

*El Pasaporte de su Bodega al Mercado
Estadounidense*

ZARA LAW OFFICES
BUFETE
DE
ABOGADOS



111 John Street, Suite 510
Tel: +1-212-619-4500
zara@zaralawny.com

New York, NY 10038, USA
Fax: +1-212-619-4520
www.zaralawny.com

La historia de los vinos y licores del Viejo Mundo se conoce como una historia de éxito en los Estados Unidos. Debido a su calidad y variedad, disfrutaban de una prestigiosa reputación en el rentable, aunque complejo, mercado estadounidense. La complejidad de la legislación sobre alcohol en los Estados Unidos ocasionó que la mayoría de las bodegas europeas sintieran que no les quedaba otra opción que delegar su negocio a un importador estadounidense, cediéndoles poder directo sobre sus marcas en el mercado.

ZARA BUFETE DE ABOGADOS, cuenta con una sólida experiencia en las complejidades de la regulación de bebidas alcohólicas en los Estados Unidos. Nosotros le ayudaremos a establecer directamente su marca en este mercado. Nuestro objetivo es ayudarle a convertirse en un importador directo, asistiéndole en la creación de una empresa importadora en Nueva York, obteniendo los necesarios permisos estatales y federales, o a sortear los obstáculos más comunes en la elección de un importador o distribuidor estadounidense. Para ayudarle en familiarizarse con el mercado de bebidas alcohólicas y guiarle en los pasos que ha de seguir para importar en los Estados Unidos, le ofrecemos este folleto informativo.

Vino europeo en los Estados Unidos: un mercado prometedor

Para el consumidor americano, el vino europeo está ligado a la elegancia y la buena gastronomía europea. Han pasado los años en los que los caldos europeos eran un lujo asequible para solo unos pocos. El consumo de vino se ha popularizado entre aficionados de todas las edades y estratos sociales. A finales de los años 90, vinos de nuevas zonas de producción como Sudáfrica, Sudamérica, Australia y Nueva Zelanda irrumpieron y ocuparon una gran porción del mercado estadounidense ofreciendo una seria amenaza al dominio de los vinos europeos. Debido a esta salvaje competencia y a una apreciación favorable del euro frente al dólar de más de un 15% solo en 2007, creemos que es el momento de que las bodegas europeas afiancen y golpeen el mercado estadounidense, convirtiéndose en importadores directos y distribuidores de sus propios vinos.

El Mercado Estadounidense: Visión de la regulación estatal y federal

Los Estados Unidos tienen dos (2) niveles diferentes de jurisdicción: Existe un nivel federal cuyas leyes afectan a todos los estados, y además también existen otros cincuenta (50) cuerpos legislativos diferentes (cada estado cuenta con sus propios códigos de leyes). De alguna

manera se asemeja a la dicotomía Unión Europea- Estado Miembro. Además de esta complejidad, común en múltiples áreas del derecho estadounidense, no hay que olvidar que la legislación que acabó con la Prohibición en el nivel federal, fue



cuidadosamente elaborada para otorgar a cada estado el máximo de autonomía para regular el comercio y consumo de alcohol dentro de sus fronteras.¹

En otras palabras, al igual que una ley doméstica de un estado miembro de la Unión Europea no contravendrá una Directiva Europea,² la ley de un estado de los Estados Unidos nunca contravendrá la ley federal, aunque las leyes estatales sobre las importaciones de vino y su distribución varían enormemente de un estado a otro.

¹ En 1933, la Enmienda Vigésimo Primera (21) de la Constitución de los Estados Unidos revocó las leyes federales prohibicionistas contenidas en la Enmienda decimoctava (18). Sin embargo, la Enmienda Vigésimo Primera (21) permitía a los estados continuar con la prohibición a nivel local y fueron muchos los estados que la mantuvieron. En 1966 Mississippi fue el último estado que revocó sus leyes prohibicionistas.

² Flaminio Costa v. ENEL Caso 6/64[1964] es el caso de referencia en el que el Tribunal de Justicia Europeo estableció este fundamental principio de la Ley de la Unión Europea.

