por vinho entre os mexicanos tem aumentado de tal forma que, num só ano, o seu consumo cresceu quase 10%, alcançando os 89,5 milhões de litros em 2016.” O estudo de mercado realizado pelo ICEX, refere que as previsões do *Euromonitor* apontam para que o consumo em volume no México aumente até atingir os 144 milhões de litros de vinho em 2020, o que significa um crescimento aproximado de 60% relativamente aos dados de 2016.

Todavia, atualmente existem cerca de dois milhões e meio de mexicanos que consomem vinho, dos quais 80% o faz uma vez por semana e apenas 15% consome diariamente. Ou seja, numa população adulta de aproximadamente 65 milhões de pessoas, apenas 4% tem o hábito de beber vinho, indicando que o crescimento apresentado nos últimos anos pode ser ainda maior no futuro próximo.

Preferências do consumidor

De acordo com o estudo publicado pelo ICEX, há uns anos, o vinho no México era maioritariamente importado e de preço muito elevado. O facto de ser produzido em países como França, Itália ou Espanha transmitia a ideia de qualidade, o que se refletia no preço e na percepção de um produto exclusivo. No entanto, recentemente, apareceram no mercado vinhos com preços mais reduzidos, como os chilenos e gamas de vinhos europeus mais acessíveis.

Nos dias de hoje, os mexicanos continuam a preferir comprar vinhos importados, que continuam a ser vistos como produtos de maior qualidade. Para além deste fator cultural, o elevado preço dos vinhos mexicanos quando comparado com alguns dos importados também contribui para o facto de os consumidores preferirem comprar vinho produzido no estrangeiro.



Fonte: [Statista](#) (acesso em 22.11.2018)

Apesar do aumento do consumo de vinho nos últimos anos, o valor das vendas tem vindo a baixar (como ilustrado no gráfico acima). Esta tendência tem acompanhado a redução do valor médio da produção e das importações mexicanas de

vinho, o que pode ser reflexo dos novos hábitos de consumo, sobretudo por parte da classe média e dos mais jovens, com impacto no aumento da procura de vinhos a preços mais moderados.

Em relação às preferências dos consumidores, segundo dados do *Euromonitor*, 60,5% preferem vinho tinto, 13,6% vinho branco e 12,2% preferem espumante. A comercialização de vinho rosé é praticamente inexistente no México.

Vinho versus outras bebidas alcoólicas

De acordo com dados do *Euromonitor*, divulgados pelo ICEX, o consumo de vinho representa ainda uma parcela muito reduzida, quando comparado com o de outras bebidas alcoólicas. A cerveja aparece como líder do mercado de bebidas alcoólicas, sendo que em 2015 foram vendidos 6,6 mil milhões de litros.

O ICEX aponta alguns fatores que parecem justificar a preferência dos mexicanos pela cerveja, nomeadamente, o clima quente (acreditam que o vinho não sacia a sede de forma tão eficaz como a cerveja) e a falta de hábito beber de vinho a acompanhar comida mexicana.

Cumpre referir que em 2015 houve um aumento geral na venda de bebidas alcoólicas (4,75%) e do vinho em especial – cujas vendas aumentaram em 8,6% num só ano.

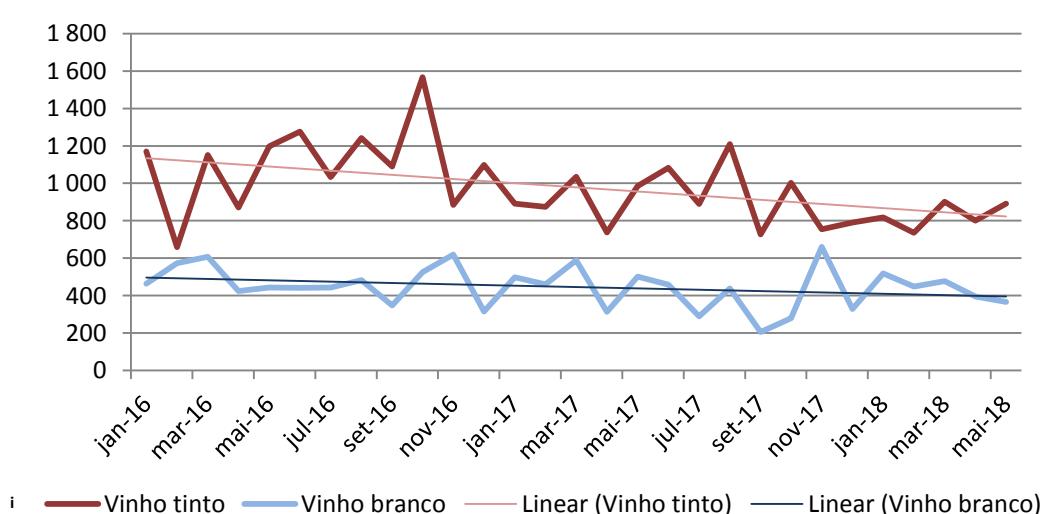
Produção versus Importação

Em resposta ao aumento de consumo de vinho no México, a oferta no mercado tem registado um crescimento significativo. No entanto, importa analisar a diferença entre os vinhos importados e os vinhos produzidos no México.

