



Ficha PRODUCTO-DESTINO

Sector vitivinícola

Abril 2016



Contenido

Generalidades del producto	2
Características del mercado paraguayo.....	2
Características del sector vitivinícola en Paraguay	3
Intercambio comercial de Paraguay con el mundo	4
Intercambio comercial entre Uruguay y Paraguay	6
Empresas importadoras de Paraguay	7
Precios promedio de referencia.....	7
Proveedores de Paraguay	8
Principales puntos de ingreso	9
Precios de fletes internacionales.....	9
Empresas de transporte internacional de mercadería.....	11
Aranceles	12
Tributación.....	13
Requisitos de acceso al mercado.....	13
Envase y etiquetado	14
Canales de distribución	15
Ferias internacionales de vinos en Paraguay.....	16
Principales instituciones de referencia	17

Generalidades del producto

2204.21.00.10 Vino de uvas frescas, incluso encabezado; mosto de uva, excepto el de la partida 20.09. - Los demás vinos; mosto de uva en el que la fermentación se ha impedido o cortado añadiendo alcohol: -- En recipientes con capacidad inferior o igual a 2 l. Vinos finos de mesa.



Características del mercado paraguayo¹

Los consumidores paraguayos gastan principalmente en productos alimenticios. Los precios de la comida y de las bebidas no alcohólicas experimentaron un incremento del 40% entre los años 2009 y 2013, asociado primeramente con la crisis de fiebre aftosa en 2011, sequías en 2012 e ineficiencias generales en el sector agrícola.

Las despensas o tiendas de comestibles son los lugares de compra minorista más importantes en Paraguay. Proveen bienes de rápido consumo, como leche, refrescos, pan, cerveza, arroz, etc.. Son particularmente populares en las áreas suburbanas, ciudades pequeñas y otras áreas sin presencia de supermercados. Estas tiendas utilizan “liberta”, un sistema mediante el cual los consumidores pueden pagar sus cuentas al final del mes. El uso de “liberta” es considerado un factor determinante en la popularidad de este tipo de tiendas, que concentran un 50% de las ventas minoristas en Paraguay, seguidos por las tiendas de conveniencia con 30% y los supermercados con 20%.

A su vez, un crecimiento sustancial se observa en algunas categorías de productos entre 2009 y 2013. El mercado de bebidas creció un 9% durante dicho período.

A mediano plazo, los productos de primera calidad como las comidas gourmet, bebidas lujosas y otros productos de marcas importadas son avizorados con mayor éxito, debido a la prosperidad de los consumidores de altos estratos en el país.

¹ Fuente: Euromonitor.

Características del sector vitivinícola en Paraguay²



El mercado de vinos es aún muy incipiente en el país y tiene una cuota de mercado de apenas el 3% en términos de volumen. A pesar de ello, se estima que para los próximos años el consumo de este producto será superior a lo observado en años anteriores.

Asimismo, resulta importante destacar que esta bebida suele llegar a un segmento del mercado más excluyente que el de otras bebidas espirituosas, como la cerveza, por ejemplo. Los paraguayos que consumen vino son aquellos que tienen ingresos altos o muy altos, por lo que este es un producto al que accede una parte específica de la población. Si bien se trate de un mercado reducido, el consumo de esta bebida está en aumento debido a la clase media incipiente.

Dentro de las distintas variedades, el vino tinto es el más consumido por los paraguayos. De todos modos, sigue habiendo una escasa cultura enológica, de consumo de vinos, así como una falta de conocimiento general al respecto. Además, el vino se sigue percibiendo como un producto exclusivo para acontecimientos especiales. Otras bebidas alcohólicas como la cerveza, continúan siendo consumidas en mayor medida y con más frecuencia (43 litros por persona frente a 3 litros de vino por persona anualmente).