En los Estados Unidos, dieciocho (18) estados representando aproximadamente el 25% de la población de los Estados Unidos, regulan directamente la venta de alcohol: Controlando su distribución al por mayor y al por menor³. Estos estados son llamados “*estados monopolio*.” En ellos, el gobierno estatal tiene el monopolio sobre la venta mayorista o al detalle de algunas o de todas las categorías de bebidas alcohólicas como cerveza, vino y licores. Tenga en cuenta que las leyes de los “estados monopolio” difieren sustancialmente dependiendo de que los puntos de venta al detalle estén operados o sean contratados por el estado. Además, la mayoría de estos estados cuentan con niveles diferentes de regulación dependiendo del tipo de bebida alcohólica, y algunos de estos estados excluyen el vino y la cerveza del monopolio estatal (en estos estados vino y cerveza son vendidos en supermercados, aunque licores son vendidos en puntos de venta operados o contratados por el estado).

Los restantes treintaidos (32) estados, incluyendo Nueva York, California, Texas y Florida son los llamados “*estados licencia*.” Estos estados expiden licencias a los vendedores al detalle. Los organismos reguladores estatales pueden imponer condiciones en estas licencias, permitiendo al estado controlar indirectamente la venta de alcohol.

Por ejemplo, el estado de Nueva York a través de su Ley de Control de Bebidas Alcohólicas, Sección 101-b (*Alcoholic Beverage Control Law Section 101-b*) regula los precios. La ley de Nueva York⁴ requiere que un mayorista registre mensualmente con el Organismo para el Control de Licores del Estado de Nueva York (“New York State Liquor Authority”) una lista de los precios que el mayorista ha decidido cobrar a otros mayoristas o minoristas por sus productos, con la provisión de una eventual reducción de precios para igualarse al precio de sus competidores.⁵ Aunque la ley no habilita para

³ Los dieciocho (18) “estados monopolio” son: Alabama, Idaho, Michigan, Mississippi, Montana, New Hampshire, North Carolina, Ohio, Oregon, Pennsylvania, UTA, Vermont, Virginia, Washington, y West Virginia. Además, el Condado de Montgomery en el estado de Maryland, ostenta el monopolio sobre la venta/distribución de bebidas alcohólicas.

⁴ Alcoholic Beverage Law§ 101-b(3), historial legislativo.

⁵ Los precios publicados en las tablas oficiales son de aplicación a mayoristas que venden a otros mayoristas, así como a mayoristas que venden a minoristas. Para mayoristas que venden a otros mayoristas, los precios han de ser notificados antes del día 25 de cada mes, y los mismos y sus descuentos son efectivos

determinar el precio al por menor de vino, tampoco obliga a los mayoristas respecto de los precios que éstos podrían cobrar a sus propios representantes (“dealers”).

La intención de la ley reguladora de precios de Nueva York es que *“es necesario regular y controlar la producción, venta y distribución dentro del estado (de Nueva York) de las bebidas alcohólicas para fomentar y promocionar su consumo responsable y el respeto a la obediencia a la ley. Con la finalidad de eliminar una estimulación excesiva de la venta de bebidas alcohólicas, así como la costumbre de bodegas y mayoristas de garantizar descuentos, reembolsos y premios, y otros incentivos a titulares de licencias seleccionadas, lo cual contribuye la distribución desordenada de bebidas alcohólicas, y va en detrimento de la regulación adecuada de la industria destilera y en contra del consumo responsable...⁶”*

El sistema de Distribución a Tres (3) Niveles

Bajo el llamado sistema de distribución a tres (3) niveles ampliamente utilizado en todos los Estados Unidos incluyendo Nueva York, los estados a través de sus respectivas agencias para el control del alcohol, expiden licencias y regulan tres (3) niveles de actores que intervienen en el sistema: Productores e importadores (en el primer nivel) venden sus productos únicamente a los distribuidores o mayoristas titulares de

el primer día del segundo mes consecutivo al mes en el que se hizo la notificación. Los precios continuarán efectivos durante dicho mes. Por ejemplo, los precios de mayoristas efectivos para el mes de diciembre de 2007, han de ser presentados al Organismo para Control de Licores del Estado de Nueva York antes del día 25 de octubre de 2007.