Produção mexicana de vinho

O facto da primeira vinha a surgir em território americano ter sido localizada no México há cerca de 420 anos, poderia indicar uma importância significativa deste mercado². No entanto, só há relativamente pouco tempo é que o mercado de vinho mexicano se começou a desenvolver.

Produção mensal de vinho no México de janeiro de 2016 a maio de 2018 (em milhares de litros)

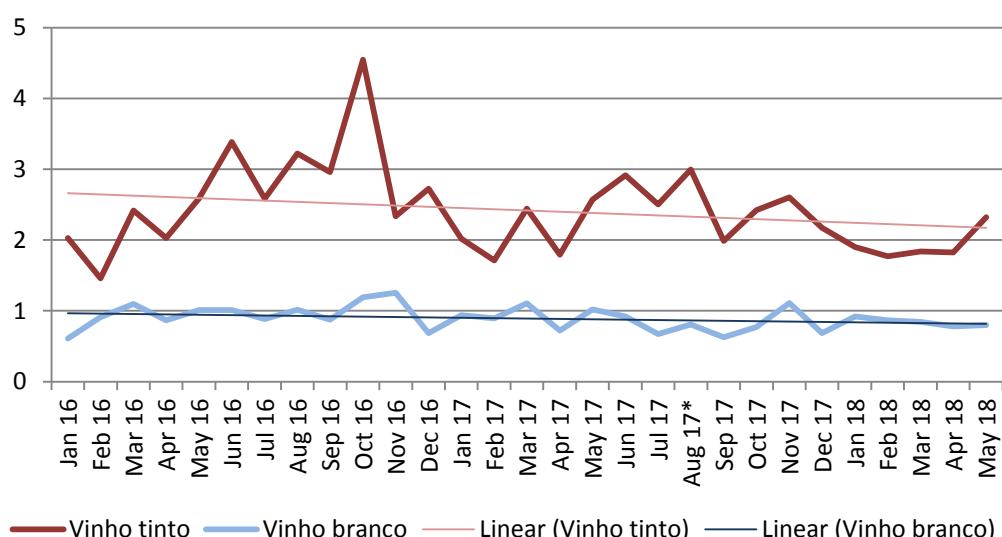


Fonte: [Statista](#) (acesso em 22.11.2018)

² Essas primeiras vinhas eram para fins religiosos. No México, à época colónia espanhola, era proibido produzir vinho para fins comerciais.

De acordo com o ICEX – com base em dados da OIV e do CVM - em 2015 produziram-se no México 18 milhões de litros de vinho, o que equivale a aproximadamente 35% do vinho consumido no mercado. Em 2016, segundo os dados do [Statista](#), a produção de vinho foi de, aproximadamente, 19 milhões de litros e 16 milhões em 2017. O gráfico acima aponta uma tendência de queda da produção local, no entanto, deve ser interpretado com cuidado uma vez que a amplitude temporal é de apenas 2 anos³. A quantidade de vinho produzida no México corresponde apenas 0,065% da produção de vinho mundial. De acordo com uma notícia do [El Universal](#) publicada a 13 de maio de 2018, o México é o 45º produtor mundial de vinho.

Produção de vinho no México de janeiro de 2016 a maio de 2018 (em milhões de Euros⁴)



Fonte: [Statista](#) (acesso em 22.11.2018)

O preço do vinho produzido no México tem seguido uma tendência de queda, como se disse. Também como já mencionado, novos hábitos da população (como o crescimento do consumo da classe média e dos mais jovens) podem ter contribuído para essa descida dos preços. Por outro lado, o México é um dos países com mais acordos de livre comércio⁵, o que pode também ter contribuído para a redução do preço do vinho local⁶, pela maior facilidade de entrada de vinho importado relativamente ao que se passa noutras países.