Los vinos son vendidos, al igual que la cerveza, en diferentes canales de distribución, como ser: supermercados, tiendas especializadas y “bodegas”. No obstante, hay que prestar especial atención al contrabando muy presente en el sector, pues es frecuente la venta de este producto a precios más económicos en mercados informales, tales como ferias, aunque se está intentando contrarrestar esta práctica parte de Aduanas.



² Fuente: Euromonitor y Estudio de Mercado “El Mercado del Vino en Paraguay”, Marzo 2014, ICEX.

Además, es relevante mencionar que el sector vitivinícola paraguayo es pequeño y su capacidad de producción no logra cubrir la demanda interna del producto. Por tal motivo, un porcentaje muy elevado de la mercadería ofrecida en el país proviene del exterior. Sin embargo, parte del vino importado no es consumido en el mercado paraguayo sino que, amparándose en el régimen denominado turismo de exportación, termina en el mercado brasileño. No se trata formalmente de exportaciones; sin embargo, de facto lo son – esto se da principalmente en la Ciudad del Este.

Intercambio comercial de Paraguay con el mundo

Paraguay no es un productor masivo de vinos, motivo por el cual las exportaciones de este producto son poco relevantes en términos numéricos. Igualmente, en el período 2005-2007, se observaron valores significativos en las exportaciones paraguayas de vino, aunque ya para 2008 dichas cifras comenzaron a decaer, llegando a ser casi imperceptibles en tiempos recientes.

Como corolario, la mayor parte de la oferta de este producto existente en el vecino mercado proviene de las importaciones realizadas desde diferentes países de la región y del mundo.

Por su parte, las importaciones de vinos con destino al mercado paraguayo siempre han superado ampliamente a las exportaciones. No obstante, como se puede observar en la siguiente tabla, se presenta una tendencia decreciente.

Históricamente, desde el año 2003, el valor de las importaciones se demostró siempre en aumento, hasta que en 2012 comenzó a decaer. Es en este sentido, para el período 2010-2015, las importaciones paraguayas de vino arrojaron una variación promedio anual negativa de 8,6%.

Esta situación augura un momento de desaceleración del sector, lo cual podría significar una disminución de las exportaciones de vino de la región que, como veremos a continuación, se constituye como principal proveedor de Paraguay en lo que respecta al producto en estudio.

De todos modos, cabe mencionar que el vino no se posiciona entre los principales productos importados por Paraguay, puesto que el valor de las importaciones por concepto de dicha bebida posee una participación de apenas 0,3% con respecto al valor total importado.

Tabla Nº 1 - Importaciones paraguayas de vino desde el mundo
Años 2013-2015 (Millones de US\$)

NCM 6	Descripción NCM 6	2013	2014	2015
220421	Vino de uvas frescas, incluso encabezado; mosto de uva, excepto el de la partida 20.09. -Los demás vinos; mosto de uva en el que la fermentación se ha impedido o cortado añadiendo alcohol: --en recipientes con capacidad inferior o igual a 2l.	34	28	26
220410	Vino de uvas frescas, incluso encabezado; mosto de uva, excepto el de la partida 20.09. -Vino espumoso.	5	6	3
220429	Vino de uvas frescas, incluso encabezado; mosto de uva, excepto el de la partida 20.09. -Los demás vinos; mosto de uva en el que la fermentación se ha impedido o cortado añadiendo alcohol: --los demás.	0,2	0,1	0,2
220430	Vino de uvas frescas, incluso encabezado; mosto de uva, excepto el de la partida 20.09. -Los demás mostos de uva.	0	0	0

Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a datos de Trade Map.

Tal como mencionábamos en líneas anteriores, en cuanto a los países de origen de las importaciones paraguayas de vinos es posible apreciar una clara predominancia de los socios regionales.

En particular, para el NCM 22.04.21 (Vino de uvas frescas, en el que la fermentación se ha impedido o cortado añadiendo alcohol, en recipientes con capacidad inferior o igual a 2 l), cuyos valores son ampliamente superiores a los demás productos importados, encontramos a Chile encabezando la lista, producto de una participación de 56% sobre el total importado en el año 2015. Le siguen Argentina con una fuerte presencia en el mercado, representativa de una participación de 37%. Esta situación se repite para el NCM 22.04.10 (Vino de uvas frescas, vino espumoso), importado también en valores considerables.

