

El mercado del ron

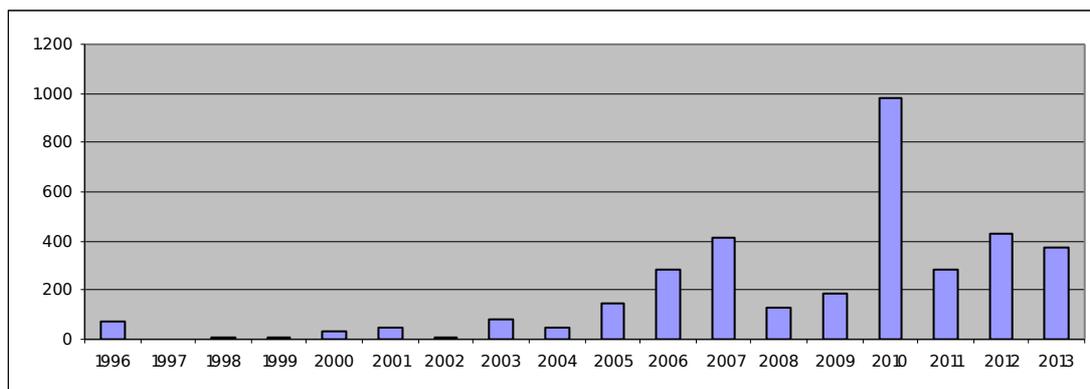
Informe Sectorial N° 2 – Octubre 2014

Lic. Amalie Ablin

Área de Sectores Alimentarios - Dirección de Agroalimentos
Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca

1. Argentina

1.1 Producción nacional de ron



Aclaración: en miles de litros/Fuente: Cámara Argentina de Licoristas

1.2 Comercio exterior

Exportaciones de ron

Años	Toneladas	Miles de dólares
2012	0,63	4,45
2013		
Variación	-100%	-100%

Fuente: Indec

Importaciones argentinas de ron

Años	Toneladas	Miles de dólares
2012	316	545
2013	222	396
Variación	-30%	-27%

Fuente: Indec

En relación a las importaciones, la Argentina adquirió a Brasil por valor de 335 mil dólares, mientras que el monto anual total del año 2013 fue de 396 mil dólares.

1.3 Dinámica comercial

En el país más del 90% del mercado alcohólico se concentra alrededor de la cerveza y el vino. La pequeña cuota restante incluye las espirituosas (whisky, vodka, ron, gin y otros), una categoría que crece traccionada por el Bernet - el mismo representa casi la mitad de las ventas de espirituosas; incluso, algunos le asignan un casillero aparte -. Asimismo, en el sector consideran al fernet una suerte de "rompehielos" que, en con el tiempo, allanará el camino a los demás: "Suma consumidores a una categoría compuesta por *spirit* más bebida cola", opinan en el sector.

En este costado del mercado, los jugadores – las principales marcas del mercado - compiten entre sí con los propios, pero también con los ajenos, considerando que a cantidad de consumidores aún es pequeña y el potencial más grande está en quitar litros a otras categorías. Sólo así, podrá aspirar a acortar la larga brecha de consumo per cápita que separa a la Argentina de países europeos como España o Francia. En promedio, cada argentino toma al año 2,5 litros de espirituosas, lejos de los casi 25 litros de vino y los cerca de 50 de cerveza que se consume en el mismo período.

La diversidad de estas bebidas les da un alcance *multi target*, de edades y precios variados. También debe tenerse en cuenta que parte del consumo se observa en los jóvenes que presentan más salidas y ocasiones de consumo, previendo ello categorías como las bebidas "ready to drink" (mezclas listas para el consumo). Sin embargo, a medida que la edad avanza, las preferencias cambian, también se debe mencionar que el consumo disminuye en cantidad en los segmentos de mayor edad, pero es cada vez más selectivo, opinan desde el sector.

Asimismo, las marcas se tiñen de virilidad o feminidad, según la marca. Por ejemplo, el vodka y algunas *ready to drink* se reparten entre ellos y ellas en iguales proporciones¹.

2. Mundo

2.1 Preocupación del Caribe por los subsidios al ron

La Comunidad del Caribe (CARICOM) reiteró su preocupación por la amenaza que representan para la competitividad del ron caribeño en el mercado de Estados Unidos, los subsidios otorgados por las Islas Vírgenes (USVI, por sus siglas en inglés) y Puerto Rico (PR) a los productores del destilado.

