

SECTOR DE BEBIDAS

Producción, Consumo, Comercio
Exterior y Perspectivas



ABRIL 2022

Director General:
Lic. Alejandro Ovando

Economista Jefe:
Lic. Sebastián Menescaldi

Economistas:
Lic. Augusto Gómez
Lic. Maximiliano Gobbi
Lic. Federico Zerba
Lic. Andrés Boscovich

Comunicaciones Externas:
Lic. Fausto Giorgis

Av. Corrientes 3873. Piso 1º Depto. 5
Of. A. C1194AAE Ciudad de Buenos Aires. Argentina.

Oficina Comercial de IES
Uruguay 343 Piso 6º
C1015ABG Ciudad de Buenos Aires. Argentina.

(54 11) 4374-6187
info@iesonline.com.ar • www.iesonline.com.ar

Índice

- 03. Principales números
- 04. Resumen Ejecutivo
- 06. Estructura de Mercado
- 07. Oferta
- 09. Bebidas sin Alcohol
- 11. Cerveza
- 13. Vino y Champagne
- 17. Licores y Bebidas Espirituosas
- 20. Comercio Exterior
- 23. Rentabilidad
- 24. Perspectivas
- 25. Principales Noticias

Principales números

3%

Es el aumento en la producción de bebidas (con y sin alcohol) en el primer trimestre de 2022

60,6%

Es el crecimiento de las ventas de bebidas en supermercados (en pesos corrientes) en el primer trimestre de 2022

3,6%

Es el rebote en el consumo interno de vino en el primer trimestre de 2022

175,2
USD MILLONES

Es la exportación total de vinos en el primer trimestre de 2022 (-4,4%)

Resumen Ejecutivo

Desempeño general » MODERADO

Perspectivas » MODERADAS

Evaluación del sector » ESTABLE

Tras el rebote de 2021, el consumo de bebidas (alcohólicas y no alcohólicas) continuó creciendo en el primer trimestre. Las ventas de bebidas exhiben un crecimiento en todas sus categorías en los primeros tres meses del año, aunque el consumo de los segmentos de bebidas gaseosas y vinos permanecen en bajos niveles en relación a los últimos quince años (a diferencia de las cervezas y licores que mantienen un buen volumen). El consumo total de bebidas (alcohólicas y no alcohólicas) trepó 4,5% en el primer trimestre de 2022, totalizando 17,6 millones de hectolitros, tras crecer 5% en 2021 (interrumpiendo caídas consecutivas entre 2014 y 2020).

Las ventas de bebidas sin alcohol continúan su recuperación, pero aún se ubican lejos de los niveles de consumo de diez años atrás. El consumo interno de bebidas sin alcohol exhibió un aumento en cantidades de 5,1% en el primer trimestre del año, aunque las ventas permanecen en bajos niveles. En el ámbito empresarial, cabe resaltar que el grupo cervecero CCU se convirtió en accionista minoritario de Aguas Danone, lo que le permite al grupo chileno ingresar en una nueva categoría de bebidas en el país.

Una magra cosecha de uvas (afectada por heladas) impactaría en la oferta de materia prima en el año. Tras caer 11,3% en 2021, el consumo de vinos exhibe un rebote en el primer trimestre del año, verificando un aumento acumulado de 3,6%. Cabe mencionar que el segmento de vinos varietales trepó 6,1% en estos meses (1,8% los vinos de menor calidad), nuevamente creciendo por encima del promedio de las ventas totales. Sin embargo, la fuerte caída en la vendimia 2022 podría impactar en la recuperación del consumo y en el comercio exterior, el cual también sigue afectado por problemas logísticos (escasez de barcos y contenedores).

El consumo de cerveza sigue creciendo en 2022. Las ventas de cerveza verificaron un aumento de 4% en el primer trimestre del año, con ventas por 6,7 millones de hectolitros. A diferencia de las bebidas gaseosas y del vino, el consumo de cerveza en volúmenes mantiene un buen nivel histórico. Los nuevos hábitos que trajo la pandemia, como el mayor consumo en el hogar y ventas *online*, continúan favoreciendo al sector. Por otro lado, este año las ventas recibirán un impulso por la mayor socialización que trae el Mundial de Qatar, que esta edición se realizará en verano, favoreciendo el consumo.

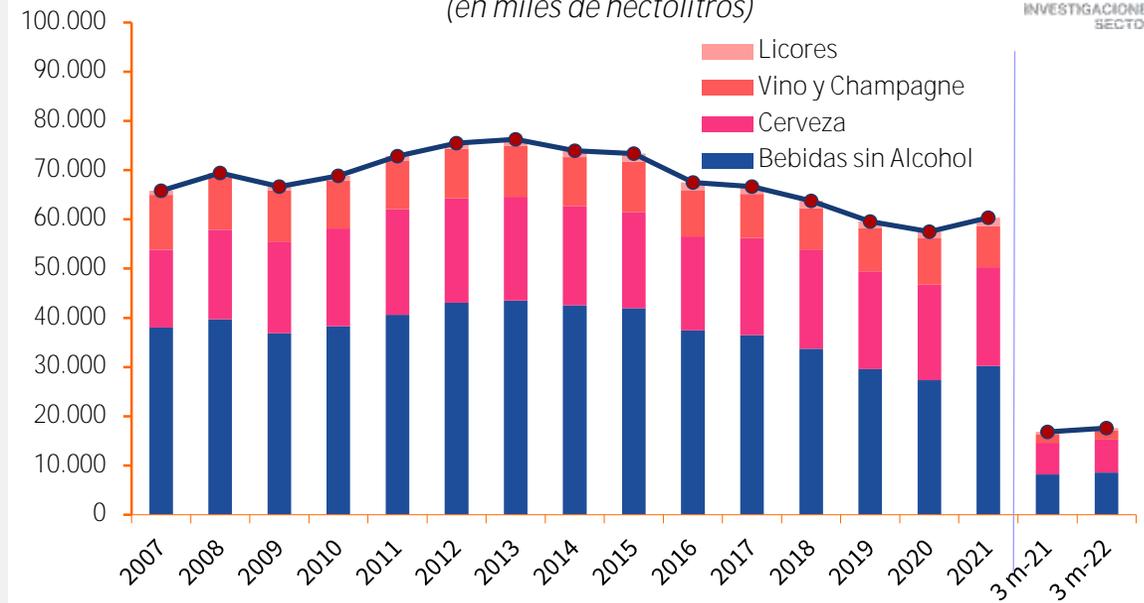
RESUMEN EJECUTIVO

Merma en las exportaciones de vinos en el primer trimestre. Tras caer 16,5% en 2021, los volúmenes de vinos despachados al exterior caen 15,3% en el primer trimestre del año. En valores, tras expandirse 10,1% en 2021, las exportaciones caen 4,4% en el acumulado a marzo, totalizando USD 175,2 millones. Tras el récord de exportaciones de vinos varietales en volúmenes y valores en 2021, los despachos caen 8,7% en cantidades y 1,1% en valores en el primer trimestre. Por su parte, las exportaciones de vinos sin identificar se desplomaron 43% entre enero y marzo. El precio medio de exportación de vinos se incrementó 12,8% en el año, atenuando la merma en volúmenes.

Tras el récord de producción de 2021, el segmento de bebidas espirituosas sigue en expansión en 2022. La elaboración de bebidas espirituosas alcanzó un récord en 2021, tras crecer 30,6% anualmente, liderado por los Bitter y Aperitivos. El reemplazo de producción local de importaciones de algunas bebidas del segmento, sumado a la recuperación del consumo por la reapertura de bares, explicaron el fuerte aumento de la demanda y producción. En el primer trimestre, la producción de bebidas espirituosas continuó la tendencia de 2021, y exhibió un aumento de 7,5%. Se evidencia un crecimiento del segmento más económico como Cinzano, así como productos premium como Aperol y Campari.

El consumo permanecerá estable en 2022. En el segundo semestre de 2022 el consumo de bebidas acusará el impacto de del golpe de la suba de tarifas, en un escenario de bajos salarios reales. Así, a pesar del aumento de inicio de año, prevemos que el consumo de bebidas permanezca estable en 2022, con ventas que seguirán en bajos niveles históricos. No obstante, podría haber diferenciación entre segmentos (el vino sería más afectado).

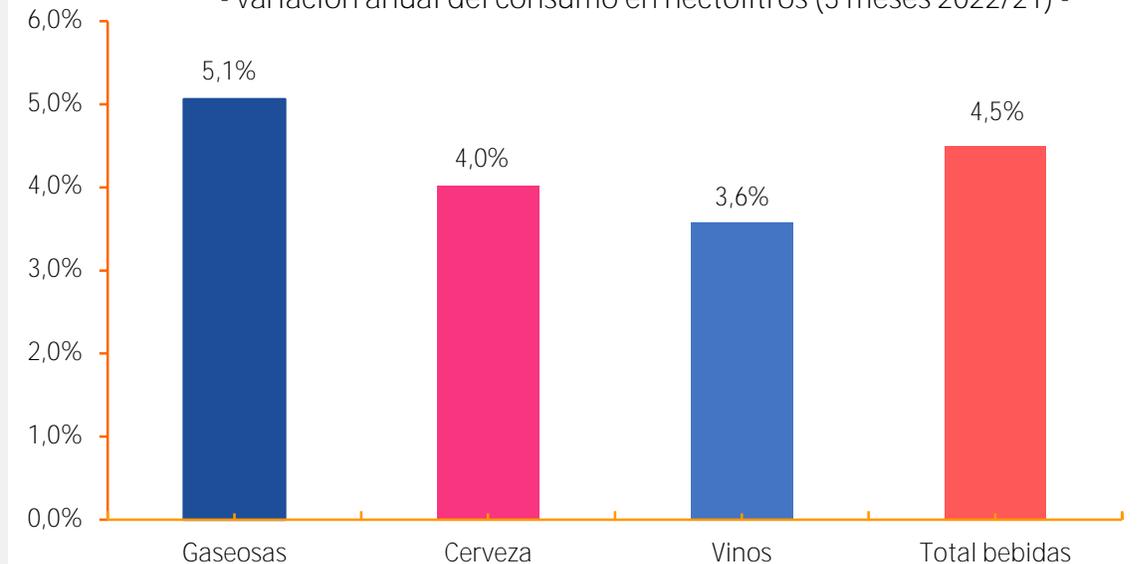
Ventas Anuales de Bebidas (en miles de hectolitros)



Fuente: Elaboración propia en base a INV, Indec y Cámaras Sectoriales

Consumo de Bebidas por Segmento

- variación anual del consumo en hectolitros (3 meses 2022/21) -



Fuente: Elaboración propia en base a INV, Indec y Cámaras Sectoriales

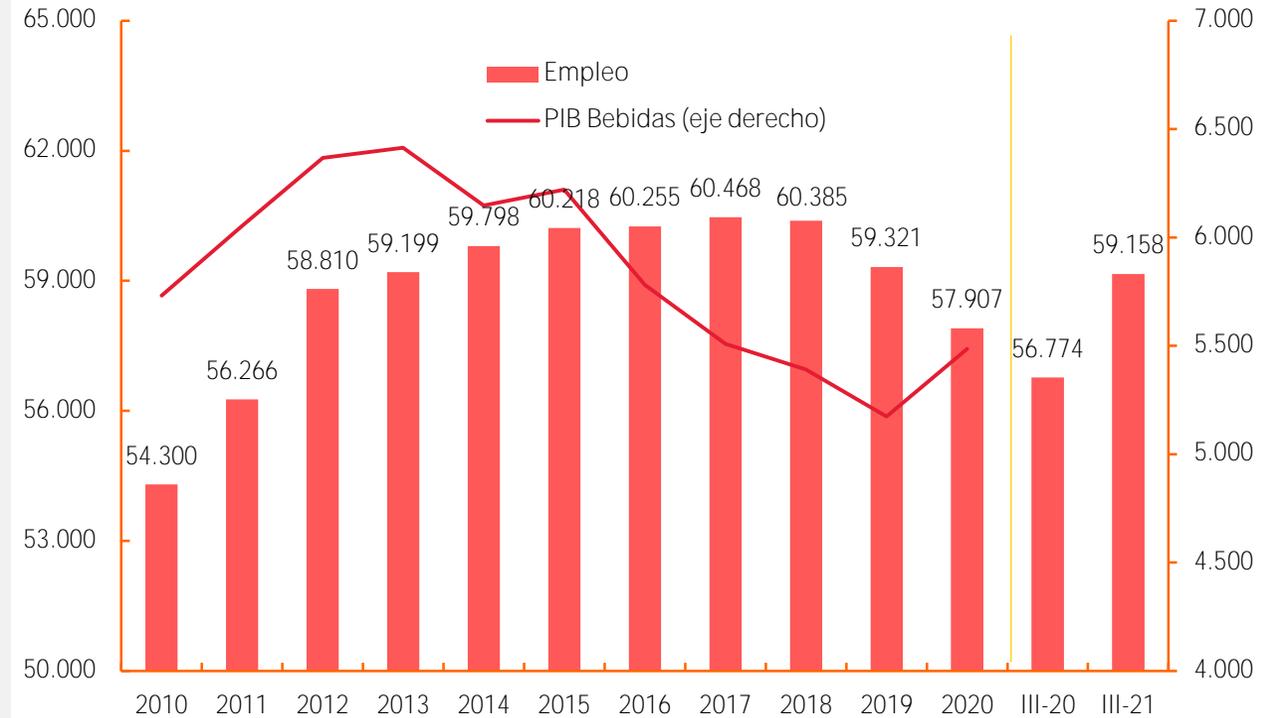
Estructura de Mercado

El sector industrial de bebidas tuvo una participación del 0,82% del Producto Interno Bruto de nuestro país en 2021, lo que equivalió aproximadamente a 4,9 puntos porcentuales de toda la industria. El sector incluye diversas ramas que, en su mayoría, responden a productores internacionales de bebidas.

