

El mercado del whisky

Informe Sectorial N° 2 - Mayo 2014

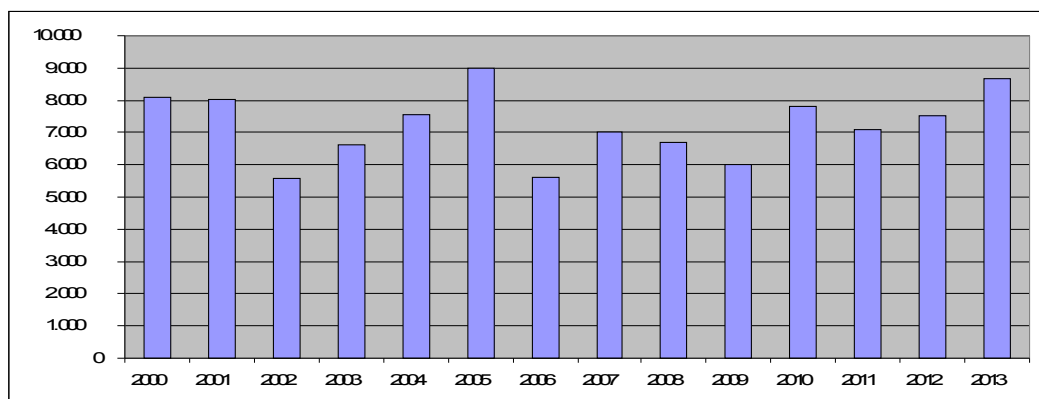
Lic. Amalie Ablin

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

1. Argentina

1.1 Producción y comercio exterior

Producción nacional de whisky (en miles de litros)



Fuente: Cámara Argentina de Destiladores Licoristas

Exportaciones argentinas de whisky

Años	Toneladas	Miles de dólares
2012	846	2.634
2013	1.001	3.129
Variación	18%	19%

Fuente: Indec

Destino de las exportaciones del año 2013

Destinos	Miles de dólares
Uruguay	1.940
Chile	577
Peru	374
Otros	238
Total	3.129

Fuente: Indec

En 2013 hubo un aumento de las exportaciones del 19% en valor FOB. Los mercados de destino no han variado en los últimos años, siendo los países vecinos los compradores principales.

Importaciones argentinas de whisky

Años	Toneladas	Miles de dólares
2012	3.452	17.920
2013	3.629	19.634
Variación	5%	10%

Fuente: Indec

Países de origen de las importaciones del año 2013

País de origen	Miles de dólares
Reino Unido	16.021
Brasil	2.166
EEUU	856
Irlanda	588
Otros	3
Total	19.634

Fuente: Indec

En cuanto a las importaciones, en el año 2013 hubo un aumento tanto en valor FOB como en litros. El Reino Unido fue el principal país de origen de la importación.

1.2 Dinámica comercial

En el año 2013 la Argentina pasó a ser el país de la región donde más alcohol se consume, con la cerveza y el vino concentrando más del 90% del mercado local de bebidas alcohólicas. La pequeña cuota restante incluye las espirituosas (whisky, vodka, ron, gin y otros), una categoría que crece traccionada por el fernet y los cambios en las preferencias de los más jóvenes.

En este mercado los jugadores compiten entre sí, con los propios, pero también con los ajenos. La cantidad de consumidores de “bebidas espirituosas” es aún relativamente pequeña y el potencial más grande consiste en avanzar sobre porciones de mercado de otras categorías. Sólo así la Argentina podría aspirar a acortar la larga brecha de consumo per cápita que la separa de países europeos como España o Francia. Se podría decir, que la dinámica de la demanda de las bebidas espirituosas se relaciona directamente con el nivel de actividad y de ingresos de la economía y la misma es creciente¹.

Según la demanda que se registra en los restaurantes y bares de tragos, en la actualidad el argentino prefiere el fernet, en segundo lugar el vodka y luego el whisky y el ron².

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

² Para mayor información: <http://www.mesauno.com.ar/nota/37/Bebidas%20blancas>

Asimismo, en el país existe una asociación "Whisky Malt Argentina" (W.M.A.), lo que demuestra una dinámica comercial vigente a nivel local y consumidores dispuestos a conocer las últimas novedades y tendencias del mercado³.

