

El mercado de la ginebra

Informe Sectorial N°1

Lic. Amalie Ablin

Área de Sectores Alimentarios - Dirección de Agroalimentos

1. Historia de la Ginebra

La ginebra tiene su origen en Schiedam, ciudad de los Países Bajos. Es una bebida alcohólica obtenida a base de un 30% de cebada y cereales, que tras ser destilada se aromatiza con bayas de enebro y otras hierbas. Su color varía entre el dorado y el transparente. Las plantas de las que se extrae se someten a una destilación especial, casi al vacío, a fin de no perjudicar el *bouquet*. Su graduación suele alcanzar los 60°. Puede ser dulce, semiseca o seca. No se añeja.

La primera receta de la ginebra holandesa fue escrita a mediados del siglo XVII por Franciscus Sylvius de la Boeel, profesor de la Universidad de Medicina de Leiden. Este médico intentaba obtener un remedio para los cálculos biliares y afecciones renales mezclando alcohol obtenido de cebada, centeno y maíz con bayas de enebro. A este nuevo preparado lo llamó *Genievre* («enebro», en francés). El producto rápidamente ganó popularidad y la gente comenzó a llamarlo *Genever*¹.

Debe mencionarse, que la ginebra llegó al Río de la Plata junto con los primeros holandeses que llegaron a estas tierras. Corría el año 1687, según lo prueban documentos de la época. Sin embargo, algunos historiadores sostienen que el arribo se produjo recién en 1691. Discusiones al margen, lo que está claro es que la ginebra tiene en estas tierras una tradición de más de tres siglos.

Mucho tiempo después, la ginebra se ganó las preferencias indiscutidas del gaucho. Por aquella época, la exportación directa del producto se hacía en forma modesta, dadas las dificultades y costos del transporte por vía marítima.

Con el tiempo, ya en el Siglo XX, los holandeses de Bols designaron a la firma López Freres & Co. como únicos representantes en el país. Tal como ocurriera con el fernet en la segunda contienda bélica, los holandeses crean, a fines de 1935, la empresa Erven Lucas Bols para asegurar el abastecimiento local, y deciden construir una destilería en Bella Vista. Era una forma de responder al alto consumo que ya existía en nuestro país. En un único edificio, se encontraba la denominada “destilería de cuatro cubas”, similar a la existente en Schiedam.

Retomando el caso de Bols, la planta de Bella Vista se inauguró oficialmente el 31 de agosto de 1936 día del cumpleaños de la Reina Guillermina. A partir de ese momento, los niveles de consumo crecieron notablemente también en el sector urbano, aunque la ginebra siguió siendo la bebida del gaucho y del campo argentino.

Para rendir homenaje a estas tradiciones, recientemente Bols relanzó su tradicional porrón de cerámica, similar al utilizado a fines del siglo XIX. Se recuerda así la costumbre de beber ginebra arraigada entre los gauchos quienes, para transportar de a caballo la ginebra de uso personal utilizaron un asta de vacuno: el “chifle”, singular recipiente al que solía acompañar el “invite” un pequeño vasito, también de asta, que el gaucho utilizaba para servir un trago a sus invitados. En algún momento, Bols sacó a la venta una promoción que incluía un “chifle” junto a una botella de ginebra².

¹ Para mayor información: <http://www.made-in-argentina.com/alimentos/bebidas/temas%20relacionados/caracteristicas%20de%20la%20ginebra.htm>

² Para mayor información: <http://fondodeolla.com/la-ginebra-y-el-campo/>

La otra marca con tradición en el país es Llave, elaborada por la firma Peters, hoy en manos del Grupo Márquez. Ambas firmas ostentan la porción mayoritaria del negocio en el país.

2. Definición técnica

De acuerdo al Código Alimentario Argentino, la ginebra es “*es la bebida de graduación alcohólica de 35% a 54% vol. a 20° C, obtenida de destilados alcohólicos simples de cereales redestilados, total o parcialmente, en presencia de bayas de enebro (Juniperus communis) mezclado o no con alcohol etílico potable de origen agrícola, pudiendo ser adicionada de otras sustancias aromatizantes naturales; las características organolépticas del enebro deberán ser perceptibles, aun cuando pudieran estar atenuadas. La bebida podrá ser adicionada de azúcares en la proporción máxima de 15 g por litro del producto y caramelo para corrección de color. El coeficiente de congéneres, no podrá ser superior a 150 mg/100 ml de alcohol anhidro*”³.