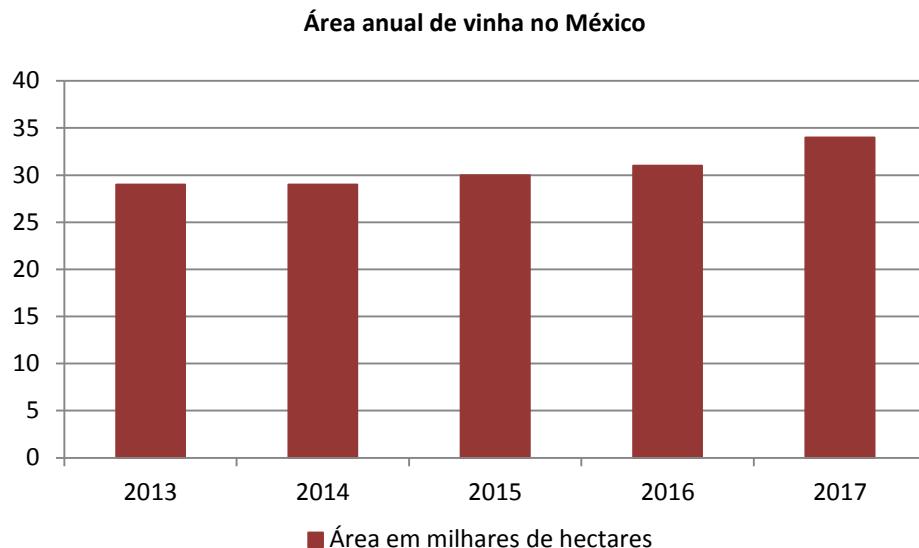
No México existem mais de 30 000 hectares dedicados ao cultivo de vinha, dos quais apenas 3 600 são dedicados à produção de uvas para vinho. Metade desse cultivo encontra-se no Estado da Baja Califórnia - representando 75% da produção de vinho. Os Estados que se seguem em termos de produção de vinho são, Coahuila, Querétaro, Aguascalientes e Zacatecas. A produção de vinho nacional concentra-se especialmente em vinho tinto, representando 80% da produção nacional.

³ Como será visto adiante, a área dedicada a vinhas tem crescido, desde 2013.

⁴ Os valores de produção foram convertidos para euro com base no câmbio de 21.11.2018, € 1 = 23,15 pesos mexicanos.

⁵ Ver <http://vinisfera.com/pdf/MWM1.pdf> para mais informações.

⁶ De facto, as importações de vinho vêm aumentando nos últimos anos (segundo dados do [ITC](#), em 2012, foram importados 44 034 toneladas, que compararam com os 71 949 toneladas de 2017).



Fonte: [OIV – International organization of vine and wine](#)

Segundo os dados da OIV, a área de cultivo das vinhas no México registou um crescimento nos últimos anos. Ou seja, em 2013, era de 29 mil hectares (correspondendo a 0,39% do total mundial) e subiu para 34 mil (0,45%), em 2017. Em comparação com outros países, em 2017, o Chile teve 215 mil hectares dedicados à vinha, a Argentina 222 mil, os EUA 441 mil e Espanha 967 mil hectares. Portugal, em 2013, tinha 229 mil hectares de vinha (representando 3,05% do total no mundo) e reduziu a área para 194 mil (2,57% do total).

De acordo com uma notícia publicada a 13 de junho de 2018 no [El Universal](#), existem cerca de 300 empresas no México que se dedicam à produção e comercialização de vinho. Entre as maiores empresas mexicanas presentes na indústria vitivinícola, destacam-se os Vinos LA Vetto, Bodegas de Santo Tomás, Casa Madero e Monte Xanic.

A aprovação da [Ley de Fomento a la Industria Vitivinícola Nacional](#), que entrou em vigor no dia 24 de maio de 2018, que resulta do esforço do CMV para impulsionar o aumento da produção nacional de vinho, clarifica conceitos elementares, como “vinho mexicano”, e estabelece estratégias para o desenvolvimento da atividade vitivinícola no México. De acordo com o CMV, a aplicação dos incentivos e apoios expressos na Lei, representará a possibilidade de duplicar os hectares de vinha no prazo de 10 anos.

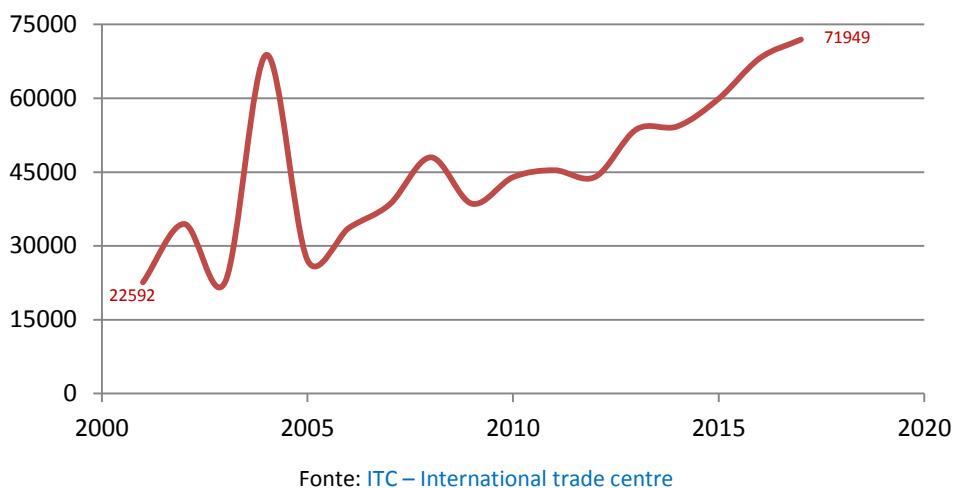
Importação de Vinhos

Como a produção nacional cobre apenas 35% do consumo de vinho no México, a procura é satisfeita, nos restantes 65%, por vinho importado - especialmente de países como Espanha, França, Chile, Argentina e Estados Unidos.

