

SECTOR DE BEBIDAS

Producción, Consumo, Comercio
Exterior y Perspectivas



JULIO 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.ar • www.iesonline.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

10,3%

Es el aumento en el consumo de bebidas sin alcohol en el primer semestre de 2022

11,6%

Es el crecimiento de la producción de licores y bebidas espirituosas en el primer semestre de 2022

-14,9%

Es la caída de la cosecha de uva en 2022

392,4
USD MILLONES

Es la exportación total de vinos en el primer semestre de 2022 (-0,4%)

Resumen Ejecutivo

Desempeño general » MODERADO

Perspectivas » MODERADAS

Evaluación del sector » ESTABLE

Las gaseosas lideran el crecimiento del consumo de bebidas en el primer semestre del año. Las ventas totales de bebidas (alcohólicas y no alcohólicas) exhiben un crecimiento en todas sus categorías en el primer semestre, destacándose el incremento del segmento de bebidas gaseosas, que crece por segundo año consecutivo a una tasa de dos dígitos. También crecen las ventas de cervezas y licores en estos meses, mientras que el segmento menos dinámico fueron los vinos, que se mantienen estables respecto de 2021. El consumo total de bebidas aumentó 6,8% en el primer semestre de 2022, totalizando 31,2 millones de hectolitros, tras crecer 5% en 2021 aunque la ingesta total aun se mantiene lejos de los niveles alcanzados entre 2011 y 2015.

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 en torno a 10,3% en el primer semestre del año, aunque las ventas permanecen en bajos niveles en relación a los últimos diez años. Las categorías más dinámicas dentro del segmento, fueron las de aguas minerales y aguas saborizadas, que crecieron casi 50% en la primera mitad del año.

El buen desempeño de las ventas internas de vinos varietales contrasta con la merma de los sin identificar. El consumo de vinos exhibe un aumento marginal de 0,2% en el primer semestre, aunque con un desempeño heterogéneo entre categorías. En efecto, el segmento de vinos varietales trepó 6,1% en estos meses, con ventas récord para los seis meses del año de esta categoría. Sin embargo, los vinos de menor calidad caen 3,4% en este período, con un derrumbe de 25% anual en junio, por problemas de abastecimiento de insumos, que afectó la oferta. También impacta el deterioro del salario real de los sectores populares. La producción de vinos cayó 3,3% en el semestre según el INDEC (afecta magra vendimia).

El consumo de cerveza sigue creciendo en 2022. Las ventas de cerveza exhiben un aumento de 4,1% en el primer semestre del año, con ventas aproximadas de 10,5 millones de hectolitros. Los nuevos hábitos que trajo la pandemia, como el mayor consumo en el hogar continúan favoreciendo al sector, aunque también enfrentan mayor competencia de segmentos como el gin y los *hard seltzer*. Sobresale la recuperación de las ventas del segmento artesanal, que habían sido afectadas duramente durante la pandemia.

RESUMEN EJECUTIVO

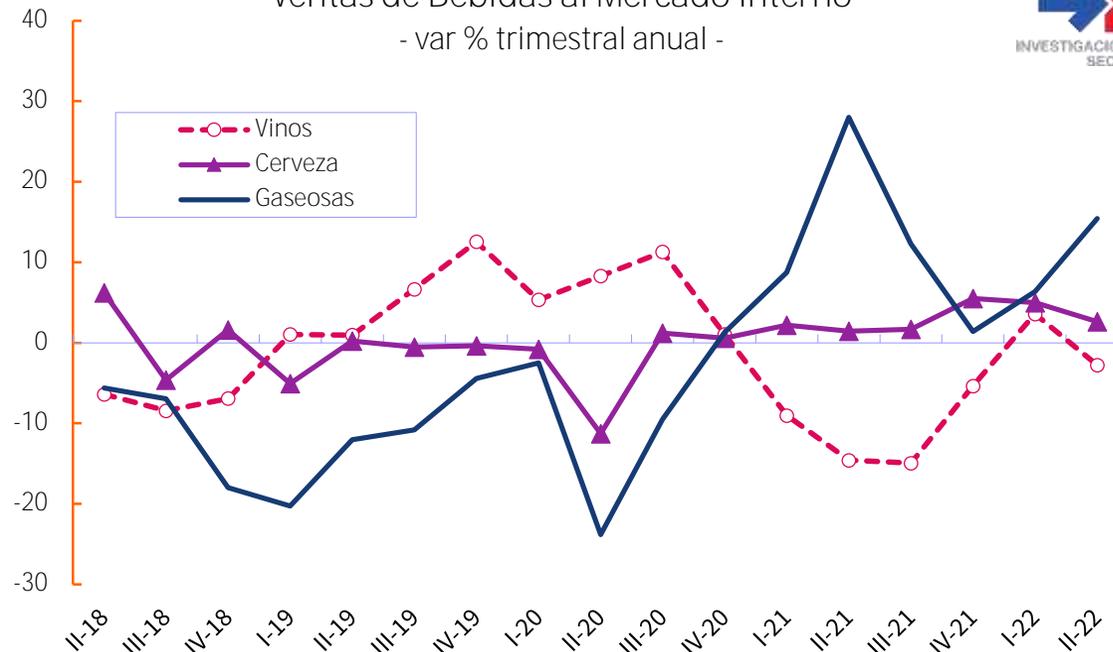
Caída en los márgenes del negocio exportador de vino. Los volúmenes de vinos despachados al exterior cayeron 17,6% en el primer semestre del año, mientras que en valores, las exportaciones caen 0,4% en el acumulado a junio, totalizando USD 392,4 millones dada la mejora de 19,3% en los precios de exportación. A la falta de contenedores y el encarecimiento de los fletes, que aumentan los costos logísticos para exportar, se suma el atraso cambiario (las exportaciones se liquidan al tipo de cambio oficial), un combo que redujo fuertemente la rentabilidad del negocio exportador de las bodegas. Este escenario de baja competitividad externa, afecta con mayor intensidad a las líneas masivas de menor valor.

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. En el primer semestre, la producción de bebidas espirituosas exhibió un aumento de 11,6% respecto a 2021, y sigue en niveles históricos. 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. La pandemia ayudó a un crecimiento exponencial del gin y de whisky, explicado por el mayor consumo en el hogar, y la incorporación de jóvenes y mujeres a un segmento que era dominado por hombres.

El consumo exhibirá un perfil heterogéneo 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. No obstante, el crecimiento del segmento de bebidas gaseosas (seguirá en bajos niveles), contrastará con la estabilidad que prevemos en 2022 para las cervezas, y una probable caída en las ventas de vinos (afectado por mala cosecha).

Ventas de Bebidas al Mercado Interno

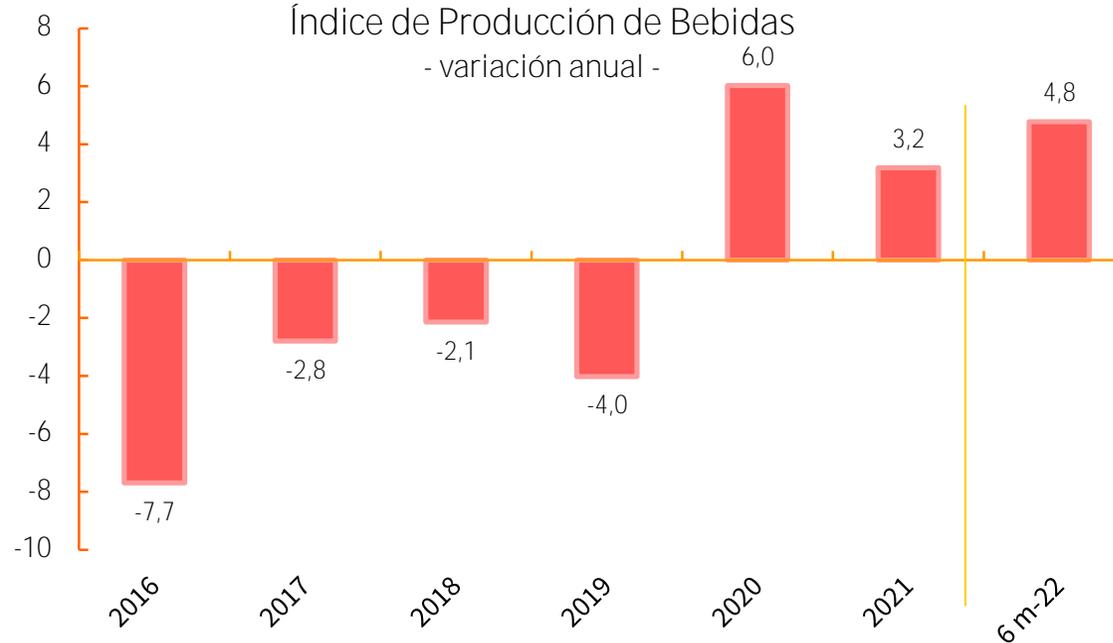
- var % trimestral anual -



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

Índice de Producción de Bebidas

- variación anual -



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

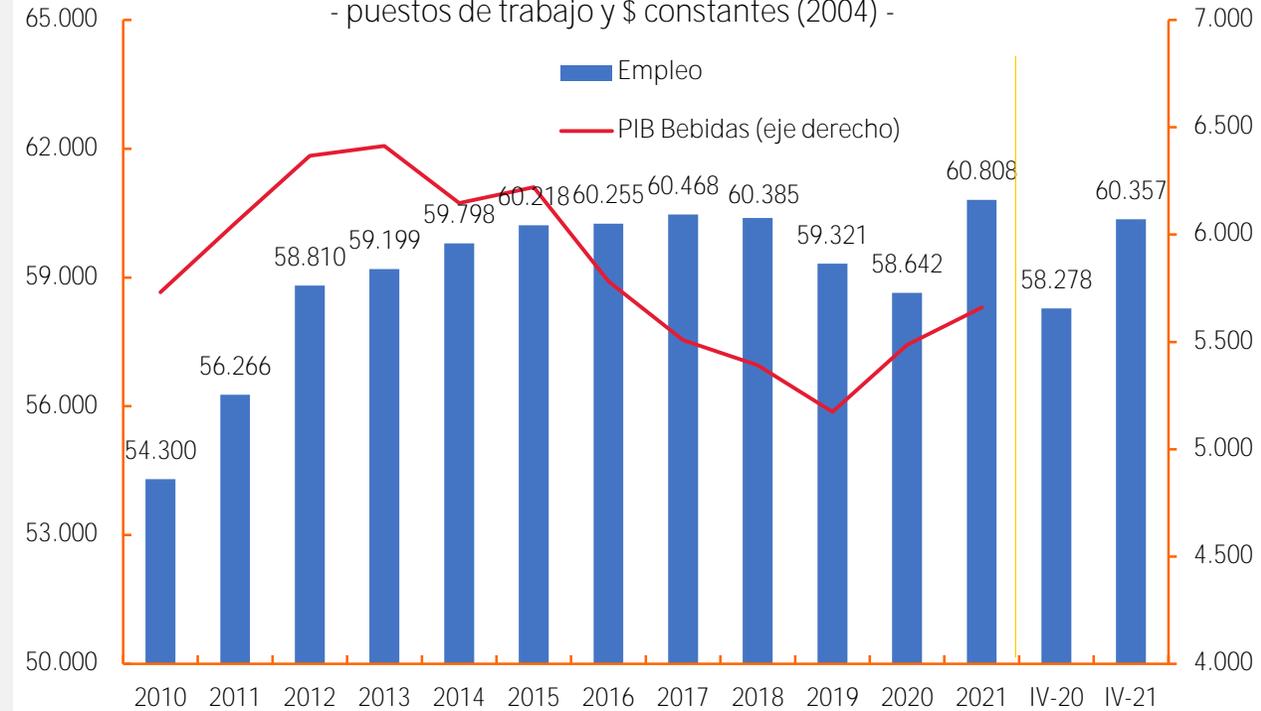
Estructura de Mercado

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 cuarto trimestre de 2021 a 60.357 empleados repartidos entre el segmento de bebidas gaseosas, con 25.287 trabajadores (sin variación respecto a 2020), la industria vitivinícola con 21.717 trabajadores (+5,6% anual), el cervecero con 9672 trabajadores (+5,6% anual) y el sector de bebidas espirituosas con 3681 trabajadores (+13,2% anual). En 2021, el 41,8% corresponde a trabajadores empleados en el sector de gaseosas, el 36,8% a empleados en el sector de vinos, y cierran el segmento cervecero (15,6%) y el de bebidas espirituosas (5,9%) con porcentajes menores. En 2021 el empleo promedió 60.808 trabajadores en el sector de bebidas, un alza anual de 3,7% respecto del empleo en 2020.

