

## 1. Introducción

El vodka es un aguardiente transparente, incoloro e inodoro. Se produce generalmente por la fermentación de granos, aunque se ha llegado a obtener de la cáscara de la papa. Es el aguardiente nacional de Rusia y Polonia, y significa “agüita” (diminutivo de agua, agua se dice *woda* en polaco y *водa* en ruso. Se puede destilar de cualquier planta rica en almidón, tradicionalmente de granos de centeno (considerado superior a otros tipos de vodka) o de papa, pero también de trigo y melaza. A excepción de cantidades insignificantes de condimentos, el vodka consta de agua y alcohol. Contiene un rango de alcohol de entre 35 y 70% en volumen. El clásico vodka ruso tiene unos 40 grados de alcohol.

Se atribuye la invención del vodka (y de su nombre) a un inmigrante polaco que realizó su descubrimiento en tierras rusas, de ahí que sea la bebida nacional de ambos países. Existe certeza sobre el hecho de que composición actual del vodka se debe al inventor de la tabla periódica de los elementos, Dmitri Mendeléyev, que posiblemente sea la persona antes mencionada.

El vodka se produce hoy en todo el mundo. La bebida goza de gran popularidad y prestigio en los países escandinavos, donde se producen algunas de las marcas más apreciadas por los *gourmets* del vodka, como la sueca *Absolut*, la finlandesa *Finlandia* y la ucraniana *Petrof*, pero también hay muchos productores estadounidenses, e incluso japoneses, como *Suntory*. En países como El Salvador, el vodka es la bebida alcohólica de mayor consumo: representa más del 87% de la demanda global de licores de dicha nación, formando parte así de su cultura popular<sup>1</sup>.

## 2. Propiedades y Elaboración del Vodka

### 2.1 Propiedades

El vodka es una de las bebidas destiladas más populares del mundo, que se consume sola, con mucho hielo y bien fría, mezclada con otro ingrediente, o como parte de *cocktails*.

Básicamente, está compuesta por agua y etanol, con una graduación alcohólica de 35 y 70 % en volumen. Durante su fabricación, la bebida es sometida a bajas temperaturas para provocar la solidificación de posibles residuos. Como sucede con toda bebida alcohólica, su consumo excesivo ocasiona graves problemas, como deshidratación, irritación digestiva o cuadros de intoxicación.

En cambio, su consumo moderado brinda beneficios similares a los de otras conocidas bebidas alcohólicas, como el vino. Históricamente, el vodka se utilizó con fines medicinales, especialmente en Polonia donde eran muy apreciadas sus virtudes terapéuticas.

### 2.2 Elaboración

---

<sup>1</sup> Para mayor información: <http://lavozdemisiones.com.ar/drdrink/aguardientes-1o-el-vodka/> (2012)

Para elaborar el vodka primero se muelen los granos convirtiéndolos en harina, se añade agua y se hace la mezcla bajo presión. En este paso el almidón contenido en los granos se transforma en un gel y luego en azúcar, que bajo el efecto de la levadura se transforma en alcohol al fermentarse.

El proceso dura unas 40 horas y da como resultado una bebida fuerte (aproximadamente 90%) que a su vez es sometida a un proceso de destilación continua que utiliza de 2 a 5 alambiques aislados de acero inoxidable que, en el caso de las grandes producciones industriales, alcanzan una altura de 20 a 40 metros.

Posteriormente se lleva a cabo un filtrado que elimina las impurezas de la bebida. La filtración varía de una destilería a la otra, pero comúnmente se emplean filtros de carbón orgánico, de madera de abedul o manzano; algunos otros métodos incluyen la utilización de arenas de cuarzo, metales preciosos e incluso diamantes. El último paso en la elaboración del vodka es la dilución de la bebida<sup>2</sup>.

El volumen total de alcohol suele oscilar, como se mencionó anteriormente, entre 37,5° y 42° para los vodkas occidentalizados y hasta 70° en el caso de algunos destilados rusos<sup>3</sup>.