Según información del Ministerio de Trabajo, el empleo total registrado por el sector de elaboración de bebidas alcanzó en promedio en el tercer trimestre de 2021 a 59.158 empleados repartidos entre el segmento de bebidas gaseosas con 25.037 trabajadores (+1% anual), la industria vitivinícola con 21.406 trabajadores (+6,7% anual), el cervecero con 9486 trabajadores (+8,4% anual) y el sector de bebidas espirituosas con 3229 trabajadores (+1,5% anual). En 2020, el 43,2% corresponde a trabajadores empleados en el sector de gaseosas, el 35,9% a empleados en el sector de vinos, y cierran el segmento cervecero (15,4%) y el de bebidas espirituosas (5,5%) con porcentajes menores.

Según información del Ministerio de Trabajo, en 2018 el sector bebidas contaba con un total de 1704 empresas. De ese total, 884 firmas pertenecen al sector de bebidas no alcohólicas (51,9%), 563 empresas vitivinícolas (33%), 225 empresas productoras de cerveza (13,2%) y 32 firmas que elaboran bebidas espirituosas (1,9% del total).

PIB y Empleo Formal en el Sector de Bebidas
- puestos de trabajo y \$ constantes (2004) -



Fuente: Elaboración propia en base a INDEC y OEDE

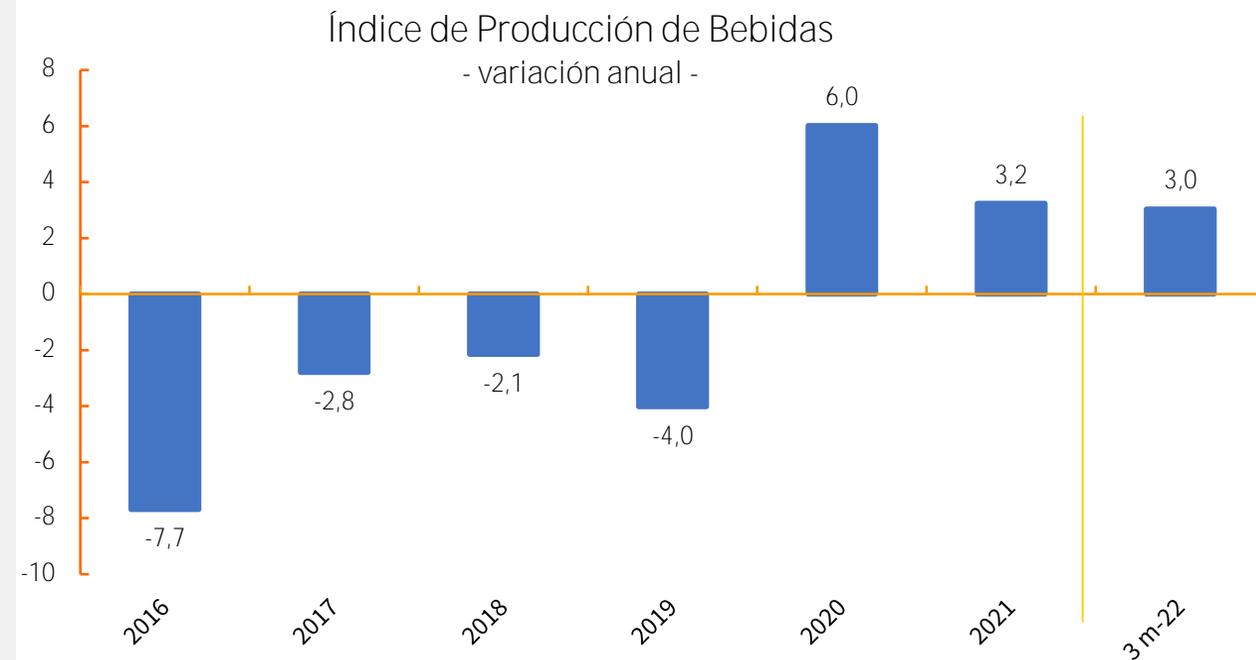
Oferta

Tras crecer en 2020 y 2021, la elaboración total de bebidas exhibió un nuevo aumento de 3% en el primer trimestre de 2022, aunque esta suba se explica por el crecimiento en la producción de bebidas gaseosas, cervezas y bebidas espirituosas, que crecieron en conjunto 6,3%. En efecto, la producción de vinos en el primer trimestre exhibe un deterioro interanual de 2,7%, tras ya caer 3,7% en 2021.

El segmento de bebidas gaseosas, cervezas y bebidas espirituosas aumentó marginalmente 0,1% en 2020, según el INDEC, tras verificar una caída productiva de 11,1% en 2019, con lo cual se mantuvo en bajos niveles tras un año de desplome productivo. En 2021, la producción de esta categoría verificó una expansión anual de 8,8%, según el INDEC, aunque mantuvo en un nivel menor al de 2018.

La fuerte demanda interna y externa generaron un aumento de 14,5% en la producción de vinos en 2020 (tras crecer 8,4% en 2019), según el INDEC. En 2021, la producción de vinos verificó una merma anual de 3,7%. En cuanto al segmento primario, tras dos magras vendimias (2020 y 2021), en 2022, la cosecha de uva sería nuevamente floja (por heladas), y se ubicaría por debajo de 20 millones de quintales, cayendo fuertemente (22,2 millones de quintales en 2021) y dejando poca materia prima.

La producción de vino en los meses venideros se vería afectada por la magra vendimia de 2022, que fue afectada por factores climáticos. La elaboración de bebidas gaseosas, cervezas y bebidas espirituosas permanecerá estable, dada la evolución esperada del consumo interno.



Fuente: Elaboración propia en base a INDEC

CLAVES DE LA OFERTA

La producción de bebidas exhibe un incremento en el primer trimestre del año, impulsada por el aumento en la fabricación de bebidas gaseosas, de cervezas y bebidas espirituosas.

La elaboración de vinos cayó en estos meses, y seguiría en baja en lo que resta del año por una magra cosecha de uvas en 2022.

Bebidas sin Alcohol

VENTAS INTERNAS

5,1%

Var. % Acumulada 3M 2022

VENTAS 3 MESES 2022

8,6

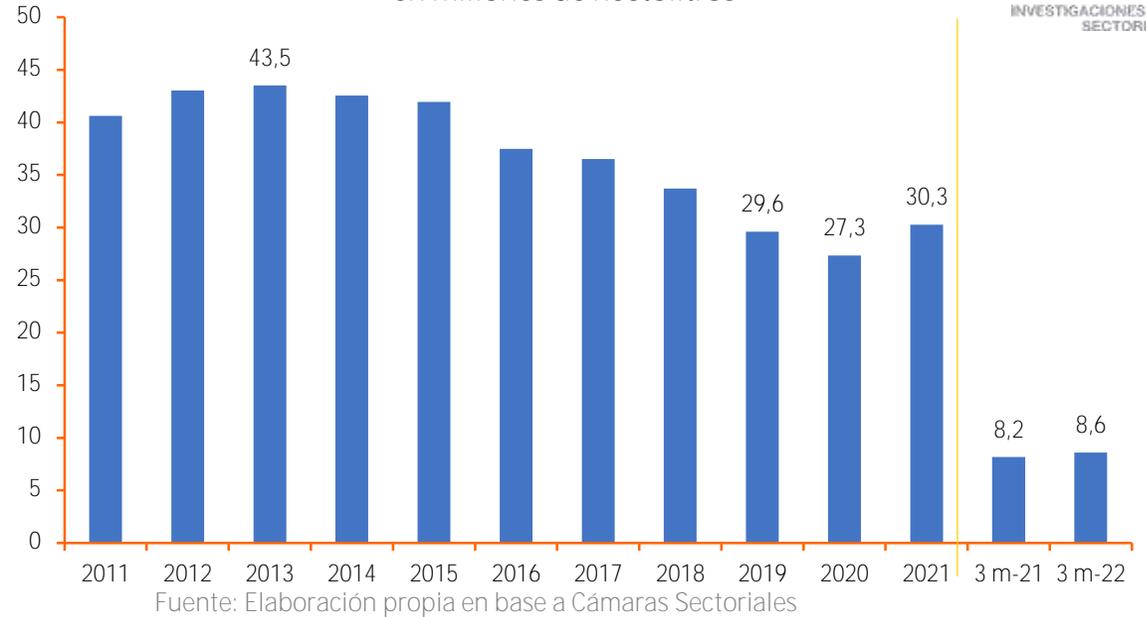
Millones de Hectolitros

En el primer trimestre de 2022, el consumo interno de bebidas sin alcohol creció 5,1% respecto al año previo, con un total de 8,6 millones de hectolitros vendidos. El mundial de fútbol de Qatar, que se desarrollará por primera vez en el verano de nuestro país, estimulará la demanda en el último bimestre. No obstante, el consumo del segmento se ubica un 25% por debajo del nivel de ingesta de una década atrás, y permanecerá en bajos niveles en 2022, lejos de los niveles históricos (el consumo de bebidas sin alcohol promedió 40 millones de hectolitros entre 2007 y 2016 contra 30 millones de hectolitros en 2021).

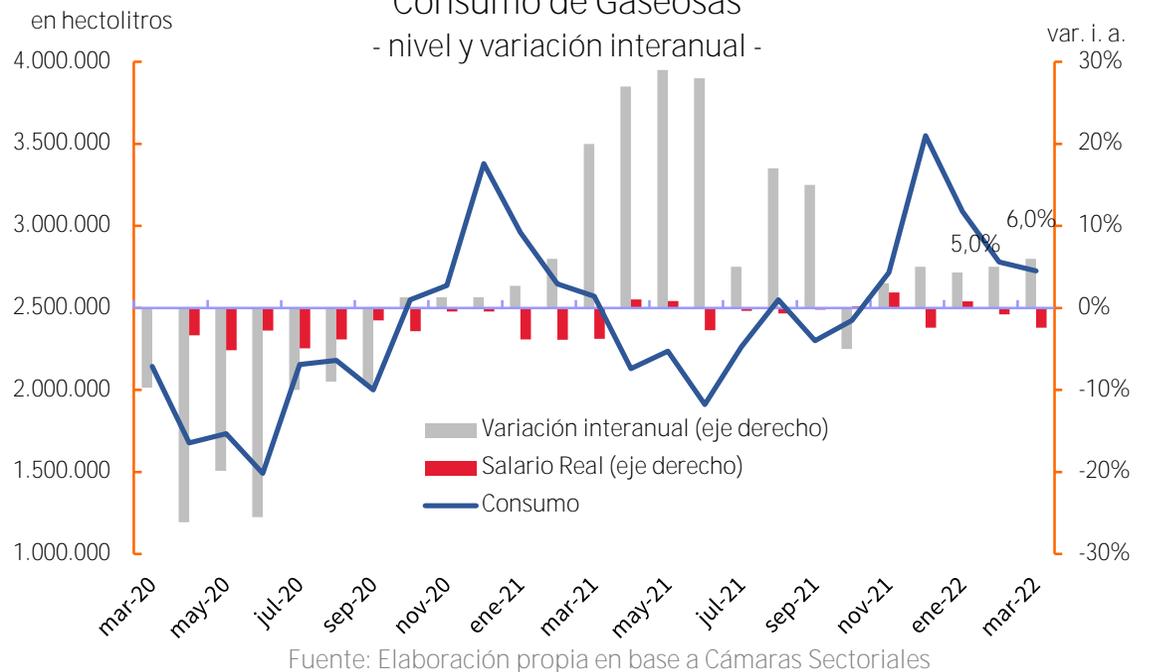
En 2021, las ventas de bebidas sin alcohol crecieron 10,7% respecto de 2020, y totalizaron un consumo de 30,3 millones de hectolitros, un aumento anual que interrumpió siete caídas entre 2014 y 2020. La mejora del consumo masivo en el segundo semestre del año por la mayor actividad económica, favoreció la venta de bebidas gaseosas el último año

El consumo del segmento se mantendrá estable en 2022, pero con un nivel de ventas en bajos niveles históricos. La poca recuperación del salario real por la elevada inflación, afectará el consumo masivo este año, que no podrá recuperarse en el corto plazo.