2. Comercio mundial

2.1 Consumo per cápita

En el año 2012, los uruguayos lideraban el ranking mundial de consumo de whisky con un promedio de 2,4 litros per cápita, seguido por Francia (2,2 litros per cápita) y Estados Unidos (1,9). Luego aparece India (1,8) e Irlanda y España (1,7) comparten el quinto puesto. Los diez primeros puestos del ranking los completaban Emiratos Árabes Unidos en el séptimo puesto (1,6), Canadá (1,5) y Venezuela y Sudáfrica (1,4).

Esta clasificación tiene en cuenta las ventas retail y de servicios, pero no las de free shops. Desde 2009 Uruguay encabeza la clasificación, y en la categoría "whisky" se incluyen el "whisky escocés de malta, whisky escocés blended, bourbon y otros whiskys estadounidenses, canadiense, irlandés, japonés y otros"⁴.

2.2 Dinámica comercial

- Estados Unidos

El consumo del whisky americano presentó un crecimiento del 5,2% en el año 2012 respecto al año anterior. Ello afirma el crecimiento del consumo de whisky, tanto local como extranjero.

El apetito creciente por el whisky ha popularizado el aumento de destilerías artesanales, premium, impulsando la industria local.

El consumo de bebidas espirituosas y cócteles se encuentra en constante crecimiento desde hace 10 años. Por su parte, el consumidor busca actualmente una bebida tradicional, que el mercado puede ofrecer, aportando valor local al producto, como un whisky Premium y artesanal⁵.

Asimismo, Estados Unidos representa un mercado importante para el whisky escocés, tanto en valor como en volumen. Las exportaciones a dicha plaza comercial se incrementaron al menos 11% entre el año 2012 y el 2013, presentándose ese país como un mercado maduro, equiparable a Francia. Respecto del valor de las importaciones, los Estados Unidos es la nación más importante, seguida por Francia y los países de Asia⁶.

A su vez, los destiladores americanos se encuentran en una activa campaña con el fin de aumentar el consumo de su whisky. Los norteamericanos buscan negociar internacionalmente para que su producto sea tratado como el whisky escocés o irlandés. El punto principal del argumento es que actualmente la Unión Europea con el apoyo de la Asociación de Whisky

³ Asimismo, la empresa Jameson organiza catas exclusivas para mujeres, pudiendo vislumbrarse que se desea introducir una nueva tendencia en el consumo local. Chivas Regal también desarrolló un circuito por los mejores bares y boliches de Buenos Aires, donde se puede disfrutar una variedad exclusiva de cócteles realizados con whisky en formato after office, como Pony Line -el bar del Four Seasons- y en formato night club, como Tequila.

Para mayor información: <http://www.airesdebares.com/9-fiesta-nacional-del-whisky/> y <http://www.lanacion.com.ar/1660304-ahora-el-whisky-on-the-rocks-lo-piden-ellas>

⁴ Para mayor información: <http://www.clubdarwin.net/seccion/negocios/uruguay-francia-y-eeuu-lideran-consumo-mundial-de-whisky>

⁵ Para mayor información: <http://www.cbc.ca/news/business/growing-appetite-for-american-whisky-straining-supply-1.1382836>

⁶ Para mayor información: <http://www.scotch-whisky.org.uk/news-publications/news/scotch-whisky-exports-grow-in-value-and-volume/>

Escocés define que puede y no llamarse whisky, debiendo la bebida madurar al menos tres años. Los nuevos destiladores americanos aceptan ese whisky europeo, pero argumentan que algunos whiskys americanos maduros son legalmente reconocidos con menos tiempo. De tal forma, los Estados Unidos solicitan el reconocimiento completo del Whisky americano como 'un tipo' y exento de la regla de edad de tres años, y proponen el ensanchamiento de la exención de "el nuevo roble", la regla para todos los productores de la Unión Europea de whisky de malta. Dichas diferencias aún no han sido resueltas entre las partes⁷.

- Europa

Según los datos presentados por la Asociación de Whisky Escocesa (SWA), las exportaciones del whisky escocés crecieron entre los consumidores jóvenes de los mercados emergentes, entre ellos los de Europa del Este, considerando a las demás naciones occidentales europeas mercados maduros. Las ventas en países como Estonia o Letonia, los puntos de entrada al mercado ruso, mostraron crecimiento importantes, del 77 y 33% respectivamente. Ello muestra un marcado interés por dicha bebida⁸.