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

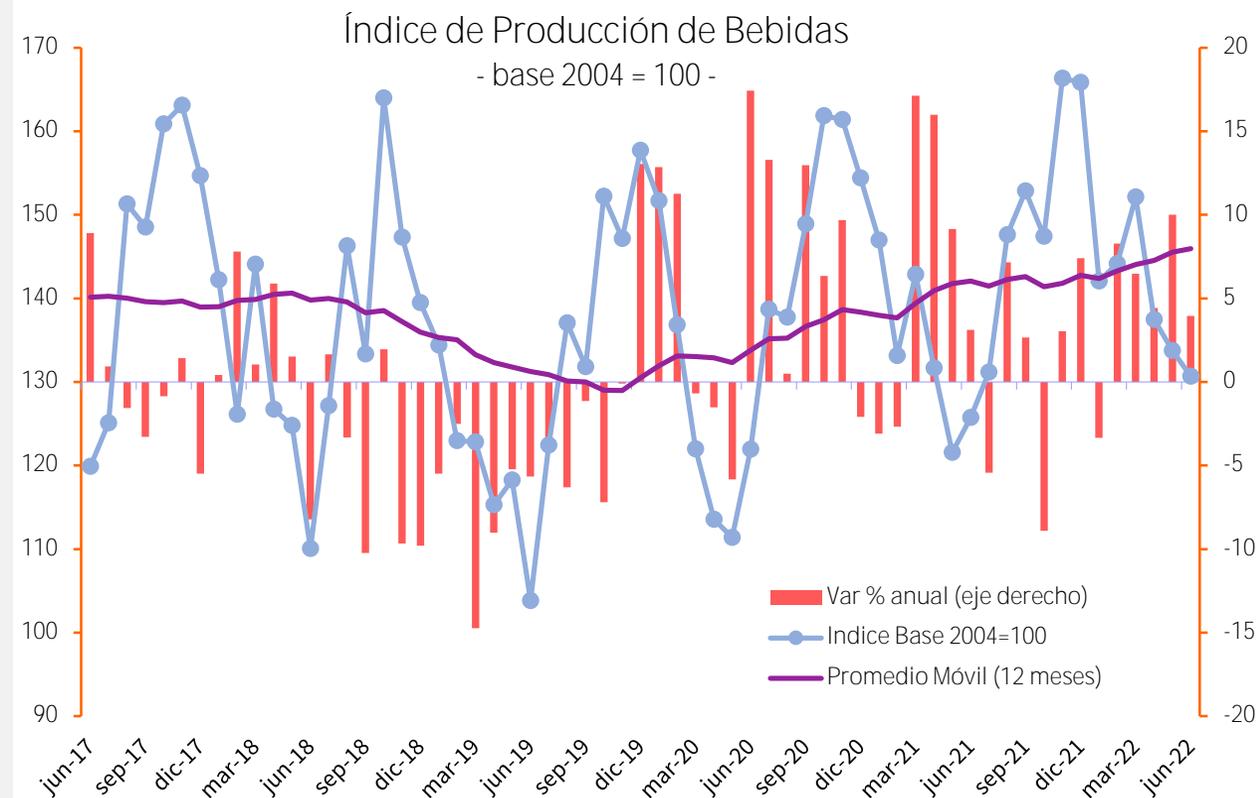
Oferta

Tras crecer en 2020 y 2021, la elaboración total de bebidas exhibió un nuevo aumento de 4,8% en el primer semestre de 2022, aunque esta suba se explica por el crecimiento en la producción de bebidas gaseosas, cervezas y bebidas espirituosas, que crecieron en conjunto 10,6%. En efecto, la producción de vinos en la primera mitad del año exhibe una disminución acumulada de 3,3%, tras ya caer 3,8% 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 3,8%. En cuanto al segmento primario, tras dos magras vendimias (2020 y 2021), en 2022 la cosecha cayó 14,9%, obteniendo el menor volumen en seis años, (a pesar de la merma, la calidad de la uva fue excelente), con 18,9 millones de quintales, lo que dejará poca materia prima para abastecer a la industria en 2022.

La producción de vino en los meses venideros se vería afectada por la magra vendimia de 2022, que fue afectada por heladas y granizo. La elaboración de bebidas gaseosas, cervezas y bebidas espirituosas crecerá en 2022, dada la evolución favorable del consumo de todos los segmentos de este conjunto.



Fuente: Elaboración propia en base a INDEC

CLAVES DE LA OFERTA

El crecimiento en la producción de gaseosas, cervezas y bebidas espirituosas en el primer semestre del año, contrasta con la merma en la elaboración de vinos en este período. La fuerte caída en la cosecha de uva en 2022 afectará la disponibilidad de materia prima para vinificar a lo largo del año.

La cosecha de uva cayó en 2022 a raíz de las heladas, de la caída de granizo y de la falta de infraestructura hídrica.

Bebidas sin Alcohol

VENTAS INTERNAS

10,3%

Var. % Acumulada 6M 2022

VENTAS 6 MESES 2022

15,9

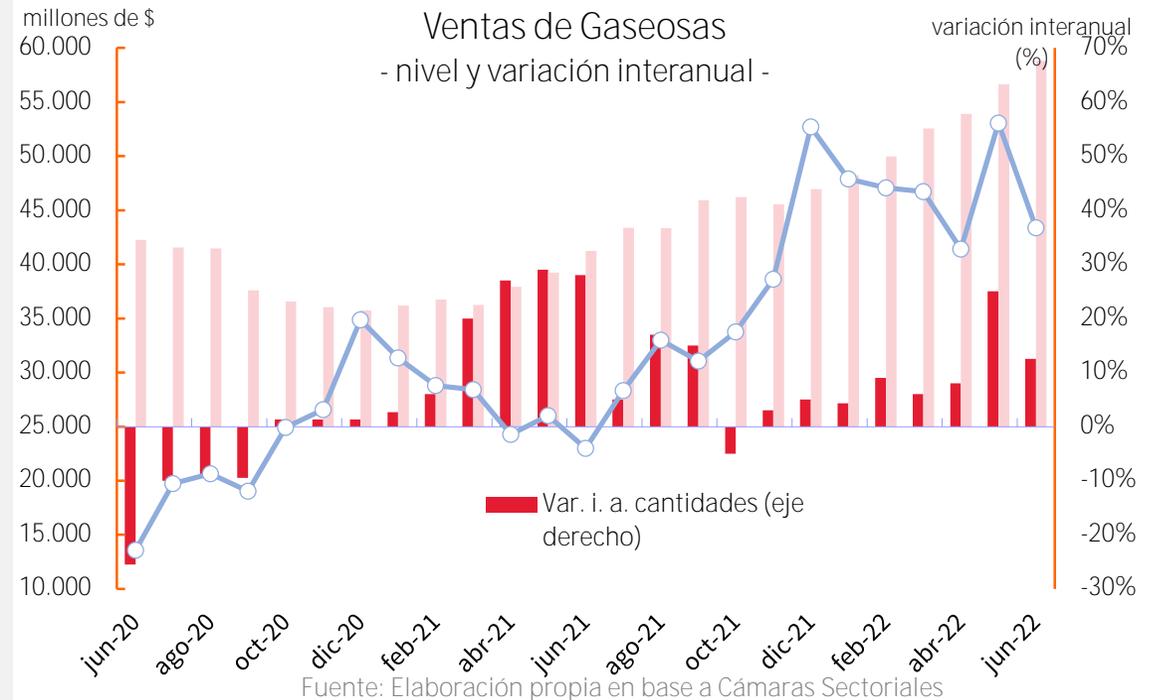
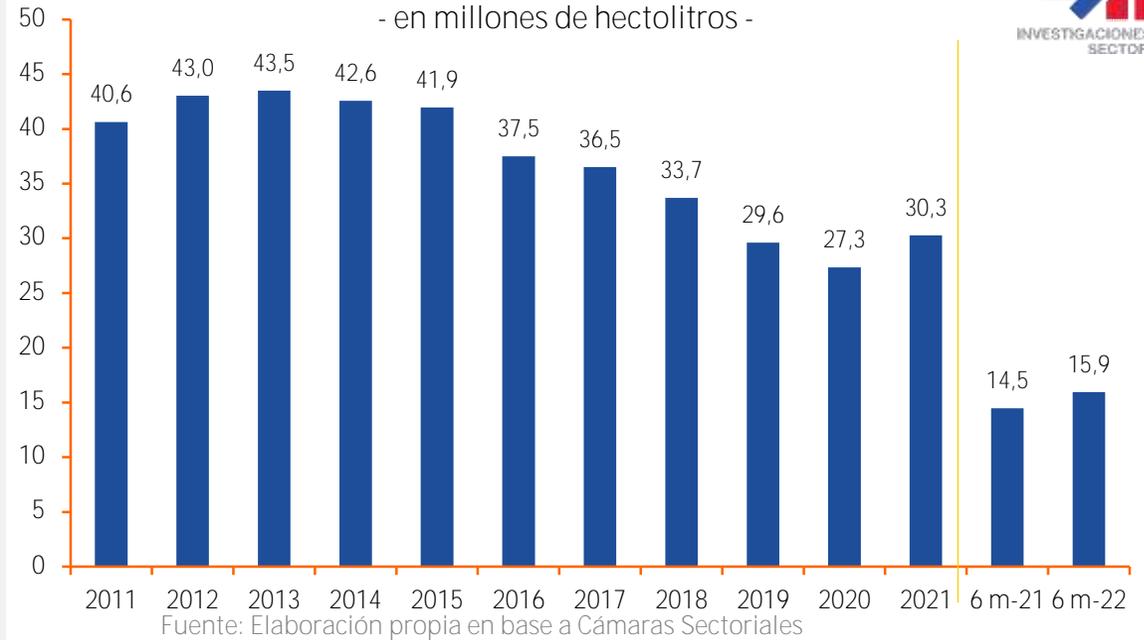
Millones de Hectolitros

En el primer semestre de 2022, el consumo interno de bebidas sin alcohol creció 10,3% respecto al año previo, con un total aproximado de 15,9 millones de hectolitros vendidos, siguiendo el robusto crecimiento de 2021. 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 del año. No obstante, el consumo del segmento aún se ubica 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 crecerá en 2022, pero con ventas en bajos niveles históricos. Las categorías más dinámicas dentro del segmento en 2022 son las aguas minerales y aguas saborizadas (en menor medida gaseosas).