Para mayoristas que venden a minoristas, la notificación de precios ha de realizarse antes del día 5 de cada mes, y los precios y descuentos establecidos serán efectivos el primer día del mes siguiente. Por ejemplo, los precios al detalle efectivos en diciembre de 2007, habrán de ser presentados antes del día 5 de noviembre de 2007.

Finalmente, tenga en cuenta que una vez presentados al Organismo para el Control de Licores del Estado de NY, solo podrán ser corregidos los precios de venta a minoristas, y solamente podrán realizar esto los mayoristas para igualar los precios de sus competidores. Dichas correcciones habrán de hacerse antes del día 20 del mes anterior al mes en el que dichos cambios serán efectivos. Por ejemplo, precios a minoristas para diciembre de 2007 podrán ser corregidos hasta el día 20 de noviembre de 2007, pero como dicho anteriormente, únicamente para igualar el precio del competidor y solo respecto de ventas a minoristas.

⁶ Alcoholic Beverage Law§ 101-b(1).

licencias (el segundo nivel), los cuales a su vez venden únicamente a los minoristas titulares de la correspondiente licencia (el tercer nivel), incluyendo bares y restaurantes. Estos últimos pueden vender bebidas alcohólicas a consumidores mayores de 21 años en zonas en las que la venta de alcohol está permitida y tras el pago de los impuestos pertinentes.

Entienda sin embargo, que en algunos estados incluyendo el estado de Nueva York, no basta con solo obtener un Licencia de Importador Básica (“*Basic Importer’s License*”) emitida por el organismo federal TTB⁷ para importar vino en el estado: El Organismo para el Control de Licores del Estado de Nueva York también requiere que cada importador obtenga una Licencia Estatal de Mayorista de Vino (“*Wholesaler’s Wine License*”).

El objetivo del sistema de distribución a tres (3) niveles es, en primer lugar delimitar los canales autorizados a través de los que el alcohol entra en el estado; y en segundo lugar establecer directrices y pautas que las autoridades pertinentes puedan controlar la comercialización de alcohol. La combinación de estas garantías pretende asegurar la distribución segura de bebidas alcohólicas a los consumidores en los Estados Unidos.

Sin embargo, en 2005, una sentencia del Tribunal Supremo Federal puso en



entredicho este sistema de distribución a tres (3) niveles. La sentencia afirmaba que la llamada Cláusula de Comercio de la Constitución de los Estados Unidos, impide a los estados de distinguir entre bodegas domésticas del estado y bodegas de fuera del estado (otros estados, y por lo tanto

⁷ Alcohol and Tobacco Tax Trade Bureau.

extranjeros) a la hora de vender directamente al consumidor. Las leyes de Nueva York – así como las de Michigan- revisadas en la sentencia, se declararon discriminatorias porque permitían a las bodegas domésticas vender directamente a los consumidores, mientras que las bodegas extranjeras, de otros estados, habían de acudir a un mayorista y un minorista⁸. Dicho de otro modo, las leyes de Nueva York exigían que una bodega extranjera estableciese presencia física en Nueva York como condición previa a poder vender directamente a los consumidores y esto, según el Tribunal Supremo Federal es inconstitucional, pues frena el libre comercio entre los estados, objetivo primordial de la Cláusula de Comercio de la Constitución.

Además, dentro de cada estado, hay distintos regimenes legales para cerveza, vino y licores. Por estas razones, las bodegas europeas fueron en el pasado bastante reticentes a establecerse ellas mismas en el Mercado estadounidense y más bien se limitaron a vender a importadores nacionales. Éstos distribuyen el vino de su bodega estado por estado a través de su propia red de distribuidores.

Los Actores Varios del Mercado Estadounidense

Importadores, distribuidores y minoristas son los principales actores en el Mercado del vino. Cada uno de ellos ha de ser titular de una licencia específica. La licencia de importación, la llamada Licencia de Importador Básica es expedida por el gobierno federal y por lo tanto es válida para todos los Estados Unidos, mientras que las licencias de distribución y para minoristas son expedidas por cada estado y únicamente son válidas para operar dentro del estado en cuestión.