Desde 1917 Estados Unidos lleva a cabo un Programa de Reembolsos de Arbitrios del Ron (*rum cover-over*), un impuesto que se carga a las ventas de esta bebida en el mercado estadounidense, cuya recaudación es mayoritariamente transferida a USVI y PR, con el propósito de ayudar al desarrollo económico de estos territorios. Sin embargo, según la Comisión de Hacienda de la Cámara de Representantes de Puerto Rico, desde 2007 USVI ha utilizado gran parte de los reembolsos para incentivar la industria local del ron. Ante esta situación, Puerto Rico ha buscado limitar el impacto de esas medidas: por un lado, presentando ante la Cámara de Representantes un proyecto para impedir que PR y USVI utilicen los reembolsos para proveer subsidios irrazonables a los productores de ron, y por otro, comprometiéndose a otorgar incentivos a determinadas empresas para mantener una producción mínima en su territorio. Estos incentivos consisten en reembolsar a las empresas beneficiarias cerca del 50% de lo recaudado por el impuesto a la importación a Estados Unidos de sus productos. Esto va en detrimento de otros competidores, como los productores de los países de la CARICOM.

¹ Para mayor información: <http://www.lanacion.com.ar/1549142-el-exito-del-fernet-impulsa-las-bebidas-espirituosas>

En su 35ª reunión, llevada a cabo en Georgetown, Guyana, el Consejo para el Comercio y el Desarrollo Económico (COTED), convocó a Estados Unidos, a través de un comunicado, a trabajar en conjunto con los países del Caribe para restaurar el acceso competitivo del ron caribeño al mercado estadounidense. Esta preocupación también había sido señalada en la 33ª reunión de Jefes de Gobierno de la Comunidad del Caribe en julio de 2012, en la que los mandatarios afirmaron que dichos subsidios son contrarios a las disposiciones de la Organización Mundial del Comercio (OMC).

El Acuerdo sobre Subvenciones y Medidas Compensatorias (ASMC) de la OMC dispone que se deben cumplimentar tres requisitos para que una medida sea definida como subvención: deber ser 1) una contribución financiera, 2) de parte de un gobierno y 3) que implique la concesión de un beneficio. Además debe cumplir con el criterio de especificidad (por ej. estar destinado a empresas determinadas o a un sector en particular). Las características antes mencionadas se podrían aplicar a los subsidios que PR y USVI otorgan a las empresas productoras de ron instaladas en sus territorios. No obstante, al no estar ligados al desempeño exportador, no se encuentran dentro del grupo de subvenciones prohibidas; aun así se pueden considerar recurribles y solo pueden aplicarse mientras no causen efectos adversos en los intereses de otros miembros².

2.2 Países

España

La industria de bebidas espirituosas preveía cerrar el año 2013 con un descenso de las ventas de entre el 6% y el 8% como consecuencia de la crisis económica y del impacto del alza de los impuestos aprobados.

El director ejecutivo de la Federación Española de Bebidas Espirituosas (FEBE), explicó que 2013, el séptimo año de ventas a la baja, sería el "peor" desde el inicio de la crisis, porque consolidaba la caída acumulada del 40,2% desde 2007, lo que se ha traducido en una pérdida de € 3.000 millones.

A su vez, el alza del 10% de los impuestos especiales aplicables a las bebidas espirituosas había distorsionado el mercado, con un aumento del consumo de la cerveza en detrimento del de bebidas espirituosas.

Otro efecto de la situación económica y del alza fiscal fue el descenso más acusado de las ventas en hostelería, con un retroceso del 8,20%, mientras que en el canal alimentación, los ingresos habían retrocedido un 2,60%. Dentro de la hostelería, la franja de ocio nocturno era la que más acusó el descenso, con un retroceso del 12,6%.

En España, las categorías de productos más consumidas eran:

² Para los países caribeños, el ron es mucho más que la bebida alcohólica que resulta de la fermentación de la caña de azúcar. Se trata del producto que ha potenciado el desarrollo de esas naciones durante siglos y que, en la actualidad, protagoniza una ardua discusión.

Desde 1917, todo el ron que se importa a Estados Unidos debe pagar un impuesto. Ese monto, en la actualidad, es de US\$ 13,25 por galón.

Para mayor información: http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2013/01/130118_economia_ron_impuesto_en.shtml y <http://www.10.iadb.org/intal/cartamensual/Cartas/Articulo.aspx?Id=3b684cac-9da7-4e89-92b4-c6c2cc175217>

- El whisky (31%).
- El ron (20%).
- La ginebra (17%).
- Los licores (15%).
- El brandy (8%).
- El vodka (4%).
- El tequila (1%).

El director de FEBE ha destacado que la tendencia en todas ellas era a la baja, aunque, a pesar del contexto económico, aumentaba el consumo de marcas 'premium', particularmente en el caso de la ginebra, cuyas ventas suben un 7,6%³.