Consumo de Gaseosas
- en millones de hectolitros -



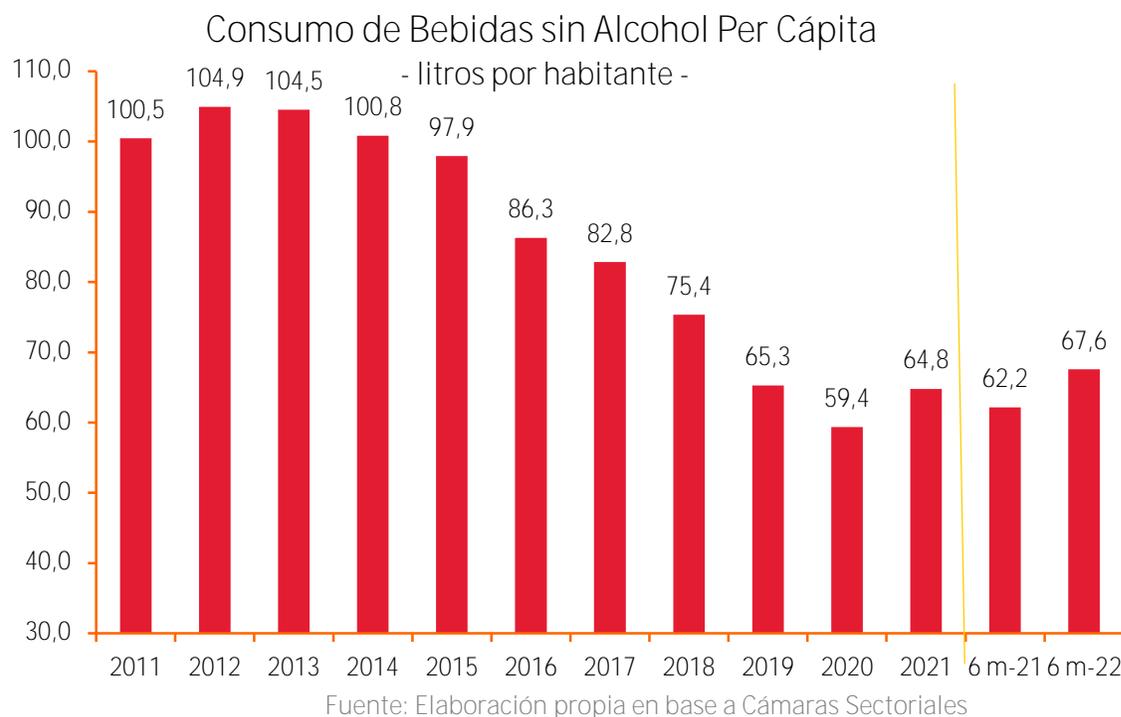
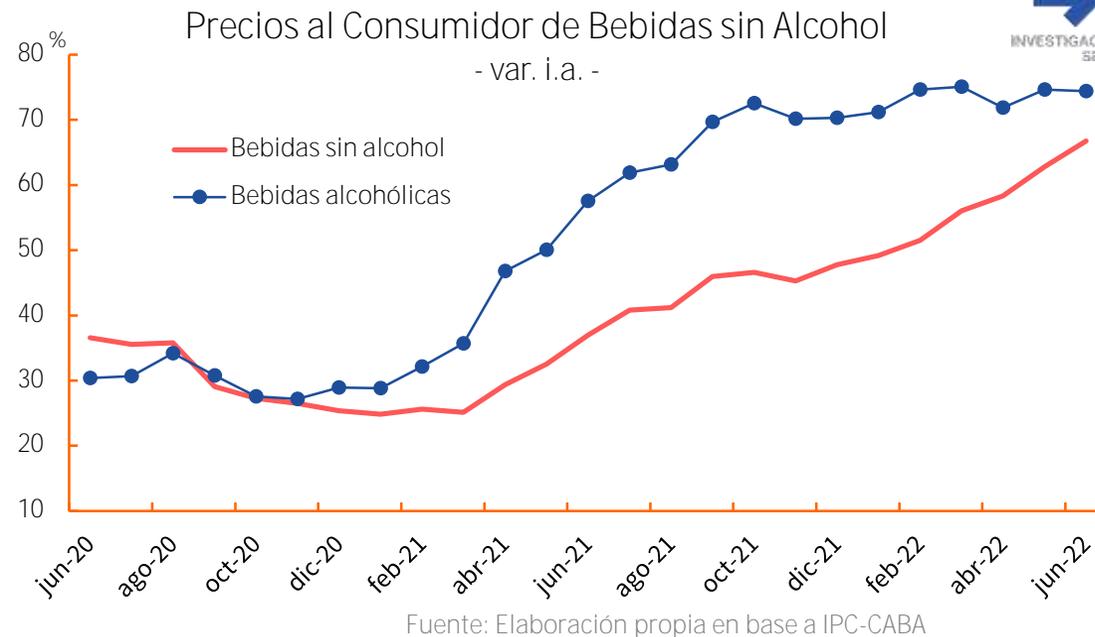
BEBIDAS SIN ALCOHOL

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 semestre de 2022, el consumo de bebidas sin alcohol por habitante aumentó 8,7%, promediando 67,6 litros per cápita en el año, mientras que las ventas de bebidas sin alcohol sumaron \$ 280.000 millones, un aumento anual acumulado de 72,7% en el período. En 2021, el consumo de bebidas sin alcohol por habitante había aumentado 9,1%, al promediar 64,8 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 43,9% a junio de 2022, menor a la suba del nivel general de precios en este período (36,2%) 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.



Cerveza

VENTAS INTERNAS

4,1%

Var. % Acumulada 6M 2022

VENTAS 6 MESES 2022

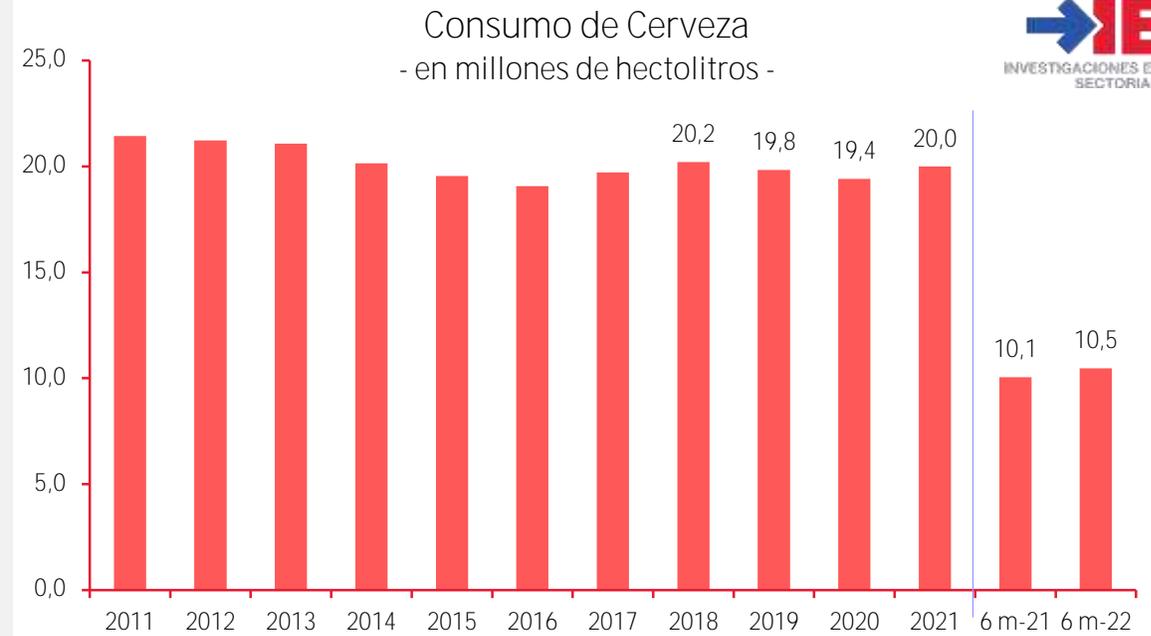
10,5

Millones de Hectolitros

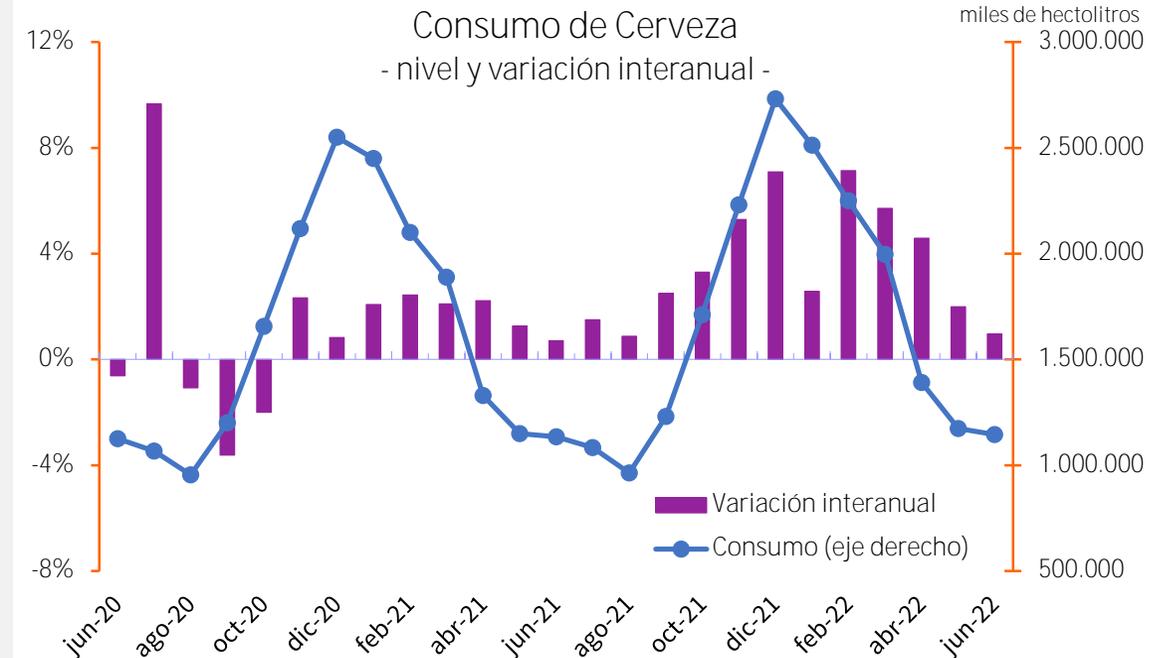
Las ventas internas de cerveza exhibieron un incremento de 4,1% en el primer semestre de 2022, al totalizar 10,5 millones de hectolitros. Los nuevos hábitos que trajo la pandemia, como el mayor consumo en el hogar, continúan favoreciendo al sector. Se destaca la recuperación del segmento de cervezas artesanales, que había sufrido un derrumbe en 2020 por la pandemia y el cierre de bares, aunque representa el 1,8% del consumo.