Finalmente, en los últimos dos ítems importados, si bien los países de la región continúan presentes, aparecen como principales proveedores algunos socios europeos, entre los que se destacan Francia, España e Italia.

Intercambio comercial entre Uruguay y Paraguay

En lo concerniente al intercambio comercial entre nuestro país y Paraguay, vale destacar que no existieron importaciones de vino provenientes de Paraguay durante el período analizado. Esto se explica, fundamentalmente, por el importante volumen de producción de vinos existente en Uruguay, logrando satisfacer la demanda interna de dicha bebida, aunado al prestigio que han alcanzado los vinos nacionales.

Por otra parte, en lo que atañe a las exportaciones, nuestro país comercializa tan solo un producto, correspondiente al NCM 22.04.21: Vino de uvas frescas, en recipientes con capacidad inferior o igual a 2l.

**Tabla Nº 2 - Exportaciones uruguayas de vino (220421) hacia Paraguay
Años 2013-2015 (US\$)**

NCM 6	Descripción NCM 6	2013	2014	2015
220421	En recipientes con capacidad inferior o igual a 2 l.	40.288	63.792	44.762
Total general		40.288	63.792	44.762

Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a datos de Dirección Nacional de Aduanas.

Si bien Uruguay no es de los países que más exportan vino hacia Paraguay, conquistó el pasado año una mejor posición en el ranking de proveedores de Paraguay, ya que escaló desde el puesto 10 que ostentaba desde 2013 al lugar número 8.

Asimismo, su intercambio con el vecino mercado se ha mostrado estable a lo largo del período 2010-2015, dado que las exportaciones presentaron una variación promedio anual de 14,80%. A pesar de que en 2015 se produjo una disminución considerable respecto a la cifra del año anterior, atribuimos esto a la desaceleración generalizada que experimentó la economía global.

En síntesis, estos datos sumados al reconocimiento internacional de nuestros productos y al gusto de los paraguayos por productos de calidad, auguran importantes oportunidades para ampliar ese nicho de mercado y competir con los líderes regionales, como son Chile y Argentina. Se debe tener en cuenta que la variedad del Tannat no es para ellos conocida y lo encuentran con un sabor muy fuerte.

Empresas importadoras de Paraguay

**Tabla N° 3 - Empresas paraguayas importadoras de vino (NCM 220421)
Años 2015 (US\$)**

Importador	2015
A.C.IMPORTACIONES S.A.	41.831
SIGMA S.R.L.	32.636
DIMARO S.R.L.	29.929
INEXSUR S.A.	27.896
BURGOS S.R.L.	18.912
FENICIA GROUP S.A.	18.232
PANORAMIO S.A.	16.042
LA MERCANTIL GUARANI S.A.	15.884
EL MUNDO DEL VINO S.A.	14.112
DIPAC S.R.L.	12.590
POLY IMPORT-EXPORT S.A.	12.061
LIFE COM TECHNOLOGY S.R.L.	9.759
GARCIA RODRIGO	9.447
UYUNI S.A.	6.086
ALMIRON FLORENTIN MARIA JUANA	4.880
RAMIREZ VICTOR	4.447
S.A. RURAL INDUSTRIAL Y COMERCIAL	4.262
BRAVO GALEANO ROBERTO RAMON	3.395
GONZALEZ BENITEZ ARSENIO	3.314
LLAMOSAS CABRERA JOEL	3.244

Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a datos de Penta Transaction.

Precios promedio de referencia

Tabla N° 4 - Precio Unitario Promedio de las importaciones de vino (US\$)

NCM 6	Descripción NCM 6	Precio Unitario Promedio (US\$)
220421	Vino de uvas frescas	9,58

Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a datos de Dirección Nacional de Aduanas.