Consumo de Gaseosas
- en millones de hectolitros -



Consumo de Gaseosas
- nivel y variación interanual -



BEBIDAS SIN ALCOHOL

La pérdida de poder adquisitivo de la población en los últimos años fomentó el avance de las segundas marcas elaboradas por pymes, que ganaron participación de mercado al ofrecer productos más económicos, y por ende, más demandados en el contexto de caída de salarios reales. Así, las multinacionales del sector enfrentan limitaciones para sostener el diferencial de precios de sus marcas líderes.

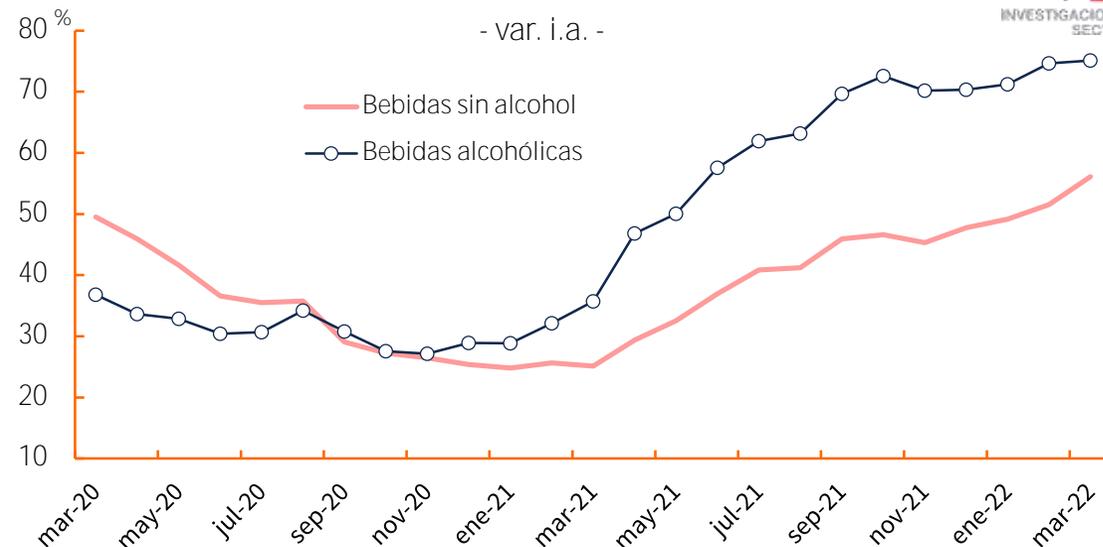
En el primer trimestre de 2022, el consumo de bebidas sin alcohol por habitante aumentó 3,9%, promediando 75,5 litros per cápita en el año, mientras que las ventas de bebidas sin alcohol sumaron \$ 140.000 millones, un aumento anual acumulado de 58%. En 2021, el consumo de bebidas sin alcohol por habitante había aumentado 9,5%, al promediar 67 litros per cápita en el año. En 2021, las ventas de bebidas sin alcohol en dólares crecieron 10%, casi llegando a USD 4000 millones.

De acuerdo con el Índice de Precios de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, el precio del segmento de aguas minerales, gaseosas y jugos acumuló un aumento del 15,4% a marzo de 2022, menor a la suba del nivel general de precios en este período (16,1%) del INDEC.

Por otro lado, las grandes marcas de gaseosas están orientando sus estrategias para aumentar las ventas de sus productos en los canales tradicionales, es decir, buscan fortalecer sus ventas en comercios de barrio. El mayor volumen de venta de las gaseosas tradicionales, no se comercializa en grandes supermercados sino en pequeños comercios de barrio. Cabe resaltar que el grupo cervecero CCU se convirtió en accionista minoritario de Aguas Danone, lo que le permite al grupo chileno ingresar en una nueva categoría de bebidas en el país.

Precios al Consumidor de Bebidas sin Alcohol

- var. i.a. -



Fuente: Elaboración propia en base a IPC-CABA

Consumo de Bebidas sin Alcohol Per Cápita

- litros por habitante -



Fuente: Elaboración propia en base a Cámaras Sectoriales

Cerveza

VENTAS INTERNAS

4%

Var. % Acumulada 3M 2022

VENTAS 3 MESES 2022

6,7

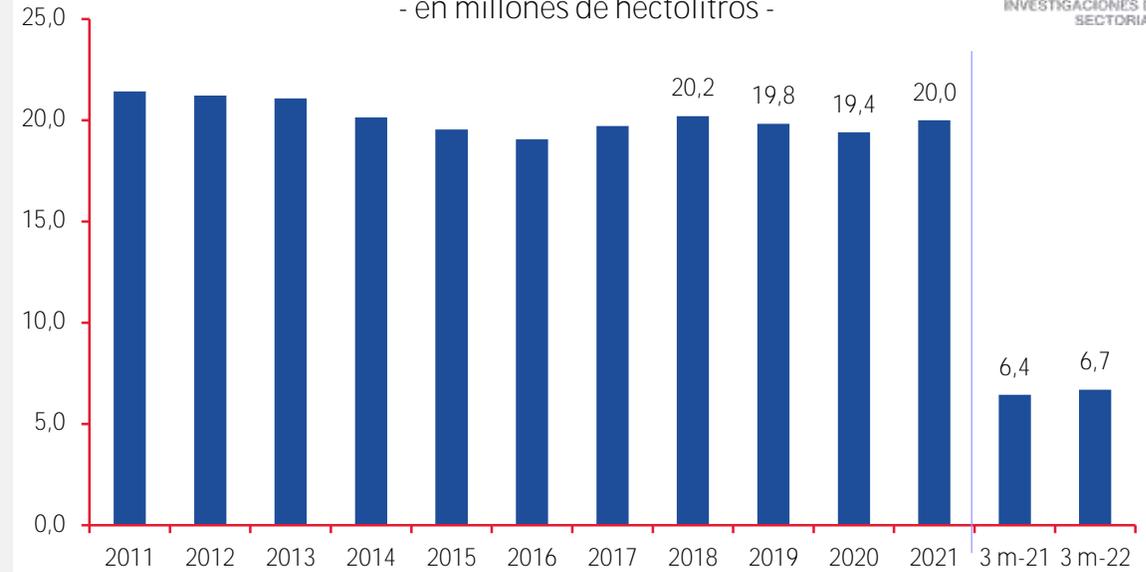
Millones de Hectolitros

Las ventas internas de cerveza exhibieron un incremento de 4% en el primer trimestre de 2022, al totalizar 6,7 millones de hectolitros. Los nuevos hábitos que trajo la pandemia, como el mayor consumo en el hogar y ventas online, continúan favoreciendo al sector. Se destaca la recuperación del segmento de cervezas artesanales, que había sufrido un derrumbe en 2020 por la pandemia y el cierre de bares.

Los despachos de cerveza al mercado interno habían crecido 3,1% en 2021, llegando a 20 millones de hectolitros. El segmento cervecero se benefició en 2021 con la reapertura con aforo de bares y restaurantes favorecieron las ventas a través del canal comercial. Si bien la recuperación del consumo fue menor el año pasado a la de otros segmentos, las ventas de cerveza no habían verificado una fuerte merma en 2020, gracias al mayor consumo en el hogar y ventas *online*.

Ante la aparición de segundas marcas que compiten con las tradicionales, las grandes empresas adoptaron estrategias para competir en este segmento. Cervecería y Maltería Quilmes lanzó la marca Hanover para competir en el segmento (con precios casi a mitad de precio que la Stella Artois o Heineken).

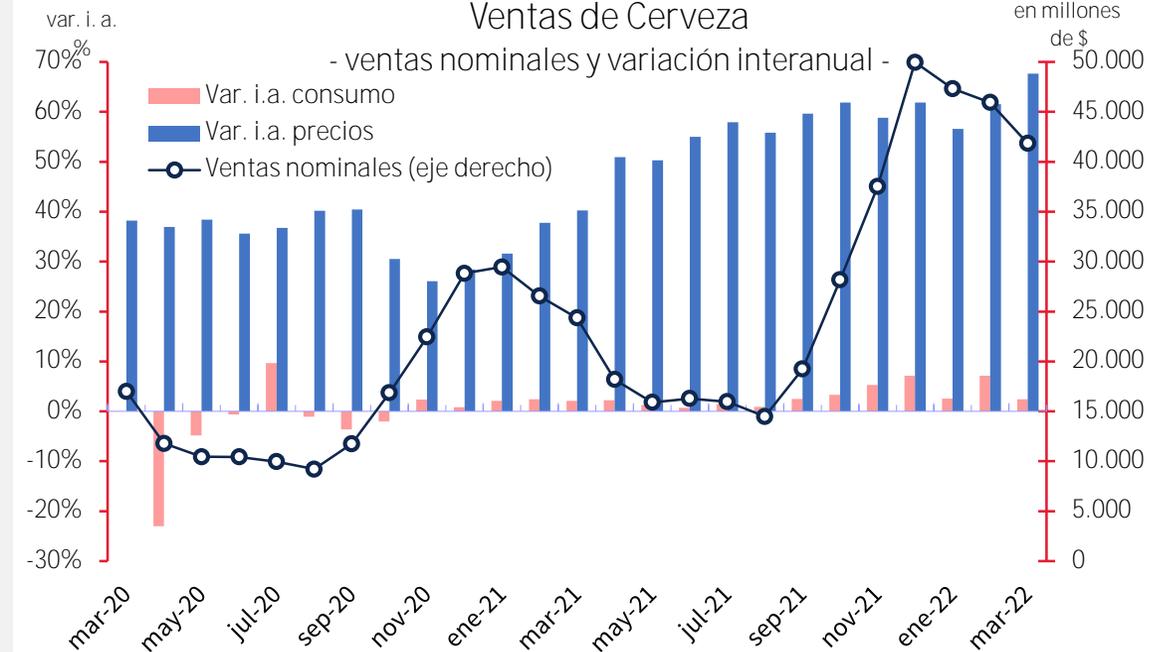
Consumo de Cerveza - en millones de hectolitros -



Fuente: Elaboración propia en base a Cámaras Sectoriales y del mercado

Ventas de Cerveza

- ventas nominales y variación interanual -



Fuente: Elaboración propia en base a IPC-CABA

CERVEZA

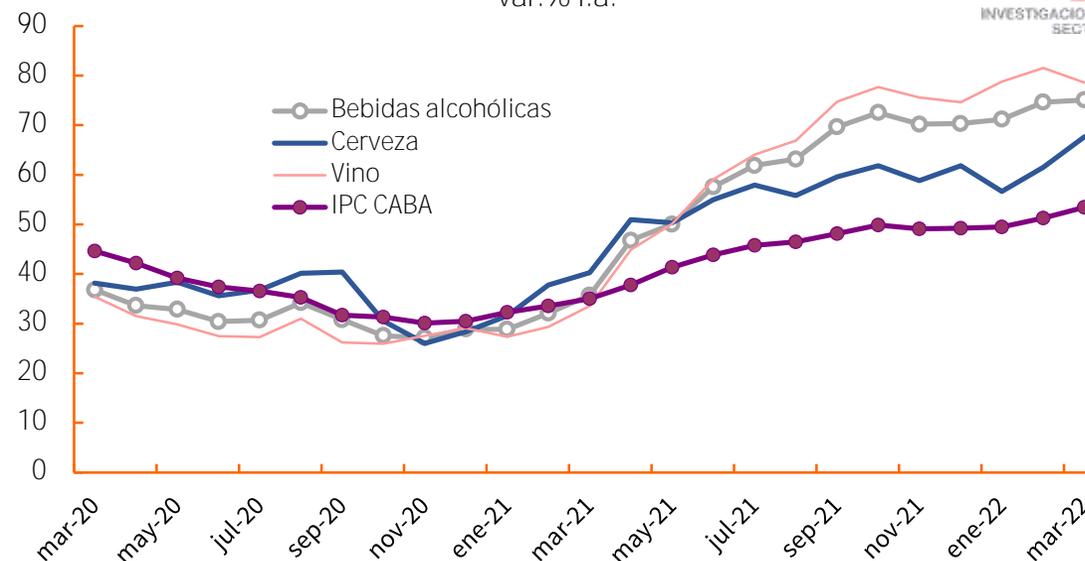
Las ventas nominales de cerveza en el primer trimestre de 2022 totalizaron \$135.000 millones, una suba anual de 68,1%. La reapertura de bares, restaurantes y en particular, cervecerías, le volvió a dar aire al segmento de cerveza artesanal, que había sufrido un gran impacto por la pandemia. Sus ventas habían caído 90% por el cierre de locales gastronómicos durante la cuarentena. Los ingresos de este segmento dependen casi exclusivamente de ventas a través del canal institucional (98% del total de ventas). Con la vuelta del negocio gastronómico, las empresas han logrado recuperar ventas.

En el acumulado a marzo del año en curso, el precio de la cerveza tuvo un aumento del 18,2%, por encima de la suba de vinos (13,5%) y a la de bebidas alcohólicas (15,2%) en estos meses y de la inflación general acumulada en el año (16,1%) del INDEC. Si bien la evolución de los precios relativos vino/cerveza favorecen al vino en los últimos diez años, la evolución fue favorable a la cerveza a lo largo de 2021 y en lo que va de 2022. En 2020, la relación de precios cayó a 0,52 litros de cerveza por litro de vino, mientras que en 2021, la relación promedio del año fue de 0,53 litros de cerveza por litro de vino, una leve mejora para la cerveza. En el primer trimestre de 2022, el ratio promedió 0,54 litros de cerveza por litro de vino.