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).



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



Fuente: Elaboración propia en base a IPC-CABA

CERVEZA

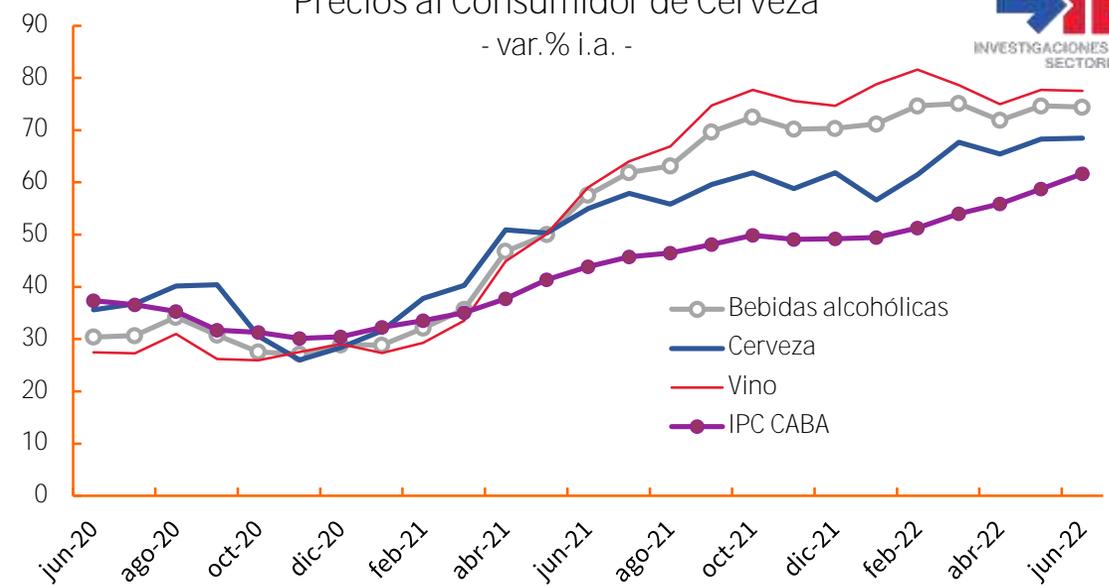
Las ventas nominales de cerveza en el primer semestre de 2022 totalizaron \$222.000 millones, una suba anual de 70,5%. La reapertura de bares, restaurantes y en particular, cervecerías, le volvió a dar aire al segmento de cerveza artesanal, que había sufrido un gran impacto por la pandemia. Sus ventas 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, con un aumento de 40%.

En el acumulado a junio del año en curso, el precio de la cerveza tuvo un aumento del 32,2%, por debajo de la suba acumulada de vinos (35,3%) y a la de bebidas alcohólicas (34,1%) en estos meses y de la inflación general acumulada en el año (36,2%) 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 semestre de 2022, el ratio promedió 0,54 litros de cerveza por litro de vino.

En el acumulado a junio de 2022, el consumo de cerveza por habitante tuvo un aumento de 2,7% respecto del mismo período de 2021, al ubicarse en 44,4 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 y de la aparición de las Hard Seltzer (bebidas carbonatadas con bajo grado de alcohol).

Precios al Consumidor de Cerveza

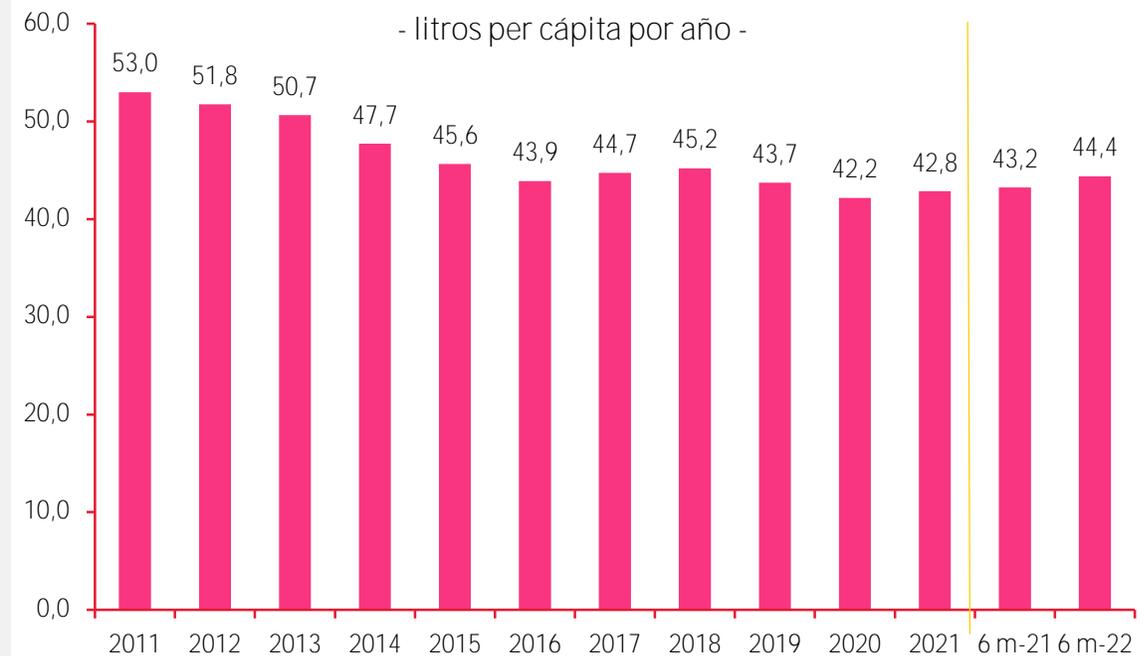
- var.% i.a. -



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

0,2%

Var. % Acumulada 6M 2022

PRODUCCIÓN

-3,3%

Var. % Acumulada 6M 2022

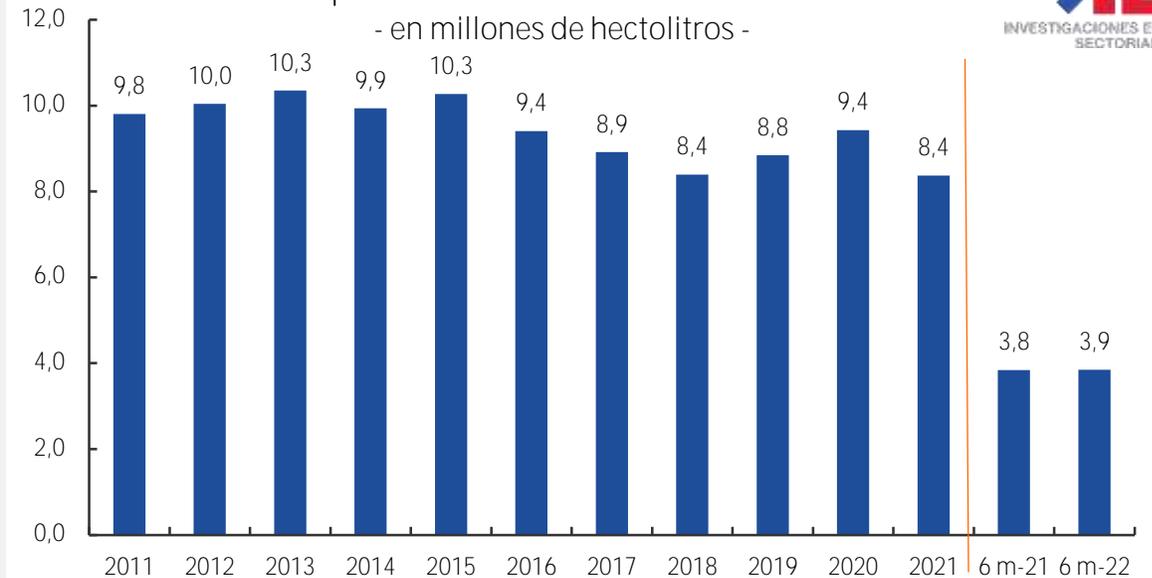
Tras caer 11,2% en 2021, las ventas internas de vino crecieron apenas 0,2% en el primer semestre de 2022, con un consumo total de 3,85 millones de hectolitros. El consumo de vinos varietales sigue ganando participación en el *mix* de comercialización del sector, ya que sus ventas crecen en el semestre y son récord para el segmento, mientras que los vinos sin identificar caen en estos meses, con las menores ventas en al menos 20 años para la categoría de bajo valor (Tetra Brik y damajuanas). La confirmación de una mala cosecha de uva, que cayó 14,9% en 2022, afectará la oferta de materia prima para vinificar a lo largo del año, y podría impactar en la producción, ventas y exportaciones de las bodegas.

En efecto, al desglosar las ventas por segmento, se observa que el consumo de vinos varietales subió 6,1% en el acumulado a junio (32% de las ventas de vinos), mientras que los vinos sin identificar cayeron 3,4% en este período (tras caer 17,2% en 2021). Los espumantes verificaron un sólido aumento del 19,7% en el primer semestre (habían crecido 34% en 2021).

La exportación de vinos enfrenta problemas logísticos por falta de contenedores y barcos, que encarecen los costos de exportar, a lo que suma el tipo de cambio oficial apreciado, reduciendo la rentabilidad del negocio.