A continuación, presentamos los precios de góndola de algunos vinos frecuentemente consumidos en Paraguay.

LUIGI BOSCA (argentino): 79.000 guaraníes – U\$S 17 aproximadamente.

FINCA LA LINDA (argentino): 40.500 guaraníes – U\$S 8 aproximadamente.

RUTINI (argentino): 98.000 guaraníes – U\$S 18 aproximadamente.

LOS ÁRBOLES (argentino): 38.000 guaraníes – U\$S 6.5 aproximadamente.



Proveedores de Paraguay

Tabla Nº 5 – Principales proveedores y marcas de vino de Paraguay

Proveedor	País de origen	Marca
FECOVITA COOP. LTDA.	Argentina	Toro
		Toro Viejo
VIÑA CONCHA Y TORO S.A.	Chile	Reservado
		Casillero del Diablo
		Casillero Reserva
		Frontera
RPB S.A.	Argentina	Uvita
		Uvita de Plata
		Viñamayor
		Talacasto
		Cavic
DIAGEO ARGENTINA S.A.	Argentina	Reserva
		Colección Privada
FANTE INDUSTRIA DE BEBIDAS LTDA.	Brasil	Quinta do Morgado
		Vino Quinta do Morgado
		Quinata do Morgado
VIÑA SAN PEDRO TARAPACA S.A.	Chile	Santa Helena
A.S.T.	España	Vega-Sicilia Valvueda
	Francia	Chateau Clerc
		La Montesa
	Italia	Primofiore IGT
RESERO FECOVITA COOP LTDA	Argentina	Pio Cesare Aziende
LA AGRICOLA S.A.	Argentina	Zumuva
		Santa Julia
BODEGAS CHANDON S.A.	Argentina	Fuzion
		Chandon
		Valmont

Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a datos de Penta Transaction.

Principales puntos de ingreso

Paraguay cuenta con distintos puntos de ingreso, ubicados principalmente al suroeste del país, cercanos a su capital. Dentro de las principales terminales y puertos paraguayos se encuentran: Puerto Asunción, Puerto Villeta, Puerto José A. Falcón y Puerto Fénix.

En cuanto a los aeropuertos paraguayos, tenemos el Aeropuerto Internacional Silvio Pettirosi, siendo el más importante del país, que está ubicado a 16 km de la capital paraguaya, Asunción. Un segundo aeropuerto de relevancia es el Aeropuerto Internacional Guaraní, localizado al sureste del país, a pocos kilómetros de Ciudad del Este.



Precios de fletes internacionales

Los valores presentados a continuación corresponden a tarifas para **cargas en general** (no específicamente para el producto analizado), que deberán ser verificadas en cada caso particular.

Terrestre:

Tabla Nº 7 - Precios de fletes terrestres a Paraguay (US\$)

Contenedores Aduana	20'	40'
José Falcón	1.150	1.810

Fuente: Datos brindados por empresas en el sector.

Detalle de los costos estimados para el transporte terrestre, según tipo de contenedor:

20'

- BAF (recargo aplicado): US\$ 40
- PBIP (Protección de los buques y de las instalaciones portuarias): US\$ 5
- GATE (terminal): US\$ 30
- Emisión de B/L (documentación): US\$ 37,50
- Tasa Consular: US\$ 40 por B/L

40'

- BAF (recargo aplicado): US\$ 80
- PBIP (Protección de los buques y de las instalaciones portuarias): US\$ 5
- GATE (terminal): US\$ 30
- Emisión de B/L (documentación): US\$ 37,50
- Tasa Consular: US\$ 40 por B/L

Fluvial

Tabla Nº 8 - Precios de fletes acuáticos a Paraguay (US\$)

Contenedores Puerto	20'	40'
José Falcón	700	1.400

Fuente: Datos brindados por empresas en el sector.