3. Característica de la Ginebra

La ginebra inglesa es producida rectificando mezcla de alta graduación alcohólica de whisky o mezclas alcohólicas, de forma tal que pierdan aroma y sabor. Estos son luego reducidos con agua y puestos en recipientes con los agentes aromatizantes. Luego, la mezcla es destilada nuevamente. A la ginebra resultante se llega reduciendo hasta contar con una graduación alcohólica que oscile los 40° y los 47°, dependiendo del mercado para el cual que se produzca.

Las hierbas que se utilizan para aromatizar ginebra en Inglaterra y Estados Unidos son las fresas, preferentemente las producidas en Alemania o Italia, mas algún otro saborizante incorporado en menor proporción: orris, angelica o licorice, almendras, coriandro, carvi, cardamomo, anís, cáscara de limón, naranja, etc.

Como siempre, el secreto de cada productor es la combinación de hierbas que se aporta a la destilación para aromatizar la bebida, por lo que todos han desarrollado fórmulas propias que guardan secretamente.

La ginebra actual es un aguardiente obtenido por la destilación de cereales tales como la cebada malteada, el maíz y el centeno debidamente rectificadas y aromatizadas con bayas de enebro. Tanto el sabor como el aroma se consiguen por destilación.

Las ginebras actuales son de un color que varía entre el dorado y el transparente, poseen una graduación alcohólica que ronda los 60°, y puede ser dulces, secas o semisecas. Ninguna se añeja con el tiempo⁴.

Tipos y estilos

Los estilos de ginebra se dividen en *viejos* y *jóvenes*. El primero tiene más sabor a cereal, es más dulce y de color pajizo. El joven, por lo general, está más aromatizado, es más seco y guarda semejanza con el gin. Pueden diferenciarse diferentes tipos:

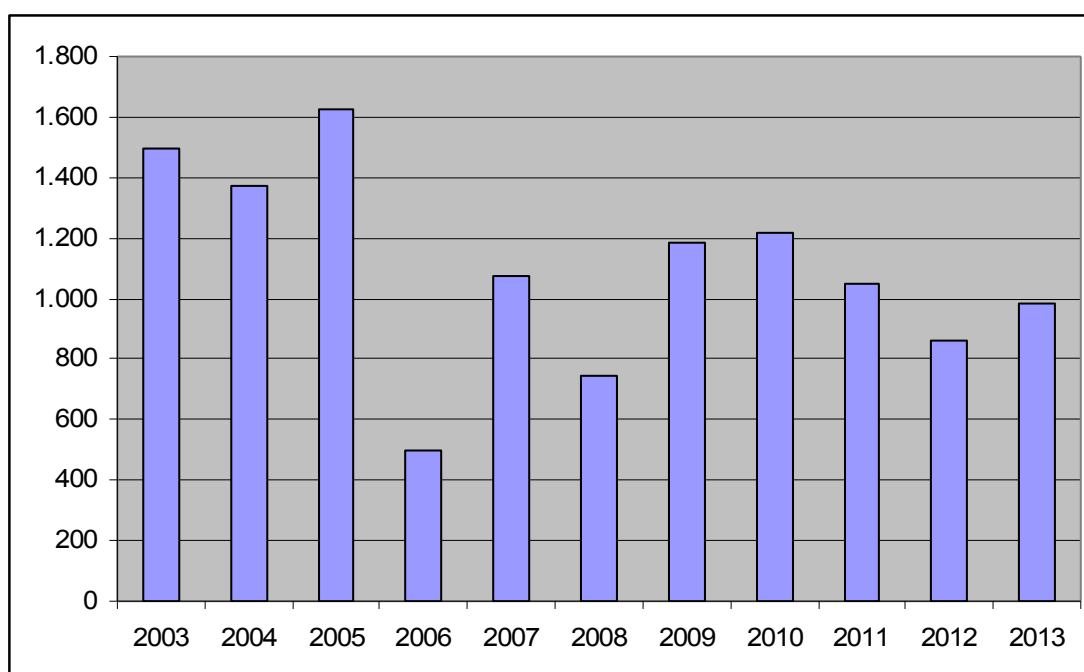
- **Ginebra británica o London Dry (llamada *ginebra seca o de Londres*).** Producto hecho por la mezcla de una alta graduación alcohólica de whisky o mezclas alcohólicas de forma tal que pierdan aroma y sabor. Estos son luego reducidos con agua y puestos en recipientes con los agentes saborizantes y aromatizantes. Luego, esa mezcla es nuevamente destilada.