Despacho de Vino al Mercado Interno

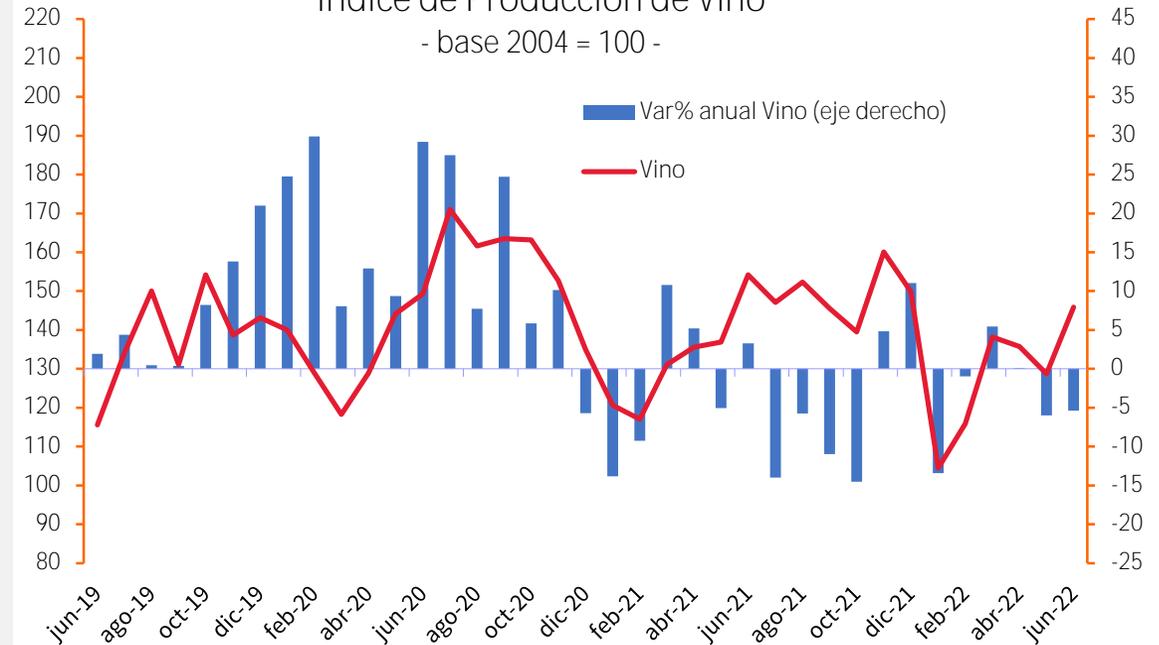
- en millones de hectolitros -



Fuente: Elaboración propia en base al INV

Índice de Producción de Vino

- base 2004 = 100 -



Fuente: Elaboración propia en base al INDEC

VINO Y CHAMPAGNE

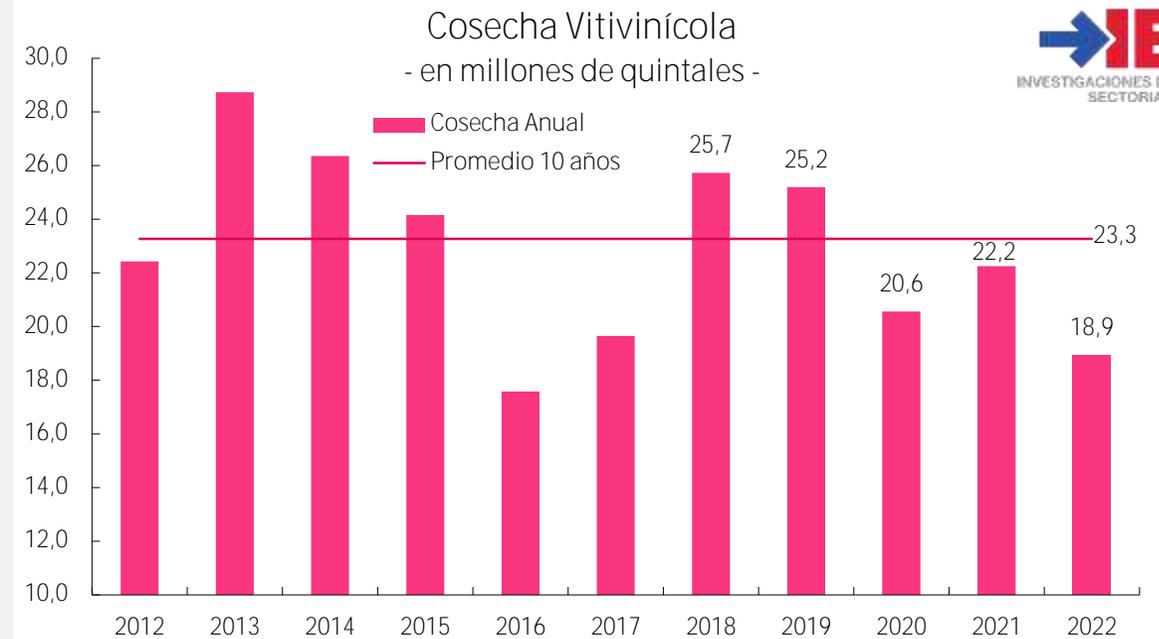
Las exportaciones de vinos crecieron en valores pero cayeron en volúmenes en 2021, y fueron el principal factor de crecimiento el último año, producto del récord de ventas externas del segmento varietal (en volúmenes). En el primer semestre del corriente año, las ventas externas de vinos caen en valores (0,4%) y cantidades (17,6%). 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, situación que afecta al segmento de vinos de menor valor, que quedan fuera de mercado, al no poder trasladar los mayores costos al precio, dada la competencia de otros países exportadores (Chile, Sudáfrica, España).

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 y 2022.

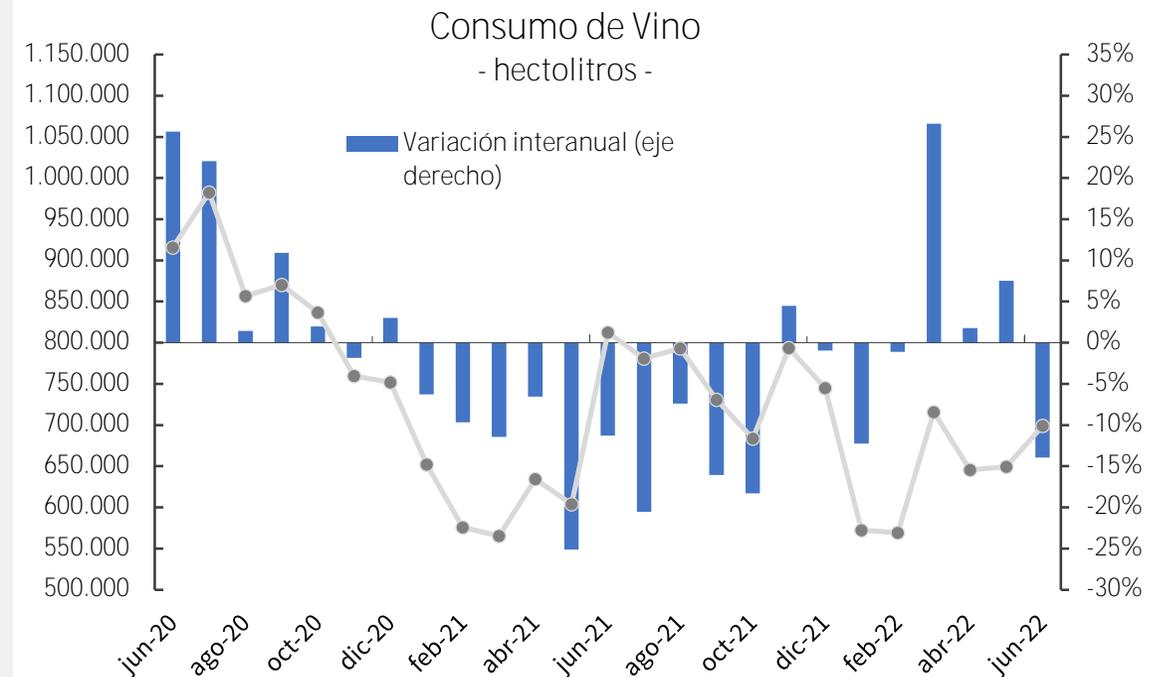
De todos modos, las bodegas cuentan con la mejor escala productiva, estructura tecnológica, y humana (agrónomos y enólogos) de su historia, que se suma a la buena reputación de los vinos argentinos en el mundo. La buena calidad del vino sigue atrayendo inversiones en el sector, con nuevas plantaciones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

En los seis meses del año la facturación trepó 78%, con ventas internas que totalizaron \$ 130.000 millones entre enero y junio (alza de 41,7% en 2021).

INFORME ECONÓMICO SECTORIAL



Fuente: Elaboración propia en base a INV



Fuente: Elaboración propia en base a IPC-CABA

VINO

La industria vitivinícola enfrenta obstáculos en el mercado externo, como la falta de contenedores y la suba de costos logísticos, que crecen a un mayor ritmo que el tipo de tipo de cambio (atrasado), lo que reduce los márgenes de ganancia del negocio exportador, afectando principalmente a los vinos de segmentos bajos, ya que no se puede trasladar el mayor costo al precio (por la competencia externa).

VINO Y CHAMPAGNE

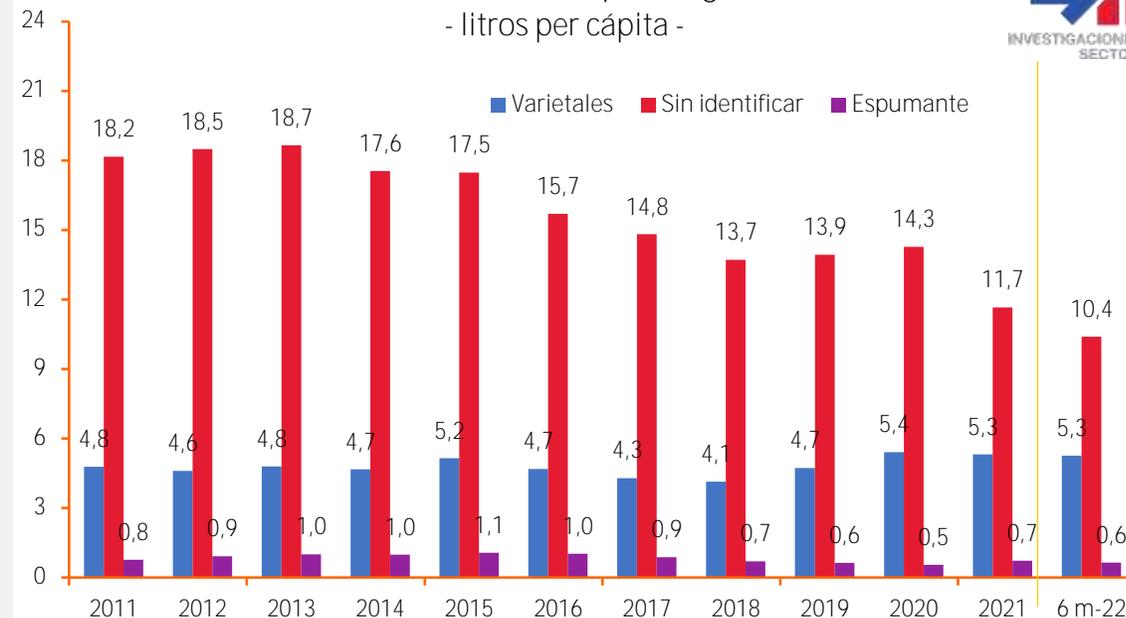
Tras dos buenas cosechas en volúmenes en 2018 y 2019, que dejaron buenos *stocks* de vinos, en 2020 y 2021 la cosecha de uvas arrojó producciones primarias inferiores al promedio de la última década (la cosecha de 2020 había caído 18,4% anualmente y en 2021 apenas creció 8,2%). De esta manera, el sector 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 totalizó en 18,9 millones de quintales, con una caída anual de 14,9%, que dejará por 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 litros/habitante por año). En el primer semestre de 2022, la ingesta per cápita fue de 16,3 litros, una merma de 1,2% 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 de bajo precio.