### 3. El Vodka en Argentina

#### 3.1 Características del mercado nacional

De acuerdo al Código Alimentario Argentino, “se entiende por vodka a la bebida con graduación alcohólica de 36% a 54% vol. a 20° C, obtenida de alcohol etílico potable o destilados alcohólicos simples de origen agrícola rectificadas, seguidos o no de filtración a través de carbón activado como forma de atenuar los caracteres organolépticos de las materias primas originales. La bebida podrá ser aromatizada con sustancias naturales de origen vegetal; el coeficiente de congéneres no podrá ser superior a 50 mg/100 ml de alcohol anhidro; la bebida podrá ser edulcorada hasta un máximo de 2 g por litro del producto.”<sup>4</sup>

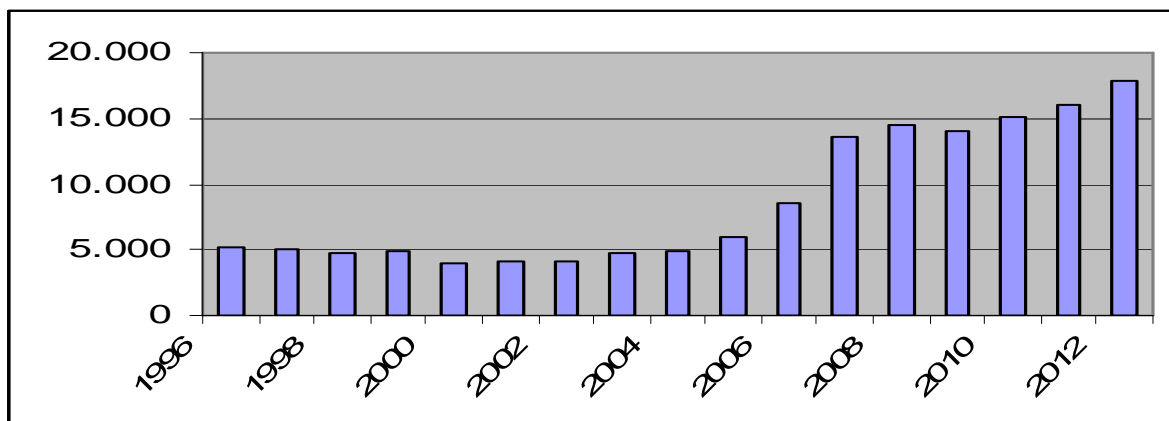
#### Producción argentina de bebidas espirituosas en miles de litros (\*)

---

<sup>2</sup> Para mayor información: <http://blog.uvinum.es/elaboracion-vodka-1693824>

<sup>3</sup> Para mayor información: <http://www.made-in-argentina.com/alimentos/bebidas/temas%20relacionados/produccion%20mundial%20de%20vodka.htm>

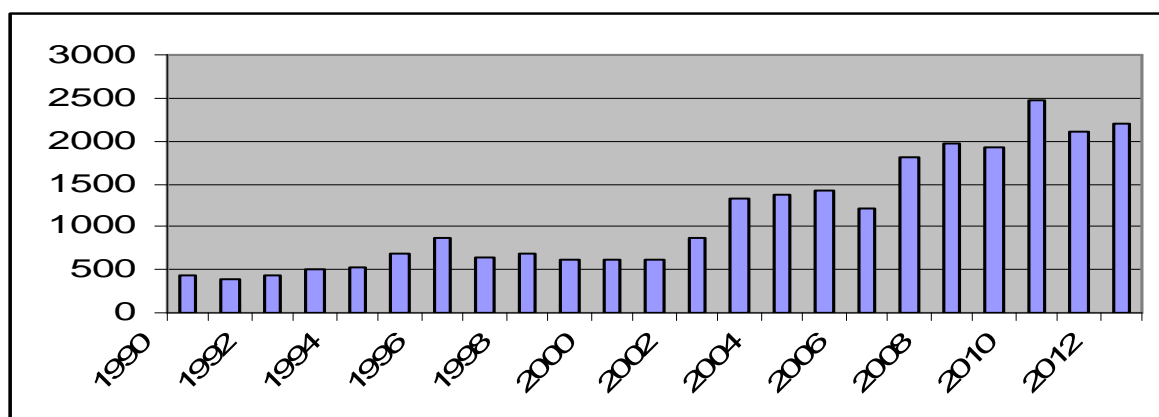
<sup>4</sup> Para mayor información: [http://www.anmat.gov.ar/alimentos/codigoa/CAPITULO\\_XIV.pdf](http://www.anmat.gov.ar/alimentos/codigoa/CAPITULO_XIV.pdf)



(\*) Incluye: bebidas espirituosas secas, cañas, coñac, brandy, gin, licores secos, ron, vodka, grapa y bebidas de baja graduación (0,5° a 9,9°)/ Fuente: Cámara Argentina de Destiladores Licoristas

Cabe destacar que, como categoría general, se observa una producción de bebidas espirituosas que duplicó y triplicó su volumen, lo cual indica un mercado de consumo creciente.