Por lo tanto, un artículo importado ha de tener al menos un importador al nivel nacional y puede ser distribuido por varios distribuidores localizados en los diferentes estados en los que el producto vaya a ser comercializado.

⁸ Granholm, Governor of Michigan, et. Al. V. Heald et. al., 554 US 460 (2005).

¿Pueden las empresas europeas importar directamente sus vinos y licores en los Estados Unidos?

SÍ!

Existen tres (3) diferentes opciones para importar vino y licor a los Estados Unidos. (1) La primera opción es importar directamente, estableciendo una empresa separada o una subsidiaria de su bodega en los Estados Unidos, o alternativamente adquirir una autorización para que su bodega pueda operar en los Estados Unidos. (2) La segunda opción es vender el vino a un importador clásico el cual lo revenderá a través de su propia red de distribuidores. (3) Una tercera opción es exportar a través de un importador alternativo que se centrará en logística, requisitos administrativos y el cumplimiento de los mismos. El importador importará, almacenará y distribuirá el vino, utilizando un representante de marca seleccionado y remunerado por usted que trabajará para su bodega para vender su vino.

1. Convertirse en su propio importador

Esta solución tiene la ventaja de permitir a su bodega ser el importador y el distribuidor de su vino en los Estados Unidos sin ningún intermediario. Su bodega, es su propio importador y a la vez su propio distribuidor.

Existen dos (2) posibilidades. Primero, podemos registrar su bodega como una empresa extranjera autorizada para operar en cada uno de los estados en los que usted quiera vender sus vinos. Alternativamente, podemos crear una entidad nueva y separada⁹ que puede ser o no ser una subsidiaria de su bodega. La creación de una nueva entidad es recomendable: Por una parte, la bodega matriz no será responsable por las deudas de la empresa estadounidense; y en segundo lugar, la creación de una nueva entidad elimina el riesgo de que las Autoridades Fiscales estadounidenses consideren algunos ingresos de su empresa –ahora también registrada en los Estados Unidos- como ingresos “*efectivamente*

⁹ Sociedades de Responsabilidad Limitada o en inglés “*Limited Liability Companies*” (LLC) son generalmente la entidad idónea. Para más información consulte nuestra guía “Constitución de una Sociedad Mercantil en Nueva York” en esta misma sección de este website.

conectados con negocio o comercio estadounidense¹⁰, y por lo tanto gravables en los Estados Unidos.

Su empresa, una vez establecida en los Estados Unidos, puede solicitar del TTB Licencia de Importador Básica, así como la licencia de mayorista de vino para cualquier estado (“State Wholesaler's Wine License”) expedida por el organismo estatal correspondiente para el control de licores en el estado en cuestión.

En ambos casos, es imprescindible disponer de una oficina permanente en el estado en el que la empresa va a estar domiciliada. Esta oficina ha de contar con al menos un (1) empleado y ha de tener un horario de 9 a.m. a 5 p.m. cada día laborable. Una simple dirección postal no es suficiente. El TTB permitirá operar mediante una oficina establecida en un domicilio particular siempre que pueda ser accesible las 24 horas durante 7 días de la semana. No obstante, algunos estados, incluyendo Nueva York, no permiten una oficina establecida en el domicilio y requerirán la dirección de una oficina real sita en un inmueble comercial, antes de expedir la licencia de mayorista de vino.

El proceso para obtener una Licencia de Importador Básica incluye una entrevista con el TTB. Durante la entrevista, la empresa ha de proporcionar todos los documentos e información que solicite el TTB. El TTB comprobará los documentos básicos de la empresa (estatutos y escrituras, y demás documentos que constituyen y gobiernan a la empresa). Obtenidos los documentos, el TTB examinará la fuente de fondos de la empresa. La ley requiere el pago de una tasa especial de \$500.00 tributado por la Hacienda Federal de los Estados Unidos, aunque la administración actual ha prescindido de aplicar dicha tasa. El proceso de registro normalmente dura entre treinta (30) y sesenta (60) días, a no ser que la solicitud sea seleccionada para someterla a una inspección mas minuciosa.