³ Para mayor información: http://www.alimentosargentinos.gov.ar/contenido/marco/caa/capitulo_14.htm

⁴ Para mayor información: <http://www.made-in-argentina.com/alimentos/bebidas/temas%20relacionados/caracteristicas%20de%20la%20ginebra.htm>

- **Ginebra holandesa (llamada *Geneva* o *Genever*).** Originaria de Holanda, Bélgica y de algunos lugares de Francia y Alemania. Está hecha de un destilado con base de centeno o cebada y destilado en un alambique. A veces tiene color amarillento y es más dulce y potente que el *London Dry*, aunque su contenido alcohólico se halla entre de 43° y 44°. El resultado final es un aroma a malta y un cuerpo fuerte.
- ***Ginebra de endrino*.** Su sabor se logra utilizando el fruto del arbusto del mismo nombre. Se toma con agua tónica, refrescos de cola, jugos o néctares de frutas.
- ***Plymouth*.** Creada por la destilería *Black Friars* en *Plymouth*, Inglaterra. Resulta ser una ginebra más aromática que otras, con un cuerpo intenso y un poco afrutado, 41.2% de alcohol.
- ***Old Tom Gin*.** Es un estilo de ginebra muy dulce. Tuvo su *boom* en el siglo XIX en Inglaterra, u llegó a ser consumida en todo el mundo, pero actualmente sólo se la encuentra en su país de origen⁵.