### Producción argentina de vodka en miles de litros



Fuente: Cámara Argentina de Destiladores Licoristas

### Exportaciones argentinas

Año	Miles de Litros	Miles US\$ FOB
2000	15	28
2001	5	9
2002	45	63
2003	328	357
2004	393	488
2005	424	561
2006	560	729
2007	537	686
2008	479	710
2009	362	492
2010	595	942
2011	373	669
2012	383	692

Fuente: Indec

Si bien el vodka no ocupa en Argentina un lugar de gran relevancia en comparación con otras bebidas alcohólicas, su importancia radica en que es un producto exportable a mercados cercanos como Chile y Uruguay, y a naciones más lejanas, como Turquía y México. Respecto del total exportado, en los últimos doce años hubo un incremento del 4% en miles de litros y 3% valor FOB.

### Destinos de la exportación argentina

País	Miles de Litros*	Miles US\$ FOB*
Turquía	1.252	2.115
México	726	747
Chile	372	503
Uruguay	320	501
Eslovenia	250	421
Paraguay	209	319
Ecuador	276	225
Otros	1.094	1.595

\*acumulados/Fuente: Indec

En las exportaciones nacionales, prevalecen como destinos los socios históricos del país, como nuestros vecinos Chile, Uruguay y Paraguay.

### Importaciones argentinas

Año	Miles de Litros	Miles US\$ FOB
2000	152	270
2001	139	209
2002	116	93
2003	97	138
2004	167	341
2005	271	487
2006	431	810
2007	694	1.236
2008	1.087	2.078
2009	972	2.181
2010	1.047	2.733
2011	1.294	3.342
2012	1.617	4.765

Fuente: Indec

Entre los años 2000 y 2012 las importaciones nacionales de vodka crecieron levemente en volumen, y casi el doble en valor FOB.

### Países proveedores de la Argentina

País	Miles de Litros*	Miles US\$ FOB*
Alemania	1.177	6.581
Italia	2.008	3.840
Brasil	2.838	3.553
Suecia	358	1.474
Chile	643	1.029
Otros	1.060	2.206

\*acumulados/ Fuente: Indec

Considerando las naciones a las que Argentina adquiere vodka, debe resaltarse que entre los primeros cinco puestos figuran países vecinos. Chile aparece tanto en el listado de exportaciones como importaciones, pero las compras argentinas son significativamente superiores a sus exportaciones.

### 3.2 - Dinámica empresarial del mercado argentino

En e 2008, Dellepiane, empresa líder en producción y comercialización de bebidas, lanzaba al mercado local el primer y único vodka negro de Argentina. Este *spirit premium* era elaborado a partir de un fino vodka destilado de cereales, macerado previamente con componentes entre los que se destaca el "*catechu*", hierba que le transfiere el color oscuro y los destellos rojizos que lo distinguen de otros vodkas del mercado<sup>5</sup>.

A su vez, en el año 2009, Pernod Ricard compró Absolut y compite en el mercado del vodka. En un acuerdo de 5.690 millones de euros. [Pernod Ricard](#) adquirió *Vin & Spirits* y su marca insignia "[Absolut Vodka](#)", lo que le otorga una nueva dimensión en el mercado de bebidas alcohólicas. Con ventas que alcanzaron a 95 millones de cajas, el grupo se convirtió en colíder mundial del sector de vinos y espirituosas, encabezando también el segmento Premium y Superpremium con un 27% de cuota de mercado.