¹⁰ Ver: <http://www.irs.gov/businesses/small/international/article/0,,id=96409,00.html>

¿Porqué convertirse en importador directo?

A pesar de la inversión inicial, para los productores de vino europeos, existen claras ventajas en establecerse en los Estados Unidos como importadores directos. Entre estas ventajas encontramos:

- Integración vertical en el Mercado, permitiendo control del producto desde la bodega al minorista
- Eliminación de intermediarios en la cadena de distribución, y reducción en costes
- Un conocimiento más profundo del Mercado y de los actores locales, permitiéndole concretar y determinar la oferta al nivel del distribuidor y consumidor
- La posibilidad de utilizar este conocimiento en la comercialización estratégica en el mercado local
- La posibilidad de ampliar su clientela mediante una efectiva búsqueda de clientes en el mercado

Mientras que la calidad del vino que entra en los Estados Unidos ha ido creciendo, el número de mayoristas –segundo nivel- disponibles para la distribución ha disminuido considerablemente durante la pasada década. El resultado es que resulta más difícil y competitivo para las bodegas extranjeras ganar el “concurso de belleza” que se precisa para atraer la atención de un buen distribuidor.

Sus derechos:

La empresa estadounidense o la empresa extranjera registrada en los Estados Unidos, como importador, tiene derecho a:

1. Solicitar al TTB la aprobación y registro de sus productos
2. Registrar una marca comercial y solicitar al TTB su aceptación. La solicitud ha de ser conforme con los requisitos de empaquetado y etiquetado. El vino no

podrá ser comercializado en los Estados Unidos si no cumple con estos requisitos

3. Antes de que el vino haya sido enviado, regístrelo –así como su bodega extranjera- en el FDA¹¹ (“*Food and Drug Administration*”), agencia federal responsable de garantizar la seguridad y calidad de los productos alimenticios, medicamentos, cosméticos y materiales clínicos
4. Trabajar con un agente de aduanas especializado en bebidas alcohólicas que se encargará de todos los preparativos con el Servicio de Aduanas, pagará las tasas e impuestos correspondientes y le comunicará cualquier información relevante
5. Establecer su propia red de distribución
6. Obtener la aprobación del TTB respecto de sus etiquetas, lo que se conoce como “Certificates of Label Approval” (o por su acrónimo COLA¹²).
7. Importar sus vinos y licores en los Estados Unidos
8. Obtener la licencia estatal de mayorista de vinos e introducir los vinos y licores en los Estados Unidos a través de su propia red de distribuidores, o buscar, contactar, y vender a mayoristas que poseen su propia red de distribución, o directamente a minoristas
9. Promover y vender su propios vinos y licores

Nosotros podemos:

- Cumplir con todos los requisitos requeridos para registrar su empresa en los Estados Unidos, o alternativamente constituir una nueva sociedad
- Solicitar en su nombre la Licencia de Importador Básica en el TTB

¹¹ Para mas información sobre el FDA acuda a la “Guía FDA” sección de “Guías Practicas” de este website.

¹² COLA es el acrónimo del certificado de aprobación de etiquetas o “Certificate of Label Approval” expedido por el TTB; http://www.ttb.gov/industry_circulars/archives/2007/2007_04.html ofrece varios tipos de evaluaciones a las que han de someterse algunos productos alcohólicos antes de que el TTB expida el COLA. Normalmente el TTB expide el COLA en nueva (9) días. La información necesaria para que el TTB emita el COLA puede ser suministrada electrónicamente.

<http://www.ttb.gov/importers/index.shtml> ofrece a los importadores una lista actualizada de la certificación del país de origen o “Country of Origin Certification” para vinos y licores.