En el acumulado a marzo de 2022, el consumo de cerveza por habitante tuvo un aumento de 2,9% respecto del mismo período de 2021, al ubicarse en 58,9 litros por habitante. Hacia adelante, la producción de cervezas industriales continuaría recuperado sus volúmenes pero a un ritmo lento, por la competencia del vino, cervezas artesanales y la irrupción de la coctelería.

Precios al Consumidor de Cerveza

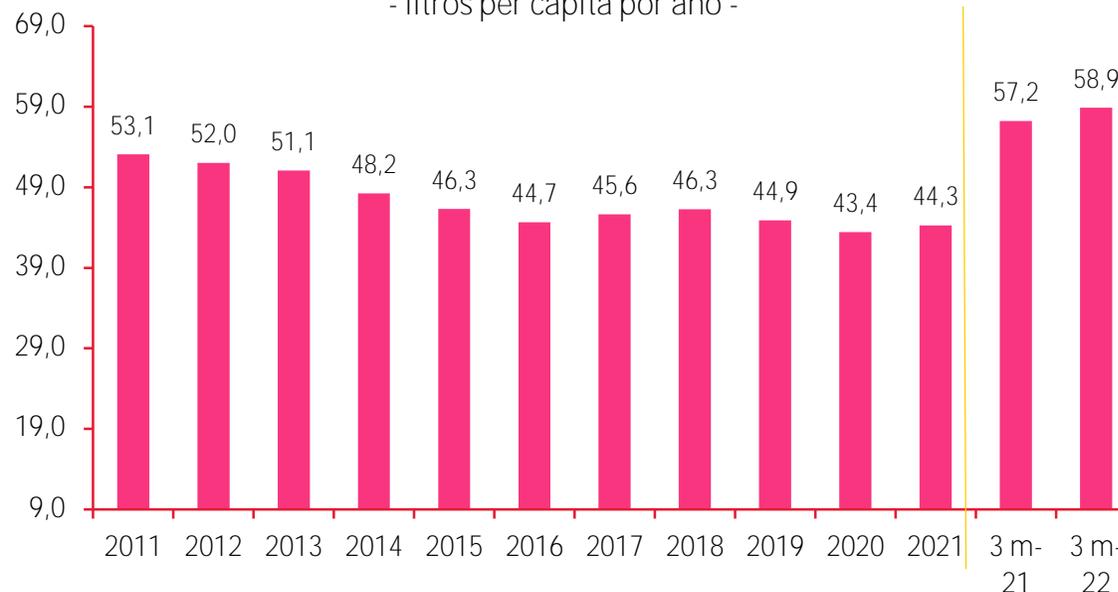
- var.% i.a. -



Fuente: Elaboración propia en base a IPC-CABA

Consumo de Cerveza

- litros per cápita por año -



Fuente: Elaboración propia en base a Cámaras Sectoriales

Vino y Champagne

VENTAS INTERNAS

3,6%

Var. % Acumulada 3M 2022

PRODUCCIÓN

-2,7%

Var. % Acumulada 3M 2022

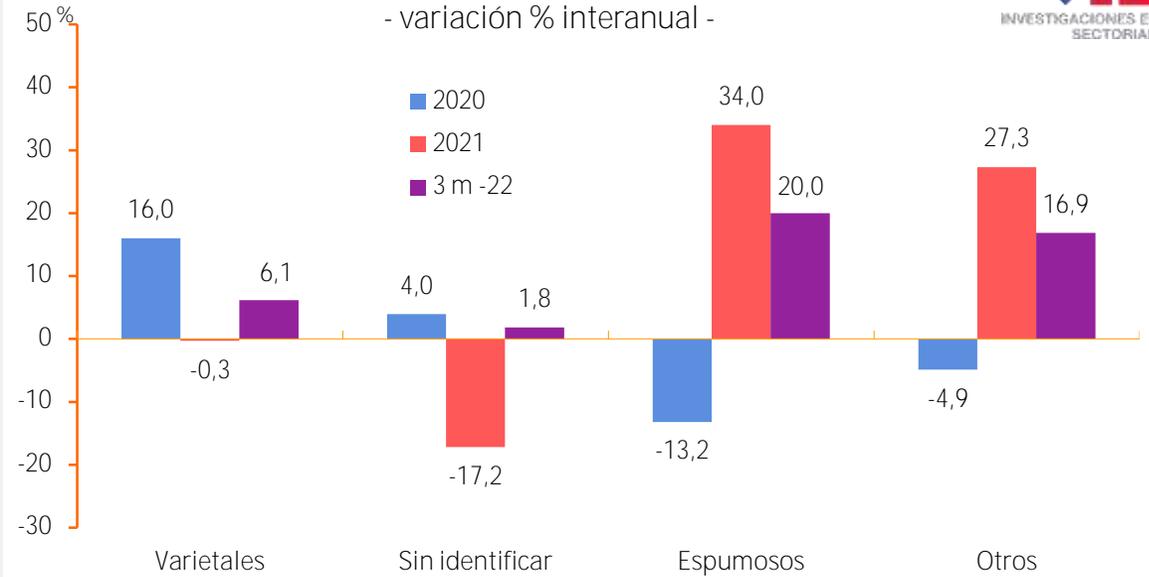
Tras caer 11,3% en 2021, las ventas internas de vino crecieron 3,6% en el primer trimestre de 2022, con un consumo total de 1,85 millones de hectolitros. El consumo de vinos varietales sigue ganando participación en el *mix* de comercialización del sector, denotando un aumento del consumo *premium*. Otro segmento que verifica un fuerte repunte en el año en curso, es el de vinos espumosos (tras crecer 34% en 2021), mientras que las ventas de los vinos de menor valor crecen pero a una tasa menor al promedio sectorial. Por otro lado, la confirmación de una mala cosecha de uva, que caería casi 13% en 2022, afectará la oferta de materia prima para vinificar a lo largo del año, y podría impactar en el consumo.

Tras un descenso marginal de 0,3% en 2021 (tras el récord de 2020), el consumo de vinos varietales subió 6,1% en el acumulado a marzo (29,6% de las ventas de vinos), mientras que los vinos sin identificar aumentaron 1,8% en este período (66,6% de las ventas). Los espumantes verificaron un sólido aumento del 20% en el primer trimestre (habían caído 34% en 2021).

El sector sigue enfrentando una escasez de insumos, ya que faltan botellas (no da abasto la producción local) y la exportación enfrenta problemas logísticos por falta de contenedores y barcos.

Despacho al Consumo Interno de Vino por Tipo

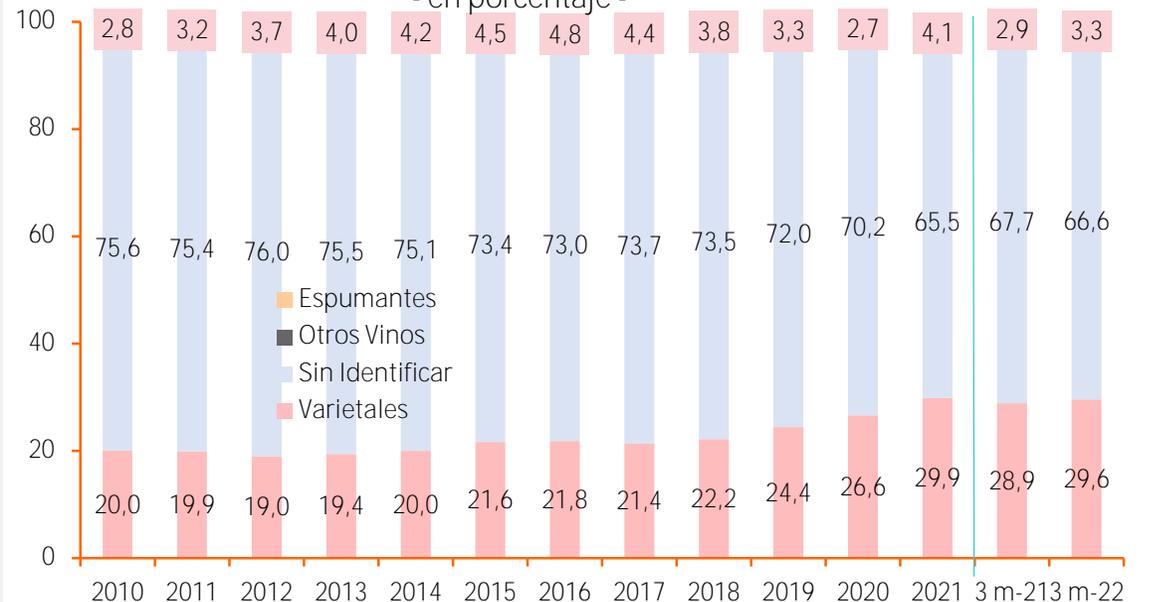
- variación % interanual -



Fuente: Elaboración propia en base al INV

Participación del Consumo de Vino por Segmento

- en porcentaje -



Fuente: Elaboración propia en base al INV

VINO Y CHAMPAGNE

Las exportaciones de vinos crecieron en valores pero cayeron en volúmenes en 2021, y fueron el principal factor de crecimiento el último año, producto del récord de ventas externas del segmento varietal (en volúmenes). En el primer trimestre del corriente año, las ventas externas de vinos caen en valores (4,4%) y cantidades (15,3%). La mema de las exportaciones en el año en curso obedece a distintos factores. Por un lado, existen problemas logísticos que comenzaron con la pandemia, ya que la falta de barcos y contenedores afecta el comercio global. Por otro lado, la industria perdió competitividad por la apreciación real del tipo de cambio en el último año, que atenuó la rentabilidad del negocio exportador.

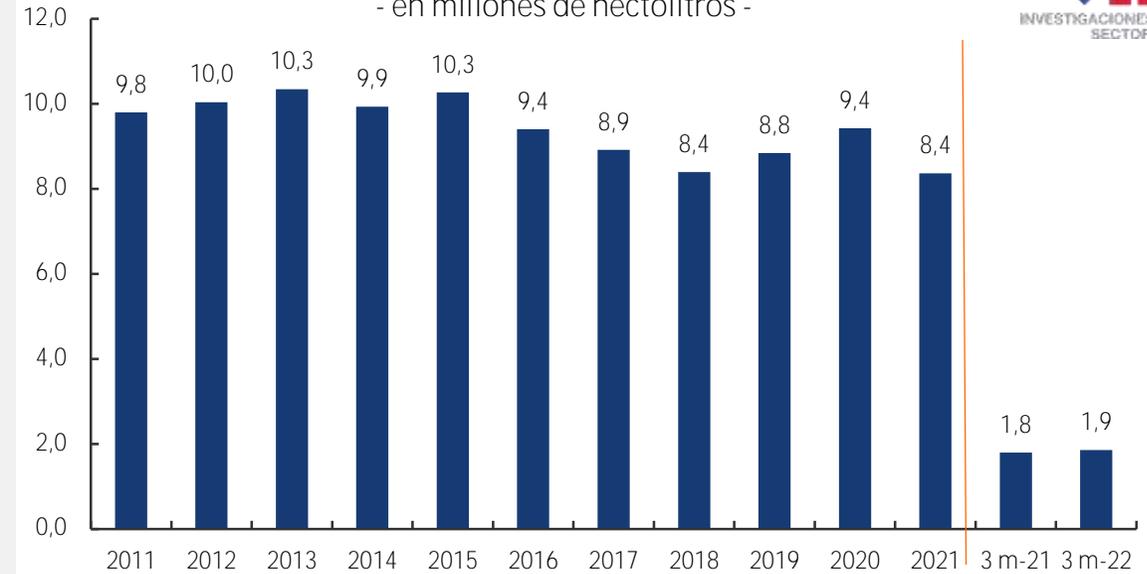
En efecto, la devaluación tipo de cambio en 2018 y 2019 había permitido recuperar el equilibrio financiero y mejorar la competitividad de las exportaciones de vinos vía precios. Dado el contexto de un tipo de cambio más depreciado, se recuperó los vinos del segmento de entre USD 24 y USD 30 dólares la caja. Así, los vinos de media y baja gama (el 75% del consumo mundial) lograron recuperar terreno en los mercados externos. Sin embargo, el tipo de cambio real que rige actualmente perdió competitividad a lo largo de 2021.

De todos modos, las bodegas cuentan con la mejor escala productiva, estructura tecnológica, y humana (agrónomos y enólogos) de su historia, que se suma a la buena reputación de los vinos argentinos en el mundo. La buena calidad del vino sigue atrayendo inversiones en el sector, con nuevas plantaciones de viñedos, bodegas y espacios turísticos.

En los tres meses del año la facturación trepó 87%, con ventas que totalizaron \$ 57.700 millones entre enero y marzo (habían crecido 41,6% en 2021).