En Argentina, el crecimiento de la marca se condecía con su ritmo internacional, con una evolución sostenida desde 1998. El crecimiento de los últimos cuatro años había sido siempre cercano al 30%, llegando en 2008 a las 10.000 cajas de 9 litros, en un mercado que comercializaba 17.400 cajas de 9 litros. *"A nivel nacional hay muchísimo por crecer, nosotros todavía no somos un mercado de vodka y seguramente la categoría va a seguir desarrollándose. Desde que apareció el energizante, la gente empezó a consumir vodka, acompañando al mundo de la coctelería. Junto con el Fernet son las dos categorías que más crecen en Argentina, toda la industria va a crecer, el premium y las marcas más pequeñas. No tenemos la cultura de tomar el shot de vodka, por lo que debemos enseñar a tomarlo, combinándolo también"*, comentaba la Gerente de Spirits de Pernod Ricard Argentina<sup>6</sup>.

Asimismo, según los datos recopilados por el sector privado, entre diversas bebidas tales como amargos o fernets, aperitivos y vermouths, whiskies, vodkas y demás bebidas "blancas" (como por ejemplo gin, ron, ginebra, etc.) en 2010 se consumieron a nivel nacional 60 millones de litros<sup>7</sup>.

También llegaba el vodka ultra premium al país, ya que el segmento de las bebidas de lujo que por entonces hacía furor en Europa y los Estados Unidos empezó a abrirse camino en la Argentina, con *Ultimat* perteneciente a la compañía líder mundial en destilados *The Patron Spirits*.

Ultimat era el único vodka en el mundo producido con papa, trigo y centeno. Tanto los ingredientes como la tecnología utilizada para la destilación y el filtrado en el proceso de fabricación, hicieron especial a este vodka de lujo, considerado el más exclusivo del mundo<sup>8</sup>.

Para el año 2011, cabe mencionar, que el consumo de vodka crecía en la Argentina, impulsado

---

<sup>5</sup> Para mayor información: <http://www.on24.com.ar/nota.aspx?idNot=13132> (2008)

<sup>6</sup> Para mayor información: <http://www.infobrand.com.ar/notas/12717-Pernod-Ricard-compra-Absolut-y-da-pelea-en-el-mercado-del-vodka-> (2009)

<sup>7</sup> Para mayor información: [http://www.alimentosargentinos.gov.ar/contenido/sectores/bebidas/Informes/Fernet\\_2012\\_03Mar.pdf](http://www.alimentosargentinos.gov.ar/contenido/sectores/bebidas/Informes/Fernet_2012_03Mar.pdf)

<sup>8</sup> Para mayor información: <http://www.infobae.com/notas/502005-La-vodka-ultra-premium-llego-al-mercado-argentino.html> (2010)

por la mayor venta de los productos premium, tal como sucede con otras bebidas espirituosas. Mientras la categoría en general aumenta un 12%, los premium lo hacen un 37% en unidades.

*“Se nota un cambio hacia arriba en el consumo; muchos de los que bebían un vodka nacional eligen ahora un importado estándar, y quienes preferían uno de ellos, ahora compran uno premium. Este cambio también se ve en los bares, donde cada vez más el cliente pide una determinada marca al tomar un trago”,* explicaba el director de Marketing de Pernod Ricard, dueña de la marca de vodka Absolut, líder del segmento premium.

El mercado local de vodka sumía 250.000 cajas de 9 litros, de las cuales 93.000 eran importados. De ellos, unas 40.000 pertenecen al segmento premium, donde la sueca *Absolut* controlaba el 76,4%, con 30.800 cajas, frente a marcas como *Skyy*, *Wyborowa* y *Stolichnaya*. *“Desde la compra de Absolut a nivel mundial en 2008, crecimos mucho. La Argentina es el país donde Absolut más aumenta sus ventas del mundo, con 61% en volumen, por encima de Brasil (45%), Chile (19%) y México (16%)”,* agregaba el director, *y si bien el mercado es aún pequeño, desde Pernod Ricard destacamos su potencial”*.

*“Por el fernet, los jóvenes están acostumbrados a bebidas de alta graduación en tragos, lo que facilita que años después beban vodka o ron en tragos”,* explicaba, mencionando que *“Absolut es la 4º marca espirituosa más vendida del mundo, con 11,3 millones de cajas; la 2º en vodkas, detrás de Smirnoff (de Diageo), pero 1º Premium”*<sup>9</sup>.