Aéreo

Tabla Nº 9 - Precios de fletes aéreos a Asunción (US\$)

Kg	Tarifa US\$
45	1,57
100	1,53
300	1,4
500	1,3

Tiempo de Tránsito: 01:40 hs
Salida de Montevideo: Amazonas - Frecuencia Diaria 02:55 hs am

Fuente: Datos brindados por Newport Freight Forwarder.

Empresas de transporte internacional de mercadería³

DHL

- Dirección: Juan Carlos Gómez, 1447.
- Página web: www.dhl.com.uy

Ofrece transporte terrestre, aéreo y multimodal.

Maersk Uruguay S.A.

- Teléfono: +598 2 9161004
- Dirección: Rincón, 487. Piso 7.
- Página web: www.maerskline.com

Ofrece transporte fluvial desde Montevideo hacia Asunción.

Mediterranean Shipping Company Uruguay S.A.

- Teléfono: +598 2 9022935
- Dirección: Andes, 1365. Piso 13.
- Página web: www.msc.com

Ofrece transporte fluvial desde los puertos de Montevideo y Nueva Palmira hacia distintos puertos o terminales de Paraguay.

Southcargo

- Teléfono: +598 2 9164330
- Dirección: Misiones, 1372. Piso 5.
- Página web: www.southcargo.com.uy

Ofrece transporte terrestre, fluvial y aéreo.

Tranship Uruguay S.A.

- Teléfono: +598 2 9161707
- Dirección: Cerrito, 618.
- Página web: www.tranship.com.uy

Ofrece transporte fluvial.

Unimarine Uruguay S.A.

³ Nota: La presente lista de empresas no implica jerarquización alguna ni valoración de su comportamiento comercial.

- Dirección: Rincón, 500. Piso 5.
- Teléfono: +598 2 9170102
- Página web: www.unimarine.com.uy

Ofrece transporte fluvial desde Montevideo hacia Asunción.

Universal Shipping Agency

- Teléfono: +598 2 9162963
- Dirección: Colón, 1498. Piso 3.
- Página web: www.unimar.com.uy

Ofrece transporte fluvial.

Aranceles

Debido a que Uruguay y Paraguay son ambos miembros del MERCOSUR, al momento de comercializar sus productos entre sí, cuentan con un arancel del 0%.

De todos modos, Paraguay aplica a las importaciones, incluso las provenientes de sus socios del MERCOSUR, las siguientes cargas:

- Un arancel consular por efecto del visado obligatorio de documentos requeridos para la importación como la factura comercial, el certificado de origen o los conocimientos correspondientes a embarques marítimos, fluviales, terrestres, aéreos o ferroviarios. Dicho arancel, recaudado por los consulados paraguayos en el extranjero, se establece en el artículo 11 de la Ley N° 1.844 de 5 de diciembre de 2001 y su cuantía oscila entre 0,10 y 30 dólares.
- Una tasa de valoración consistente en el pago del 0,5% sobre el valor en aduana de las mercaderías. Dicha tasa se establece en el artículo 263 del Código Aduanero (Ley N° 2422 de 5 de julio de 2004) y los ingresos obtenidos se utilizan para costear los gastos de la Dirección General de Aduanas.

Tributación

En lo que respecta a la tributación, en Paraguay existe el Impuesto al Valor Agregado (IVA), que grava cada una de las fases de comercialización de bienes hasta que lleguen al consumidor final. No grava el importe total de cada venta en forma independiente, sino que lo hace exclusivamente sobre el importe agregado en cada etapa por cada agente económico. Las Tasas del Impuesto, vigentes a enero de 2015, oscilan entre el 5% y el 10%, según el producto que sea objeto del mismo, de conformidad con la Ley 5061/13.

Requisitos de acceso al mercado

Para exportar productos alimenticios hacia Paraguay es necesario efectuar el correspondiente registro ante el Instituto Nacional de Alimentación y Nutrición (INAN)⁴.

No es una exigencia de dicho instituto tener la marca registrada para proceder al registro de productos a ser importados, de hecho el mismo producto puede ser registrado por varias empresas.