Según el IPC- CABA, los precios minoristas del vino acumularon un aumento del 35,3% a junio de 2022, y exhibieron un incremento promedio del 78,1% en este período. El precio del vino tuvo un aumento mayor respecto a la suba de las bebidas alcohólicas (34,1%) y cervezas (32,2%) 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 promedio del primer semestre. El precio del vino acumula una suba mayor a las cervezas, explicando el deterioro del precio relativo. Además, en junio de 2022, la relación subió a 0,56 litros de cerveza por litro de vino.

Consumo de Vinos por Segmento

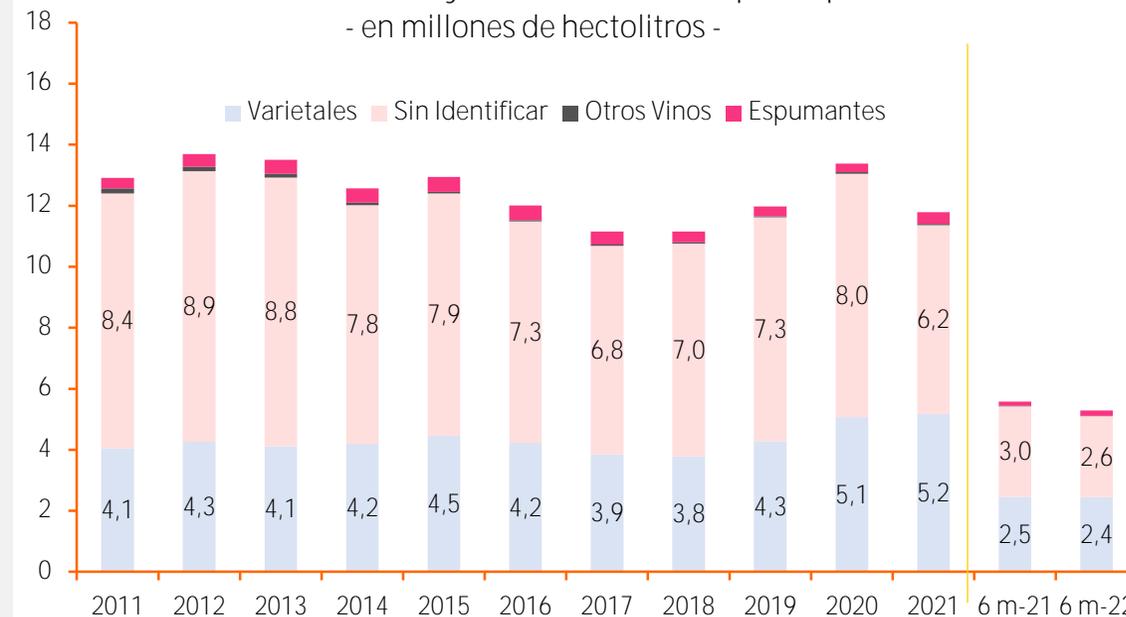
- litros per cápita -



Fuente: Elaboración propia en base a INV

Ventas Internas y Externas de Vino por Tipo

- en millones de hectolitros -



Fuente: Elaboración propia en base a INV

Licores y bebidas espirituosas

PRODUCCIÓN

11,6%

Var. % Acumulada 6M 2022

EXPORTACIÓN USD

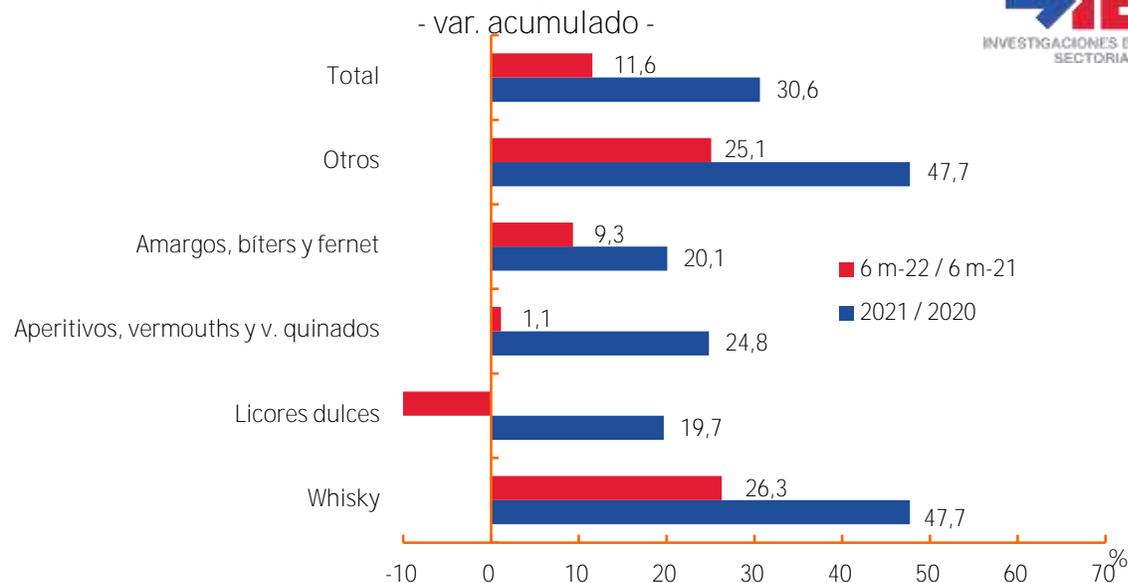
48,5%

Var. % Acumulada 6M 2022

Tras crecer 30,6% en 2021 y alcanzar un nuevo récord productivo, la producción de licores y bebidas espirituosas verifica un aumento de 11,6% en el primer semestre de 2022, al totalizar cerca de 93,7 millones de litros (datos preliminares). La mejora en la producción respondió a que las ventas de licores y bebidas espirituosas se recuperaron con firmeza, particularmente bebidas de marcas *premium*, destacándose el gin, el vodka y el whisky, 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.

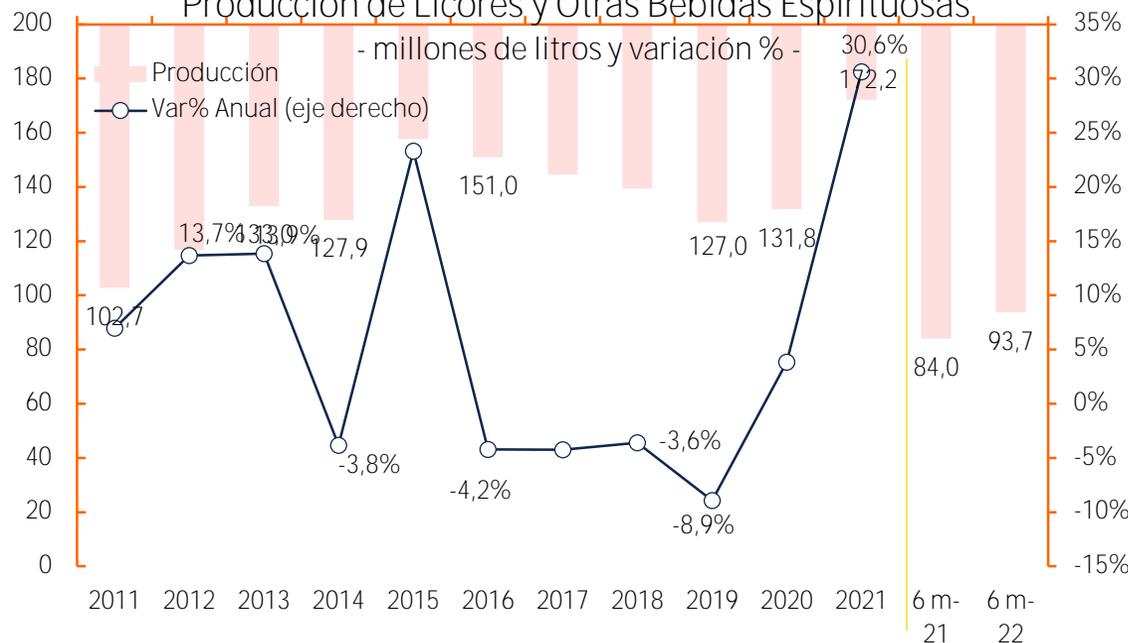
Al desglosar la producción por segmentos, se observa que el volumen producido de amargos, bítters y fernet totalizó 32 millones de litros en el acumulado a junio, un aumento acumulado de 9,3%, tras crecer 20,1% en 2021 (con una participación de mercado del 33% en 2021). La elaboración de aperitivos y vermut, segunda en importancia (23,5% del total producido), alcanzó a una producción de 20,1 millones de litros en estos meses, lo que significó una suba acumulada junio de 23,5% (24,8% de aumento en 2021).

Producción de Licores y Bebidas Espirituosas



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

Producción de Licores y Otras Bebidas Espirituosas



Fuente: Elaboración propia en base a INDEC

LICORES y BEBIDAS ESPIRITUOSAS

Por su parte, la elaboración de licores finos y cremas cayó 13% en el acumulado a junio de 2022, con 4,6 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 26,3% en el semestre. La categoría *whisky* y gin exhiben aumentos en el primer semestre del año.

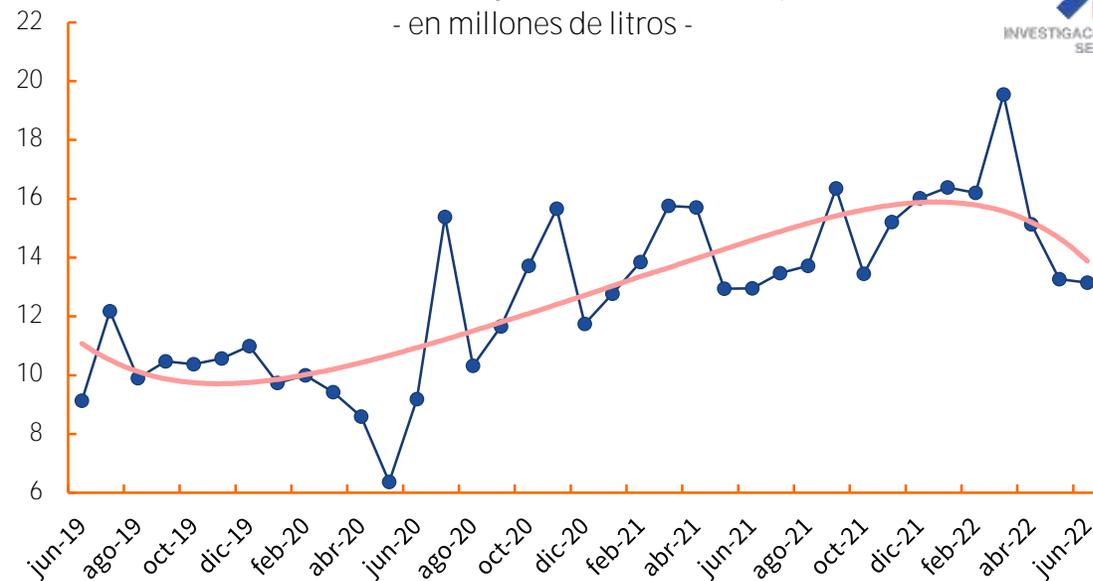
En enero de 2021, el Gobierno impuso restricciones a la importación de bebidas espirituosas de lujo (*whisky*, licores y otras bebidas que superen los USD 50 por litro). La medida impone restricciones para la financiación de las importaciones de estos bienes suntuarios. Ante las trabas para importar,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

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 3,7 litros por habitante en 2021, aumentando 7,1% en el primer semestre (4 litros por habitante). La pandemia ayudó a un crecimiento exponencial del consumo de gin y de *whisky*, explicado por el mayor consumo en el hogar, y la incorporación de jóvenes y mujeres a un segmento que era dominado por hombres.