- México

El comercio de bebidas alcohólicas registró un incremento en el año 2013 y se espera que esta tendencia continúe los próximos años, sobre todo en establecimientos como bares y restaurantes. El crecimiento en el consumo de bebidas espirituosas estaría impulsado por las categorías de vino, whisky y mezcal.

Asimismo, el whisky tuvo un crecimiento de dos dígitos por sexto año consecutivo en el año 2012, gracias a importantes campañas de marketing, en particular por la distribuidora Diageo y la entrada de marcas internacionales. Estos esfuerzos empujan gradualmente al whisky de ser un trago disfrutado por un pequeño mercado de nicho, a ser un mercado masivo⁹.

- América Latina

En Escocia se consideraba que los mercados de América Latina presentaban futuro, con una clase media que motoriza la demanda. Entre los países que se destacan figuran Brasil y Venezuela, por ejemplo. Por diferentes vías de comunicación y campañas las empresas se han posicionado, observando que la tendencia del consumo de whisky ya se encontraba instalada y necesitaba reforzarse, pudiendo así captar a nuevos consumidores¹⁰.

Chivas Brothers, la empresa que es dueña de la marca de whisky Chivas Regal, afirma que la ciudad de Recife -al Noreste de Brasil-, tiene el mayor consumo per cápita del mundo de esta bebida. La empresa adjudicaba el fenómeno del aumento del consumo a un incremento de la clase media y más adinerada del país, cuyo poder adquisitivo creció en los últimos años¹¹.

- Asia

Los expertos del IWSR afirman que el consumo general de bebidas espirituosas a nivel del continente asiático creció 1,6% en el año 2013, representando China un 38% de consumo a nivel individual como país¹².

⁷ Para mayor información: <http://whhttp://www.connosr.com/worldwhiskyreview/issue-9/news-america-goes-in-to-battle/>

⁸ Para mayor información: <http://www.thespiritsbusiness.com/2012/10/eastern-europe-drives-scotch-whisky-exports/>

⁹ Para mayor información: <http://www.dineroenimagen.com/2013-05-19/20406>

¹⁰ Para mayor información: <http://www.globalpost.com/dispatch/news/regions/americas/120206/latin-america-toasts-scotch-whisky>

¹¹ Para mayor información: <http://www.igdigital.com/2012/05/cuando-el-progreso-se-mide-en-consumo-de-whisky/>

¹² Para mayor información: <http://www.economist.com/blogs/graphicdetail/2013/06/daily-chart-9>

- Innovación

La quínoa, el mítico cereal de los Incas, ahora es un ingrediente clave para un nuevo whisky artesanal en los Estados Unidos. El whisky se elabora a partir de una mezcla de semillas de quínoa roja y blanca no malteadas (20%) y de cebada malteada (80%), la que en su mayoría no está tostada, lo que le confiere un bouquet muy particular en el que se destaca un ligero sabor a nuez proveniente del uso de la quínoa. La empresa productora posee en su portafolio toda una serie de whiskies artesanales que le han valido por dos años consecutivos como la destilería más innovadora del país¹³.

- Tendencias

La industria fue golpeada durante 2009, con la recesión en muchos mercados claves, lo que presentaba una nueva búsqueda de mercados para el whisky, ingresando en este punto los países emergentes, conquistando las empresas internacionales nuevos consumidores.

En términos generales, el funcionamiento de la industria permanecería moderado. Asimismo, esperan que naciones en desarrollo como India y China, recuperen el consumo de los mercados maduros – como Europa Occidental y Estados Unidos -, con vistas al año 2015.

En cuanto al consumo, la mayor parte de las categorías de bebidas espirituosas, entre ellas el whisky, verían un crecimiento moderado hasta 2015. Esto se debe en gran parte al comportamiento cauteloso de los consumidores. La industria espera que el whisky escocés y americano incremente sus mercados.

Debido a lo mencionado anteriormente, las empresas líderes del mercado deberán:

- analizar profundamente las estadísticas de la industria, sus estructuras y volúmenes, las segmentaciones y las marcas principales y sus consumidores.
- explorar los nuevos mercados emergentes, como China, sin dejar de innovar en los EE.UU o Europa, sus mercados maduros, conociéndose en detalle sus diferentes consumidores¹⁴.

¹³ Para mayor información: <http://www.clubdarwin.net/seccion/ingredientes/corsair-whisky-de-quinoa>

¹⁴ Para mayor información: <http://www.ipsos.com/sites/ipsos.com/files/Drinking-to-the-Future-Trends-in-the-Spirits-Industry.pdf>