De acordo com o estudo do ICEX, Espanha e Chile têm sido os maiores exportadores de vinho para o México nos últimos anos. Em 2016 o México importou 20,2 milhões de litros de vinho espanhol, o equivalente a 66,8 USD milhões. Relativamente ao vinho chileno, as importações mexicanas, em volume, superaram as de vinho espanhol, 21 milhões de litros mas, em valor foram consideravelmente inferiores, fixando-se em 41,1 USD milhões.

Segundo os dados do ITC, em 2008, as importações de vinho pelo México foram de 177,5 USD milhões (ou 48 mil toneladas) que compara com os 250 USD milhões (ou 72 mil toneladas) importados em 2017. Ou seja, nos últimos 10 anos, as importações aumentaram 50% em volume e 41% em valor.

Importação mexicana de vinho, de 2001 a 2017 (em toneladas)



Fonte: [ITC – International trade centre](#)

Num período de tempo mais alargado, o crescimento das importações é ainda mais evidente. Como o gráfico acima ilustra, em 2001, o México importou 22,6 mil toneladas de vinho que compara com as 72 mil toneladas importadas em 2017. Em 17 anos, as importações mais que triplicaram – registando um crescimento total de 218%. Como já foi referido, os vinhos importados são predominantes no mercado local e são estes que têm vindo a suprir o forte aumento da procura nos últimos anos. Assim, num país onde apenas 4% da população possui o hábito de consumir vinho, estas importações podem vir a manter o crescimento nos próximos anos, em especial pela popularização da cultura do vinho na classe média e entre os jovens.

Distribuição

Os canais de distribuição podem ser classificados em dois grupos:

- Composto por todos os pontos de venda onde é permitida a venda de bebidas alcoólicas para consumo fora do estabelecimento. Incluem-se os autosserviços (supermercados e grandes superfícies de produtos alimentares), Lojas Departamentais, Lojas de Conveniência, Lojas especializadas e Mercearias de bairro.
- Canal HORECA: Onde se permite a venda de álcool no local de consumo. Abrange os hotéis, restaurantes, bares e cafés, *catering* e discotecas.

Em termos de valor do vinho consumido, 63% ocorre no canal HORECA, especialmente em restaurantes. No entanto, o mesmo não é verdade se analisarmos o consumo em volume. Neste caso, 66,5% do vinho é adquirido na grande distribuição.

O contacto com um importador é, praticamente, condição necessária para entrar no mercado mexicano, uma vez que são os importadores que introduzem os vinhos nos distintos pontos de venda. O seu papel é muito relevante, especialmente no canal HORECA. Na grande distribuição, é cada vez mais comum que as grandes superfícies negoceiem diretamente com o produtor.

Tendências

O estudo realizado pela [Wine Intelligence](#), sintetiza, em grande parte, o que foi apresentado ao longo do presente texto, identificando as principais razões para o crescimento do mercado mexicano de vinhos:

- Aumento do consumo e sua expansão geográfica

As alterações demográficas e de estilo de vida: o México é a segunda maior economia da América Latina e, atualmente, ocupa o 15º lugar no ranking do PIB mundial em termos nominais (mas é o 11º em paridade de poder de compra). A classe média que, em 2015, representava 47% dos lares, está em expansão, o que torna o vinho acessível a cada vez mais pessoas e um produto desejável como parte de um estilo de vida a que aspiram. A entrada de cada vez mais mulheres no mercado de trabalho e o aumento do poder de compra dos jovens, a par da transformação de cidades mexicanas em centros mais cosmopolitas, estão a alargar a cultura do consumo de vinho a outras cidades para além da Cidade do México.

- Oferta melhor e mais alargada

O acesso a uma gama mais alargada de vinhos: os importadores têm beneficiado do facto do México ser uma economia aberta: faz parte da OCDE desde 1994 e tem acordos de livre comércio com mais de 50 países. Mais de 90% do comércio é realizado por meio desses ALC. Há 20 anos, o vinho no retalho não ultrapassava uma seleção limitada de vinho barato mexicano ou californiano (muitas vezes vendido em embalagens do tipo Tetra-pack ou outros grandes formatos) e poucas marcas do Velho Mundo. Atualmente, a oferta de vinhos é variada, com garrafas e rótulos com design atraente, preços acessíveis e sabores apropriados. Esta oferta é liderada por marcas do Novo Mundo, mas também inclui reconhecidas marcas do Velho Mundo.