Producción de Licores y Otras Bebidas Espirituosas

- en millones de litros -



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 semestre de 2022 (alcohólicas y no alcohólicas). No obstante, el incremento en la ingesta de vinos fue marginal, mientras que se destaca el fuerte aumento del consumo de cervezas artesanales, de gin y de whisky.

Comercio Exterior

EXPORTACIONES (VOL)

-12,4%

Var. % Acumulada 6M 2022

EXPORTACIONES (USD)

3,2%

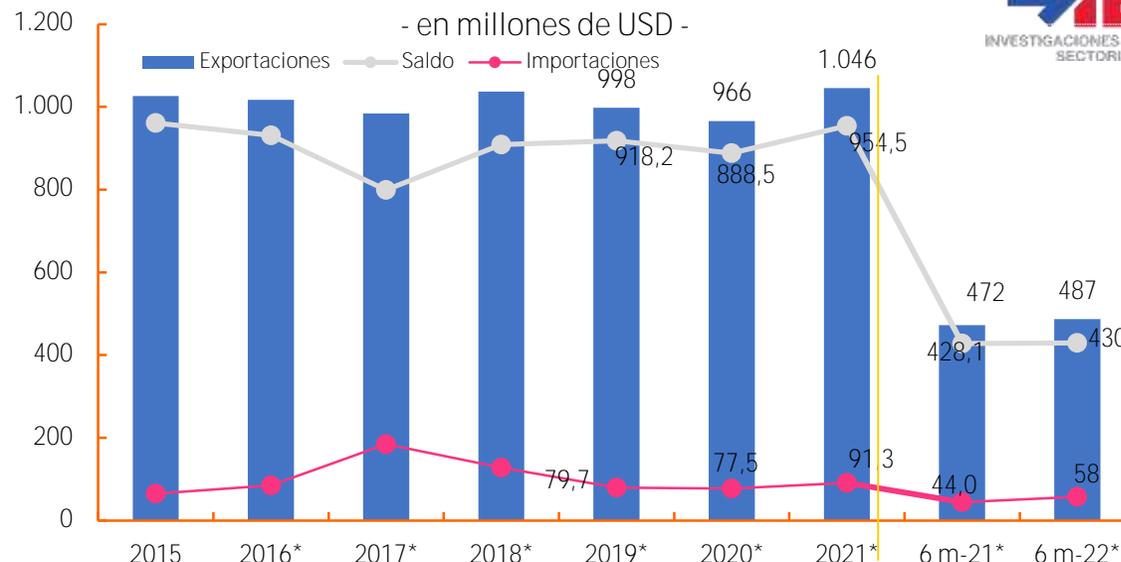
Var. % Acumulada 6M 2022

En el primer semestre de 2022, las exportaciones de bebidas totalizaron USD 487,1 millones, un incremento de 3,2% con respecto al año previo, mientras que en cantidades, los despachos totales de bebidas cayeron 12,4% en estos meses. El mayor precio medio de exportación explica el alza en valores, gracias a la venta externas de vinos varietales de mayor precio.

Las exportaciones de vinos en volúmenes tuvieron una caída de 17,6% en el primer semestre del año (tras caer 16,5% en 2021), mientras que en valores, las exportaciones de vinos tuvieron una leve merma de 0,4% y totalizaron USD 392,4 millones en lo que va del año. Las ventas externas de mostos ascendieron a USD 56,8 millones en el acumulado a junio (+16,1%) y 39 millones de litros (-12,3%). Las ventas de champagne en este período alcanzaron a un valor de USD 7,7 millones (1,7 millones de litros), con una suba del 44,4% en valores y del 26,2% en volúmenes.

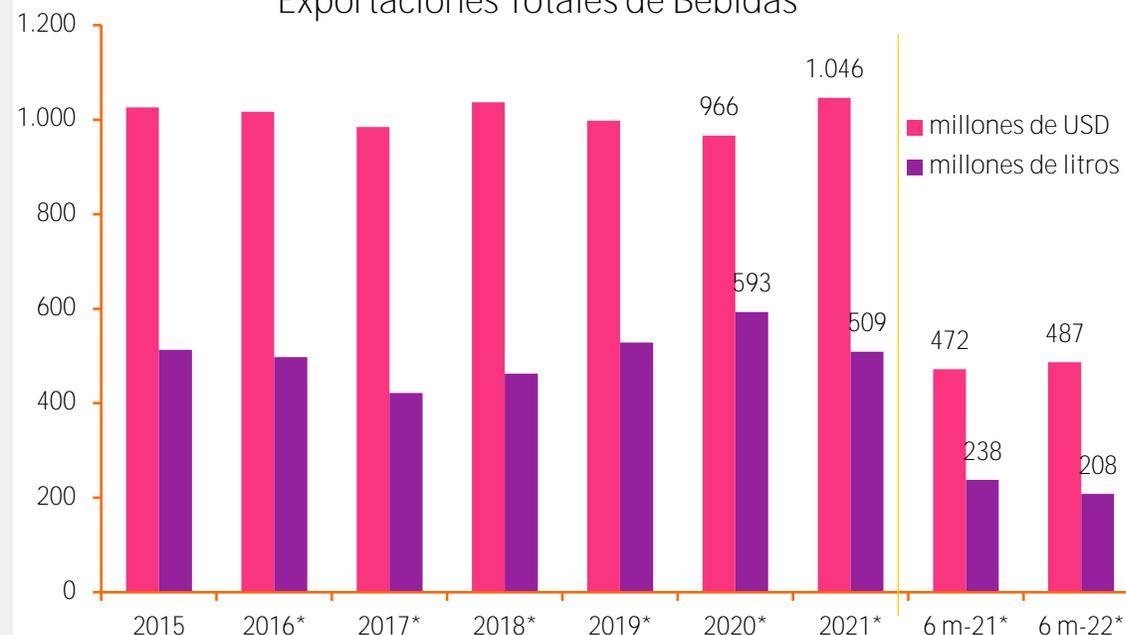
En el acumulado a junio, se importaron bebidas por USD 57,5 millones, un alza anual del 30,7% (tras crecer 17,8% en 2021), mientras que en volúmenes crecieron 89,4% (39,5 millones de litros).

Balanza Comercial del Sector de Bebidas



Fuente: Elaboración propia sobre la base de información de INDEC

Exportaciones Totales de Bebidas



Fuente: Elaboración propia sobre la base de información de INDEC

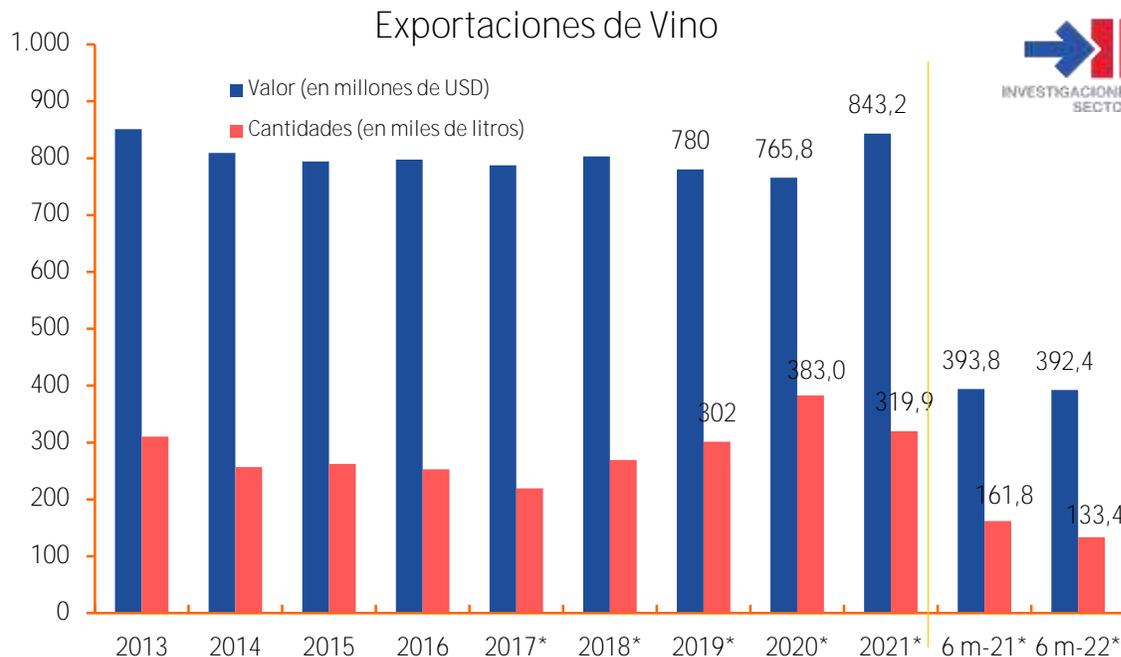
COMERCIO EXTERIOR

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 semestre se observó un aumento del comercio exterior en valores de gaseosas, que treparon 4% con respecto al año previo, con ventas por USD 11,2 millones en este período. Por su parte, las ventas externas de cervezas verificaron una rotunda expansión del 24,7% con respecto al año anterior, con ventas por un valor de USD 4,3 millones. La sidra, que es el quinto producto en importancia por su volumen vendido, no tuvo exportaciones entre enero y junio.

En volúmenes, en el primer semestre de 2022, se destaca la suba de las exportaciones de bebidas gaseosas (1,3%) y en los despachos al exterior de cervezas (16,8%), 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 80,6% del valor exportado por el sector de bebidas. El segundo componente han sido los mostos de uva, que representaron el 11,7% en este período, que junto a los vinos, sumaron una participación del 92,2% de las exportaciones de bebidas en valores. En volúmenes, las exportaciones de vinos representaron el 64% del total, seguido por las bebidas gaseosas con el 10,1%.