En la actualidad –año 2013- Argentina es el país de la región donde más alcohol se consume. Comparada con el resto del mundo, también se ubica en la franja superior del *ranking*. La cerveza y el vino concentran más del 90% del mercado local de bebidas alcohólicas y la pequeña cuota restante -que incluye las espirituosas (whisky, vodka, ron, gin y otros) – es la categoría que crece, traccionada por el fernet.

Las ventas del mercado se miden en cajas (de nueve litros). Y según un estudio, el mercado argentino mueve cuatro millones de cajas de fernet al año, un millón de cajas de whisky, 400.000 de vodka y 200.000 de ron. Según la consultora privada, las ventas de ron, vodka y gin, tras una lenta recuperación postcrisis a un ritmo de 5 %, mostraron una aceleración al crecer 13% en los últimos tres años. El ron trepó por encima de esa media, corriendo al 26 %.

En este mercado, los protagonistas compiten entre sí con productos propios, pero también con los importados. Como la cantidad de consumidores aún es pequeña, el potencial de crecimiento más grande está en quitarle litros a otras categorías. Sólo así se podría aspirar a acortar la larga brecha de consumo *per capita* que separa a la Argentina de países europeos como España o Francia - en promedio, cada argentino toma al año 2,5 litros de bebidas espirituosas, lejos de los casi 25 litros de vino y los cerca de 50 de cerveza que se consume en el mismo período -<sup>10</sup>.

## 4. Coyuntura del sector

### 4.1 Caracterización y dinámica de los mercados mundiales

---

<sup>9</sup> Para mayor información: <http://www.cronista.com/negocios/Crece-37-el-consumo-de-vodka-premium-20110909-0043.html> (2011)

<sup>10</sup> Para mayor información: <http://decomidasybebidas.com.ar/mercados-argentina-el-exito-del-fernet-impulsa-las-bebidas-espirituosas/#.UdrtLnqQaM> (2013)

Rusia sigue siendo el mercado más grande a pesar del descenso que existe en la categoría. Allí se estima que las ventas de vodka podrían disminuir aún más en un plazo de cinco años debido a las subas de impuestos fijadas por el gobierno, la presión sobre el comercio ilegal, y el cambio de los consumidores a las nuevas categorías. Gran parte de esta reducción se informa desde la británica *International Wine & Spirit Research (IWSR)*, como desde las marcas mismas.

Específicamente las que han caído son las ventas registradas oficialmente, no necesariamente el consumo oficial. Según algunos analistas, el mercado del alcohol de Rusia se encamina hacia un significativo consumo de alcohol ilegal<sup>11</sup>.

Cabe destacar, que el mercado europeo del vodka es maduro, pero en algunas partes se ha congestionado debido al gran número de marcas. La crisis económica impactó especialmente en Europa del Este y coincidentemente con los aumentos de los impuestos sobre el alcohol por parte de los gobiernos. Además, los consumidores en algunos países se han trasladado a nuevas categorías, perdiendo el vodka compradores ávidos de nuevos productos.

En el Reino Unido, el vodka operó como motor de crecimiento del volumen en el mercado de bebidas espirituosas en los últimos años. Actualmente es la categoría más vendida en el Reino Unido por volumen y valor de las ventas, habiendo obtenido las marcas *premium* buenos resultados en ventas.

Asimismo, existen varias marcas de supermercados de vodka que aparecieron hace unos 10 años en la cadena de comercialización y actualmente poseen el 30% de las ventas totales del país. El mercado presenta tantos actores, etiquetas y precios que se halla inmerso en una fuerte competencia a la que se suman estrechos márgenes de beneficio y una exposición permanente a eventuales aumentos de impuestos.

En Estados Unidos (EE.UU.), las ventas de vodka representaban aproximadamente el 35% del mercado de bebidas espirituosas en volumen, según una consultora privada. A su vez, el estudio estimaba que las ventas de 2010 mostraban un incremento del 5,2% en volumen.

Recientemente, la categorías premium y ultra-premium habrían crecido un 4%, pero debe mencionarse que se destacan actualmente más de 150 sabores o extensiones de líneas de las marcas del mercado. Hace ya varios años que se comercializan grandes volúmenes de vodka con sabores y aromatizantes, tendencia que no solía verse cuando primaba el vodka tradicional.