- Representarle, si lo solicita, en la entrevista con el TTB, con el fin de obtener la Licencia de Importador Básica
- Asistirle en la obtención de los certificados de aprobación de etiquetado del TTB (COLA)
- Registrar su empresa estadounidense, así como su bodega extranjera con el FDA
- Contratar a un Agente de Aduanas especializado en bebidas alcohólicas
- Preparar un informe con los requerimientos de cada estado en los que usted quiere comercializar su vino y para los cuales será necesario la obtención de la licencia estatal de distribución
- Solicitar en su nombre a cada una de las Autoridades Estatales competentes la licencia de mayorista estatal de vino que necesitará para distribuir su vino en los estados
- Ponerle en contacto con abogados especialistas en inmigración para la obtención de visados y permisos de trabajo para sus empleados
- Contratar Agentes Comerciales en los Estados Unidos
- Negociación y redacción de contratos con distribuidores, agentes o minoristas

2. Trabajar con un importador clásico

Según nuestra experiencia, la mayoría de las bodegas exportadoras a los Estados Unidos emplea el importador clásico. Esta es la vía más cara de exportar pero al mismo tiempo es frecuentemente la única vía conocida para muchas bodegas.

Supone también la vía más rápida para poner su vino en distribución en los Estados Unidos, ya que el importador está a cargo no sólo de la importación sino también de la venta a través de sus distribuidores. Esta técnica tampoco requiere que la bodega obtenga licencia alguna puesto que el importador ya ostenta las licencias. La bodega ha únicamente de proveer de las necesarias Cartas de Autoridad (“Letters of Authority”) requeridas por el importador nacional o por el importador en cada estado.

Este es un método relativamente fácil de exportar su vino a los Estados Unidos, ya que son pocos los requisitos administrativos con los que ha de cumplir su bodega. No obstante, este método cuenta con muchas desventajas: En primer lugar, el importador es un intermediario adicional en la cadena de distribución entre la bodega, el distribuidor, el minorista y el consumidor final. La presencia de este intermediario adicional incrementará los gastos y el importador únicamente comprará el vino si su bodega se lo puede vender a un precio suficientemente bajo.

En Segundo lugar, la bodega contrata únicamente con el importador y el importador encontrara a sus propios distribuidores los cuales redistribuirán a sus propios minoristas. Por lo tanto, la bodega no tiene control en absoluto sobre la venta del vino al distribuidor, minorista o al consumidor final. Frecuentemente, ni tan siquiera conoce a los distribuidores.

Si el distribuidor decide cesar en la venta de su vino, su bodega tendrá que confiar en los esfuerzos del importador para encontrar un nuevo distribuidor. Si el importador estima que la venta de su vino ya no le es suficientemente rentable, el importador cesará en la compra de su vino, en lugar de buscar nuevos distribuidores que estén dispuestos a trabajar con su vino. Utilizando este sistema, su bodega pierde control sobre la comercialización del vino y queda totalmente a expensas del importador.

Si, a pesar de estas desventajas, usted prefiere trabajar con un importador específico, nosotros podemos:

- Comprobar el historial crediticio del importador
- Comprobar el tamaño de la red de distribución del importador
- Comprobar los antecedentes judiciales del importador – ¿ha sido demandado? ¿porqué ha sido demandado?-
- Redacción y negociación de un contrato de ventas con el importador
- Seguimiento de cualquier impagado de sus facturas, incluso por la vía judicial si es necesario

3. Trabajar con un importador alternativo

A diferencia del importador clásico, el importador alternativo únicamente le ofrecerá su “infraestructura” a través de la cual usted exportará sus vinos a los Estados Unidos. Usted facturará al importador alternativo por un precio previamente acordado; y su bodega irá recibiendo pagos por la cantidad facturada mientras que el agente que usted contrate vaya vendiendo los vinos por su cuenta. Los pagos del distribuidor son remitidos al importador alternativo. El importador alternativo es titular de las licencias necesarias para el almacenaje de vino hasta que éste sea vendido. Nosotros podemos referirle uno con el que hemos trabajado en el pasado. Este importador alternativo está habilitado para distribuir vinos a nivel nacional y para vender al detalle directamente a restaurantes dentro del estado de Nueva York. Empresas asociadas realizan una distribución directa en los estados de Connecticut, Florida y California. En otros estados, su director de ventas¹³ nacional deberá encontrar a distribuidores que estén interesados en vender su vino a restaurantes y minoristas. La diferencia clave con el importador clásico es que con el importador alternativo, es la bodega la que ha de encontrar sus propios agentes de ventas.