Venezuela

Venezuela era uno de los principales mercados de whisky de América Latina y uno de los seis mayores del mundo, sin embargo hubo una caída del 30% en las ventas de este licor el año pasado, y se prevé que la tendencia continúe en 2014, según ejecutivos del sector.

Esto no quiere decir que la gente beba menos alcohol, ya que según la empresa londinense International Wine and Spirits Research (IWSR) las ventas de ron crecieron 25% en 2013, y se espera que sigan aumentando este año⁴.

Colombia

La Asociación Colombiana de Empresas Licoreras (Acil) había reportado al corte del primer semestre del año 2013 una caída, en promedio, de 18% en las ventas de ron y aguardiente, frente al mismo período de 2012, de las industrias licoreras nacionales.

De acuerdo con el informe, el mercado de ron decreció un 17%, al comercializar 4,98 millones de botellas (reducidas a 750cc), mientras en los primeros seis meses de 2012, la cifra fue de 6,02 millones.

“Hay varios factores que pesan en ese desempeño. El contrabando y la adulteración son los grandes flagelos y no hay política nacional frente al tema. Otro asunto que influye en el bajo desempeño de las ventas es que ha habido un cambio de hábitos de consumo y también han pesado las normas que restringen el consumo de bebidas alcohólicas”, indicaba el gerente de la Industria Licorera del Valle, una importante empresa local⁵.

Bolivia

Desde 2009, Bolivia importa cinco veces más bebidas alcohólicas y a octubre del año 2013, las mayores compras fueron de cerveza, whisky y ron, significando ello el 72,36% de las mismas.

La información fue recogida por el Instituto Boliviano de Comercio Exterior (IBCE) con base en datos del Instituto Nacional de Estadística (INE). De 2009 a octubre de 2013, el valor de las importaciones creció 196% y en volumen el 357%, explicaban.

³ Para mayor información: <http://www.clubdarwin.net/seccion/negocios/bebidas-espirtuosas-en-espana-cierra-su-peor-ano-con-una-caida-del-8>

⁴ Para mayor información: <http://www.lanacion.com.ar/1718193-el-whisky-tambien-siente-la-crisis-de-venezuela> (13/8/2014)

⁵ Para mayor información: http://www.larepublica.co/empresas/mercado-de-ron-y-aguardiente-cay%C3%B3-18-en-el-primer-semester-de-2013_43239

El informe del IBCE también dio cuenta de que, hasta octubre del 2013, los países a los que más se les adquirían bebidas alcohólicas eran Brasil, con 12,2 millones de kilogramos (12.257 toneladas) de importaciones por un valor de US\$ 6,04 millones; Perú, con 10,1 millones de kilogramos (10.143 toneladas) por US\$ 5,38 millones; y Argentina, con 2,8 millones de kilogramos (2.802 toneladas) por US\$ 5,71 millones⁶.

Perú

La importación peruana de bebidas alcohólicas crecería 15,9% al cierre del año 2013, alcanzando los US\$ 88,1 millones y 1.376 millones de litros, proyectaba una consultora.

El alza se debe al incremento del ingreso disponible de las familias, que impulsaría la demanda de licores de alta y media gama en las categorías de vino, whisky y vodka; la demanda de nuevos consumidores no tradicionales como jóvenes y mujeres y la ampliación de los canales de distribución en provincia.

Por otro lado, la inversión del Gobierno para promocionar el turismo nacional y extranjero y el reconocimiento internacional de la gastronomía, *"permitirán que este mercado sea abastecido por nuevas marcas, especialmente europeas, no solo en gama baja sino también en licores premium"*, sostenían los analistas.

Estos factores serán acompañados por el crecimiento de la inversión publicitaria, lo que llevará a que el consumidor tenga una mayor variedad de bebidas con diferentes marcas y precios, indicaba la consultora.

Por tipo de licor, se preveía que al cierre del año 2013, la importación de ron crecería un 6,7%.

En el mercado de licores importados participan anualmente alrededor de 140 empresas de más de 50 países. El Reino Unido, Argentina, Chile, España e Italia concentran el 71,3% del total⁷.

Chile

El ron y el pisco siguen teniendo fuerte presencia en el mercado chileno desde el año 2010, presentando ventas que crecen en promedio, sobre el 30%, ubicándose con autoridad en el tercer lugar de consumo de destilados del país.

"La forma de beber es principalmente con mezclas. En el caso del ron y el pisco con bebidas cola, mientras que vodka con bebidas blancas". Además, *"las tres categorías tienen una gran versatilidad para mezclarse en cualquier coctelería"*, indican analistas del mercado.

En tanto, el *brand manager* de la categoría vodka de Diageo, una de las compañías líderes mundiales en bebidas espirituosas, agregaba que el consumidor chileno estaba invirtiendo cada día más en mejorar la calidad de los productos que consumen.