- Consumidores mais informados

O vinho está na moda: beber vinho é considerado um comportamento sofisticado. O vinho e outras bebidas como a cerveja artesanal e o mezcal (um destilado de agave, semelhante à tequila) têm beneficiado de uma forte procura de produtos artesanais. Por outro lado, o retalho está a reconhecer o potencial do vinho e, para garantir a manutenção da tendência de crescimento do mercado, tem apostado em ações nos pontos de venda - desde displays com vinho e acessórios, até provas, informações sobre castas e sugestões de combinação de vinhos e gastronomia.

- Interesse crescente pelo produto

O crescimento recente da área de vinha e o correspondente impacto na produção local está, também, a atrair novos consumidores que passam a percecionar o vinho como uma bebida mexicana. A visita a empresas vitivinícolas mexicanas ou à Rota dos Vinhos na Baixa Califórnia, é cada vez mais popular no seio da classe média, o que evidencia um crescente interesse neste produto.

- Associação do vinho à saúde e bem-estar

O vinho é visto como mais saudável do que outras bebidas. A consciência dos benefícios do vinho tinto para a saúde está a aumentar e alguns médicos recomendam-no para combater a tensão arterial alta ou para perder peso. Uma atenção crescente a questões relacionadas com saúde e bem-estar leva a que os mexicanos tendam a beber menos cerveja e bebidas destiladas.

Vinho Português no México

De acordo com dados do ITC, a importação mexicana de vinhos portugueses em volume tem vindo a diminuir nos últimos anos: enquanto em 2013 foram importados 361 mil litros de vinho português, este número caiu para 297 mil litros em 2017. Todavia, em termos de valor foram importados, em 2013, 1 694 308 USD que compara com os 1 693 mil USD de 2017.

Nos vinhos generosos, os portugueses têm um lugar de destaque, apesar de se notar uma ligeira descida. Uma parte significativa do vinho português importado pelo México é de vinhos generosos, nomeadamente, vinho do Porto. Segundo dados do INE, em 2013, as importações deste vinho a Portugal foram de 127 mil litros (763 mil euros) que se reduziram, em 2017, para 115 mil litros⁷ (750 mil euros).

⁷ Os valores do INE referem-se às exportações para o México de vinho do Porto engarrafado.

Neste momento, estão presentes no mercado mexicano, os seguintes vinhos portugueses:

Adega Favaios Importado por [VINYACO](#)

Adega Fonseca Importado por [Grandes Viñedos de Francia](#)

Adega Vila Real Importado por [VINYACO](#)

Adega de Monção – Importado por [Comercializadora Transcontinental Manroy S.A.](#)

Alandra – Importado por [La Naval](#)

Alvarinho Importado por [Comercializadora Interport de México](#)

Altano Importado por [Vinos, Viñedos y Bodegas](#)

Aromas das Castas Importado por [Comercializadora Interport de México](#)

Aveleda – Importado por [La Naval](#), Afimara e [Distribuidora Liverpool, S.A. de C.V.](#)

Beirão – Importado por Afimara

Barão de Figueira Importado por [Comercializadora Interport de México](#)

Casa Ermelinda Freitas – Importado por [VINYACO](#), Afimara

Casal Mendes Importado por [VINYACO](#)

Casal Garcia – Importado por [La Naval](#), Afimara e [Distribuidora Liverpool, S.A. de C.V.](#)

Caves Santa Marta – Importado por [VINYACO](#)

Companhia das Quintas – Importado por [Comercializadora Interport de México](#)

Dow's Importado por [Vinos, Viñedos y Bodegas](#)

Enoport Importado por [VINYACO](#)

Ferreira – Importado por [Distribuidora Liverpool, S.A. de C.V.](#)

Grahams Importado por [Distribuidora Liverpool, S.A. de C.V.](#)

Herdade do Esporão – Importado por [La Naval](#), Afimara

Herdade da Farizoa Importado por [Comercializadora Interport de México](#)

Herdade da Fonte Coberta – Importado por [Comercializadora Transcontinental Manroy S.A.](#)

Herdade de Medeiros – Importado por [Barricas y Viñedos](#)

Justinos Madeira – Importado por Afimara

Monte Velho – Importado por [La Naval](#)

Muxagata Importado por [Comercializadora Interport de México](#)

Niepoort – Importado por Afimara

Quinta da Alorna – Importado por [Comercializadora Transcontinental Manroy S.A.](#)

Quinta da Bacalhoa Importado por [VINYACO](#)

Quinta da Lapa Importado por [VINYACO](#)

Quinta da Lixa Importado por [Comercializadora Interport de México](#)

Quinta da Pacheca – Importado por [Comercializadora Transcontinental Manroy S.A.](#)

Quinta de Pancas Importado por [Comercializadora Interport de México](#)

Quinta do Castro – Importado por [La Naval](#), Afimara

Quinta Nova de Nossa Senhora do Carmo – Importado por [Barricas y Viñedos](#)