La ventaja de este método de importación es que la bodega tiene una relación directa con su red de agentes de ventas, ya que el importador le permite relacionarse directamente con sus distribuidores.

Por otra parte, es necesario recordar que este método requiere que la bodega seleccione y contrate a sus propios agentes de ventas para que éstos se encarguen de buscar compradores en los diferentes estados. El pago a los agentes de ventas de la bodega puede ser realizado a través del importador alternativo si la bodega así lo desea.

Si usted desea trabajar con un importador alternativo, nosotros podemos:

- Comprobar que el importador alternativo está legalmente presente en los estados requeridos
- Negociar y redactar un contrato con el importador alternativo

¹³ O el responsable empleado por su bodega para la venta del vino en Estados Unidos.

- Negociar y redactar contratos con los agentes de ventas
- Seguimiento del pago de sus facturas por los compradores finales, incluyendo la vía judicial si fuese necesario

Cambios recientes en la ley estadounidense: La Ley de Bioterrorismo ("The Bioterrorism Act")

La ley en cuestión es: "*The Public Health Security and Bioterrorism Preparedness and Response Act of 2002 (the Bioterrorism Act)*". Esta Ley de Bioterrorismo requiere que el FDA reciba notificación previa de los productos alimenticios que vayan a ser importados a los Estados Unidos. Las bebidas alcohólicas están clasificadas como productos alimenticios por el FDA y por lo tanto sujetos al requisito de notificación.

Importadores y productores de vino han de registrarse con el FDA y notificar de cada envío de producto destinado a los Estados Unidos. Es posible registrarse a través de Internet, dicho registro ha de incluir la siguiente información:

- Nombre y dirección de la entidad que se registra
- Nombre y dirección de la persona de contacto en caso de emergencia
- Marcas y nombres comerciales
- Nombre y dirección en los Estados Unidos del representante de la entidad registrada
- Una lista detallada de los productos del fabricante/productor

El registro en el FDA es gratuito. Sin embargo, usted habrá de tener un agente que actuará como el representante de su empresa frente al FDA. Dicho agente ha de estar accesible en todo momento, día y noche.

Establecimiento de su empresa en los Estados Unidos:

Paso a paso

1. Defina una estrategia comercial incluyendo objetivos a corto y largo plazo. Seleccione los estados en los que desea comercializar su vino; por lo general nosotros recomendamos comenzar a operar en no más de tres (3) estados
2. Obtenga los fondos necesarios para el establecimiento de una oficina en los Estados Unidos, gastos de personal, etc...
3. Registre su empresa a nivel estatal como empresa extranjera en el Departamento de Estado, o alternativamente, -y preferiblemente- cree una nueva Sociedad de responsabilidad limitada (“Limited Liability Company”) en los Estado Unidos. Obtenga un Número de Identificación de Empresario (sus siglas en inglés: EIN)
4. Abra una cuenta bancaria y deposite fondos suficientes en ella para los gastos de constitución y establecimiento
5. Solicite un visado y permiso de trabajo para cada empleado no ciudadano o residente de los Estados Unidos
6. Seleccione y alquile un local para oficina
7. Solicite la Licencia de Importador Básica del TTB
8. Registre su marca comercial
9. Antes de los primeros envíos a los Estados Unidos:
 - Contrate a un agente de aduanas y establezca un depósito para gastos de aduanas
 - Registre a su empresa extranjera con el FDA
 - Cumpla con los requisitos de etiquetado del TTB (obtenga los certificados COLA), ya que el TTB ha de aprobar el etiquetado de cada producto importado

- Cumpla con el llamado “*Country of Origin Certification*” para vinos importados¹⁴, esto no es más que la certificación del país de origen
- Obtenga una licencia de distribución de mayorista en cada uno de los estados en los que vaya a operar
- Localice agentes de ventas capaces de promocionar sus productos
- Negocie contratos con su agente de ventas, estableciendo los derechos y obligaciones de cada una de las partes

10. Después de los primeros envíos, evalúe sus ventas iniciales para determinar si es conveniente extender sus operaciones a otros estados