Despacho de Vino al Mercado Interno

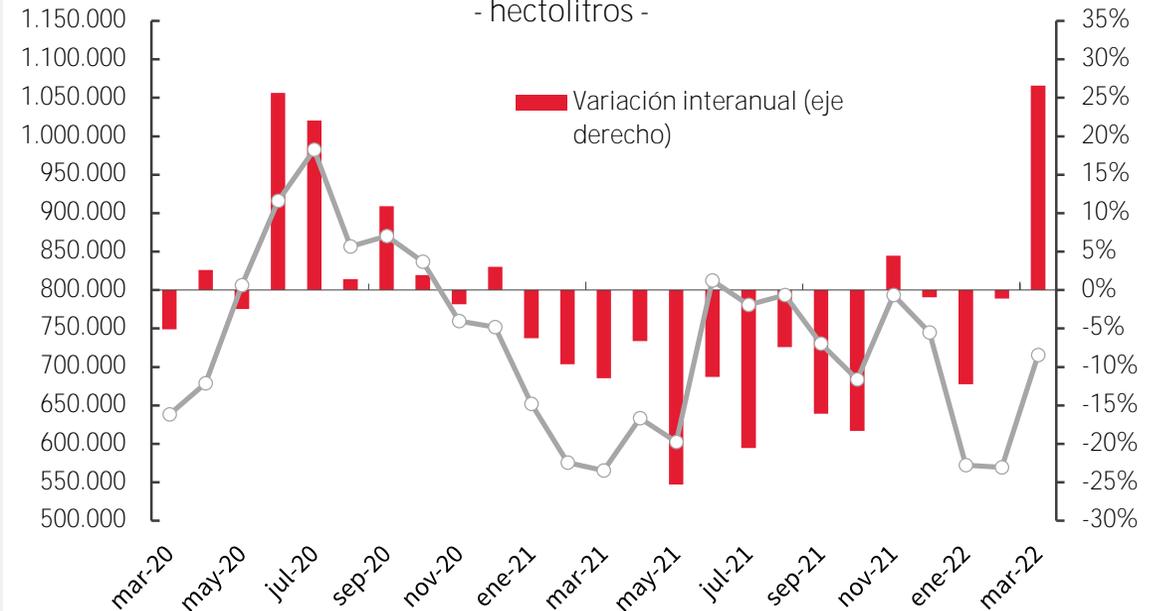
- en millones de hectolitros -



Fuente: Elaboración propia en base a INV

Consumo de Vino

- hectolitros -



Fuente: Elaboración propia en base a IPC-CABA

VINO

Tras el alto nivel de ventas de vinos varietales en 2021, el consumo interno del segmento varietal sigue creciendo en el primer trimestre del año.

No obstante, el sector se prepara para comenzar a fraccionar el vino de una magra vendimia 2022, que afectará la oferta de materia prima para vinificar. Además, persiste el problema de abastecimiento de botellas.

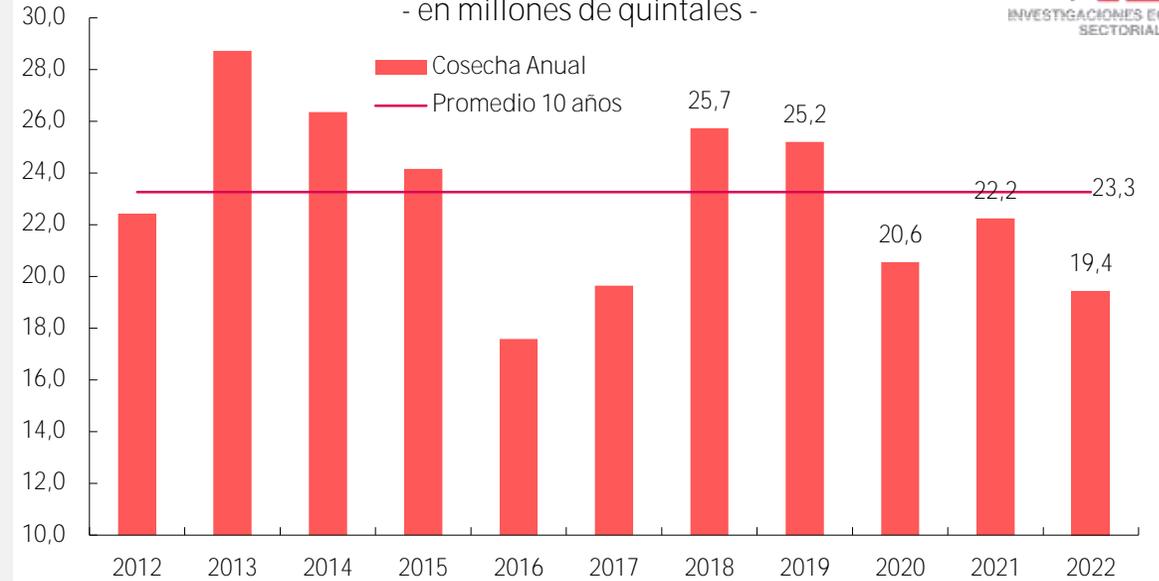
VINO Y CHAMPAGNE

Tras dos buenas cosechas en volúmenes en 2018 y 2019, que dejaron buenos *stocks* de vinos, en 2020 y 2021 la cosecha de uvas arrojó producciones primarias inferiores al promedio de la última década (la cosecha de 2020 había caído 18,4% anualmente y en 2021 apenas creció 8,2%). De esta manera, el sector obtuvo dos años consecutivos una cosecha de uvas por debajo del promedio histórico, que afectó la producción y las ventas totales de vinos en 2021. La cosecha de 2022 sufrió granizo y heladas, y se estima en 19,4 millones de quintales, con una caída anual de 12,6%, que dejará oír tercer año consecutivo una escasa cosecha física de uvas, que afectará la oferta de materia prima para producción y exportaciones a lo largo del año.

El consumo de vino per cápita alcanzó en 2021 el menor nivel de ingesta histórica (18,5 litros/habitante por año). En el primer trimestre de 2022, la ingesta per cápita fue de 16,3 litros, un crecimiento del 2,4% respecto al mismo período del año previo. En el mercado interno, se observaron ciertos cambios estructurales en los últimos años, con un consumidor que se inclina cada vez más por vinos varietales de mayor calidad, en desmedro de los vinos de bajo precio.

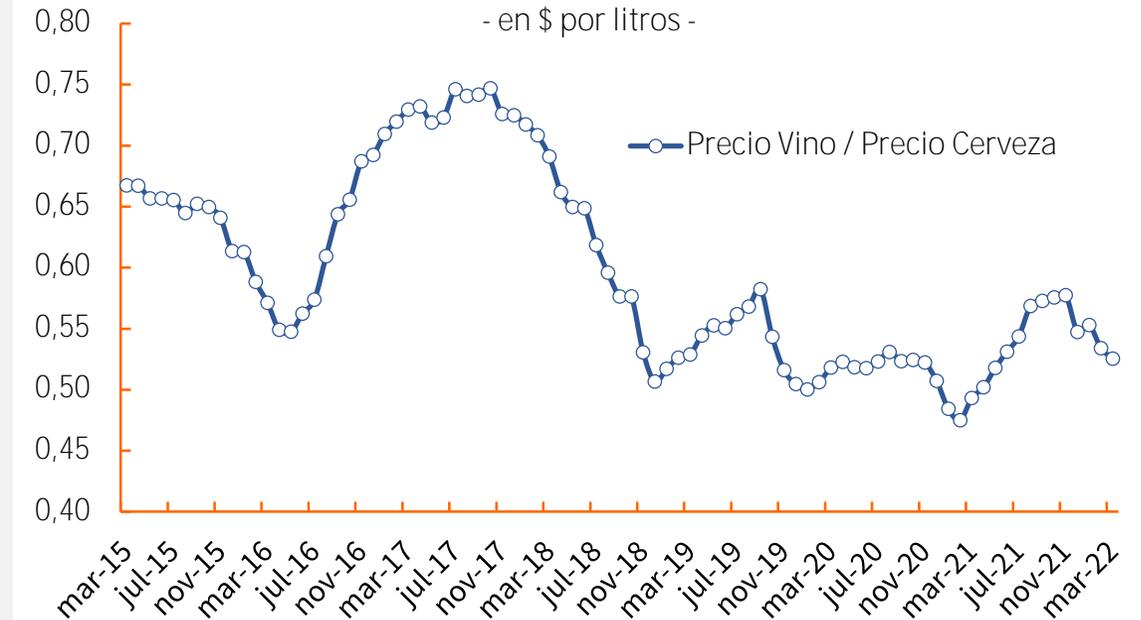
Según el IPC- CABA, los precios minoristas del vino acumularon un aumento del 13,5% a marzo de 2022, y exhibieron un incremento promedio del 79,6% en este período. El precio del vino tuvo un aumento menor respecto a la suba de las bebidas alcohólicas (15,2%) y cervezas (18,2%) en el acumulado del año. Con respecto a los precios relativos vino/cerveza, se observó un deterioro en el promedio del año, con respecto a la cerveza, ya que la relación subió a 0,54 litros de cerveza por litro de vino en el primer trimestre. Si bien el precio del vino acumula una suba menor a marzo (versus diciembre), en el cálculo del promedio acumulado, el vino exhibe un aumento mayor a la cerveza, explicando el deterioro del precio relativo.

Cosecha Vitivinícola
- en millones de quintales -



Fuente: Elaboración propia en base a INV

Relación Vino - Cerveza
- en \$ por litros -



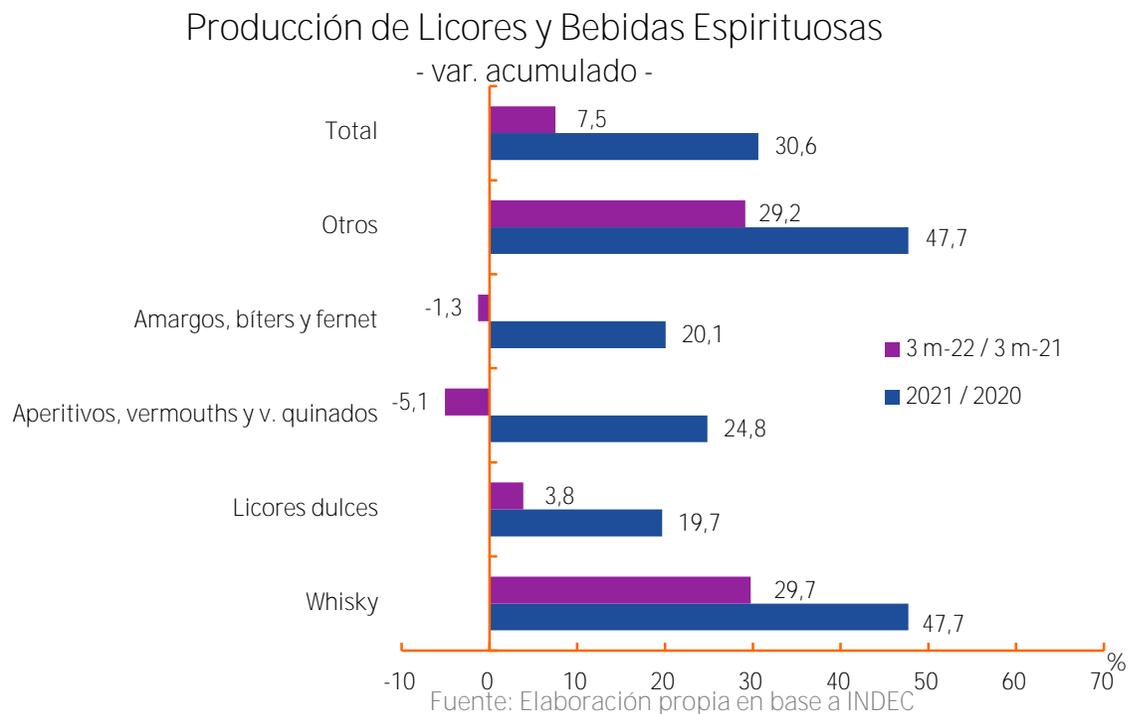
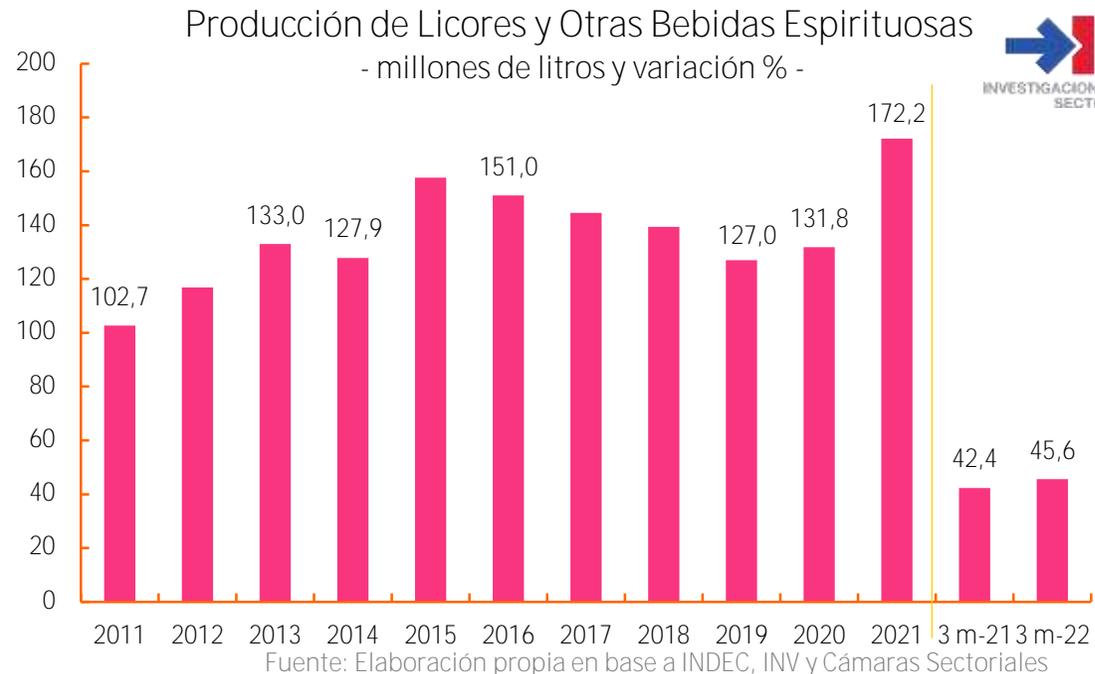
Fuente: Elaboración propia en base a INV