4. Producción nacional de Ginebra (en miles de litros)

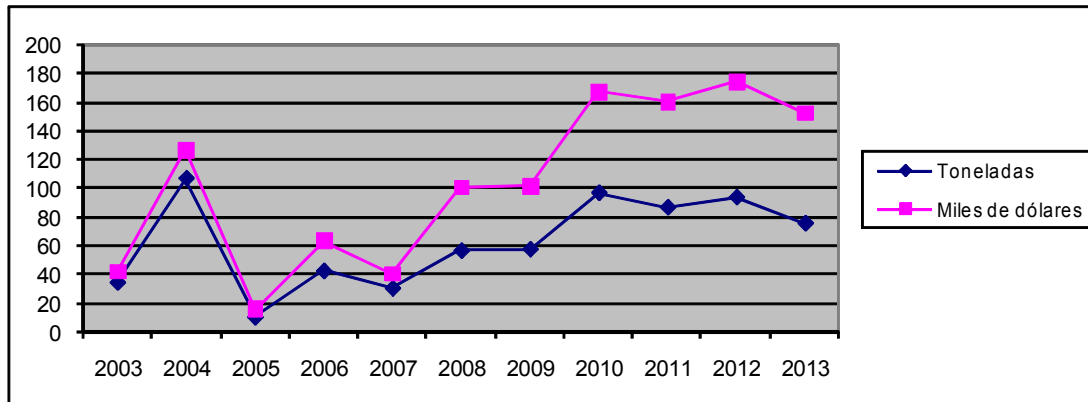


Fuente: Cámara Argentina de Destiladores Licoristas

⁵ Para mayor información: <http://revistaelconocedor.com/ginebra/>

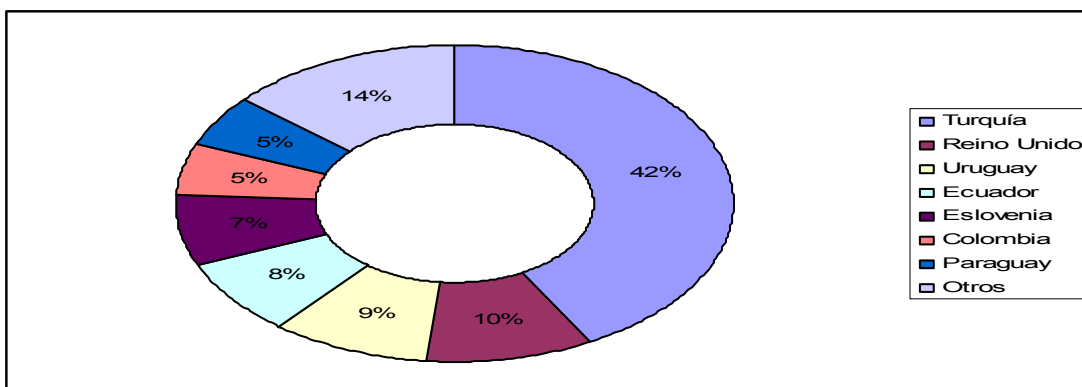
5. Comercio Exterior

Exportaciones argentinas de gin y ginebra*



* La categoría a nivel nacional contempla las dos bebidas. Fuente: Indec

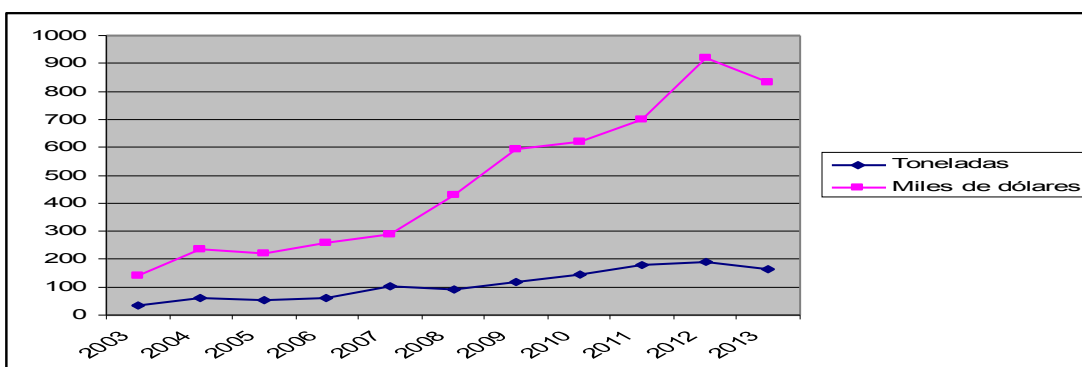
Destino de las exportaciones del año 2013



Fuente: Indec

En los últimos diez años hubo un aumento del 117% en toneladas y del 264% en valor FOB en las exportaciones.

Importaciones argentinas de gin y ginebra*



* La categoría a nivel nacional contempla las dos bebidas. Fuente: Indec

Las importaciones crecieron 353% en toneladas y 487% en valor FOB. Cabe destacar que en el año 2013 más del 90% del gin y la ginebra importados por Argentina provino del Reino Unido

6. Dinámica del mercado mundial

Consumo

La forma de beberla depende fuertemente del lugar de origen. Por ejemplo, en Holanda se toma sola o con hielo, para sentir su cuerpo y sus ricos aromas a maltas (cereal y nebrina). En el Reino Unido, Estados Unidos y Latinoamérica también es consumida y mezclada en cocteles⁶.

Fuera de un pequeño grupo de países la ginebra es muy poco conocida, por lo que a fin de incrementar su consumo, en 2008 Bols presentó mundialmente una nueva fórmula, recuperando una receta de 1820, con un destilado de alta calidad en una botella bien contemporánea. "*Cuando decíamos ginebra, los bartenders de Holanda pensaban en sus abuelos. La veían como una bebida pasada de moda. Pero debe ser al revés. Las recetas más antiguas de la coctelería usaban ginebra, como los Collins originales. Debemos estar orgullosos del pasado de esta bebida y lograr que el mundo la reconozca*", asegura un sommelier de la ginebra⁷.

De acuerdo al IWSR (*International Wine & Spirit Research*)⁸ en el año 2012 Filipinas era el mayor consumidor de ginebra en el mundo, con 1.400 millones de litros consumidos. Según la investigación realizada, esto podría atribuirse a un buen **marketing** y al espíritu del mercado local ya que Ginebra San Miguel, una de las marcas más vendidas del mundo, inició sus operaciones en ese país desde hace más de 170 años. Evidentemente la creciente clase media asiática impulsó la demanda en el mercado de bebidas alcohólicas a nivel mundial⁹.