Quinta Passadouro Importado por [VINYACO](#)

Ramos Pinto – Importado por [Inter Americana](#) e [Distribuidora Liverpool, S.A. de C.V.](#)

Real Companhia Velha – Importado por [Importaciones Colombres \(Grupo La Europea\)](#)

Sandeman Importado por [Distribuidora Liverpool, S.A. de C.V.](#)

Santos e Santos – Importado por [Comercializadora Transcontinental Manroy S.A.](#)

Sarmentinho Importado por [VINYACO](#)

Terras do Minho Importado por [Comercializadora Interport de México](#)

Vidigal Wines – Importado por [Comercializadora Transcontinental Manroy S.A.](#)

Via Latina Importado por [VINYACO](#)

Warre's – Importado por [Vinos, Viñedos y Bodegas](#)

4. ASPETOS REGULAMENTARES

Regime de Importação

Tributação aduaneira

Direitos Aduaneiros:

Os produtos importados, provenientes da União Europeia (UE), estão sujeitos aos direitos aduaneiros decorrentes da aplicação do [Acordo de Parceria Económica, de Concertação Política e de Cooperacão \("Acordo Global"\)](#), celebrado entre a UE e o México, em vigor desde 1 de Outubro de 2000. No âmbito deste Acordo preferencial (em termos de relacionamento comercial), os vinhos (posição pautal 2204) beneficiam de isenção de direitos de importação (taxa 0%), com exceção da posição pautal 2204.30.99 (sujeita à taxa de 20%).

Outras Taxas:

- Imposto sobre o Valor Acrescentado (*Value Added Tax – VAT*): Os bens incluídos nesta posição pautal estão sujeitos à taxa de 16% sobre o valor dos direitos aduaneiros pagos;
- Os bens incluídos nesta posição pautal estão sujeitos ao Imposto Especial sobre o Consumo (*Excise Duty*), a taxação diferenciada, de acordo com o respetivo teor alcoólico: até 14% de teor alcoólico, tributação de 26.5% sobre o valor dos direitos aduaneiros pagos; teor alcoólico acima de 14% mas não superior a 20%, tributação de 30% sobre o valor dos direitos aduaneiros pagos; teor alcoólico acima de 20%, tributação de 53% sobre o valor dos direitos aduaneiros pagos;
- **Taxa de Desalfandegamento (*Customs Clearance Fee – CCF* ou [Derecho de Tramite Aduanero – DTA](#))**: à taxa de 0,8% sobre o valor dos direitos aduaneiros pagos, devendo comportar no mínimo 316,28 MXN (peso mexicano) por declaração aduaneira (no caso dos bens originários da UE acompanhados de um certificado de origem válido).

Fontes:

[Market Access Database \(MADB\), Tariffs](#) – Selecionar o mercado (*Mexico*), a posição pautal do produto (2204) e consultar a coluna *EU – European Union* (data de atualização da informação disponibilizada no site – 21 de novembro de 2018). Para aceder a outras taxas, os interessados deverão clicar no código pautal específico do produto/classificação mais desagregada.

Formalidades de Importação

Para além da documentação geral que acompanha as transações comerciais internacionais (ex.: fatura comercial; documentos de transporte), é exigida, ainda, a seguinte formalidade específica para a importação do produto em apreço:

- [Registo de importadores de álcool e bebidas alcoólicas](#), a efetuar pelo importador, junto do [Servicio de Administración Tributaria](#);

No que respeita à regulamentação técnica de produtos, importa referir a existência da [Norma Oficial Mexicana NOM-199-SCFI-2'17 – Bebidas alcohólicas – Denominación, especificaciones fisicoquímicas, información comercial y métodos de prueba](#), na qual são abordadas diversas matérias, onde se inclui a rotulagem. A [Dirección General de Normas](#) é o organismo responsável pela elaboração de normas e requisitos técnicos;

Importa, ainda, mencionar as especificidades das formalidades exigidas em Portugal para a exportação de vinho. Ora, não obstante, como regra e desde a entrada de Portugal na UE, não haja necessidade de os exportadores estarem inscritos ou registados numa entidade pública (ex.: Direção-Geral das Atividades Económicas), há situações que ainda obrigam os diversos operadores a efetuar registo, sendo uma delas a produção, distribuição ou exportação de vinhos, que deverá ter

lugar junto do IVV – Instituto da Vinha e do Vinho (IVV): [Exercício de atividade económica / Exclusões ou isenções / Impressos/formulários / Exportação.](#)

Complementarmente, sugere-se a consulta do seguinte estudo da responsabilidade do *Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX)*: [Estudio de Mercado. El Mercado del Vino en México 2018 \(ICEX\).](#)

Salienta-se, no entanto, que para que os bens possam beneficiar do regime preferencial (redução/isenção de direitos aduaneiros) aquando da sua exportação para o México, a origem comunitária deve ser comprovada mediante a apresentação do certificado de circulação de mercadorias EUR. 1 (emitido pelas alfândegas do país de origem) ou de declaração emitida pelo exportador, numa nota de entrega ou em qualquer outro documento comercial, que descreva os produtos em causa de uma forma suficientemente pormenorizada para permitir a sua identificação (normalmente designada por declaração na fatura).