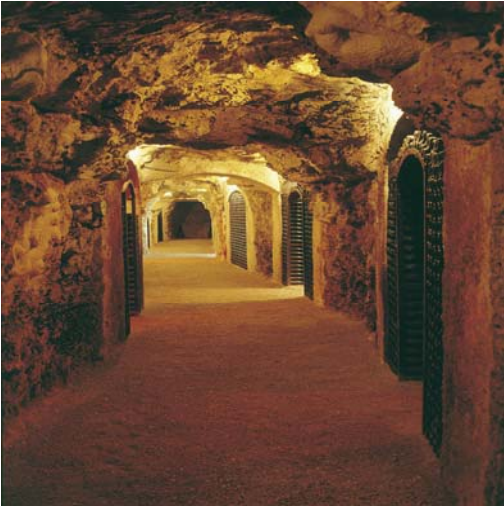
“Prefiero trabajar con un importador clásico”
¿Cómo puedo elegir uno?

Si usted decide trabajar con un importador ya establecido en los Estados Unidos, ha de considerar las siguientes variables:

- La red de distribución del importador. Agentes locales establecidos a nivel regional tienen normalmente una relación muy cercana con los mayoristas y pueden dedicar más tiempo a su vino
- El tipo de licencia del importador es de gran importancia, así como los estados en los que la licencia le habilita
- La cartera de productos (clase de bebidas, nacionalidad, calidad, etc...) con los que el importador trabaje y el lugar que ocupan los vinos del productor en dicha cartera
- ¿Cuánto tiempo, dinero y esfuerzo dedicará el importador a sus vinos?
- ¿Periodicidad de las informaciones del importador? ¿Cómo de accesible es su importador?
- La fiabilidad del importador. ¿Ha sido objeto de reclamaciones en el pasado? ¿Ha sido demandado por incumplimiento de contrato?

¹⁴ <http://www.ttb.gov/importers/index.shtml> ofrece a los importadores una lista actualizada de la certificación del país de origen o “Country of Origin Certification” para vinos y licores.

En Zara Law Offices, durante muchos años, hemos estado trabajando con gran



número de bodegas europeas, por ello somos conscientes de los varios obstáculos a los que se enfrentan las bodegas extranjeras cuando importan a los Estados Unidos. Nosotros le ayudaremos a encontrar a un importador adecuado a sus necesidades, negociaremos un contrato que proteja sus intereses, y haremos un seguimiento de su relación con su importador/distribuidor, incluyendo el cobro de todas sus facturas impagadas.

EXENCIÓN DE RESPONSABILIDAD

La información proporcionada en esta Guía tiene únicamente una finalidad informativa y no pretende constituir asesoramiento legal u opiniones de Bufete de Abogados Zara Law Offices, ni de ninguno de sus empleados. Zara Law Offices no es responsable y expresamente se exonera de toda responsabilidad causada por el uso de cualquier información, incluyendo la obtenida de esta Guía. El empleo de cualquier información obtenida de esta Guía no crea una relación abogado-cliente. Usted no debe actuar o confiar en ninguna información de la presente Guía sin buscar el asesoramiento de un abogado familiarizado con su situación en particular.

Le invitamos a ponerse en contacto con nosotros y apreciamos su llamada telefónica, carta o correo electrónico para tratar cualquier asunto. Tenga en cuenta que las comunicaciones con nuestra firma por cualquier mediano constituyen una relación abogado-cliente. Dicha relación se constituirá hasta que se haya firmado un contrato de representación entre usted y Zara Law Offices. No asumimos ninguna responsabilidad legal al responder a correos electrónicos no solicitados. Los Links que aparecen en la presente Guía tienen la única finalidad de identificar y darle acceso a otras fuentes de información, y no tienen la intención de constituirnos en ninguna relación de asociación con los mismos, ni de promoción o patrocinio de los materiales y/o sitios web expuestos en los links. Zara Law Offices no se hace responsable de por el uso de nombres comerciales, marcas comerciales registradas, símbolos o logos que pudieran aparecer en los presentes links. Aunque periódicamente actualizamos la información incluida en esta Guía, no podemos garantizar que sea correcta, completa y actualizada.

Copyright © 2007 Zara Law Offices. Todos los derechos reservados.