Marcas mundiales de ginebra

Entre las marcas más conocidas de ginebra, figuran entre otras: *Korenaer, Gordon's, Beefeater, Larios, Tanqueray, Ginebra San Miguel* (popular en Filipinas), *Bombay, Gilbey's, Burnett, Martin Miller's, Hendrick's, The London N°1, Rives Gin* y *Gvine*.

Europa

En 2013, las empresas de bebidas espirituosas incrementaron un 6% en las ventas gracias a sus estrategias a largo plazo en los mercados emergentes, y por mantenerse estable en Europa. Encontraron dificultades en Europa Occidental por su madurez y crecimiento en Europa del Este.

Dentro del Viejo Continente cabe destacar la caída de Francia de un 7% en las ventas. Esto se explica por las tasas e impuestos sobre el alcohol introducidas en enero de 2012, que hicieron disminuir el consumo. Las modificaciones en el precio se habían traducido en un descenso de hasta el 2% la venta de bebidas espirituosas. Destacaban una tendencia al crecimiento de consumo en el segundo semestre de 2013, sobre todo en las marcas *premium* como *Habana Club* (que ha aumentado un 14%), *Absolut* (5%) y *Glenlivet* (20%).

Asimismo, Europa presentaba estabilidad general gracias al aumento del consumo en los países del Este, donde creció un 11%. Rusia formaba parte del 16% del crecimiento de Europa del Este

⁶ Para mayor información: <http://revistaelconocedor.com/ginebra/>

⁷ Para mayor información: <http://www.lanacion.com.ar/1583054-la-ginebra-busca-un-lugar-en-las-barras-del-mundo>

⁸ Para mayor información: <http://www.iwsr.co.uk/>

⁹ Para mayor información: <http://www.kienyke.com/historias/cual-es-el-pais-que-bebe-mas-licor-en-el-mundo/>

especialmente por el consumo de la marca *Jameson*, seguido por la demanda de Polonia y Ucrania, donde *Absolut* y los whiskies, respectivamente, fueron las bebidas favoritas.

Sin embargo, el declive (-3%) del mercado en Europa occidental afectó a varias empresas de peso del sector, sobre todo por la caída del 7% en España donde, no obstante, una marca en particular aumentó un 4% su participación de mercado, en buena parte por la “moda” de beber *gintónicos*, que impulsó la producción de tónicas¹⁰.

Comparativamente, en Alemania y el Reino Unido el consumo se mantuvo casi estable.

Las perspectivas de las compañías para el año 2014 eran similares a las de 2013: confiar en la mejora de los mercados de Europa occidental y en el crecimiento de los Estados Unidos junto con los países emergentes.

Estados Unidos

Ante las dificultades de los mercados europeos maduros, las empresas encuentran crecimiento en el continente americano¹¹, donde la coctelería volvió a colocar a la ginebra en lugar de privilegio, secundando en orden de popularidad al vodka, y recuperando el mercado de los consumidores jóvenes, que buscan permanentemente marcas *premium* y nuevos sabores¹².

Latinoamérica

En 2013, América Latina fue una de las plazas donde los fabricantes de bebidas destiladas buscaron expandirse ante las dificultades para crecer en una Europa occidental que posee mercados maduros pero en alguna medida aún padece efectos de la crisis¹³.

Asia

El crecimiento de nuevos mercados emergentes en Asia, y particularmente en China, atrajo el interés de varias firmas, que apuntan a potencia allí el consumo de sus las marcas. Asia y África brindan excelentes márgenes de beneficio para las compañías, sobre todo en China, Sudáfrica y la India¹⁴.

¹⁰ Para mayor información: http://cincodias.com/cincodias/2013/08/31/empresas/1377957209_808311.html

¹¹ Para mayor información: http://cincodias.com/cincodias/2013/08/31/empresas/1377957209_808311.html

¹² Para mayor información: <http://www.altonivel.com.mx/tres-bebidas-clasicas-que-resurgen.html>

¹³ Para mayor información: http://cincodias.com/cincodias/2013/08/31/empresas/1377957209_808311.html

¹⁴ Para mayor información: http://cincodias.com/cincodias/2013/08/31/empresas/1377957209_808311.html