A declaração de origem na fatura pode ser feita por qualquer exportador no caso de remessas de mercadorias cujo valor não excede 6.000 euros, ou por um “exportador autorizado” no que diz respeito a remessas de mercadorias de valor superior a esse montante.

Caso o valor da mercadoria seja inferior a 6.000 euros, é aconselhável a utilização da declaração na fatura por qualquer exportador apenas para envios ocasionais de mercadoria. Se os envios de mercadorias forem frequentes, mesmo que inferiores a 6000 euros cada, pode haver problemas no mercado de destino e ser exigido o estatuto de “exportador autorizado”.

Este estatuto de “Exportador autorizado” (no âmbito do qual surge o “Exporter Licence Number”) é solicitado por escrito à [Autoridade Tributária e Aduaneira \(AT\)](#), utilizando o formulário disponibilizado para esse efeito no [Portal das Finanças \(Serviços Aduaneiros\) – Formulários](#), aconselhando-se a leitura atenta das instruções e notas explicativas anexas ao documento.

É também de destacar que em 2011 entrou em vigor no México o regime do *Carnet ATA* ([Cuaderno ATA](#)), documento alfandegário internacional que permite a entrada temporária de mercadorias em várias dezenas de países, com o limite de um ano, sem pagamento de incidências alfandegárias (direitos aduaneiros e IVA), sendo, no entanto, exigido um seguro ou uma garantia bancária pela entidade garante/emissora, que, em Portugal, é a [Câmara de Comércio e Indústria Portuguesa \(CCIP\)](#).

Em virtude das alterações que ocorrem, com alguma frequência, no regime aduaneiro mexicano, as empresas portuguesas devem solicitar orientações aos seus clientes no mercado, bem como consultar o [Guía de Importación](#), no site [Aduana México / SAT – Servicio de Administración Tributaria](#), que disponibiliza informação atual relevante.

Nota:

Para mais informação sobre procedimentos de importação (ex.: alterações recentes; etiquetagem de produtos; etc.) os interessados devem consultar o tema *Country Overview*, na [Market Access Database / Procedures and Formalities](#)

Fontes:

[Market Access Database \(MADB\), Procedures and Formalities](#) – Selecionar o Mercado (Mexico), a posição pautal do produto (2204) e consultar a coluna EU – European Union (data de atualização da informação disponibilizada no site – 21 de novembro de 2018);

[Autoridade Tributária e Aduaneira \(AT\);](#)

[Secretaría de Economía \(SE\);](#)

[Câmara de Comércio e Indústria Portuguesa \(Carnet ATA\);](#)

[Direção-Geral de Alimentação e Veterinária \(DGAV\);](#)

[Instituto do Vinho e da Vinha \(IVV\);](#)

[Estudio de Mercado. El Mercado del Vino en México 2018 \(ICEX\);](#)

[Aduana México / SAT – Servicio de Administración Tributaria.](#)

Entraves

Não são conhecidos entraves específicos no setor vinícola, mas existem alguns entraves horizontais a vários setores, dos quais se destacam:

- Procedimentos alfandegários complexos e arbitrários ([Arbitrary Customs Procedures, Trade Barriers, MADB](#));
- Nem sempre eficaz proteção dos direitos de propriedade intelectual/industrial ([Protection and Enforcement of Intellectual Property Rights, Trade Barriers, MADB / Insuficiente Protección de la Propiedad intelectual](#)).

Fontes:

[Market Access Database; Trade Barriers](#) – Selecionar o mercado (Mexico). Data de atualização da informação disponibilizada no site – 21 de novembro 2018;

[Barreras al Comercio \(2018, México, Secretaría de Estado de Comercio, Gobierno de España\).](#)

5. OUTRAS INFORMAÇÕES PRÁTICAS SOBRE O MERCADO

Principais produtores locais de vinhos:

[Adobe Guadalupe](#)

[Bodegas de Santo Tomás](#)

[Casa Madero](#)

[Monte Xanic](#)

[La Redonda](#)

[La Madrileña](#)

[LA Cetto](#)

Importadores e Distribuidores Locais de Vinho:

Afimara (Importa vinhos portugueses)

Arballo Viños y Licores

[Barricas y Viñedos](#) (Importa vinhos portugueses)

[Bon Gourmet](#)

[Bodegas La Negrita S.A. de C.V.](#)

[Bodegas y Viñedos San Rafael](#)

[Casa Goenaga S.A. de C.V.](#)

[Casa Madero](#)

[Chedraui](#)