Licores y bebidas espirituosas



Tras crecer 30,6% en 2021 y alcanzar un nuevo récord productivo, la producción de licores y bebidas espirituosas verifica un aumento de 7,5% en el primer trimestre de 2022, al totalizar cerca de 45 millones de litros (datos preliminares). La mejora en la producción respondió a que las ventas de licores y bebidas espirituosas se recuperaron con firmeza en 2021, particularmente bebidas de marcas *premium*, destacándose el gin y el vodka, pero también aquellas de los principales segmentos como Amargos y Bitters por un lado, y Aperitivos y Vermouths por otro. En particular, se destaca la buena performance de marcas como tradicionales Cinzano (70% de mercado), así como productos *premium* como Aperol, y el Campari.

Al desglosar la producción por segmentos, se observa que el volumen producido de amargos, bítters y fernet totalizó 15 millones de litros en el acumulado a marzo, un descenso acumulado de 1,3%, tras crecer 20% en 2021 (con una participación de mercado del 33% en 2021). La elaboración de aperitivos y vermut, segunda en importancia (23,5% del total producido), alcanzó a una producción de 11 millones de litros en estos meses, lo que significó una caída acumulada marzo de 5,1% (24,8% de aumento en 2021).



LICORES y BEBIDAS ESPIRITUOSAS

Por su parte, la elaboración de licores finos y cremas trepó 3,8% en el acumulado a marzo de 2022, con 2 millones de litros (tras crecer 19,7% en 2021). La producción conjunta de *whisky* y otras bebidas espirituosas (abarca bebidas alcohólicas como vodka, gin, tequila, cañas, entre otras) registró una expansión de 47,7% en 2021, y acumula un alza de 30% en el trimestre. La categoría *whisky* habría crecido en torno al 5,8% en el primer trimestre del año.

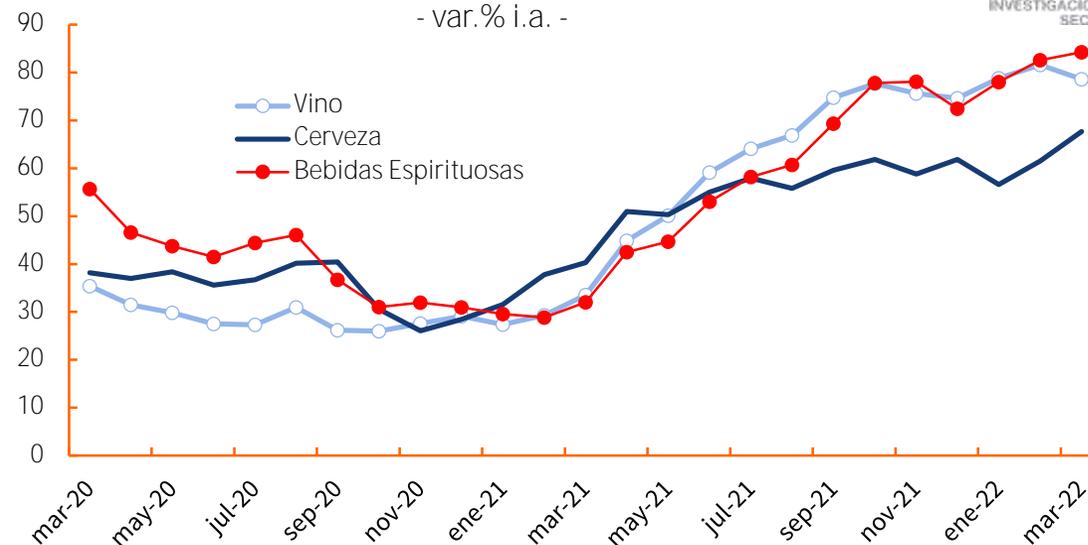
En enero de 2021, el Gobierno impuso restricciones a la importación de bebidas espirituosas de lujo (*whisky*, licores y otras bebidas que superen los USD 50 por litro). La medida impone restricciones para la financiación de las importaciones de estos bienes suntuarios. Ante las trabas para importar, el Grupo Campari decidió fabricar en la Argentina el espumante estilo prosecco Cinzano Pro-Spritz, que permitirá reducir un 40% los costos, y sustituir importaciones.

El sector de bebidas espirituosas fue alcanzado por la reforma impositiva de 2018, ya que los impuestos al *whisky*, coñac, brandy, ginebra, pisco, tequila, gin, vodka, ron y toda otra bebida espirituosa que supere los 30 grados de alcohol subieron del 20% al 29%, mientras que se mantuvo en 20% la alícuota para el resto de las bebidas de entre 10 y 29 grados de alcohol, a la vez que tributan 8% las bebidas que tengan menos de 10 grados de alcohol en volumen, excluidos los vinos, las sidras y las cervezas.

El consumo por habitante de licores y bebidas espirituosas subió hasta los 3,8 litros por habitante en 2021, aumentando 3,5% en el primer trimestre (4 litros por habitante). Según el IPC-CABA, el precio de las bebidas espirituosas, destilados y licores acumuló una suba del 19,9% a marzo, mayor a la suba del rubro de bebidas alcohólicas (15,2%), al rubro bebidas (14,7%) y a la inflación general (16,1%).

Precios al Consumidor de Bebidas Alcohólicas

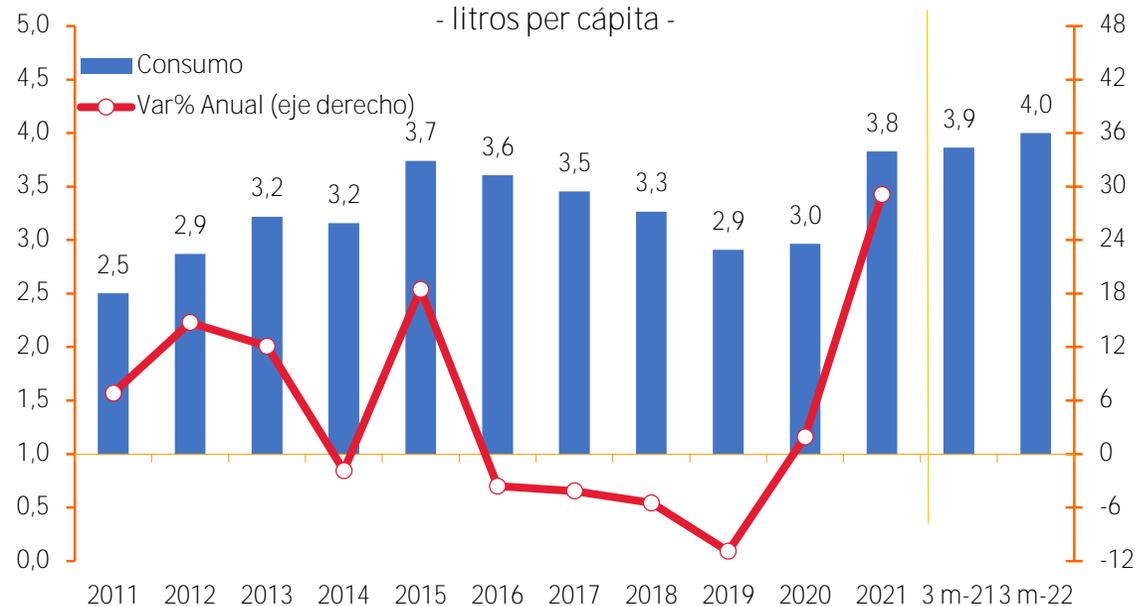
- var.% i.a. -



Fuente: Elaboración propia en base a INV

Consumo de Licores per Cápita

- litros per cápita -



Fuente: Elaboración propia en base a INV

CLAVES DE LA DEMANDA

El consumo interno de bebidas aumentó en todos los segmentos en el primer trimestre de 2022.

No obstante, tanto en vinos como en gaseosas, permanecen en bajos niveles históricos. Además, el deteriorado poder adquisitivo será un factor que incida sobre el consumo masivo.

Comercio Exterior

EXPORTACIONES (VOL)

-11,7%

Var. % Acumulada 3M 2022

EXPORTACIONES (USD)

-2,4%

Var. % Acumulada 3M 2022

En el primer trimestre de 2022, las exportaciones de bebidas totalizaron USD 216,5 millones, una caída de 2,4% con respecto al año previo, mientras que en cantidades, los despachos totales de bebidas cayeron 11,7% en estos meses. La menor merma relativa en los valores obedece al mayor precio medio de exportación, gracias a la venta externas de vinos varietales de mayor valor.

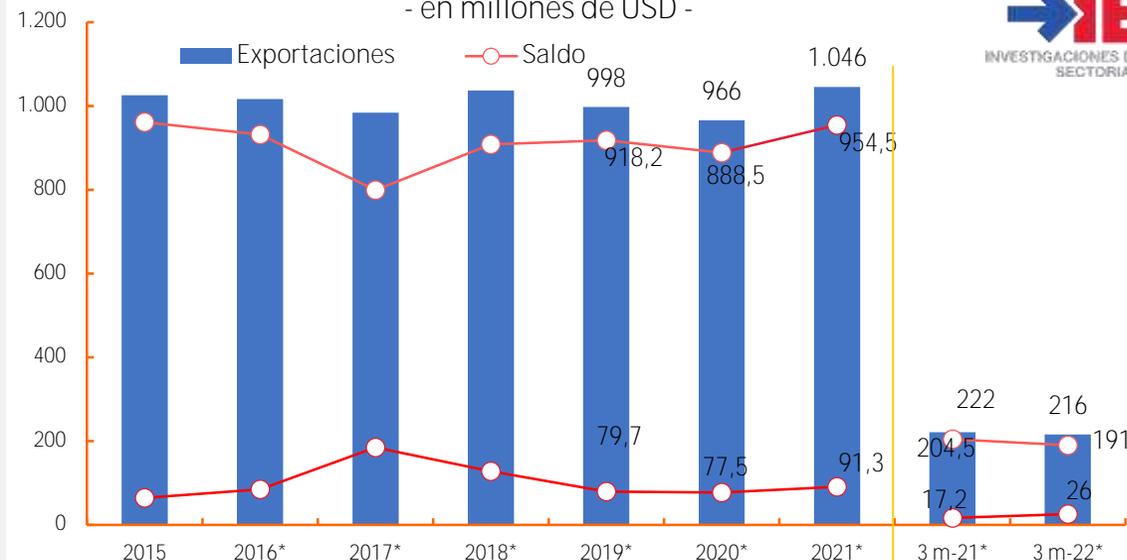
Las exportaciones de vinos en volúmenes tuvieron una caída de 15,3% en el primer trimestre del año (tras caer 16,5% en 2021), mientras que en valores, las exportaciones de vinos tuvieron una disminución de 4,4% y totalizaron unos USD 175,2 millones en lo que va del año. Las ventas externas de mostos totalizaron USD 22 millones en el acumulado a marzo (-3,2%) y 16,3 millones de litros (-24,7%). Las ventas de champagne en este período alcanzaron a un valor de USD 3,7 millones (0,77 millones de litros), con una suba del 48,6% en valores y del 20,2% en volúmenes.

En el acumulado a marzo, se importaron bebidas por USD 25,8 millones, un alza anual del 49,6% (tras crecer 17,8% en 2021), mientras que en volúmenes cayeron 225% (21,7 millones de litros).