Cada importador debe realizar el registro del producto que va a importar, así como de su establecimiento. El trámite para registrar un producto demora aproximadamente 20 días hábiles, mientras que el trámite para registro de establecimientos demora unos 90 días hábiles.

El registro de establecimiento cuenta con una duración de 3 años y debe necesariamente efectuarse previo al registro del producto. Por su parte, el segundo posee una duración de 5 años y, una vez vencido el plazo, debe ser renovado para evitar perder el derecho que concede el registro.

La documentación necesaria para el registro de alimentos es la siguiente:

- Autorización del fabricante. Mediante una carta, la empresa extranjera que fabrica el producto debe autorizar expresamente al importador a registrar e importar el producto. Si el vendedor del producto no es también el fabricante, se deberán acreditar asimismo los nexos entre el vendedor y el fabricante.
- Certificado de Libre de Venta. En el caso de nuestro país, se reconoce el certificado emitido por el Laboratorio Tecnológico del Uruguay (LATU), debiéndose especificar la validez del mismo.
- Legalización del Certificado Sanitario sobre el original.

⁴ Fuente: www.inan.gov.py

- Análisis en los casos en que aplique.
- Formularios de registro.

La reglamentación dispone un plazo máximo para la evaluación de los trámites de 180 días a partir de la notificación del resultado de las evaluaciones.

Una vez registrado el producto, se procede a la importación en sí misma. Para ello, es necesario presentar los siguientes documentos:

- Conocimiento de Embarque
- Factura Comercial
- Constancia de Registro del Producto
- Certificado de Origen
- Certificado Sanitario
- Documentos Bancarios

Envase y etiquetado

Los productos que se comercialicen entre Uruguay y Paraguay deben ser envasados y etiquetados de acuerdo a la normativa del MERCOSUR. El bloque cuenta con un Reglamento Técnico para Rotulación de Alimentos Envasados.

En dicho reglamento, se establece que las etiquetas de los productos deben ser redactadas en el idioma oficial del país de consumo (español o portugués, según corresponda), sin perjuicio de la existencia de información en otros idiomas.

La información obligatoria que debe constar en los rótulos o etiquetas de los productos es la siguiente:

- Denominación de venta del alimento
- Lista de ingredientes
- Contenidos netos
- Identificación de origen
- Identificación del lote
- Fecha de validez
- Preparación e instrucciones de uso del producto

En lo concerniente al envasado de vinos, por regla general existen algunos tipos de envases y más adecuados y comúnmente empleados.

Conviene, además, precisar que existe un envase primario y un envase secundario. El primario es aquel que estará en contacto directo con el producto; entretanto, el secundario es aquel que se encuentra alrededor del envase primario y dependerá de cuál haya sido el envase primario escogido.

Uno de los mejores materiales para el envasado de vinos, en forma primaria, es el vidrio por sus características de impermeabilidad, inatacabilidad química y neutralidad con el contenido. En cuanto al sistema de apertura y cierra, tenemos tapones de corcho natural, que resultan propicios por sus cualidades de impenetrabilidad e inalterabilidad; y tapones sintéticos, que si bien son menos flexibles que los anteriores, cumplen correctamente su función.

Otros envases frecuentes son los envases de cartón, generalmente empleados para vinos de mesa, por su bajo costo y fácil manipulación.

Canales de distribución

En Paraguay, existe una fuerte concentración de las funciones de distribución en unos pocos intermediarios que controlan toda la red, pues frecuentemente desempeñan las funciones de importador, mayorista, representante y distribuidor. Esta situación merma la capacidad de especialización de los operadores que suelen distribuir o representar productos y marcas de muchos y variados sectores.

Además, es menester señalar que se trata de un mercado de consumo muy reducido, cuyos potenciales consumidores se centralizan sobre todo en las grandes ciudades, en particular, en la Gran Asunción. En este mismo sentido, recobra especial relevancia en el consumo de productos importados el pequeño grupo de consumidores de poder adquisitivo medio, alto y muy alto existente en el país, dado que son ellos quienes podrán acceder a esta clase de productos.