Fuente: Elaboración propia sobre la base de INDEC



Fuente: Elaboración propia sobre la base de INDEC

COMERCIO EXTERIOR

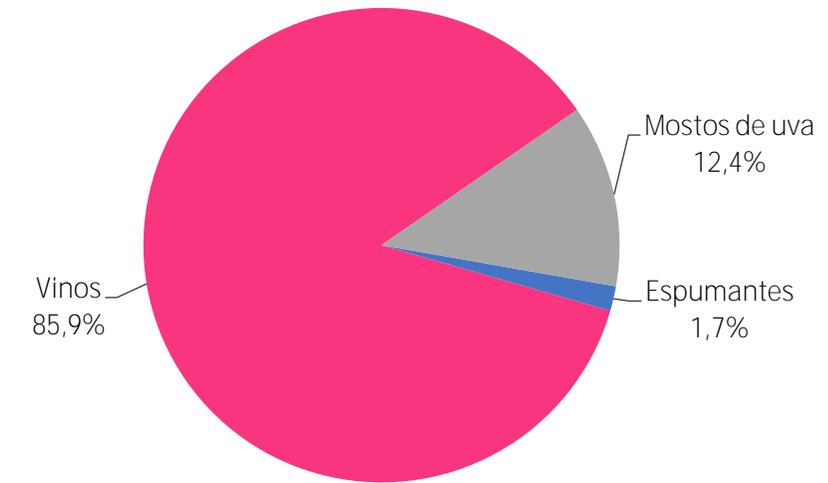
Respecto de los destinos de las exportaciones en valores de la industria vitivinícola en el acumulado de 2022, los envíos de vinos se concentraron en los Estados Unidos (31,2%), en el Reino Unido (14,5%), en Brasil (9,4%), en Canadá (6,2%), y en México (3,4%), países que concentraron el 64,8% de los valores. Se destaca el aumento de las exportaciones en 2022 a los Estados Unidos (8,1%) y a Brasil (6,8%), mientras que cayeron a Reino Unido (4,1%) y a Canadá (29,2%).

En lo que hace al origen de las importaciones de bebidas en 2022, la mayor cantidad provino del Reino Unido, que concentró el 27,3% del valor total importado, seguido por Brasil, con el 21,7% y Estados Unidos (6,3%). Más atrás, se ubicaron las compras desde Francia (6,2%) y Austria (5,8%).

El principal rubro de importación en este período en valores fue la cerveza, con el 25,1% del total, seguido por el *whisky* (24,2%), por las bebidas gaseosas (16,9%), y por gin y ginebra, con el 8,1%. Las importaciones de gaseosas en valores verificaron una suba del 42,2% en el acumulado a junio, con compras por un valor de USD 9,7 millones. Las compras de cerveza totalizaron USD 14,4 millones, recuperándose 146%,7 (tras caer 44,5% en 2021), mientras que las compras de aguas minerales se contrajeron 42,8%, y las de *whisky* 12% (totalizaron USD 13,9 millones).

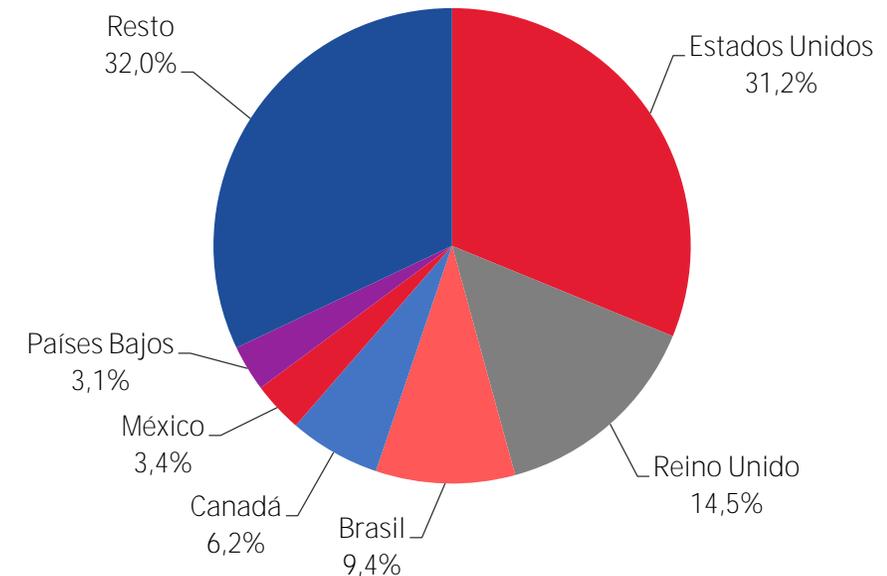
Las compras de bebidas espirituosas (en conjunto) aumentaron 3,8% en valores en el semestre (USD 28,3 millones), y las exportaciones crecieron 48,5% (USD 14,5 millones). Sobresale el fuerte aumento de las exportaciones de la categoría otros licores, cuyas ventas se expandieron 112,1% (USD 7,1 millones en estos meses). Las exportaciones de *whisky* crecieron 87,5%.

Exportaciones del Sector Vitivinícola por Tipo - enero a junio de 2022 (en % del valor) -



Fuente: Elaboración propia sobre la base de INDEC

Exportaciones de Vinos por País de Destino - enero a junio de 2022 (en % del valor) -



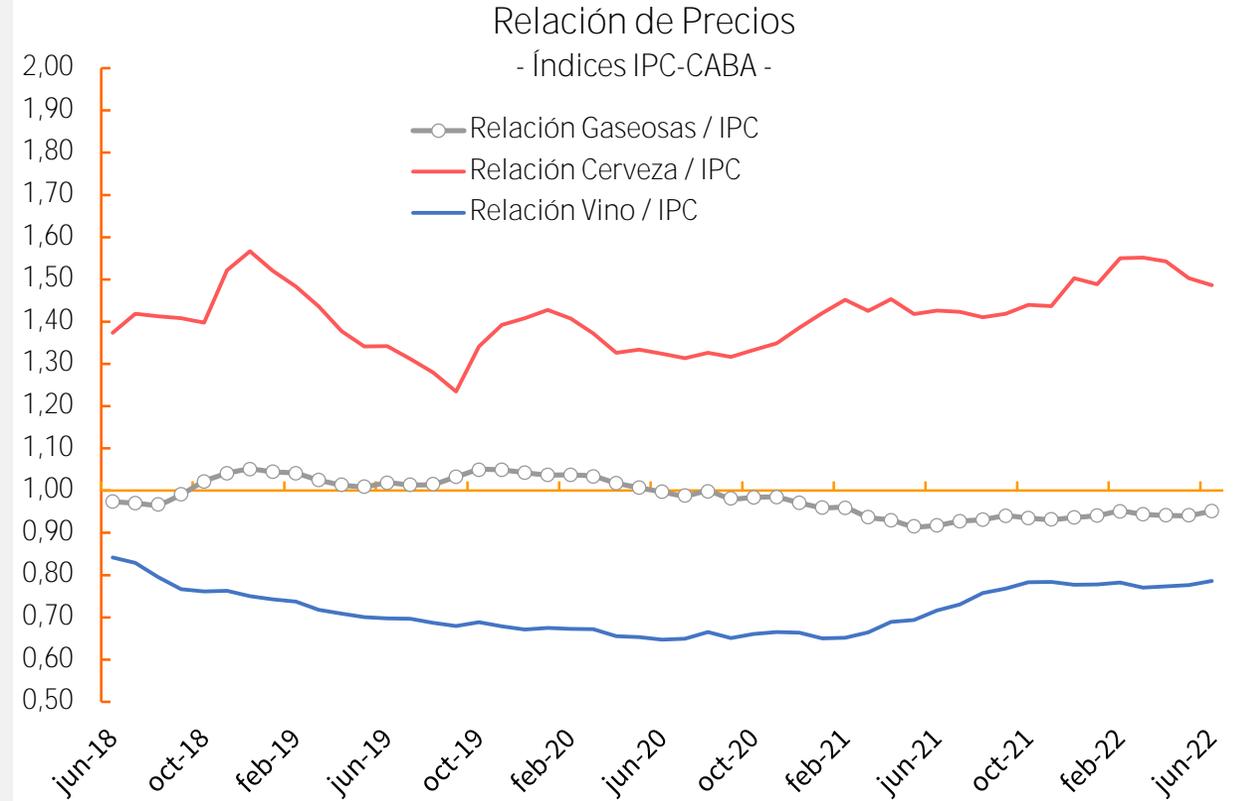
Fuente: Elaboración propia sobre la base de INDEC

Rentabilidad

Tras un buen inicio de 2022, se observa un deterioro en el segundo trimestre en la rentabilidad para las empresas del segmento cervecero, mientras que los otros segmentos del sector bebidas permanecen estables en 2022. 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.

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 exhibió cierta mejora en la rentabilidad durante 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.



Fuente: Elaboración propia sobre la base de IPC-CABA

Perspectivas

El consumo total de bebidas crecerá en 2022 pero permanecerá en bajos niveles. 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, a pesar de un posible crecimiento en el año.

La mala cosecha de uva de 2022 afectará la actividad vitivinícola en 2022. 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 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

- Una sola bodega argentina, fue elegida por la FIFA para estar presente en el Mundial de Fútbol de Qatar y servir tres de sus vinos Malbec en todos los VIPs y los eventos de hospitalidad. Así lo anunció ayer, el CEO de la Bodega Luigi Bosca, Alberto Arizu (h), quien explicó que "nuestro Malbec fue elegido por la organización que se encarga de todas las áreas de hospitalidad del Mundial. Somos el único vino argentino que se servirá junto con vinos de otros países". El evento más importante del fútbol a nivel mundial también es un gran evento comercial especialmente para el turismo, la gastronomía y la hotelería del país sede de la Copa, en este caso Qatar.
- El Grupo Peñaflor distribuirá en forma exclusiva los productos de Antares. Con este acuerdo, la fabricante de cerveza artesanal con sede en Mar del Plata proyecta un fuerte salto de producción, ya que, gracias al músculo comercial de Peñaflor, sus productos pasarán a venderse en 150.000 puntos en todo el país. Hoy, llegan a 15.000, a través de 40 distribuidores, con los que Antares dejará a trabajar desde la próxima semana, cuando empiece a ejecutarse el convenio. Será un doble retorno: el de Peñaflor al negocio cervecero (lo había dejado en los '90, cuando cedió la marca Bieckert) y de su accionista principal, la familia Bemberg, ex dueña de Quilmes, al producto que definió su historia empresaria.
- Argentina tendrá el primer whisky "100% andino" del mundo, de calidad premium y destino de exportación. Tres hermanos producen en Mendoza el whisky "The Williams Casanegra", cuya cebada se cultiva a más de 1500 metros de altura y se riega únicamente con las lluvias y nevadas. Con una inversión enorme y una planta única en Sudamérica, apuntan a whiskies únicos y creativos, añejados en barricas de jerez, pisco y hasta un caldo de manzanas y peras. La estructura que montaron los hermanos Williams denota una jugada muy fuerte: tienen una batería de 14 alambiques, desde un alambique de prueba en borosilicato de 120 litros hasta alambiques de 1200 y de 3.500 litros en cobre.
- Coca-Cola y Jack Daniels lanzan un whiscola en lata. Las empresas incursionarán juntas en el "Jack and Coke", el tradicional cóctel, pero lo ofrecerán en lata, una versión "lista para tomar". Tendrá un 5% de graduación alcohólica y se presentará en México a finales de 2022, pero apuntan a lanzarlo en todo el mundo. Mientras los bares ofrecen cada vez más alternativas para entrar en este mundo y desde Argentina surgen nuevas marcas, las grandes empresas también incursionan en nuevas aperturas para ampliar el espectro del whisky. Y así lo harán Coca-Cola y Brown-Forman, propietaria de la marca Jack Daniels, que juntos lanzarán Jack Daniel's & Coca-Cola RTD, una bebida "ready to drink", que se traduce como "listo para tomar".

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.ar / www.iesonline.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