En Canadá, de acuerdo a un informe privado, el volumen de vodka comercializado superó al del whisky, dentro de la categoría de bebidas espirituosas comercializada en el año 2010. A su vez, el

---

<sup>11</sup> Respecto de Rusia, debe mencionar, que la producción legal de vodka disminuyó en un 30% durante el mes de mayo del presente año 2013, luego de que el mercado fuera invadido por la producción ilegal de la tradicional bebida.

Este incremento en el vodka "ilegal" se relaciona con una suba de los impuestos especiales al consumo, ocurrida a principios de este año. En el mismo lapso, los volúmenes de producción de la industria establecida han disminuido, señala un informe. Los productores de bebidas alcohólicas atribuyen la disminución a la gran cantidad de stock almacenado a finales de 2012, justo antes del aumento récord de 33% en el impuesto al consumo. Como resultado el precio mínimo de venta de la botella de medio litro de vodka subió alrededor de 6 dólares. A su vez, el mercado ilegal se ha visto impulsado también por la llegada de vodka de contrabando desde la vecina nación de Kazajstán. Aún así, el vodka sigue siendo la bebida más popular del mundo, según un reciente informe de la británica *International Wine & Spirit Research (IWSR)*. El consumo mundial de vodka fue 4,44 billones de litros en 2012, según el reporte. Los rusos fueron los responsables de consumir casi la mitad del total mundial, el equivalente a 14 litros por persona.

Para mayor información: <http://www.eldinamo.cl/2013/06/27/alarmante-rusia-registra-caida-de-un-tercio-en-la-produccion-legal-de-vodka/> (2013)



volumen total de se incrementa un 2,5% por año, representando las vodkas nacionales un 60-70% del volumen de ventas y las importaciones el 30-40% restante. Debe tenerse en cuenta, que los vodkas aromatizados ahora representan casi el 7% de los volúmenes comercializados.

En cuanto a otras naciones de Latinoamérica, como Brasil, Chile y Argentina, cabe destacar el aumento sostenido en el consumo de vodka en con un 14%, 56% y 21% respectivamente en volumen, según la británica International Wine & Spirit Research (IWSR). A su vez, debe mencionarse que las exportaciones de vodka de la Unión Europea (UE) a Brasil se han duplicado desde 2009.

A su vez, es de interés la comercialización de vodka en la India, donde a pesar de representar un porcentaje bajo del mercado de bebidas espirituosas local, los licores blancos en general y el vodka en particular, están aumentando un 19% frente a una media de Industria, que es del de 12% anual. La razón es que el vodka resulta popular entre los más jóvenes, por ello actualmente existen nuevas marcas en el mercado, en muchos casos con sabores innovadores.

En China, el mercado del vodka ha disminuido ligeramente en los últimos 5 años, en parte debido a las falsificaciones.

Por otra parte, las ventas de vodka crecieron hasta un 3% en Nueva Zelanda y un 2% en África del Sur. Con referencia a Australia, los informes varían pero sugieren que las ventas han disminuido en volumen, de acuerdo con todas las categorías de alcohol sobre todo porque el gasto del consumidor en todos los sectores ha sido duramente golpeado por la incertidumbre económica<sup>12</sup>.

En 2012, el **consumo per capita de los principales países** arrojaba los siguientes porcentajes<sup>13</sup>: Rusia: 13,9%; Belarús: 11,3%; Ucrania: 7,7%; Polonia: 7%; Kazakhsan: 5,9%; Uzbekistán: 4,4%; Estados Unidos: 1,9 %; Reino Unido: 1,3%; Alemania: 0,9%; Brasil: 0,4%.

## 4.2 Comercio mundial

Respecto a los protagonistas del mercado del vodka, cabe destacar que Rusia reúne un doble rol tanto como importador y exportador.

### Principales importadores mundiales 2009-2012

País	Valor (en dólares)
Estados Unidos	7.050.784.269
Alemania	499.438.381
Canadá	472.138.373
Rusia	460.358.648
Francia	441.206.559
Otros	3.901.438.997

Fuente: Comtrade

### Principales exportadores mundiales 2009-2012

País	Valor (US\$)
------	--------------

<sup>12</sup> Para mayor información: <http://www.ginvodka.org/factsheets/marketVodka.asp>

<sup>13</sup> Para mayor información: <http://www.economist.com/blogs/graphicdetail/2013/06/daily-chart-9> (2012)