Por tal motivo, el principal objetivo de la distribución en Paraguay debe ser llegar al reducido número de cadenas de supermercados, instalados en ciertas zonas estratégicas de la capital, de buen poder adquisitivo. Entonces, el exportador extranjero debe aunar sus esfuerzos y focalizarse en posicionar su producto en esos centros comerciales líderes.

Por otra parte, se debe tener en cuenta el importante comercio transfronterizo que se experimenta en Paraguay, primordialmente por parte de brasileros y argentinos. Tradicionalmente, el comercio transfronterizo se ha concentrado en Ciudad del Este, empero debido a las restricciones en el tránsito entre los mencionados países, este tipo de comercio se está incrementando en la zona del Salto de Guará y de Pedro Juan Caballero.

Otro aspecto sumamente relevante que el exportador debe tener en cuenta es la Ley 194 de la legislación paraguaya, que protege a los distribuidores o representantes de agencias extranjeras. Dicha norma establece que para rescindir un contrato de representación debe probarse la causa justificada, pues de lo contrario, la empresa extranjera quedará obligada al pago de una indemnización fijada judicialmente (es el promedio de la utilidad bruta de los tres últimos años por un coeficiente que no está en la ley, pero que en la práctica está en el orden del 1,5% por los períodos).

Por lo tanto, resulta muy importante que a la hora de cerrar un contrato con un representante paraguayo, el empresario uruguayo se asegure de establecer cláusulas que le permitan rescindir el contrato sin mayores costos y procesos judiciales engorrosos. En los hechos, para evitar la aplicación de esta ley, los abogados paraguayos recomiendan que el empresario se instale directamente en el país o efectúe un contrato de sub distribución.

Ferias internacionales de vinos en Paraguay

Expo Vino Paraguay



Desde 2012, año a año, se realiza en Asunción la tradicional exposición de vinos, por lo general durante el invierno, en los meses de junio o julio. El evento es organizado por la Cámara Paraguaya de Proveedores de Bienes, Servicios y Afines (Capro) y cuenta con la presencia de importantes enólogos, expertos y ejecutivos de diversas casas de vinos.

La última edición de la Expo Vino Paraguay, en el año 2015, fue de las mejores que se ha llevado a cabo hasta el momento, a causa de los excelentes vinos que se presentaron en la feria, con más de 35 stands de distintas partes del mundo y unas 200 etiquetas para degustar.

Las entradas para asistir a la feria se suelen adquirir en diversos puntos del país, como vinerías y restaurants. El pasado año, el costo del ingreso fue de 130.000 guaraníes e incluyó una copa de recuerdo del evento, un plato de comida y un cupón para los usuales sorteos que se realizan en ocasión del evento.

Principales instituciones de referencia

- Banco Central del Paraguay: www.bcp.gov.py
- Cámara Nacional de Comercio y Servicios en Paraguay: www.ccparguay.com.py
- Dirección General de Estadística, Encuestas, y Censos: www.dgeec.gov.py
- Dirección Nacional de Aduanas: www.aduana.gov.py
- Dirección Nacional de Contrataciones Públicas: www.contrataciones.gov.py
- Dirección Nacional de Propiedad Intelectual: www.dinapi.gov.py
- Ministerio de Hacienda: www.hacienda.gov.py
- Ministerio de Industria y Comercio de Paraguay: www.mic.gov.py
- Ministerio de Relaciones Exteriores: www.mre.gov.py
- Red de Inversiones y Exportaciones: www.rediex.gov.py



Uruguay XXI
PROMOCIÓN DE INVERSIONES
Y EXPORTACIONES

Rincón 518/528 - CP 11000

Tel.: +598 2915 3838

Montevideo - Uruguay

info@uruguayxxi.gub.uy

www.uruguayxxi.gub.uy

  Uruguay XXI