INFORME ECONÓMICO SECTORIAL

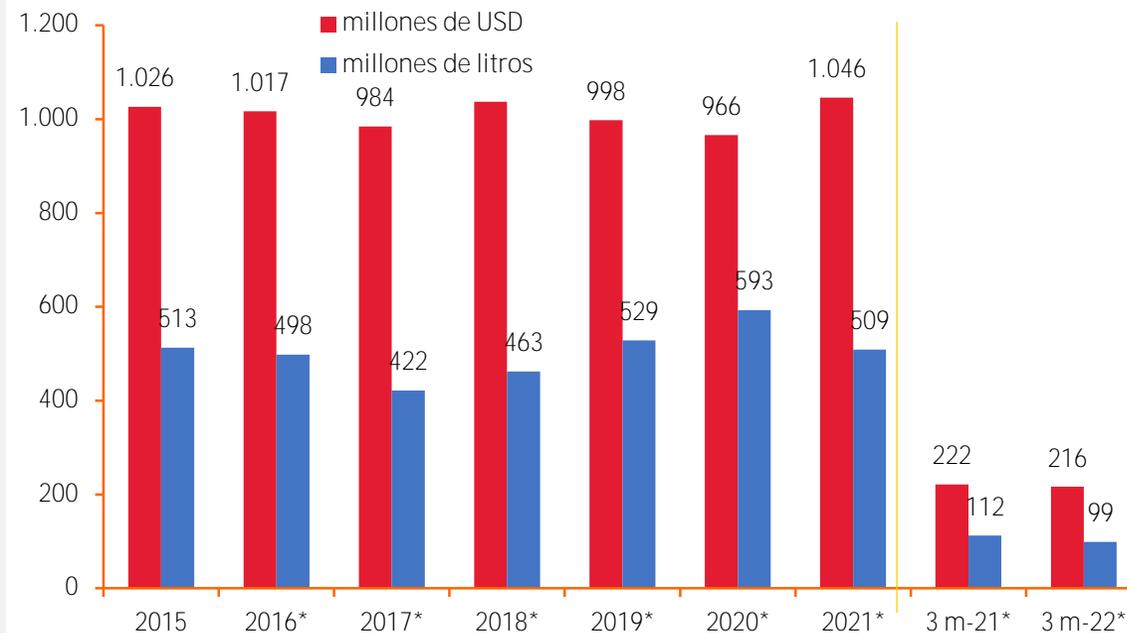
Balanza Comercial del Sector de Bebidas

- en millones de USD -



Fuente: Elaboración propia sobre la base de información de INDEC

Exportaciones Totales de Bebidas



Fuente: Elaboración propia sobre la base de información de INDEC

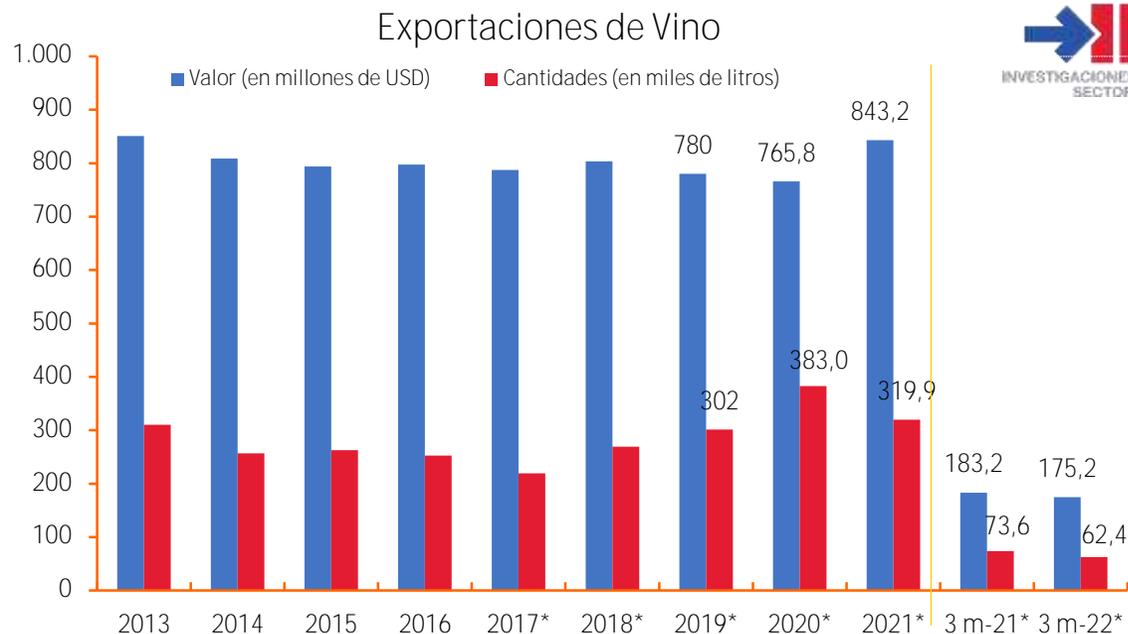
COMERCIO EXTERIOR

Cabe destacar el aumento en las retenciones a las exportaciones de vinos al 4,5% (1 punto adicional) en 2021, aunque el sector había sido beneficiado con un aumento en los reintegros a la exportación del 3,5% al 7% en 2020. Sin embargo, se han eliminado los derechos de exportaciones para las bodegas más pequeñas, que vendan USD 500 mil al año al exterior y un 50% menos del impuesto, para las que venden USD 1 millón.

Con respecto a las exportaciones del resto de las categorías del sector, en el primer trimestre se observó un descenso del comercio exterior en valores de gaseosas, que cayeron 2,4% con respecto al año previo, con ventas por USD 5,9 millones en este período. Por su parte, las ventas externas de cervezas verificaron una rotunda expansión del 35% con respecto al año anterior, con ventas por un valor de USD 3 millones. La sidra, que es el quinto producto en importancia por su volumen vendido, no tuvo exportaciones entre enero y marzo.

En volúmenes, en el primer trimestre de 2022, se destaca la suba de las exportaciones de bebidas gaseosas (4,5%) y en los despachos al exterior de cervezas (40,6%), por la mayor venta del segmento artesanal, ya que el derrumbe del mercado interno en pandemia las impulsó a exportar.

Desglosando la variación de las ventas en lo que va de 2022, se observó que el vino fue el principal componente de la canasta exportadora con el 80,9% del valor exportado por el sector de bebidas. El segundo componente han sido los mostos de uva, que representaron el 10,2% en este período, que junto a los vinos, sumaron una participación del 91,1% de las exportaciones de bebidas en valores. En volúmenes, las exportaciones de vinos representaron el 62,9% del total, mientras que las bebidas gaseosas representaron el 11,5%.



Fuente: Elaboración propia sobre la base de INDEC



Fuente: Elaboración propia sobre la base de INDEC

COMERCIO EXTERIOR

Respecto de los destinos de las exportaciones en valores de la industria vitivinícola en el acumulado de 2022, los envíos de vinos se concentraron en los Estados Unidos (29,5%), en el Reino Unido (17%), en Brasil (8,9%), en Canadá (5,9%), y en México (3,2%), países que concentraron el 64,5% de los valores. Se destaca el aumento de las exportaciones en 2022 a los 3 principales destinos, Estados Unidos (3,2%) y Reino Unido (1,5%) y Brasil (1,6%). Además, las ventas a Colombia treparon 22,1% y a Perú 77,2%.

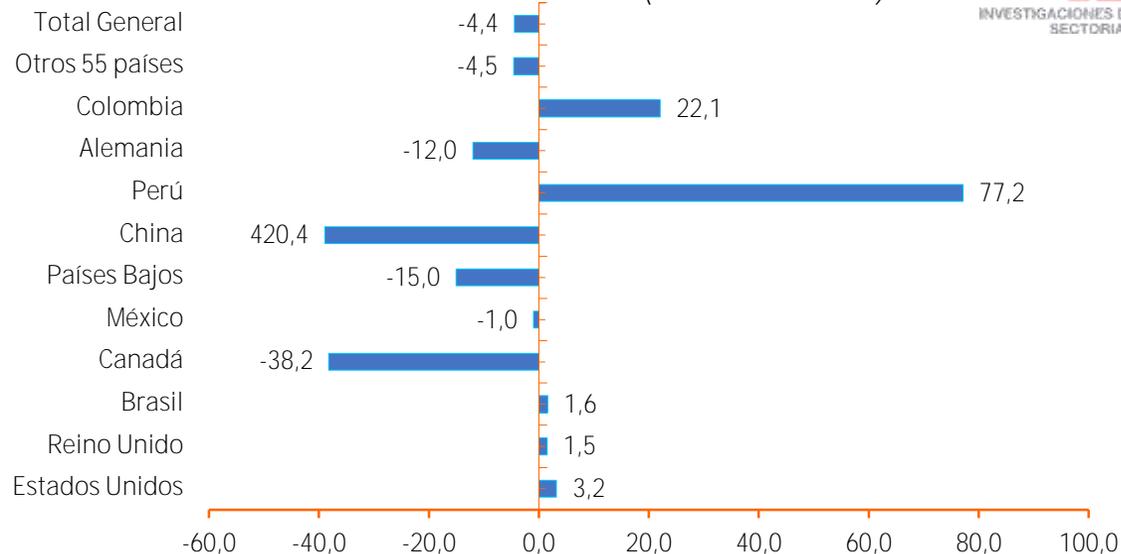
En lo que hace al origen de las importaciones de bebidas en 2022, la mayor cantidad provino del Brasil, que concentró el 26,3% del valor total importado, seguido por Reino Unido, con el 22,7% y Austria (7,1%). Más atrás, se ubicaron las compras desde Estados Unidos (4,9%) e Irlanda (4,2%).

El principal rubro de importación en este período en valores fue la cerveza, con el 31% del total, seguido por el *whisky* (21,4%), por las bebidas gaseosas (17,2%), y por otros licores, con el 8,3%. Las importaciones de gaseosas en valores verificaron una suba del 58,5% en el acumulado a marzo, con compras por un valor de USD 4,4 millones. Las compras de cerveza totalizaron USD 8 millones, recuperándose 496% (tras caer 44,5% en 2021), mientras que las compras de aguas minerales bajaron 75,6%, y las de *whisky* subieron 8,7% (totalizaron USD 5,5 millones).

Las compras de bebidas espirituosas (en conjunto) aumentaron 2,8% en valores en el trimestre (USD 11,6 millones), y las exportaciones crecieron 35,6% (USD 6,7 millones). Sobresale el fuerte aumento de las exportaciones de la categoría otros licores, cuyas ventas se expandieron 183,5% (USD 3 millones en estos meses). Las exportaciones de *whisky* crecieron 37,4%.

Exportaciones de Vinos por País de Destino

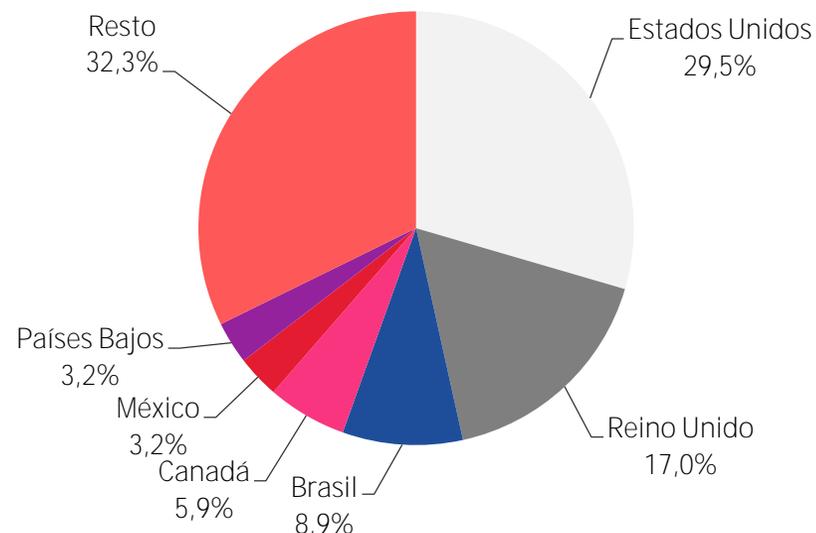
- enero a marzo de 2022/2021 (var. % de los USD) -