Suecia	2.363.215.005
Francia	1.746.714.578
Reino Unido	1.275.825.987
Rusia	646.573.815
Polonia	537.728.656
Otros	3.004.626.543

Fuente: Comtrade

## 5. Tendencias del consumo

Con relación a las mejoras del producto, cabe señalar que a nivel mundial se comercializa un nuevo producto dentro del segmento del vodka. En la actualidad, además del vodka tradicional, los consumidores compran vodka saborizado – por ejemplo de vainilla, o frutos rojos- , lo que abre casi infinitas posibilidades para innovar con nuevas opciones. En ese escenario podría mencionarse el denominado “100.000 Scovilles Hot Naga Chilli Vodka”, que se proclama el producto el más picante del mercado<sup>14</sup>.

A su vez, debe mencionarse un lanzamiento británico que, como el del párrafo anterior, presenta características diferentes al vodka tradicional, ya que es producido a base de leche de vaca.. El producto se convirtió en un éxito local y hasta obtuvo buenas críticas de reconocidos *chefs*, aunque por el momento sólo se comercializa dentro del Reino Unido<sup>15</sup>.

## 6. Conclusiones

El mercado de vodka, a nivel global, supo crecer fuertemente entre los años 2004 - 2008, añadiendo nuevos consumidores. Sin embargo, la recesión global golpeó la categoría con fuerza y las ventas disminuyeron en el año 2009, si bien desde 2010 el mercado ruso, volvió a activarse. No debe olvidarse que pese al descenso que existe en la categoría y la madurez de los países europeos, Rusia sigue siendo el mercado más grande.

En el caso de los Estados Unidos, este es un mercado creciente. Puede comprobarse que el consumo de vodka ha penetrado entre las bebidas espirituosas, considerando que tiene un sabor neutro y se mezcla perfectamente con tragos, de acuerdo al paladar del mercado actual. A su vez, en dicho país la producción de vodka atrae a numerosos destiladores, entre ellos artesanales y pequeños productores, por lo que se ve un desarrollo parecido al que tuvo en su inicio el fenómeno de la microcerveza hace casi dos décadas, que modificó el paisaje del consumo de cerveza en Estados Unidos.

En Brasil, hubo alguna sustitución de cachaça por vodka. Los productores de cachaça realizan su propio vodka. Algunos de estos son ahora la venta volúmenes importantes.

También debe tenerse en cuenta, el crecimiento del vodka en la India, donde ha nacido un atractivo mercado vinculado a los jóvenes<sup>16</sup>.

La Argentina acompaña esta nueva etapa del producto, con incrementos tanto en la producción nacional, como en las importaciones.

---

<sup>14</sup> Para mayor información: <http://ar.noticias.yahoo.com/este-es-el-vodka-m%C3%A1s-picante-del-mundo.html> (2012)

<sup>15</sup> Para mayor información: <http://ar.noticias.yahoo.com/curioso--lanzan-un-vodka-hecho-con-leche-de-vaca-162702531.html> (2013)

<sup>16</sup> Para mayor información: [http://www.researchandmarkets.com/reports/1830254/global\\_market\\_review\\_of\\_vodka\\_forecasts\\_to\\_2015](http://www.researchandmarkets.com/reports/1830254/global_market_review_of_vodka_forecasts_to_2015) (2011)

Países donde el consumo de vodka operaba con bajos volúmenes comenzaron a mostrar un incremento permanente de año en año, contrapesando la estabilización registrada en otras naciones, donde el vodka compite con otras bebidas de mayor gravitación.

Algunos analistas consideran que el vodka atraviesa la “fase madura” de su ciclo de vida de producto, pero es un hecho que en los últimos años se han incorporado al consumo de esta bebida -que solía tener como base una clientela entrada en años y sofisticada- millones de jóvenes.

Aunque enfrenta presiones de productos sustitutos -incluyendo la cerveza y especialidades de bebidas locales varias-, así como adicionalmente presiones competitivas desde dentro de la industria, el vodka sigue siendo la bebida destilada con mayor comercialización. El panorama es fluido, y para mantener el predominio comercial, los elaboradores deben considerar la fragmentación del mercado para encontrar las necesidades de todos sus consumidores. Por eso es que actualmente se encuentran cada vez más vodkas saborizados e innovadores que apuntan a captar nuevos clientes.