⁶ Para mayor información: http://www.la-razon.com/economia/Bolivia-importa-vecas-bebidas-alcoholicas_0_1961203918.html

⁷ Para mayor información: http://www.rpp.com.pe/2013-10-23-maximixe-importacion-de-licores-en-peru-creceria-15-9-en-2013-noticia_641721.html

A su vez, los representantes de la industria coinciden en que el crecimiento del consumo en los próximos años se sustentará en la llegada de nuevos formatos, sabores y marcas dirigidas a los segmentos "premium".

El mercado chileno también se destacaba por el éxito de los destilados que buscaban cubrir las necesidades de los consumidores de mayores ingresos, cuyo segmento crecía por sobre el promedio del total de la industria, mostrando un incremento del 32%⁸.

3. Innovación

Con relación a los nuevos productos, se destaca el ron de café, del portafolio de Juan Valdez para 2013, producto innovador que fortalecerá el portafolio de la Promotora de Café Colombia (Procafécol).

Para el desarrollo de la bebida, tipo aperitivo, la Federación Nacional de Cafeteros y la empresa costeña realizaron múltiples pruebas hasta llegar al producto final⁹.

A su vez, AB-InBev lanzará al mercado de Reino Unido una cerveza *premium* con sabor a ron. Con este lanzamiento AB-InBev pretende repetir el éxito de Lime-A-Rita, una cerveza con sabor al cóctel Margarita que lanzó en EEUU.

La categoría de cervezas saborizadas con licores de alta graduación ha ido creciendo. En un principio fueron las pequeñas cervecerías artesanales las que innovaron introduciendo combinaciones de licores o cócteles. Ahora es el primer productor a nivel global quien hace esta apuesta para detener la sangría de consumidores que migran a cocteles listos para servir u otras categorías de bebidas espirituosas. En este lanzamiento se destaca la etiqueta fosforescente, toda una declaración de intenciones para distinguirse en la nocturnidad de las discotecas¹⁰.

Cabe destacar, que la stevia avanza poco a poco como alternativa a otros edulcorantes. Pernod Ricard ha decidido incluir Truvia, la marca de stevia de Cargill, en la formulación de su coctel de Ron Malibu Spiced island. Este licor, mezcla de ron caribeño, licor de coco, canela y vainilla ahumada apunta a captar la atención de un segmento con mucho potencial: mujeres jóvenes preocupadas por su figura, pero que no quieren renunciar a pasar buenos momentos con una bebida alcohólica¹¹.

⁸ Para mayor información: <http://www.emol.com/noticias/economia/2013/02/08/583263/consumo-de-vodka-se-consolida-en-chile-con-irrupcion-de-nuevos-sabores-y-productos-premium.html>

⁹ Para mayor información: http://www.elcolombiano.com/BancoConocimiento/E/el_ron_de_cafe_nuevo_producto_en_el_portafolio_de_juan_valdez_para_2013/el_ron_de_cafe_nuevo_producto_en_el_portafolio_de_juan_valdez_para_2013.asp

¹⁰ Para mayor información: <http://www.clubdarwin.net/seccion/innovacion/ab-inbev-lanza-cubanisto-cerveza-premium-con-sabor-ron>

¹¹ Para mayor información: <http://www.clubdarwin.net/seccion/ingredientes/los-10-productos-con-stevia-mas-innovadores-de-2013>

A su vez, Brugal presenta la primera bebida espirituosa baja en calorías; es un producto hecho a partir de ingredientes naturales con caña de azúcar y el agua más pura de Puerto Plata. Su sabor dulce se obtiene a través de un proceso de envejecimiento, en el que se destila doblemente su melaza para evaporar parte de su contenido alcohólico; posteriormente se deja reposar en barricas de roble blanco americano, que anteriormente han contenido Bourbon, y se finaliza con un *'blended'* de rones de hasta 8 años de envejecimiento en barrica¹².

4. Tendencia

Pese al declive del mercado de ron oscuro, la categoría mantendría su trayectoria, impulsada sobre todo por varietales de oro y envejecido, aparte el sólido nicho de ron especiado.

Queda el ambiente *Premium* de las metrópolis, que los productores de ron disputarán a los whiskys, tanto en mercados desarrollados como emergentes¹³.

¹² Para mayor información: <http://www.eleconomista.es/evasion/gastronomia/noticias/5175809/09/13/Brugal-presenta-Brugal-Suspiro-la-primera-bebida-espirituosa-baja-en-calorias--.html#.Kku8OWrJJkBu8R>

¹³ Para mayor información: <http://www.clubdarwin.net/seccion/negocios/tendencias-en-bebidas-espirituosas-2014-mezclas-exoticas-y-renacer-de-licores-prohi>