[Cesarfer S.A. de C.V.](#)

[City Market \(Comercial Mexicana\)](#)

[Clube del Gourmet](#)

[Comercial Carimex S.A. de C.V.](#)

[Comercial Hispana](#)

[Comercializadora Interport de México](#) (Importa vinhos portugueses)

[Comercializadora Transcontinental Manroy S.A](#) (Importa vinhos portugueses)

[Compañía Cyrnos, S.A.](#)

[CPVinos S.A. de C.V.](#)
[Digrans Mercantil Cuautitlán](#)
[Diheri Mexicana, S.A. de C.V.](#)
[Distribuidora Dolgo S.A. de C.V.](#)
[Distribuidora Liverpool, S.A. de C.V. \(Importa vinhos portugueses\)](#)
[Douro, S.A. de C.V.](#)
[ECM de Vinos](#)
[El Palacio de Hierro, S.A. de C.V.](#)
[El Vino & Club, S.A. de C.V.](#)
[Exclusivas Benet](#)
[Eurofood S.A. De C.V.](#)
[Ferrer y Asociados, S.A. De C.V.](#)
[Fleuriel de México](#)
[Grandes Viñedos De Francia \(Importa vinhos portugueses\)](#)
[Grupo Trico, S.A. de C.V.](#)
[Importaciones Colombres \(Grupo La Europea\) \(Importa vinhos portugueses\)](#)
Importaciones y Distribuciones Internacionales, S.A. de C.V.
[Importadora y Distribuidora Ucero](#)
[Industria Agrícola Carredana](#)
[Inter Americana \(Importa vinhos portugueses\)](#)
Grupo Almanojo
[La Castellana](#)
[Las Cavas De Francia, S.A. de C.V.](#)
[La Cave Club Del Vino \(Academia Mexicana Del Vino A.C.\)](#)
[La Divina \(Vinos Licores Naucalpan, S.A. De C.V.\)](#)
[La Naval \(Importa vinhos portugueses\)](#)
La Puerta Del Sol (Covimex Y Poda, S.A. De C.V.)
[Life is Grape](#)
[Marinter \(Industrial Sidrera, Distribuidora Circo\)](#)
[Mediterraenius Club de Cava & Vino](#)
[Operadora Prissa](#)
[Pamtos S.A. de C.V. \(Club Del Gourmet\)](#)
[Panamerica Abarrotera, S.A. de C.V. \(Pasa\)](#)
[Saint Vicent Wine](#)
[Sudamerimex](#)
[Sugar Foods Corporation](#)
[Tendência Gastronomica](#)
[Top Wines y Cava Gourmet](#)
[Valsa \(Vinos, Alimentos Y Licores\)](#)
[Viña S.A. de C.V.](#)
Vinos Divisa, S.A. de C.V.
[Vinos y Licores De Saltillo, S.A. de C.V.](#)
[Vinos y Licores La Castellana](#)
[Vinos, Viñedos y Bodegas \(Importa vinhos portugueses\)](#)
[VINYACO \(Importa vinhos portugueses\)](#)

Principais entidades relacionadas com o setor:

[Organización Internacional de la Viña y el Vino](#)
[Consejo Mexicano Vitivinícola](#)
[Comisión de Fomento a la Industria Vitivinícola](#)
[Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera](#) (SAGARPA)

Feiras e eventos setoriais no mercado

Não existe uma feira nacional de vinhos em particular. No entanto, as feiras de alimentação dirigem-se a produtores, importadores, distribuidores e compradores de vinho.

As principais feiras deste setor no México são:

[Expo ANTAD Alimentaria](#) (5 a 7 de março de 2019 – Guadalajara)
[ABASTUR](#) (3 a 6 de setembro de 2019 – Cidade do México)
[Exporestaurantes](#) (12 a 14 de junho de 2019 – Cidade do México)
[Expo GourmetShow](#) (29 a 31 de Agosto de 2019 – Cidade do México)

Fontes complementares de informação

Imprensa especializada

[Revista El Conocedor](#)
[Jancis Robinson](#)
[Wine Folly](#)
[Catadores](#)
[Vatel Club](#)

Estudos de Mercado do Setor

[El mercado del vino en México 2018](#), ICEX
[Wine in México](#), Euromonitor, 33 páginas, junho 2018, €817
[Country Profile: Wine Sector in Mexico](#), Global Data Mexico, 77 páginas, setembro 2017, €875
[Análisis del mercado del vino en países de Latinoamérica](#), Camera di Commercio di TrevisoBelluno, 30 páginas
[OIV Statistical Report on World Vitiviniculture](#), OIV, 27 páginas

Outra informação económica sobre o mercado:

[México - Ficha de Mercado](#)
[México – Síntese País](#)
[México – Flash País](#)
[Relações Económicas Bilaterais com o México](#)
[México - Condições Legais de Acesso ao Mercado](#)