Fuente: Elaboración propia sobre la base de INDEC

Exportaciones de Vinos por País de Destino

- enero a marzo de 2022 (en % del valor) -



Fuente: Elaboración propia sobre la base de INDEC

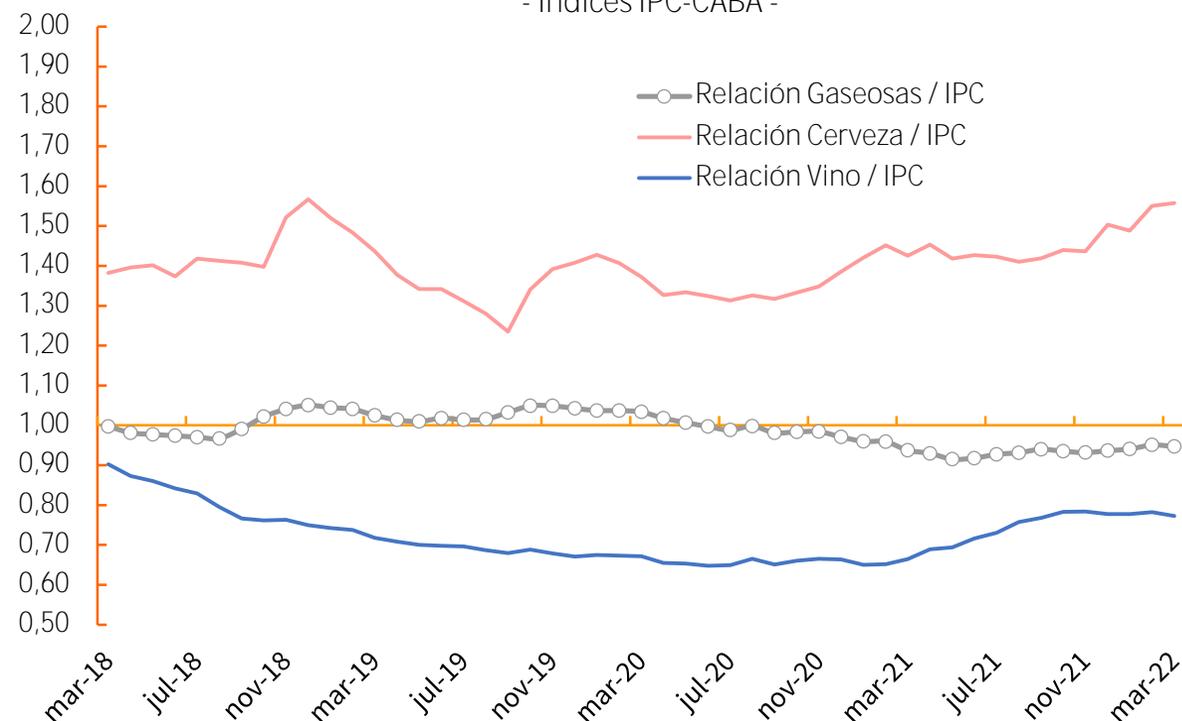
Rentabilidad

En el inicio de 2022, se observa una mejora en la rentabilidad para las empresas del segmento cervecero, ya que los otros segmentos permanecen estables. La evolución de los precios minoristas de los diferentes segmentos de bebidas frente al IPC denota cierta recomposición de la rentabilidad de las empresas y bodegas en 2021, tras la caída de 2020 (los precios de los vinos habían estado contenidos por el programa de precios máximos). En efecto, la inflación general creció a un ritmo menor que los precios minoristas de venta de las distintas categorías de bebidas en 2021, lo que permitió recuperar los márgenes del sector (tras un 2020 donde la pandemia había contenido las subas).

La tendencia de precios relativos observada en 2021 favoreció principalmente al segmento de vinos, tras la desregulación de los precios del sector (ver gráfico). Cabe destacar que desde marzo de 2021 los precios de los vinos crecieron por encima de la inflación (ya no se encuentran regulados por el Gobierno), aunque solo recompone parcialmente la rentabilidad, tras la tendencia negativa verificada entre 2018 y 2020.

Si bien exhiben mayor estabilidad en los últimos cuatro años, manteniendo un perfil más constante, los precios minoristas de las bebidas gaseosas verifican un crecimiento más lento respecto a la inflación general desde noviembre de 2019 a mayo de 2021, que se refleja en la pendiente negativa de la relación gaseosas/IPC en estos meses, aunque exhibe cierta mejora en la segunda mitad de 2021. Finalmente, las cervezas exhiben una evolución más volátil. Los costos de los insumos de la industria cervecera (materias primas como cebada) habían escalado por encima del aumento de precios en 2020, lo cual disminuyó la contribución marginal de las unidades vendidas, aunque en 2021 los precios minoristas de las cervezas crecieron a mayor ritmo que los costos.

Relación de Precios
- Índices IPC-CABA -



Fuente: Elaboración propia sobre la base de IPC-CABA

Perspectivas

El consumo total de bebidas permanecerá en bajos niveles en 2022. Tras el repunte del consumo masivo (y de bebidas) en 2021, los salarios reales no exhibirán un avance firme en el corriente año, ya que el poder adquisitivo de los consumidores será afectado por la suba de tarifas a la energía y la inflación. Además, las restricciones para importar (por falta de dólares) y la brecha cambiaria ralentizarán la actividad económica en 2022, que presentará un crecimiento marginal. Así, el consumo agregado permanecerá estancado en 2022, con el consecuente impacto en el gasto de las familias en el sector de bebidas, cuyo nivel de ventas seguirá en bajos niveles históricos.

La cosecha de uva de 2022 permanecería por debajo del promedio, acotando la oferta de materia prima en el corriente año. La performance del sector vitivinícola en 2022 será afectada por la cosecha de uva, que caerá fuertemente e impactará en la oferta de materia prima para vinificar. Este escenario impedirá aumentar la oferta de vinos para el mercado interno y externo, en un escenario de demanda externa firme y de consolidación de vinos argentinos. No obstante, las exportaciones presentan buenas perspectivas de cara a 2022 en cuanto a precios, ya que prevemos que se sostendrá la venta de variedades de gama media y alta.

Los márgenes seguirán limitados, con una fuerte competencia de segundas marcas. Los márgenes de rentabilidad del sector seguirán acotados, por la competencia con bajos precios de segundas marcas que limitan los aumentos, a lo que se suman los controles de precios del Gobierno, y la suba de costos de producción. También impactará la lenta recuperación de los ingresos reales de las familias, que impedirá una recuperación vigorosa del consumo de bebidas. A pesar del actual contexto recesivo en el consumo de bebidas, persisten grandes proyectos de inversión en el sector, escenario alentador a mediano plazo.

Es importante poder diversificar los mercados de exportación. A nivel internacional, el malbec argentino ha ganado prestigio en los mercados de exportación de alto poder adquisitivo como los Estados Unidos y Canadá, por lo que ganaron participación de mercado y superaron, en algunos casos, a los vinos chilenos. Asimismo, el sector tiene altas expectativas por conquistar mercados como la India y, principalmente, China, una demanda potencial que puede favorecer al sector en el futuro. Argentina se ve favorecido por el arancel (entre 116% y 218%) que China le impuso a Australia, que sacó al país de Oceanía del mercado chino, y por la salida del Reino Unido de la Unión Europea (los vinos europeos pagarán aranceles en ese mercado).

Principales Noticias

- El gigante cervecero holandés Heineken anunció su decisión de abandonar su negocio en Rusia, afrontando un costo de unos u\$s440 millones, pese a que había dicho con anterioridad que sólo suspendería sus nuevas inversiones y exportaciones al país por la invasión a Ucrania. Detrás de este anuncio llegó la confirmación de que también seguirá el mismo camino su rival danesa Carlsberg, propietaria de la mayor cervecera rusa, Baltika. Heineken es la segunda mayor cervecera del mundo ya había suspendido las ventas y la producción de su marca en Rusia y había interrumpido nuevas inversiones y exportaciones hacia el país este mes.
- La selección de fútbol campeona del mundo en 1986 encara un proyecto tan desafiante como aquel Mundial y espera otro gran éxito, 36 años después. Los jugadores y el cuerpo técnico que lograron el último título para la Argentina crearon sus propios vinos: un blend y un Malbec bajo las etiquetas "Héroes" y "La Final", que se venderán en el país a \$ 4800 y \$ 2200, respectivamente. De forma oficial, ambas botellas de vino de alta gama (de Luján de Cuyo) comenzarán a venderse a partir de la próxima semana pero ya generaron mucha expectativa en el sector y en el público, en la Argentina y en el mundo.
- El grupo chileno CCU, anunció una inversión por más de \$ 2700 millones para su cervecería de Luján, en la provincia de Buenos Aires. El desembolso se suma a los \$ 4500 millones que la empresa ya había anunciado en 2020 en plena pandemia para ampliar su capacidad de producción. La compañía de bebidas, que en la Argentina elabora marcas como Heineken, Imperial, Schneider, Miller y Sidra 1888, le anunció la inversión al Ministro de Desarrollo Productivo de la Nación, Matías Kulfas. Se trata de la segunda etapa de un plan de inversiones que la compañía lanzó en 2020 y que busca incrementar su capacidad de producción de cervezas nacionales e internacionales, para abastecer el mercado local.
- La cervecería Rabieta cumplirá cinco años desde el lanzamiento de su brewhouse en el hipódromo de Palermo. Además de los bares, hoy también tiene presencia en supermercados. Lanzar una cerveza en pleno boom artesanal era todo un desafío. La cuestión era diferenciarse del resto de las propuestas. Por eso decidieron alejarse del núcleo palermitano (aunque no tanto) y exhibir sus primeras pintas en una centenaria confitería. Del brewhouse pasaron a una fábrica industrial y ahora sus botellas y latas llegan a China. Rabieta está próxima a cumplir cinco años y detrás de su fundación se encuentra un verdadero dream team del mundo cervecero.

GRACIAS POR ELEGIRNOS



**INFORME
ECONÓMICO
SECTORIAL®**

IES INFORME ECONÓMICO SECTORIAL
IES CONSULTORES - INVESTIGACIONES ECONÓMICAS SECTORIALES

Registro de la Propiedad Intelectual N° 5.205.567. Queda hecho el depósito que marca la ley 11.723. Prohibida su reproducción total o parcial, sin previa autorización por escrito del editor.

Nota: Todos los derechos están reservados. Queda prohibida su reproducción total o parcial, en cualquier idioma o formato, sin previa autorización por escrito del editor.

Propietario: IES Consultores - Investigaciones Económicas Sectoriales
Director: Lic. Alejandro Ovando
Economista Jefe: Lic. Sebastián Aguirre

IMPORTANTE: Queda expresamente aclarado que la suscripción al IES Informe Económico Sectorial es para uso exclusivo de la compañía a la cual está dirigido el presente informe. Queda prohibida la distribución a cualquier otra empresa o persona sin la autorización escrita de IES Investigaciones Económicas Sectoriales. El incumplimiento por parte de la compañía suscriptora de la obligación asumida autorizará a IES Investigaciones Económicas Sectoriales a finalizar la presente contratación de pleno derecho, sin necesidad de requerir previamente el cumplimiento, sin perjuicio del derecho de reclamar judicialmente la reparación de los daños y perjuicios que dicho incumplimiento hubiera ocasionado.

Sectores analizados

1. Agrícola
 - » Cereales
 - » Oleaginosas
 - » Cultivos industriales
2. Alimenticio
 - » Azúcar
 - » Harinas
 - » Industria Aceitera
 - » Lácteos
3. Artículos para el Hogar
 - » Televisores
 - » Línea Blanca
 - » Pequeños electrodomésticos
4. Avícola
5. Bebidas
 - » Bebidas sin alcohol
 - » Industria cervecera
 - » Vinos
 - » Otras bebidas alcohólicas
6. Biocombustibles
 - » Biodiésel
 - » Bioetanol
7. Calzado y Cuero
8. Celulosa y Papel
9. Construcción
 - » Edificación para viviendas
 - » Edificación para otros destinos
 - » Obras viales y otras
 - » Construcción Petrolera
 - » Materiales para la construcción
10. Energía
 - » Eléctrica
 - » Petróleo
 - » Gas Natural
 - » Combustibles
11. Forestación
12. Frutas y Hortalizas
13. Ganados y Carnes
14. Industria Automotriz
 - » Autopartes
15. Laboratorios
 - » Medicamentos
 - » Prepagas
16. Maquinaria Agrícola
17. Minería
18. Olivícola
19. Pesquero
20. Porcino
21. Seguros
22. Siderurgia
 - » Hierro y acero
 - » Metales no ferrosos
23. Supermercados y centros de compra
24. Sustancias y productos químicos
 - » Químicas básicas
 - » Agroquímicos
 - » Materias primas plásticas
 - » Caucho sintético
 - » Gases industriales
25. Tabaco y sus derivados
26. Telecomunicaciones
 - » Telefonía básica y celular móvil
 - » Informática e Internet
27. Textil e indumentaria
 - » Fibras Naturales y Sintéticas
 - » Hilados y Tejidos
 - » Indumentaria
28. Transporte
 - » Transporte de pasajeros y de carga
 - » Automotor
 - » Ferroviario
 - » Aéreo



IES Investigaciones Económicas Sectoriales es una consultora integral formada por economistas y profesionales de diferentes áreas, líderes en la elaboración de estudios económicos sectoriales.

El equipo de IES cuenta con más de 20 años de experiencia en la prestación de servicios a empresas, entidades financieras, instituciones privadas y públicas de primer nivel, tanto en el mercado local como internacional.

IES Investigaciones Económicas Sectoriales
Uruguay 343 Piso 6°. C1015ABG Ciudad de Buenos Aires. Argentina.
Telefax: (54 11) 4374-6187
Email: info@iesonline.com.ar / www.iesonline.com.ar

PRODUCTOS Y SERVICIOS

- IES Informe Económico Sectorial
- Monitor de Crédito Sectorial
- Monitor Sectorial IES
- Notibreves IES
- Escenarios Macroeconómicos IES
- Informes Personalizados
- Presentaciones Sectoriales IES
- Asesoramiento económico-financiero para empresas y entidades financieras
- Consultoría in Company
- Estudios de mercado
- Proyecciones macroeconómicas